

**SCHEMA DI PROVVEDIMENTO**

**DETERMINAZIONE DELLE TARIFFE MASSIME DEI SERVIZI POSTALI  
RIENTRANTI NEL SERVIZIO UNIVERSALE DI POSTE ITALIANE**

**L'AUTORITÀ**

NELLA sua riunione di Consiglio del \_\_\_\_\_;

VISTA la legge 31 luglio 1997, n. 249, recante “*Istituzione dell’Autorità per le garanzie nelle comunicazioni e norme sui sistemi delle telecomunicazioni e radiotelevisivo*”, e successive modifiche e integrazioni;

VISTO il decreto legislativo n. 261 del 22 luglio 1999 recante “*Attuazione della direttiva 97/67/CE concernente regole comuni per lo sviluppo del mercato interno dei servizi postali comunitari e per il miglioramento della qualità del servizio*”, nella versione vigente, in particolare l’art. 2 comma 4 lett. d);

VISTO il decreto-legge 6 dicembre 2011, n. 201, recante “*Disposizioni urgenti per la crescita, l’equità e il consolidamento dei conti pubblici*”, come convertito dalla legge 22 dicembre 2011, n. 214 e, in particolare, l’art. 21;

VISTA la deliberazione CIPE n. 77 del 29 settembre 2003 recante “*Linee guida sulla regolazione del settore postale*”;

VISTO, in particolare, l'articolo 13, commi 2 e 3 del decreto legislativo n. 261 del 22 luglio 1999 che stabilisce che: “*Le tariffe delle prestazioni rientranti nel servizio universale sono determinate, nella misura massima, dall’ Autorità di regolamentazione, tenuto conto dei costi del servizio e del recupero di efficienza. In sede di prima applicazione si fa riferimento alle linee guida di cui alla deliberazione CIPE n. 77 del 29 settembre 2003*” (comma 2) e che “*Le tariffe di cui al comma 2 sono fissate nel rispetto dei seguenti criteri: a) essere ragionevoli e permettere di fornire servizi accessibili all’ insieme degli utenti; c) essere fissate ove opportuno o necessario, in misura unica per l’intero territorio nazionale; d) non escludere la facoltà del fornitore del servizio universale di concludere con i clienti accordi individuali; e) essere trasparenti e non discriminatorie*” (comma 3);

VISTI i Contratti di Programma tra il Ministero dello sviluppo economico e Poste Italiane;

CONSIDERATO che il Contratto di programma tra il Ministero dello sviluppo economico e Poste Italiane per il triennio 2009-2011 è stato approvato con legge 12 novembre 2011, n. 183 *“fatti salvi gli adempimenti previsti dalla normativa comunitaria”*;

VISTA la decisione della Commissione europea C(2012)8230final del 20 novembre 2012, con la quale sono stati approvati i trasferimenti statali verso Poste Italiane, a parziale copertura degli oneri connessi con lo svolgimento degli obblighi di servizio postale universale, di cui all'art.9 del Contratto di programma 2009-2011;

CONSIDERATO che di conseguenza risulta perfezionata l'efficacia del Contratto di programma 2009-2011;

VISTO il decreto del Ministero delle Comunicazioni n. 22286 del 12 maggio 2006, recante *“Disposizioni in materia di invii di corrispondenza rientranti nell'ambito del servizio postale universale. Tariffe e prezzi degli invii di corrispondenza per l'interno e per l'estero”*;

VISTO il decreto del Ministero dello Sviluppo economico n. 39240 del 19 giugno 2009, recante *“Disposizioni in materia di invii di corrispondenza rientranti nell'ambito del servizio postale universale e prezzi degli invii di corrispondenza raccomandata e assicurata, non attinenti alle procedure amministrative e giudiziarie, per l'interno e per l'estero”*;

VISTO il decreto del Ministero dello Sviluppo economico n. 49933 del 25 novembre 2010, recante *“Disposizioni in materia di invii di corrispondenza rientranti nell'ambito del servizio postale universale e tariffe degli invii di corrispondenza raccomandata e assicurata attinenti alle procedure amministrative e giudiziarie, nonché degli invii di posta non massiva per l'interno e per l'estero”*;

VISTO il decreto del Ministero dello Sviluppo economico n. 54592 del 20 maggio 2011 recante *“Revisione della tariffa per la spedizione dei pacchi all'interno del territorio della Repubblica”*;

VISTA la delibera n. 287/12/CONS del 5 giugno 2012 recante *“Avvio del procedimento istruttorio concernente determinazione del price cap dei servizi rientranti nel servizio universale”*, pubblicata sul sito web dell'Autorità in data 15 giugno 2012;

VISTA la delibera n. 640/12/CONS del 20 dicembre 2012, recante *“Approvazione della manovra tariffaria di Poste Italiane di cui al procedimento avviato con delibera 286/12/CONS”*, pubblicata sulla *Gazzetta Ufficiale* della Repubblica italiana n.1 del 2 gennaio 2013;

VISTA la delibera n. 92/13/CONS recante “*Approvazione - con modifiche – delle condizioni tecniche attuative del servizio di posta massiva offerto da Poste Italiane*” pubblicata sul sito web dell’Autorità in data 13 febbraio 2013;

VISTA la delibera n. 252/13/CONS recante “*Costituzione di un tavolo tecnico in materia di accesso alla rete e all’infrastruttura postale*” pubblicata sul sito web dell’Autorità in data 27 marzo 2013;

VISTA la delibera n. 223/12/CONS del 27 aprile 2012, recante “*Adozione del nuovo Regolamento concernente l’organizzazione e il funzionamento dell’Autorità*”, pubblicata sulla *Gazzetta Ufficiale* della Repubblica italiana del 15 giugno 2012 n. 138 e successive modificazioni e integrazioni;

RILEVATO che i dati relativi ai volumi, ricavi e costi, acquisiti dagli operatori nel corso del procedimento istruttorio sono riferiti all’arco temporale 2009-2015 e che gli ultimi dati consolidati degli operatori sono riferiti all’anno 2011;

CONSIDERATO che al termine della consultazione pubblica saranno disponibili agli operatori i dati consolidati al 2012 e che gli stessi potranno fornire stime più attendibili sui dati prospettici relativi ad un ulteriore esercizio contabile;

RITENUTO necessario chiedere agli operatori un aggiornamento dei dati consolidati e dei dati prospettici al fine di implementare un sistema di controllo dei prezzi basato su dati aggiornati ed eventualmente efficace anche per l’esercizio 2016;

VISTI tutti gli atti del procedimento istruttorio;

UDITA la relazione del Commissario \_\_\_\_\_, relatore ai sensi dell’art. 31 del Regolamento concernente l’organizzazione ed il funzionamento dell’Autorità;

CONSIDERATO quanto segue:

## **1. L’iter istruttorio**

1. In data 3 agosto 2012 l’Autorità, con delibera n. 287/12/CONS, ha avviato il procedimento istruttorio concernente la “*Determinazione del price cap dei servizi rientranti nel servizio universale*”. Contestualmente la Direzione dei Servizi Postali dell’Autorità (di seguito anche DISP) ha pubblicato un questionario rivolto a tutti gli operatori postali volto ad acquisire informazioni e dati di natura tecnica ed economica sull’intero settore postale per il periodo 2009-2015. Successivamente sono stati inviati ai soggetti che svolgono attività di consolidatori e di corriere espresso questionari *ad hoc* modulati sulle specifiche caratteristiche delle attività da essi svolte.

2. Al fine di acquisire informazioni in materia di contabilità dei costi dei servizi postali, è stato richiesto a Poste Italiane di fornire ogni elemento utile a disaggregare le informazioni contenute nel sistema di separazione contabile. A questo riguardo, su istanza di Poste Italiane, il 2 ottobre 2012 si è svolta un'audizione presso gli uffici dell'Autorità nell'ambito della quale Poste Italiane ha fornito parte delle informazioni contabili richieste, ma ha soprattutto proposto formati contabili sostitutivi, rispetto alle richieste effettuate dalla DISP. La proposta di Poste Italiane è scaturita dalla volontà della stessa di superare alcune rigidità di un sistema di separazione contabile strutturato secondo una metodologia seguita sempre a partire dal 1995.
3. In data 18 dicembre 2012, l'operatore TNT Post è stata sentita in audizione.
4. Nei mesi seguenti, si sono susseguite richieste di integrazioni e solleciti per l'invio delle informazioni richieste agli operatori.

## **2. Il quadro normativo europeo e nazionale di riferimento**

5. L'esigenza del riassetto delle tariffe dei servizi postali rientranti nel servizio universale va ricondotta entro un contesto normativo europeo e nazionale che ne definisce principi ed obiettivi.
6. Il quadro normativo europeo di riferimento, individuato dalla direttiva 97/67/CE del Parlamento europeo e del Consiglio del 15 dicembre 1997 concernente regole comuni per lo sviluppo del mercato interno dei servizi postali comunitari e il miglioramento della qualità del servizio, così come modificata dalla direttiva 2008/6/CE del Parlamento europeo e del Consiglio del 20 febbraio 2008 concernente il pieno completamento del mercato interno dei servizi postali comunitari, è ispirato alla generale finalità di garantire un servizio universale rispondente ai requisiti dell'alta qualità e della contestuale accessibilità a tutti gli utenti.
7. Alla luce di ciò, le norme ivi contenute individuano nella ragionevolezza, correlazione ai costi, trasparenza e non discriminazione degli utenti<sup>1</sup>, i criteri generali che le condizioni economiche di fornitura dei servizi rientranti nel servizio universale sono chiamate a soddisfare.
8. La direttiva postale investe le Autorità nazionali di regolamentazione del ruolo di garantire che le tariffe applicate al servizio universale siano conformi ai principi tariffari da essa individuati<sup>2</sup>, tenendo conto delle specifiche condizioni del mercato e, in particolare, della sua effettiva apertura alla concorrenza. Strettamente connessa alla realizzazione di questa esigenza è l'obbligo della separazione contabile imposta al fornitore del servizio universale, così come chiarito dal *considerando* n. 41 della direttiva 2008/6/CE.

---

<sup>1</sup> Cfr. art. 12 direttiva 97/67/CE come modificata dalla direttiva 2008/6/CE.

<sup>2</sup> Cfr. *considerando* n. 41 della direttiva 2008/6/CE e art. 22 direttiva 2008/6/CE.

9. La direttiva postale, contestualmente alla individuazione dei criteri che le Autorità nazionali di regolamentazione devono seguire per quanto attiene alla regolamentazione delle tariffe dei servizi postali rientranti nel servizio universale, non ha fornito loro un modello metodologico di regolamentazione: nella prassi dei singoli Stati membri sono dunque venuti affermandosi diversi approcci, tra cui quello consistente nell'applicazione del meccanismo del *price cap*. Attraverso tale metodologia, l'Autorità nazionale di regolamentazione impone al fornitore del servizio universale un vincolo esogeno di variazione annuale del proprio indice dei prezzi in termini reali sulla base di parametri finalizzati al recupero di efficienza dell'operatore stesso (tasso annuale di produttività). L'utilizzo di tale strumento a carattere pluriennale è finalizzato all'obiettivo di garantire l'accessibilità del servizio universale e di incentivare comportamenti efficienti dell'operatore dominante ove persistano vantaggi monopolistici.

10. La normativa nazionale di recepimento della disciplina europea relativa al settore postale è contenuta nel decreto legislativo n. 261/1999, così come successivamente modificato dal decreto legislativo n. 384/2003 e, da ultimo, dal decreto legislativo n. 58/2011.

11. Coerentemente a quanto disposto dalla direttiva postale relativamente agli obblighi imposti al fornitore del servizio universale in riferimento alle condizioni economiche di offerta del servizio, il decreto legislativo n. 261/1999 stabilisce, in via generale, all'art. 13 comma 3 che le tariffe sono fissate nel rispetto dei criteri della ragionevolezza e accessibilità all'insieme degli utenti, della correlazione ai costi nonché della trasparenza e non discriminazione.

12. L'art. 13, comma 1 attribuisce all'Autorità nazionale di regolamentazione la funzione di provvedere alla determinazione, nella loro misura massima, delle tariffe delle prestazioni di servizi rientranti nel servizio universale, tenendo conto dei costi del servizio e del recupero di efficienza.

13. Al fine di consentire all'Autorità nazionale di regolamentazione di adottare le decisioni connesse al servizio universale, comprese quelle relative alla determinazione delle tariffe, nonché al controllo delle condizioni di mercato, il fornitore del servizio universale, coerentemente al dettato normativo europeo, è obbligato alla tenuta di conti separati e trasparenti sulla base dell'art. 7 del decreto legislativo n. 261/1999 come modificato dal decreto legislativo n. 58/2011.

14. Come previsto dall'art. 13, comma 1 del decreto legislativo n. 261/1999 e s.m.i., in sede di prima implementazione da parte della Autorità nazionale di regolamentazione della disciplina relativa alla determinazione delle tariffe, si è fatto riferimento alle linee guida di cui alla delibera CIPE n.77 del 2003 nonché al Contratto di Programma 2009-2011 tra il Ministero dello Sviluppo economico e Poste italiane.

15. Le linee guida del 2003 prevedevano l'adozione di un meccanismo di revisione delle tariffe con cadenza triennale basato sul metodo del *price cap*, secondo la seguente formula:

$$T_n = T_0 [(1 + \gamma) + (P_n - 1 - P^*_{n-1})] \text{ con } \gamma = P^*_n - x + (\alpha) (\Delta) Q$$

dove:

$T_0$  è la tariffa di riferimento, relativa al paniere dei servizi ed è la base per il calcolo annuale del tetto massimo del prezzo.

16. La tariffa è soggetta a ridefinizione all'inizio di ogni triennio, in relazione ad una valutazione dei costi del settore postale sulla base dei dati di separazione contabile, intendendosi ricomprese in tali costi le voci relative agli ammortamenti e alla remunerazione del capitale con riferimento anche agli investimenti previsti nel piano di impresa del triennio, previa verifica della loro effettiva realizzazione.

17. Alla stregua del Contratto di Programma 2009–2011, la variazione percentuale derivante dall'applicazione della formula va applicata ai seguenti quattro segmenti di mercato, componenti l'insieme dei servizi postali universali, ciascuno dei quali caratterizzato da condizioni di omogeneità al suo interno e ritenuti, pertanto, tali da richiedere un orientamento tariffario unitario:

- corrispondenza indescritta e descritta;
- pubblicità diretta per corrispondenza;
- prodotti per l'editoria;
- pacchi.

Per ciascuno dei predetti segmenti il valore di  $T_0$  corrisponde alla media ponderata dei prezzi e delle tariffe in essere dei prodotti in esso compresi.

18.  $(\gamma)$  è un coefficiente che deriva dalla somma algebrica del tasso d'inflazione programmato ( $P^*_n$ ) relativo all'anno  $n$ , dell'obiettivo di produttività ( $x$ ) previsto nel contratto di programma stipulato all'inizio del triennio, in base anche al corrispondente piano di impresa e di  $(\alpha)(\Delta)Q$  che indica il correttivo in più o in meno che scaturisce dal confronto effettuato annualmente in sede di calcolo del *price cap* - tra i risultati e gli impegni in materia di qualità contenuti nel contratto di programma cui si applica il coefficiente  $(\alpha)$  pari ad uno.

19. Più nel dettaglio, da Contratto di Programma 2009-011, il coefficiente  $(x)$  corrisponde alla quota di recupero di produttività che viene trasferita al consumatore finale in termini di minore incremento tariffario. A tale coefficiente viene attribuito, per ciascun anno, un valore positivo e pari a 0.5 per valorizzare l'esigenza di promuovere misure di incentivazione dell'efficienza dell'operatore postale volte al contenimento dei costi, nonché per compensare, almeno parzialmente, l'andamento decrescente dei

volumi postali universali nel tempo.  $Pn-1$  e  $P^*n-1$  rappresentano, rispettivamente, il tasso d'inflazione effettivo e il tasso d'inflazione programmato.

20. La  $Tn$  che risulta dall'applicazione della formula consiste, per ciascun segmento, nella media ponderata delle tariffe che possono essere adottate; viene aggiornata annualmente secondo la stessa formula ed è la base per il calcolo del *price cap* per il periodo regolatorio successivo.

21. In base a tale modello, occorre altresì procedere con cadenza triennale ad una riconsiderazione dell'applicazione del sistema di *subsidy cap* per i trasferimenti pubblici compensativi degli oneri del servizio universale, dovendosi, in particolare, verificare l'andamento degli stessi per valutarne la coerenza rispetto agli obiettivi del Contratto di Programma e ridefinire il livello di partenza dei trasferimenti su cui basare il *subsidy cap* per il triennio successivo, applicando il valore della  $x$  concordato in sede di nuovo Contratto di Programma.

22. Da ultimo, con la delibera n. 640/12/CONS, l'Autorità, in applicazione del modello appena sopra descritto, come previsto dall'art. 13 comma 1 del decreto legislativo n. 261/1999 e s.m.i., ha approvato la proposta di modifica tariffaria presentata da Poste italiane, relativa agli invii di corrispondenza rientranti nell'ambito del servizio universale, concernenti gli invii di posta non massiva, per l'interno e per l'estero, gli invii raccomandati per l'interno nonché gli invii attinenti alle procedure giudiziarie.

23. Per i prodotti rimasti fuori dalla decisione di cui alla delibera n. 640/12/CONS, quali gli invii di posta massiva, posta assicurata, gli invii attinenti alle procedure amministrative e quelli relativi al pacco ordinario, si fa riferimento rispettivamente al decreto del Ministero delle Comunicazioni n. 22286 del 12 maggio 2006, al Decreto del Ministero dello Sviluppo economico n.39240 del 19 giugno 2009, al decreto del Ministero dello Sviluppo economico n. 49933 del 25 novembre 2010 artt. 1, 3 e 6 nonché al decreto del Ministero dello Sviluppo economico n. 54592 del 20 maggio 2011.

24. Occorre, da ultimo, evidenziare come, in base all'art. 4 del decreto legislativo n.261/1999, i servizi inerenti alle notificazioni di atti a mezzo posta connesse con la notificazione di atti giudiziari di cui alla legge n. 890/1982 nonché i servizi inerenti alle notificazioni a mezzo posta di cui all'art. 201 del decreto legislativo n. 285/1992 (violazioni in materia di Codice della Strada), sono affidati in regime di esclusiva al fornitore designato del servizio universale, Poste Italiane, per finalità di ordine pubblico.

### **3. La definizione dei mercati postali**

25. Il servizio postale universale comprende un insieme non omogeneo di servizi, tra cui i servizi di corrispondenza ordinaria e registrata, gli atti giudiziari, l'invio di pacchi e prodotti per l'editoria. Non tutti i servizi annoverati nel contenuto del servizio

universale sono forniti in perdita e solo alcuni di questi sono offerti in regime di esclusiva, quali, appunto, gli atti giudiziari.

26. Il controllo dei prezzi, esercitato dall'Autorità, dovrebbe tener conto del grado di competitività cui è soggetto un servizio offerto in un dato mercato poiché, indipendentemente dagli obblighi di servizio universale, le forze di mercato potrebbero, in particolari circostanze, esercitare una pressione competitiva sul fornitore del servizio universale tale da rendere più efficienti dei servizi di quanto possano essere capaci le misure regolamentari imposte da un'autorità di settore.

27. Conseguentemente, nell'organizzazione dell'istruttoria è risultato indispensabile esaminare le dinamiche di mercato dei servizi inclusi nel servizio universale e come queste possano essere influenzate dalle offerte degli operatori concorrenti, ma anche dai servizi offerti fuori dagli obblighi di servizio universale. In questo senso, sono state effettuate analisi per cercare di definire i confini merceologici e geografici dei singoli mercati postali offerti nell'ambito del servizio universale.

28. Il mercato di un prodotto/servizio postale comprende i prodotti/servizi sostituibili o sufficientemente intercambiabili, in funzione non solo delle loro caratteristiche tecniche e funzionali, ma anche in funzione dei trend della domanda e dell'offerta sul mercato in questione. Secondo questa accezione, i prodotti o i servizi che sono solo scarsamente intercambiabili tra loro non sono parte dello stesso mercato. Per quanto riguarda la definizione merceologica del mercato, la sostituibilità della domanda consente di verificare la possibilità che i consumatori o gli operatori acquirenti sostituiscano un prodotto o un servizio, con un altro, a causa di un incremento modesto ma significativo e non temporaneo del prezzo praticato da un ipotetico monopolista. L'analisi della sostituibilità dell'offerta permette, invece, di valutare la possibilità che imprese non presenti sul mercato in esame possano decidere di convertire il proprio processo produttivo ed entrare nel mercato a seguito di un incremento modesto ma significativo e non temporaneo del prezzo che, aumentando la redditività dei servizi in esso offerti, rende di fatto il mercato stesso contendibile alla concorrenza potenziale.

29. Ai fini della determinazione del controllo dei prezzi massimi dei servizi postali inclusi nel servizio universale, appare comunque importante valutare la pressione sui prezzi esercitabile da servizi che, ancorché non siano economicamente sostituibili con quelli universali, abbiano comunque una certa intercambiabilità funzionale o la possibilità di incidere in qualche misura nell'economia di tali servizi postali.

30. Una volta definito il mercato sotto il profilo merceologico, si procede alla definizione dello stesso dal punto di vista geografico, in base all'area in cui le imprese interessate sono attive nell'offerta e nella domanda dei prodotti/servizi. I confini geografici di un mercato sono identificati quando le condizioni di concorrenza sono simili o sufficientemente omogenee nel territorio esaminato e quando tali condizioni possono essere distinte dalle aree adiacenti, in cui le condizioni prevalenti della concorrenza sono sostanzialmente diverse.

31. Nel processo di definizione del mercato geografico, la sostituibilità della domanda è valutata sulla base delle preferenze dei consumatori nonché dei modelli geografici di acquisto, mentre dal punto di vista dell'offerta si tratta di ampliare l'area geografica a quei fornitori che decidessero di entrare sul mercato a seguito di un aumento modesto ma significativo e non temporaneo del prezzo.

32. Coerentemente con il principio di neutralità tecnologica, le analisi volte alla definizione dei confini del mercato non hanno tenuto conto dei diversi mezzi di fornitura ma solo delle caratteristiche del servizio-prodotto offerto ovvero domandato.

33. Le analisi dei mercati postali sono state svolte con una base informativa acquisita attraverso questionari predisposti per reperire una serie di informazioni sull'andamento dei volumi e dei ricavi dei servizi nonché sulle condizioni tecniche di fruizione dei servizi postali. Sono state acquisite, altresì, informazioni tecniche per valutare il grado di concorrenza infrastrutturata esercitato dagli operatori su Poste Italiane, separatamente dalla concorrenza sui servizi e sui prodotti postali. Altre informazioni prospettiche sulla domanda dei servizi postali e sulle tecnologie attese hanno completato il set di informazioni richiesto.

### **3.1. I mercati della corrispondenza**

34. I mercati della corrispondenza possono essere, innanzitutto, distinti in invii di posta ordinaria ed invii di posta registrata. Tale distinzione appare utile ai fini di una distinzione tecnica del processo produttivo e delle caratteristiche qualitative dei servizi postali. La posta ordinaria è composta da tutte le forme di invio che non necessitano di un'accettazione espressa della corrispondenza da parte del destinatario. La posta registrata è invece caratterizzata proprio dall'accettazione espressa della corrispondenza da parte del destinatario al momento del recapito.

35. La corrispondenza ordinaria comprende ad oggi, tra gli altri, i seguenti servizi postali:

- Posta Prioritaria retail (invio singolo)
- Posta Prioritaria non retail (invii multipli)
- Posta Prioritaria Pro (invii multipli)
- Posta Massiva (invii multipli)
- Posta Target (invii multipli)
- Posta certificata (data e ora tracciate)
- Pacco ordinario

36. La corrispondenza registrata comprende:

- Raccomandata (invio singolo)

- PostaFree (invio singolo)
- Assicurata (invio singolo)
- Raccomandata 1 (invio singolo)
- Raccomandata Smart (invii multipli)
- Raccomandata Pro (invii multipli)
- Assicurata Smart (invii multipli)
- Atti giudiziari (invii singoli e multipli)

37. Sotto l'aspetto competitivo, all'interno della filiera produttiva del settore postale, assume particolare rilievo la distinzione verticale delle principali fasi produttive. Il diagramma sottostante illustra in modo sintetico il ciclo produttivo della corrispondenza dalla fase di realizzazione del prodotto fino alla consegna al destinatario.

38. Il processo produttivo della corrispondenza inizia con la distinzione tra invio singolo e invio multiplo. Nel primo caso, le attività di stampa, imbustamento, affrancatura e raccolta sono svolte direttamente dalle singole persone fisiche. A seconda del tipo di invio singolo, ordinario o registrato, la consegna ai punti accettazione avviene in cassette o uffici postali.

39. Gli invii multipli sono richiesti tipicamente da persone giuridiche che nella maggior parte dei casi (soprattutto grandi aziende) si avvalgono di soggetti terzi (consolidatori) per la consegna, ma anche per la predisposizione della corrispondenza ai punti di accettazione degli operatori postali.

