



Spettabile
Autorità per le Garanzie nelle Comunicazioni
Direzione Servizi Postali
Via Isonzo 21/b
00198 ROMA

Rozzano, 10 luglio 2014

Oggetto: Schema di provvedimento "Servizio postale universale: analisi ed applicabilità del meccanismo di ripartizione e valutazione dell'eventuale costo netto per gli anni 2011 e 2012".

Spettabile Autorità,

facciamo riferimento a quanto previsto nella Vostra delibera 260/14/CONS e, in particolare, allo schema di provvedimento assoggettato a consultazione pubblica, allegato alla delibera medesima sub lettera B).

Di seguito riportiamo la posizione di DHL Express (Italy) S.r.l., con riferimento ai temi trattati nella predetta consultazione. In particolare, la scrivente Società, visti i tempi estremamente ristretti a sua disposizione e il diniego di proroga dei termini disposto da codesta Autorità, fornisce riscontro - in aggiunta a quanto provvederanno a fare anche le associazioni di categoria (alle cui osservazioni ci si riporta integralmente) - solo con riferimento all'ultimo tema trattato nello schema di provvedimento, che è quello relativo alla possibile intercambiabilità dei servizi resi all'interno del servizio universale, con quelli rientranti nel servizio non universale (più in particolare, per ciò che la scrivente ritiene di proprio interesse, con quelli dei corrieri espressi).

Tale tema è considerato dirimente da DHL Express poiché, come ampiamente argomentato nel prosieguo, dalla sua corretta applicazione e disciplina discende l'esclusione dei corrieri espressi da qualsivoglia obbligo di contribuire ad un eventuale fondo di compensazione degli oneri per la fornitura del Servizio Universale.

1. Premessa

Con la delibera 260/14/CONS la Vostra rispettabile Autorità ha avviato un processo di consultazione pubblica sulla valutazione del costo netto sostenuto da Poste Italiane per gli anni 2011 e 2012, nonché sugli orientamenti espressi in merito ai criteri di determinazione dell'iniquità e applicabilità del meccanismo di ripartizione dell'onere del servizio universale, sui soggetti operanti nel mercato dei servizi postali.

Al fine di una puntuale disamina del tema, ci paiono doverose alcune precisazioni:

- 1.** Le norme di settore definiscono il servizio universale come quell'attività attraverso la quale si garantisce la fornitura di servizi essenziali, a prezzi accessibili, a tutti gli utenti, su tutto il territorio nazionale. Questo comprende: a) la raccolta, il trasporto, lo smistamento e la distribuzione degli invii postali fino a 2 Kg; b) la raccolta, il trasporto, lo smistamento e la distribuzione dei pacchi postali fino a 20 Kg; c) i servizi relativi agli invii raccomandati e agli invii assicurati.
- 2.** I servizi rientranti nel servizio universale si distinguono, poi, in riservati (erogati in esclusiva dal Fornitore del Servizio Universale - Poste Italiane) e non riservati (erogati anche da operatori postali alternativi, titolari di Licenza Individuale). I primi consistono nella notificazione degli atti giudiziari e delle contravvenzioni del Codice della Strada, mentre tra i secondi si annoverano tutti gli altri servizi, non riservati, rientranti nel SU.
- 3.** Gli operatori che vogliono fornire agli utenti servizi non riservati, ma rientranti comunque nel servizio universale, devono ottenere una Licenza Individuale (e, vista la tipologia di servizio reso, ed il prezzo a questo



applicato, l'attività di questi operatori è considerata sostitutiva, e quindi in concorrenza, con quella offerta dall'*incumbent*).

4. All'interno del diverso mercato dei "servizi non rientranti nel servizio universale", è possibile individuare due distinte tipologie di attività: (i) quella dei corrieri espressi (come DHL Express) e (ii) quella degli altri operatori che offrono servizi di raccolta, trasporto, smistamento e distribuzioni di plichi oltre i 2 Kg e pacchi oltre i 20 Kg.

Alla luce delle precisazioni qui effettuate, ed in linea con i costanti orientamenti della dottrina e della giurisprudenza, possiamo affermare che "*i servizi espresso e di corriere sono servizi con caratteri specifici che li rendono sostanzialmente diversi dal servizio postale universale*"¹.

