



Nexive S.p.A.
sede di Roma
Piazza del Popolo, 18
00187 Roma
Tel: +39 06 367 121
Fax: +39 06 3671 2400

nexive.it

Autorità per le garanzie nelle comunicazioni
Direzione Servizi Postali
Ufficio Regolamentazione
**All'attenzione del responsabile del procedimento, ing. Raffaella Barresi
e del referente, dott. Stefano Palmentieri**

Via Isonzo, 21/b
00198 – Roma

28 marzo 2019

Contributo di Nexive alla Consultazione concernente la verifica del calcolo del costo netto del servizio postale universale per gli anni 2015 e 2016 - Allegato B alla delibera AGCOM n. 571/18/CONS.

Premessa

L'analisi sulla quantificazione del costo netto del servizio universale per gli anni 2015-2016 ci obbliga a premettere alcune riflessioni.

La mancanza di un'offerta *wholesale* di accesso alla rete di Poste Italiane (di seguito PI), non solo rappresenta un limite al pieno sviluppo della concorrenza, come invece avviene in altri mercati, ma non consente a Poste un ulteriore recupero dei costi con la saturazione della rete e delle attività correlate (trasporto, impianti di meccanizzazione, costo del personale) grazie ai volumi di corrispondenza che tutti gli operatori alternativi potrebbero affidargli. Attraverso un procedimento di economie di scala potrebbe essere quindi dimostrato il valore aggiunto economico apportato dagli operatori postali alternativi, la riduzione del costo netto del SU, che in questo modo verrebbe compensato in parte dai competitor e graverebbe pertanto meno sul finanziamento pubblico.





Nexive S.p.A.
sede di Roma
Piazza del Popolo, 18
00187 Roma
Tel: +39 06 367 121
Fax: +39 06 3671 2400

nexive.it

L'AGCOM, tra le sue competenze, ha il compito di adottare “...*provvedimenti regolatori in materia di accesso alla rete postale e relativi servizi, determinazione delle tariffe dei settori regolamentati e promozione della concorrenza nei mercati postali*” (d.lgs. 261/1999).

L'Autorità di regolamentazione può imporre obblighi di accesso in relazione ad elementi dell'infrastruttura o dei servizi postali forniti dal Fornitore del Servizio Universale anche quando detti elementi non costituiscano *essential facilities* in senso stretto o 'colli di bottiglia' in senso economico, essendo sufficiente a tal fine che essi non siano disponibili per tutti gli operatori del mercato. Come ricordato dall'AGCM nel provvedimento A493 il *margin squeeze non* è escluso dalla circostanza che il prodotto all'ingrosso non sia indispensabile per la fornitura del prodotto al dettaglio¹.

L'obbligo di negoziare l'accesso alla rete sul territorio nazionale (imposto dalla Delibera 384/17) **non appare sufficiente**, anche alla luce del potere contrattuale di Poste e dell'assenza di controllo dell'AGCOM sui prezzi praticati, e andrebbe quindi introdotta (sul modello di quanto avviene nelle tlc) un'Offerta di 'Interconnessione' di Riferimento all'ingrosso (OIR) per l'accesso alle varie zone della rete di recapito, con l'obbligo di Poste di applicare tale OIR anche alle proprie divisioni commerciali/clienti finali, in modo che l'AGCOM possa controllare i prezzi e prevenire fenomeni di discriminazione e compressione dei margini. Occorre cioè garantire ai concorrenti di poter ottenere, sulle aree indispensabili a completare l'offerta al cliente finale, gli stessi prezzi praticati da Poste ai propri clienti per lo stesso servizio di recapito, ciò anche in applicazione dei principi di trasparenza e non discriminazione, codificati dalle Direttive europee e dal d. lgs. 261/99, che impongono all'*incumbent* – nel caso in cui egli fornisca accesso in qualsiasi forma – di rispettare il principio di non discriminazione, vale a dire di applicare ai concorrenti che acquistino servizi dallo stesso, condizioni analoghe a quelle applicate ai propri clienti.

¹ È sufficiente, infatti, che l'impresa verticalmente integrata venda all'ingrosso l'input necessario per la produzione di un determinato bene/servizio finale, competendo poi nel relativo mercato al dettaglio, e il differenziale di prezzo tra l'input intermedio e il bene/servizio finale è negativo o così ridotto da non mettere in condizione i concorrenti di poter competere.





Nexive S.p.A.
sede di Roma
Piazza del Popolo, 18
00187 Roma
Tel: +39 06 367 121
Fax: +39 06 3671 2400

nexive.it

Nello scenario attuale, invece, la verifica della ‘replicabilità’ delle offerte di Poste è garantita solo in relazione ad una porzione molto ristretta del territorio, mentre la realtà del mercato (oltre che l’indagine dell’AGCM nel procedimento A493 e le successive Segnalazioni della stessa Autorità) dimostra chiaramente che le aree ‘essenziali’ sono molto più ampie (Nexive, ad esempio, che è il principale operatore infrastrutturato dopo Poste non ha mai raggiunto una copertura totale del territorio), e sono destinate ad aumentare ulteriormente, vista la contrazione dei volumi e le politiche di *pricing* messe in campo da Poste Italiane.

