



VERSIONE NON CONFIDENZIALE

Osservazioni di United Parcel Service Italia s.r.l (UPS)

alla

consultazione pubblica concernente lo schema di provvedimento relativo al servizio postale universale: analisi e applicabilità del meccanismo di ripartizione e valutazione dell'eventuale costo netto per gli anni 2011 e 2011 (allegato B della delibera 260/14/CONS)

1. Premessa

La scrivente società, ad integrazione dei rilievi espressi dall'AICAI (Associazione Italiana dei Corrieri Aerei Internazionali), della quale fa parte in qualità di membro associato, intende formulare le seguenti osservazioni in merito allo schema di provvedimento in oggetto.

Le osservazioni che seguono verranno svolte nei ristretti limiti consentiti dalle informazioni disponibili e dal breve termine assegnato per la risposta alla consultazione pubblica.

Non offrendo la scrivente servizi ricadenti nell'ambito del servizio postale universale, le osservazioni saranno rivolte principalmente alla parte del documento in consultazione riguardante il "meccanismo di ripartizione del costo netto" (capitolo 15, § 537 e ss.), con l'aggiunta di alcuni rilievi di carattere generale sulle verifiche riguardanti la sussistenza o meno di un "costo netto", nonché sui criteri per la valutazione dell'eventuale "iniquità dell'onere derivante dalla fornitura del servizio universale" (capitolo 14, § 529 e ss.), senza che in ciò possa ravvisarsi alcuna forma di acquiescenza rispetto alle valutazioni contenute nelle parti del documento non oggetto di commento.

Le osservazioni specifiche allo schema di provvedimento saranno precedute da una breve descrizione della società e delle aree in cui essa è attiva (§2), nonché dall'illustrazione delle principali caratteristiche del mercato del trasporto espresso (§3).

2. Le attività di UPS in Italia

United Parcel Service Italia S.r.l. ("UPS") è stata fondata nel 1987 con l'acquisizione della società italiana Alimondo Express, e ha la sua sede principale a Milano.



VERSIONE NON CONFIDENZIALE

Il capitale di UPS è detenuto al 100% da UPS Corporate Finance S.A'r.L., società di diritto lussemburghese, a sua volta controllata da United Parcel Service, Inc. a capo dell'omonimo gruppo e quotata presso il New York Stock Exchange.

UPS è una società attiva nel settore della logistica integrata ed è titolare di **un'autorizzazione generale** rilasciata dal Ministero dello Sviluppo economico, ai sensi dell'articolo 6 del Decreto Legislativo n. 261 del 22 luglio 1999 (e successive modifiche), per l'offerta al pubblico di servizi non rientranti nel servizio universale.

La struttura aziendale di UPS include le seguenti divisioni:

- **Contract logistics**, che comprende i servizi di magazzinaggio, distribuzione, logistica per parti di ricambio e consulenza per la catena di distribuzione;
- **Freight**, che comprende i servizi di trasporto merci via aerea, terrestre e marittima;
- **Small Package**, per i servizi di trasporto espresso.

3. I servizi di trasporto espresso (Small Package)

I servizi forniti dalla divisione Small Package di UPS che - utilizzando la terminologia adottata dalla Commissione europea¹ e dall'Autorità garante della concorrenza e del mercato² - possono