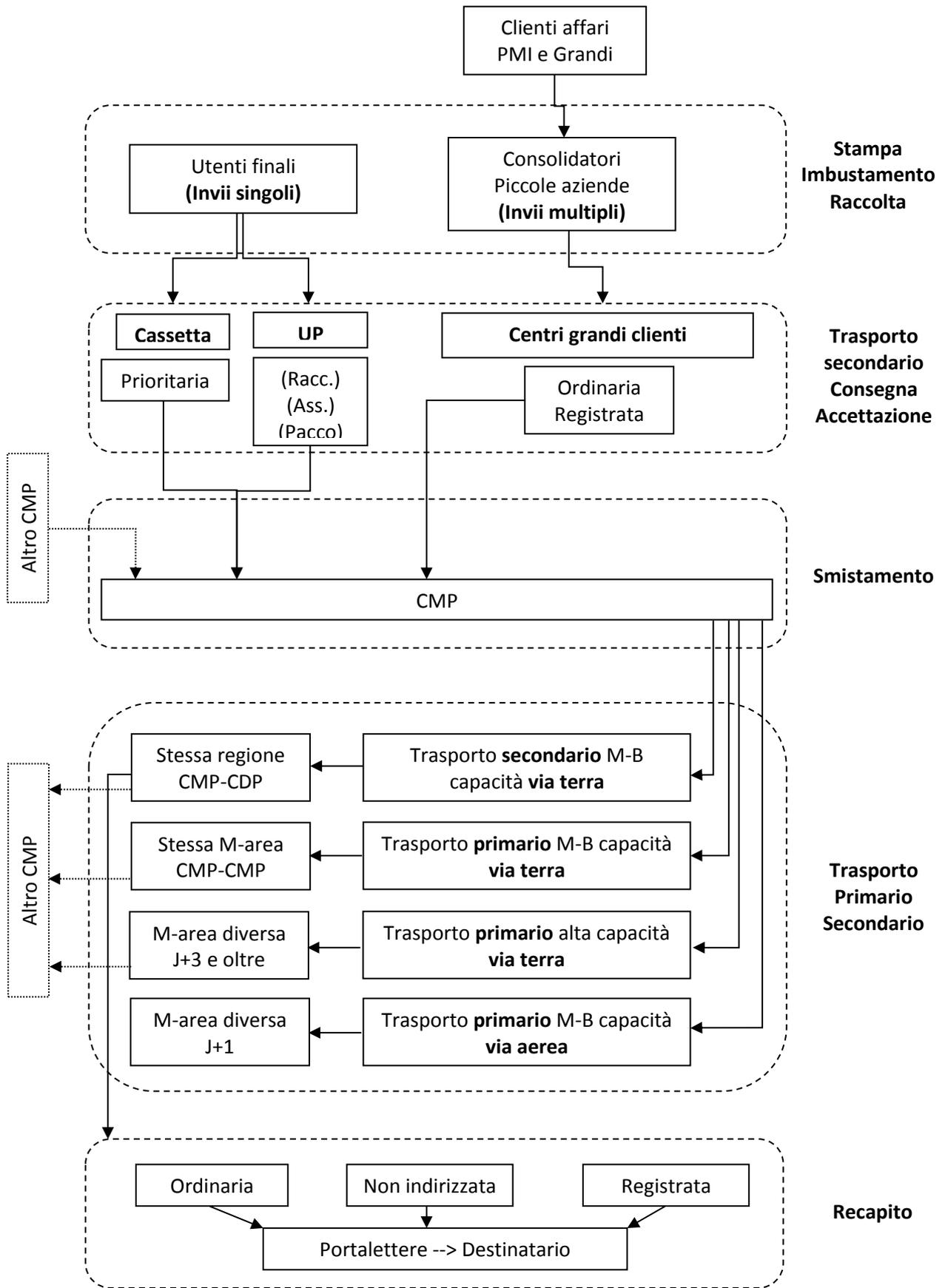
40. La fase di smistamento di Poste Italiane è gestita da 21 centri di meccanizzazione postale (CMP) distribuiti sul territorio nazionale in base ai rispettivi bacini di riferimento. I CMP consentono di suddividere la corrispondenza tra regioni diverse. Una volta ricevuta la corrispondenza ordinaria e registrata degli invii singoli e multipli, questa è smistata per destinazione e dunque è consolidata in uscita per il successivo trasporto.

41. La corrispondenza in uscita da un CMP può essere destinata alla fase finale di recapito oppure al trasporto verso un altro CMP. I CMP "dialogano" sempre con altri CMP tranne nel caso in cui la corrispondenza in entrata o in uscita sia raccolta o destinata all'interno dello stesso bacino regionale. In questo caso, il CMP smista la corrispondenza per Centri di Distribuzione Primari (CDP) tutti situati all'interno dello stesso bacino regionale. Il trasporto (secondario) interno al bacino regionale avviene su gomma con mezzi a media-bassa capacità. Il trasporto (primario) tra CMP avviene invece su gomma attraverso autoarticolati ad alta capacità quando i termini di recapito sono maggiori a  $j+3$  (incluso) oppure se i CMP sono dislocati nella stessa macro-area nazionale di appartenenza. Il territorio nazionale ai fini logistici è distinto in due macro-aree nazionali, nord e sud collegate attraverso rete aerea o rete su gomma ad alta capacità. Se i termini di recapito sono uguali a  $j+1$ , il trasporto, tra macro-aree nazionali

diverse (nord-sud) avviene via area con una rete dedicata a questo particolare servizio di corrispondenza a recapito rapido.

42. Una volta giunta ad un CDP, la corrispondenza è destinata man mano verso gli uffici di recapito di rango gerarchico inferiore fino alla consegna effettuata dai portalettere ai destinatari.

43. Dal diagramma è dunque possibile evincere come il flusso della corrispondenza segua canali diversi in funzione delle caratteristiche del servizio postale richiesto, quali per esempio gli invii singoli o multipli e quelli ordinari, prioritari o registrati.



44. Dal diagramma relativo al processo produttivo postale, appare evidente che al fine di valutare il grado di competitività presente nel settore, e come questo possa avere un impatto sui prezzi dei servizi rientranti nel servizio universale, è necessaria l'identificazione dei mercati inclusi all'interno della filiera produttiva dei prodotti-servizi postali.

45. Ad oggi, sembra si possano identificare delle macro aree di mercato:

- prodotti postali (stampa, imbustamento, pre-lavorazione, archiviazione, gestione corrispondenza immateriale, raccolta);
- servizi postali *retail* per i grandi utenti affari;
- servizi postali *retail* per gli utenti affari di piccole e medie dimensioni;
- servizi postali *retail* per gli utenti finali (singole persone fisiche).

46. Viceversa, all'interno della filiera produttiva non si riscontrano dei veri e propri mercati *wholesale* nei quali solo gli operatori postali si scambiano grandi quantitativi di corrispondenza. I servizi postali ad invio multiplo infatti sono accessibili a qualsiasi tipologia di mittente indipendentemente dal fatto che sia titolare di un titolo abilitativo.

47. L'analisi separata dei mercati degli invii singoli e degli invii multipli consente di valutare il grado di pressione competitiva a cui sono soggetti i prezzi dei servizi rientranti nel servizio universale. Ciò permette di proporzionare gli obblighi di controllo dei prezzi in funzione della contendibilità dei mercati effettiva e prospettica che caratterizza i vari mercati *retail*. Il *price cap*, inteso come fissazione di una tariffa *massima*, difatti, ha il fine di tutelare gli utenti finali attraverso un meccanismo di controllo pluriennale dei prezzi massimi che garantisca condizioni di contendibilità dei mercati per tutti i soggetti, ma al contempo non disincentivi gli investimenti del fornitore del servizio universale e degli altri operatori infrastrutturati del settore postale.

48. Gli obiettivi del controllo dei prezzi attraverso la fissazione di un tetto massimo, prevedono in particolare di:

- tutelare gli utenti finali da pratiche di prezzi eccessivi;
- simulare la pressione competitiva sui prezzi laddove il fornitore del servizio universale goda di una situazione di dominanza che gli consente di agire indipendentemente dai concorrenti e dai consumatori;
- favorire l'efficienza produttiva del fornitore del servizio universale;
- favorire gli investimenti nel settore postale del fornitore del servizio universale ma anche degli operatori concorrenti;
- non limitare l'efficacia delle performance dei mercati contendibili laddove la struttura di mercato sia concentrata;

- fornire certezza sulle condizioni economiche praticate, nel medio periodo, ai soggetti presenti dal lato della domanda e dal lato dell'offerta dei servizi postali oggetto di misure regolamentari;
- favorire l'ingresso nei mercati *retail* da parte di soggetti concorrenti a Poste Italiane;
- riequilibrare i prezzi dei servizi su cui sono state formulate offerte con sussidi incrociati;
- promuovere l'equilibrio finanziario dei servizi, attraverso i ricavi direttamente conseguibili sui servizi postali offerti.

#### **4. Analisi dei mercati *retail* dei singoli invii rientranti nel servizio universale**

49. Le analisi dei mercati *retail* degli invii singoli riguardano i servizi postali destinati ai consumatori finali (persone fisiche ma anche persone giuridiche riconducibili a piccole e medie imprese) che effettuano invii con modalità ordinarie e registrate. All'interno dei mercati *consumer* non sono pertanto analizzati i servizi postali offerti a soggetti (prevalentemente persone giuridiche) che inviano quantità multiple di corrispondenza.

##### **4.1 Invii singoli di corrispondenza ordinaria *retail***

###### *Caratteristiche e domanda del servizio di corrispondenza ordinaria *retail**

50. Gli invii singoli di corrispondenza consistono in servizi postali destinati prevalentemente alla clientela *consumer* che permettono di recapitare prodotti postali (contenenti esclusivamente corrispondenza) in tutto il territorio nazionale. Poste Italiane offre il servizio di invii singoli di corrispondenza attraverso la denominazione commerciale di Posta Prioritaria.

51. La Posta Prioritaria *retail* è un servizio postale il cui corrispettivo è pagato mediante l'applicazione di francobolli o direttamente e dove la consegna della corrispondenza da parte del mittente è effettuata in uno dei circa 14.000 uffici postali oppure in una delle circa 70.000 cassette di impostazione. Tale servizio soddisfa prevalentemente le esigenze di comunicazione tra persone fisiche anche se i singoli invii prioritari possono essere effettuati da persone giuridiche senza che ciò possa essere rilevato dai sistemi informativi della rete postale.

52. I prezzi dei singoli invii sono oggi distinti per sette fasce di peso e quattro formati. La Posta Prioritaria *retail* è un servizio di altissima qualità sotto il profilo della velocità di recapito e di probabilità che i termini di recapito siano rispettati. Proprio a questo riguardo, il decreto del Ministero delle Comunicazioni del 12 maggio 2006 - in materia di invii di corrispondenza rientranti nell'ambito del servizio postale universale - fissava, per la fine del 2008, il perseguimento di obiettivi di qualità di consegna della

PostaPrioritaria, entro il giorno successivo all'accettazione (cosiddetto j+1) nell' 89% dei recapiti, e entro 3 giorni successivi all'accettazione (cosiddetto j+3) nel 99% dei recapiti. Malgrado il servizio di Posta Prioritaria *retail* rappresenti un servizio di alta qualità in rapporto ai prezzi, la numerosità degli invii *pro-capite* resta comunque bassa rispetto ad altri servizi di corrispondenza in quanto mezzo di comunicazione interpersonale, sostituito verosimilmente da servizi di comunicazione elettronica.

#### *Valutazioni sulle dinamiche competitive sul versante della domanda*

53. Il servizio di Posta Prioritaria *retail* è, per caratteristiche tecniche ed economiche, poco sostituibile con altri servizi postali giacché il prezzo relativamente basso e l'alta qualità del servizio (J+1 e J+3), nonché le difficoltà di concentrazione degli invii da parte dell'operatore postale sia nella fase di raccolta, sia nella fase di recapito, rendono il servizio di Posta Prioritaria difficilmente replicabile da parte di potenziali concorrenti.

54. La scarsa sostituibilità tecnica della Posta Prioritaria con altri servizi postali fa sì che anche nell'ipotesi di un incremento di prezzo difficilmente la domanda si indirizzerebbe in modo più che proporzionale verso altri servizi postali, quali, per esempio, gli invii singoli di corrispondenza registrata.

55. Il servizio di Telegramma è quello che presenta caratteristiche maggiormente assimilabili alla Posta Prioritaria in ragione della rapidità di recapito e dell'assenza di valore legale della comunicazione.

56. Il servizio di Telegramma permette di trasmettere velocemente brevi messaggi di testo. Il Telegramma sembra essere impiegato per particolari di tipi di comunicazione legati ad eventi personali, quali per esempio le condoglianze o le congratulazioni.

57. I corrispettivi del Telegramma sono pagati per numero di parole comunicate e per questa ragione il servizio sembra rimanere limitato ad usi molto particolari riferibili all'urgenza di invio da parte del mittente e spesso ad un evento che riguarda il destinatario che a sua volta genera la necessità di comunicazione.

58. Il Telegramma può essere inviato dall'ufficio postale o tramite telefono ma, in questo ultimo caso, con delle restrizioni.

59. Il prezzo per la trasmissione di 20 parole offerto da Poste Italiane è pari a 4,43 euro.

60. La scarsa intercambiabilità tecnica e le notevoli differenze nei livelli di prezzo rendono i servizi di Posta Prioritaria e di Telegramma economicamente non sostituibili.

61. Altre possibili sostituibilità potrebbero provenire dalla corrispondenza registrata che, se comparata al servizio di Posta Prioritaria, non solo presenta un prezzo circa cinque volte superiore, ma non fornisce una comunicazione altrettanto rapida. Inoltre la posta registrata ha la peculiarità di dover essere accettata con modalità più complesse solo negli uffici postali e di dover essere sottoscritta da parte del destinatario. Tali

caratteristiche possono risultare rilevanti rispetto alle esigenze del mittente che invia Posta Prioritaria e richiede rapidità del recapito.

62. Le analisi dei volumi e dei ricavi unitari dei servizi postali negli anni 2007-2011 non evidenziano alcuna correlazione tra la Posta Prioritaria e altri servizi tale da far presumere l'esistenza di una sostituibilità presente oggi o nel breve periodo di tale servizio con servizi di corrispondenza registrata o con il Telegramma.

#### *L'offerta del servizio di corrispondenza ordinaria retail*

63. Il servizio di invii singoli, con recapito entro il giorno successivo all'accettazione, è fornito quasi esclusivamente da Poste Italiane. I principali operatori concorrenti, seppure dispongano di una rete postale proprietaria, non offrono il servizio di invio singolo prioritario agli utenti *consumer* in quanto la propria gamma di servizi è destinata quasi esclusivamente alla clientela di tipo aziendale.

64. La struttura di mercato dell'invio singolo di posta prioritaria vede, dunque, Poste Italiane quale operatore che detiene la quasi totalità delle quote di mercato determinando di fatto una situazione di quasi monopolio.

65. Le ragioni dell'alta concentrazione delle quote di mercato risiedono nella rapidità e, quindi, onerosità del processo produttivo di recapito rispetto ai bassi livelli dei prezzi della Posta Prioritaria.

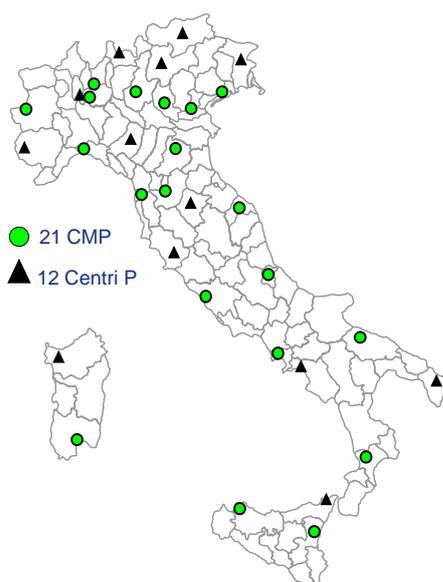
66. Differentemente dagli altri servizi postali universali, la Posta Prioritaria è l'unico servizio il cui recapito richiede l'impiego di mezzi aerei ed una struttura organizzativa basata sulla rapidità dei processi produttivi, svolti anche in orario notturno.

67. Il processo produttivo della Posta Prioritaria richiede velocità di esecuzione di ciascuna delle fasi necessarie a completare il recapito della corrispondenza. Per questo i tempi di giacenza della corrispondenza sono minimizzati.

68. Per offrire un servizio di recapito così rapido su tutto il territorio nazionale, nel rispetto dei termini previsti di  $j+1$ , Poste Italiane dispone di una rete di trasporto aerea dedicata a questa tipologia di servizi (Rete SAN). Tale rete di trasporto collega 9 località del Sud di Italia con l'Hub di Brescia, il quale a sua volta è il centro stella di 29 collegamenti, situati nelle regioni del Nord d'Italia, garantiti da una flotta di veicoli veloci a bassa capacità (cosiddetta Rete  $J+1$ ).

69. Per assicurare il rispetto dei termini di recapito  $J+1$  su tutto il territorio nazionale, oltre ad una rete di trasporto rapida, è necessario che le centrali di smistamento del traffico in entrata/uscita siano adeguatamente distribuite sul territorio. Ciò al fine di minimizzare la lunghezza dei tragitti effettuati attraverso il trasporto su gomma. Per questa ragione oltre ai 21 centri di meccanizzazione postale (CMP), la rete necessita di ulteriori 13 centri prioritari (CP) dove lo smistamento avviene in modo non meccanizzato, ma comunque in modo tale da assicurare il rispetto dei termini di recapito.

70. La figura sottostante evidenzia in modo sommario come i centri prioritari siano dislocati sul territorio per colmare la mancata presenza dei CMP in quanto, verosimilmente, in tali aree i volumi di traffico non giustificano un processo meccanizzato dello smistamento della corrispondenza.



CMP	Centri P
TORINO	CUNEO
GENOVA	SONDRIO
NOVARA	TRENTO
MILANO PESCHIERA BORROMEO	BOLZANO
MILANO ROSERIO	UDINE
BRESCIA	PARMA
PADOVA	PERUGIA
VENEZIA	GROSSETO
VERONA	SASSARI
BOLOGNA	SALERNO
ANCONA	LECCE
FIRENZE	MESSINA
PISA	
ROMA	
PESCARA	
CAGLIARI	
BARI	
NAPOLI	
LAMEZIA TERME	
CATANIA	
PALERMO	

**Quesito 1: Si condivide l'orientamento dell'Autorità in merito alla definizione del mercato *retail* degli invii singoli di posta ordinaria?**

#### 4.2. Invii singoli di corrispondenza *retail* registrata

*Caratteristiche e domanda del servizio di corrispondenza *retail* registrata<sup>3</sup>*

71. L'invio raccomandato è quel servizio che garantisce contro i rischi di smarrimento, furto o danneggiamento e che fornisce al mittente una prova dell'avvenuto deposito dell'invio postale e, a sua richiesta, della consegna al destinatario.

72. La raccomandata è un servizio postale particolarmente indicato per l'invio di documenti e per tale ragione il recapito può avvenire solo attraverso l'identificazione della persona che prende in consegna il prodotto postale raccomandato. La modalità di invio della posta raccomandata cartacea avviene attraverso gli uffici postali che ne curano l'accettazione ai fini della successiva immissione nella rete postale.

73. Data la caratteristica della certificazione legale dell'avvenuta spedizione e consegna, la raccomandata è utilizzata per l'invio di documentazione utile ai fini, ad

<sup>3</sup> Poste Italiane offre il servizio di posta non massiva registrata sotto la denominazione di Posta Raccomandata

esempio, di gare e concorsi pubblici o per gli usi amministrativi e giudiziari. In caso di assenza del destinatario, il ritiro può avvenire presso l'ufficio postale indicato sull'avviso di giacenza, entro termini stabiliti. Le condizioni e termini di giacenza offerti da Poste Italiane sono i seguenti:

- entro i primi 5 giorni la giacenza è gratuita;
- dal sesto al trentesimo giorno il prezzo è di 0,52 euro;
- dopo il trentesimo giorno la raccomandata è rispedita al mittente.

74. Il servizio di invio raccomandato, in quanto spedizione tracciata, può essere monitorato in tempo reale dall'utente sul sito *web* dell'operatore postale, per conoscere in quale punto della rete postale si trova la corrispondenza inviata dal mittente.

75. Come per la Posta Prioritaria, i prezzi dei singoli invii sono distinti per fascia di peso e formato. La modalità di pagamento dei corrispettivi è effettuata negli uffici postali al momento dell'accettazione della posta raccomandata consegnata dal mittente.

76. La qualità degli invii raccomandati è fissata dal decreto 12 maggio 2006 in materia di invii di corrispondenza rientranti nell'ambito del servizio postale universale. In particolare gli invii raccomandati sono recapitati rispettivamente nel 92,5% degli invii entro i termini J+3 (escluso il giorno di spedizione) e nel 98% entro i termini j+5 (escluso il giorno di spedizione).

77. Rispetto alla Posta Prioritaria, il servizio *retail* di invio raccomandato presenta caratteristiche tecniche ed economiche tali da renderlo maggiormente contendibile alla concorrenza potenziale. I prezzi attualmente vigenti sul mercato e i termini più lunghi di recapito, rispetto alla Posta Prioritaria, consentono un maggior grado di riempimento della rete postale, anche grazie alla possibilità di utilizzare congiuntamente alcune risorse della rete postale afferenti ad altri invii postali. Conseguentemente, per questo tipo di servizi postali, l'efficienza della logistica di ciascun operatore gioca un ruolo rilevante nella riduzione dei costi unitari degli invii postali. In questo senso, la logistica può esser vista come una delle determinanti di maggiore o minore competitività degli operatori infrastrutturati su cui si può innestare un meccanismo concorrenziale in grado di fornire agli utenti migliori condizioni economiche e qualità dei servizi postali.

#### *Valutazioni sulle dinamiche competitive sul versante della domanda*

78. Da un punto di vista strettamente tecnico esistono diversi servizi postali in grado di offrire caratteristiche funzionali analoghe all'invio raccomandato fornito in regime di servizio universale. Tra questi servizi sono elencabili:

- PostaFree;
- Posta Raccomandata 1;
- Certofax;

▪ Invii online.

79. Poste Italiane offre un servizio denominato PostaFree con caratteristiche funzionali superiori a quelle dell'invio raccomandato. Il servizio PostaFree è un servizio che consiste nel recapito di un invio registrato, predisposto dai consumatori, utilizzando apposite confezioni preaffrancate di Poste Italiane. Differentemente dalla posta raccomandata, tale servizio comprende la fornitura di un prodotto postale (confezione) prepagato e preaffrancato acquistabile dal proprio domicilio oppure dall'ufficio postale per inviare documenti e piccoli oggetti fino a 2 chili.

80. Il servizio è caratterizzato da 3 formati di confezionamento che permettono di contenere la corrispondenza, ma anche oggetti, fino a 2 chili. Poste Italiane offre anche la possibilità di ritirare la confezione al domicilio del mittente. La spedizione è tracciata ed è a firma del destinatario, analogamente alla Raccomandata. Il secondo tentativo di recapito può essere concordato con il destinatario e la giacenza è di 15 giorni, contro i 5 della Raccomandata tradizionale.

81. L'unico aspetto analogo alla Raccomandata riguarda i termini di recapito della confezione che sono fissati in J+3 se la consegna avviene nello stesso comune di spedizione oppure in j+5 per i restanti casi.

82. I prezzi e la qualità del servizio PostaFree sono sensibilmente superiori a quelli della Raccomandata e tali da far ritenere che, al di là della possibile sostituibilità tecnica e funzionale, tra i servizi di Raccomandata e di PostaFree, non sussista una sostituibilità economica tale da far ritenere che un incremento del prezzo della Raccomandata dell'ordine del 10% possa far spostare in modo più che proporzionale le scelte dei consumatori verso il servizio di PostaFree.

83. L'accettazione della Posta Raccomandata 1 avviene esclusivamente presso gli uffici postali. I prezzi praticati ai consumatori finali sono articolati differentemente dagli invii raccomandati che rientrano nel servizio universale. In particolare, con la Raccomandata 1, il numero delle fasce di peso è sensibilmente ridotto e i prezzi non sono differenziati per destinazione.

84. L'offerta della Posta Raccomandata 1 prevede anche una serie di servizi accessori che consentono di incrementare ulteriormente, a pagamento, la qualità del servizio, tra cui la prova di consegna attraverso Raccomandata 1, oppure la Raccomandata in contrassegno.

85. Con il servizio di Raccomandata 1, Poste Italiane riesce ad incrementare il grado di riempimento della rete postale, sfruttando nello specifico il canale di smistamento e recapito utilizzato anche dalla Posta Prioritaria di tipo J+1, ottenendo con ciò una riduzione dei costi unitari degli invii postali.

86. Benché la Raccomandata 1 presenti forti analogie con l'invio raccomandato tradizionale, le diverse condizioni economiche praticate sembra possano qualificare il servizio per particolari esigenze in cui i consumatori hanno necessità di elevati standard qualitativi (es. J+1) tali da giustificare il pagamento di un corrispettivo più elevato della

raccomandata tradizionale. In ogni caso, gli elementi di sovrapposizione tra la Raccomandata 1 e la Raccomandata non consentono di escludere l'esistenza di un certo grado di intercambiabilità da confermare con la disponibilità di informazioni prospettiche più attendibili.

87. Il servizio Certofax consente di trasmettere in modo sicuro e tracciato da un apparecchio fax del mittente qualsiasi documento e di ottenere una copia del documento (trasmesso) con l'indicazione certa dei dati relativi alla trasmissione.

88. Il sistema acquisisce il documento e dalla rete telefonica riceve i dati del mittente (numero telefonico, data e ora), contrassegna il fax con un numero identificativo e con un codice di archiviazione e lo trasmette al numero di fax del destinatario indicato dal mittente, corredato della *cover page* dedicata, completa di tutti i dati relativi alla trasmissione.

89. Ricevuto dal destinatario l'esito positivo della trasmissione, il sistema riceve dalla rete telefonica i dati di riferimento (numero telefonico del destinatario, data e ora di ricevimento del fax) e invia la notifica di trasmissione al mittente completa di tutti i dati relativi alla trasmissione.

90. Il servizio Certofax presenta modalità di pagamento diverse da quelle degli invii raccomandati tradizionali. In particolare, i prezzi sono praticati in funzione della durata della trasmissione tramite le reti di telecomunicazioni. Il prezzo della chiamata al numero 899 100 097 è di 1,20 euro al minuto e l'invio di un fax di 2 fogli comporta un corrispettivo di 2,52 euro.

91. Il consumatore deve pagare il servizio Certofax anche se il numero del destinatario è un numero verde e se non è possibile la trasmissione. Il prezzo è comunque praticato solo sul tempo necessario alla trasmissione del documento e non sui tentativi di chiamata (numero occupato, inesistente, etc.). La durata della connessione non può superare i 12 minuti circa (pari all'invio di 13 fogli circa), in quanto i servizi erogati tramite la numerazione 899 non possono superare l'importo complessivo di 12,50 euro.

92. Ai consumatori sono poi applicate gli stessi prezzi/foglio nel caso in cui gli utenti richiedano il rilascio delle copie di quanto trasmesso.

93. Il servizio Certofax presenta una bassa sostituibilità tecnica con la Raccomandata in quanto i vincoli tecnologici e di valenza legale di tale servizio difficilmente potrebbero modificare le preferenze dei consumatori verso il servizio della Raccomandata.