D1 – Si condivide l’impostazione metodologica dell’Autorità sul calcolo del costo netto del servizio universale?

L’Autorità ha valutato il costo netto del SU sostenuto da PI per l’anno 2015 in 378 milioni di euro ed in 355 milioni di euro nel 2016.

Tale costo netto è stato determinato:

- con riferimento al perimetro dei soli servizi postali rientranti negli obblighi di servizio universale (SU) e dunque escludendo gli effetti indiretti sulla domanda di prodotti non universali (postali, ma anche – e soprattutto – finanziari e assicurativi e di telefonia mobile) che una razionalizzazione del SU comporterebbe nello scenario in assenza di obblighi (**NFSU**);
- ipotizzando uno scenario NFSU in cui la qualità dei servizi offerti dall’operatore designato si riduce drasticamente.
- riconoscendo l’esistenza di vantaggi commerciali, ma ricondotti al solo valore del *brand* e alle maggiori occasioni di contatto;





Nexive S.p.A.
sede di Roma
Piazza del Popolo, 18
00187 Roma
Tel: +39 06 367 121
Fax: +39 06 3671 2400

nexive.it

- valutando l'onere sopportato da PI, come quantificato come iniquo alla luce di criteri elaborati in alcuni Paesi europei in cui l'operatore FSU offre prevalentemente – e diversamente da PI – servizi postali.

Prima di analizzare in dettaglio tali aspetti, Nexive intende sottoporre all'attenzione dell'Autorità la necessità che siano presi in considerazione gli effetti indiretti sulla domanda di prodotti finanziari e assicurativi che la drastica riorganizzazione del SU ipotizzata da PI comporterebbe.

Nexive ritiene pertanto necessario un allargamento del perimetro considerato da AGCOM per il calcolo del costo anche a servizi diversi da quelli postali, alla luce della peculiare strategia commerciale adottata da PI.

Diversamente dagli altri *incumbent* postali europei, PI ha infatti adottato un modello di *business* incentrato su un uso intensivo della rete postale universale – circa 13000 sportelli sul territorio nazionale - per la promozione e vendita di prodotti diversi da quelli postali, principalmente finanziari e assicurativi, che rappresentano oggi il vero *core business* di PI.

Per giungere ad una stima realistica del costo netto del SU, l'Autorità dovrebbe più opportunamente effettuare le proprie valutazioni confrontando uno scenario fattuale riferito a tutta PI con uno scenario controfattuale in cui il fornitore designato ri-ottimizzi la sua intera organizzazione in assenza di obblighi di SU, includendo anche la gestione delle attività non universali (cioè tutti gli altri servizi, inclusi i servizi postali non universali e quelli finanziari).

Nexive invita pertanto l'Autorità ad optare per un allargamento del perimetro, sin da ora, senza rimandare una scelta così delicata ad anni futuri.

Come ampiamente dimostrato, PI offre attraverso la propria rete commerciale universale (UP e personale) una varietà di prodotti finanziari e assicurativi che nel 2015 le ha consentito di realizzare un fatturato pari a € 5,2 miliardi di euro nel segmento finanziario e





Nexive S.p.A.
sede di Roma
Piazza del Popolo, 18
00187 Roma
Tel: +39 06 367 121
Fax: +39 06 3671 2400

nexive.it

a € 21,4 miliardi di euro nel segmento assicurativo² e per l'esercizio 2016 ricavi per il segmento assicurativo pari a € 23,8 miliardi e per il segmento finanziario pari a € 5,3 miliardi³.

Tale uso diversificato della rete ha consentito a PI di godere di rilevanti vantaggi commerciali, che tuttavia AGCOM ha riconosciuto solo in parte, come maggiore valore del *brand* e maggiori occasioni di contatto, quantificandoli in soli 116 milioni di euro per il 2015 e 117 milioni di euro per il 2016.

In questa prospettiva, non si può non tener conto che i benefici di cui PI gode dal suo *status* di operatore designato sono molto più ampi e di ammontare notevolmente superiore a quello quantificato da AGCOM.

Date le peculiarità dell'*incumbent* è dunque ragionevole ipotizzare che uno scenario controfattuale, in cui il fornitore designato riorganizzi l'intera struttura in assenza di obblighi di servizio universale, al fine di massimizzare i propri profitti, tenderà a preservare il più possibile i ricavi derivanti dai servizi finanziari e assicurativi, mantenendo inalterata la rete di cui si avvale per assicurarli (rete commerciale). Quindi, uno scenario "controfattuale" relativo all'intera azienda deve basarsi su presupposti diversi rispetto ad uno scenario "controfattuale" riferito ai soli servizi postali universali.

Dovrebbero essere tenuti in considerazione gli importi riconosciuti da BancoPosta annualmente alla divisione Servizi Postali e Commerciali di PI come remunerazione dei servizi resi dalla rete commerciale (uffici postali e personale) nel biennio 2015-2016.