¹ Cfr. Decisione della Commissione europea del 21 ottobre 2002, nel caso COMP/M.2908 *DEUTSCHE POST /DHL*, §§ 8 e ss; Decisione della Commissione europea del 2 dicembre 1991, nel caso IV/M.102 - *TNT / CANADA POST, DBP POSTDIENST, LA POSTE, PTT POST & SWEDEN POST*, §§ 19 e ss.; Decisione della Commissione europea dell'8 novembre 1996, nel caso IV/M.843 - *PTT Post / TNT / GD Express Worldwide*, § 11, che al successivo § 24 espressamente afferma "*It is apparent that services provided on a universal basis by a national post office (eg domestic mail to a certain weight limit) form separate product markets*"; Decisione della Commissione europea del 1° luglio 1999, nel caso IV/M.1513 - *DEUTSCHE POST/DANZAS/NEDLLOYD*, §§ 9 e ss.; Decisione della Commissione europea del 19 giugno 2003, nel caso COMP/M.3155 - *DEUTSCHE POST /SECURICOR*, §§ 8 e ss.; Decisione della Commissione europea del 21 aprile 2004, nel caso COMP/M.5152 - *POSTEN AB / POST DANMARK A/S*, §§ 15 e ss.; Decisione della Commissione europea del 24 novembre 2005, nel caso COMP/M.3971 - *DEUTSCHE POST/EXCEL*, §§ 21 e ss.; Decisione della Commissione europea del 4 luglio 2012, nel caso COMP/M.6503 - *LA POSTE/ SWISS POST/ JV*, §§ 18 e ss.; Decisione della Commissione europea del 30 gennaio 2013, nel caso COMP/M.6570 - *UPS/TNT EXPRESS*, §§ 14 e ss.; Decisione della Commissione europea del 30 gennaio 2014, nel caso COMP/M.7052 - *LLOYDS DEVELOPMENT CAPITAL/POSTNL/TNT POST UK*, § 10.

² Cfr., tra le altre, AGCM, C3139 - *POSTE ITALIANE/SDA EXPRESS COURIER-I.C. INTERNATIONAL COURIER-TRANSCOOP*, Decisione del 10 luglio 1998 n. 6195, in *Boll. Uff.*, n. 28/1998, § 5; AGCM,



VERSIONE NON CONFIDENZIALE

qualificarsi come **trasporto espresso**, includono servizi con consegna in **giorni programmati o stabiliti ed entro orari definiti**.

Tali servizi sono caratterizzati dai seguenti elementi:

- (i) consegna a data ed ora certa;
- (ii) ritiro presso l'indirizzo indicato dal mittente;
- (iii) opzioni di preparazione della spedizione *online*;
- (iv) effettuazione di più tentativi di consegna;
- (v) garanzia di rimborso, che copre i costi di spedizione in caso di mancato tentativo di consegna entro l'orario previsto;
- (vi) consegna nelle mani del destinatario;
- (vii) completa visibilità della spedizione, con varie opzioni di tracciamento.

Ciascun prodotto di trasporto espresso comprende una serie di servizi a valore aggiunto forniti gratuitamente da UPS tra cui si annoverano, ad esempio, i servizi elettronici per preparare, inviare e ricercare le spedizioni, tenere traccia delle consegne e inviare avvisi ai clienti e i servizi di monitoraggio e prova di consegna, che consentono di ricercare e gestire in modo centralizzato le spedizioni.

[*Omissis*]

C8441 - LOG SERVICE EUROPE/MESSAGGERIE TRASPORTI NAZIONALI, Decisione del 26 aprile 2007 n. 16777, in *Boll. Uff.*, n. 17/2007, secondo cui "*Infine, il mercato del trasporto espresso è caratterizzato dalla rapidità delle consegne. Esse infatti vengono effettuate in tempi brevi prefissati dal cliente che per ottenere tale servizio è disposto a sostenere un prezzo più elevato rispetto al trasporto tradizionale*"; AGCM, *C7199 - AURELIA/CEREAL*, Decisione del 25 agosto 2005 n. 14641, in *Boll. Uff.*, nn. 32-33-34/2005, § IV; AGCM, *C7077 - CAPITOLUNO/NUOVA DAP SIDES*, Decisione del 15 giugno 2005 n. 14412, in *Boll. Uff.*, n. 24/2005, § IV; AGCM, *C4436 - TNT MAIL ITALIA/AGENZIA RECAPITO ESPRESSI N.1*, Decisione dell'8 febbraio 2001 n. 9206, in *Boll. Uff.*, n. 64/2001, § 4, dove si afferma in particolare che "*L'operazione di concentrazione interessa i servizi postali, comprendenti le attività di raccolta, smistamento, trasporto e distribuzione degli invii, sia in regime di riserva che liberalizzati, nonché il servizio di trasporto espresso*"; AGCM, *C3844 - PONY EXPRESS/GO EXPRESS*, Decisione del 3 febbraio 2000 n. 7995, in *Boll. Uff.*, n. 5/2000, § 4, secondo cui "*In particolare, il servizio di posta espressa, denominato anche servizio di corriere espresso o di trasporto espresso, si distingue dal servizio postale di base in virtù delle prestazioni aggiuntive offerte dagli operatori e della circostanza che i clienti sono generalmente disposti a pagare di più per ottenere tale servizio*".



