

Camera dei Deputati

Sede referente: Commissioni VI e X

Audizione del Presidente
Prof. Angelo Marcello Cardani

Esame del disegno di legge n. 3012 “Legge annuale per il mercato e la concorrenza”

Martedì 23 giugno 2015
ore 12.30

Palazzo Montecitorio
Piazza del Parlamento, 24 - Roma

Signor Presidente, Onorevoli Deputati,

ringrazio la Commissione per aver invitato in audizione l'Istituzione da me rappresentata, e per l'opportunità che mi viene data di partecipare al dibattito sul disegno di legge annuale per il mercato e la concorrenza.

Il disegno di legge n. 3012, rubricato "*Legge annuale per il mercato e la concorrenza*", presentato alla Camera il 3 aprile 2015, interviene sulle competenze dell'Autorità per le Garanzie nelle Comunicazioni attraverso l'introduzione degli articoli 16, 17 e 18.

In via preliminare, ritengo che il disegno di legge all'esame di codesta Commissione debba necessariamente collocarsi, quanto ai temi di specifico interesse dell'Autorità, in un quadro di coerenza con gli ambiziosi obiettivi imposti dall'Agenda Digitale Europea. Si tratta di obiettivi che richiedono l'esercizio sistematico di un'attività di coordinamento, monitoraggio e controllo pubblico del processo di sviluppo delle infrastrutture di comunicazione, in particolare di quelle in fibra ottica, funzionali allo sviluppo sia delle reti fisse che delle reti mobili. Tale attività si rivela necessaria in particolare al fine di garantire condizioni concorrenziali nei mercati di riferimento. Anche nell'ambito dell'Indagine conoscitiva sulla concorrenza e sugli investimenti nelle reti a banda larga e ultra-larga, condotta congiuntamente con l'Agcm, abbiamo evidenziato l'opportunità di definire un'attenta politica pubblica per l'incentivo alla realizzazione di reti in fibra ottica, sul presupposto che tale obiettivo costituisce esigenza prioritaria per la competitività e la crescita dell'intero sistema economico nazionale. Qualsiasi intervento legislativo dovrà necessariamente tenere conto di tale complesso scenario, al fine di assicurare la continuità delle condizioni

concorrenziali sui mercati a tutela dei consumatori. Tale esigenza è ancor più avvertita in un momento in cui in Europa, e recentemente anche in Italia, stanno emergendo progetti di concentrazione del mercato. In tale contesto, tanto più riveste importanza l'attività di tutela dei consumatori e di promozione della concorrenza, al fine di evitare sia l'innalzamento ingiustificato dei prezzi, sia una diminuzione dei livelli di qualità dei servizi.

1. Sugli articoli 16 e 17 del disegno di legge (mercato delle comunicazioni elettroniche)

Apprezzabile e condiviso è l'obiettivo degli articoli 16 e 17 del disegno di legge che mira a rafforzare gli strumenti di tutela dei consumatori e degli utenti nel settore delle comunicazioni elettroniche, sia attraverso l'introduzione di misure intese ad agevolare il cambio di fornitore dei servizi, sia prevedendo strumenti di semplificazione delle procedure di identificazione per la portabilità dei contratti di telefonia mobile.

I contenuti del DDL che attengono al profilo della tutela dei consumatori rivestono particolare interesse per l'Autorità che negli ultimi tempi è intervenuta ripetutamente sull'argomento.

Agcom ha recentemente rivisto il modello telematico di denuncia dei disservizi, consentendo l'invio delle segnalazioni degli utenti direttamente tramite il sito *web* dell'Autorità e migliorando in tal modo tempestività ed efficacia dell'azione di vigilanza. Dal mese di maggio dell'anno scorso fino a tutto il mese di aprile del corrente anno, sono pervenute 4.066 denunce di cittadini che, unitamente a quelle pervenute dalle Associazioni dei consumatori, hanno dato impulso all'attività istruttoria dell'Autorità. Le attività di verifica, istruttorie e ispettive si sono concentrate sulle casistiche più ricorrenti che concernono, per la telefonia fissa, i disservizi nelle procedure di migrazione, cessazione e portabilità del numero, e per la telefonia mobile, l'attivazione di servizi non richiesti e la modifica unilaterale delle condizioni economiche.