Poiché tali importi sono stati determinati in funzione dei costi sopportati da PI per la gestione della propria rete, è ragionevole ipotizzare che se la rete postale degli sportelli venisse riconfigurata come ipotizzato da PI (con la chiusura di circa il 70% degli sportelli) i costi di gestione della stessa si ridurrebbero, ma conseguentemente si ridurrebbe anche il contributo che PI riceve da BancoPosta e Poste Vita a copertura di tali costi.

² Relazione Finanziaria Poste Italiane 2015

³ Relazione Finanziaria Poste Italiane 2016





Nexive S.p.A.
sede di Roma
Piazza del Popolo, 18
00187 Roma
Tel: +39 06 367 121
Fax: +39 06 3671 2400

nexive.it

Un altro vantaggio competitivo di cui PI gode, che gli deriva in particolare dall'estensione e capillarità della propria rete di UP, è quello relativo alle commissioni che BancoPosta incassa annualmente da Cassa Depositi e Prestiti per la distribuzione in esclusiva di prodotti di risparmio postale (Buoni Fruttiferi postali e libretti postali).

Rispetto ad altri operatori finanziari, Poste, con un numero di sportelli di poco inferiore a quello totale delle prime cinque banche italiane, dispone della rete territorialmente più estesa e capillare in Italia. Tale potente macchina distributiva, costruita nel tempo attraverso pubblico finanziamento, di cui PI si è dotata per espletare gli obblighi di SU, le conferisce un vantaggio commerciale significativo che le consente di raccogliere risparmio postale meglio di quanto farebbero altri canali distributivi.

Nello scenario NFSU ipotizzato da PI, e condiviso da AGCOM, PI si troverebbe per contro a disporre di una rete commerciale con un numero di punti di accesso (4.500) molto inferiore rispetto sia a quello di cui attualmente dispone (13.000 circa) sia a quello di altri importanti istituti di credito come Unicredit o IntesaSanPaolo.

In un tale scenario, è ragionevole sostenere che le entrate garantite dall'accordo di distribuzione con CDP si ridurrebbero, non solo perché PI riuscirebbe a raggiungere meno clienti, ma anche perché, in uno scenario NFSU, CDP potrebbe, in via del tutto ipotetica, ragionevolmente decidere di distribuire i propri prodotti anche attraverso canali diversi da PI, non concedendogli l'esclusiva, o di rinegoziare le *fee* che attualmente riconosce a PI.

Di tali aspetti, di cui certamente nell'elaborare lo scenario NFSU AGCOM deve tener conto, Nexive invita pertanto l'Autorità a riesaminare approfonditamente la questione.

D2 – Si condivide l'orientamento metodologico dell'Autorità in merito all'analisi sui ricavi persi in un contesto di assenza di obblighi di SU?





PI ha determinato i ricavi persi in assenza di obblighi di SU in base a specifiche ipotesi di riorganizzazione, le quali prevedono una drastica riduzione della qualità del servizio reso e più precisamente che:

- la chiusura di circa il 70% degli uffici postali di PI (la rete sarebbe composta da 4.500 UP rispetto agli attuali 13.000 circa sportelli) e la riduzione della rete di accettazione *business*.
- la razionalizzazione del recapito con drastica riduzione della frequenza di recapito;
- la soppressione delle reti veloci (rete SAN e 75% della rete J+1), con conseguente trasferimento dei volumi trasportati sulla rete j+3;
- l'eliminazione delle attività di smistamento all'interno di tutti i CP che verrebbero dedicati solo ad attività di videocodifica e transit point;

Su questa base, e considerando che in assenza di obblighi PI offrirebbe solo servizi soggetti ad IVA, PI stima per il 2015 una contrazione dei ricavi di 260 milioni di euro, di cui 177 nel solo comparto dei servizi universali e di 245 milioni nel 2016, di cui 180 nel SU.

AGCOM ha rettificato in parte le stime presentate da PI calcolando una contrazione dei ricavi nel comparto dei soli servizi universali pari a 220 milioni di euro nel 2015 e a 184 milioni di euro nel 2016.

Nexive, pur concordando con la necessità di rettificare le stime di PI, ritiene tuttavia che l'Autorità sottostimi ancora la riduzione di ricavi che PI registrerebbe in uno scenario NFSU in cui si prevede una così drastica riduzione del livello qualitativo del servizio che PI offre.

D3 – Si condivide l'orientamento dell'Autorità in merito ai costi evitati nella rete di accettazione business e della vuotatura delle cassette in assenza di obblighi di SU?

Per quanto riguarda la razionalizzazione della rete di accettazione, la scrivente Nexive ritiene che dovrebbero opportunamente essere considerati anche i costi incrementali dei





Nexive S.p.A.
sede di Roma
Piazza del Popolo, 18
00187 Roma
Tel: +39 06 367 121
Fax: +39 06 3671 2400

nexive.it

pick up presso i clienti, come conseguenza della riduzione del numero dei punti di accesso alla rete. I prodotti all'interno del perimetro del SU non riguardano solo clientela *retail* ma anche parte della clientela *business* per la quale vi sono modalità di accettazione diverse.

D4 - Si condivide l'orientamento dell'Autorità in merito ai costi evitati della raccolta in assenza di obblighi di SU?