VERSIONE NON CONFIDENZIALE

Tutte le suddette attività fanno parte di un unico servizio e sono l'una strumentale all'altra.

Come affermato tanto dalla Commissione europea quanto dall'Autorità garante della concorrenza e del mercato, i servizi di trasporto espresso rappresentano un sottomercato all'interno del più ampio mercato della logistica integrata, e **si distinguono dai tradizionali servizi postali**³.

Le imprese attive nel mercato del trasporto espresso offrono ai propri clienti **senza costi aggiuntivi rispetto al prezzo finale** una serie di prestazioni ad alto valore aggiunto, che costituiscono un tutt'uno inscindibile rispetto al servizio complessivamente offerto da ogni corriere espresso, come ad esempio⁴:

- la garanzia di consegna a data predeterminata,
- il ritiro a domicilio,
- il recapito nelle mani del destinatario,
- la possibilità di cambiare la destinazione e l'indirizzo durante tragitto,
- la conferma al mittente dell'avvenuto ricevimento, controllo, ricerca e rintracciamento della spedizione.

Proprio grazie a tali caratteristiche distintive, i servizi di trasporto espresso garantiscono una **maggiore rapidità, affidabilità e qualità** nella raccolta, nel trasporto e nel recapito, nonché una più elevata **flessibilità**.

Queste caratteristiche si riflettono anche nel **prezzo**, essendo i clienti disposti a pagare un prezzo più alto per beneficiare dei vantaggi offerti dai servizi di trasporto espresso, nonché nella **composizione e nella struttura della domanda**, che nella quasi totalità proviene da imprese (clientela *business*) e si esprime in larga misura attraverso la sottoscrizione di contratti di durata tra l'impresa-utente ed il fornitore del servizio.

³ Cfr. le decisioni citate nelle note 2 e 3.

⁴ Cfr. la Comunicazione della Commissione sull'applicazione delle regole di concorrenza al settore postale e sulla valutazione di alcune misure statali relative ai servizi postali GUCE C 39/2 del 6 febbraio 1998, in cui si legge che il servizio espresso "*oltre a garantire una raccolta, un trasporto e una distribuzione più rapidi e affidabili degli invii postali, si distingue per la fornitura di tutti o alcuni dei seguenti servizi supplementari: la garanzia di recapito a una data determinata; il ritiro al domicilio del mittente; la consegna nelle mani del destinatario; la possibilità di cambiare destinazione o destinatario durante il percorso; la conferma al mittente dell'avvenuta consegna; il sistema di ricerca e rintracciamento; il trattamento personalizzato e l'offerta di una gamma di servizi in funzione delle esigenze dei clienti. In linea di massima i clienti sono disposti a pagare tariffe più alte per questo tipo di servizio*".



VERSIONE NON CONFIDENZIALE

Nel caso di UPS, ad esempio, circa [omissis] dei clienti include aziende che hanno stipulato un contratto di durata, mentre circa [omissis] comprende clientela occasionale, sia essa privata o aziendale.