Le criticità nel trasferimento delle utenze di rete fissa sono state, come nel passato, tra le più segnalate, con un incremento del 13% rispetto al precedente periodo. Attraverso un ciclo di attività ispettive mirate, condotte presso i principali operatori e svolte in collaborazione con la Polizia postale e delle comunicazioni, l'Autorità ha individuato le principali criticità emerse in fase di cambio dell'operatore, consistenti in particolare nella sospensione ingiustificata del servizio.

Le risultanze delle ispezioni hanno condotto sia all'irrogazione di sanzioni pecuniarie nei confronti degli operatori per la violazione della normativa di settore, sia alla costituzione di un apposito Gruppo di lavoro per il monitoraggio dei processi di migrazione e per la ricerca di soluzioni per migliorare l'efficienza delle procedure e ridurre i disservizi all'utenza. Molte delle sanzioni irrogate per l'inottemperanza agli ordini di riattivazione del servizio emessi dall'Autorità o dai Co.Re.Com. sono correlate ad interruzioni di servizio verificatisi proprio nel corso delle procedure di trasferimento delle utenze.

Riguardo alle procedure di portabilità del numero su rete mobile, si evidenzia che nel 2014 il numero di linee acquisite e dismesse dagli operatori mobili è stato pari a 54,8 milioni, in riduzione del 19,4% rispetto al 2013, a testimonianza del raggiungimento di una relativa omogeneità nella struttura dei servizi offerti e, soprattutto, delle strategie di *pricing* – con valori unitari oramai difficilmente comprimibili ulteriormente – adottate dalle imprese. Tale indicazione appare peraltro confermata dall'andamento dell'indice dei prezzi dei servizi relativi alla telefonia mobile che, nel corso del 2014, ha mostrato una riduzione più contenuta rispetto all'anno precedente (-2,7%). Allo stesso tempo, le operazioni complessive del servizio di portabilità del numero mobile nel 2014 hanno superato i 77 milioni di unità (+11 milioni rispetto al 2013).

I dati e le linee di tendenza di questi anni confermano l'efficacia dell'attività messa in campo da Agcom a tutela dei consumatori. Considerando in particolare quanto abbiamo fatto sotto il profilo della riduzione dei tempi per l'attivazione del servizio di

portabilità del numero e della sua gratuità lato utente¹, non possiamo che apprezzare un intervento del legislatore inteso a facilitare ulteriormente la migrazione dei consumatori da un operatore all'altro, e dunque la creazione di un mercato più efficiente, flessibile e aperto.

Sono, tuttavia, da valutare con attenzione gli strumenti e le misure tramite i quali si intende concretizzare tali interventi, al fine di salvaguardare gli interessi degli utenti allorquando decidano di recedere dal contratto o di cambiare fornitore. Elevati costi di recesso e di *switching* potrebbero difatti dare luogo a un effetto disincentivante nei confronti dei consumatori, rallentando le dinamiche competitive fra gli attori del mercato.

In particolare, riguardo ai contratti di attivazione dei servizi, si sottolinea che gli oneri economici derivanti dal recesso o dal trasferimento dell'utenza dovrebbero essere ancorati a un parametro certo, cioè tale da consentire di quantificare e conoscere in anticipo l'ammontare delle spese e degli oneri addebitati all'utente. Il costo del recesso e del cambio operatore dovrebbe inoltre essere allineato ai costi sostanziali sopportati dall'operatore disdettato, garantendo l'equità dell'onere economico gravante sull'utente. Ciò allo scopo di impedire un eccesso di discrezionalità dell'operatore nel determinare il costo di recesso dal contratto o di cambio fornitore.

Al riguardo, ritengo utile svolgere alcune considerazioni sul dettaglio delle soluzioni recate dal disegno di legge agli articoli 16 e 17.