PI propone uno scenario controfattuale NFSU in cui ipotizza la chiusura di 8.500 UP (sportelli), quasi il 70% del totale. Lo scenario proposto non appare condivisibile per le seguenti ragioni.

Ci sono convincenti evidenze che indichino come PI, in assenza di obblighi di servizio universale, si doterebbe con ogni probabilità di una rete commerciale non molto diversa da quella attuale.

Il modello di riduzione della rete ipotizzata da PI sarebbe del tutto incongruente con le strategie di altri operatori competitors di PI, dotati di capillari reti distributive.

Si vuole ricordare anche in questa sede che per il collocamento dei prodotti Banco Posta e Poste Vita, PI si avvale prevalentemente della rete degli UP. La forza lavoro di PI si concentra nella rete commerciale che si occupa in misura consistente del collocamento dei prodotti finanziari e assicurativi.

I competitors di PI nel business finanziario e assicurativo hanno adottato strategie commerciali diverse da quella che ipotizza PI in assenza di vincoli: continuano a garantire una ampia copertura del territorio, preferendo alle chiusure, nelle aree a bassa potenzialità, l'utilizzo di sportelli leggeri ad esempio riducendo l'orario di apertura o il personale addetto.





Nexive S.p.A.
sede di Roma
Piazza del Popolo, 18
00187 Roma
Tel: +39 06 367 121
Fax: +39 06 3671 2400

nexive.it

Se l'operatore FSU volontariamente offre un servizio a livelli qualitativi superiori a quelli che impone l'obbligo di servizio universale, lo fa in quanto non sostiene alcun costo netto derivante da quello specifico obbligo, che quindi non necessita di essere compensato.

Secondo una stima prudenziale (per eccesso) fornita dalla società Poste italiane e riportata dall'Autorità nelle premesse della delibera 342/14/CONS, il numero minimo di uffici postali necessari ad assicurare il rispetto dei vigenti criteri di distribuzione è pari a circa 11.800 uffici, per cui il numero di uffici postali che Poste Italiane avrebbe potuto decidere di chiudere è pari a poco più di 1.100 uffici (il numero degli uffici postali da 13.048 unità al 31 dicembre 2015 è sceso a 12.845 unità al 31 dicembre 2016). Tuttavia, PI si è dotata di un numero di sportelli superiore alle unità strettamente necessarie a soddisfare gli obblighi di Servizio Universale. Riducendo la propria rete nel modo ipotizzato da Poste, inoltre, va considerato che banche assicurazioni ed altri operatori porrebbero in opera aggressive strategie commerciali volte ad intercettare i molti clienti di PI che non troverebbero più lo sportello presso il quale abitualmente acquistavano prodotti bancari assicurativi e finanziari. Nello scenario che vede la riduzione della rete si modificherebbero, oltre ai ricavi bancari e finanziari del Gruppo, anche i ricavi da servizi assicurativi che oggi sono prevalenti. Nella vendita di prodotti assicurativi si ricorda che le banche non sono gli unici competitor di Poste, ma ci sono numerosi altri *player* ancora più rilevanti come le compagnie di assicurazioni e le reti dei promotori finanziari.

D.5 Si condivide l'orientamento dell'Autorità in merito ai costi evitati dello smistamento in assenza di obblighi di SU?

Non convince lo scenario controfattuale NFSU in cui PI ipotizza, in assenza di obblighi da servizio universale, la trasformazione di 6 dei 16 CMP di cui era dotata nel 2015 e 2016 in centri manuali per la lavorazione dei prodotti della clientela *retail*. Si tenga presente infatti





Nexive S.p.A.
sede di Roma
Piazza del Popolo, 18
00187 Roma
Tel: +39 06 367 121
Fax: +39 06 3671 2400

nexive.it

che Nexive, non soggetta a obblighi di servizio universale, per servire tramite meccanizzazione il territorio italiano si è dotata nel 2016 di 12 centri meccanizzati.

D.6 Si condivide l'orientamento dell'Autorità in merito ai costi evitati del trasporto in assenza di obblighi di SU?

A oggi PI sulla rete J+1 fa viaggiare oltre ai tradizionali prodotti soggetti a obblighi di SU, anche, se non soprattutto, *parcel* fino a 2 kg, come da contratto con uno dei principali clienti di PI stessa ovvero Amazon (attraverso la formula *Amazon prime*). Pertanto, la soppressione o riduzione della rete veloce sarebbe estremamente controproducente e, comunque, insieme alla riduzione dei costi andrebbero quantificate anche la relativa diminuzione dei ricavi su tale tipologia di offerta.

D.7 Si condivide l'orientamento dell'Autorità in merito ai costi evitati della distribuzione in assenza di obblighi di SU?

Nexive condivide l'orientamento dell'Autorità sul punto.

D.8 Si condivide l'orientamento dell'Autorità in merito ai costi evitati del recapito in assenza di obblighi di SU?