94. La Raccomandata infatti è spesso richiesta nei rapporti contrattuali tra privati quale mezzo di comunicazione formale, così come per la partecipazione ai concorsi pubblici ovvero per le comunicazioni ad essi afferenti. A ciò si aggiunge che i prezzi dell'invio via fax appaiono sensibilmente superiori a quelli della Raccomandata, in particolare, per invii di più fogli che hanno il limite di 13 fogli per trasmissione.

95. Attraverso la rete Internet è possibile inviare la Posta Raccomandata Online che rientra nel servizio universale. Il servizio si differenzia dalla Raccomandata tradizionale per l'accettazione che, in questo caso, non avviene presso l'ufficio postale, ma online. Inoltre, il servizio di Raccomandata Online prevede anche la vendita congiunta di un prodotto postale (stampa e imbustamento).

96. L'avviso di ricevimento ha lo stesso valore legale di quello rilasciato dall'ufficio postale. Come per la Raccomandata tradizionale, i consumatori hanno la possibilità di controllare l'invio in ogni fase del ciclo produttivo.

97. L'invio tramite rete Internet di prodotti postali presenta dei vincoli tecnici di accettazione che in parte rendono la Raccomandata Online non perfettamente sostituibile con l'invio raccomandato tradizionale. Tra i requisiti di invio si segnalano il numero massimo di fogli inviabili e anche la quantità massima dei dati contenuti nei file allegati alla trasmissione della Raccomandata Online (max 3MB) che comportano restrizioni significative ai fini della sostituibilità tecnica tra i due servizi. A ciò si aggiunge che l'accesso alla rete Internet non è ancora diffuso tra i consumatori con modalità universali come invece avviene per gli uffici postali. Nonostante sia prevedibile nel lungo periodo una migrazione verso questo tipo di servizi di corrispondenza online, non sembra che le raccomandate online possano diventare nel breve periodo una modalità di sostituzione della Raccomandata tradizionale a fronte di un ipotetico incremento di prezzo di quest'ultima.

#### *L'offerta del servizio di corrispondenza registrata retail*

98. Il servizio di invio singolo registrato *retail* è offerto da pochi operatori postali che dispongono di una rete nazionale o locale di recapito. Al di là di Poste Italiane, gli operatori infrastrutturati concorrenti offrono solo marginalmente, o non offrono affatto, il servizio di invio singolo registrato.

99. TNT Post e Fulmine Group non offrono il servizio di invio singolo della raccomandata in quantità significative alla clientela di tipo *consumer* (persone fisiche) poiché tale servizio presenta complessivamente, non solo volumi relativamente bassi, ma anche molto distribuiti sul territorio. Ciò rende particolarmente costosa la fase di accettazione e raccolta dei singoli invii (effettuati da mittenti riconducibili a persone fisiche) rispetto al volume complessivo concentrabile per conseguire adeguate economie di scala ed essere dunque destinato alle successive fasi di smistamento, trasporto e recapito necessarie al completamento del servizio finale (*end-to-end*).

100. La maggiore qualità legata all'accettazione della corrispondenza registrata sia in fase di raccolta, sia in fase di recapito, accresce il valore del servizio e quindi i prezzi praticabili. I maggiori prezzi di mercato rendono il servizio maggiormente remunerativo rispetto alla posta prioritaria. Inoltre la minore velocità di recapito consente agli altri operatori concorrenti di replicare il servizio alle stesse condizioni di qualità di Poste Italiane senza dover sostenere gli elevati costi del recapito nei termini di tipo j+1.

101. Tuttavia gli invii singoli di posta registrata presentano problematiche analoghe a quelle dell'invio singolo della posta prioritaria dovute alla necessità di raggiungere notevoli economie di scala nella fase di raccolta della corrispondenza dagli uffici postali.

102. Fulmine Group, TNT Post, e Mail Express dispongono di reti postali in grado di recapitare corrispondenza nella maggior parte del territorio nazionale. Tali operatori tuttavia non riescono a competere a parità di condizioni nei mercati postali degli invii singoli soprattutto per impossibilità sotto il profilo economico di duplicare le risorse di rete nella fase di accettazione relative agli uffici postali.

103. Complessivamente, gli operatori concorrenti sono attualmente in grado di offrire solo marginalmente condizioni economiche competitive, se comparate a quelle praticate da Poste Italiane, ma non sono capaci di offrire su larga scala ai propri clienti il servizio di invio singolo di posta registrata.

**Quesito 2: Si condivide l'orientamento dell'Autorità in merito alla definizione del mercato *retail* degli invii singoli di corrispondenza registrata?**

#### **4.3. Invii singoli di posta assicurata *retail***

##### *Caratteristiche e domanda del servizio di posta assicurata*

104. L'invio di Posta Assicurata è il servizio che consente al mittente di spedire oggetti di valore, documenti, denaro, titoli o valori, assicurandoli contro lo smarrimento, il furto e il danneggiamento. I mittenti sono tenuti ad utilizzare questo tipo di servizio ogniqualvolta intendano spedire denaro, titoli o valori. I prezzi sono distinti per peso, formato e valore assicurato inviati.

105. L'offerta di Posta Assicurata prevede diversi servizi accessori tra cui:

- ritiro presso l'ufficio postale in caso di assenza del destinatario;
- monitoraggio dell'invio online o tramite SMS attraverso PosteMobile;
- assicurazione contro i rischi di forza maggiore;
- conferma dell'avvenuta consegna della spedizione con l'avviso di ricevimento.

##### *Valutazioni sulle dinamiche competitive sul versante della domanda*

106. Sotto il profilo tecnico esistono diversi servizi sostituibili della Posta Assicurata, tra cui si possono segnalare i servizi di trasferimento di valori e denaro forniti da operatori specializzati nella sicurezza del trasporto e i servizi di trasporto espresso offerti da operatori specializzati nella rapidità di recapito dei beni.

107. La sostituibilità tecnica difficilmente trova riscontro in una vera e propria sostituibilità economica giacché le condizioni economiche praticate a tali servizi sono significativamente più elevate di quelle offerte da Poste Italiane.

108. Nonostante la possibilità di sostituzione tecnica del servizio di Posta Assicurata, nell'ipotesi di un incremento di prezzo da parte di Poste Italiane, difficilmente la domanda si indirizzerebbe in modo più che proporzionale verso altri servizi, quali, per esempio, i servizi di trasporto valori e di trasporto espresso.

L'analisi multipla dei volumi dei servizi di posta assicurata e dei servizi di trasporto valori e di trasporto espresso evidenziano trend opposti. A fronte di una forte riduzione dei volumi di posta assicurata nel periodo 2007-2011, si osservano incrementi della domanda di servizi di trasporto valori e trasporto espresso. Tuttavia i servizi di trasporto valori e trasporto espresso non sono limitati ai servizi di posta assicurata che anzi ne possono rappresentare una quota marginale. Pertanto tali relazioni non sembrano fornire informazioni economicamente significative e in ogni caso tali da poter incidere nelle politiche di prezzo di Poste Italiane nell'offerta di Posta Assicurata. In particolare, tali risultanze appaiono insufficienti per far presumere l'esistenza di una sostituibilità economica, presente o nel breve periodo, di tale servizio in ragione di variazioni di prezzo contenute ma significative e non transitorie.

#### *L'offerta del servizio di posta assicurata retail*

109. Il servizio di posta assicurata si presta a diverse finalità d'uso. Il servizio non sembra essere offerto in quantità significative da operatori postali concorrenti a Poste Italiane. Due importanti categorie di operatori rappresentano concorrenti effettivi e potenziali del servizio di Posta Assicurata. Si tratta dei trasportatori di valori e dei corrieri espressi. Entrambe le categorie di operatori cercano di aumentare il grado di riempimento della rete trasportando varie tipologie di prodotti postali per ridurre il costo unitario del trasporto, tra cui forme di posta assicurata. L'invio assicurato, infatti, può contenere oggetti di valore di ogni natura quali per esempio denaro, gioielli o prodotti elettronici di dimensioni e peso contenuti. Le finalità d'uso dell'invio assicurato possono essere diverse e possono riguardare l'offerta di servizi fornita da imprese che operano in settori diversi.

110. I resi delle vendite o l'invio in assistenza di un prodotto elettronico nonché l'invio in generale di valori costituiscono servizi di trasporto tra loro analoghi ma spesso offerti da trasportatori espressi, trasportatori di valori oppure da operatori postali. Un'altra forma di posta assicurata potrebbe essere fornita dagli operatori postali che utilizzano la rete della corrispondenza per offrire il servizio di invio (Business to Consumer, B2C) fino a due chili di prodotti acquistati dai consumatori attraverso il canale Internet.

111. L'offerta di più operatori del servizio di singolo invio assicurato è resa possibile dal fatto che il servizio postale in questione presenta una maggiore qualità complessiva

che accresce il valore del servizio e dunque i prezzi praticabili di mercato rispetto ad altri tipi di corrispondenza.

112. Tuttavia gli invii singoli di posta assicurata presentano problematiche analoghe a quelle dell'invio singolo della posta prioritaria e della posta registrata, dovute alla necessità di raggiungere notevoli economie di scala nella fase di raccolta della corrispondenza dagli uffici postali.

113. I volumi strutturalmente decrescenti dell'invio singolo assicurato e le difficoltà di raccolta di tali invii non rendono il mercato di particolare interesse a nuovi ingressi da parte degli operatori postali.

114. Per tali ragioni, i principali operatori postali infrastrutturati non offrono il servizio di invio singolo assicurato.

**Quesito 3: Si condivide l'orientamento dell'Autorità in merito alla definizione del mercato di invii singoli di corrispondenza assicurata?**

#### **4.4 Invii singoli di pacchi ordinari fino a 20 chili**

##### *Caratteristiche del servizio e della domanda di pacco ordinario fino a 20 chili*

115. L'invio di pacchi di peso inferiore a 20 chili è parte del contenuto degli obblighi di servizio universale. Le principali caratteristiche del servizio sono riconducibili non solo al peso, ma anche ai limiti delle dimensioni e al prezzo indifferenziato su tutto il territorio nazionale.

116. L'invio viene effettuato esclusivamente tramite accettazione presso uno dei circa 14.000 uffici postali dai quali ha inizio la fase di raccolta verso i centri di smistamento a seguito della quale i pacchi vengono ripartiti in funzione delle successive fasi di lavorazione e trasporto, fasi affidate a SDA Express Courier S.p.A. (corriere espresso del Gruppo Poste Italiane), per il tramite del Consorzio Logistica Pacchi S.c.p.A. (Società a sua volta interamente posseduta dal Gruppo Poste Italiane) cui è demandato, in particolare, il compito di svolgere le attività strumentali di ripartizione, trazione e consegna del servizio Pacchi che Poste Italiane, in qualità di fornitore del Servizio Universale, è impegnata ad effettuare.

117. La consegna del pacco al destinatario avviene entro tre giorni lavorativi (j+3) con una elevatissima probabilità di rispetto dei termini contrattuali (94% degli invii).

118. I servizi accessori previsti per il Pacco ordinario possono incrementare sensibilmente la qualità del servizio. Tra questi figurano: assicurazione, fermoposta, avviso di ricevimento, contrassegno, giacenza, ritorno al mittente.

119. In caso di mancata consegna del pacco, per assenza del destinatario, sono forniti due avvisi con l'indicazione dell'ufficio postale presso il quale è possibile ritirare il pacco, dove resta in giacenza per 7 giorni.

120. La merce spedita può essere assicurata e la consegna dei pacchi può essere subordinata a diverse modalità di pagamento, definite dal mittente. Inoltre è previsto il servizio di avviso di ricevimento per fornire certezza della data di consegna del pacco.

121. Nell'offerta relativa alla spedizione dei pacchi, Poste Italiane offre fuori degli obblighi di servizio universale i servizi di Paccocelere 1 e Paccocelere 3 che rappresentano i cosiddetti servizi a valore aggiunto.

122. La spedizione del Paccocelere prevede la fornitura di maggiori prestazioni a carico di Poste Italiane a fronte di prezzi più elevati per gli utenti.

123. Il Paccocelere 1, per esempio, ha un limite massimo di peso incrementato fino a 30 chili e il recapito avviene entro il giorno successivo a quello della consegna a pena di restituzione del corrispettivo pagato dall'utente.

124. Per quanto attiene alla tariffa del servizio, la stessa è fissata in maniera indifferenziata rispetto al peso e rispetto alla destinazione, fatta salva la previsione di una maggiorazione solo in caso di pacco cd ingombrante. Malgrado il decreto dello Sviluppo economico 20 maggio 2011 abbia provveduto ad un rialzo della tariffa del Pacco ordinario, questa risulta connotata da una forte economicità, sintomatica di un suo notevole scollamento dai costi.

125. E' compresa nel servizio la tracciatura elettronica della spedizione, inoltre, in caso di mancata consegna del pacco per assenza del destinatario, sono forniti due avvisi, il primo dall'addetto al recapito, il secondo dal portalettere, con l'indicazione dell'ufficio postale presso il quale è possibile ritirare il pacco, dove resta in giacenza per 7 giorni.

126. L'invio del pacco ordinario rappresenta un servizio postale che copre un target di clientela prevalentemente di tipo C2C (spedizioni tra persone fisiche), ma il suo utilizzo per spedizioni di prodotti editoriali allarga il target anche alla clientela di tipo B2C (da persone giuridiche a persone fisiche). A quest'ultimo proposito si riscontra il dato secondo cui i volumi riferibili al comparto Pacco ordinario avrebbero risentito in maniera più accentuata della generale flessione degli invii postali e dei profitti, in particolare nell'anno 2011, a fronte delle minori spedizioni conseguenti all'abolizione delle tariffe agevolate concesse alla clientela.

#### *Valutazioni sulle dinamiche competitive sul versante della domanda del servizio di pacco ordinario*

127. Da un punto di vista essenzialmente tecnico è possibile ravvisare alcuni servizi in grado di offrire in via attuale o potenziale caratteristiche funzionali similari rispetto a quelle del servizio di Pacco ordinario.

128. Si fa riferimento ai servizi di Paccocelere 1 e Paccocelere 3 che Poste Italiane offre al di fuori degli obblighi del servizio universale e che dovrebbero costituire i cosiddetti servizi a valore aggiunto nonché al servizio di corriere espresso.

129. E' necessario considerare che i servizi in questione presentano caratteristiche funzionali qualitativamente superiori rispetto a quelle del servizio di Pacco ordinario a fronte di una percepibile differenza dei prezzi praticati nei confronti dell'utenza, circostanza che rende poco agevole parlare di una sostituibilità economica tra i servizi in esame.

130. In particolare, circa i servizi di Paccocelere 1 e 3, si tratta di servizi di invio di documenti e pacchi fino ad un limite di peso di 30 chili.

131. Le spedizioni con Paccocelere 1 e 3 possono essere accettate presso circa 12.500 uffici postali abilitati oppure al domicilio del mittente con pagamento di un costo aggiuntivo fissato in maniera variabile a seconda che si tratti di un ritiro standard oppure di ritiri da clienti con accordo commerciale e/o con carnet prepagato. Tuttavia, per queste ultime due categorie, di clienti, Poste Italiane ha previsto l'offerta in promozione, valida fino al 30.6.2013, del servizio di ritiro a domicilio gratuito.

132. I tempi di consegna dei Pacchiceleri 1 e 3 sono fissati rispettivamente in uno e tre giorni lavorativi da quello dell'accettazione nella maggior parte delle località d'Italia.

133. Per quanto attiene ai prezzi dei servizi di Paccocelere, questi sono fissati in misura variabile rispetto al peso e alle dimensioni secondo le seguenti fasce: da 0 a 3 chili; da 3 a 10 chili; da 10 a 20 chili; e da 20 a 30 chili, con somma delle dimensioni compresa tra 80 e 150 cm.

134. Sono comprese nel servizio la tracciatura elettronica degli invii; due tentativi di recapito; la giacenza per sette giorni lavorativi successivi al secondo tentativo di recapito presso l'ufficio postale competente; il rimborso nei casi in cui la consegna non avvenga nei tempi stabiliti; la possibilità di spedire ad un fermoposta o ad una casella postale nonché l'avviso di avvenuta consegna.

135. Emerge dalle caratteristiche sopra elencate che la velocità del recapito, unitamente alla certezza dello stesso, rappresentano il valore connotativo dei servizi di Paccocelere. Ciò fa sì che tali servizi ben si prestino al soddisfacimento di una clientela con specifiche esigenze relative alla puntualità e alla sicurezza del servizio, per le quali è disposta a pagare un prezzo più elevato.

136. E' dunque chiaro che i servizi di Paccocelere servono un bacino di utenza di tipo *business* più che *consumer*.

137. Sebbene sia possibile rintracciare delle analogie tra il servizio di Pacco ordinario, rientrante nel servizio universale e i servizi di Paccocelere, le diverse condizioni economiche di offerta fanno sì che la domanda del servizio sia limitata a situazioni particolari in cui la clientela ha bisogno di standard qualitativi più elevati, tali da giustificare il pagamento di un corrispettivo maggiore. .

138. Analoghe considerazioni possono essere svolte in riferimento al servizio di corriere espresso che è il servizio di invio di plichi di documenti o pacchi senza limiti di peso con destinazione nazionale ed internazionale, con consegna in giorni programmati o stabiliti ed entro orari definiti.

139. Il contenuto di base del servizio di corriere espresso è sostanzialmente analogo a quello del Pacco ordinario e del Paccocelere (invio di pacchi), ma i numerosi servizi a valore aggiunto che vengono forniti al cliente senza costi aggiuntivi rispetto al prezzo finale (es. *pick up*; servizi elettronici per preparare, inviare, e ricercare le spedizioni, tenere traccia delle consegne, e inviare avvisi ai clienti; servizi di monitoraggio e prova di consegna che consentono di ricercare e gestire in modo centralizzato le spedizioni; *door to door*) ne innalzano fortemente la qualità a fronte di un prezzo notevolmente più elevato per soddisfare esigenze di una specifica clientela, essenzialmente di tipo *business*, che necessita di spedizioni urgenti e sicure.

140. Le caratteristiche del servizio di corriere espresso che gli conferiscono la connotazione di servizio ad alto valore aggiunto lo rendono economicamente non sostituibile con quello di Pacco ordinario. Tuttavia, la valutazione relativa alla non configurabilità di un rapporto di sostituzione economica dal lato della domanda tra il servizio di Pacco ordinario e quelli di Paccocelere e corriere espresso, non può prescindere dallo svolgimento di considerazioni più puntuali relative al servizio di Pacco ordinario offerto da Poste Italiane nell'ambito di servizio universale. Differentemente dagli altri invii singoli di corrispondenza, il Pacco ordinario presenta perdite elevate e sistematiche, causate prevalentemente da condizioni economiche che non sono in grado di remunerare i costi sostenuti per la fornitura del servizio.

141. La sostituibilità, per definizione, non può esserci tra un servizio che rientra nel perimetro del servizio universale e le cui tariffe sono fissate in perdita e un altro fornito in regime di libero mercato e i cui prezzi sono determinati dai meccanismi concorrenziali volti a massimizzare i profitti delle imprese. Pertanto lo svolgimento di un'analisi relativa alla sostituibilità dal lato della domanda tra i servizi in questione rischia di essere viziata e come tale non costituire un strumento idoneo di valutazione delle dinamiche competitive.

142. L'analisi dei volumi evidenzia un netto calo degli invii di pacchi ordinari nell'intervallo temporale preso in considerazione che va dal 2009 al 2012. Diversamente, la domanda dei pacchi a valore aggiunto presenta un andamento crescente.

143. La drastica riduzione dei volumi del Pacco ordinario denota certamente un effetto di sostituzione con altri servizi postali di cui però non è facile l'identificazione in base alle informazioni aggregate disponibili. Appare evidente che le caratteristiche qualitative del Pacco ordinario non soddisfano più le esigenze della domanda che si sposta verso altri servizi postali a valore aggiunto. Non sembra tuttavia che i prezzi dei pacchi a valore aggiunto possano esercitare una pressione competitiva sulle condizioni economiche del Pacco ordinario disciplinate nell'ambito del servizio universale.

### *L'offerta del servizio di pacco ordinario*

144. Il servizio di pacco ordinario è fornito quasi esclusivamente da Poste Italiane. Tra gli operatori postali rintracciati, nella cui offerta è contemplato anche il servizio di pacco ordinario, si annovera in particolare Sailpost che offre servizio di invio di plichi e pacchi fino a 5 chili di peso in J+1 (per destinazioni che ricadono nello stesso comune in cui avviene l'accettazione) nonché l'invio di plichi e pacchi fino a 20 chili in J+2.

145. L'offerta del pacco ordinario a causa della drastica riduzione della domanda è ormai limitata a bassissime quantità di invii annui *pro-capite*. Il fatturato è in forte decrescita e di importo non più rilevante all'interno del settore postale e può essere considerato un servizio marginale anche all'interno del contenuto del servizio universale.

146. Analogamente a quanto evidenziato per i rapporti esistenti tra i servizi di posta registrata offerti in regime di servizio universale e in assenza di obblighi regolamentari, anche il contenuto delle condizioni tecniche ed economiche del pacco ordinario dovrebbe essere esaminato alla luce delle modifiche intervenute nelle preferenze dei consumatori in relazione all'evoluzione del servizio universale. I volumi decrescenti del Pacco ordinario potrebbero infatti essere stati sostituiti da servizi analoghi, comunque diversi dal Paccocelere 1 e 3, anche essi con trend decrescenti nelle quantità offerte, fuori del servizio universale. Lo studio dell'impatto dei servizi di mercato sui servizi inclusi nel contenuto del servizio universale afferenti alla posta registrata (inclusa la posta assicurata) e al pacco ordinario dovrebbe essere oggetto di uno specifico procedimento istruttorio volto a verificare la necessità di accrescere gli aspetti qualitativi del servizio universale o in alternativa disciplinare i servizi offerti sul mercato che hanno un impatto sulla domanda dei servizi inclusi nel contenuto del servizio universale.

147. L'aspetto di maggiore interesse nei mercati postali dei pacchi è rappresentato dagli effetti creati sulla domanda di recapito dei pacchi legata al cosiddetto *e-commerce*. Gli acquisti effettuati attraverso la rete internet generano una domanda di spedizioni di pacchi in tempi rapidi. Una parte rilevante degli acquisti effettuati dai consumatori ha un peso inferiore ai 2 chilogrammi e tale situazione attrae l'offerta non solo da parte dei corrieri espressi ma anche degli operatori postali che sono in grado di recapitare corrispondenza fino alla suddetta soglia di peso. La domanda di recapito di pacchi legata all'*e-commerce* è attesa in forte crescita per i prossimi anni proprio in ragione dello sviluppo del commercio tramite la rete Internet. La crescita di questo mercato mette dunque in concorrenza due distinte piattaforme di rete quali la rete postale per il trasporto della corrispondenza e la rete postale per il trasporto dei pacchi.

148. D'altra parte i corrieri espressi, anche se in misura marginale, offrono servizi di corrispondenza laddove è richiesta un'elevata qualità del servizio legata alla rapidità e

sicurezza del recapito, mostrando con ciò che le due reti presentano punti di sovrapposizione competitiva soprattutto per i servizi a valore aggiunto.

149. Proprio sul mercato dei pacchi grazie alla logistica integrata si stanno sviluppando nuovi servizi a valore aggiunto in grado di gestire il trasporto dai consumatori ai fornitori per i resi sulle merci e per i prodotti che necessitano di assistenza.

**Questito 4: Si condivide l'orientamento dell'Autorità in merito alla definizione del mercato degli invii singoli dei pacchi ordinari?**

## **5. Analisi dei mercati *retail* degli invii multipli rientranti nel servizio universale**

150. Le analisi dei mercati *retail* degli invii multipli riguardano i servizi postali destinati agli utenti affari ossia persone giuridiche riconducibili a piccole, medie e grandi imprese che effettuano invii di corrispondenza con modalità ordinarie e registrate. All'interno dei mercati degli invii multipli non sono pertanto analizzati i servizi postali offerti a soggetti che effettuano invii singoli di corrispondenza.

### **5.1. Invii multipli di corrispondenza ordinaria *retail***

#### *Caratteristiche degli invii multipli di corrispondenza ordinaria*

151. Attualmente gli operatori offrono tipologie di invii multipli di corrispondenza ordinaria che si differenziano per velocità di recapito, per quantità di invii prelaborati, al fine di consentire uno smistamento meccanizzato, e per tracciatura del trasporto, finalizzata a fornire certezza dei termini di recapito.

152. Gli invii multipli sono offerti attraverso i servizi di Posta Prioritaria non-retail, Posta Prioritaria Pro, Posta Massiva, Posta Time offerti da Poste Italiane e posta consegnata in data e ora certa (posta certificata) dagli operatori concorrenti.

153. Il servizio di Posta Prioritaria, rientrante nel contenuto del servizio universale, consente ai clienti affari, spesso di piccole e medie dimensioni e ai consolidatori di effettuare invii multipli di posta ordinaria corrispondendo il prezzo attraverso modalità diverse dal francobollo o dall'accettazione degli uffici postali. Gli standard qualitativi relativi ai termini di recapito sono i medesimi del servizio di posta prioritaria *retail*.

154. Le modalità di pagamento della Posta Prioritaria sono tre:

- affrancatura con macchine affrancatrici (Maaf tradizionali e Affrancaposta)
- spedizione senza materiale affrancatura
- affrancatura attraverso l'apertura di specifici Conti di Credito

155. Per accedere al servizio di Posta Prioritaria il cliente deve preventivamente sottoscrivere, con le strutture commerciali di Poste Italiane, uno degli specifici contratti previsti per le varie modalità di affrancatura.

156. I principali vantaggi del servizio di Posta Prioritaria rispetto al singolo invio di Posta Prioritaria sono legati al fatto che tale corrispondenza presenta modalità semplificate di affrancatura, pagamento ed accettazione delle spedizioni.

157. Ai clienti è richiesto comunque il rispetto degli orari limite di spedizione e impostazione, di attenersi alle caratteristiche di servizio e di specificare correttamente il Codice di Avviamento Postale.

158. Il servizio di posta prioritaria prevede inoltre la possibilità di omologazione degli invii secondo standard stabiliti da Poste Italiane.

159. Il servizio di Posta Massiva consente di inviare grandi quantità di posta ordinaria nel rispetto di specifici requisiti volti a consentire la gestione meccanizzata della corrispondenza nella fase di smistamento. Per accedere a tale servizio, la domanda, costituita da grandi aziende, consolidatori e da operatori postali, deve assicurare modalità predefinite per l'impostazione, il confezionamento e la prelaborazione degli invii contenuti nelle scatole, effettuare un numero minimo di invii distinto per peso, destinazione, frequenza di invio giornaliero.