✓ ***articolo 16, lett. a) del disegno di legge (costi di recesso)***

La lettera *a)* dell'articolo 16 aggiunge una frase al termine del comma 3 dell'art. 1 del decreto legge n. 7/2007 (il cosiddetto decreto Bersani, convertito nella legge n. 40 del 2007), relativo ai contratti conclusi con gli operatori del settore. Come è noto, detto decreto assicura la libertà per il contraente di *“recedere dal contratto o di trasferire le utenze presso altro operatore senza vincoli temporali o ritardi non giustificati”*, e stabilisce che le spese in capo all'utente debbano essere *“giustificate da costi*

¹ Cfr. delibere n. 147/11/CIR e n. 651/13/CONS.

dell'operatore" (enfasi aggiunta). In sintesi, il costo del recesso deve essere pari al solo costo sopportato dall'operatore per gestire la disdetta dell'utente, senza penali e oneri ulteriori.

Nel corso degli ultimi anni, l'Autorità si è più volte misurata con la difficoltà di accertare e sottoporre a verifica i costi di recesso da ritenersi "giustificati". E' prevalsa la linea di ritenere tali le spese per le quali sia dimostrabile un pertinente e correlato costo sopportato dagli operatori per procedere alla disattivazione o al trasferimento dell'utenza.²

L'Autorità ha condotto diverse istruttorie per verificare quali dei costi di recesso applicati dagli operatori di comunicazione elettronica e delle *Pay Tv* fossero realmente giustificati. Al termine di una valutazione che si è rivelata piuttosto complessa, i costi di recesso giustificati, un tempo piuttosto elevati, sono stati quasi eliminati per la telefonia mobile e ridotti a una media di 10 euro per le *Pay Tv* e di 40 euro per le imprese di telefonia fissa.

Ora, l'articolo del DDL in commento prevede che le spese e gli altri oneri dovuti in caso di recesso o trasferimento dell'utenza ad altro operatore debbano essere "*commisurati al valore del contratto*", e vadano in ogni caso "*resi noti al consumatore al momento della sottoscrizione*". Si introduce, inoltre, l'obbligo di comunicare tali oneri all'Autorità, esplicitando la composizione di ciascuna voce e la rispettiva giustificazione economica. Al riguardo, fatte salve le considerazioni svolte in premessa circa la necessità di garantire che le nuove misure non comportino un aumento ingiustificato dei costi gravanti sull'utente finale, si rileva la particolare utilità dell'obbligo in capo agli operatori di comunicare sistematicamente i costi di recesso all'Autorità, rafforzandone così il potere di vigilanza. Detto onere informativo e di trasparenza appare altresì risolutivo di residue criticità riscontrate nella quotidiana

² Al fine di rendere possibile la verifica da parte dell'Autorità, i costi sostenuti dagli operatori di comunicazione sono pubblicati, ai sensi della delibera n. 96/07/CONS, sui siti *web* degli operatori stessi e su una pagina *ad hoc* del sito *web* dell'Autorità. Consultando queste pagine, gli utenti possono quindi individuare, in relazione ai diversi servizi offerti, i costi previsti per la disattivazione del servizio.

esperienza dell'Autorità per i profili attinenti alla gestione del recesso e trasferimento delle utenze.

Si coglie tuttavia l'occasione per segnalare l'opportunità di rafforzare le misure di trasparenza nei confronti dei consumatori anticipando al momento della pubblicizzazione delle offerte l'informazione relativa ai costi di recesso. L'Autorità ha di recente promosso una consultazione pubblica (delibera n. 181/15/CONS) con la quale si prevede a carico degli operatori l'obbligo di indicazione del costo di attivazione e/o disattivazione/recesso, corredato da una sintetica descrizione delle modalità di calcolo dello stesso e di tutti gli elementi che lo compongono, in fase addirittura pre-contrattuale. Dare forza di legge ad un obbligo informativo siffatto sarebbe quanto mai utile allo scopo di migliorare la trasparenza delle condizioni economiche di offerta e di rafforzare il potere di vigilanza dell'Autorità.

✓ *articolo 16, lett. b) del disegno di legge (reciprocità tra modalità di attivazione e modalità di recesso)*

La lettera *b)* dell'articolo 16 prevede l'aggiunta di tre commi: *3-bis*, *3-ter* e *3-quater* dopo il comma 3 dell'art. 1 del decreto legge n. 7/2007.

