

Sytuacja na rynku pocztowym w Europie.

Wyzwania i szanse dla operatorów

grudzień 2018



Sytuacja na rynku pocztowym w Europie.

Wyzwania i szanse dla operatorów



Krzysztof Piskorski

grudzień 2018

Spis treści



Kluczowe tezy	4
1. Wstęp	5
2. Największe rynki pocztowe w Europie	5
3. Wsparcie poczt przez państwo	11
4. Poczta Polska – wyzwania, szanse i zagrożenia	14
Bibliografia	17

Kluczowe tezy



- Fundament pocztowego biznesu, jakim była dekadę temu usługa listowa ulega coraz szybszej erozji, dlatego znalezienie innych źródeł przychodów, ma decydujące znaczenie dla przetrwania poczt narodowych.
- Umacnianie pozycji na dynamicznie rozwijającym się rynku KEP w kraju oraz za granicą, rozbudowa usług finansowych czy logistycznych to główne założenia modus operandi największych poczt europejskich.
- Rządy największych państw europejskich uznają poczty za kluczowe dla gospodarki i udzielają im różnego rodzaju wsparcia, którego podstawą jest rekompensata kosztu nierentownych elementów usługi powszechnej takich jak: utrzymywanie placówek na obszarach wiejskich, czy oferowanie produktów dla osób niezamożnych.
- Poczta Polska uzależniona od usługi listowej, pozbawiona wsparcia ze strony Państwa i wydająca większość zarobionych pieniędzy na konieczne podwyżki płac, nie posiada wystarczających środków na inwestycje, które pozwoliłyby jej w szybkim tempie sprostać oczekiwaniom zmieniającego się rynku.
- Urealnienie cen dla klientów indywidualnych oraz biznesowych, wprowadzenie nowych rodzajów przesyłek będących odpowiedzią na oczekiwania rynku e-commerce oraz modyfikacja prawa pocztowego i usługi powszechnej to główne kierunki koniecznych zmian.

1. Wstęp

Lata 2017-2018 były dla poczt europejskich kolejnym okresem, w którym musiały się zmagać ze spadającą liczbą wysyłanych listów, które jeszcze dekadę temu stanowiły fundament pocztowego biznesu. Wszystkie poczty, które nie posiadają solidnych źródeł innych zysków muszą mierzyć się z tym rosnącym problemem. Spółki, które nie zbudują sobie silnej pozycji na rynku paczkowym i kurierskim, korzystając z nieustannego wzrostu sprzedaży on-line, będą miały ogromne kłopoty, żeby utrzymać swoją pozycję. Proces ten spowolni zapewne status operatorów

wyznaczonych jako posiadają prawie wszystkie poczty europejskie. Biorąc jednak pod uwagę malejące znaczenie usługi powszechnej w tradycyjnym jej kształcie, który koncentruje się na listach i paczkach, w dłuższej perspektywie nie zapewni to pocztom bezpieczeństwa.

W niniejszym raporcie przyglądamy się największym firmom pocztowym Europy i temu w jaki sposób starają się sobie radzić na zmieniającym się rynku.

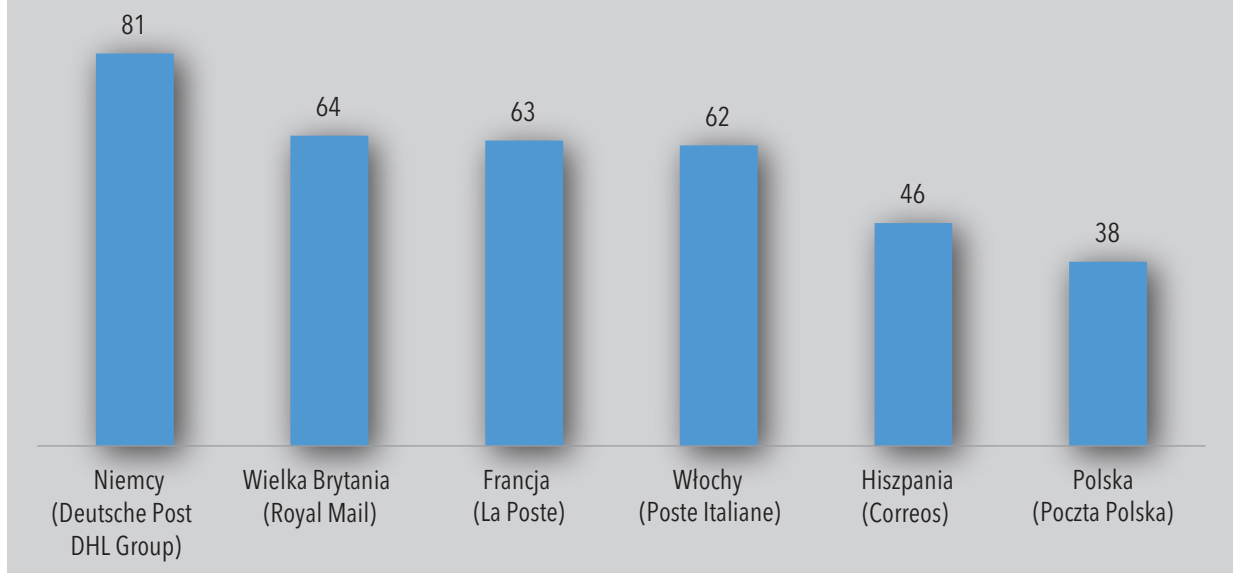
2. Największe rynki pocztowe w Europie

Wartość rynków usług pocztowych w poszczególnych państwach jest, co oczywiste, związana z liczbą ich ludności. Kolejnym czynnikiem jest częstotliwość korzystania z poszczególnych usług. Najwięcej listów przesyła się w Europie za pośrednictwem trzech największych poczt: niemieckiej, brytyjskiej i francuskiej. W Wielkiej Brytanii, pomimo że jej liczba ludności jest mniejsza o 17 milionów od Niemiec, wysłano w roku finansowym 2017/18 11,6 mld listów, zarówno za pośrednictwem Royal Mail, jak i innych operatorów korzystających z infrastruktury poczty brytyjskiej.