Il modello NFSU elaborato da PI non tiene conto degli impatti derivanti dalla significativa riduzione della frequenza di recapito, quali l'aumento dei costi di giacenza (legati alla necessità di maggiore spazio di stoccaggio dei prodotti di corrispondenza), la maggiore complessità di gestione della corrispondenza, l'aumento della *drop density* (ossia il numero di consegne per punto del territorio servito) e i limiti operativi legati alla saturazione della prestazione del portalettere con aumento dei costi del personale per straordinario e





Nexive S.p.A.
sede di Roma
Piazza del Popolo, 18
00187 Roma
Tel: +39 06 367 121
Fax: +39 06 3671 2400

nexive.it

prestazioni c.d. aggiuntive (abbinamento). Tali effetti tendono a ridurre i risparmi dei costi di recapito. Inoltre, la riduzione della frequenza di recapito ipotizzata da PI non sarebbe compatibile con gli SLA tipicamente richiesti dal mercato e potrebbe generare una maggiore perdita di volumi.

In base all'esperienza di mercato, la frequenza di recapito ipotizzata da PI nello scenario NFSU non sarebbe minimamente appetibile come servizio per la clientela *business*.

Il passaggio del 53% della popolazione al recapito 1 volta alla settimana comporta una diminuzione di efficienza dell'operatore postale: il modello ipotizzato infatti è sicuramente molto più complesso da gestire e da implementare e presuppone, quindi, competenze gestionali più avanzate nei responsabili di ogni singola unità di recapito.

Si condivide l'orientamento dell'Autorità che non ritiene opportuna una riduzione degli uffici di recapito in funzione del mantenimento del servizio di recapito su tutto il territorio nazionale e anche perché una riduzione degli uffici di recapito determinerebbe un allungamento dei tempi di percorrenza del portalettere laddove la minor frequenza di recapito ha aumentato i volumi di corrispondenza in giacenza.

Non si condivide l'approccio relativo alla riduzione dei ripartitori interni, in quanto il loro dimensionamento dipende unicamente dai volumi totali da smistare e non dal numero di fasi di ripartizioni da eseguire.

D.9 Si condivide l'orientamento dell'Autorità in merito costi evitati della rete commerciale in assenza di obblighi di SU?

Secondo Nexive sarebbe opportuno condurre un'approfondita analisi su come si modificherebbero i ricavi finanziari e assicurativi di PI nello scenario NFSU ipotizzato che prevede una così drastica riduzione degli UP.





Nexive S.p.A.
sede di Roma
Piazza del Popolo, 18
00187 Roma
Tel: +39 06 367 121
Fax: +39 06 3671 2400

nexive.it

Si ribadisce che, se l'operatore FSU volontariamente offra un servizio a livelli qualitativi superiori a quelli che gli impone l'obbligo di servizio universale, lo fa in quanto non sostiene alcun costo netto derivante da quello specifico obbligo, che pertanto non necessita di essere compensato.

D.10 Si condivide l'orientamento dell'Autorità in merito ai costi evitati sull'IVA detraibile in assenza di obblighi di SU?

Preliminarmente, Nexive ritiene che l'Autorità dovrebbe effettuare contestualmente l'analisi dei costi relativi alla detraibilità dell'IVA e dei benefici derivanti dall'esenzione IVA in assenza di obblighi di Servizio Universale. Analizzando quindi gli effetti sui costi separatamente da quelli sui ricavi (considerati congiuntamente insieme a vari altri effetti, quali la riduzione dei volumi di traffico derivanti da una minore frequenza di recapito, la riduzione del recapito J+1 e la chiusura degli UP) Nexive ritiene che AGCOM non dia adeguata evidenza del risultato principale, ovvero che l'effetto netto della indetraibilità dell'IVA è un beneficio per PI e non un costo.

Infatti, in assenza di obblighi:

- da un lato, l'operatore NFSU potrebbe detrarre l'IVA sulla totalità dei costi sostenuti per l'acquisto di beni e servizi esterni;
- dall'altro sarebbe però obbligato ad aumentare i prezzi, applicando l'IVA, per tutti i servizi postali attualmente ricompresi nel Servizio Universale. Sarebbero particolarmente sensibili a tale aumento i soggetti che non sono in grado, a loro volta, di detrarre l'IVA, e cioè tutto il segmento *consumer* e, nel segmento *business*, la Pubblica Amministrazione, le banche, le assicurazioni e le associazioni *non profit*





Nexive S.p.A.
sede di Roma
Piazza del Popolo, 18
00187 Roma
Tel: +39 06 367 121
Fax: +39 06 3671 2400

nexive.it

(80% circa dei volumi di PI): la loro domanda di servizi postali verrebbe quindi a ridursi.

Entrambi gli effetti devono essere considerati congiuntamente, al fine di valutare se l'effetto netto complessivo dell'applicazione del regime di esenzione IVA costituisca un "beneficio netto" oppure un "costo netto": come mostrano i dati forniti ad AGCOM da PI che di seguito si commentano, in assenza di obblighi si registrerebbe un beneficio netto, e non un costo.

La perdita di ricavi che PI sosterebbe perdendo l'esenzione IVA dipende dalla elasticità al prezzo della domanda di servizi postali di PI, nonché dalla percentuale di ricavi di clienti di PI sensibile all'aumento dell'IVA.