Questa loro diversità, rende i prodotti offerti dai corrieri non in concorrenza con quelli offerti dal FSU nell'area del Servizio Universale e, pertanto, "non intercambiabili o sostituibili dal consumatore, in ragione delle loro caratteristiche, dei loro prezzi e dell'uso al quale sono destinati"².

2. Il finanziamento del costo netto del servizio universale.

2.1 L'art. 3, comma 12, del D.Lgs. 261/1999 prevede che "*l'onere per la fornitura del servizio universale sia finanziato:*

- a)** *attraverso trasferimenti posti a carico del bilancio dello Stato. Gli importi dei trasferimenti sono quantificati nel contratto di programma fra il Ministero dello sviluppo economico e il fornitore del servizio universale, secondo le modalità previste dalla normativa vigente;*

¹ COM(2007) 695 – Comunicazione della Commissione Europea al Parlamento Europeo relativa alla posizione comune del Consiglio sull'adozione di una direttiva del Parlamento europeo e del Consiglio che modifica la direttiva 97/67/CE relativa al pieno completamento del mercato interno dei servizi postali comunitari -Allegato 1 - Dichiarazione della Commissione relativa al considerando 27.

²Elementi considerati rilevanti dall'Autorità Garante della Concorrenza e del mercato (<http://www.agcm.it/concorrenza--intesa-e-abusi/concorrenza-formulario-per-la-comunicazione/4440-capitolo-3-informazioni-sul-mercato-rilevante-dellintesa.html>) al fine di verificare la possibile concorrenza tra prodotti.

b) *attraverso il fondo di compensazione di cui all'articolo 10 del presente decreto*".

Il successivo articolo 10 del medesimo Decreto prevede, quale ulteriore strumento rispetto ai trasferimenti statali, il fondo di compensazione cui sembrerebbero tenuti a contribuire *"i titolari di licenze individuali e di autorizzazione generale entro la misura massima del dieci per cento degli introiti lordi, relativi a servizi sostitutivi di quelli compresi nel servizio universale, derivanti dall'attività autorizzata"*.

2.2 La citata normativa nazionale (che in origine – e correttamente - prevedeva l'obbligo di contribuzione solo a carico dei titolari di Licenza Individuale: cfr. D.Lgs. 261/1999, ante D. Lgs. 58/2011) è andata ben oltre i dettami delle direttive comunitarie, introducendo surrettiziamente l'obbligo di contribuzione anche - e genericamente - a carico dei titolari di Autorizzazione Generale.

Tale introduzione rappresenta in sé una incomprensibile contraddizione logica, poiché – prescindendo dai principi che presiedono alla definizione dei mercati e della concorrenza - presupporrebbe che servizi differenti (quali quelli forniti dal FSU e dai licenziatari, da una parte, e quelli forniti dagli autorizzati, dall'altra), collocati in mercati differenti (quali quello del SU, da una parte, e quello del SNU, dall'altra) possano essere considerati tra loro in concorrenza ed essere quindi intercambiabili o sostituibili.

Ma vi è di più. La normativa italiana ha omissso – in maniera incomprensibile - di recepire un principio reiteratamente ribadito dalla normativa comunitaria: **i servizi offerti dai corrieri espressi non sono intercambiabili con quelli rientrati nel Servizio Universale.**

Tale affermazione trova pacifica conferma nella lettura combinata del:

- Considerando n. 18, della direttiva 97/67/CE, secondo cui *"la differenza fondamentale tra servizio di posta espressa e servizio postale universale risiede nel valore aggiunto (in qualsiasi forma) che il servizio di posta espressa rappresenta ed è percepito dal cliente"*;

del

- Considerando n. 27, della direttiva 2008/6/CE secondo cui *"al fine di determinare quali imprese possano essere chiamate a contribuire al fondo di compensazione, gli Stati membri dovrebbero valutare se i servizi forniti da tali imprese possono, nell'ottica di un utente, essere considerati come servizi che rientrano nell'ambito di applicazione del servizio universale, poiché denotano 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"*.

e della

- interpretazione autentica data dalla Commissione Europea sul tema dell'intercambiabilità (Comunicazione 2006/0196 COD): *"La Commissione ribadisce che, in conformità del considerando 18 della direttiva 97/67 CE e della giurisprudenza costante della Corte di Giustizia, i servizi espresso e di corriere sono servizi con caratteri specifici che li rendono sostanzialmente diversi dal servizio postale universale"*.