Gli elementi sopra indicati permettono di tracciare **una demarcazione netta tra i servizi di trasporto espresso ed i servizi postali inclusi nel Servizio Universale**, e, in linea con le indicazioni provenienti dalle autorità antitrust, consentono di affermare con certezza che gli uni e gli altri formano oggetto di **mercati distinti**⁵.

4. Osservazioni allo schema di provvedimento

Alla luce delle considerazioni sopra esposte, è possibile formulare le seguenti osservazioni sullo schema di provvedimento.

4.1. Sulla valutazione dell'eventuale "costo netto" del servizio universale

In via generale si osserva che, ai sensi dell'art. 12 della direttiva 97/67/CE, così come modificato dalla direttiva 2008/6/CE, i prezzi dei servizi inclusi nel servizio universale "*devono essere correlati ai costi e fornire incentivi ad una efficace fornitura del servizio universale*" (analoga prescrizione è contenuta nell'art. 13 del d.lgs. 261/1999). Pertanto, i prezzi fissati per il servizio universale dovrebbero essere, in linea di principio, tali da consentire al fornitore di operare con profitto, se la fornitura è organizzata in modo efficiente.

Data questa premessa, lo scenario normale dovrebbe essere quello in cui la fornitura del servizio universale non determina alcun "costo netto", o determina un "costo netto" di modesto importo. Sarebbe invece da considerare anomalo uno scenario caratterizzato dalla sussistenza di un "costo netto" significativo, perché ciò significherebbe: (i) o che i prezzi dei servizi universali sono stati fissati dal regolatore ad un livello troppo basso; (ii) o che la fornitura del servizio universale è avvenuta in modo inefficiente, con costi eccessivi che avrebbero potuto essere evitati attraverso un'organizzazione più efficiente.

4.2 Sulla valutazione dell'eventuale "iniquità dell'onere derivante dalla fornitura del servizio universale"

Nel § 14 dello schema di provvedimento l'AGCom osserva correttamente che, in base alla normativa comunitaria applicabile, possono essere legittimamente introdotti meccanismi per finanziare l'eventuale costo netto del servizio universale solo se, e nella misura in cui, esso rappresenti per il fornitore un "onere iniquo", ovvero sia un "onere finanziario eccessivo"

⁵ Cfr. le decisioni citate nelle note 2 e 3. Si veda anche il provvedimento AGCM n. 23065 del 14 dicembre 2011 - TNT POST ITALIA/POSTE ITALIANE, §§ 21 e ss.



VERSIONE NON CONFIDENZIALE

(secondo la dizione dell'art. 7 della direttiva 97/67/CE, così come modificata dalla direttiva 2008/6/CE).

Indicazioni utili per l'interpretazione del concetto di "onere iniquo" possono trarsi dalla giurisprudenza comunitaria, ed in particolare dalla sentenza della Corte di giustizia del 6 ottobre 2010 (Commissione europea v. Regno del Belgio), citata al § 535 del documento in consultazione, dove viene osservato che "l'onere eccessivo di cui l'autorità nazionale di regolamentazione deve accertare l'esistenza prima di qualsiasi indennizzo è l'onere che, per ogni impresa interessata, presenta un carattere eccessivo rispetto alla sua capacità di sostenerlo tenuto conto dell'insieme delle sue caratteristiche proprie, in particolare del livello delle sue attrezzature, della sua situazione economica e finanziaria nonché della sua quota di mercato" (§ 49).