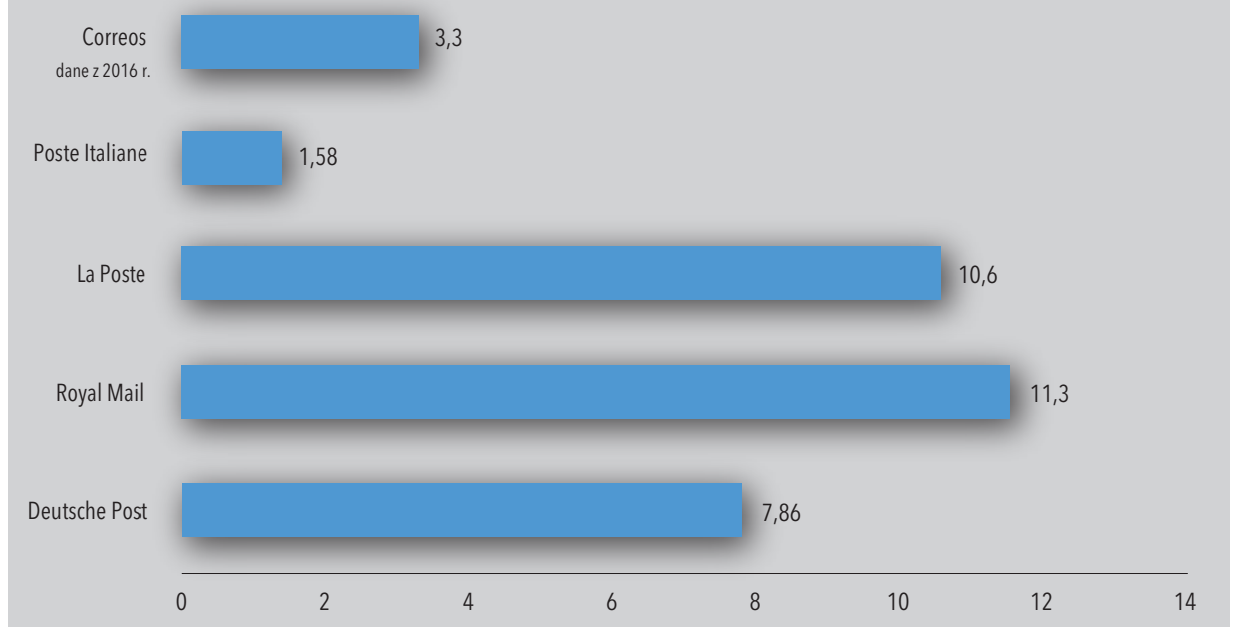
Wszystkie z wymienionych poczt narodowych borykają się z tym samym problemem – spadkiem liczby wysyłanych listów. Największe spadki odnotowały Royal Mail i Poste Italiane. Można przypuszczać że niewiele lepiej wygląda sytuacja w przypadku La Poste, która w udostępnionych danych nie uwzględnia klientów indywidualnych.

Ratunkiem dla spółek pocztowych jest nieustanny wzrost sprzedaży on-line, a co za tym idzie liczba towarów dostarczana za pośrednictwem paczek pocztowych czy przesyłek kurierskich. Problem polega na tym, że konkurencja na rynku listowym, który w szybkim tempie traci na znaczeniu jest niewielka, w porównaniu do rynku paczkowo-kurierskiego gdzie poczty muszą walczyć ze światowymi gigantami jak FedEx czy TNT, spółkami zależnymi innych poczt jak GLS czy DPD, nie wspominając o licznych firmach działających wyłącznie na lokalnych rynkach. Na konkurencję wyrastają również sieci handlu detalicznego, które ze swoich placówek czynią punkty odbioru stając się tym samym konkurencją dla sieci placówek pocztowych. W konsekwencji uzyskanie dodatkowych przychodów z tego rynku nie jest łatwe i wymaga bardzo dużych nakładów inwestycyjnych.

Największe państwa europejskie (ludność w mln) oraz ich poczty narodowe



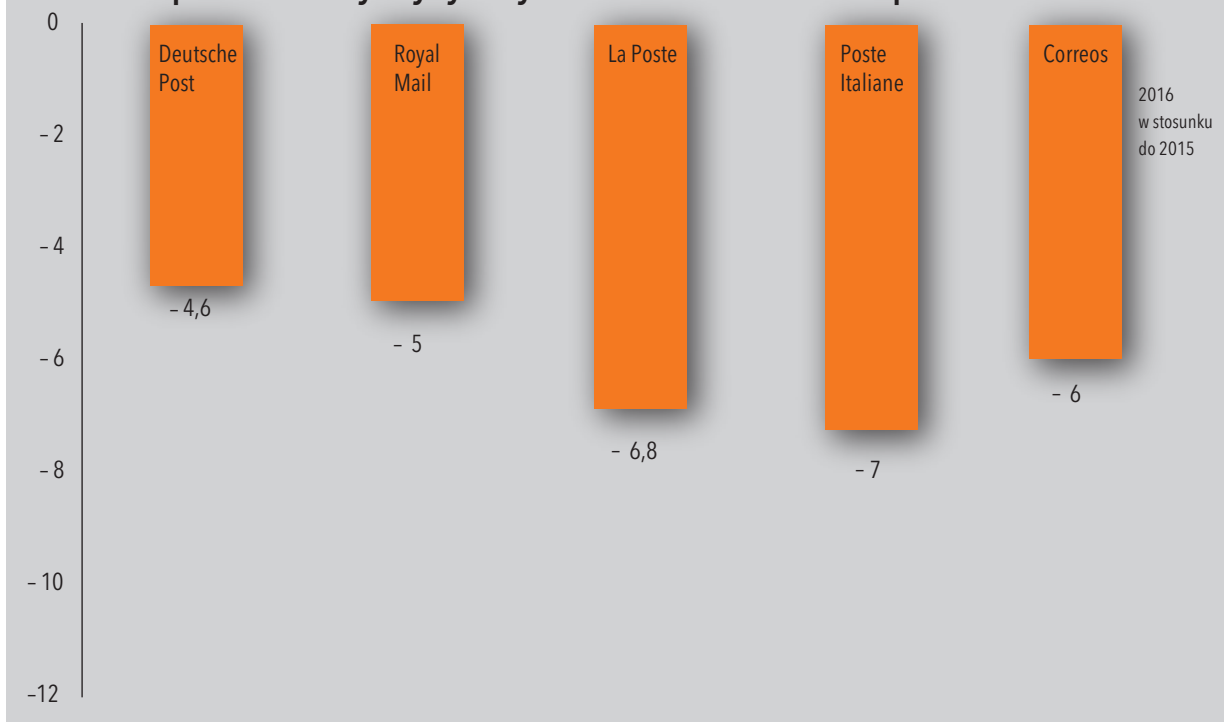
Liczba wysłanych listów w 2017 r. w mld (bez direct mail)



Trzeba bowiem pamiętać, że zmiana rodzaju dostarczanych przesyłek z listów na paczki, niesie za sobą konsekwencje niewidoczne dla przeciętnego klienta – to konieczność zakupu dodatkowych sorterów paczek, przebudowa centrów dystrybucyjnych czy rozbudowa flot poszczególnych operatorów. To również znacznie większe gabaryty i waga prze-

syłek dostarczanych przez listonoszy na ostatniej mili. Ci, którzy odpowiednio wcześniej zaczęli reagować na zmiany rynkowe, mogą czuć się bardziej bezpiecznie, a tam gdzie reakcja przyszła z opóźnieniem, sytuacja staje się coraz trudniejsza.