Sulla scorta di quanto sopra detto, emerge in maniera incontrovertibile che la normativa comunitaria si sia già posta ed abbia già risolto il dubbio della intercambiabilità, dal punto di vista dell'utente, dei servizi offerti dal FSU e quelli offerti dai corrieri espressi.

3. Il tema dell'intercambiabilità.

Effettuate le dovute precisazioni sullo scenario entro cui è corretto muoversi per l'identificazione dei soggetti che, potenzialmente, potranno essere chiamati a contribuire al fondo di compensazione ex art. 10 del D.Lgs. 261/1999, la scrivente Società intende affrontare il tema dell'intercambiabilità, portando all'attenzione dell'Autorità tutti gli argomenti che possano palesare, sotto ogni aspetto, l'inesistenza di intercambiabilità tra i servizi offerti dal FSU nel mercato dei servizi universali e quelli dei corrieri espressi, titolari di Autorizzazione Generale.



3.1 Il servizio prestato dai corrieri espressi.

I servizi di corriere espresso, non rientrano nell'ambito del Servizio Universale, non sono in concorrenza con quelli offerti dal FSU - Poste Italiane - e da altri operatori nel medesimo mercato, nè, quindi, possono essere con questi considerati intercambiabili³.

Il mercato in cui operano i corrieri espressi è diverso e non comparabile a quello del Servizio Universale, in quanto caratterizzato da:

1. prestazione di servizi ad elevato valore aggiunto (*"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"*⁴);

e/o

2. disponibilità dell'utente a pagare per tali servizi un prezzo superiore rispetto a quello pagato per i servizi standard offerti da Poste Italiane e da altri soggetti che operano nel medesimo mercato dei servizi universali (*"In*

³ Cfr. Decisione dell'Autorità Garante della Concorrenza e del Mercato (Decisione del 10 luglio 1998 n. 6195 C3139 - Poste Italiane/SDA express courier - I.C. International Courier - Transcoop), oltre che Comunicazione sull'applicazione delle regole di concorrenza al settore postale e sulla valutazione di alcune misure statali relative ai servizi postali, in G.U.C.E. 6 febbraio 1998, n. C039: la Commissione, al punto 2.2 afferma testualmente che *"la distinzione tra diversi mercati del prodotto dipende, tra l'altro, dai diritti speciali od esclusivi concessi"*. La necessità di tenere separati i mercati dei servizi postali di base da quelli espressi, peraltro, era già stata riconosciuta dalla Corte di Giustizia CE, con la sentenza del 19 maggio 1993, causa C-320/91, Procedimento penale a carico di Paul Corbeau, in Raccolta 1993, I-2533. L'esperienza internazionale ha confermato la validità di tale divisione dei mercati. Ad esempio, le analisi condotte dall'Autorità di vigilanza britannica mostrano che gli operatori privati ritengono possibile condurre una concorrenza effettiva a Consignia soltanto nei servizi a valore aggiunto, in considerazione delle elevate economie di scala di cui gode l'incumbent britannico nei servizi postali di base (cfr. Postcomm's Proposals for Promoting Effective Competition in UK Postal Services, 31 gennaio 2002, mimeo).

⁴ Decisione dell'Autorità Garante della Concorrenza e del Mercato (Decisione del 10 luglio 1998 n. 6195 C3139 - Poste Italiane/SDA express courier - I.C. International Courier - Transcoop).



linea di massima i clienti sono disposti a pagare tariffe più alte per questo tipo di servizio⁵).

Per la prestazione del servizio de quo DHL Express si è dotata di Autorizzazione Generale Postale, che, come espressamente indicato dall'art. 6 del D.Lgs. 261 del 22 luglio del 1999 (Decreto di 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), è necessaria per offrire al pubblico "servizi non rientranti nel Servizio Universale".

I due mercati, quello dei servizi rientranti e quello dei servizi non rientranti nel Servizio Universale, sono quindi chiaramente distinti, non comparabili e caratterizzati da differenti logiche di qualità e prezzo.