In considerazione dei principi sopra indicati, si ritiene che, ai fini della valutazione della sussistenza o meno del presupposto della "iniquità" dell'onere, si dovrà tenere conto dei seguenti elementi:

- 1) che, a quanto risulta dai bilanci e dai report finanziari pubblicati sul sito web di Poste Italiane, il gruppo Poste Italiane, e Poste Italiane, hanno fatto segnare, nel 2011 e nel 2012, ricavi in crescita, e che tali ricavi sono stati prodotti grazie anche alle "attrezzature" (quali la rete di uffici, il personale, il marchio) di cui Poste Italiane si avvale per la fornitura del servizio universale, e che, in entrambi gli anni, i bilanci evidenziano conti in forte utile;
- 2) che, in base alle informazioni disponibili, comunque parziali, le attività correlate all'erogazione del servizio universale, rappresentano una porzione modesta delle attività complessive del gruppo Poste Italiane;
- 3) che da tali elementi non sembrerebbe che l'eventuale "costo netto" configuri un "onere finanziario eccessivo", rispetto alla capacità del fornitore di sostenerlo;
- 4) che nel valutare le "quote di mercato" del fornitore del servizio universale, si dovrebbe fare riferimento alle quote detenute nel mercato (o nei mercati) dei servizi oggetto del servizio universale.

4.3. Sul "meccanismo di ripartizione del costo netto tra gli operatori del mercato"

Sul piano della normativa applicabile, occorre considerare che, nel caso in cui l'eventuale costo netto del servizio universale rappresenti un onere iniquo per il fornitore designato, tale onere può essere finanziato attraverso un meccanismo di ripartizione dei costi tra gli operatori di mercato, al quale possono essere chiamati a contribuire:

- i fornitori di servizi non riservati che rientrano nel campo di applicazione del servizio universale, titolari di licenza individuale ai sensi dell'art. 5 del d.lgs. 261/1999;



VERSIONE NON CONFIDENZIALE

- i fornitori di servizi che non rientrano nel campo di applicazione del servizio universale, titolari di autorizzazione generale ai sensi dell'art. 6 del d.lgs. 261/1999, ma solo a condizione che i servizi da essi forniti denotino un **"livello di intercambiabilità sufficiente rispetto al servizio universale, tenuto conto delle loro caratteristiche, compresi gli aspetti che comportano un valore aggiunto, nonché l'impiego previsto e la tariffazione"** (Considerando 27 della direttiva 2008/6/CE).

Tanto premesso, in merito al rilievo espresso nel § 540 dello schema di provvedimento, secondo cui il meccanismo di ripartizione dovrebbe rispettare il principio della *"minima distorsione del mercato"*, dal quale viene fatta discendere l'ulteriore considerazione che i contributi dovrebbero essere *"tali da ridurre al minimo l'impatto dell'onere finanziario, allo scopo ripartendo i contributi nel modo più ampio possibile"*, si osserva che l'ampliamento della platea dei possibili contribuenti incontra comunque il **limite posto dal criterio della intercambiabilità rispetto al servizio universale**.

Pertanto, il principio della *"minima distorsione del mercato"* consente, e rende anzi auspicabile, che - nell'eventualità in cui si ritenesse iniquo l'onere - i contributi siano ripartiti nel modo più ampio possibile, **ma unicamente tra i soggetti che forniscono servizi intercambiabili rispetto al servizio universale**, e non può invece rappresentare un legittimo motivo per valutare con minor rigore il criterio della intercambiabilità e per considerare sufficiente un più basso livello di intercambiabilità rispetto a quello richiesto dalla corretta applicazione del criterio.

In merito al rilievo espresso nel § 542 dello schema di provvedimento, pur condividendosi in linea di principio l'opinione secondo cui il test SSNIP potrebbe non rappresentare - da solo - uno strumento sufficiente per valutare l'intercambiabilità rispetto al servizio universale, si rileva tuttavia come la definizione dei mercati, geografici e di prodotto, compiuta in conformità dei criteri propri del diritto antitrust **dovrebbe comunque costituire la base dalla quale partire per l'analisi che l'AGCom è chiamata a svolgere**.

Si è in precedenza osservato (§ 3) che le analisi svolte sia dalla Commissione europea sia dall'Autorità antitrust nazionale portano a concludere che **i servizi di corriere espresso formano oggetto di un mercato del tutto distinto e separato dai servizi postali inclusi nel servizio universale**.