Il comma *3-bis* prevede che le modalità di recesso dal contratto o di passaggio ad altro gestore siano semplici, di immediata attuazione, analoghe alle forme utilizzate per l'attivazione del contratto. La norma, in quanto rispondente ad esigenze di semplificazione e rapidità nella chiusura dei rapporti contrattuali, è dunque da valutare con favore. Introdurre modalità analoghe e speculari di attivazione e recesso significa certamente rispondere ad un'esigenza avvertita dagli utenti, ma anche valorizzare un principio che la stessa Autorità intende introdurre con un provvedimento attualmente in fase di consultazione pubblica (delibera 23/15/CONS)³. In altri termini, la disposizione legislativa fornirebbe una copertura di rango primario ad un orientamento già maturato dall'Autorità.

³ Si tratta della delibera recante “*Semplificazione dei rapporti tra utenti e operatori mediante l'invio telematico delle rispettive comunicazioni*”, meglio nota come “*delibera bolletta 2.0*”.

✓ **Articolo 16, lett. b) del disegno di legge (offerte promozionali)**

Il comma 3-ter prevede che, qualora il contratto comprenda offerte promozionali, esso non possa avere durata superiore a 24 mesi, e che nel caso di risoluzione anticipata si applichino i costi commisurati al valore del contratto, resi noti al consumatore e comunicati all’Autorità; inoltre, l’eventuale penale deve essere equa e proporzionata al valore del medesimo e alla sua durata residua.

Sul punto si evidenzia che la disciplina generale introdotta dal decreto Bersani (in tema di recesso/cambio sulla base dei costi dell’operatore) non si applica ai casi in cui il contratto abbia a oggetto un’offerta promozionale per la cui fruizione le parti abbiano accettato un periodo minimo di vigenza del contratto. In questi casi, infatti, fermo restando il diritto dell’utente di recedere in qualsiasi momento, si ritiene legittimo l’eventuale vincolo economico (ad esempio, la restituzione degli sconti promozionali) posto dall’operatore in caso di recesso anticipato. Sulla questione si è espresso anche il giudice amministrativo, evidenziando che in tali casi un diritto di recesso anticipato, senza costi, altererebbe l’equilibrio contrattuale a sfavore dell’operatore⁴, il quale fa affidamento proprio sulla durata pattuita per coprire i costi sostenuti e realizzare il corrispettivo che gli è dovuto in ragione della prestazione offerta. L’operatore, dal canto suo, deve indicare nelle condizioni contrattuali, in modo chiaro e trasparente, tutti i costi che gli utenti devono sostenere in caso di recesso anticipato da un’offerta promozionale con vincolo di durata.

Nel merito di questa disposizione del disegno di legge si osserva *in primis* che il comma 3-ter, lettera b), dell’articolo 16 prevede la possibilità di applicare delle “penali” per i contratti comprensivi di offerte promozionali. Al riguardo, si ritiene opportuno eliminare ogni riferimento alla parola “penale” che, da un lato potrebbe essere intesa come un disincentivo alla risoluzione del contratto e al cambio di fornitore, ponendosi in contrasto con la *ratio* pro-concorrenziale della legge; dall’altro, potrebbe generare costi sproporzionati per l’utente, poiché la penale è definita come

⁴ Cfr. Consiglio di Stato, Sez. IV, sentenza dell’11 marzo 2010, n. 01442.

misura “eventuale” e dunque aggiuntiva rispetto a quella coincidente con i costi sopportati dall’operatore.

Per quanto concerne il principio di proporzionalità del costo di recesso al valore del contratto e alla durata residua della promozione, esso appare condivisibile nella misura in cui è in grado di arginare la prassi di addebitare all’utente la medesima cifra, sia che la risoluzione anticipata avvenga all’inizio dei 24 mesi, sia che la risoluzione avvenga alla fine degli stessi.