A questo proposito, PI:

- dichiara di avere un'elasticità al prezzo mediana pari a -0,5 per gli invii di clienti di tipo Finance e Pubblica Amministrazione. Ciò implica che, a fronte di un aumento dei prezzi del 22%, l'operatore NFSU vedrebbe diminuire i propri ricavi di una percentuale pari al 11%;
- ha dichiarato⁴ di avere una percentuale di ricavi da clienti sensibili all'IVA non inferiore al 50% dei ricavi totali del servizio universale.

Dal momento che i ricavi di PI da servizio universale corrispondono a circa 1,7 miliardi di euro per il 2015 e 1,5 miliardi per il 2016⁵, i ricavi derivanti da clienti 'sensibili' all'aumento IVA sono non inferiori a 850 milioni di euro nel 2015 e a 750 milioni nel 2016.

⁴ AGCM, Provvedimento n° 24293 di chiusura istruttoria A441 – *Applicazione dell'IVA sui servizi postali*, punto 132. Nel presente Schema, il dato sulla porzione di clienti sensibili all'IVA è invece omissato (para. 77).

⁵ Fonte Relazione annuale AGCOM 2017





Pertanto, l'introduzione dell'IVA corrisponderebbe ad una diminuzione dei ricavi da servizio universale pari almeno a 93 milioni di euro nel 2015 e a 82 milioni nel 2016⁶.

Poiché i costi evitabili da indetraibilità dell'IVA sono pari, secondo le stime di PI condivise da AGCOM, a 54 milioni di euro per il 2015 e a 48 milioni per il 2016, è agevole verificare come la perdita di ricavi dovuta all'introduzione dell'IVA sarebbe in ogni caso superiore rispetto al recupero dell'IVA indetraibile.

Per Nexive, quindi, non vi è alcun costo netto derivante dall'indetraibilità dell'IVA, poiché il regime di esenzione IVA costituisce un beneficio netto per PI, come peraltro è stato accertato da molteplici studi⁷;

D.11 Si condivide l'orientamento dell'Autorità in merito agli altri costi evitati in assenza di obblighi di SU?

Per rispondere a tale quesito sarebbe stata necessaria da parte dell'Autorità una maggiore chiarezza e un maggior dettaglio sulle componenti dei costi sia indiretti, sia *overheads* per consentire un'analisi più puntuale.

Per quanto riguarda gli altri costi evitabili, nello scenario NFSU, PI prevede:

- per i costi indiretti, un risparmio pari a 27 milioni di euro, per il 2015 e a 36 milioni di euro, per il 2016;
- per gli *overheads*, un risparmio pari a 31 milioni di euro, per il 2015 e a 36 milioni di euro, per il 2016.

⁶ Stiamo così ipotizzando che -0,5 sia l'elasticità della domanda dei clienti 'sensibili al prezzo'. Se invece tale valore si riferisse al complesso dei clienti, la perdita di ricavi sarebbe circa doppia di quella indicata nel testo, e il beneficio netto derivante a PI dalla non detraibilità dell'IVA sarebbe ancora superiore.

⁷ WIK-Consult, *Definition, classification and methodology for evaluating intangible benefits related to universal postal service*, Report for ARCEP, May 2010, pag. 56.





Nexive S.p.A.
sede di Roma
Piazza del Popolo, 18
00187 Roma
Tel: +39 06 367 121
Fax: +39 06 3671 2400

nexive.it

Su tali punti, le valutazioni dell’Autorità sono totalmente oscure perché AGCOM si limita ad osservare che ritiene “*opportuno modificare i costi indiretti e gli overheads ipotizzati da PI nello scenario NFSU sulla base delle rettifiche apportate alle varie fasi del processo produttivo, come descritte sopra*”, non fornendo tuttavia alcun dettaglio sulle valutazioni condotte, sui conteggi effettuati, ma soprattutto sulla scelta di considerare nel calcolo del SU tali costi indiretti.

Ciò premesso, Nexive vuole comunque sottolineare come nel modello di costo adottato dall’Autorità, le risorse afferenti ai costi indiretti non possano essere evitate in assenza di obblighi di servizio universale. In altre parole, se PI cessasse di fornire i servizi rientranti nell’obbligo di SU, tali costi non si ridurrebbero perché PI li continuerebbe a sostenere per fornire i servizi (postali e non) che – anche in assenza di OSU – troverebbe conveniente offrire sul mercato.

In conclusione, Nexive ritiene che i costi indiretti e *overheads* dovrebbero essere certamente esclusi dal calcolo del costo netto: questi non sono costi evitabili, e computabili negli OSU. Considerarli porterebbe ad una significativa sovrastima dei costi.

D.12 Si condividono le valutazioni dell’Autorità in merito ai vantaggi intangibili e commerciali derivanti dagli obblighi di SU?

Si ritiene che AGCOM abbia sottostimato il vantaggio di cui PI gode in virtù del maggior valore del *brand* derivante dal suo *status* di FSU e delle maggiori occasioni di contatto.

Poste è presente capillarmente su tutto il territorio nazionale e offre servizi anche in aree in cui i concorrenti non valutano profittevole operare. Ciò viene percepito positivamente dalla collettività, e questa percezione si riflette in un valore del *brand* dell’operatore designato maggiore di quanto altrimenti non si verificherebbe.