Spadek liczby wysyłanych listów w 2017 r. w procentach



Niemcy

Deutsche Post DHL Group



Deutsche Post DHL Group

Przychód w 2016 r.:

60,4 mld EUR



Liczba pracowników:

472 208



Liczba placówek w Niemczech (łącznie z punktami sprzedaży):

24 000

Poczta niemiecka (Deutsche Post) to największy operator pocztowy w Europie. W 1995 r. firma została przekształcona w spółkę akcyjną, a w 2000 r. miał miejsce jej debiut giełdowy. Do sprzedaży wystawione zostało 29% akcji firmy. Sukcesywnie państwo pozbywało się kolejnych udziałów, pozostając od 2005 r. mniejszościowym udziałowcem spółki z pakietem 20,9% jej akcji (za pośrednictwem państwowego niemieckiego banku rozwoju – KfW Bankgruppe). Inwestorzy instytucjonalni posiadają 68% udziałów a resztę inwestorzy prywatni.

Deutsche Post w 1998 roku nabyły mniejszościowy pakiet firmy kuriersko-logistycznej DHL, a w 2002 r. przejęła jej

pakiet większościowy. Kolejna akwizycja miała miejsce w 2005 r. kiedy za 5,5 mld nabyła brytyjską firmę logistyczną Exel działającą w 135 krajach. W 2016 r. firma przejęła UK Mail firmę konkurencyjną do Royal Mail rozszerzając tym samym swoją obecność na rynku brytyjskim.

Mimo postępującej, zgodnie z dyrektywami UE, liberalizacji rynku dominująca pozycja Deutsche Post w Niemczech jest niezagrożona. Firma kontroluje ponad 90% rynku listów oraz ponad 50% rynku KEP.

Pozycja firmy jest tak silna, że rząd Niemiec zrezygnował z organizowania przetargu na operatora wyznaczonego.

Sytuacja Deutsche Post jest zupełnie wyjątkowa, ponieważ w momencie przejęcia DHL firma stała się graczem o zasięgu globalnym na takich rynkach jak przesyłki kurierskie, spedycja, fracht czy łańcuch dostaw. Przychód jaki osiąga firma z dywizji poczta, e-commerce i paczki stanowi ok. 30% tej wartości dla całej grupy, a usługa listowa to raptem 16%. W tej sytuacji postępujący spadek wolumenów (o 4,6%) i przychodów (o 1,3%) z usługi listowej (bez direct mail gdzie w związku z wyborami w Niemczech zanotowano 4% wzrost) nie stanowi dla całej firmy żadnego zagrożenia. Spółka jest już bowiem w pełni przygotowana na sytuację, kiedy trend ten będzie przybierał na sile, co jest nieuniknione. Tym bardziej, że bardzo silna pozycja DP/DHL na

rynku dostaw e-commerce oraz wzrost tego rynku generują już przychody niższe (w stosunku do listów) o zaledwie 1,3 mld EUR przy wzroście rok do roku na poziomie prawie 15%. Problemem w tej sytuacji nie jest nawet konkurencja, która przejęła 38% rynku listów biznesowych w Niemczech.

O pozycji międzynarodowej firmy świadczą udziały w poszczególnych segmentach rynku w różnych regionach świata. Jeżeli chodzi o kurierskie przesyłki międzynarodowe w Europie to udział ten wynosi 44%, w obu Amerykach 20%, w regionie Azji i Pacyfiku 49%. Osiągnięcie takiej pozycji nie byłoby możliwe bez ogromnych inwestycji, na które tylko w 2017 roku wydano 2,2 mld EUR.

Francja



La Poste

Przychód:
24,1 mld EUR



Liczba zatrudnionych:
253 219



Liczba placówek we Francji:
17100 (8414 placówek i 8686 agencji)

La Poste, pozostająca pod całkowitą kontrolą państwa, to główna firma usługowa we Francji, ciesząca się powszechnym uznaniem. Podobnie jak w pozostałych krajach boryka się ze spadkiem liczby wysyłanych listów, która zmalała w ubiegłym roku o 795 mln (listy adresowe). Usługa listów biznesowych wygenerowała 6,6 mld EUR przychodu, co stanowi 27,3% przychodu całej grupy La Poste (spadek o ok. 0,5 mld rok do roku). Spadek ten został częściowo zamortyzowany przez podwyżkę cen od 1 stycznia 2017 r., która zapewniała dodatkowe 253 mln EUR. Sytuację podobnie jak w innych krajach ratuje wzrost przychodów z paczek do 1,7 mld EUR oraz przesyłek kurierskich.

27% to ciągle jednak sporo, dlatego La Poste stawia na dywersyfikację przychodów i poszukuje ich nowych źródeł. Takich jak usługi lokalne: RecyGo (odbiór materiałów do recyklingu z biur przez listonosza), instalacja małych urządzeń AGD i RTV, czy kontrolne odwiedziny osób starszych, które przyniosły firmie 84 mln EUR w 2017 r. Poczta zarobiła również 20 mln EUR na przeprowadzeniu pisemnych egzaminów na prawo jazdy.

La Poste zainwestowała również w tzw. „silver economy” stając się właścicielem Axeo Group świadczącej usługi sprzątania domu, opieki nad dziećmi i osobami niepełnosprawnymi oraz Asten Sante zajmującej się opieką nad osobami starszymi cierpiącymi na choroby przewlekłe w domach. Z tego tytułu firma uzyskała 71 mln EUR przychodu.

Kluczowe dla funkcjonowania poczty francuskiej są jednak 2 dywizje: GeoPost/DPD Group i La Bank Postale. Odpowiadają one odpowiednio za 28% i 23% przychodów.

Geo Post/DPD Group to gigant na europejskim rynku przesyłek kurierskich, którego 78% przychodów jest generowanych poza Francją. Europejski rynek KEP w 2016 r. był wart 51,6 mld EUR, a jego wartość rosła na poziomie 6,4% rocznie jest więc o co walczyć. Firma jest nr 1 w Hiszpanii, Polsce i na Litwie, nr 2 we Francji, Wielkiej Brytanii, Niemczech, Portugalii, Irlandii, Słowenii, Estonii i Austrii oraz nr 3 w Szwajcarii i Rosji.