Con riferimento alla commisurazione alla durata del contratto dei costi di recesso giustificati, un’ulteriore specificazione potrebbe agevolare l’applicazione del disposto normativo da parte dell’Autorità. In particolare, si propone di prevedere esplicitamente l’eliminazione dei costi di recesso in caso di disdetta del contratto alla sua naturale scadenza o successivamente, facilitando in tal modo la libertà di scelta del consumatore, e lasciando al tempo stesso facoltà agli operatori di prevedere tali commissioni in caso di recesso anticipato, a condizione che si tratti ovviamente di commissioni eque e trasparenti, dunque comunicate al cliente al momento dell’adesione e previamente notificate all’Autorità. In tale prospettiva, andrebbe modificata la corrispondente norma del Codice delle comunicazioni elettroniche,⁵ sostituendo alla lettera f) del comma 1 dell’articolo 70 le parole “*eventuali commissioni dovute alla scadenza del contratto*”, con le parole “*eventuali commissioni dovute in caso di recesso anticipato dal contratto*” (enfasi aggiunta).

Un ultimo punto che mi preme segnalare al riguardo concerne l’opportunità di specificare se la disposizione debba intendersi riferita ai soli contratti stipulati per la fornitura di servizi, ovvero anche alla fornitura di beni, essendo caratteristica delle promozioni nel settore delle comunicazioni elettroniche anche l’offerta dell’acquisto dei terminali. Si tratta di una esigenza di chiarimento suggerita dall’esperienza quotidiana e su cui l’Autorità sta intervenendo con il nuovo “*Regolamento a tutela degli utenti nei contratti con gli operatori*” (posto in consultazione pubblica con la delibera n. 645/14/CONS). Lo schema di regolamento Agcom impone precisi obblighi

⁵ Cfr. decreto legislativo 1° agosto 2003, n. 259, così come modificato dal decreto legislativo 28 maggio 2012, n. 70.

informativi per “*contratti conclusi per la fornitura di beni e servizi*” allo scopo di risolvere le problematiche insorte nel caso di cessazione anticipata.⁶ Un chiarimento in tal senso da parte del legislatore sarebbe pertanto quanto mai apprezzabile.

✓ **Articolo 16, lett. b) del disegno di legge (servizi offerti da terzi)**

Il comma 3-*quater* dispone che i soggetti gestori dei servizi di telefonia e di comunicazioni elettroniche siano obbligati ad acquisire la prova del previo consenso espresso del cliente in caso di eventuale addebito del costo di servizi in abbonamento offerti da terzi.

Ritengo che tale disposizione sia non solo importante, poiché affronta uno degli abusi maggiormente segnalato dagli utenti, ma che sia anche in grado di risolvere le criticità connesse alla difficoltà di individuare una responsabilità a carico degli operatori in caso di fornitura di servizi da parte di terzi.

✓ **articolo 16, lettera c) del disegno di legge (presidio sanzionatorio)**

Si suggerisce inoltre - al fine di rendere certo il presidio sanzionatorio previsto dal comma 4 del decreto Bersani - di integrare la lettera c) dell'articolo 16 del DDL attraverso un esplicito riferimento al comma 13 dell'articolo 98 del Codice delle comunicazioni elettroniche.

In aggiunta, si propone di prevedere l'innalzamento dell'importo massimo previsto dal medesimo articolo 98 del Codice, per la violazione delle disposizioni poste a tutela degli utenti di comunicazioni elettroniche. Tale importo, attualmente fissato in euro 580.000, è risultato infatti talora di inadeguata deterrenza rispetto a violazioni potenzialmente in grado di incidere su milioni di consumatori, e dunque con un ingente ricaduta in termini economici. Si propone, quindi, l'introduzione della seguente lettera d) all'articolo 16 del presente disegno di legge: “*all'articolo 98, comma 16, del d. lgs.vo 1 agosto 2003 n. 259, le parole «ad euro 580.000,00» sono sostituite dalle*

⁶ Cfr. artt. 4 e 5, Allegato B, delibera n. 645/14/CONS.

seguenti: «ad euro 1.160.000,00»”. Qualora si voglia dare ulteriore forza deterrente, il massimale potrebbe essere alzato fino a 2.500.000 euro, in linea con quanto previsto anche da altre norme dell’ordinamento in materia di tutela dei consumatori⁷.

