

Camera dei Deputati

IX Commissione - Trasporti, poste e telecomunicazioni

Esame dello schema di decreto legislativo recante attuazione della direttiva 2008/6/CE che modifica la direttiva 97/67/CE per quanto riguarda il pieno completamento del mercato interno dei servizi postali comunitari (atto n. 313)

Audizione di FISE ARE – Associazione delle Agenzie di Recapito Espressi

26 gennaio 2011

Spett. Presidente, Onorevoli Deputati,

Vi ringraziamo innanzitutto per averci dato la possibilità d'intervenire nella discussione, e contiamo di fornirvi elementi di sicuro interesse nell'ambito di questa audizione, che la vostra Commissione ha ritenuto di avviare in merito al Dlgs sulla liberalizzazione del mercato postale (Atto del Governo n.313).

Chi Siamo

FISE Are è l'Associazione di categoria aderente a Confindustria, che da oltre 50 anni identifica e rappresenta il sistema delle aziende private di recapito e distribuzione postale, dapprima attraverso concessione, poi revocata in forza di intervento legislativo (d. lgs. n. 261/1999).

FISE Are ha da tempo assunto l'impegno a tracciare il percorso di evoluzione del settore postale privato verso la modernizzazione del mercato, configurandosi oggi quale soggetto imprenditoriale rappresentativo nella fase più delicata di questo processo.

A FISE-Are aderiscono le principali aziende del settore, per un fatturato specifico complessivo di oltre 300 milioni di euro, impiegando circa 6.000 lavoratori.

Le indicazioni della Direttiva Europea

La nuova Direttiva Postale stabilisce che la piena liberalizzazione del mercato si realizzasse il 1° gennaio 2011. Nella Direttiva è inoltre stabilito che, a partire da quest'anno, nessun servizio postale potrà continuare ad essere riservato all'ex monopolista.

Inoltre la stessa direttiva delinea con precisione il quadro normativo per la definizione, tra gli altri aspetti, degli obblighi di servizio universale e dei principi tariffari, fissando regole precise e comuni di trasparenza contabile per i fornitori di servizi universali, stabilendo e garantendo altresì il rispetto delle norme di questo servizio. Nello specifico, secondo il principio generale della direttiva ci sono le condizioni normative per garantire libero accesso a quei servizi che fino ad oggi sono stati oggetto della "area di riserva" attualmente riservata all'incumbent Poste Italiane.

Come l'Italia ha recepito la Direttiva Europea

Pur apprezzando lo sforzo del Governo per ridurre l'area di riserva, rileviamo che la decisione di mantenere la "posta massiva" e le raccomandate all'interno del Servizio Universale è una scelta sbagliata, accrescendo il divario competitivo tra l'incumbent e i gli operatori privati poiché:

1. Distorce il mercato postale a causa dell'IVA. Secondo la normativa italiana i prodotti postali ricompresi nel servizio universale sono esenti da IVA se offerti da Poste Italiane, ma soggetti a IVA (20%) se offerti dagli operatori privati. L'inclusione della posta massiva nel servizio universale comporterebbe un grave divario tra gli operatori privati e Poste Italiane nel mercato dei principali utenti di servizi postali, ovvero banche, assicurazioni e pubbliche amministrazioni, che non possono detrarre l'IVA. Questa scelta concederebbe a Poste Italiane un monopolio legale del mercato postale in ambito bancario e assicurativo, a causa di una differenza di costo del 20 per cento.
2. Peggiora gli effetti per l'erario. Secondo un recente studio di Copenhagen Economics, realizzato per il nostro associato TNT Post, l'esclusione della posta massiva dal perimetro del servizio universale porterebbe a un ulteriore risparmio per l'erario di € 78 milioni all'anno. Inoltre, l'esclusione della posta massiva dal servizio universale comporterebbe un maggiore gettito IVA di € 171 milioni all'anno, sulla base dei dati ufficiali di mercato 2009.
3. Sussidia la posta business a spese dei cittadini. Il servizio universale deve tutelare il diritto alla corrispondenza dei soggetti "deboli", ovvero i singoli cittadini. La posta massiva, ovvero gli invii di migliaia di lettere, è prerogativa di soggetti business che hanno la capacità di negoziare sul mercato postale una tariffa assai scontata. Non c'è ragione per cui la fiscalità generale debba subsidiare un prodotto di interesse esclusivo della grande impresa.

Aspetti che necessitano d'intervento immediato

Lo schema di decreto legislativo in esame è una liberalizzazione che non cambia l'assetto del mercato italiano, che continuerà a ruotare attorno al ruolo di Poste Italiane. Comprendiamo che la questione legata alla distorsione del mercato sul fronte IVA non riguarda espressamente tale provvedimento, parimenti siamo consapevoli che a questo punto del processo di liberalizzazione del mercato poco si possa fare per intervenire a favore di una ulteriore riduzione del perimetro del "Servizio Universale".