Sukcesy jakie odnosi La Poste na wielu polach nie byłyby możliwe bez ogromnych inwestycji, które tylko w ubiegłym roku wyniosły 1,3 mld EUR.

Wielka Brytania



Royal Mail

Przychód:
10,1 mld GBP



Liczba pracowników:
161 851

Powszechnie krytykowana prywatyzacja Royal Mail nastąpiła w 2015 r., kiedy to rząd zdecydował się sprzedać pakiet większościowy spółki, a następnie pozbyć się reszty jej akcji. Pod kontrolą państwa pozostawiono wyłącznie placówki pocztowe, wydzielone przed prywatyzacją do odrębnej firmy – Post Office, co jest ewenementem na skalę światową.

Spadek liczby wysyłanych listów (bez direct mail) ma kluczowe znaczenie dla Royal Mail, ponieważ odpowiadają one za 40% przychodu firmy z obszaru Wielkiej Brytanii. Od momentu szczytu popularności tej usługi, który w Zjednoczonym Królestwie przypadł na 2004 r., ich liczba spadła o 42%. W ostatnim roku wartość przychodów z tego obszaru wyniosła 3,05 mld GBP (spadek o 6%). Na spadek ma wpływ nie tylko zmniejszający się wolumen przesyłek

ale również konkurencja, szczególnie w obszarze listów biznesowych. Konkurencyjni operatorzy odbierają przesyłki od klientów, sortują je i... przekazują do Royal Mail, która zajmuje się wyłącznie ich dostarczeniem do odbiorców. Wg Ofcomu tego typu operatorzy obsługują już 61% rynku listów krajowych.

Podobnie jak w innych krajach, szansą na zatrzymanie spadku przychodów jest wzrost wolumenów paczek związany z rozwojem e-commerce. Rynek ten podobnie jak w innych krajach rozwija się bardzo dynamicznie. W 2017 r. jego dynamika wzrostu była pięciokrotnie większą niż w tradycyjnym handlu detalicznym. W Wielkiej Brytanii głównym punktem dostaw jest miejsce zamieszkania odbiorcy (84%), co oczywiście generuje większe koszty po stronie dostawcy.

Paczkowy rynek brytyjski jest bardzo konkurencyjny – działa na nim 15 operatorów. Zwyczajnie konsumentów dokonujących zakupów on-line, takie jak dokonywanie zakupów wieczorem sprawiają że sklepy zaczynają akceptować dostawę następnego dnia nawet jeżeli jest ona dokonana przed północą dnia poprzedniego. To z kolei wymaga zmian w logistyce całego łańcucha dostaw.

Źródłem wzrostu przychodów dla Royal Mail jest jej spółka zależna zajmując się przesyłkami kurierskimi – GLS, której przychód wyniósł w ostatnim roku 2,6 mld GBP (wzrost o 10%). Przychody GLS stanowią już prawie wartość 63% przychodów z usługi listowej.

Trzy najważniejsze rynki GLS, które odpowiadają za 60% jej przychodów to: Niemcy, Francja i Włochy. Bardzo ważnym rynkiem jest również Hiszpania. Firma rozwija się dynamicznie również w innych krajach europejskich (w tym w Polsce) notując wszędzie wzrosty. Jest również obecna na rynku amerykańskim. Tym samym dla Royal Mail – sposobem na przetrwanie i dywersyfikację stała się ekspansja zagraniczna. Nie byłoby to jednak możliwe bez dużych inwestycji. Tylko w roku finansowym 2016/17 na rozwój sieci GLS wydano 100 mln EUR (430 mln zł).

Włochy

Posteitaliane



Poste Italiane

Przychód:

10,6 mld EUR



Liczba pracowników:

140 774



Liczba placówek:

12 822

Poczta włoska (Poste Italiane) została częściowo sprywatyzowana w 2015 r. Państwo kontroluje 64,3% akcji. 21,5% znajduje się w rękach inwestorów instytucjonalnych, a pozostałe 14,3% należy do drobnym akcjonariuszy.

Poczta włoska podobnie jak inne poczty boryka się ze spadkiem liczby wysyłanych listów (bez direct mail), których wolumen zmalał w ubiegłym roku o 7% (112 mln listów), a przychód z tego tytułu spadł o 6% (107 mln EUR). Byłoby jeszcze gorzej, gdyby nie podwyżka cen listów rejestrowanych wprowadzona w styczniu 2017 r., dzięki czemu pomimo spadku liczby listów w tym segmencie o 2 mln, przychód z tego tytułu wzrósł aż o 16 mln EUR!

Dodatkowym zastrzykiem finansowym była rekompensata za realizację usługi powszechnej w wysokości 262 mln EUR oraz subsydia na dystrybucję prasy wprowadzone 1 stycznia 2017 r. w wysokości 43 mln EUR.

Te czynniki oraz silna pozycja poczty włoskiej na rynku usług finansowych i ubezpieczeniowych generujących 44% przychodów spółki sprawiają, że spadki na usłudze listowej (16% przychodu Poste Italiane) – pomimo że bolesne – nie stanowią zagrożenia dla funkcjonowania całej firmy.

Hiszpania



Correos

Przychód:

1,8 mld EUR



Liczba zatrudnionych:

52 476



Liczba placówek:

2396

Poczta hiszpańska jest kontrolowana przez rząd za pośrednictwem SEPI Group holdingu firm należących do państwa. Spółka, podobnie jak wszystkie inne poczty, boryka się ze spadkiem popularności przesyłek listowych, których liczba w latach 2013-16 zmniejszyła się o ponad pół miliarda! Trend spadkowy zapewne pogłębił się w 2017 r. ponieważ spółka nie podaje już liczby wysłanych listów, tylko łączną liczbę przesyłek pocztowych, która jest niższa o prawie 640 milionów, od liczby listów wysłanych w 2017 r.

