



COMMISSIONE DELLE COMUNITÀ EUROPEE

Bruxelles, 22.12.2008
COM(2008) 884 definitivo

**RELAZIONE DELLA COMMISSIONE AL CONSIGLIO E AL PARLAMENTO
EUROPEO**

**sull'applicazione della direttiva postale
(direttiva 97/67/CE modificata dalla direttiva 2002/39/CE)**

{SEC(2008) 3076}

RELAZIONE DELLA COMMISSIONE AL CONSIGLIO E AL PARLAMENTO EUROPEO

sull'applicazione della direttiva postale (direttiva 97/67/CE modificata dalla direttiva 2002/39/CE)

1. Contesto e finalità della presente relazione

Il quadro comunitario relativo ai servizi postali dell'UE è definito dalla direttiva 97/67/CE, modificata dalla direttiva 2002/39/CE (in appresso: "la direttiva postale")¹. A norma dell'articolo 23 della direttiva postale la Commissione è tenuta a presentare "ogni due anni" al Parlamento europeo e al Consiglio una relazione sull'applicazione della direttiva medesima. Tale articolo dispone inoltre che la relazione contenga "adeguate informazioni" in merito agli sviluppi del mercato, in particolare per quanto riguarda gli aspetti tecnici, sociali e occupazionali nonché la qualità dei servizi.

Il monitoraggio del mercato e le relazioni con cadenza periodica costituiscono un elemento importante ai fini della piena realizzazione del mercato interno postale poiché consentono di individuare tempestivamente eventuali manchevolezze e problemi e di avviare se necessario le opportune azioni legali nonché di adottare misure correttive. Il monitoraggio del mercato si è rivelato inoltre fondamentale per poter proseguire con modalità trasparenti la riforma postale dell'UE e stabilire se abbia generato gli auspicati effetti e vantaggi. Occorre ricordare che le precedenti relazioni sull'applicazione hanno svolto un ruolo importante nell'iter legislativo della direttiva 2008/6/CE.

La Commissione ha presentato la sua prima relazione sull'applicazione nel novembre 2002², la seconda nel marzo 2005³ e la terza nell'ottobre 2006⁴. Come nei casi precedenti, la presente relazione fornisce una valutazione completa del recepimento della direttiva postale negli Stati membri, anche per quanto riguarda l'applicazione degli elementi chiave della direttiva, gli sviluppi normativi nonché le tendenze di mercato specifiche (compresi aspetti economici, tecnici, sociali, occupazionali e di qualità dei servizi). La relazione illustra i principali sviluppi intervenuti dall'ultima relazione sull'applicazione adottata nell'ottobre 2006 e copre il periodo 2006 – 2008.

La relazione è corredata di un documento di lavoro dei servizi della Commissione contenente informazioni più dettagliate sugli sviluppi a livello normativo e di mercato. La relazione della

¹ 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, GU L 15 del 21.1.1998, pag. 14; direttiva 2002/39/CE del Parlamento europeo e del Consiglio del 10 giugno 2002 che modifica la direttiva 97/67/CE per quanto riguarda l'ulteriore apertura alla concorrenza dei servizi postali della Comunità, GU L 176 del 5.7.2002, pag. 21.

² Relazione della Commissione al Parlamento europeo e al Consiglio sull'applicazione della direttiva postale (direttiva 97/67/CE), COM (2002) 632 definitivo.

³ Relazione della Commissione al Consiglio e al Parlamento europeo relativa all'applicazione della direttiva postale (direttiva 97/67/CE modificata dalla direttiva 2002/39/CE), COM (2005) 102 definitivo e SEC (2005) 388.

⁴ Relazione della Commissione al Consiglio e al Parlamento europeo sull'applicazione della direttiva postale (direttiva 97/67/CE modificata dalla direttiva 2002/39/CE), COM (2006) 595 definitivo e SEC (2006) 1293.

Commissione al Consiglio e al Parlamento europeo sull'applicazione della direttiva postale presenta sinteticamente le conclusioni del documento di lavoro dei servizi della Commissione. Tanto la relazione quanto l'analisi dettagliata di cui al documento di lavoro attingono al recente studio ECORYS su principali sviluppi nel settore postale (2006-2008)⁵.

Il periodo di riferimento ha particolare rilevanza per il settore postale dell'UE, poiché nel breve periodo oggetto della presente relazione si è verificata una serie di sviluppi decisivi. Innanzitutto, il 1° gennaio 2008 la Germania – di gran lunga il maggiore mercato postale unico (nazionale) dell'UE – ha completamente liberalizzato il mercato postale. In secondo luogo, sembra ora possibile, e di fatto si sta svolgendo a cura di esperti britannici indipendenti, una valutazione della piena apertura del mercato del Regno Unito, avvenuta il 1° gennaio 2006. In terzo luogo, si possono ormai valutare gli effetti della riduzione a 50 g, su tutto il territorio dell'UE al 1° gennaio 2006, della soglia per il settore riservato – che costituisce l'ultima fase intermedia prima della piena apertura del mercato.