160. I prezzi sono distinti per peso, formato e destinazione e il servizio acquistato fa uso di una rete logistica integrata di accettazione, trasporto, smistamento e recapito.

161. Quando la corrispondenza, consegnata dai clienti al punto di accettazione della rete postale, non rispetta i requisiti previsti per la Posta Massiva, questa è accettata come Posta Prioritaria oppure è restituita al cliente stesso (azienda, consolidatore, operatore postale) per la regolarizzazione del prodotto.

162. La posta certificata consente di avere una certificazione sicura su luogo, data e ora del recapito. La posta ordinaria certificata prevede che su ciascuna busta contenente la corrispondenza sia apposto un codice che identifica univocamente la busta all'interno del database "delle buste".

163. Prima del recapito al destinatario, il portalettere memorizza in un palmare i dati relativi alla busta in relazione alla data, ora e coordinate geografiche di consegna. Tali informazioni sono poi rese accessibili ai clienti mittenti in modo tale da fornire la certificazione dell'avvenuto recapito.

#### *Valutazioni sulle dinamiche competitive sul versante della domanda*

164. I servizi di posta ordinaria (prioritaria, massiva, certificata) inviata in modo multiplo non sembrano tecnicamente sostituibili poiché ciascuno dei servizi in essa inclusi presenta caratteristiche diverse.

165. Gli invii multipli di corrispondenza registrata, se comparati al servizio di posta ordinaria, non solo presentano un prezzo molto più alto, ma inoltre non forniscono una comunicazione altrettanto rapida (j+1). A ciò si aggiunge che la posta registrata ha la peculiarità di dover essere accettata in entrata con modalità più onerose rispetto alla posta ordinaria e di essere espressamente accettata dal destinatario al momento del recapito, circostanza questa che può risultare del tutto irrilevante rispetto alle esigenze del mittente che invia posta ordinaria. Dall'analisi dei volumi e dei ricavi unitari dei servizi postali, negli anni 2007-2011 non emerge alcuna correlazione tra la posta ordinaria e la posta registrata, tale da far presumere l'esistenza di una sostituibilità presente o nel breve periodo.

166. Sembrerebbe che la scarsa sostituibilità tecnica tra i servizi appartenenti alla posta ordinaria e tra questi e la posta registrata possa rendere difficile una sostituzione effettiva nell'ipotesi di un incremento di prezzo di uno dei servizi.

167. Nel più ampio mercato della posta ordinaria, la posta prioritaria presenta un'alta qualità del servizio in termini di recapito, effettuato entro il giorno successivo a quello di accettazione. I termini di recapito di tipo j+1 sono offerti solo da Poste Italiane poiché il servizio è difficilmente replicabile da un punto di vista tecnico ed economico da parte dei potenziali concorrenti.

168. La posta massiva presenta una serie di requisiti quantitativi e qualitativi di pre-lavorazione a carico del mittente tali da non consentire una piena sostituibilità funzionale con i servizi di posta prioritaria e di posta certificata, soprattutto per la gestione di grandissimi volumi di corrispondenza.

169. La posta certificata non ha i requisiti di rapidità del recapito, come la posta prioritaria, ma di contro ha la caratteristica di tracciare temporalmente e geograficamente il trasporto e il recapito della corrispondenza che per alcuni grandi clienti può rappresentare un elemento importante nella scelta del servizio di posta ordinaria in quanto più rispondente alle proprie esigenze.

170. Dall'analisi di sostituibilità tecnica di ciascuno dei servizi di corrispondenza ordinaria è difficile ricostruire puntualmente le possibili relazioni di sostituibilità economica tra i servizi.

171. Ciononostante da un'analisi degli invii multipli della posta ordinaria (prioritaria, massiva e certificata) è possibile osservare che i volumi dei servizi di posta prioritaria e posta massiva si sono ridotti mentre i volumi dei servizi di posta certificata sono aumentati nel periodo di osservazione 2007-2011. E' possibile che la drastica riduzione dei volumi di traffico della posta prioritaria (non *retail*) e della posta massiva sia dovuta in parte anche all'effetto dell'incremento dei volumi dei servizi postali a data e ora certa offerti da TNT e altri operatori concorrenti.

172. Dall'analisi dei volumi e dei prezzi si osserva che il traffico dei servizi a data e ora certa aumenta sia per gli operatori concorrenti, sia per Poste Italiane. Inoltre i prezzi

relativi agli invii a data e ora certa appaiono competitivi rispetto ai prezzi praticati alla Posta Prioritaria e alla Posta Massiva.

173. Benché i servizi di posta prioritaria e posta massiva, da un lato, e i servizi di posta certificata a data e ora certa, dall'altro, non possano essere considerati tra loro pienamente intercambiabili dal punto di vista tecnico, appare che i prezzi praticati dalla concorrenza ai servizi di invii multipli a data e ora certa possano esercitare una qualche pressione competitiva sui servizi di posta ordinaria (prioritaria e massiva) offerti da Poste Italiane.

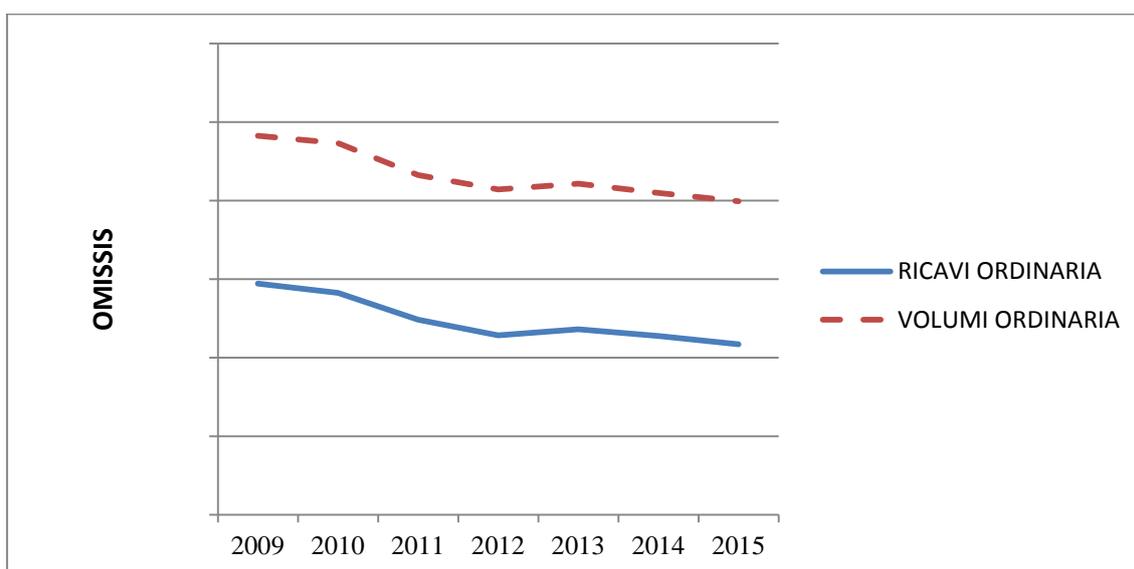
174. Tuttavia da tali informazioni non è possibile estrarre l'eventuale effetto di sostituzione della posta prioritaria e della posta massiva dovuto proprio alla posta tracciata.

175. In base a quanto considerato si può concludere che il mercato degli invii multipli di posta ordinaria sia costituito da tre sotto-mercati caratterizzati dal recapito rapido, dal recapito tracciato e dal recapito massivo.

#### *L'offerta del servizio degli invii multipli di posta ordinaria retail*

176. L'offerta del servizio degli invii multipli di posta ordinaria *retail* è caratterizzata da un trend decrescente dei volumi e dei ricavi che però, come mostrato nel grafico sottostante, tende a stabilizzarsi negli ultimi anni e nel prossimo futuro.

**Grafico 1. Invii multipli di posta ordinaria *retail*: andamento dei volumi e dei ricavi (2009-2015)**



(Dati 2012-2015 stime Agcom su fonte operatori)

177. Poste Italiane è il primo fornitore di invii multipli di posta prioritaria e di posta massiva, mentre TNT è il principale fornitore di posta certificata (tracciata data e ora certa).

178. La concorrenza offre un servizio di invii multipli di posta ordinaria diverso da quello offerto da Poste Italiane. In particolare, tali operatori offrono un servizio di corrispondenza ordinaria con termini uguali o superiori al  $j+3$ . Inoltre, il servizio offerto di invio multiplo prevede che tutta la corrispondenza sia tracciata, ciò al fine di monitorare la localizzazione della corrispondenza dalla fase di trasporto fino al recapito.

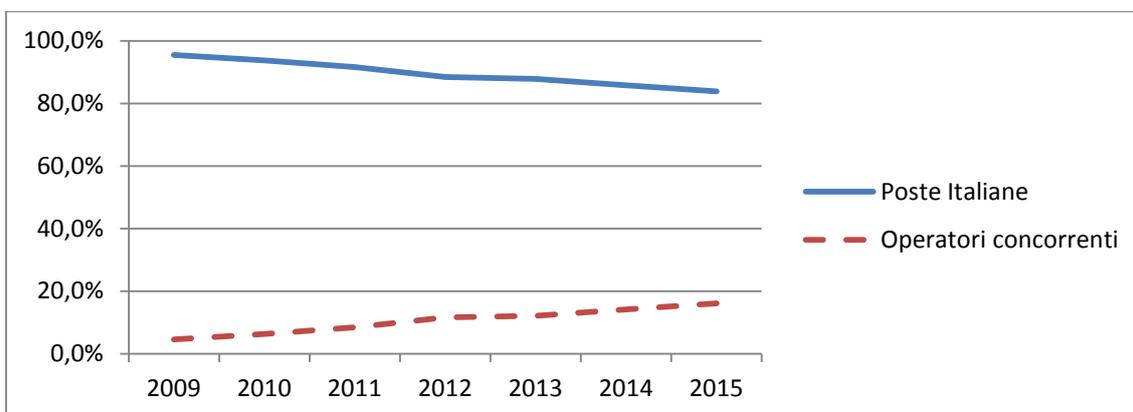
179. La struttura di mercato degli invii multipli di posta prioritaria vede, dunque, Poste Italiane quale operatore dominante sul quale si concentrano le quote di mercato, determinando di fatto una situazione di quasi monopolio.

180. Tale situazione è determinata dal fatto che gli invii multipli di posta prioritaria sono resi possibili solo grazie alla rete  $J+1$  detenuta da Poste Italiane, la quale costituisce l'unico operatore nel mercato italiano in grado di recapitare corrispondenza entro il giorno successivo all'accettazione.

181. Nonostante l'alta qualità del servizio offerto, appare ragionevole ritenere che il mercato degli invii multipli di posta ordinaria possa essere soggetto ad una certa pressione competitiva qualora Poste Italiane dovesse adottare pratiche di prezzo monopolistiche per la posta prioritaria e la posta massiva.

182. Aggregando i mercati della posta prioritaria, della posta massiva e della posta certificata si osserva nel periodo 2009-2015 un trend decrescente delle quote di mercato di Poste Italiane per effetto della concorrenza che, di contro, acquisisce quote di mercato.

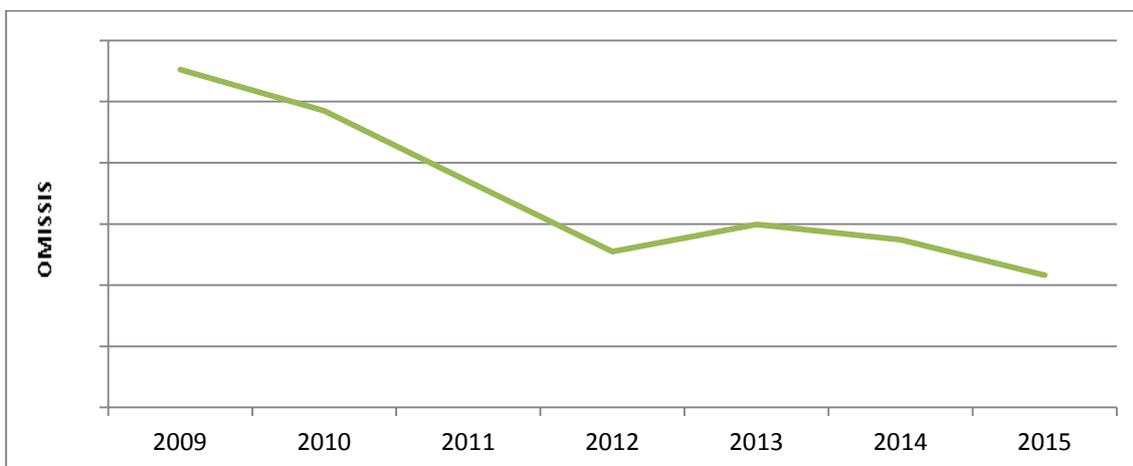
**Grafico 2. Invii multipli di posta ordinaria *retail*: quote di mercato (2009-2015)**



(Dati 2012-2015 stime Agcom su fonte operatori)

183. La pressione competitiva sul mercato della posta ordinaria sembra potersi desumere anche dal trend dei ricavi unitari come delineato nel grafico sottostante.

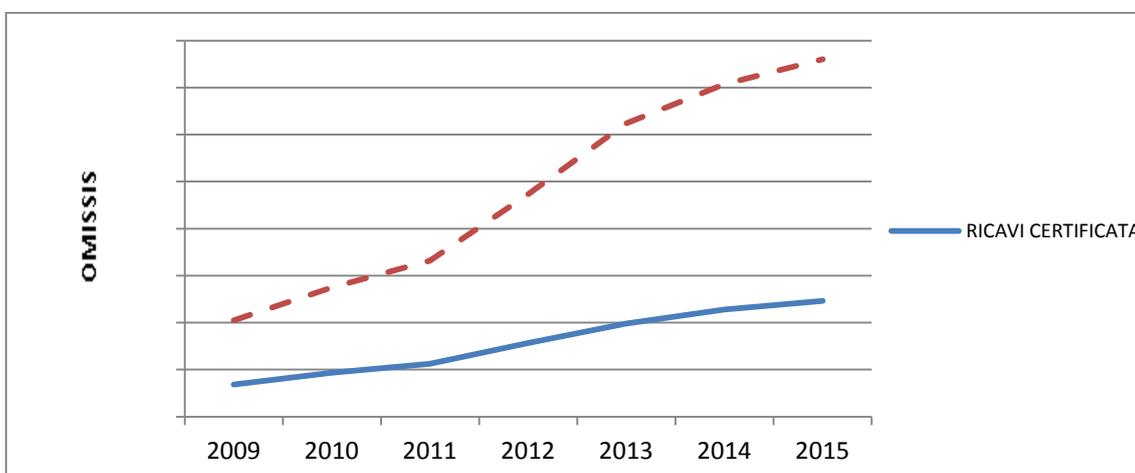
**Grafico 3. Invii multipli di posta ordinaria *retail*: andamento dei ricavi unitari (2009-2015)**



(Dati 2012-2015 stime Agcom su fonte operatori)

184. Scorporando dalla corrispondenza ordinaria la posta certificata, si osserva che il trend dei ricavi e dei volumi del mercato sono fortemente in crescita e in controtendenza con il più ampio mercato degli invii multipli di corrispondenza ordinaria.

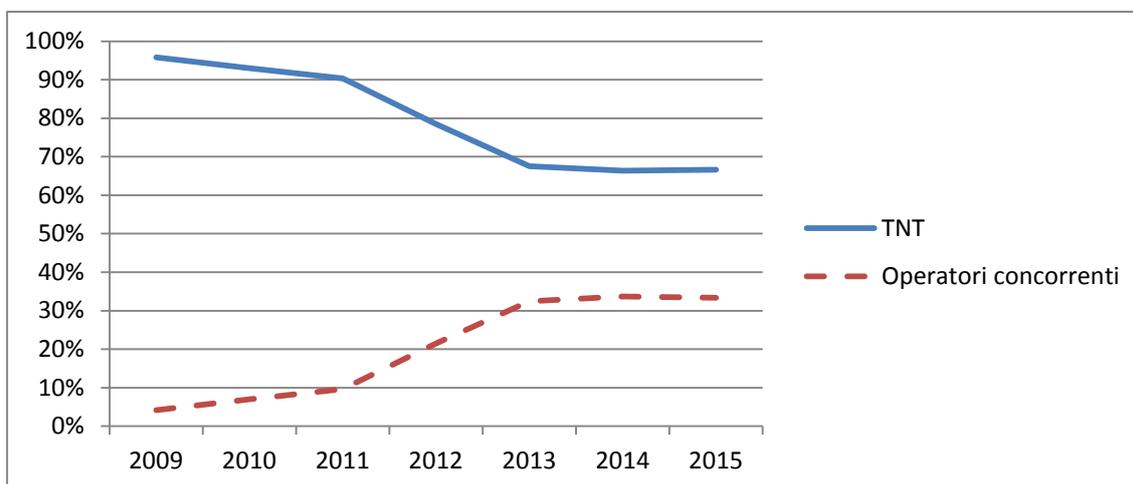
**Grafico 4. Invii multipli di posta certificata *retail*: andamento dei volumi e dei ricavi (2009-2015)**



(Dati 2012-2015 stime Agcom su fonte operatori)

185. Ciò mette in luce come i meccanismi concorrenziali abbiano effetti non solo sotto il profilo qualitativo del servizio offerto ma anche sotto l'aspetto quantitativo. Il mercato della corrispondenza certificata ha un trend di crescita in controtendenza con gli altri servizi postali proprio in ragione della maggiore pressione competitiva che spinge gli operatori postali ad incrementare la qualità offerta e contenere le condizioni economiche di fornitura.

**Grafico 5. Invii multipli di posta certificata *retail*: quote di mercato (2009-2015)**



(Dati 2012-2015 stime Agcom su fonte operatori)

186. Dal grafico sopra, emerge come nel mercato della corrispondenza certificata il primo operatore per quote di mercato sia TNT Post Italia. Tra gli operatori concorrenti a TNT figura Poste Italiane con una quota che cresce dal 2 al 29% dal 2009 al 2015.

187. Dalle stime sui dati prospettici, TNT dovrebbe mantenere l'attuale quota di mercato sebbene il mercato della corrispondenza certificata, essendo soggetto ad una notevole pressione competitiva, ne incrementa il grado di incertezza circa le dinamiche della domanda.

**Quesito 5: Si condivide l'orientamento dell'Autorità in merito alla definizione del mercato degli invii multipli di corrispondenza ordinaria?**

## **5.2 Invii multipli di corrispondenza registrata *retail***

### *Caratteristiche degli invii multipli di corrispondenza registrata*

188. L'offerta degli invii multipli di corrispondenza registrata prevede almeno tre tipologie di invio che vanno distinte in ragione dell'oggetto della spedizione, della presenza o meno di specifici requisiti riferibili alle modalità di allestimento, confezionamento e prelaborazione e in virtù delle modalità di accettazione.

189. Gli invii multipli di posta registrata sono offerti da Poste Italiane, in qualità di fornitore del servizio universale, tramite i servizi denominati commercialmente: Posta Raccomandata Smart, Posta Raccomandata Pro e Posta Assicurata Smart.

190. Posta Raccomandata Smart è il servizio che permette di spedire grandi quantitativi di invii di corrispondenza registrata fino a 2 chili verso qualsiasi località del territorio nazionale, per i quali sono stabiliti specifici requisiti, definiti in termini di formato, standard di prodotto, modalità di consegna, prelaborazione e allestimento, dietro pagamento di un prezzo determinato in base a tre variabili (peso, formato e area di destinazione) e corrisposto tramite modalità differenti dal francobollo o dall'accettazione da parte degli uffici postali. I termini di consegna sono individuati in maniera corrispondente a quelli previsti per il servizio di posta Raccomandata.

191. Le modalità di pagamento della Posta Raccomandata Smart sono tre:

- affrancatura con macchine affrancatrici
- affrancatura attraverso l'apertura di specifici Conti di Credito
- “senza materiale di affrancatura”

192. L'accesso al servizio di Posta Raccomandata Smart è subordinato alla sottoscrizione di un apposito accordo tra il cliente e Poste Italiane, tra quelli specificamente previsti per le varie modalità di affrancatura, cui si accompagnano altrettante diverse modalità di allestimento e prelaborazione degli invii che costituiscono prerequisiti tecnici indispensabili per l'accettazione delle spedizioni da parte di Poste Italiane.

193. La Raccomandata Smart è accettata, in ragione dei volumi da gestire, presso apposite strutture: i Centri di Impostazione Grandi Clienti, comprendenti i CMP, ove vengono accettati invii senza limiti quantitativi, i CP ove vengono accettati invii fino a 10.000 pezzi e i CD ove vengono accettati invii fino a 5.000 pezzi.

194. Ai clienti è richiesto di attenersi al rispetto degli specifici orari limite di accettazione affinché il processo di recapito sia avviato nello stesso giorno.

195. Il servizio di Posta Raccomandata Pro, di recentissima introduzione, presenta le stesse caratteristiche di massima del servizio di Posta Raccomandata Smart da cui differisce per le modalità di spedizione, rese più agevoli dall'assenza di requisiti obbligatori di allestimento e prelaborazione, per le modalità di accettazione, posto che gli invii, in ragione dei minori volumi da gestire, possono essere consegnati oltre che presso i Centri di Impostazione Grandi Clienti, anche presso gli Uffici di Poste Impresa abilitati oppure on line e per il prezzo, che è determinato in funzione delle sole variabili di peso e formato, a fronte delle medesime modalità di pagamento descritte in riferimento al servizio di Posta Raccomandata Smart. Tutto ciò, rende tale servizio generalmente più appetibile da parte di clienti, come piccole e medie imprese o professionisti, che necessitano di effettuare volumi di invii registrati più contenuti ma più frequenti.

196. I principali vantaggi offerti dai servizi di Posta Raccomandata Smart e Pro rispetto ai singoli invii di Posta Raccomandata sono riconducibili alle modalità semplificate di affrancatura, pagamento ed accettazione delle spedizioni nonché alle condizioni

tariffarie, più contenute rispetto a quelle *retail*, in ragione dei consistenti volumi di invii, della prelaborazione e dello svolgimento della fase di raccolta.

197. Posta Assicurata Smart è il servizio che consente di effettuare invii di grandi quantitativi di corrispondenza registrata fino a 2 chili, verso qualsiasi località del territorio nazionale con la garanzia dell'assicurazione contro lo smarrimento, il furto e il danneggiamento e, a richiesta, contro i rischi di forza maggiore. Tale tipologia di invio è obbligatoria per le spedizioni di denaro, titoli e valori. Per poter spedire Posta Assicurata Smart è richiesto il rispetto di specifici requisiti relativi alle caratteristiche del prodotto (formati e standard dimensionali), modalità di allestimento e prelaborazione delle spedizioni.

198. Posta Assicurata Smart è accettata solo presso i Centri di Impostazione Grandi Clienti (CMP, CP o CD a seconda dei volumi da gestire), entro i limiti di orario stabiliti da Poste Italiane. Le tariffe sono determinate in riferimento a due variabili (peso e valore dell'assicurata, contenuto entro il limite massimo di 3.000,00 euro) e il pagamento degli invii può essere effettuato solo con macchine affrancatrici, conti di credito o "senza materiale affrancatura", tramite sottoscrizione di specifici accordi tra i clienti e Poste Italiane tra quelli previsti per le varie modalità di affrancatura, cui si accompagnano altrettante diverse modalità di allestimento e prelaborazione degli invii, prerequisiti tecnici indispensabili per l'accettazione delle spedizioni.

199. I tempi di consegna sono individuati in tre o cinque giorni lavorativi successivi a quello di spedizione, rispettivamente nel 92,5% e 98% dei casi.

#### *Valutazioni sulle dinamiche competitive sul versante della domanda*

200. La gamma dei servizi degli invii multipli di corrispondenza registrata è molto più limitata della corrispondenza ordinaria e risponde ad esigenze della domanda molto diverse. Le raccomandate e le assicurate infatti non sono tecnicamente sostituibili e tale aspetto si riflette anche sulla sostituibilità economica. La peculiarità della posta assicurata, legata agli aspetti finanziari, fa sì che le scelte della domanda non possano essere influenzate da ipotesi di un incremento di prezzo dei vari servizi di corrispondenza registrata.

201. La sostituibilità tecnica è invece possibile tra i servizi di Posta Raccomandata Pro e Posta Raccomandata Smart. I due servizi di raccomandata differiscono prevalentemente per condizioni tecniche di invio rese funzionali alle due tipologie di clientela affari di piccole o grandi dimensioni. Tali differenze si riflettono inevitabilmente sui prezzi.

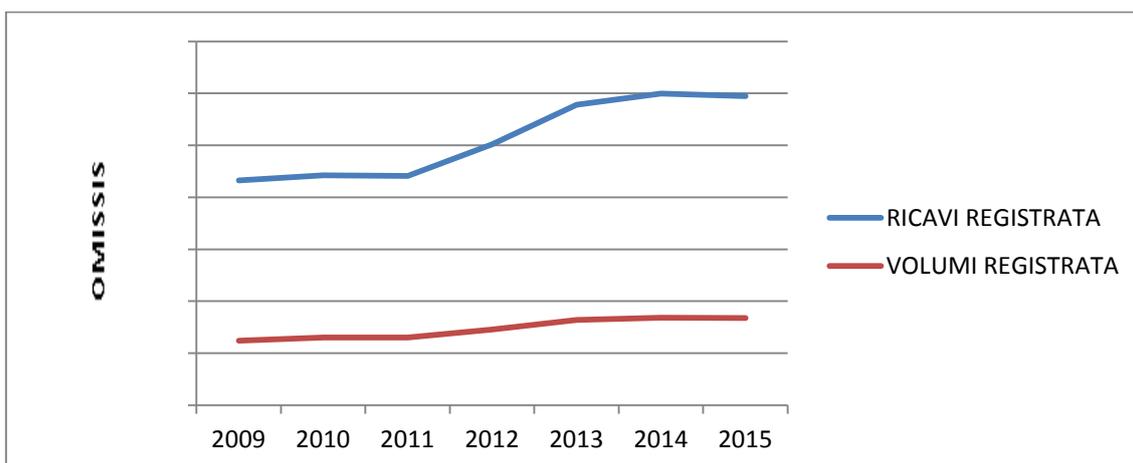
202. I servizi offerti dalla concorrenza sono analoghi, dal punto di vista delle condizioni tecniche, a quelli offerti da Poste Italiane. Conseguentemente, la domanda non ha possibilità tecniche di sostituzione dei servizi di posta registrata come invece è possibile nel caso della posta certificata nell'ambito del più ampio mercato della posta ordinaria.