Le predette analisi appaiono rilevanti anche ai fini dell'indagine che l'AGCom è chiamata a svolgere nel presente procedimento, in quanto evidenziano che i servizi di corriere espresso hanno **caratteristiche** profondamente diverse dai servizi postali inclusi servizio universale e sono finalizzati a soddisfare **bisogni** dell'utenza **sostanzialmente** diversi; e che tali differenze si riflettono anche nel **prezzo**.

Giova a tal riguardo considerare che:



VERSIONE NON CONFIDENZIALE

- oggetto del servizio universale sono solo alcuni servizi postali di base, e precisamente i servizi relativi agli invii postali fino a 2 kg, i servizi relativi agli invii postali fino a 20 kg, e i servizi relativi agli invii raccomandati ed agli invii assicurati⁶;

- nessuno di questi servizi soddisfa esigenze di **rapidità**, di consegna **a data ed ora certa**, e di **flessibilità** (quali la possibilità di ritiro a domicilio e di cambiare la destinazione e l'indirizzo di recapito durante il tragitto), che - come abbiamo visto - sono invece tipiche dei servizi di trasporto espresso, e nessuno di questi servizi consente all'utente di fruire delle sofisticate **opzioni di tracciamento** e di **assistenza alla spedizione** nonché delle altre prestazioni a valore aggiunto tipicamente contemplate dai servizi di trasporto espresso;

- tra i servizi postali menzionati dall'AGCom al § 546 dello schema di provvedimento, solo il "pacco celere" presenta profili di parziale sostituibilità con i servizi di trasporto espresso; si tratta tuttavia di una sostituibilità assai limitata dal momento che il prodotto "pacco celere" non consente un recapito ad orario certo, non include le peculiari prestazioni accessorie offerte senza costi aggiuntivi dai corrieri espressi, ed il ritiro al domicilio rappresenta un'eccezione (infatti è riservato a clienti con accordo commerciale o con carnet prepagati, ed è effettuato gratuitamente in promozione solo fino al 31 dicembre 2014⁷), il che rende il prodotto in questione poco appetibile per la clientela aziendale che si rivolge ai corrieri espressi e più adatto invece ad una clientela *consumer*; in ogni caso il prodotto "pacco celere" non rileva ai fini del presente procedimento, in quanto non rientra nel perimetro del servizio universale.

Dalla valutazione delle **caratteristiche** dei servizi e delle loro **finalità** (cioè delle **esigenze** alle quali essi rispondono) si ricava dunque un'indicazione precisa nel senso della **non intercambiabilità** tra i servizi di trasporto espresso ed i servizi postali inclusi nel servizio universale.

Anche il **prezzo** deve essere preso in considerazione tra gli indicatori rilevanti per valutare l'intercambiabilità tra servizi, in linea con il principio espresso nel considerando n. 27 della direttiva 2008/6/CE, che menziona espressamente la "**tariffazione**" tra gli elementi di cui tener conto nel giudizio, a fianco delle caratteristiche del servizio e dell'impiego previsto.

Il **prezzo** rappresenta infatti uno dei principali indicatori della sostituibilità tra prodotti dal lato della domanda. Se un prodotto A ha un prezzo significativamente superiore al prezzo del prodotto B, significa che i due prodotti non vengono percepiti dal cliente come tra di loro sostituibili.

E' un dato di fatto che i prezzi dei servizi postali di base inclusi nel servizio universale sono significativamente inferiori ai prezzi dei servizi di trasporto espresso, e la ragione è da ricercare proprio nelle diversità delle caratteristiche dei prodotti e dei bisogni che essi soddisfano: i servizi

⁶ V. art. 3 del d.lgs. 261/1999.

⁷ Cfr <http://www.poste.it/postali/italia/paccocelere.shtml>, ultimo accesso effettuato l'8 luglio 2014.



