

Del Fante: Poste accelera su tecnologia e logistica

Il manager ospite di «Svolte». Soda: investire sulla formazione

di **Andrea Bonafede**

Dalla consegna delle lettere a quella dei pacchi. La svolta di Poste Italiane si chiama logistica e passa attraverso la collaborazione con Amazon, di cui ora è anche competitor in Italia. È stato questo il tema principale del primo incontro di «Svolte» — l'iniziativa di SDA Bocconi School of Management e *Corriere della Sera* che racconta le trasformazioni nel mondo del lavoro grazie alla formazione continua — di cui sono stati protagonisti Matteo Del Fante, ceo e direttore generale dell'azienda e il rettore di SDA Bocconi, Giuseppe Soda.

Il cambio di rotta di Poste Italiane è arrivato nel 2017 per garantire la sopravvivenza del ruolo del postino e dell'attività dei centri di smistamento:

«Quando sono stato nominato ceo, la parte degli uffici stava già cambiando — racconta Del Fante, intervistato dal vicedirettore del *Corriere*, Daniele Manca —. La svolta era da fare nella logistica: i 65mila dipendenti di quel ramo erano la prima impresa di logistica italiana, ma le lettere sono un segmento in via di estinzione. L'azienda di consegna pacchi era in perdita e l'idea era uscire dal business, anche se questo significava rinunciare a entrare nelle case degli italiani. Così mi sono focalizzato su una partnership con Amazon, contro le convinzioni dei nostri omologhi degli altri Paesi europei, firmando per primi un contratto pluriennale».

La consapevolezza dell'efficacia di questa strada è stata alimentata con i viaggi negli Stati Uniti, tra Silicon Valley e Boston, in cui Del Fante ha potuto creare quel ponte tra old e new economy necessario a

un'azienda fisica come Poste Italiane per cavalcare l'onda del progresso: «Bisogna sempre mettersi in discussione e capire dove stia andando il mondo — dice il numero uno di Poste —. Intuire cinque anni fa la crescita dell'e-commerce non era difficile, ma noi eravamo il soggetto più fisico del Paese e se fossimo rimasti tali saremmo stati emarginati dal mercato. Bisognava investire in tecnologie digitali e in competenze per rigenerare il nostro business, puntando su figure provenienti da quel mondo e sulla formazione».

Queste scelte hanno portato Poste Italiane ad andare oltre la partnership con Amazon, diventando fornitore di Zalando e Nespresso, tra gli altri, con collaborazioni che arrivano fino in Cina.

Una svolta, quella che ha caratterizzato Poste Italiane, che passa anche attraverso la formazione, aspetto sul quale l'Italia paga rispetto alla me-

dia Ue, ma tra i pilastri del Pnrr: «Nel Piano, il termine "formazione" è citato 216 volte, il doppio della parola Pil — dice Soda —, ma secondo i dati Eurostat, nel pre-pandemia l'Italia era solo al ventesimo posto, tra i Paesi Ue, per livello di partecipazione alle attività di

formazione». Il tema verrà affrontato da «Svolte» con il racconto di 11 storie su *Corriere Tv*: si parte martedì 25 gennaio con Isabella Castiglioni, ricercatrice che ha lanciato DeepTrace Technologies, startup che progetta dispositivi per fare diagnosi precoci partendo da algoritmi e intelligenza artificiale.

© RIPRODUZIONE RISERVATA



Matteo Del Fante, amministratore delegato di Poste Italiane



Peso: 29%