203. Pertanto, non essendo stati rilevati processi di possibile sostituzione tecnica o economica tra i servizi di corrispondenza registrata, i mercati della Raccomandata Smart, della Raccomandata Pro e della Assicurata Smart devono essere considerati distinti.

*L'offerta del servizio degli invii multipli di posta registrata retail*

204. L'offerta del servizio degli invii multipli di posta registrata *retail* è caratterizzata da un trend crescente dei volumi e dei ricavi che, come mostrato nel grafico sottostante, potrebbe tendere a stabilizzarsi negli anni.

**Grafico 6. Invii multipli di posta registrata *retail*: andamento dei volumi e dei ricavi (2009-2015)**

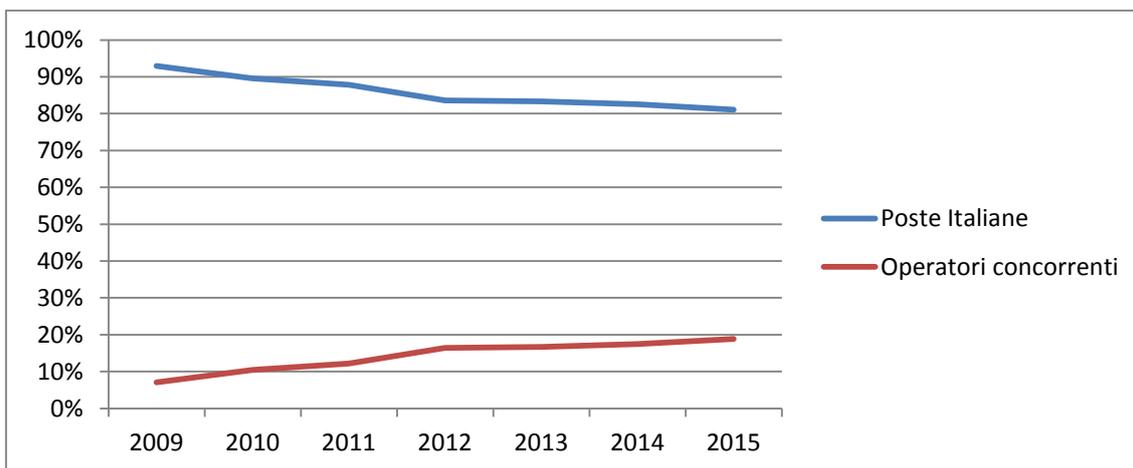


(Dati 2012-2015 stime Agcom su fonte operatori)

205. Poste Italiane, con i servizi di Raccomandata Smart e Raccomandata Pro, è il primo fornitore di invii multipli di posta registrata, mentre TNT dal 2009 al 2015 presenta quote di mercato crescenti dal 5 al 12%.

206. La struttura di mercato degli invii multipli di posta registrata vede, dunque, Poste Italiane quale operatore dominante sul quale si concentrano le quote di mercato. Tuttavia nel periodo di osservazione (2009-2015) le quote degli operatori concorrenti mostrano un trend crescente in modo regolare.

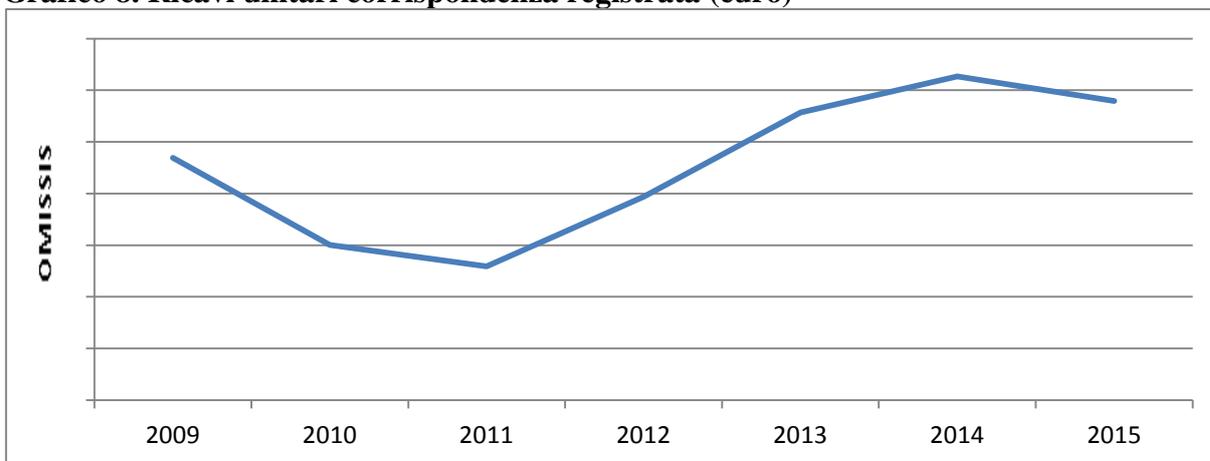
**Grafico 7. Invi multipli di posta registrata *retail*: quote di mercato (2009-2015)**



(Dati 2012-2015 stime Agcom su fonte operatori)

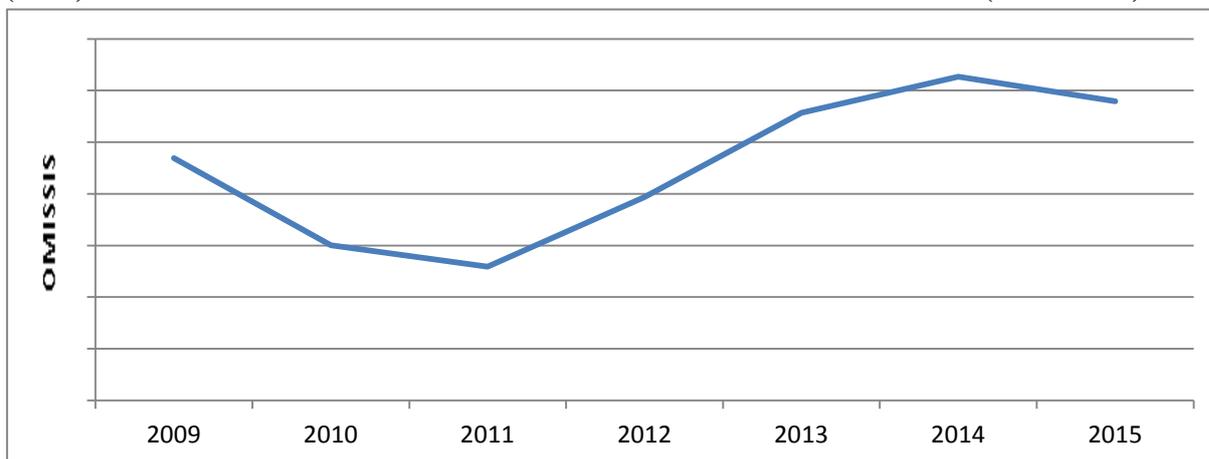
207. Nel periodo che va dal 2009 al 2011, si nota una certa pressione competitiva sul mercato della posta registrata legata alla riduzione dei ricavi unitari contrapposti ad un trend positivo dei volumi. I possibili e lievi incrementi dei ricavi unitari per il periodo 2012-2015 sembrano dipendere più dalla stabilizzazione dei volumi che non dalla riduzione della pressione competitiva, considerato che le quote di mercato degli operatori concorrenti tende a crescere regolarmente.

**Grafico 8. Ricavi unitari corrispondenza registrata (euro)**



(Dati 2012-2015 stime Agcom su fonte operatori)

**Grafico 9. Invii multipli di posta registrata *retail*: andamento dei ricavi unitari (euro) (2009-2015)**



(Dati 2012-2015 stime Agcom su fonte operatori)

**Quesito 6: Si condivide l'orientamento dell'Autorità in merito alla definizione dei mercati degli invii multipli di corrispondenza registrata?**

## **6. Invii singoli e multipli di atti giudiziari**

208. L'invio di atti giudiziari è il servizio di Posta Raccomandata per le notificazioni atti e comunicazioni connesse con la notificazione di atti giudiziari di cui alla legge n. 890/1982 e s.m.i. (legge n. 80/2005 e legge n. 31/2008) nonché per le notificazioni di cui all' art. 201 del decreto legislativo n. 285/1992 (violazioni in materia di Codice della Strada) che Poste Italiane, offre in regime di esclusiva, secondo quanto previsto dall'art. 4 del decreto legislativo n.261/1999.

209. Tramite il servizio in esame è possibile richiedere la notifica di atti giudiziari fino a 2 chili che rispettino i vincoli dimensionali e di formato previsti da Poste Italiane i quali vanno consegnati presso tutti gli Uffici postali o presso i centri di impostazione abilitati. I tempi di consegna sono individuati in tre o cinque giorni lavorativi successivi a quello di spedizione, rispettivamente nel 92,5% e 98% dei casi.

210. Il servizio è tariffato sulla base del peso dell'atto, come riportato nella tabella seguente.

**Tabella 1. Tariffe attuali per la notificazione degli Atti giudiziari per scaglioni di peso**

<b>Scaglioni di peso</b>	<b>euro</b>
fino a 20 g	7,20
oltre 20 g fino a 50 g	8,25
oltre 50 g fino a 100 g	8,55
oltre 100 g fino a 250 g	8,95
oltre 250 g fino a 350 g	9,60
oltre 350 g fino a 1000 g	10,95
oltre 1000 g fino a 2000 g	13,45

211. L'offerta del servizio prevede, in caso di mancata consegna dell'atto giudiziario al domicilio del destinatario, l'invio al destinatario della comunicazione di avvenuto deposito (CAD), tramite Raccomandata con ricevuta di ritorno, con la quale lo si avverte della giacenza dell'atto presso l'ufficio postale indicato sull'avviso di giacenza. Allo stesso modo, in caso di consegna dell'atto non effettuata personalmente al destinatario, è previsto l'invio al destinatario della comunicazione di avvenuta notifica (CAN), tramite Raccomandata con ricevuta di ritorno, con cui lo stesso è avvertito della notifica effettuata. Entrambe le comunicazioni costituiscono un servizio a pagamento per il quale sono previste due tariffe differenziate per tempo di consegna.

**Quesito 7: Si condivide l'orientamento dell'Autorità in merito alla definizione degli invii di atti giudiziari?**

## **7. I confini geografici dei mercati degli invii singoli e multipli**

212. L'analisi geografica dei mercati degli invii singoli e multipli e degli atti giudiziari non evidenzia servizi postali *end-to-end* limitati per aree geografiche diverse dai confini nazionali. Non sono stati rilevati operatori postali che offrono ai consumatori finali servizi di posta *end-to-end* limitati ad aree locali in grado di incidere sulle condizioni economiche praticate a livello nazionale. D'altra parte, a fronte di un ipotetico incremento del 10% del prezzo della posta registrata, i costi di transazione legati al reperimento di un altro fornitore di servizi postali situato in una diversa area geografica renderebbero certamente antieconomica la sostituzione del fornitore da parte della domanda.

213. Le condizioni economiche praticate dagli operatori postali sono omogenee in tutta Italia e i confini nazionali rappresentano l'ambito geografico di riferimento del mercato della posta ordinaria e registrata.

214. Gli stessi obblighi di servizio universale individuano il territorio nazionale quale limite geografico di riferimento per i servizi di corrispondenza e per il Pacco ordinario.

215. Conseguentemente, considerata anche l'omogeneità delle condizioni economiche praticate in Italia, i confini nazionali rappresentano l'ambito geografico di riferimento dei mercati degli invii singoli e multipli e degli atti giudiziari.

**Quesito 8: Si condivide l'orientamento dell'Autorità in merito alla definizione dei confini geografici dei mercati degli invii singoli e multipli**

**8. Analisi dei problemi competitivi e identificazione dei rimedi regolamentari nei mercati *retail* degli invii singoli di posta ordinaria e registrata e dei pacchi ordinari**

216. I risultati dell'analisi preliminare di sostituibilità tra servizi postali vedono una netta separazione tra corrispondenza ordinaria e registrata.

217. La tabella seguente sintetizza le caratteristiche comparate dei servizi di corrispondenza, ad eccezione della posta assicurata per la rilevanza nel servizio della componente rispetto al recapito e dei pacchi ordinari che non sono collocabili nei mercati della corrispondenza ordinaria e registrata ai fini della comunicazione.

**Tabella 2. Caratteristiche dei servizi di corrispondenza (esclusa Posta Assicurata)**

	Accettazione	Termini recapito	Caratteristiche principali	Prezzi minimi PI	Prezzi minimi concorrenti
<b>Prioritaria</b>	Cassette - UP	J+1 – J+3	Economicità e rapidità recapito	0,70	0,60 <sup>4</sup>
<b>Raccomandata</b>	UP	J+3 – J+5	Certezza legale e qualità media	3,60	2,42 <sup>5</sup> 2,55 <sup>6</sup>

<sup>4</sup> Prezzo IVA inclusa offerto da Mail Express Poste Private.

<sup>5</sup> Offerta di TNT Post: I termini di consegna sono compresi tra J+2 e J+4; la raccolta può avvenire anche al domicilio del mittente; la giacenza e restituzione sono comprese nel prezzo.

<sup>6</sup> Offerta Mail Express: I termini di consegna sono J+3.

<b>PostaFree</b>	UP - Domicilio	J+3 – J+5	Certezza legale e alta qualità <sup>7</sup>	6,00	
<b>Raccomandata 1</b>	UP	J+1	Certezza legale e rapidità recapito	6,05	
<b>Raccomandata Online</b>	Sistema ITC	Come cartacei	Certezza legale e rapidità accettazione	3,40	2,34
<b>Prioritaria Online</b>	Sistema ITC	Come cartacei	Rapidità recapito e accettazione	0,95	0,71 <sup>8</sup>
<b>Certofax</b>	Sistema ITC	Tempo reale	Rapidità recapito	1,31	
<b>Telegramma</b>	UP – Sistema ITC	Tempo reale	Rapidità recapito	4,43	

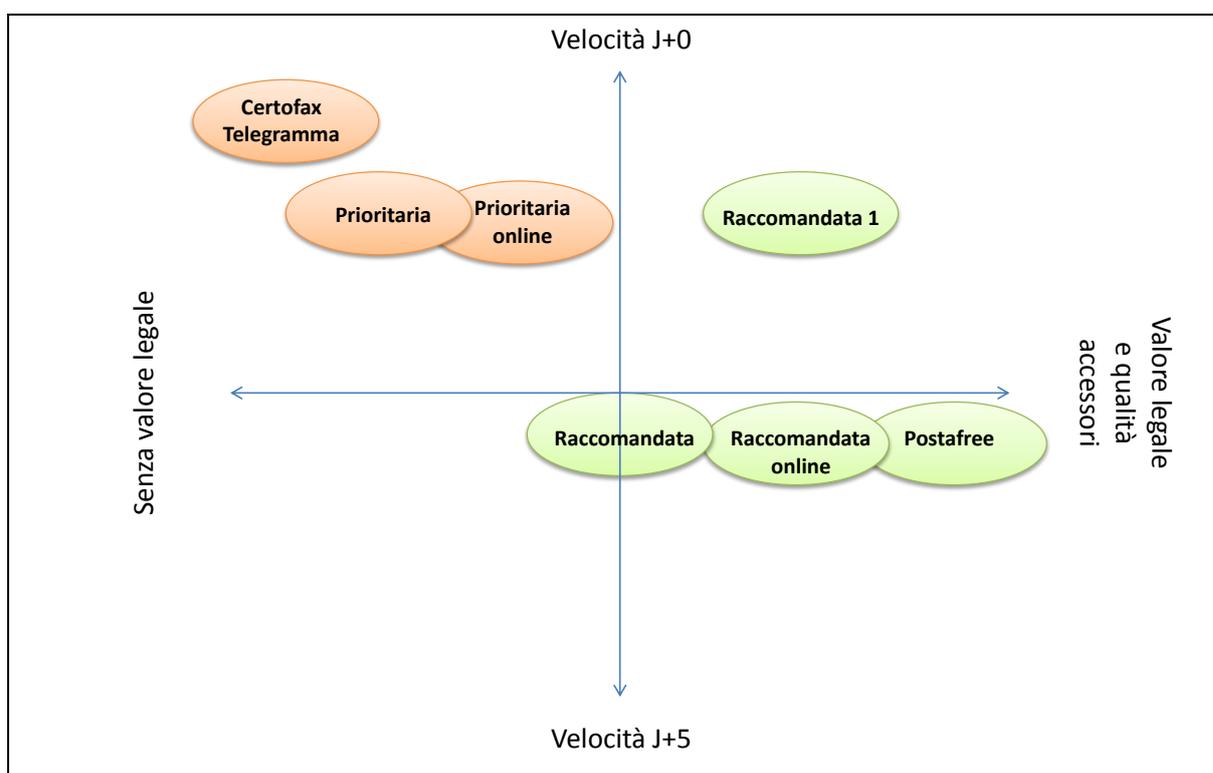
218. Dall'esame delle offerte emerge che i servizi postali sono caratterizzati dalla velocità di recapito (misurata attraverso J+N), dalla garanzia che i termini di recapito siano rispettati con una certa probabilità, dalla tracciabilità delle fasi di lavorazione della corrispondenza, ma soprattutto dal valore legale della stessa. Si osserva che la certezza legale, offerta dalle varie forme di invio raccomandato, è un elemento rilevante ai fini della determinazione di prezzi più elevati, anche rispetto alla rapidità del recapito. Inoltre, le offerte di invii raccomandati sono più ricche di servizi accessori, i quali sono finalizzati ad incrementarne ulteriormente la qualità rispetto alla corrispondenza ordinaria.

219. Il grafico di seguito mostra in modo semplificato il posizionamento di mercato dei servizi di corrispondenza rispetto alle caratteristiche della velocità (anche probabilità di recapito nei termini stabiliti) e del valore legale, tracciabilità e della qualità dei servizi accessori.

<sup>7</sup> Ai fini della valutazione della qualità del servizio, il servizio Postafree prevede, tra le altre, un'offerta integrata con i prodotti postali di confezionamento, pre-affrancatura nonché la possibilità di accettazione del prodotto postale direttamente al domicilio del mittente.

<sup>8</sup> Servizio di Posta Ibrida (formula certa).

**Grafico 10. Posizionamento dei servizi di corrispondenza rispetto a velocità e qualità del servizio**



220. Si può osservare, a titolo esemplificativo, che sebbene il servizio di Raccomandata 1 si differenzi dal servizio di Posta Prioritaria prevalentemente per il valore legale (e la sua tracciabilità), tale differenza si ripercuote considerevolmente sul prezzo, nonostante la velocità di recapito sia la medesima e pari a  $j+1$ . Il prezzo della Raccomandata 1, a parità di peso e formato minimi nonché di velocità di recapito, presenta un prezzo che è oltre otto volte superiore a quello della posta prioritaria, evidenziando con ciò la rilevanza del valore attribuito agli aspetti legali e alla tracciabilità dei servizi.

221. Poste Italiane è attualmente l'unico operatore in grado sfruttare ampie economie di scopo e dunque di fornire su tutto il territorio nazionale una vasta gamma di invii singoli dei servizi postali destinati ai clienti di tipo *consumer*.

222. La struttura di mercato degli invii singoli di posta ordinaria e registrata, evidenzia dunque una forte concentrazione a favore di Poste Italiane.

223. Le barriere all'ingresso dei mercati *retail* dei singoli invii sono principalmente di natura normativa e tecnico-economica.

224. La barriera normativa è rappresentata dall'obbligo di esenzione IVA per i servizi rientranti nel servizio universale. L'esenzione IVA, derivante dalla legislazione vigente, fornisce un importante vantaggio competitivo diretto ed immediato a favore di Poste Italiane e distorsivo dei meccanismi concorrenziali. Il vantaggio diretto è dato dalla possibilità di Poste Italiane di praticare ai servizi postali prezzi IVA esenti rispetto agli operatori concorrenti che, a parità di altre condizioni, risulterebbero inferiori di oltre il 21% rispetto a quelli praticabili dalla concorrenza. La permanenza sui mercati richiederebbe quindi alla concorrenza il conseguimento, all'interno del proprio processo produttivo, di guadagni di efficienza sui costi superiori al 21% rispetto a quelli sostenuti da Poste Italiane.

225. La seconda determinante delle barriere all'ingresso è data dalle rilevanti difficoltà tecnico-economiche legate alla impossibilità per gli operatori concorrenti, che intendessero allargare la gamma dei servizi ed entrare in tutti i mercati postali, di replicare la capillarità della rete postale.

226. I principali operatori concorrenti che dispongono di una rete postale proprietaria, ad oggi non sono in grado di raccogliere in modo economicamente sostenibile gli invii singoli di corrispondenza da effettuare attraverso gli uffici postali e le cassette di impostazione. I mercati degli invii singoli necessitano infatti di una rete di accesso capillare sul territorio. I bassi volumi di traffico che gestirebbe un operatore nuovo entrante non riuscirebbero a rendere economicamente sostenibili gli investimenti in una rete di accesso competitiva che, se comparata a quella di Poste Italiane, dovrebbe essere duplicata e costituita da circa 14.000 uffici postali e 70.000 cassette di impostazione. Tale rete non risulta ad oggi - ed anche prospetticamente - duplicabile dagli operatori concorrenti, pure se infrastrutturati, in ragione delle basse economie di scala sfruttabili. La tratta di accesso alla rete postale, che va dalla cassetta di impostazione o ufficio postale fino al primo punto di gestione della corrispondenza, già accettata, presenta infatti tutte le caratteristiche di una *essential facility*.

227. I servizi di smistamento-transporto primario e secondario costituiscono attualmente servizi che possono essere offerti in modo efficiente principalmente da Poste Italiane, la quale riesce a sfruttare le economie di scala dovute agli alti volumi di traffico, gestiti sia per la corrispondenza inviata dai propri clienti, sia per quella inviata dai clienti di altri operatori.

228. In ragione di tali economie, la rete di smistamento-transporto di Poste Italiane è la più diffusa sul territorio rispetto a quella degli operatori concorrenti. Inoltre, il trasporto rapido della corrispondenza, finalizzato ad assicurare i termini di recapito  $j+1$ , è realizzato solo da Poste Italiane che dispone di una rete aerea e una rete su gomma dedicate proprio alla velocità dello smistamento e del trasporto primario e secondario.

229. Poste Italiane, grazie alla capacità di trasporto e alla capillarità della distribuzione della propria rete postale, offre quindi oggi servizi di alta qualità che la concorrenza non è in grado di offrire. Per replicare tali offerte gli operatori concorrenti dovrebbero infatti avvalersi di servizi aeroportuali e di trasporto aereo che sono economicamente

sostenibili solo nel caso di trasporto di grandi quantità di posta e con necessità di recapito in tempi molto rapidi. Gli elevati costi di gestione della corrispondenza J+1 rappresentano attualmente, pertanto, una vera e propria barriera economica all'ingresso nei mercati del recapito veloce.

230. Il recapito della corrispondenza rappresenta, infine, la fase del processo produttivo di trasporto della corrispondenza dagli uffici di recapito fino al destinatario per il quale il fattore produttivo lavoro costituisce la quota preponderante delle risorse impiegate. Le difficoltà legate alla duplicazione della rete di recapito sono desumibili dal fatto che una quota rilevante del territorio nazionale è tuttora servita esclusivamente da Poste Italiane. La capillarità di una rete di distribuzione su tutto il territorio nazionale per recapitare tutte le tipologie di corrispondenza è una condizione economica necessaria per poter formulare offerte commerciali complete agli utenti finali. La mancanza di copertura territoriale, nella fase di recapito, non consente di sfruttare le economie di rete legate al raggiungimento della più ampia base di soggetti economici da mettere in comunicazione (per comunicazioni interpersonali o di tipo affari).

231. A rendere non appetibile il mercato degli invii singoli, vi è infine anche il fatto che Poste Italiane non ha un'offerta disaggregata ai servizi di raccolta, smistamento, trasporto e recapito.

232. La terza barriera è data dal fatto che i servizi dei singoli invii di Posta Prioritaria, Posta Raccomandata, Posta Assicurata e Pacchi ordinari, sulla base dei dati della separazione contabile di Poste Italiane per gli esercizi 2007-2011, risultano essere offerti in perdita.

233. I margini negativi e il basso livello dei prezzi, se da un lato tutelano la domanda, dall'altro pregiudicano l'equilibrio finanziario dei fornitori dei servizi di corrispondenza e ostacolano dunque le possibilità di sviluppo di nuove offerte di servizi postali.

234. La presenza simultanea di barriere normative e tecnico-economiche, nonché la mancanza di un'offerta *wholesale* di accesso a risorse disaggregate della rete postale, non consentono pertanto – ad oggi – l'ingresso di operatori concorrenti sul mercato.

235. Al fine di perseguire gli obiettivi, da un lato, di tutela degli utenti finali e, dall'altro, di garanzia di condizioni economiche che rendano contendibili alla concorrenza effettiva e potenziale i mercati degli invii singoli di corrispondenza ordinaria e registrata, è necessario che l'impiego degli strumenti regolamentari di controllo dei prezzi sia proporzionato in relazione ai problemi identificati.

236. Nel caso specifico, sono stati esaminati i fattori che possono avere un impatto sull'economia dei servizi di Posta Prioritaria, Posta Raccomandata, Posta Assicurata e Pacco Ordinario. In particolare, la fornitura di tali servizi richiede una rete particolarmente efficace che tende, tuttavia, ad avere un grado di riempimento sempre più basso in ragione dei volumi di traffico decrescenti. I volumi decrescenti, l'ampiezza della distribuzione territoriale anche in aree a basso traffico, l'alta frequenza di recapito rendono onerosa la fornitura dei servizi postali. Le difficoltà a saturare l'uso della

capacità di rete deriva anche dalla rapidità di recapito richiesta per il servizio di Posta Prioritaria. Ciò incrementa i costi unitari e peggiora il risultato economico d'esercizio. Ne consegue che le perdite registrate da Poste Italiane nella fornitura di tali servizi fino al 2011 potrebbero essere ridotte attraverso un incremento dei prezzi, così da rendere maggiormente appetibile il mercato per l'ingresso di potenziali concorrenti.