VERSIONE NON CONFIDENZIALE

di trasporto espresso incorporano una serie di prestazioni, in precedenza indicate (rapidità, consegna a data ed ora certa, tracciabilità, flessibilità nel ritiro e nella consegna, ecc.), che comportano un valore aggiunto, per il quale il cliente è disposto a pagare, e che non si ritrovano invece nei servizi postali di base⁸.

A titolo di esempio, è possibile porre a raffronto il prezzo del servizio "pacco ordinario" fornito da Poste Italiane, con il prezzo del servizio di trasporto espresso "standard" (cioè il prodotto meno evoluto tra quelli presenti nella gamma) offerto da UPS (denominato "UPS Standard").

Il prezzo del servizio di "pacco ordinario" di Poste Italiane per spedizioni in Italia di pacchi fino a 20kg, è di Euro 9,10⁹. Il prezzo del servizio di trasporto "UPS Standard" per spedizioni in Italia di pacchi varia a seconda del peso e delle località di invio e di ricezione: per i pacchi fino a 20kg, varia da un minimo di 23,80 Euro (prezzo previsto per i pacchi del peso di 1kg da spedire nell'ambito dell'area definita "zona 1") ad un massimo di 43,95 Euro (prezzo previsto per i pacchi del peso di 20kg, da spedire nell'ambito dell'area definita "zona 2")¹⁰. Pertanto, per un pacco del peso di 20 kg, il cliente del servizio "pacco ordinario" di Poste Italiane pagherà un prezzo di 9,10 Euro, mentre il cliente del servizio "UPS standard" pagherà un prezzo compreso tra 30,35 Euro (zona 1) e 43,95 Euro (zona 2).

Appare dunque evidente che, se si confrontano **caratteristiche, finalità, e prezzi**, i servizi di trasporto espresso non possono *"nell'ottica di un utente, essere considerati come servizi che rientrano nell'ambito di applicazione del servizio universale"*¹¹; tanto più che, come si è detto (v. *supra* § 3), l'utente finale dei servizi di trasporto espresso è tipicamente un'impresa (e non un consumatore) e che tali servizi vengono normalmente fruiti dalle imprese in via continuativa sulla base di contratti di durata (e non occasionalmente), e spesso nell'ambito di servizi più complessi di logistica integrata.

In conclusione, ad avviso della scrivente i servizi di trasporto espresso **non sono intercambiabili** con i servizi postali inclusi nel servizio universale, sicché ai fornitori di servizi di trasporto espresso, titolari di autorizzazione generale ex art. 6 del d.lgs. 261/1999, non potrà essere imposto alcun obbligo di contribuzione al meccanismo di ripartizione del costo netto del servizio universale che fosse eventualmente istituito.

⁸ Cfr., tra le ultime analisi sul punto, quella svolta dall'autorità di regolazione maltese, contenuta nel documento di consultazione del 9 luglio 2013 (v. in particolare pagg. 10 e ss.), reperibile sul sito web <http://www.mca.org.mt/sites/default/files/attachments/consultations/2013/130709-Postal-Market-Analysis-Consultation.pdf>.

⁹ V. le condizioni riportate sul sito <http://www.poste.it/postali/italia/ordinario.shtml> (ultimo accesso eseguito il 10 luglio 2014).

¹⁰ V. la "Guida dei servizi e delle tariffe UPS" 2014, disponibile sul sito web <http://www.upscontentcentre.com/html/italy>, in particolare pag. 7 e pag. 17.

¹¹ Considerando n. 27 della direttiva 2008/6/CE.

United Parcel Service Italia s.r.l
Via G. Fantoli, 15/2
20138 Milano



VERSIONE NON CONFIDENZIALE

* * *

La scrivente società si riserva di formulare ulteriori osservazioni nel prosieguo del procedimento.

Bruxelles, 10 luglio 2014