

INTERVISTA Harry Koorstra Amministratore delegato **Tnt mail**

«Più innovazione nei servizi postali italiani»

Daniele Lepido
MILANO

La liberalizzazione incompiuta dei servizi postali, l'attenzione al mercato italiano e la «ri-monopolizzazione» messa in atto negli ultimi anni dalla Spa di Massimo Sarmi. Ma anche la "paura" di Internet e il ruolo della tecnologia, da trasformare in elemento virtuoso per un business che si preannuncia sempre più agguerrito.

Harry Koorstra, amministratore delegato di Tnt per il settore mail, è un signore olandese di 57 anni che fino al 1991 lavorava in Vnu, uno dei più grandi gruppi editoriali del Paese. La parola d'ordine, che non si stanca di pronunciare, è una sola: innovazione. A tutti i costi. Altrimenti il mercato muore, dice lui.

Partiamo dai ritardi nella li-

beralizzazione dei servizi postali, slittata al 2011.

Negli anni 90 il vostro era uno dei mercati meno vincolati, con circa il 30% del business "libero". Anzi, andando ancora più indietro, già a partire dagli anni 20, il recapito postale privato a livello locale è sempre stato vivace e penso a un operatore come Rinaldi a Milano.

E poi?

Poi è accaduto qualcosa, una sorta di ri-monopolizzazione delle Poste che alla fine degli anni 90 si sono trasformate in Spa e sono diventate molto più attente alle esigenze di bilancio e alle possibilità di riconquistare spazi, grazie però a leggi e regolamenti che tra quattro anni cadranno.

Quali sono le vostre strategie in Italia?

Tnt Post sta crescendo a due

cifre da anni, con ricavi complessivi che hanno raggiunto i 200 milioni di euro. Anche qui, la sfida è l'innovazione. Un prodotto di successo che abbiamo lanciato è Formula Certa, un sistema che permette di tracciare la corrispondenza da quando viene spedita fino al momento del recapito. In questo modo si ha la certezza che la posta sia effettivamente recapitata. Un servizio importante per tutte quelle società che vivono di flussi di cassa, per esempio di bollette, dagli operatori di telecomunicazioni alle utility dell'energia. A differenza della televisione, la "vecchia" posta, veicolata e tracciata con sistemi nuovi, permette di avere la certezza che il nostro messaggio abbia raggiunto il destinatario.

Internet vi fa paura?

Una sfida più che un timore. Dobbiamo considerare il web

come una leva di sviluppo, come tutte le altre tecnologie: mail, sms, sistemi satellitari Gps, devono essere utilizzate dagli operatori di servizi postali per creare prodotti nuovi.

È la politica quanto conta nei ritardi?

Molto, ovviamente. Le faccio un esempio di mentalità vecchia, prendendo non Poste Italiane, che tra l'altro sta puntando di più su altri business, come quello dei servizi finanziari, ma la Royal Mail inglese. Qualche anno fa incontrai uno dei suoi vertici, che si vantava di avere le tariffe più basse di Europa, i francobolli meno cari di tutti. Peccato che quella stessa persona si era dimenticata di dire che questo avveniva grazie a un finanziamento statale di circa 600 milioni di sterline. Le sembra possibile, oggi, riproporre questo modello?

daniele.lepido@ilssole24ore.com

«Web, Gps e sms non sono un pericolo ma una sfida agli operatori per creare nuove linee di prodotti»