237. Tuttavia, dal momento che i fruitori dei servizi degli invii singoli e dei pacchi sono principalmente utenti singoli e famiglie, un incremento di prezzo dei servizi degli invii singoli si tradurrebbe esclusivamente in un aumento di prezzo per i consumatori finali per servizi offerti di fatto in monopolio da Poste Italiane, senza che la concorrenza possa incidere sulla contendibilità di quei mercati fornendo servizi qualitativamente superiori a prezzi più bassi.

238. Sulla base dell'analisi svolta, si ritiene infatti che una manovra di rialzo dei prezzi degli invii singoli avrebbe efficacia se – congiuntamente – vi fosse un'offerta disaggregata alla rete postale di Poste Italiane, così da bilanciare i benefici per il consumatore. Dal momento che con delibera n. 252/13/CONS è stato avviato un tavolo in materia di accesso alla rete e all'infrastruttura postale, proprio al fine di valutare se e come rendere fruibile agli operatori concorrenti l'uso disaggregato della rete postale di Poste Italiane, si ritiene di mantenere fermi gli attuali prezzi dei servizi postali relativi agli invii singoli e ai pacchi fino a 20 chili fino agli esiti del tavolo tecnico, ambito nel quale sarà possibile valutare se e come aprire la rete postale agli operatori concorrenti e ad intervenire sui prezzi.

**Quesito 9: Si condivide l'orientamento dell'Autorità in merito all'analisi dei problemi competitivi e all'identificazione dei rimedi regolamentari nei mercati *retail* degli invii singoli di posta ordinaria e registrata nonché di pacchi ordinari?**

## **9. Analisi dei problemi competitivi e identificazione dei rimedi regolamentari nei mercati *retail* degli invii multipli di posta ordinaria e registrata**

239. Gli invii multipli di corrispondenza presentano dinamiche competitive più complesse rispetto agli invii singoli in quanto la domanda è distribuita su quattro categorie di soggetti:

- clienti affari di piccole e medie dimensioni;
- clienti affari di grandi dimensioni (imprese e P.A.);
- consolidatori;
- operatori postali che dispongono di una rete di trasporto/recapito non in grado di coprire l'intero territorio nazionale.

240. La diversità dei soggetti presenti dal lato della domanda consente agli operatori postali, presenti dal lato dell'offerta, di differenziare i servizi postali e quindi i prezzi in funzione delle esigenze del target di clientela. Gli operatori hanno quindi realizzato offerte che attualmente rispondono alle esigenze di invio multiplo differenziate per piccole, medie e grandi aziende. Tali servizi si differenziano per il livello di prelaborazione, la quantità di volumi inviati, e per altri aspetti qualitativi legati alla lavorazione della corrispondenza prima della consegna ai punti di accettazione, quali, per esempio, l'omologazione degli invii e la raccolta.

241. La posta prioritaria risponde alle esigenze di domanda delle piccole e medie imprese e dei consolidatori, mentre la posta massiva risponde prevalentemente alle necessità di comunicazione delle grandi imprese e dei consolidatori, quando questi ultimi sono incaricati dai grandi clienti di stampare, imbustare e prelaborare la corrispondenza da consegnare ai punti di accettazione.

242. Le grandi aziende quali le *utilities* e le banche o assicurazioni possono avere la necessità di inviare regolarmente grandi quantità di posta ordinaria, mentre le piccole e medie imprese possono ricorrere a forme di invio ordinario che richiedono minori vincoli di prelaborazione e di soglie di accettazione. Tali invii possono essere effettuati direttamente dalle imprese, presso i punti di accettazione di Poste Italiane oppure essere affidati ai consolidatori e operatori postali concorrenti che curano le fasi di realizzazione del prodotto postale, di prelaborazione e consegna ai centri di Poste Italiane.

243. I consolidatori e gli operatori postali concorrenti giocano un ruolo rilevante nelle fasi di realizzazione del prodotto postale e di raccolta della corrispondenza giacché contribuiscono ad alimentare i volumi di posta domandata dalle imprese. La qualità o l'introduzione sul mercato di nuovi prodotti postali dipende proprio dalle attività svolte dai consolidatori e dagli operatori concorrenti i quali, attualmente, oltre alla realizzazione dei prodotti postali, offrono ai clienti affari servizi di gestione/archiviazione in outsourcing di tutta la corrispondenza.

244. Ad oggi, i consolidatori e gli operatori concorrenti non possono accedere ad offerte all'ingrosso di recapito della corrispondenza a condizioni economiche diverse da quelle che Poste Italiane pratica ai clienti affari nei mercati *retail*. Tuttavia, i consolidatori svolgono l'importante fase di concentrazione della domanda dei clienti affari in pochi punti di accettazione dai quali poi la corrispondenza è inviata a destinazione. L'accesso a condizioni economiche differenziate per tali tipi di operatori è giustificata dal fatto che Poste Italiane riesce a conseguire un maggior grado di riempimento della rete e dunque a sfruttare maggiormente le economie di scala, le quali dovrebbero essere riflesse sui prezzi di accesso alla rete.

245. La struttura di mercato degli invii multipli di posta ordinaria dovrebbe essere analizzata separatamente per la corrispondenza prioritaria, massiva e certificata giacché tali mercati appaiono essere distinti. Presi singolarmente, i mercati della posta prioritaria e della posta massiva vedono le quote di mercato concentrate su Poste Italiane, mentre TNT Post Italia ha un ruolo rilevante nel mercato della posta certificata. Un'analisi

separata dei mercati, tuttavia, non evidenzia i punti di contatto, verosimilmente esistenti, tra il mercato della posta certificata, da un lato, e i mercati della posta massiva e posta prioritaria dall'altro.

246. Disaggregando i mercati, è infatti possibile osservare che il mercato della posta certificata presenta volumi e ricavi in aumento, mentre i mercati della posta prioritaria e posta massiva mostrano un costante trend decrescente sia del traffico, ma anche dei ricavi.

247. Sebbene sul versante della domanda non si evidenzia una sostituibilità economica determinata secondo il test dell'ipotetico monopolista, non sembra si possa escludere che la posta certificata abbia effetti sui mercati della posta prioritaria e posta massiva per quanto riguarda le dinamiche della domanda e quindi dei relativi ricavi. Cumulando i volumi di posta ordinaria offerti da Poste Italiane e i volumi di posta certificata offerti dalla concorrenza, si osservano due trend opposti che potrebbero far presumere che la perdita dei volumi di posta ordinaria possa essere effetto dei meccanismi competitivi piuttosto che delle dinamiche della domanda aggregata. Ancorché non si possa stabilire con certezza che i servizi di posta prioritaria, massiva e certificata siano tra loro sostituibili e quindi appartenenti ad uno stesso mercato, è comunque verosimile ritenere che tali servizi presentino elementi di influenza reciproca. Le politiche dei prezzi adottate dagli operatori su uno dei servizi di posta ordinaria, possono avere un impatto sui prezzi o sui volumi degli altri servizi di corrispondenza ordinaria.

248. Per quanto riguarda le relazioni esistenti tra i mercati di posta ordinaria e i mercati di posta registrata non si osserva alcuna influenza reciproca circa i ricavi conseguiti e i volumi offerti. In particolare, mentre i volumi della posta massiva e prioritaria tendono a decrescere, gli stessi effetti non si riscontrano sulla posta raccomandata che, invece, restano sostanzialmente stabili nel lungo periodo. Inoltre, i risultati economici d'esercizio della posta raccomandata sono saldamente positivi per tutto il periodo di analisi e anche prospetticamente non sono attesi volumi con possibili riduzioni rilevanti.

249. Analogamente agli invii singoli, si rileva la distorsione del mercato derivante dal regime di esenzione IVA a favore di Poste Italiane.

250. Nel caso degli invii multipli, l'esenzione IVA a favore di Poste Italiane non solo comporta per la concorrenza uno svantaggio competitivo diretto e immediato sui prezzi praticati, ma anche il fatto che i clienti finali dei consolidatori (aziende) o degli operatori concorrenti abbiano convenienza economica, pur di non pagare l'IVA, a corrispondere il prezzo del recapito della corrispondenza direttamente a Poste Italiane. Il consolidatore o l'operatore postale che decidesse di acquistare in proprio l'invio multiplo da Poste Italiane per vendere un unico prodotto/servizio al cliente finale, deve infatti applicare l'IVA ai prezzi praticati sui mercati finali, perdendo in questo modo un rilevante livello di competitività rispetto a Poste Italiane. Il meccanismo dell'esenzione IVA, fa sì che gli operatori concorrenti non sono in grado di offrire un servizio *end-to-end* ai clienti finali pienamente competitivo con quello di Poste Italiane.

251. Per quanto attiene al livello dei prezzi praticati, dalla separazione contabile di Poste Italiane si desume che i servizi di posta ordinaria e registrata non presentano perdite se non in misura marginale per uno di questi. A questo riguardo, va sottolineato che Poste Italiane non prevede nella separazione contabile un tasso di remunerazione del capitale impiegato. Ciò riduce il livello di orientamento al costo dei prezzi praticati. Tuttavia l'applicazione di un tasso di remunerazione del capitale non aumenterebbe in modo significativo i prezzi dei servizi giacché il capitale impiegato presenta valori molto bassi e tali da non determinare un ammontare apprezzabile di costo del capitale.

252. Si rileva inoltre, anche nel mercato degli invii multipli di posta ordinaria, la mancanza di un'offerta *wholesale* disaggregata di accesso alla rete di Poste Italiane, che possa favorire un pieno sviluppo della concorrenza.

253. Analizzando il trend dei costi e considerato il contesto di mercato circa gli andamenti dei volumi di traffico, i servizi di posta prioritaria e posta massiva presentano comunque, da un punto di vista prospettico di lungo periodo, risultati attesi d'esercizio con scarsi margini.

254. Un incremento dei prezzi, che garantisca l'orientamento al costo di tali servizi, potrebbe consentire a Poste Italiane di raggiungere un equilibrio economico-finanziario maggiormente stabile fino al 2015.

255. In ogni caso, in considerazione del maggior livello di contendibilità dei mercati *retail* degli invii multipli, rispetto ai mercati degli invii singoli, si ritiene di definire i prezzi massimi secondo il principio dell'orientamento al costo.

256. L'orientamento al costo dei prezzi è stato determinato in base all'uguaglianza tra ricavi e costi unitari. I costi unitari sono calcolati come rapporto tra costi d'esercizio e volumi totali separati per ciascun servizio. Ai fini della determinazione dei prezzi massimi sono stati estrapolati dai dati disponibili relativi al periodo 2007-2011 i costi operativi e i volumi di traffico attesi per gli anni 2014-2015. Sebbene i prezzi praticati da Poste Italiane ai servizi postali siano distinti per fasce di peso e in alcuni casi per destinazione, i volumi di traffico forniti in seguito alle richieste istruttorie sono aggregati in un'unica voce per ciascun servizio. I volumi attesi al 2015 sono la risultante dell'ipotesi di calcolo che il trend dei volumi pregressi seguirà un andamento correlato a quello osservato negli anni passati. Le stime sui valori attesi derivanti da tale esercizio di calcolo sono state confrontate con le stime dichiarate dagli operatori in risposta al questionario e i risultati sembrano essere tra loro compatibili. Tale congettura è stata posta alla base delle stime dei volumi di traffico per ciascun servizio postale rientrante nel servizio universale.

257. Nell'ambito dell'analisi dei costi, è stato chiesto a Poste Italiane di fornire dettagli sui costi disaggregati per risorse di rete utilizzate dai vari servizi postali. La separazione contabile, predisposta, ai sensi dall'art. 7, comma 1 del decreto legislativo. n. 261/99 e successive integrazioni e modificazioni, al fine di fornire all'Autorità una rappresentazione trasparente e puntuale degli oneri sostenuti per lo svolgimento del

servizio universale, non è classificata in modo tale da rendicontare questo tipo di informazioni. Malgrado ciò, Poste Italiane su base collaborativa ha provveduto a fornire formati contabili di dettaglio su ciascuno dei servizi inclusi nel contenuto del servizio universale. Sebbene differenti da quelli richiesti, i formati contabili estratti dal sistema di separazione contabile rendicontano i ricavi, i costi e i volumi in modo tale da rendere conoscibili le principali determinanti economiche di ciascun servizio.

258. I formati contabili forniti da Poste Italiane rendicontano i costi secondo la seguente classificazione: costi diretti, costi diretti di produzione, costi indiretti, *overhead*, costi della gestione finanziaria e fiscale.

259. I costi diretti sono allocati ai servizi senza l'uso di *driver* di costo. I costi diretti di produzione e i costi indiretti sono separati per servizi postali, mercato privati, grandi imprese e pubblica amministrazione, servizi al cliente e altri costi. I servizi postali sono suddivisi in centri della rete postale e strutture di recapito. Il mercato privati riporta i costi distinti per uffici postali, canali commerciali, operazioni di filiale e altri costi.

260. I costi afferenti agli *overhead*, sono articolati in direzioni, vertice e altri costi. Di tutte le attività descritte i costi sono disaggregati ulteriormente per natura di costo, ossia per costo del lavoro, ammortamenti, costi esterni e altri costi.

261. La disaggregazione dei costi fornita consente di formulare delle stime sul possibile andamento dei costi per i prossimi anni in relazione all'andamento dei volumi. La maggior parte delle categorie di costo presenta una correlazione con i volumi di traffico. Dai formati contabili non è possibile desumere se la correlazione è legata ad una vera e propria variabilità dei costi rispetto ai volumi o se ciò sia l'effetto dell'uso dei *driver* nel processo di allocazione dei costi congiunti.

262. A fronte della riduzione di traffico, Poste Italiane riduce sempre i costi operativi ma spesso non nella stessa proporzione. Ciò è causato verosimilmente dalla componente dei costi fissi non comprimibile in esito ad una riduzione dei volumi di traffico della corrispondenza inviata. Quando i costi non seguono in modo proporzionale la riduzione dei volumi, il costo unitario incrementa. Nel caso della Posta Prioritaria Pro e della Posta Massiva, tale situazione genera costi unitari superiori ai ricavi unitari del servizio. Tali servizi sono soggetti ad una certa pressione competitiva e pertanto un incremento dei prezzi non si traduce integralmente in extraprofitti monopolistici come nel caso dei servizi di invii singoli. Pertanto, è stato calcolato quel prezzo tale per cui si ottiene nel corso del periodo regolatorio un punto di pareggio tra ricavi e costi operativi per i servizi di Posta Massiva e Posta Prioritaria.

263. Quando il costo unitario è risultato superiore al ricavo unitario i prezzi sono stati calcolati, in funzione del trend dei volumi di traffico, per assicurare a partire dal 2014 (anno dal quale le linee dei costi e prezzi si sovrappongono) una situazione di equilibrio economico e finanziario stabile fino al 2015. Il prezzo della Posta Prioritaria è stato poi suddiviso in tre fasce di peso rispetto alle 7 fasce esistenti ipotizzando una distribuzione

dei pesi dei volumi di traffico, in analogia con quanto assunto nell'approvazione della manovra tariffaria 2010.

264. Lo stesso processo è stato seguito per tutti i servizi in cui sono state ridotte le fasce di peso. In più, solo per il servizio di Posta Massiva e per il servizio di Raccomandata Smart, sono state eliminate le tre destinazioni di recapito (AM, CP, EU) a favore di una più puntuale forma di *pricing* correlata alla valorizzazione delle effettive risorse di rete impiegate dal servizio richiesto. Le offerte di Poste Italiane non prevedono infatti di differenziare i prezzi in funzione del fatto che la corrispondenza sia consegnata da un soggetto ad una centrale dalla quale poi si procederà al recapito all'interno del bacino servizio dalla centrale stessa.

265. In ossequio al principio per il quale il soggetto acquirente non dovrebbe corrispondere un prezzo per le risorse di rete non richieste, i prezzi dei servizi di invii multipli sono stati differenziati in quattro livelli, proprio al fine di riflettere all'interno il valore delle risorse impiegate nel completamento del servizio postale.

266. Il servizio di recapito interno al bacino servito da un CMP non necessita della fase di trasporto di lunga distanza. Tale attività pertanto è stata eliminata stimando i costi pertinenti sulla base di dati presenti nella separazione contabile, posto che la contabilità dei costi non riporta dati puntualmente disaggregati in funzione delle specifiche attività concernenti il trasporto. Le stesse valutazioni sono state effettuate per la consegna della corrispondenza ai CDP. In questo caso tuttavia i costi pertinenti al servizio richiesto afferiscono alla fase del processo produttivo del recapito della corrispondenza.

267. Attraverso questo metodo di calcolo, che esclude dal prezzo i costi non pertinenti al servizio in base al principio contabile della causalità dei costi, è stato dunque possibile differenziare i prezzi secondo il livello gerarchico delle centrali di consegna della corrispondenza.

268. Nel seguito sono riportati i prezzi vigenti dei servizi di invio singolo e multiplo della posta ordinaria.

**Tabella 3. Prezzi attualmente vigenti dei servizi di invio singolo e multiplo della posta ordinaria**

Posta Prioritaria <i>retail</i>	Prezzi (euro) 2013		
	Invio piccolo	Invio medio	Invio extra
Scaglioni di peso			
Fino a 20 g	0,70	1,90	1,90
Oltre 20 g fino a 50 g	1,90	1,90	2,10

Oltre 50 g fino a 100 g		2,10	2,60
Oltre 100 g fino a 250 g		2,60	3,20
Oltre 250 g fino a 350 g		3,20	5,20
Oltre 350 g fino a 1000 g		5,20	8,00
Oltre 1000 g fino a 2000 g		8,00	8,00

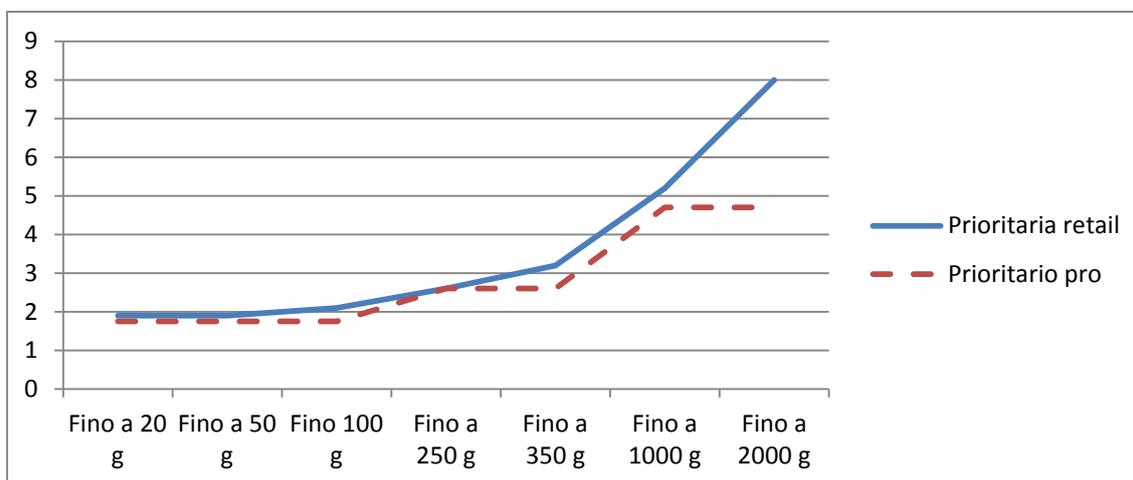
<b>Posta Prioritaria Pro</b>	Prezzi (euro) 2013		
Scaglioni di peso	Invio piccolo	Invio medio	Invio extra
Fino a 20 g	0,70	1,75	1,75
Oltre 20 g fino a 50 g	1,90	1,75	1,75
Oltre 50 g fino a 100 g		1,75	2,60
Oltre 100 g fino a 250 g		2,60	2,60
Oltre 250 g fino a 350 g		2,60	4,70
Oltre 350 g fino a 1000 g		4,70	4,70
Oltre 1000 g fino a 2000 g		4,70	4,70

<b>Posta Massiva non Omologata</b>	Prezzi (euro) 2013		
Scaglioni di peso	AM	CP	EU
Fino a 20 g	0,30	0,45	0,55
Oltre 20 g fino a 50 g	0,52	0,77	1,02

Oltre 50 g fino a 100 g	1,20	1,25	1,30
Oltre 100 g fino a 250 g	2,30	2,35	2,40
Oltre 250 g fino a 350 g	2,45	2,50	2,55
Oltre 350 g fino a 1000 g	3,55	3,60	3,65
Oltre 1000 g fino a 2000 g	4,55	4,60	4,65

Posta Massiva Omologata	Prezzi (euro) 2013		
	AM	CP	EU
Scaglioni di peso			
Fino a 20 g	0,28	0,43	0,53
Oltre 20 g fino a 50 g	0,50	0,75	1,00
Oltre 50 g fino a 100 g	1,15	1,20	1,25
Oltre 100 g fino a 250 g	2,20	2,25	2,30
Oltre 250 g fino a 350 g	2,35	2,40	2,45
Oltre 350 g fino a 1000 g	3,35	3,40	3,45
Oltre 1000 g fino a 2000 g	4,35	4,40	4,45

**Grafico 11. Confronto prezzi attuali della Posta Prioritaria di Poste Italiane (2013)**



269. Dall'analisi delle condizioni economiche riportate nelle tabelle emerge chiaramente che, per le prime fasce di peso, i prezzi della Posta Prioritaria *retail* e Pro sono eccessivamente ravvicinati, non riflettendo con ciò i risparmi di costo che la posta Prioritaria Pro potrebbe consentire in ragione:

- dei maggiori volumi consegnati;
- del tipo di lavorazione della busta, funzionale a migliorare l'efficienza delle fasi successive alla raccolta;
- dello svolgimento della fase di raccolta fino ai CMP, CP o CDP rispetto alla posta prioritaria *retail* che è consegnata alle cassette o agli uffici postali prima dell'accettazione.

270. Differentemente dalla Posta Massiva e dalla Raccomandata Smart, la Posta Prioritaria Pro non prevede, inoltre, che i prezzi siano distinti per destinazione e, in particolare, per bacino di recapito. La mancanza di tale previsione non incentiva gli operatori e i consolidatori a classificare la corrispondenza per destinazione e, soprattutto, a consegnare la corrispondenza ad un punto di accettazione interno al bacino regionale o provinciale dove la posta stessa sarà recapitata.

271. Per quanto attiene alla Posta Massiva, la distinzione dell'area di recapito prevista dalle condizioni economiche non è sufficiente a risolvere il problema di assenza della previsione di consegna della corrispondenza ad un punto di accettazione interno al bacino di recapito. La differenziazione dei prezzi praticata da Poste Italiane per le tre aree territoriali dovrebbe essere ulteriormente distinta per bacino regionale, bacino provinciale e bacino comunale che sulla rete postale significherebbe consegnare la corrispondenza ai CMP, CP e CDP. La corrispondenza consegnata ad un punto di

accettazione situato nello stesso bacino regionale dovrebbe avere un prezzo inferiore alla corrispondenza destinata ad un bacino regionale diverso da quello di consegna, in quanto la fase produttiva del trasporto primario di lunga distanza tra regioni non è effettuata dall'operatore di rete. Un prezzo ancora inferiore dovrebbe essere praticato nel caso in cui la corrispondenza venga consegnata ad un punto di accettazione interno al bacino provinciale di recapito. Il livello di prezzo più basso è dato dalla richiesta di recapito per la corrispondenza consegnata agli uffici di recapito. Tali previsioni, da applicarsi sia agli invii multipli di posta prioritaria, sia alla posta massiva, consentono ai consolidatori e agli operatori concorrenti di non corrispondere nel prezzo il costo del trasporto che invece possono realizzare con risorse proprietarie o in *outsourcing*.

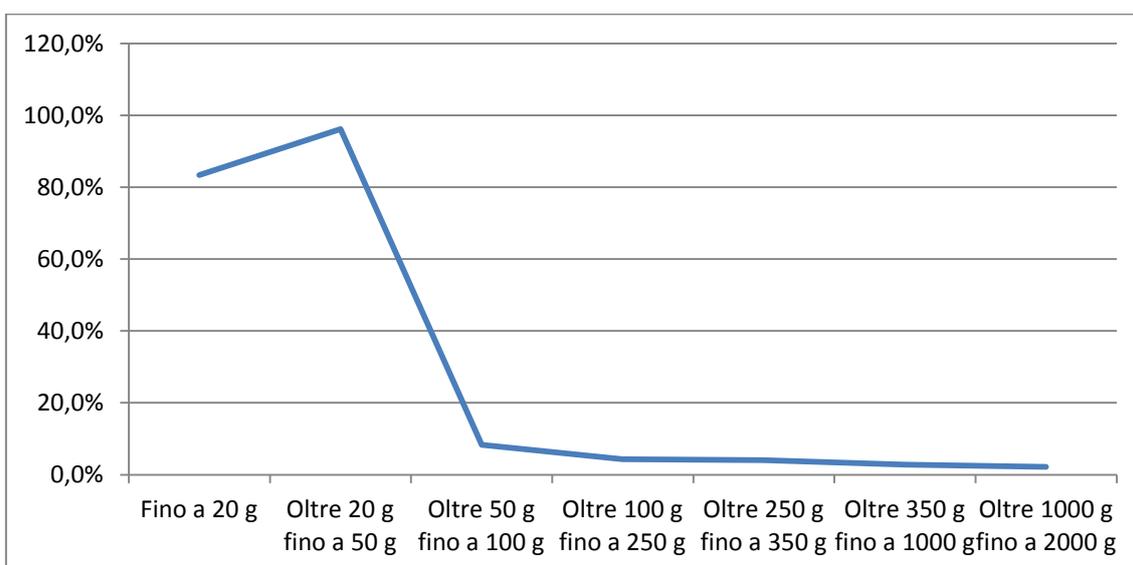
272. Nel servizio di Posta Massiva, i prezzi relativi al recapito della corrispondenza nei capoluoghi di provincia e nelle aree extra urbane appaiono eccessivamente disallineati rispetto ai prezzi del recapito nelle aree metropolitane.

273. I grafici riportati nel seguito mostrano che, a parità di fascia di peso, sussiste un disallineamento tra prezzi praticati per il recapito nei capoluoghi di provincia e le aree metropolitane nonché tra prezzi praticati per il recapito nelle aree extra urbane e nelle aree metropolitane.