✓ ***articolo 17 del disegno di legge (procedure di semplificazione nell’identificazione dei clienti)***

Il Codice delle comunicazioni elettroniche, all’articolo 55, comma 7, prevede che per l’identificazione dei clienti dei servizi di telecomunicazioni siano acquisiti, prima dell’attivazione del servizio, i dati anagrafici riportati su un documento di identità, nonché gli estremi del documento presentato dall’acquirente. La *ratio* della norma consiste proprio nella possibilità di risalire, per ragioni di ordine e sicurezza pubblici, agli autori di qualsiasi comunicazione che avvenga mediante servizi telefonici.

Le procedure di identificazione appaiono più semplici nel caso di servizi di rete fissa, poiché ogni utenza dispone di un elemento fisico definito quale un punto di accesso terminale della rete; in tal caso, vengono di solito usate modalità di commercializzazione del servizio a distanza, quali il *teleselling* o il *web*.

Nel caso dei servizi mobili, invece, le esigenze di identificazione diretta dei clienti rendono prevalente l’utilizzo di punti vendita tradizionali. La realizzazione di una rete capillare di punti vendita comporta investimenti rilevanti, che si possono configurare come una vera e propria barriera all’ingresso sul mercato per i nuovi operatori, si pensi ad esempio agli operatori minori.

L’articolo 17 del presente disegno di legge intende semplificare le procedure per l’identificazione in via indiretta del cliente nell’ipotesi di migrazione dell’utenza fra operatori mobili.

L’utilizzo di modalità semplificate di identificazione della clientela, in grado di bilanciare le esigenze di sicurezza con forme di commercializzazione dei servizi meno

⁷ Si citano, a titolo di esempio, il comma 13 dell’art. 98 del Codice delle comunicazioni elettroniche e l’art. 27, commi 9 e 12, del decreto legislativo n. 206/2005 (Codice del consumo), come modificato dal decreto legislativo n. 21/2014, con i quali il legislatore ha previsto un aumento del massimo edittale disposto per le sanzioni irrogate dall’Agcm in materia, fra l’altro, di pratiche commerciali scorrette e inottemperanza ai provvedimenti d’urgenza e a quelli inibitori.

onerose per gli operatori (rispetto all'allestimento di una rete capillare di punti vendita), e più rapide per gli utenti, costituisce indubbiamente una misura efficace dal punto di vista concorrenziale, e di beneficio per i consumatori.

Ad esempio, nel caso di utenti che cambiano operatore tramite le procedure di portabilità del numero mobile, l'identificazione è stata già realizzata in occasione della prima stipula contrattuale. Pertanto, ai fini della messa in atto delle procedure di portabilità potrebbero impiegarsi forme di identificazione indiretta del cliente, come previsto dall'articolo 6 comma 2-*bis* del decreto legge 27 luglio 2005, n. 144, convertito, con modificazioni, dalla legge 31 luglio 2005, n. 155. Un esempio concreto potrebbe rinvenirsi nel Sistema Pubblico dell'Identità Digitale (SPID), di cui all'art. 64 del decreto legislativo n. 82 del 2005, così come attuato dal decreto della Presidenza del Consiglio dei Ministri del 24 ottobre 2014.

Si accoglie quindi con favore la previsione di sistemi di identificazione indiretta, anche mediante ricorso allo SPID, modalità che potrebbe essere utilizzata anche per le procedure di nuova attivazione del contratto di telefonia mobile.

2. Sull'articolo 18 del disegno di legge (mercato dei Servizi postali)

Per quanto concerne l'art. 18 del presente disegno di legge, si esprime un forte e convinto apprezzamento sulla proposta di abrogazione dell'articolo 4 del decreto legislativo 22 luglio 1999, n. 261, riguardante il diritto esclusivo del fornitore del servizio universale di svolgere l'attività di notificazione degli atti giudiziari e delle violazioni del Codice della strada. Si ritiene in particolare che tale misura possa promuovere migliori condizioni concorrenziali nel mercato, consentendo ad altri operatori di fornire servizi che a tutt'oggi sono appannaggio esclusiva di Poste Italiane.