Senza pensare di stravolgere l'impianto dell'atto in esame, riteniamo però che ci siano alcune disposizioni che necessitano di correzione immediata:

Il Servizio Universale deve essere assegnato tramite bando europeo

Fermo restando un necessario periodo di transizione, riteniamo che l'assegnazione del Servizio Universale all'incumbent con formula 5+5+5 anni non rispetti le direttive europee in materia.

In un mercato liberalizzato l'assegnazione del Servizio Universale dovrebbe avvenire tramite una gara d'appalto europea, con la possibilità di poter concorrere per appalti anche di tipo locale su base regionale.

Il Direct Marketing deve uscire subito dal Servizio Universale

All'articolo 1, comma 3 si prevede che la pubblicità diretta per corrispondenza (il cosiddetto direct marketing) sia escluso dal perimetro del servizio postale universale solo a partire dal 1° giugno 2012. Questa disposizione appare scorretta e ingiusta per più ragioni:

1. Mantenere questo prodotto all'interno del servizio postale universale determina una distorsione del mercato. Infatti solo l'incumbent ha diritto all'esenzione IVA sui prodotti del servizio universale, avvantaggiandosi così di una differenza di costo del 20% negli ambiti industriali che non possono detrarre l'IVA, ovvero le banche e le amministrazioni pubbliche.
2. La direttiva postale europea (2008/6/CE) impone che la liberalizzazione abbia effetto dal 1° gennaio 2011, senza indugi né rinvii a date successive;
3. Secondo le stime del Ministero dello Sviluppo economico, escludere la pubblicità diretta dal servizio postale universale permette di risparmiare 381 milioni di euro all'anno, una parte dei quali è finanziata tramite la fiscalità generale. Attendendo giugno 2012 si rinuncia pertanto a 540 milioni di euro di risparmi, a fronte di nessun vantaggio per gli utenti.

Rischio di un nuovo monopolio sulle notifiche

All'articolo 1, comma 4 si elimina la possibilità di notificare multe e contravvenzione tramite operatori postali privati, obbligando alla notifica a mezzo posta avvalendosi del solo incumbent. Questa decisione avrebbe conseguenze negative:

1. Un settore finora liberalizzato del mercato postale ritornerebbe ad essere monopolizzato, e sarebbe pertanto in palese violazione della direttiva europea 2008/6/CE, con il rischio di una procedura di infrazione contro l'Italia da parte della Commissione europea;
2. Si tratterebbe di una scelta inefficiente e particolarmente costosa per le amministrazioni pubbliche, costrette ad avvalersi del solo canale postale di Poste Italiane, senza poter sfruttare il vantaggio di offerte alternative tipiche di un mercato liberalizzato;

Inoltre, la decisione di affidare al solo incumbent la consegna degli atti giudiziari appare quanto mai priva di ragioni sostanziali. L'apposizione di motivi legati al rispetto della privacy, che secondo il legislatore solo l'incumbent potrebbe garantire in questo servizio, non trova ragioni reali nelle consolidate e comprovate capacità tecniche degli operatori privati.

La posta massiva deve uscire subito dal perimetro del Servizio Universale

Al pari di quanto accade nei mercati europei già liberalizzati, e a quanto tendono quelli in via di liberalizzazione, riteniamo che la posta massiva debba essere esclusa dal perimetro del Servizio Universale. Questo servizio è tipicamente dedicato alle aziende che spediscono grossi quantità di posta, in grado dunque di contrattare direttamente con gli operatori postali la tariffa a loro più conveniente.

Il suo mantenimento all'interno del servizio universale comporterebbe un danno economico per le casse dello Stato, pari a 78 milioni all'anno. Oltre a un maggiore gettito IVA di € 171 milioni all'anno, sulla base dei dati ufficiali di mercato 2009.

Tale servizio, in un mercato liberalizzato, non necessita più in alcun modo di finanziamenti da parte del Governo.

Regole più chiare per il fondo di compensazione

Riteniamo che alcuni aspetti che regoleranno il servizio di compensazione del Servizio Universale andrebbero riviste: nello specifico rileviamo che non dovrebbe essere esteso l'obbligo di contribuzione ai titolari di licenze generali.

Necessità di un'autorità indipendente per il mercato postale

Sul fronte di chi dovrà controllare il futuro del mercato postale post-liberalizzazione la nostra posizione è quanto mai chiara: senza voler entrare nello specifico della struttura che verrà adottata per svolgere tale compito, riteniamo che l'arbitro designato dovrà garantire una reale indipendenza dall'incumbent. Al fine di tutelare lo sviluppo del mercato, e dei competitor privati che in esso operano.

Conclusioni

Riteniamo fondamentale che il Dlgs che regolerà in futuro il mercato postale italiano, risulti quanto più in linea con le indicazioni prodotte in ambito europeo, alle quali tutti i paesi europei in via di liberalizzazione stanno tendendo. Solo attraverso regole chiare e uguali per tutti si potrà realizzare una reale concorrenza di mercato, con benefici evidenti per tutti gli utenti finali.

Per Informazioni:

Avv. Donatello Miccoli 06/99695727 328/7041376
Segreteria: Stefania Frollini 06/99695702 fax 06/5919955.