**Grafico 12. Posta Massiva non omologata di Poste Italiane: Differenza dei prezzi attuali di recapito CP vs AM (2013)**



**Grafico 13. Posta massiva non omologata di Poste Italiane: differenza dei prezzi attuali di recapito EU vs AM (2013)**



274. Dai grafici della Posta Massiva non omologata, si rileva chiaramente come le differenze di prezzo non siano più significative già a partire dalla terza fascia di peso, indicando con ciò che tale differenziazione di prezzo per destinazione non sia economicamente ragionevole. Peraltro le differenze di prezzo in valore assoluto si riducono per le fasce di peso superiori caratterizzate da bassi volumi di recapito, palesando in tal modo che i prezzi praticati non hanno un fondamento economico legato ai costi effettivamente sostenuti per la fornitura del servizio. Inoltre, non sembra economicamente giustificabile il fatto che la differenza di prezzo tra il recapito in area EU (extra urbana) e l'area AM (area metropolitana) sia maggiore per la seconda fascia di peso. Analoghe rilevazioni emergono da un confronto dei prezzi praticati per il servizio di Posta Massiva omologata.

275. Così come per le diverse aree di recapito, la differenziazione di prezzo per sette fasce di peso, oltre ad apparire eccessiva, non sembra rifletta i costi sottostanti.

**Grafico 14. Prezzi attuali posta massiva omologata di Poste Italiane: recapito AM (2013)**



276. L'assenza di informazioni sulla distribuzione dei volumi di traffico e dei relativi costi per fasce di peso, non consente a Poste Italiane di formulare condizioni economiche differenziate in funzione dei costi effettivamente sostenuti per la fornitura del servizio.

277. In assenza di informazioni sui volumi di traffico e sui costi, una differenziazione arbitraria dei prezzi può provocare effetti distorsivi della concorrenza. D'altra parte, fuori dell'ambito del servizio universale, dove la concorrenza può giocare un ruolo significativo, Poste Italiane offre servizi di corrispondenza con un minor numero di fasce di peso e quindi, intrinsecamente, con un minor grado di discriminazione dei prezzi. Tali pratiche, hanno quindi l'effetto paradossale di creare una situazione di minore discriminazione di prezzo per i servizi deregolamentati offerti sul mercato rispetto ai servizi inclusi nel servizio universale.

278. In ragione delle criticità di prezzo rilevate, Poste Italiane dovrebbe formulare i prezzi della Posta Massiva e della Posta Prioritaria Pro distinguendo, esclusivamente, le condizioni economiche per omologazione, tre fasce di peso e per recapito interno o esterno al bacino regionale o provinciale di consegna della corrispondenza. I prezzi dovrebbero essere graduati in modo tale da riflettere i costi effettivamente sostenuti per fornire l'uso delle risorse richieste dal cliente o dall'operatore di consegna., Tale graduazione progressiva in modo decrescente, dal livello di prezzo 1 al livello di prezzo 4, dovrebbe partire dal prezzo più alto della corrispondenza - consegnata per l'accettazione in un bacino regionale (CMP) diverso dal bacino del CMP di recapito - fino al prezzo più basso della corrispondenza, consegnata per l'accettazione ad un CDP nell'ambito territoriale di riferimento all'interno del quale è effettuato il recapito.

279. Ai fini di semplificare le attuali forme di prezzo, costituite da più fasce di peso e da differenti livelli di consegna, in mancanza di informazioni sulla distribuzione degli invii per fasce che Poste Italiane non ha fornito, si è provveduto ad effettuare una stima di tale distribuzione derivante dalle informazioni fornite nell'ambito del procedimento anche da operatori concorrenti. Integrando tali informazioni con valutazioni sulla contabilità dei costi relativi al trasporto e recapito, è possibile determinare i prezzi relativi a tre fasce di peso e ai differenti livelli di consegna della corrispondenza.

280. Per quanto riguarda la determinazione dei prezzi, il meccanismo di controllo dei prezzi deve fornire certezza al mercato circa le condizioni economiche massime che saranno applicate da Poste Italiane fino al termine del periodo regolatorio. A tale riguardo, l'attuale meccanismo di adeguamento annuale dei prezzi, previsto da ultimo nella delibera CIPE n.77 del 2003 nonché nel Contratto di Programma 2009-2011 tra il Ministero dello Sviluppo economico e Poste italiane, si basa sull'utilizzo di una formula in cui i parametri del tasso di inflazione e dei guadagni di efficienza, misurati attraverso il fattore X, non forniscono adeguata certezza ai soggetti economici (concorrenti e consumatori finali) circa i prezzi che saranno praticati in tutto il periodo regolatorio.

281. Come specificato, uno degli obiettivi della fissazione di un tetto massimo è fornire, attraverso strumenti trasparenti, certezza sulle condizioni economiche massime praticabili, nel medio periodo, ai soggetti presenti dal lato della domanda. L'attuale meccanismo di adeguamento annuale dei prezzi (di cui alla Delibera CIPE n. 77 del 2003) dipende da quattro variabili, una sola delle quali (produttività) è determinata dall'Autorità:

- variazione percentuale dell'inflazione;
- variazione percentuale della produttività;
- variazione percentuale delle performance della qualità del servizio;
- variazione percentuale dei volumi di traffico.

282. Il tasso di inflazione è una variabile la cui valorizzazione deriva integralmente dall'andamento complessivo dei prezzi all'interno del sistema economico preso nel suo complesso. L'andamento del tasso di inflazione è ovviamente indipendente dalle politiche aziendali di Poste Italiane e dalle misure regolamentari dell'Autorità. In quanto variabile macroeconomica, in questo particolare periodo di incertezza sui mercati, il tasso di inflazione programmato potrebbe scostarsi dal tasso effettivo e compromettere le stime attuali sui prezzi massimi praticabili fino al 2015.

283. La qualità del servizio è stata fino ad ora valutata in base alla probabilità che i termini di recapito previsti per i vari servizi postali siano rispettati. Il miglioramento della probabilità di recapito è espresso in termini percentuali ed è stato sommato alle altre variabili della formula. Tuttavia, mentre il tasso di inflazione, la produttività e i volumi di traffico determinano il prezzo attraverso unità di misura omogenee, per la valutazione dei ricavi, il miglioramento della qualità non è espresso in termini di costi sostenuti o ricavi conseguiti da riflettere all'interno della formula del *price cap*. E' stato

chiesto a Poste Italiane di fornire i costi legati agli incrementi dei livelli di qualità senza tuttavia ottenere informazioni disaggregate che potessero mettere in relazione i costi con gli obiettivi di qualità raggiunti.

284. Un ruolo rilevante nella determinazione dei prezzi praticabili ai servizi è relativo ai volumi di traffico. La formula del *price cap*, infatti, rappresenta un tetto massimo ai ricavi (prezzi per quantità) conseguibili su un dato servizio o insieme di servizi. Una volta fissati i ricavi obiettivo attraverso stime sui costi e volumi, fino alla fine del periodo regolatorio per assicurare l'orientamento al costo, le eventuali variazioni in diminuzione dei volumi effettivi di traffico, rispetto a quanto programmato, permettono all'impresa regolata di incrementare i prezzi dei servizi fino al punto di invarianza dei ricavi, nel rispetto dei vincoli imposti dalla formula di fissazione del prezzo massimo. Ciò non risponde pienamente agli obiettivi incentivanti delle forme di controllo pluriennale dei prezzi che prevedono che i prezzi orientati ai costi programmati fino alla fine del periodo regolatorio non siano modificabili, rispetto ai prestabiliti tetti massimi, né dal regolatore, né dall'impresa regolata, anche in relazione al riscontro oggettivo, verificato ex-post, che taluni eventi abbiano comportato incrementi o riduzioni dei costi operativi sottostanti ai servizi. Pertanto, qualora le circostanze economiche consentano all'impresa regolata di ridurre i costi operativi più di quanto non sia programmato implicitamente nel meccanismo di controllo pluriennale dei prezzi, i relativi guadagni di efficienza potranno essere trattenuti dall'impresa senza che il regolatore possa allineare i prezzi ai minori costi effettivi riscontrati nei sistemi contabili. D'altra parte, un incremento dei costi verificato ex-post, dovuto a eventi non prevedibili, non potrà avere riflesso sui prezzi, ma dovrà spingere l'impresa regolata a una maggiore efficienza produttiva per conseguire un equilibrio economico. Adottando, invece, il meccanismo di *price cap* basato sulla formula che prevede un tetto massimo ai ricavi, in un contesto economico di settore in cui i volumi di traffico variano in modo irregolare, i prezzi potrebbero subire oscillazioni rilevanti e imprevedibili rispetto a quanto atteso dall'Autorità e dal mercato. Inoltre, la distribuzione dei volumi di traffico dei servizi postali per peso e destinazione è particolarmente articolata. A questo proposito, si evidenzia che l'attuale distribuzione di traffico dei servizi Smart e di posta massiva è suddivisa in sette fasce di peso e tre destinazioni generando in tal modo 21 tipologie di traffico per ogni singolo servizio. Considerato il numero dei servizi di posta ordinaria e registrata rientranti nel servizio universale, le tipologie di traffico superano le 100 unità, evidenziando con ciò l'eccessiva onerosità di un'attività di vigilanza da effettuarsi ex post per la verifica del rispetto dei vincoli posti alla base della formula di *price cap* dei prezzi praticati da Poste Italiane.

285. Quanto descritto rende complessa l'attività di predisposizione e vigilanza del modello di calcolo del prezzo massimo. In base a quanto prospettato, appare evidente che il meccanismo fino ad ora applicato, basato sulla formula individuata dalla Delibera CIPE del 2003, non è in grado di fornire certezza al mercato sui prezzi massimi che saranno applicati fino al 2015, innanzitutto a causa dell'attuale situazione di incertezza macroeconomica di sistema, per quanto concerne il tasso di inflazione, e di mercato per

quanto attiene ai volumi di traffico che evidenziano andamenti irregolari, sia quando si rilevano trend in aumento (invii multipli di posta registrata), sia in diminuzione (invii singoli).

286. Il fatto che le più rilevanti variabili non possano essere programmate con un ragionevole grado di certezza rende l'attuale meccanismo uno strumento di per sé poco trasparente per gli "acquirenti" dei servizi postali (utenti e operatori) sui prezzi massimi che saranno applicati fino al termine del periodo regolatorio. Tale incertezza non favorisce né il consumatore finale, né le imprese che volessero pianificare l'ingresso o investimenti in innovazioni di servizio sul mercato postale.

287. In base a tali condizioni, appare che un sistema di fissazione di un valore nominale del prezzo massimo sulla base dell'orientamento al costo, già largamente impiegato sui servizi regolati, che fissa i prezzi in valore assoluto nell'arco di tempo interessato dalle misure di regolazione, possa rispondere meglio alle esigenze di trasparenza delle condizioni economiche praticate. Con tale sistema, infatti, le variazioni di prezzo sono già note ed espresse in prezzi nominali per tutto il periodo di riferimento, mentre attraverso l'utilizzo della formula le variazioni non sono note *a priori* e sono espresse in termini percentuali. La fissazione di un prezzo massimo in termini nominali, basato sull'orientamento al costo, inoltre, spinge Poste Italiane all'efficienza. I guadagni di efficienza conseguiti da Poste Italiane, dovuti a eventuali riduzioni di costo rispetto al livello dei prezzi praticati, non saranno infatti oggetto di interventi regolamentari fino al termine del periodo di riferimento.

288. Conseguentemente, i prezzi massimi per gli invii multipli di Poste Italiane per gli anni di riferimento sono stati fissati secondo quanto riportato negli allegati 1, lett. a); b) e c) alla presente delibera.

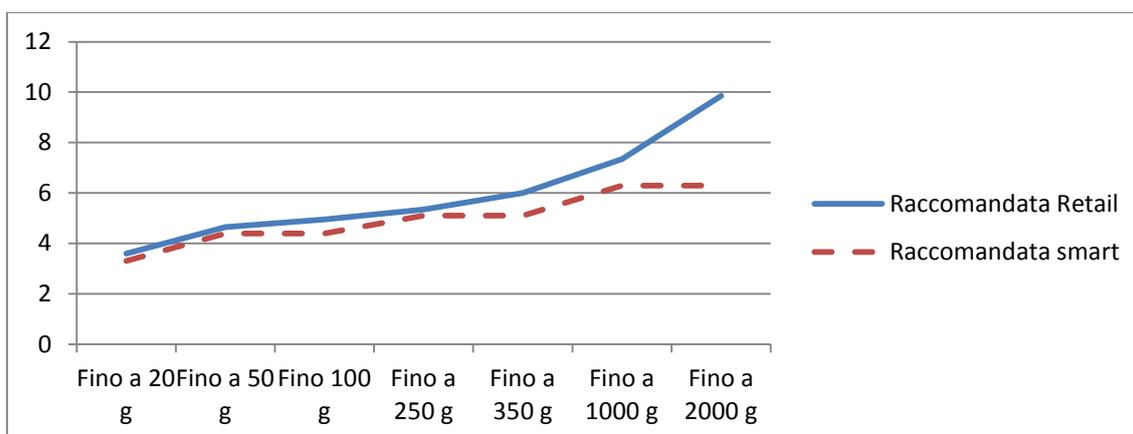
289. Per quanto riguarda i servizi di Raccomandata Smart e Raccomandata Pro si rileva che i servizi Smart e Pro si distinguono, prevalentemente, per il fatto che la corrispondenza di tipo Smart è pensata per maggiori quantitativi di invii che richiedono di essere prelaborati e classificati per destinazione. Quando gli invii sono più frequenti e di minori quantità è invece previsto il servizio di Raccomandata Pro che è soggetto a minori vincoli di invio e la cui corrispondenza può essere consegnata in un maggior numero di punti di accettazione.

290. La struttura di mercato della posta registrata è caratterizzata da una forte concentrazione delle quote di mercato verso Poste Italiane sebbene i principali operatori concorrenti siano in grado di offrire invii multipli di posta registrata utilizzando la propria rete postale di raccolta e di recapito.

291. I servizi di Posta Raccomandata Smart e Pro non presentano problematiche legate alla remuneratività dei servizi presente e attesa nei prossimi anni. Pertanto, per tali servizi, non è prevista una variazione dei prezzi programmati per gli anni di riferimento, atteso che la concorrenza effettiva e potenziale può attualmente esercitare una pressione

economica sulle politiche dei prezzi che Poste Italiane intenderà adottare sui servizi di posta registrata.

**Grafico 15. Confronto prezzi attualmente vigenti invii singoli e multipli di Posta Raccomandata *retail* e *Pro* di Poste Italiane (2013)**



292. Dal grafico si evince che le differenze di prezzo tra Raccomandata *retail* e Raccomandata *Pro* non sembrano legate da differenze di costo in quanto il disallineamento tra i due prezzi varia in modo anomalo all'interno della distribuzione delle fasce di peso.

**Tabella 4. Prezzi attuali raccomandate singole e multiple**

Posta Raccomandata Retail	Prezzi (euro) 2013
Scaglioni di peso	
Fino a 20 g	3,60
Oltre 20 g fino a 50 g	4,65
Oltre 50 g fino a 100 g	4,95
Oltre 100 g fino a 250 g	5,35

Oltre 250 g fino a 350 g	6,00
Oltre 350 g fino a 1000 g	7,35
Oltre 1000 g fino a 2000 g	9,85

Posta Raccomandata Smart	Prezzi (euro) 2013		
	AM	CP	EU
Scaglioni di peso			
Fino a 20 g	2,20	2,50	3,20
Oltre 20 g fino a 50 g	2,60	2,90	3,80
Oltre 50 g fino a 100 g	2,65	2,95	3,85
Oltre 100 g fino a 250 g	3,45	3,75	4,55
Oltre 250 g fino a 350 g	3,55	3,85	4,65
Oltre 350 g fino a 1000 g	5,75	6,05	6,15
Oltre 1000 g fino a 2000 g	6,00	6,15	6,25

Posta Raccomandata Pro	Prezzi (euro) 2013
Scaglioni di peso	
Fino a 20 g	3,30
Oltre 20 g fino a 50 g	4,40
Oltre 50 g fino a 100 g	4,40
Oltre 100 g fino a 250 g	5,10

Oltre 250 g fino a 350 g	5,10
Oltre 350 g fino a 1000 g	6,30
Oltre 1000 g fino a 2000 g	6,30

293. In particolare, la posta registrata presenta un numero eccessivo di fasce di peso non riscontrate sui mercati dei singoli invii di corrispondenza registrata. Infine, la distinzione di prezzo per aree metropolitane, capoluoghi di provincia e aree extraurbane non appare economicamente giustificata. Viceversa, Poste Italiane dovrebbe formulare i prezzi della posta registrata distinguendo esclusivamente le condizioni economiche per omologazione, tre fasce di peso e per recapito interno o esterno al bacino regionale o provinciale di consegna della corrispondenza. I prezzi dovrebbero essere graduati in modo tale da riflettere i costi effettivamente sostenuti per fornire l'uso delle risorse richieste dall'operatore di consegna così come strutturati nella tabella seguente.

294. Analogamente agli invii multipli di corrispondenza ordinaria, i prezzi di cui ai servizi precedenti sono riportati nell'allegato 1 alla presente delibera.

**Quesito 10: si condivide l'orientamento dell'Autorità in merito all'analisi dei problemi competitivi e all'identificazione dei rimedi regolamentari nei mercati *retail* degli invii multipli di posta ordinaria e registrata**

**10. Analisi dei risultati economici e controllo dei prezzi degli atti giudiziari singoli e multipli di cui all'art. 4 del decreto legislativo n.261/1999.**

295. Il servizio di invio degli atti giudiziari rientrante nei servizi offerti in esclusiva da Poste Italiane ai sensi dell'art. 4 del decreto legislativo n.261/1999, ha generato rilevanti extraprofitti con la conseguenza che i soggetti che hanno richiesto tale servizio hanno corrisposto un prezzo più elevato di quello orientato ai costi, senza avere la possibilità di rivolgere le proprie preferenze a favore di altri fornitori concorrenti.

296. Al fine di garantire un orientamento al costo che tuteli l'utente dal pagamento di prezzi eccessivamente onerosi, si ritiene dunque necessario ridurre i prezzi degli atti giudiziari offerti in esclusiva da Poste Italiane.

297. Allo stesso tempo, anche per questo tipo di servizio si ritiene di semplificare la struttura tariffaria, riducendo le fasce di peso e prevedendo condizioni economiche migliorative nel caso in cui l'invio sia recapitato nello stesso bacino di raccolta di pertinenza del CMP, CP oppure del CDP

298. Conseguentemente, i prezzi massimi degli atti giudiziari di cui all'art. 4 del decreto legislativo n.261/1999 per gli anni di riferimento sono fissati secondo quanto riportato nell'allegato 1, lett. d) alla presente delibera.

**Quesito 11: Si condivide l'orientamento dell'Autorità in merito all'analisi dei risultati economici e al controllo dei prezzi degli invii di cui all'art. 4 d.lgs. 261/99?**

## **DELIBERA**

### **Articolo 1 Definizioni**

1. Ai fini del presente provvedimento si intende per:
  - a. "Operatore postale": soggetto titolare di autorizzazione generale e/o licenza individuale che dispone di una rete postale in grado di fornire servizi di recapito su tutto il territorio nazionale o parte di esso;
  - b. "Consolidatore": soggetto titolare di autorizzazione generale che realizza prodotti postali, pre-lavora la corrispondenza per l'invio multiplo e la consegna ai punti di accettazione di un operatore postale ai fini del recapito;
  - c. "Corriere espresso": soggetto titolare di autorizzazione generale che fornisce il servizio di invio di plichi di documenti o pacchi senza limiti di peso con destinazione nazionale ed internazionale, con consegna in giorni programmati o stabiliti ed entro orari definiti.
  - d. "Posta ordinaria": corrispondenza che non necessita della sottoscrizione da parte del destinatario che comprende la Posta prioritaria, la Posta massiva e la Posta certificata;
  - e. "Posta certificata": corrispondenza tracciata temporalmente e geograficamente nella fase di trasporto dall'accettazione fino al recapito;
  - f. "Posta registrata": corrispondenza accettata e sottoscritta dal destinatario;
  - g. "Operatore di consegna": soggetto che consegna la corrispondenza ai punti di accettazione degli operatori postali per completare il servizio di recapito fino al destinatario;
  - h. "Operatore di recapito": operatore postale che dispone di una rete in grado di consegnare la corrispondenza ai destinatari su tutto o parte del territorio nazionale e che può accettare la corrispondenza da recapitare anche da altri operatori postali;

- i. “Invii singoli”: invii di corrispondenza ordinaria e registrata nonché pacchi ordinari consegnati dagli utenti esclusivamente alle cassette di impostazione o agli uffici postali;
- j. “Invii multipli”: grandi quantitativi di corrispondenza consegnati dagli utenti affari, dagli operatori postali o dai consolidatori ai punti di accettazione degli operatori postali;
- k. “Punti di accettazione”: ogni risorsa della rete postale deputata a raccogliere invii singoli e multipli di corrispondenza ordinaria e registrata nonché di pacchi;
- l. “Orientamento al costo”: la pratica di prezzi che garantisce l’uguaglianza tra i ricavi complessivi di competenza d’esercizio del servizio e la somma dei costi operativi e di capitale di competenza d’esercizio del servizio stesso;

## **Articolo 2**

### **Identificazione dei mercati**

1. Ai fini del controllo dei prezzi dei servizi rientranti nel servizio universale, sono identificati i seguenti mercati di invii singoli di corrispondenza ordinaria e registrata nonché di pacchi:
  - a. Posta Prioritaria Singola;
  - b. Posta Raccomandata Singola;
  - c. Posta Assicurata Singola;
  - d. Pacco ordinario Singolo.
2. Ai fini del controllo dei prezzi dei servizi rientranti nel servizio universale, sono identificati i seguenti mercati di invii multipli di corrispondenza ordinaria e registrata:
  - a. Posta Prioritaria Pro;
  - b. Posta Massiva;
  - c. Posta Raccomandata Pro;
  - d. Posta Raccomandata Smart.
3. Ai fini del controllo dei prezzi dei servizi rientranti nel servizio universale, gli invii degli atti giudiziari di cui all’art. 4, d.lgs. 261/99, costituiscono un’area di riserva esclusiva a favore di Poste Italiane.
4. I mercati di cui ai commi precedenti, hanno dimensione geografica nazionale.

## **Articolo 3**

### **Obblighi di controllo dei prezzi dei servizi di invii singoli in capo al fornitore del servizio universale**

1. I prezzi dei servizi postali praticati dal fornitore del servizio universale inclusi nei mercati di cui all'articolo 2, comma 1 restano invariati.

### **Articolo 4**

#### **Obblighi di controllo dei prezzi dei servizi di multipli in capo al fornitore del servizio universale**

1. I prezzi massimi praticabili dal fornitore del servizio universale ai servizi postali inclusi nei mercati di cui all'articolo 2, comma 2, sono riportati nell'allegato 1 alla presente delibera, di cui costituisce parte integrante e sostanziale.

### **Articolo 5**

#### **Obblighi di controllo dei prezzi dei servizi di invio degli atti giudiziari di cui all'art. 4 d.lgs. 261/99 in capo al fornitore del servizio universale**

1. I prezzi massimi praticabili dal fornitore del servizio universale agli invii degli atti giudiziari di cui all'art. 4 del d.lgs. 261/99, sono riportati nell'allegato 1 alla presente delibera, di cui costituisce parte integrante e sostanziale.

### **Articolo 6**

#### **Obblighi di non discriminazione interna ed esterna dei servizi rientranti nel servizio universale**

1. Poste Italiane predispone, nell'ambito della separazione contabile, un sistema che evidenzia i prezzi di trasferimento interni implicitamente applicabili per l'uso della rete postale distinti per le fasi di raccolta, smistamento, trasporto e recapito.
2. Poste Italiane predispone nell'ambito della separazione contabile una disaggregazione dei costi che consente di valutare la replicabilità delle proprie offerte commerciali.

### **Articolo 7**

#### **Obblighi di contabilità dei costi e separazione contabile**

1. Poste Italiane predispone un sistema di contabilità dei costi che evidenzia, per natura di costo, le attività di rete disaggregate in raccolta, smistamento, trasporto e recapito.
2. Poste Italiane predispone il sistema di contabilità dei costi di cui al comma 1 del presente articolo conformemente all'Allegato 2 alla presente delibera, di cui costituisce parte integrante e sostanziale.

**Articolo 8**  
**Disposizioni finali e transitorie**

1. Poste Italiane entro trenta giorni dalla data di notifica del presente provvedimento pubblica sul proprio sito *web* i nuovi prezzi che recepiscono le disposizioni di cui alla presente delibera, dandone comunicazione all'Autorità.
2. I prezzi di cui alla presente delibera entrano in vigore a partire dal giorno successivo alla loro pubblicazione sul sito *web* del fornitore del servizio postale universale e non hanno efficacia retroattiva.
3. L'Autorità si riserva di rivedere i prezzi di cui alla presente delibera alla luce dell'evoluzione del mercato e degli esiti del Tavolo tecnico di cui alla delibera 252/13/CONS.
4. Il mancato rispetto da parte di Poste Italiane delle disposizioni contenute nella presente delibera comporta l'applicazione delle sanzioni previste dalla normativa vigente.

Il presente provvedimento è notificato alla società Poste Italiane ed è pubblicato sul sito *web* dell'Autorità.