Nic dziwnego, że w tak trudnej sytuacji poczta hiszpańska uznaje dywersyfikację źródeł przychodów za jeden z głównych punktów swojej strategii na 2018 r. Kluczową rolę odgrywa tu oczywiście uzyskanie jak najlepszej pozycji na rynku dostaw e-commerce, tym bardziej, że jego wzrost w ciągu ostatniej dekady wyniósł w Hiszpanii aż 26%. Co więcej, Hiszpania jest na 4 miejscu w Europie pod względem liczby tego typu przesyłek. Zagospodarowanie tego wzrostu nie jest jednak proste z paru powodów:

- bardzo duża konkurencja (26 podmiotów) ze strony międzynarodowych firm kurierskich, w tym spółek zależnych innych poczt europejskich oraz bardzo wielu firm działających na rynku lokalnym,
- duża kosztowność dostaw, ze względu na to, że aż 87% przesyłek dostarczana jest bezpośrednio do klientów, przy równoczesnej presji, na obniżenie ceny jednostkowej oraz skrócenie czasu dostawy,
- konieczność dostosowania infrastruktury do lawinowo rosnącej liczby paczek i mniejszych niestandardowych przesyłek.

Aby sprostać tym wyzwaniom Hiszpanie w 2017 roku przeznaczyli na inwestycje 86 milionów EUR (czyli prawie 370 mln złotych). Pieniądże wydano m.in. na rozbudowę do

3110 sieci własnych maszyn do odbioru paczek (City Paq). Sieć stworzona zaledwie 2 lata temu zwiększyła w tym okresie liczbę obsłużonych przesyłek aż pięciokrotnie. Maszyny zlokalizowane są przy placówkach pocztowych, w centrach handlowych, na stacjach benzynowych i parkingach w całym kraju. Correos otworzyła 2 nowe centra dystrybucyjne do obsługi przesyłek kurierskich (oferowanych pod marką Correos Xpress) w Barcelonie i Avilii oraz rozbudowała 6 już istniejących.

Za rozwojem infrastruktury poszło zwiększenie palety produktów dotyczących e-commerce, tak aby wyjść naprzeciw oczekiwaniom klientów. W przypadku paczek pocztowych tego typu produktem jest Paq Premium z dostawą w ciągu 24/48 h oraz Paq Today – czyli dostawa tego samego dnia jeżeli sprzedawca i odbiorca są zlokalizowani w tej samej prowincji (odpowiednik województwa). Correos oferuje również usługę zwrotu zamówień w 2 wariantach: Paq Retorno i Paq Retorno Premium. Rozbudowana została także usługa przesyłek kurierskich. Oprócz dostawy w ciągu 24h, Correos Express oferuje także transport w 14 i 10 godzin. Odpowiedzią na zapotrzebowanie klientów jest również wprowadzenie usługi dostawy przesyłek gabarytowych o wadze do 25 kg w ciągu 24 godzin. Firma rozbudowała również paletę specjalistycznych usług kurierskich o ofertę dedykowaną dla optyków i stomatologów. Wprowadzono usługę Flexible Delivery, która pozwala na zarządzanie przesyłką już po jej nadaniu poprzez zmianę miejsca i czasu dostawy z możliwością jej przekierowania do dowolnej placówki pocztowej.

Zainwestowano w przebudowę i standaryzację 280 placówek pocztowych (do standardu Tu Correos). Placówki pocztowe oprócz sprzedaży usług pocztowych stały się największą w Hiszpanii siecią dystrybucji biletów na koncerty i różnego rodzaju wydarzenia. Tylko w 2017 r. sprzedano w nich 100 000 biletów.

Poczta postanowiła również wykorzystać zasoby swojej spółki Correos Telekom, która odpowiada za zapewnienie łączności w ramach grupy. Zaoferowała więc klientom biznesowym usługę dostępu do Internetu za pośrednictwem światłowodów, które łączą placówki pocztowe z centralą. Ta oferta jest szczególnie atrakcyjna w mniejszych miejscowościach, gdzie dostawcy Internetu wcale nie oferują swoich usług lub ich koszty są bardzo wysokie.

3. Wsparcie poczt przez państwo



Poczty narodowe w Europie nie byłyby w stanie zbudować swojej silnej pozycji bez wsparcia ze strony państwa. Dodatkowe środki przeznaczone są zwykle na rekompensatę z tytułu realizacji usługi powszechnej, której realizacji na terenach wiejskich jest zwykle deficytowa. Podobnie wygląda sytuacja z utrzymaniem placówek pocztowych w tych rejonach, szczególnie na obszarze o mniejszej gęstości zaludnienia. W niektórych krajach pomoc ze strony państwa dotyczy innych rodzajów usług, realizowanych przez poczty, które państwo uznaje za ważne ze społecznego punktu widzenia jak chociażby dystrybucja prasy, czy utrzymywanie produktów finansowych dla najuboższych. Sytuacja w wybranych krajach przedstawia się następująco:

Francja

La Poste (Poczta Francuska) w całości kontrolowana przez państwo jest również największym beneficjentem państwowej pomocy ze wszystkich poczt europejskich. Ostatnia umowa pomiędzy La Poste a państwem francuskim została podpisana 16 stycznia 2018 r. i dotyczy lat 2018-2022. Umowa obejmuje m.in.:

- realizację usługi powszechnej,
- dystrybucję prasy i jej dostawę,
- zapewnienie dostępu do usług bankowych,
- zapewnienie odpowiedniej jakości usług,
- odpowiadanie na potrzeby klientów w związku ze zmieniającym się stylem życia i zmianami technologicznymi (np. wprowadzanie usług cyfrowych).
- realizację działań na rzecz wspólnot lokalnych, które wspierają rozwój społeczny (np. rozwój usług na rynkach lokalnych, rozwój produktów bankowych dla najuboższych).

W przypadku planowania regionalnego koszty poniesione przez La Poste zostały oszacowane przez ARCEP (odpowiednik polskiego Urzędu Komunikacji Elektronicznej) na poziomie 223 mln EUR (w 2016). Aby je zrekompensować La Poste otrzymała 95% ulgę w podatkach lokalnych od nieruchomości oraz od wartości dodanej.

Na lata 2018-2022 założono, że ulga w podatkach lokalnych osiągnie wartość maksymalnie 900 mln EUR, co zostało zaakceptowane przez Komisję Europejską, jako zgodne z przepisami dotyczącymi pomocy publicznej. Dzięki tej uldze La Poste będzie w stanie utrzymać odpowiednio gęstą sieć placówek, które w małych miejscowościach i na wsi są i tak stopniowo są zastępowane przez, znacznie mniej kosztowne, punkty obsługi działające w lokalnych sklepach lub urzędach.