Tale riflesso è molto significativo, come suggeriscono diverse e autorevoli fonti informative:





- secondo una ricerca di mercato⁸, circa il 72% degli intervistati ritiene che Poste Italiane sia una importante e prestigiosa società, circa il 71% che sia una società affidabile e l'83% ha affermato che la stessa ha una presenza capillare sul territorio.
- secondo BancaMI, PI "si avvantaggia di un marchio ben conosciuto, percepito come affidabile e degno di fiducia, che assicura una solida fidelizzazione del cliente"⁹.

Tali evidenze mostrano chiaramente come anche il *brand* di PI – come quello degli altri operatori FSU europei – ha certamente un valore molto elevato, di cui una larga porzione gli deriva dallo *status* di operatore FSU. Invece, AGCOM stima vantaggi commerciali molto contenuti e pari a 105 milioni di euro per il 2015 ed a 106 milioni di euro per il 2016.

Anche PI propone una valutazione del contributo del Servizio Universale al proprio *business* attraverso un'indagine (CRA) che però AGCOM ha reso solo parzialmente disponibile ai rispondenti alla consultazione.

Non sono stati forniti infatti dati numerici puntuali con riferimento al questionario sottoposto ai clienti. In assenza di tali informazioni, Nexive non può esprimere una valutazione completa sull'indagine.

Ciò premesso, Nexive ritiene possibile replicare il modello di calcolo dei vantaggi proposto da PI utilizzando i dati disponibili nel Prospetto di Collocamento di PI¹⁰. In base a questi dati, il vantaggio che si può calcolare è ben superiore a quello stimato da PI e AGCOM.

Per stimare il vantaggio commerciale derivante dalla fornitura del SU possono essere presi come riferimento i seguenti valori:

- A) La quota in % di intervistati che ha scelto i prodotti BancoPosta per ragioni riconducibili alla fornitura del SU in base all'indagine CRA;

⁸ Ricerca CATI Methodology basata su 4.000 soggetti intervistati fra il 4 giugno 2015 e il 16 giugno 2015.

⁹ BancaMI, "La più grande infrastruttura di servizi in Italia", 20 gennaio 2016.

¹⁰ Prospetto Informativo relativo all'Offerta Pubblica di Vendita di Poste Italiane.





- B) La quota in % dei ricavi finanziari generati dagli UP che nello scenario NFSU sarebbero chiusi
- C) EBIT dei servizi finanziari di PI

Nel Prospetto, si riportano i risultati di un'indagine di mercato condotta da PI basata su 4.000 soggetti intervistati fra il 4 giugno 2015 e il 16 giugno 2015 da cui risulta che *"l'83% [del campione] ha affermato che la stessa ha una presenza capillare sul territorio"*.

Tale percentuale rappresenta secondo Nexive una buona *proxy* del vantaggio competitivo di cui PI gode dal suo *status* di operatore designato, ed invita AGCom ad utilizzare tale dato, di fonte PI, in luogo delle percentuali (di cui Nexive non conosce il valore) fornite da PI nel corso dell'istruttoria (punto **A**).

Sempre seguendo la metodologia di PI, tale percentuale viene moltiplicata per la quota dei ricavi finanziari generati dagli UP che sarebbero chiusi nello scenario NFSU. Anche tale percentuale non è disponibile, ma si può ricavare dal Prospetto di collocamento quando si legge che *"il 27% degli uffici postali ha dimensioni superiori ai quattro sportelli ed è ubicato prevalentemente nei comuni a maggior densità abitativa. Tali uffici generano il 63% dei ricavi totali del settore"*¹¹. Per differenza la percentuale di ricavi finanziari generati dagli UP periferici, destinati ad essere chiusi è pari al 37% (**B**).

L'EBIT del settore finanziario e assicurativo (**C**) per gli anni 2015 e 2016 dovrebbe quindi essere ponderato per tali valori.

D.13 Si condividono le valutazioni dell'Autorità in merito all'iniquità dell'onere del SU?

¹¹ Prospetto, p. 207.





Nexive S.p.A.
sede di Roma
Piazza del Popolo, 18
00187 Roma
Tel: +39 06 367 121
Fax: +39 06 3671 2400

nexive.it

L’Autorità, per valutare l’eventuale carattere iniquo del costo netto del SU, si limita a richiamare criteri applicati in alcuni Paesi europei ed in particolare in quei Paesi (Portogallo, Austria, Belgio) in cui è stata esplicitamente fissata una percentuale (dei ricavi o dei costi del SU) superata la quale il costo netto è da considerarsi iniquo.

Secondo AGCOM, infatti, applicando le percentuali utilizzate dai paesi citati, al costo netto del SU di PI per gli anni 2015 e 2016, risulta che l’onere sostenuto dall’operatore è iniquo, quindi meritevole di finanziamento.