**Prezzi massimi dei servizi postali rientranti nel servizio universale per  
gli anni 2014-2015**

**a. Prezzi massimi degli invii multipli di posta ordinaria (prioritaria)**

<b>Posta Prioritaria Pro (non retail)</b>	<b>Prezzi (euro) Anno 2014</b>			
	<b>Recapito altro bacino CMP di consegna</b>	<b>Recapito stesso bacino CMP di consegna</b>		
		<b>CMP</b>	<b>CP</b>	<b>CDP</b>
Scaglioni di peso	Livello di prezzo 1	Livello 2	Livello 3	Livello 4
Fino a 250 g	0,77	0,54	0,43	0,31
Oltre 250 g fino a 1000 g	3,81	2,68	2,10	1,53
Oltre 1000 g fino a 2000 g	4,91	3,44	2,71	1,96

<b>Posta Prioritaria Pro (non retail)</b>	<b>Prezzi (euro) Anno 2015</b>			
	<b>Recapito altro bacino CMP di consegna</b>	<b>Recapito stesso bacino CMP di consegna</b>		
		<b>CMP</b>	<b>CP</b>	<b>CDP</b>
Scaglioni di peso	Livello di prezzo 1	Livello 2	Livello 3	Livello 4
Fino a 250 g	0,81	0,57	0,45	0,33
Oltre 250 g fino a 1000 g	3,98	2,79	2,19	1,59
Oltre 1000 g fino a 2000 g	5,12	3,59	2,82	2,05

**b. Prezzi massimi degli invii multipli di posta ordinaria (massiva)**

<b>Posta Massiva Omologata</b>	<b>Prezzi (euro) Anno 2014</b>			
	<b>Recapito altro bacino CMP di consegna</b>	<b>Recapito stesso bacino CMP di consegna</b>		
		<b>CMP</b>	<b>CP</b>	<b>CDP</b>
Scaglioni di peso	Livello di prezzo 1	Livello 2	Livello 3	Livello 4
Fino a 250 g	0,48	0,36	0,32	0,29
Oltre 250 g fino a 1000 g	3,08	2,28	2,06	1,85
Oltre 1000 g fino a 2000 g	4,67	3,46	3,13	2,80

<b>Posta Massiva non omologata</b>	<b>Prezzi (euro) Anno 2014</b>			
	<b>Recapito altro bacino CMP di consegna</b>	<b>Recapito stesso bacino CMP di consegna</b>		
		<b>CMP</b>	<b>CP</b>	<b>CDP</b>
Scaglioni di peso	Livello di prezzo 1	Livello 2	Livello 3	Livello 4
Fino a 250 g	0,50	0,37	0,34	0,30
Oltre 250 g fino a 1000 g	3,24	2,40	2,17	1,94
Oltre 1000 g fino a 2000 g	4,88	3,61	3,27	2,93

<b>Posta Massiva Omologata</b>	<b>Prezzi (euro) Anno 2015</b>			
	<b>Recapito altro bacino CMP di consegna</b>	<b>Recapito stesso bacino CMP di consegna</b>		
		<b>CMP</b>	<b>CP</b>	<b>CDP</b>
Scaglioni di peso	Livello di prezzo 1	Livello 2	Livello 3	Livello 4
Fino a 250 g	0,51	0,38	0,34	0,30
Oltre 250 g fino a 1000 g	3,25	2,41	2,18	1,95
Oltre 1000 g fino a 2000 g	4,93	3,65	3,31	2,96

<b>Posta Massiva non omologata</b>	<b>Prezzi (euro) Anno 2015</b>			
	<b>Recapito altro bacino CMP di consegna</b>	<b>Recapito stesso bacino CMP di consegna</b>		
		<b>CMP</b>	<b>CP</b>	<b>CDP</b>
Scaglioni di peso	Livello di prezzo 1	Livello 2	Livello 3	Livello 4
Fino a 250 g	0,53	0,39	0,36	0,32
Oltre 250 g fino a 1000 g	3,42	2,53	2,29	2,05
Oltre 1000 g fino a 2000 g	5,16	3,82	3,46	3,09

**c. Prezzi massimi degli invii multipli di posta registrata (Raccomandata)**

<b>Posta Raccomandata Pro</b>	Prezzi (euro) Anni 2014-2015			
	<b>Recapito altro bacino CMP di consegna</b>	Recapito stesso bacino CMP di consegna		
Scaglioni di peso			<b>CMP</b>	<b>CP</b>
	Livello di prezzo 1	Livello 2	Livello 3	Livello 4
Fino a 250 g	3,31	2,75	2,14	1,52
Oltre 250 g fino a 1000 g	5,70	4,73	3,68	2,62
Oltre 1000 g fino a 2000 g	6,30	5,23	4,06	2,90

<b>Posta Raccomandata Smart</b>	Prezzi (euro) Anni 2014-2015			
	<b>Recapito altro bacino CMP di consegna</b>	Recapito stesso bacino CMP di consegna		
Scaglioni di peso			<b>CMP</b>	<b>CP</b>
	Livello di prezzo 1	Livello 2	Livello 3	Livello 4
Fino a 250 g	2,63	2,00	1,50	1,00
Oltre 250 g fino a 1000 g	5,02	3,81	2,86	1,91
Oltre 1000 g fino a 2000 g	6,15	4,68	3,51	2,34

**d. Prezzi massimi degli invii *retail* e non *retail* di Atti giudiziari**

<b>Atti giudiziari retail</b>	2014	2015
Fasce di peso		
Fino a 250 g	4,64	4,65
Oltre 250 g fino a 1000 g	7,88	7,90
Oltre 1000 g fino a 2000 g	10,31	10,35

<b>Atti giudiziari Non retail</b>	Prezzi (euro) 2014	
	<b>Recapito altro bacino CMP di consegna</b>	Recapito stesso bacino CMP di consegna

Scaglioni di peso		<b>CMP</b>	<b>CP</b>	<b>CDP</b>
	Livello di prezzo 1	Livello 2	Livello 3	Livello 4
Fino a 250 g	4,70	3,76	2,99	2,21
Oltre 250 g fino a 1000 g	6,73	5,39	4,28	3,17
Oltre 1000 g fino a 2000 g	8,82	7,05	5,60	4,14

<b>Atti giudiziari Non retail</b>	Prezzi (euro) 2015			
	<b>Recapito altro bacino CMP di consegna</b>	Recapito stesso bacino CMP di consegna		
		<b>CMP</b>	<b>CP</b>	<b>CDP</b>
Scaglioni di peso	Livello di prezzo 1	Livello 2	Livello 3	Livello 4
Fino a 250 g	4,79	3,83	3,04	2,25
Oltre 250 g fino a 1000 g	6,85	5,48	4,35	3,22
Oltre 1000 g fino a 2000 g	8,97	7,18	5,70	4,22

**Allegato 2 alla Delibera n. \_\_\_\_\_/13/CONS**

**LINEE GUIDA SULLA SEPARAZIONE CONTABILE E CONTABILITA' DEI  
COSTI DI POSTE ITALIANE**

**Art. 1**  
**(Principi contabili)**

1. Ai fini del presente documento si intende per:
  - a) “principio della prudenza”, l’esclusione dal servizio di tutti quei costi che sono incerti o soltanto probabili e non direttamente imputabili;
  - b) “principio della continuità aziendale”, le valutazioni eseguite con criteri di funzionamento, cioè escludendo ipotesi di cessione o liquidazione dell’azienda, tenendo presenti le possibili evoluzioni della gestione ed i programmi operativi che vedono coinvolti gli elementi da valutare;
  - c) “principio di causalità”, i ricavi, i costi e il capitale impiegato sono attribuiti ai componenti e/o servizi in base all’analisi diretta della loro origine, vale a dire tenendo conto della causa che ha comportato il conseguimento del ricavo, il sostenimento del costo, l’insorgere di un’attività o di una passività.
  - d) “driver di costo”, criterio di attribuzione dei costi congiunti ai singoli servizi o alle singole risorse di rete;
  - e) “driver tecnico”, criterio di ripartizione dei costi basato su grandezze oggettive e misurabili tracciate dai sistemi informativi aziendali volto a riflettere l’effettivo grado di utilizzo delle risorse condivise da parte dei singoli servizi o elementi di rete;
  - f) “costi diretti”, costi direttamente ed esclusivamente imputabili a un servizio, un elemento di rete senza l’uso di driver di costo sulla base del principio di causalità;
  - g) “costi congiunti di rete”, i costi relativi a risorse di rete congiunte a più servizi o più elementi di rete delle quali ne può essere misurato il grado di utilizzo da parte di ciascun servizio o elemento di rete sulla base di driver di costo non arbitrari (cosiddetti driver tecnici);
  - h) “costi comuni”, i costi relativi a risorse produttive non di rete, comuni a più servizi per i quali non può essere misurato il grado di utilizzo separatamente da parte di ciascun servizio se non ricorrendo all’uso di driver di costo arbitrari (non tecnici);
  - i) “costi operativi”, costi di personale, ammortamenti ed esterni di competenza economica d’esercizio che possono essere distinti per servizio o singolo elemento di rete;
  - j) “capitale impiegato”, valore residuo contabile dei cespiti di rete e di Information Technology;

- k) “costo del capitale”, prodotto tra capitale impiegato e tasso di remunerazione del capitale calcolato secondo il metodo del WACC (Weighted Average Cost of Capital).
2. La gestione economica, la gestione di capitale, il dettaglio dei costi e dei volumi sono rendicontati secondo i formati contabili riportati nelle tabelle di cui al presente allegato e riconciliati con la contabilità generale (bilancio d’esercizio) nonché con l’attuale separazione contabile.
3. La contabilità dei costi di cui al presente allegato è riconciliata con la contabilità generale (bilancio d’esercizio), secondo adeguate tabelle, prodotte da Poste Italiane, volte a fornire informazioni dettagliate sul collegamento tra i dati di contabilità generale e i dati di input delle tabelle incluse nel presente allegato.
4. La contabilità dei costi di cui al presente allegato si compone di tre macrocategorie di costi:
- a) Costi di Rete (diretti e congiunti);
  - b) Costi Comuni (costi generali di struttura);
  - c) Altri Costi (tra cui i costi di pertinenza delle attività retail).
5. La somma dei costi operativi delle macrocategorie Costi di Rete, Costi Comuni e Altri Costi coincide con il totale dei costi del perimetro delle attività postali universali e non universali.
6. I Costi di Rete sono suddivisi nei seguenti aggregati contabili (cost pool): Raccolta, Smistamento Trasporto (primario e secondario) e Recapito.
7. Secondo il principio di causalità del costo, i costi di ciascun servizio afferiscono ai costi operativi e di capitale direttamente attribuibili agli elementi di rete strettamente necessari per la fornitura del servizio.
8. Non sono allocabili ai servizi postali costi ed elementi di rete diversi da quelli indicati nel presente allegato.
9. I Costi operativi di Rete includono gli ammortamenti, il personale e i costi esterni – ciascuno dei quali distinto in costi diretti e congiunti – relativi a ciascuna risorsa elementare di rete inclusa negli aggregati contabili (cost pool) della raccolta, trasporto, smistamento e recapito.
10. I Costi operativi e il capitale impiegato di Rete sono allocati dal bilancio civilistico o dai sistemi informativi aziendali attraverso criteri di ripartizione non arbitrari (driver di costo tecnici) agli aggregati contabili (cost pool) e successivamente alle risorse elementari di rete indicate nelle tabelle di cui al presente allegato.
11. I Costi congiunti di Rete sono attribuiti agli elementi di rete e ai servizi attraverso driver di costo non arbitrari (driver tecnici). I driver di costo scelti devono essere determinati utilizzando criteri tecnici oggettivi e misurabili, volti a riflettere l’effettivo

grado di utilizzo delle risorse da parte del servizio postale o di una risorsa di rete. In applicazione del principio della prudenza, tra i vari criteri di attribuzione dei costi basati su criteri tecnici oggettivi e misurabili, è scelto sempre il criterio volto a minimizzare l'allocazione dei costi al servizio postale.

12. I Costi relativi al personale di Rete sono separatamente rendicontati dai costi relativi al personale non di rete. I costi relativi al personale che svolge attività di diversa natura possono essere allocati alle attività di rete esclusivamente nel caso in cui esista documentazione comprovante la misurazione del tempo svolto per le attività di rete separatamente dalle altre attività. In assenza di tale documentazione tali costi non sono allocati tra i Costi del personale di Rete.

13. I costi esterni relativi alle attività di rete sono allocati all'interno degli aggregati contabili (cost pool) della catena impiantistica (Raccolta, Smistamento, Trasporto, Recapito). In mancanza di un dettaglio contrattuale sulle attività svolte, i costi esterni non sono allocati alle attività di rete.

14. Le sopravvenienze attive e passive sono escluse dalla contabilità dei servizi di Rete e non allocabili sui servizi inclusi nel servizio universale.

15. Le vite utili, i piani di ammortamento e i valori dei cespiti riportati nel bilancio civilistico costituiscono gli input per la valorizzazione dei cespiti e dei relativi ammortamenti per gli elementi di rete utilizzati ai fini della fornitura dei servizi postali.

16. Il capitale impiegato dei servizi di Rete è determinato esclusivamente come valore residuo dei cespiti di Rete.

17. Le attività e passività finanziarie sono escluse dal capitale impiegato.

18. Il capitale circolante è escluso dal capitale impiegato dei servizi di Rete.

19. I Costi Comuni comprendono tutti i costi non classificabili come diretti o congiunti. I Costi Comuni sono allocabili a un servizio nella misura massima del 10% dei costi di Rete. Costi Comuni eccedenti il 10% dovranno essere allocati a servizi non regolamentati.

20. La macrocategoria "Altri Costi", che include i costi retail, non è allocata ad alcun elemento di rete. Gli importi di costo della macrocategoria "Altri Costi" sono funzionali alla riconciliazione con il bilancio d'esercizio.

21. Il sistema contabile prevede che i costi e i ricavi, le attività e le passività dal piano dei conti di bilancio siano allocate in primo luogo ai cost pool di Rete e Non di Rete, successivamente per la parte afferente ai costi di Rete, agli aggregati regolatori Raccolta, Smistamento, Trasporto e Recapito. Ciascun aggregato regolatorio riporta le attività elementari (risorse o elementi di rete) su cui sono ripartiti i costi allocati nella Raccolta, Smistamento, Trasporto e Recapito. In base ai volumi gestiti da ogni aggregato regolatorio sono determinati i costi unitari per risorsa o elemento di rete (Tabella costi unitari).

22. I costi unitari dei servizi postali sono determinati dal prodotto del costo unitario della risorsa di rete per il coefficiente di utilizzo della risorsa stessa (Tabella coefficienti di utilizzo).
23. La contabilità riporta note integrative che spiegano dettagliatamente le dinamiche economiche e contabili riguardanti i servizi offerti e gli aspetti della rete postale.
24. La contabilità riporta un documento metodologico che spiega in modo dettagliato il funzionamento del sistema di contabilità dei costi presentato, indicando tra l'altro e con particolare riferimento i driver di costo, utilizzati nelle varie fasi di ribaltamento dei costi, per ripartire i costi congiunti, a partire dagli input di bilancio fino ai servizi. Il documento metodologico riporta ogni informazione utile a garantire la trasparenza sui processi e calcoli sottostanti i risultati economici e patrimoniali di esercizio nonché le tabelle di dettaglio dei costi, volumi e consistenze di rete (mezzi e personale di rete).
25. Fermo restando quanto stabilito nel presente allegato, l'attuale sistema di separazione contabile resta immutato.

CONTI ECONOMICI													
	A	B	C	D	E	F	G	H	I	L	M	N	O
	Raccolta	Smistamento	Trasporto	Recapito	Prior. Singola	Prior. Pro	Racc.a Singola	Racc. Pro	Racc. Smart	Racc. 1	Posta free	Assic. Singola	Servizi corrispondenza (tutti da elenco) <sup>9</sup>
Ricavi													
- da operatori postali													
- da aziende													
- da prezzi interni													
Ammortamenti:													
- Diretti													
- Congiunti													
Personale:													
- Diretti													
- Congiunti													
Esterni:													

<sup>9</sup> Il formato contabile dei conti economici dovrà riportare per ciascun servizio una specifica colonna. Il numero di colonne sarà pari al numero di servizi di cui all'elenco riportato in calce al presente allegato, eventualmente integrato di altri servizi.

- Diretti													
- Congiunti													
TOTALE COSTI OPERATIVI DI RETE													
RISULTATO OPERATIVO													
COSTI COMUNI													
<b>1.1.1 Capitale impiegato</b>													
<b>1.1.2 Tasso di remunerazione del capitale</b>													
<b>1.1.3 COSTO DEL CAPITALE</b>													
RISULTATO ECONOMICO													
VOLUMI DI TRAFFICO (ordinaria e registrata)													

COSTO UNITARIO													

RENDICONTO DEL CAPITALE IMPIEGATO					
IMMOBILIZZAZIONI	Valore lordo contabile	Vita utile	Ammort. contabile	Valore residuo contabile	Valore cespiti pienamente ammortizzati
<b>RACCOLTA</b>					
Elenco delle singole risorse di rete					
<b>SMISTAMENTO</b>					
Elenco delle singole risorse di rete					
<b>TRASPORTO</b>					
Elenco delle singole risorse di rete					
<b>RECAPITO</b>					
Elenco delle singole risorse di rete					
<b>Servizi postali retail (tutti da elenco)</b>					
Elenco delle singole risorse di rete					
<b>TOTALE IMMOBILIZZAZIONI DI RETE</b>					
<b>Altri cespiti</b>					
<b>TOTALE IMMOBILIZZAZIONI NON DI RETE</b>					

<b>TOTALE GENERALE</b>					
------------------------	--	--	--	--	--

TABELLA DEI COSTI UNITARI DELLE RISORSE DI RETE											
	Personale diretti	Personale congiunti	Ammortamenti diretti	Ammortamenti congiunti	Esterni diretti	Esterni congiunti	Totale diretti	Totale congiunti	Totale Dir+Cong	Volumi	Costo unitario
<b>ACCETTAZIONE</b>											R1
Vuotatura cassette											R2
Accettazione cassette											R3
Accettazione UP											R4
Accettazione UPImp											R5
Accettazione CMP											R6
Accettazione Centri Provinciali											R7
Accettazione Centri di Distribuzione Primari											R8
Accettazione altro											R9
											...
<b>RACCOLTA</b>											...
Raccolta UP - Transit Point											...
Raccolta UPI - Transit point											...

Raccolta transit point - CP13											...
Raccolta transit point - CMP											...
Raccolta UP- CentriPrioritari13											...
Raccolta UP-CMP											...
Raccolta UPI- CentriPrioritari13											...
Raccolta UPI-CMP											...
Raccolta altro											...
											...
<b>SMISTAMENTO CRP</b>											...
<b>Smistamento CMP - CRP</b>											...
Smistamento CSC video codifica											...
Smistamento SIACS											...
Smistamento CSFM V											...
Smistamento CSFM R											...
Smistamento casellario											...
Smistamento rastrelliere											...

Container cassette/sacchi											...
Consolidamento carrello format piccolo											...
Consolidamento carrello format voluminoso											...
Consolidamento carrello format registrate											...
											...
<b>Smistamento CRP - Trasporto</b>											...
Carico format piccolo vetture											...
Carico format voluminoso vetture											...
Carico format registrate vetture											...
Carico format piccolo treno/aereo											...
Carico format voluminoso treno/aereo											...
Carico format registrate treno/aereo											...

											...
<b>TRASPORTO</b>											...
<b>Trasporto Rete SAN</b>											...
Aereo - Hub Brescia 9 punti											...
Gomma - Hub Brescia 29 punti											...
Aereo - Hub Roma - Milano											...
Gomma - Hub Roma - Milano											...
											...
<b>Trasporto Rete J+1</b>											...
Hub Bologna - destinazioni											...
											...
<b>Trasporto Rete J+3</b>											...
CMP - Hub Bologna 25 punti nord - CMP											...
CMP - Hub Roma 18 punti sud - CMP											...
CMP - 16 collegamenti punto-punto - CMP											...

											...
<b>Rete Weekend</b>											...
Aereo - Hub Roma-Cagliari											...
CMP - 71 collegamenti gomma - CMP											...
											...
<b>SMISTAMENTO CRA</b>											...
<b>Smistamento CMP - CRA (anche da stesso CRP)</b>											...
Smistamento CSC videocodifica											...
Smistamento SIACS											...
Smistamento CSFM V											...
Smistamento CSFM R											...
Smistamento casellario											...
Smistamento rastrelliere											...
Container cassette/sacchi											...
Consolidamento carrello format piccolo											...

Consolidamento carrello format voluminoso											...
Consolidamento carrello format registrate											...
Carico format piccolo vetture											...
Carico format voluminoso vetture											...
Carico format registrate vetture											...
Carico format piccolo treno/aereo											...
Carico format voluminoso treno/aereo											...
Carico format registrate treno/aereo											...
											...
<b>DISTRIBUZIONE CRA- CD</b>											...
Distribuzione Transit Point - UP											...

Distribuzione Transit point - UPI											...
Distribuzione CentriPrioritari13 - UP											...
Distribuzione CentriPrioritari13 - UPI											...
Distribuzione CMP - UP											...
Distribuzione CMP - UPI											...
											...
<b>RECAPITO CD-Destinatario</b>											...
<b>CD</b>											...
CPP (CDM) transit point											...
CPD coordinamento CSD e PDD											...
CPD ripartizione											...
CSD ripartizione											...
CSD coordinamento PDD											...
											...
<b>CDP recapito</b>											...

> automezzi area metropolitana											...
> autoveicoli leggeri											...
> motocicli											...
> biciclette											...
											...
<b>CSD recapito</b>											...
> automezzi area metropolitana											...
> autoveicoli leggeri											...
> motocicli											...
> biciclette											...
											...
<b>PDD 2000 gestione</b>											...
ripartizione											...
											...
<b>PDD recapito</b>											...
> autoveicoli leggeri											...

> motocicli											...
> biciclette											...
											...
<b>ATTIVITA' NON DI RETE</b>											...
facilities gestione cliente wholesale											...
gestione fatturazione cliente wholesale											...
gestione contrattuale cliente wholesale											...
gestione tecnica cliente wholesale											...
											...
facilities gestione cliente retail											...
gestione fatturazione cliente retail											...
gestione contrattuale cliente retail											...
gestione tecnica cliente retail											...

gestione marketing cliente retail											...
gestione tecnica cliente wholesale											Rn <sup>10</sup>

---

<sup>10</sup> Le righe del presente formato contabile dovranno essere integrate di ogni eventuale attività non elencata ma comunque pertinente ai fini del completamento del processo produttivo.

TABELLA COEFFICIENTI DI UTILIZZO											
	Costo unitario Risorsa 1	Costo unitario R2	Costo unitario R3	Costo unitario R4	Costo unitario R5	Costo unitario R6	Costo unitario R7	Costo unitario R8	Costo unitario R9	Costo unitario Rn	Costo unitario Servizio <sup>11</sup>
Prioritaria invio singolo fino a 250 g											
Prioritaria invio singolo fino a 1000 g											
Prioritaria invio singolo fino a 2000 g											
Raccomandata invio singolo fino a 250 g											
Raccomandata invio singolo fino a 1000 g											
Raccomandata invio singolo fino a 2000 g											
Assicurata invio singolo fino a 250 g											
Assicurata invio singolo fino a 1000 g											
Assicurata invio singolo fino a 2000 g											
Pacco ordinario fino a 20000 g											
Prioritaria invio multiplo CMP-CMP-Destinatario											
Prioritaria invio multiplo CMP-Destinatario											

<sup>11</sup> Le colonne dovranno riportare i costi unitari derivanti dalla relativa tabella sui costi unitari delle singole attività. Conseguentemente il numero di colonne della presente tabella è pari al numero delle righe della tabella dei costi unitari.

Prioritaria invio multiplo CP-Destinatario												
Prioritaria invio multiplo CDP-Destinatario												
Raccomandata pro CMP-CMP-Destinatario												
Raccomandata pro CMP-Destinatario												
Raccomandata pro CP-Destinatario												
Raccomandata pro CDP-Destinatario												
Raccomandata smart CMP-CMP-Destinatario												
Raccomandata smart CMP-Destinatario												
Raccomandata smart CP-Destinatario												
Raccomandata smart CDP-Destinatario												
Assicurata invio multiplo CMP-CMP-Destinatario												
Assicurata invio multiplo CMP-Destinatario												
Assicurata invio multiplo CP-Destinatario												
Assicurata invio multiplo CDP-Destinatario												
Massiva CMP-CMP-Destinatario												
Massiva CMP-Destinatario												

Massiva CP-Destinatario											
Massiva CDP-Destinatario											
Atti giudiziari invio singolo fino a 250 g											
Atti giudiziari invio singolo fino a 1000 g											
Atti giudiziari invio singolo fino a 2000 g											
Atti giudiziari invio multiplo fino a 250 g											
Atti giudiziari invio multiplo fino a 1000 g											
Atti giudiziari invio multiplo fino a 2000 g											
Raccomandata 1 fino a 250 g											
Raccomandata 1 fino a 1000 g											
Raccomandata 1 fino a 2000 g											
Postafree Busta											
Postafree Small											
Postafree Medium											
Posta Target (tutte le offerte)											
Posta Time (tutte le offerte)											
Servizi affidati in esclusiva											

Servizi connessi con la notificazione degli atti giudiziari di cui alla legge n. 890/82 e successive modificazioni											
Notificazioni a mezzo posta di cui all'art. 201 d.lgs. 285/92											
Altri servizi (da completare con tutti i servizi di cui all'elenco che segue)											

**Elenco dei servizi e aggregati aziendali soggetti a separazione contabile e contabilità dei costi**

Poste Italiane (Bilancio)

Servizi Finanziari

Servizi Postali

Servizi Postali Universali

Servizi affidati in esclusiva

Servizi Postali Non Universali

Servizi Postali Corrispondenza

Servizi Postali Pacchi

Servizi Postali Invii Singoli

Prioritaria Singola

Prioritaria AR

Prioritaria Internazionale Uscente

Prioritaria Internazionale Entrante

Raccomandata Singola

Raccomandata online

Raccomandata Internazionale Uscente

Raccomandata Internazionale Entrante

Assicurata Singola

Assicurata Internazionale Uscente

Assicurata Internazionale Entrante

Raccomandata 1

Postafree

Pacco Ordinario

Pacco celere 1

Pacco celere 3

Altri Invii Singoli

Servizi Postali Invii Multipli

Posta Prioritaria Pro

Raccomandata Pro

Raccomandata Smart

Posta Massiva

Assicurata Smart

Posta Target Nazionale

Posta Target Internazionale Uscente

Posta Target Internazionale Entrante

Stampe Nazionali

Stampe Internazionali Uscenti

Posta Time

Prodotti editoriali

Altri Invii Multipli

Servizi affidati in esclusiva

Servizi connessi con la notificazione degli atti giudiziari di cui alla legge n. 890/82 e successive modificazioni

Notificazioni a mezzo posta di cui all'art. 201 d.lgs. 285/92

Altri servizi<sup>12</sup>

---

<sup>12</sup> Inserire ciascun servizio postale rilevante