Il primo mercato, che è quello in cui opera l'*incumbent* concessionario pubblico, è connotato da un preminente interesse pubblicistico in ragione del fatto che attraverso di esso si garantisce ai cittadini la disponibilità di un servizio di pubblica utilità, a prezzi contenuti, con obbligo di fornitura sull'intero territorio nazionale. Gli altri operatori di tale mercato – i licenziatari - offrono agli utenti (indifferentemente privati consumatori e aziende) servizi essenziali e standardizzati ad un prezzo comparabile con quello dell'*incumbent*. Da qui la necessità di assicurare specifici requisiti d'ingresso, controllo della qualità degli operatori e dei servizi dai medesimi resi, oltre che periodiche verifiche a cui tali operatori devono essere soggetti.

Il secondo mercato si caratterizza, invece, per un contesto altamente competitivo, dove sia la qualità dei servizi (ad elevato valore aggiunto) sia la disponibilità, in linea di massima, dei clienti a riconoscere un prezzo superiore, sono conseguenza di un meccanismo di selezione concorrenziale determinato dalle scelte degli utenti finali, nella quasi totalità operatori professionali (persone giuridiche/aziende), che ben conoscono, e distinguono, i prodotti offerti dal FSU e quelli offerti dai corrieri espressi.

⁵ Cfr. nota 4.



3.2 Il punto di vista normativo.

Per pacifica e consolidata normativa e giurisprudenza, i servizi offerti dai corrieri espressi non possono in alcun caso ritenersi in concorrenza né tantomeno essere considerati intercambiabili o sostituibili con quelli offerti dal FSU, nell'area dei servizi universali.

Per collocare in un adeguato scenario normativo l'inesistenza di intercambiabilità tra i prodotti offerti dai corrieri espressi e quelli rientranti nel servizio universale - in aggiunta a quanto già evidenziato nel precedente paragrafo 2.2 circa la chiara posizione della normativa comunitaria, che esclude alla radice l'intercambiabilità servizi dei corrieri espressi e servizi rientranti ne SU - pare opportuno alla scrivente richiamare, sinteticamente, pronunce e provvedimenti con cui è stato ulteriormente affrontato e risolto il tema della intercambiabilità, auspicando che la Vostra rispettabile Autorità possa, approfittando della circostanza, fare chiarezza ed adottare gli opportuni provvedimenti.

Una rilevante, distinzione tra i prodotti offerti dai corrieri espressi e quelli appartenenti al Servizio universale è stata effettuata dalla Commissione Europea con la *"Comunicazione sull'applicazione delle regole di concorrenza al settore postale e sulla valutazione di alcune misure statali relative ai servizi postali"* (98/C 39/02). Tale comunicazione, all'art. 1, definisce il servizio espresso come *"il servizio che, oltre a una maggiore rapidità e affidabilità nella raccolta e recapito degli invii, comprende tutti o alcuni dei seguenti servizi supplementari: garanzia di consegna a data predeterminata; ritiro a domicilio, recapito nelle mani del destinatario, possibilità di cambiare la destinazione e l'indirizzo nel tragitto, conferma al mittente dell'avvenuto ricevimento; controllo, ricerca e rintracciamento di invii spediti; servizio personalizzato per il cliente e, se richiesto, servizio a la carte; in linea di massima, i clienti normalmente sono disposti a pagare parecchio per questo servizio"*.

La citata Comunicazione indica, all'art. 2.3, che il servizio di corrispondenza ordinaria riguarda il recapito degli invii postali all'indirizzo su di essi indicato, e precisa poi, all'art. 2.4, che *"il servizio espresso differisce da tale servizio in virtù del valore aggiunto rispetto al servizio postale di base. Oltre a garantire una raccolta, un*



trasporto e una distribuzione più rapidi e affidabili degli invii postali, un servizio espresso si distingue per la fornitura di tutti o alcuni dei seguenti servizi supplementari: la garanzia di recapito ad 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. Il settore riservato, come definito nella direttiva di armonizzazione, può comprendere la consegna rapida di invii postali nazionali, entro i limiti di prezzo e di peso stabiliti". (nello stesso senso le Decisioni **90/16/CEE** (GU L 10 del 12.1.1990, pag. 47), **90/456/CEE** (GU L 233 del 28.8.1990, pag. 19) e **COMP/M.2908** del 21 ottobre 2002).