Peraltro il quadro comunitario già prevede che *“gli Stati membri non concedono né mantengono in vigore diritti esclusivi o speciali per l'instaurazione e la fornitura di*

servizi postali”⁸ e, dunque, la misura proposta costituisce un allineamento al quadro europeo in tema di servizi postali.

In merito, si ritiene che oggi non sussistano più particolari esigenze di ordine pubblico che giustifichino la prosecuzione della riserva, considerato anche che molte pubbliche amministrazioni affidano tale particolare attività a messi notificatori. L’apertura alla concorrenza del segmento di mercato delle notificazioni a mezzo posta, che si otterrebbe a valle dell’approvazione del presente disegno di legge nell’attuale formulazione, comporterebbe indubbi benefici per le pubbliche amministrazioni, che potrebbero selezionare offerte più vantaggiose. Si consideri al riguardo che i servizi di notifica degli atti giudiziari e delle violazioni del codice della strada forniti da Poste Italiane hanno generato nel 2014 ricavi pari a 327 milioni di euro, per un totale di oltre 45 milioni di pezzi inviati, registrando rispetto al 2013 una diminuzione sia in termini di ricavi sia in termini di volumi di invii pari rispettivamente al 4,1% e al 2,8%.

Considerata, peraltro, la rilevanza degli interessi connessi alle notificazioni a mezzo posta, appare ragionevole e proporzionato prevedere particolari requisiti di affidabilità, professionalità e onorabilità dei soggetti che eserciteranno tale attività ed altrettanto giustificato imporre loro obblighi a tutela della sicurezza, nonché della qualità, continuità e disponibilità dei servizi offerti.

Al riguardo, si apprezza la proposta di cui al comma 2 dell’articolo 18 di affidare all’Autorità il compito di determinare i requisiti specifici e gli obblighi per il rilascio delle licenze individuali relative ai servizi summenzionati, in analogia con quanto già previsto dall’ordinamento per il rilascio di tutte le licenze e autorizzazioni nel settore postale (decreto legislativo n. 261/1999), competenza, quest’ultima, già in concreto esercitata con l’adozione della delibera n. 129/15/CONS.

Si coglie, altresì, l’occasione di prospettare l’opportunità di inserire la norma di cui al comma 2 dell’articolo 18 del presente disegno di legge come novella al decreto legislativo n. 261 del 1999, al fine di evitare che le nuove competenze dell’Autorità

⁸ Cfr. art. 7, comma 1, 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.

nello specifico settore delle notificazioni a mezzo posta siano previste, a livello primario, da una fonte diversa dal decreto legislativo che disciplina il settore postale ed affida ad Agcom i compiti di Autorità di regolamentazione e vigilanza del settore.

L'occasione odierna mi consente di richiamare le direttrici dell'attività svolta da Agcom allo scopo di realizzare una graduale apertura alla concorrenza del mercato postale. Si tratta di una attività fondata sulla regolamentazione delle condizioni di entrata sia di tipo amministrativo (requisiti per il rilascio di titoli abilitativi), sia di tipo tecnico-economico (condizioni di accesso alla rete postale dell'*incumbent*). Il processo di apertura del mercato alla concorrenza è stato ed è accompagnato da una quotidiana attività di vigilanza e di tutela dei consumatori, che si esplica in particolare nelle aree *i)* del servizio universale, con la regolamentazione dei servizi ancora in regime di parziale o totale esclusiva a favore di Poste Italiane; *ii)* dell'accesso alla rete postale, con la riduzione delle barriere all'ingresso; *iii)* dei titoli abilitativi, favorendo l'entrata di operatori che offrano servizi di qualità; *iv)* della tutela degli utenti, con l'attività di vigilanza sulla qualità dei servizi e sul benessere dei consumatori.

Mi auguro con questo intervento di aver fornito un utile contributo al prezioso lavoro avviato da codesta Commissione, e confido al tempo stesso che i suggerimenti e le proposte che ho inteso fornire possano trovare l'attenzione e il consenso del Legislatore.