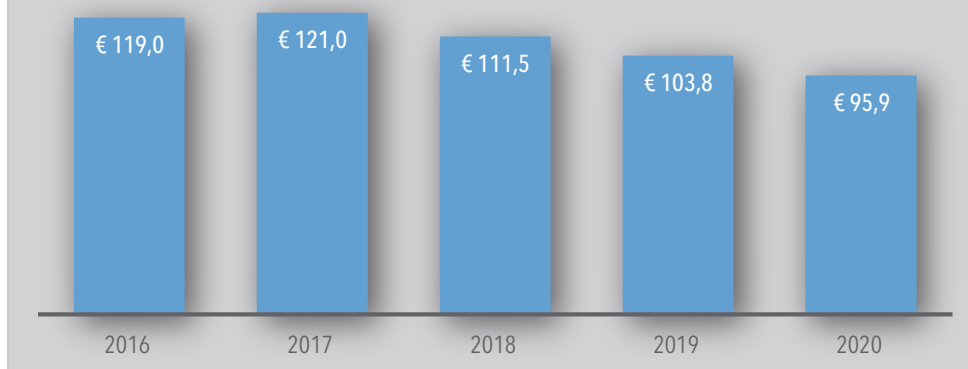
Kolejna dotacja jaką otrzymuje poczta francuska dotyczy dystrybucji prasy. Na podstawie decyzji rządu francuskiego podjętej w grudniu 2017 r. kwoty dopłat wyglądają następująco w poszczególnych latach:

Plan ten czeka na notyfikację ze strony Komisji Europejskiej. Rynek francuski jest w tym względzie bardzo specyficzny, dlatego, że w przeciwieństwie do Polski pozycja prasy jest na nim ciągle bardzo mocna, pomimo relatywnie wysokich cen. W kraju ukazuje się 11 dzienników o zasięgu ogólnokrajowym i aż 70 regionalnych. Z badań wynika, że 92% Francuzów czyta co najmniej jeden tytuł prasowy.

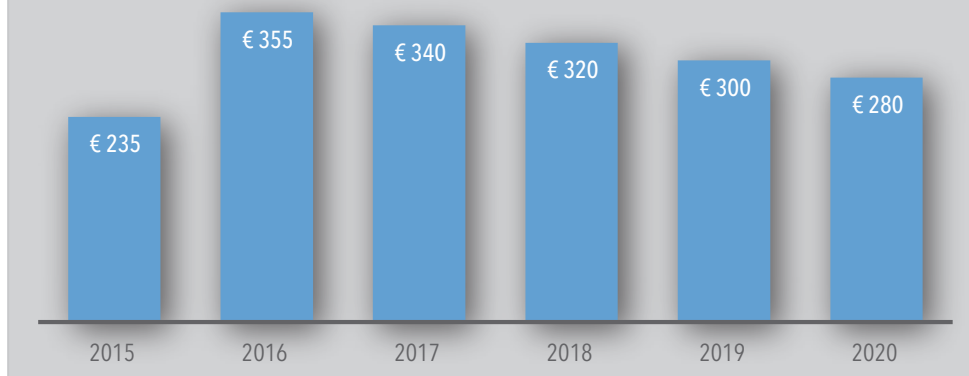
La Poste otrzymuje również wsparcie z tytułu utrzymywania przez La Banque Postale (odpowiednik Banku Pocztowego) specjalnego rachunku oszczędnościowego dla najuboższych – tzw. Livret A. Warunki świadczenia tego rachunku znacznie odbiegają od poziomu rynkowego kont oszczędnościowych oferowanego przez banki komercyjne na terenie Francji.

W grudniu 2015 r. zatwierdzone zostały przez rząd dopłaty na okres 2015-2020 na łączną kwotę 1,83 mld EUR.

Dofinansowanie dystrybucji prasy przez La Poste (w mln Euro)



Dofinansowanie La Banque Postale (w mln Euro)



24 października 2017 r. Komisja Europejska uznała, że odszkodowanie przyznane przez państwo francuskie na rzecz La Banque Postale nie narusza przepisów UE w sprawie pomocy publicznej.

Belgia

Poczta belgijska (bpost) została wprowadzie częściowo prywatyzowana, ale pakiet kontrolny akcji znajduje się w rękach państwa. W grudniu 2015 r. rząd podpisał z bpost już szóstą umowę na realizację usług świadczonych w ogólnym interesie gospodarczym (co dotyczy m.in. konieczności utrzymywania określonej liczby placówek pocztowych) na okres 2016 -2020. Z tytułu tej umowy bpost przyznane zo-

stały rekompensaty w wysokości: 264,9 mln EUR w 2016 r. i 270 mln EUR w 2019 r.

Dania i Szwecja

W lutym 2018 r. Dania zgłosiła plany rekompensaty dla Post Danmark za wykonywanie obowiązku świadczenia powszechnych usług pocztowych w okresie 2017-2019. Obejmuje to świadczenie podstawowych usług pocztowych w całej Danii po przystępnych cenach i przy pewnych minimalnych wymaganiach dotyczących jakości. Post Danmark, za pośrednictwem swojej spółki dominującej, Grupy PostNord (będącej wspólną własnością Danii i Szwecji), otrzyma maksymalną kwotę w wysokości 1,192 miliardów

da DKK (1,683 miliarda SEK lub około 160 milionów EUR) na okres 2017-2019. Ta rekompensata jest przewidziana w dwustronnej umowie między Szwecją i Danią podpisanej w październiku 2017 r. Kompensata została pozytywnie zaopiniowana przez Komisję Europejską.

Wielka Brytania

Post Office Ltd – państwowa spółka wydzielona z Royal Mail (poczta brytyjska) przed jej prywatyzacją, która zarządza wszystkimi placówkami pocztowymi, otrzymała rekompensatę z tytułu poniesionych kosztów świadczenia usług w wysokości 370 mln GBP. Rekompensata dotyczy okresu 2018/19-2020/21 i została zaakceptowana przez Komisję Europejską.

To już kolejna pomoc dla Post Office, które w latach 2012-15 otrzymało od rządu wsparcie w wysokości 1,1 mld GBP (1,38 mld EUR) na utrzymanie i modernizację deficytowych placówek funkcjonujących na obszarach wiejskich. Również ta pomoc uzyskała akceptację ze strony Komisji Europejskiej.

Grecja

W 2012 r. Komisja Europejska zaakceptowała pomoc rządową dla poczty greckiej (Hellenic Post) w wysokości

52 mln EUR z przeznaczeniem na modernizację i zwiększenie liczby oferowanych usług szczególnie w regionach peryferyjnych.

Włochy

W związku z realizacją usługi powszechnej, pomiędzy Ministerstwem Rozwoju a Poste Italiane, została podpisana umowa, która określa kwestie rekompensat dla poczty z tytułu jej realizacji. Umowa została podpisana w grudniu 2015 r. i obowiązuje na okres 2016-2019 i została notyfikowana przez Komisję Europejską jako zgodna z europejskimi regulacjami dotyczącymi pomocy publicznej.