Anche l'Autorità Garante della Concorrenza e del Mercato italiana si è occupata a più riprese della questione, distinguendo chiaramente tra i servizi e i mercati dei corrieri espressi e del SU: *"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 addizionali offerte dagli operatori e della circostanza che i clienti sono generalmente disposti a pagare di più per ottenere tale servizio"*⁶ (in tal senso, tra gli altri, si veda anche: provvedimento n. 7995 C3844 del 3 febbraio 2000).

Su questo tema, finanche Poste Italiane, nell'ambito del procedimento Antitrust 11528 (I450) del 20/12/2002, ha negato "che possa esistere contiguità tra i servizi di trasporto pacchi di base ed i servizi a valore aggiunto".

Alla medesima conclusione, supportata da precisi e strutturati studi del mercato, giungono altre Autorità:

- *"the universal postal service, in general, does not offer any guarantee as to the precise day or time the item will be delivered. These services are governed by general delivery targets which do not specify the exact day or*

⁶ Provvedimento n. 7016 (C3442) del 26/3/1999.



exact time of delivery (i.e. the pre-set delivery time as requested by the sender). The precise day or time at which the item is delivered is not relevant. Therefore a postal service that guarantees the delivery of postal articles (from acceptance/collection to delivery) at a pre-arranged date or time specified by the sender of the postal article do not fall within the scope of the universal service as such services go beyond the general needs of the public and are therefore not considered to be interchangeable with the universal postal service”⁷.

- *“Guaranteed-time or day-certain deliveries are different from services that may specify a general target on the time or date of delivery which however is not guaranteed. In addition, day-certain or guaranteed-time deliveries are different from the delivery on appointment feature, whereby the postman arranges for a prior appointment with the recipient in order to establish a mutually convenient delivery date and time. Through this service the postman only arranges for an appointment when the item has arrived at the distribution centre. The ad hoc delivery does not change the fact that the service is governed by delivery targets rather than by a guarantee that delivery takes place at a pre-arranged day or time. Moreover, payment for such services is not “conditional on the successful accomplishment of delivery on a precise pre-arranged day or at a pre-arranged time”⁸.*
- *“A postal service is within the scope of the universal postal service (in this Part referred to as a “postal service within the scope of the universal postal service”) if:*
 - a) the service is within the description of the universal postal service set out in section 16,*
 - b) the service would be within the description of the universal postal service set out in section 16 but for the fact that:*

⁷ Autorità delle Comunicazioni Maltese (MCA) “Regulatory Direction on specific aspects of the Universal Postal service” (documento MCA/D/11-0227).

⁸ Autorità delle Comunicazioni Maltese (MCA) “Regulatory Direction on specific aspects of the Universal Postal service” (documento MCA/D/11-0227).



- i. in the case of a service consisting of the clearance and delivery of postal packets, the clearance or delivery is not made on every working day as required by section 16(1)(a),*
 - ii. the service is not provided throughout the State, or*
 - iii. the service is not provided at an affordable price in accordance with a uniform tariff applicable throughout the State pursuant to section 28(2), or*
- c) the postal service is of a kind that, having regard to postal service users, could reasonably be said to be interchangeable with a service of a description set out in section 16, but does not include a document exchange or express or courier services⁹.*

In moltissimi altri Paesi dell'Unione Europea, inoltre, il legislatore è intervenuto ponendo una netta distinzione all'interno del mercato degli invii singoli (principalmente C2C), tra pacchi singoli senza prestazioni aggiuntive accettati allo sportello dell'ufficio postale e pacchi immessi in rete attraverso altri canali di accettazione. I primi sono in modo pressoché unanime classificati come servizio universale, in quanto soggetti a tutela del consumatore, specie se con bassa disponibilità a pagare; i secondi, invece, in quanto rivolti a particolari categorie di clienti e utenti finali, che hanno la possibilità di scegliere fra più pacchetti di prestazioni aggiuntive loro offerte, sono esplicitamente esclusi dal servizio universale.

A livello nazionale, infine, il principio della non intercambiabilità era già stato riconosciuto nel 2011 dal regolatore italiano con una lettera inviata ad AICAI dall'allora direttore generale per la regolamentazione del settore postale del Ministero dello Sviluppo Economico, Dipartimento per le Comunicazioni, Avv. Fiorentino (nota del 25 febbraio 2011, prot. num. 001866), in cui si rilevava, ai fini dell'assoggettamento agli oneri del fondo di compensazione, la non intercambiabilità dei servizi di corriere espresso internazionale con i servizi universali offerti dal fornitore nazionale Poste Italiane.