Nexive non condivide l’orientamento dell’Autorità sul punto e osserva in generale come ricorrere ad un confronto internazionale, date le specificità del *business* di PI sopra richiamate, sia errato quando si voglia determinare il carattere iniquo del costo netto del SU. I criteri sviluppati negli altri Paesi europei sono infatti stati elaborati tenendo conto delle caratteristiche del FSU di ciascun Paese. Ma, come discusso, PI rappresenta un *unicum* nel settore postale, con poche somiglianze rispetto agli altri incumbent europei.

Di ciò si ha una chiara evidenza anche analizzando i dati della Universal Postal Union che mostrano come PI sia l’unico incumbent europeo che realizza gran parte dei propri ricavi dalla fornitura di prodotti diversi da quelli postali.

In ogni caso, il confronto internazionale condotto da AGCOM è incompleto, perché esclude quei Paesi che hanno scelto di adottare criteri più articolati rispetto alla fissazione di una percentuale, e che meglio considerano aspetti che nella valutazione dell’equità (o non equità) di un costo netto assumono una rilevanza centrale specie in quelle situazioni in cui l’operatore designato offre – attraverso le risorse di cui è dotato per il SU – prodotti diversi da quelli universali.

Secondo ERGP, l’iniquità del costo netto dovrebbe invece essere valutata considerando congiuntamente una serie di fattori, tra cui:

- la posizione finanziaria del fornitore del servizio universale;





- se il costo netto positivo influenza in misura significativa la profittabilità del fornitore del servizio universale e la sua abilità di ritrarre un equo tasso di rendimento del capitale investito;
- cambiamenti nella profittabilità (l'onere è eccessivo se il potere di mercato del fornitore del servizio universale non è sufficiente a controbilanciare l'onere dell'offerta del servizio universale, in modo tale da mantenere un livello ragionevole di profitto);
- l'esistenza di differenze significative tra il profitto del fornitore del servizio universale ed il profitto degli operatori concorrenti (il servizio universale genera un onere finanziario eccessivo se il profitto del fornitore è inferiore al profitto dei competitor);
- cambiamenti significativi negli indicatori finanziari (ad esempio, EBITDA e margini);
- il livello di utilizzo dei servizi postali;
- le quote di mercato (se il fornitore del servizio universale è in grado di mantenere quote di mercato elevate, il costo netto del servizio universale non rappresenta con ogni probabilità un onere finanziario eccessivo).

L'esigenza di valutare l'iniquità del costo netto alla luce di questi più ampi criteri è, infine, evidenziata anche dalla Commissione Europea che, nell'ambito del Rapporto sull'applicazione della Direttiva 97/67/CE, ricorda che l'iniquità deve essere rapportata, inter alia, alle condizioni di mercato, alla situazione finanziaria dell'impresa ed alla redditività del fornitore del servizio universale. Nexive osserva da ultimo come AGCOM abbia correttamente fatto riferimento alla giurisprudenza formatasi in materia di finanziamento del costo netto del SU, ed in particolare alla sentenza della Corte di giustizia dell'Unione europea che, nel pronunciarsi sul caso Commissione europea v. Regno del Belgio, C-222/08, in data 6 ottobre 2010, ha chiarito che *"di iniquità si può parlare se, per*





Nexive S.p.A.
sede di Roma
Piazza del Popolo, 18
00187 Roma
Tel: +39 06 367 121
Fax: +39 06 3671 2400

nexive.it

l'impresa fornitrice del SU, l'onere presenta un carattere eccessivo rispetto alla sua capacità di sostenerlo".

Nexive ritiene però che l'Autorità non abbia da questo precedente tratto le debite conseguenze ossia che la Corte, quando indica le procedure per accertare l'iniquità dell'eventuale costo netto, si è riferita all'impresa fornitrice del SU complessivamente considerata, e dunque non solo ai risultati che l'impresa realizza nell'offerta di servizi tra i quali rientrano quelli oggetto di OSU.

Nexive ritiene che non vi sia alcun dubbio che la sostenibilità finanziaria dell'eventuale costo netto del SU in capo a PI debba essere valutata con riferimento alla redditività complessiva del Gruppo Poste Italiane, che trova la sua piena rappresentazione contabile (patrimoniale, economica e finanziaria) nel bilancio consolidato del Gruppo Poste Italiane.

Tale conclusione è poi ancora più pertinente quando si consideri che i risultati economici di PI dipendono dall'uso condiviso di una parte rilevante degli asset impiegati per fornire servizi postali universali.

Non essendovi uno specifico criterio economico che consenta di accertare il 'carattere iniquo' di un particolare onere, Nexive osserva tuttavia che un onere iniquo non può che generare un rendimento non equo del capitale investito nell'azienda su cui quell'onere grava. Dal punto di vista economico, tale onere iniquo può essere accertato ponendo a confronto il rendimento del capitale dell'operatore FSU con quello di altri operatori ragionevolmente comparabili.

D.15 Si condivide l'orientamento dell'Autorità in merito al fondo di compensazione?

Nexive condivide l'analisi dell'Autorità che non ritiene opportuno procedere all'attivazione del fondo di compensazione.





Nexive S.p.A.
sede di Roma
Piazza del Popolo, 18
00187 Roma
Tel: +39 06 367 121
Fax: +39 06 3671 2400

nexive.it