Od stycznia 2017 r. obowiązują również przepisy umożliwiające korzystanie z niższych taryf pocztowych na dostawę wydawnictw oraz przesyłek organizacji non-profit wpisanych do specjalnego rządowego rejestru. Obniżono również koszty wysyłki materiałów promocyjnych dla tego typu organizacji. Różnice w kwotach pomiędzy normalnymi taryfami będą pokrywane z rządowych subsydiów do 2019 r.

Rekompensata z tytułu realizacji usługi powszechnej jaką Poste Italiane otrzymała od Państwa wyniosła w 2017 r. 262 mln EUR. Dodatkowo w ramach wymienionych wyżej subsydiów spółka otrzymała 43 mln EUR.



4. Poczta Polska – wyzwania, szanse i zagrożenia

Wartość rynku pocztowego w Polsce wynosi 8,4 mld zł. Jeżeli chodzi o strukturę przychodów sytuacja wygląda, jak przedstawiono na poniższym wykresie.

Wartość przesyłek kurierskich nieustająco rośnie i ten wzrost jest kluczowy dla rozwoju całego rynku. Trend spadkowy przychodów z przesyłek listowych został powstrzymany tylko dzięki podwyżkom cen. Wolumeny spadają i będą spadać. Niewiadoma pozostaje jedynie ich wielkość.

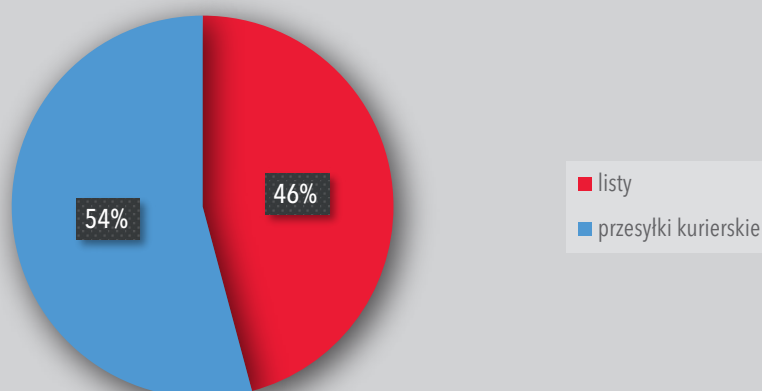
Usługa powszechna jest nadal kluczowa dla Poczty Polskiej, ale erozja przychodów z tego tytułu, o ile nie będzie kompensowana regularnym urealnianiem cen, co jest normalną procedurą w całej Europie, będzie nadal postępować. Biorąc pod uwagę uzależnienie Poczty Polskiej od zysków z rynku listowego, który decyduje o ponad 60% przychodów spółki, stanowi to zagrożenie dla jej dalszego funkcjonowania.

Można powiedzieć, że skoro rynek paczkowy i kurierski rozwija się bardzo dynamicznie, to właśnie on może w sposób naturalny stać się głównym źródłem dywersyfikacji przychodów. Na tym korzystają przecież europejscy liderzy.

To nie jest jednak takie proste. Po pierwsze, podobnie jak w większości krajów UE na tym rynku panuje największa konkurencja. Walka toczy się pomiędzy globalnymi gigantami jak TNT, UPS czy Deutsche Post / DHL Group a spółkami zależnymi poczty francuskiej (DPD) czy brytyjskiej (GLS) nie wspominając o lokalnych firmach. Tak duża konkurencja przekłada się na presję na obniżkę cen, która wymuszana jest również przez klientów. Oczekują oni bowiem coraz szybszych dostaw i wygodnego odbioru o dowolnej porze, za który nie są skłonni więcej płacić.

Kolejnym problemem jest infrastruktura, ta pocztowa jest nastawiona na listy. Żeby móc obsłużyć narastającą lawinę paczek potrzebne są nowe sortery paczkowe oraz rozbudowa i przebudowa istniejących centrów dystrybucyjnych. To wszystko wymaga ogromnych nakładów inwestycyjnych. Dla europejskich gigantów to nie problem. Wydają rocznie na ten cel setki milionów, a najwięksi nawet powyżej 1 mld EUR. Tymczasem dla Poczty Polskiej wydatek ok. 11,6 mln EUR na zakup nowego sortera paczkowego – to największa inwestycja od wielu lat. To pokazuje przepaść pomiędzy Poczta Polska a największymi pocztami Europy, do którego to grona, ze względu na liczbę ludności i ilość

Struktura przychodów – rynek pocztowy w Polsce w 2017 r.



przesyłek nasz narodowy operator mógłby aspirować. Niestety, w tej chwili głównym problemem Poczty jest jak, obsłużyć szczyt świąteczny, bo nie ma ani wystarczającej liczby maszyn, ani ludzi do pracy. Zarząd spółki sygnalizuje, że gdyby miał środki zamiast jednego sortera paczkowego, kupiłby trzy i byłaby to inwestycja mająca na celu głównie zaspokojenie bieżących potrzeb. A przecież sam sorter to nie wszystko, konieczna jest jeszcze przebudowa rozdzielni. To pokazuje, w jak trudnej sytuacji znajduje się nasz narodowy operator.

Nawet w porównaniu z inwestycjami konkurencji na rynku krajowym Poczta Polska wypada blado. DPD na budowę Centralnej Sortowni w Strykowie wydało 32 mln EUR, DHL na budowę terminala na lotnisku w Warszawie – ok. 20 mln EUR.

A przecież środki na inwestycje to nie wszystko. Presja płacowa, w związku ze wzrostem minimalnego wynagrodzenia i spadkiem bezrobocia stale rośnie, co dla Poczty Polskiej jest ogromnym problemem. Na wzrost płac wydała ona prawie 1 mld zł. Firma musi zwiększać płace, bo inaczej wkrótce nie będzie kto miał dostarczać przesyłek. I tak liczba wakatów jest bardzo duża, do tego dochodzi jeszcze wysoka rotacja pracowników. W takich warunkach bardzo trudne jest utrzymanie terminowości dostaw. Zarząd spółki jest więc skazany na dzielenie wypracowanych zysków pomiędzy fundusz płac i inwestycje, przy czym nie ma ich wystarczająco wiele, aby każdą z tych dwóch sfer dofinansować w wystarczający sposób.

Jak wybrnąć z tej sytuacji? Możliwości jest kilka, a biorąc pod uwagę lata zapóźnień i brak zainteresowania rządzących warto pomyśleć o równoczesnym wdrożeniu kilku z nich.