Per mero scrupolo di completezza si segnala che una eventuale intercambiabilità, semmai, potrà essere presa in considerazione solo nel confronto tra

⁹ "Communications regulation (postal services) act 2011" irlandese, capitolo 6, art. 37.



i servizi offerti dai corrieri espressi con quelli offerti dal FSU fuori dal servizio universale¹⁰. Tuttavia non riteniamo utile l'approfondimento di questo tema in relazione al fatto che tale ipotetica intercambiabilità, essendo rinvenibile solo in un mercato diverso rispetto a quello del servizio universale, non rileva ai fini dell'indagine in corso (il mercato del servizio di recapito a data e ora certa, in ragione della tipologia di domanda servita e delle sue caratteristiche tecniche, costituisce un mercato distinto, seppur strettamente contiguo, rispetto al mercato del servizio di recapito della posta massiva - già il 21° Considerando della Direttiva 97/67/CE statuisce che *"i nuovi servizi (distinti dai servizi tradizionali) non fanno parte del servizio universale e che non vi è quindi ragione per riservarli ai prestatori del servizio universale"*).

3.3 Il punto di vista degli utenti.

Dal punto di vista degli utenti, i servizi offerti dai corrieri espressi non sono considerati né intercambiabili con, né tantomeno sostitutivi di, quelli offerti dal FSU nell'ambito del servizio universale.

Come già precisato, il mercato dei corrieri espressi si caratterizza per la presenza di alcune, o tutte, delle seguenti caratteristiche:

- l'offerta di un servizio "door to door" con *pick up* presso il cliente (ciò che, unitamente ad altri servizi a valore aggiunto, lo rende incomparabile con un servizio postale);
- la disponibilità, in linea di massima, dei clienti a pagare un prezzo più elevato per ottenere servizi a valore aggiunto;

¹⁰ Diversamente dal recapito della posta massiva, **il servizio di recapito a data e ora certa** costituisce un servizio liberalizzato, a valore aggiunto rispetto a quelli tradizionali tipicamente oggetto del servizio universale e dell'area di riserva legale. In particolare, già il 21° Considerando della Direttiva 97/67/CE statuisce che *"i nuovi servizi (distinti dai servizi tradizionali) non fanno parte del servizio universale e che non vi è quindi ragione per riservarli ai prestatori del servizio universale"*. Proprio sulla base di tale principio, la Commissione europea, nella Decisione 2001/176/CE, ha affermato che *"il servizio che garantisce il recapito a data e ora certa differisce in maniera significativa dal servizio di recapito tradizionale dal punto di vista 1) delle relative caratteristiche e 2) delle esigenze cui risponde"* e, in seguito a tale decisione, il legislatore italiano ha modificato l'art. 4, comma 4, Decreto Legislativo n. 261/99, allora vigente, escludendo dalla riserva gli invii prodotti con mezzi telematici a data ed ora certa.

- la diversità dell'utenza: proprio a causa delle caratteristiche del servizio e del costo, il cliente è un operatore professionale; ai servizi postali si indirizza invece chi, in genere, non ha esigenze professionali e, nella scelta del prodotto, è guidato dal fattore prezzo.

Per poter valutare, in concreto, la percezione degli utenti con riferimento alla intercambiabilità dei servizi rientranti nel servizio universale e quelli offerti dai corrieri espressi, è necessario dividere gli utenti in due diverse categorie:

- i. gli utenti professionisti – cd clienti "business";
- ii. gli utenti privati – cd clienti "consumer".

Come infatti più volte ribadito dalle Autorità : *"The market for International business mail is distinct from the market for private mail, since business customers require and receive different services compared to private customers"*¹¹.

Riteniamo inutile affrontare il tema della percezione sull'intercambiabilità dei servizi oggetto di discussione da parte dei clienti *business*, poichè pare pacifico che tali clienti, avvalendosi dei corrieri per l'esercizio della propria attività professionale, abbiano ben presenti le features specifiche dei prodotti offerti dai corrieri espressi (quali, a titolo esemplificativo: consegna nelle mani del destinatario, ritiro a domicilio, garanzia di recapito ad una determinata ora, possibilità di cambio indirizzo, tracciamento elettronico, servizio personalizzato di fatturazione e pagamento, conferma dell'avvenuta consegna, velocità di esecuzione del servizio) e siano in genere disposti, a determinate condizioni, a sostenere anche maggiori costi. Riteniamo, pertanto, che i prodotti del B2B e B2C in alcun caso possano, nell'ottica di un utente *business*, ritenersi intercambiabili con quelli offerti dal FSU.

Riteniamo, invece, opportuno soffermarci sulla percezione che gli utenti *consumer* possano avere con riferimento all'intercambiabilità dei servizi offerti dal FSU con quelli offerti dai corrieri espressi, sebbene tali utenti rappresentino una parte residuale dei clienti di DHL Express e dei corrieri espressi in generale.

¹¹ **COMP/M.2908** del 21 ottobre 2002 (Deutsche Post/DHL).

Anche al fine del presente approfondimento è utile distinguere in due sotto categorie i possibili utenti consumer dei prodotti postali:

- i.* i consumer speditori occasionali;
- ii.* i consumer speditori abituali.

Alla prima categoria (i *consumer* speditori occasionali) appartengono le persone fisiche che, in genere, non hanno alcuna necessità specifica con riferimento alle spedizioni da effettuare, e pertanto si avvalgono dell'operatore più noto e più economico ed è plausibile ritenere che non abbiano neppure la percezione di quali siano i prodotti offerti dai corrieri. Più in particolare, questi consumer non hanno interesse alla tracciabilità della consegna, nè al *door to door* e, nella gran parte dei casi, sono convinti che l'unico strumento "*ammesso dalla legge*" per attestare l'avvenuta spedizione (qualora abbiano necessità di farlo) sia la ricevuta di ritorno della posta raccomandata A/R. Per tali persone, in sintesi, quello offerto dai corrieri espressi è un servizio neanche tenuto in considerazione, e quindi non intercambiabile con quello offerto dal FSU.

Alla seconda categoria (i *consumer* speditori abituali) appartengono tutte le persone fisiche che, per ragioni non professionali, effettuano spedizioni frequenti (es. venditori di E-bay, inserzionisti privati del settore *e-commerce* o persone che si avvalgono dei servizi postali per invii e ricezioni di prodotti privati).

Tali persone, avvalendosi con frequenza dei servizi di spedizione conoscono bene la distinzione tra il servizio offerto dai corrieri espressi e quello offerto dal FSU, anche in ragione del prezzo che sarebbero tenuti a pagare se si avvalessero dei corrieri espressi per le loro spedizioni (è infatti divenuto d'uso comune il termine "*invio di un corriere*" per identificare una prestazione di elevato standard quantitativo e di resa rapida ad un costo generalmente superiore).

È davvero residuale l'utilizzo da parte dei *consumer* dei servizi di corriere espresso, in considerazione del disinteresse degli speditori alle *features* aggiuntive dei servizi offerti dai corrieri e dei maggiori costi.



La circostanza che il servizio postale "standard" ed il servizio di corriere espresso appartengano a mercati distinti sotto il profilo merceologico e che, quindi, non vi sia alcuna sostituibilità di tali servizi dal punto di vista del consumatore, è anche confermato da una consolidata prassi decisionale della Commissione Europea (cfr. ad es. la Decisione resa il 21.4.2009 nel procedimento COMP/M.5152 - Posten AB / Post Danmark A/S, punto 15, nonché quella resa nel procedimento M. 102 - TNT/Canada Post, DBP Postdienst, La Poste, PTT Post and Sweden Post, punto 20).

Tale prassi decisionale mette in luce che a distinguere i due servizi non è solo la maggiore o minore celerità, quanto piuttosto una serie di servizi a valore aggiunto (tracciabilità, prova della consegna, ritiro a domicilio, affidabilità, ecc..) che li rendono non sostituibili l'uno con l'altro.

o O o

Restiamo a disposizione dell'Autorità per qualsiasi ulteriore chiarimento e informazione dovessero essere ritenuti necessari.

Con i migliori saluti.

DHL Express (Italy) S.r.l.

Adriano Perotta

Head of Legal Services