Pierwszy sposób to weryfikacja warunków realizacji usługi powszechnej, która może dać Poczcie Polskiej realne oszczędności. Do rozważenia jest redukcja częstotliwości odbioru korespondencji na obszarach wiejskich do 3 dni w tygodniu. Warto pomyśleć również o zamianie urzędów na agencje pocztowe działające np. w budynkach urzędu gminy, czy wprowadzeniu franczyzy na prowadzenie placówek pocztowych.

Należałoby również skończyć z fikcją pełnej rentowności usługi powszechnej, która w praktyce nie funkcjonuje i wprowadzić mechanizm rekompensaty tzw. kosztu netto, który pozwoli Poczcie otrzymać środki na realizację usług, które są nierentowne, a muszą być utrzymywane ze względów społecznych. To normalny mechanizm pomocy publicznej realizowany przez inne poczty i akceptowany przez

Komisję Europejską. Żadna firma prywatna nie będzie świadczyć usług tam gdzie nie tylko, że jest to nierentowne, ale również nie przyniesie odpowiedniego zysku. To jest możliwe, tylko i wyłącznie przy wsparciu państwa. Jeżeli poczta nie otrzyma pomocy, zysk będzie przeznaczany na dotowanie nierentownych usług i nie będzie ich miała na inwestycje oraz konieczne podwyżki płac.

Państwo powinno potraktować swoją spółkę priorytetowo – to ona powinna być kluczowym graczem jeżeli chodzi o obsługę administracji publicznej. Nie może być przez tą administrację traktowana jako sposób na znalezienie oszczędności. Doskonałym przykładem jest ostatni przetarg na obsługę pocztową sądów. Trzeba powiedzieć sobie jasno, że żadna prywatna firma nie świadczyłaby tego typu usług – nie tylko ze względu na brak odpowiedniej infrastruktury i know-how, to przy odpowiednim nakładzie inwestycyjnym można wdrożyć, ale ta inwestycja nie miałaby żadnych szans się zwrócić, przy poziomie oszacowanego przez Ministerstwo Sprawiedliwości budżetu oraz wysokości i liczbie zapisanych kar umownych.

Kolejnym zagrożeniem jest wykluczenie Poczty z procesu e-substytucji, o którym na szczęście nikt już głośno nie mówi. Gdyby do niego jednak doszło, będzie to oznaczało pozbawienie firmy możliwości zrekompensowania strat z tytułu spadku liczby wysyłanych listów, a sprawne wdrożenie takiego systemu będzie z tym równoznaczne. Doskonale pokazuje to przykład Danii, gdzie e-substytucja i zmniejszony popyt na listy doprowadziły do największego w Europie spadku wolumenu tego typu przesyłek, który był ponad trzykrotnie większy niż średnia dla naszego kontynentu.

Poczta nie może jednak polegać wyłącznie na decydentach, tylko musi wykorzystać swoje atuty, by w miarę swoich możliwości starać się wdrażać rozwiązania, które są w stanie poprawić jej pozycję.

Skoro poczta jest głównym graczem na rynku listów, a równocześnie wiadomo, że listy wykorzystywane są masowo do wysyłek drobnych zakupów w sieci, może warto pomyśleć o dopasowaniu oferty i uproszczeniu cennika w taki sposób, żeby zachęcić sklepy do korzystania z tego rodzaju przesyłek do dostaw trochę większych i cięższych produktów, które możemy sobie roboczo nazwać – mini e-commerce. Takie rozwiązanie mogłoby stanowić alternatywę dla znacznie droższych przesyłek kurierskich.

Poczta Polska powinna również zintensyfikować działania sprzedażowe oraz obsługę posprzedażową, żeby wykorzystać atut największej sieci odbioru w kraju jaką dysponuje. Co z tego, że podpisane przez Zarząd umowy, z Ruchem

w 2016, z Żabką i Fresh Marketem w 2017 i Orlenem w maju 2018, doprowadziły do powstania tej sieci, skoro kupujący w sklepach internetowych obsługiwanych przez Poczta Polską w większości przypadków nie mają możliwości wyboru dostaw do jej wszystkich punktów. Ba, często nie mogą nawet wybrać dostawy do placówek pocztowych.

Internet jest pełen narzekań na terminowość pracy listonoszy, zostawianie awizo bez sprawdzania czy ktoś jest w mieszkaniu, czy kolejki w urzędach pocztowych, w których

sprzedaje się coraz więcej i coraz dziwniejszych produktów. Czego można jednak oczekiwać od niezmotywowanych pracowników, których jest za mało, żeby wykonać wszystkie zadania w terminie, czy od firmy, która łapie się wszystkich sposobów, żeby zapewnić sobie dodatkowe źródła dochodów? Jeżeli państwo polskie nie zacznie w końcu traktować poważnie swojej spółki i największego pracodawcy w kraju, może Poczta Polską czekać to co przez wiele lat działo się w polskim górnictwie. Czy ktoś chciałby powtórki tego scenariusza?

Kontakt:

Krzysztof Piskorski
Prezes Instytutu Poczтового
instytutpocztowy.pl
k.piskorski@instytutpocztowy.pl
+48 888 346 370



Bibliografia



- bpost – Annual Report 2017
- Deutsche Post DHL Group Annual Report 2017
- European Postal Markets. 2018 an Overview, PostNL
- Gruppo Correos Integrated Annual Report 2017
- Le Groupe La Poste, Registration Document 2017
- Le Groupe La Poste 2017 Results, Press Release, Paris, 22 February 2018
- Main Developments in the Postal Sector (2013-2016), Study for the European Commission, Directorate-General for Internal Market, Industry, Entrepreneurship and SMEs, Copenhagen Economics, July 2018
- Poste Italiane Annual Report 2017
- Raport o stanie rynku pocztowego w 2017 roku, Urząd Komunikacji Elektronicznej
- Royal Mail plc Annual Report and Financial Statements 2017-18
- http://ec.europa.eu/competition/state_aid/cases/243441/243441_1314203_66_2.pdf
- https://ec.europa.eu/growth/sectors/postal-services_pl
- https://gls-group.eu/EU/media/downloads/20171123_Press_release_GLS_Group_Investments-download-49420.pdf
- <https://www.ft.com/content/0ee27b98-e4d7-11e7-97e2-916d4fbac0da>
- <https://www.gov.uk/government/news/government-pledges-to-secure-the-future-of-the-post-office>
- <https://www.statista.com/statistics/272170/investments-by-the-deutsche-post-dhl>