Da ultimo, ma non per importanza, si rammenta che nel febbraio 2008 il Consiglio e il Parlamento europeo hanno adottato la direttiva 2008/06/CE che modifica ulteriormente la direttiva postale (in appresso: "la terza direttiva postale")⁶. Tale direttiva fissa il termine ultimo per la piena apertura del mercato al 31 dicembre 2010 per la maggioranza degli Stati membri (che rappresentano in termini di volume il 95% dei mercati postali dell'UE) e al 31 dicembre 2012 per gli altri Stati membri. La terza direttiva postale costituisce così la base giuridica per la realizzazione del mercato interno dei servizi postali. Questa importante decisione adottata con ampio consenso dal Parlamento europeo e dal Consiglio non solo conclude il periodo di riferimento della presente relazione ma vi conferisce una prospettiva fondamentale. Più modestamente, la presente relazione non si propone come finalità ed oggetto di presentare una panoramica dell'applicazione della terza direttiva postale – la cui piena attuazione richiederà un impegno considerevole da parte di tutti gli interessati – bensì di riferire sull'applicazione della direttiva postale vigente nel periodo di riferimento. Ove opportuno, verranno comunque illustrate prospettive e tendenze.

2. L'importanza e l'evoluzione dei servizi postali

I servizi postali rappresentano un settore importante dell'economia dell'UE. Nel 2004 essi hanno generato guadagni per circa 90 miliardi di EUR, pari grosso modo all'1% del PIL dell'UE⁷. Inoltre, il settore dei servizi postali è importante dal punto di vista occupazionale; nel 2006 erano infatti impiegate direttamente presso gli operatori circa 1,6 milioni di persone⁸.

I servizi postali, che si collocano al crocevia tra i settori delle comunicazioni, pubblicitario e dei trasporti, sono, insieme ad altri servizi di trasporto, logistica e comunicazione, un settore chiave dell'economia dell'UE. Inoltre, essi portano con sé benefici sociali impossibili da quantificare in termini economici. Sono infatti mezzi importanti che consentono ai singoli di

⁵ Lo studio sarà disponibile sul web al seguente indirizzo:
http://ec.europa.eu/internal_market/post/studies_en.htm

⁶ Direttiva 2008/6/CE del Parlamento europeo e del Consiglio, del 20 febbraio 2008, che modifica la direttiva 97/67/CE per quanto riguarda il pieno completamento del mercato interno dei servizi postali comunitari, GU L 52 del 27.2.2008, pag. 3.

⁷ "Main developments in the European postal sector (2004-2006)" [Principali sviluppi nel settore postale europeo (2004-2006)], WIK-Consult, maggio 2006.

⁸ "Main developments in the European postal sector (2006-2008)" [Principali sviluppi nel settore postale europeo (2006-2008)], ECORYS 2008.

comunicare con gli altri e di ricevere informazioni. I servizi postali sono considerati servizio di interesse economico generale.

Il settore postale sta vivendo un'evoluzione sostanziale. Alla fine del primo decennio del nuovo millennio, gli operatori postali si trovano a dover affrontare la concorrenza agguerrita dei mezzi di comunicazione elettronica, che li costringe ad adeguare l'attività per rispondere meglio alle esigenze della clientela e migliorare l'efficienza. Inoltre, con la progressiva apertura dei mercati dei servizi postali, gli operatori postali storici si trovano a dover affrontare anche la crescente concorrenza dei nuovi. In risposta a tali sviluppi, gli operatori postali hanno considerevolmente migliorato la loro efficienza mediante riorganizzazione delle proprie attività, che ha consentito di contenere i costi e di migliorare la qualità dei servizi. La riorganizzazione dei processi di movimentazione della posta, a sua volta, ha spesso determinato lo sviluppo di nuovi prodotti e concetti, ovvero è stata da questi determinata.

Alla posta fisica si affiancano in misura crescente la consegna differenziata e le soluzioni su misura per la clientela. Un esempio è costituito dallo sviluppo di servizi postali ibridi, attualmente offerti dalla maggior parte degli operatori. Alcuni di essi, addirittura, si stanno affacciando sui mercati contigui tramite lo sviluppo di servizi IT per la loro clientela. La messa a punto di nuovi servizi a valore aggiunto è la risposta alla minaccia di sostituzione elettronica e alle opportunità offerte dallo sviluppo tecnologico.

I servizi postali sono un elemento determinante della strategia dell'UE per il mercato unico e figuravano anche nella strategia di Lisbona per la crescita e l'occupazione riavviata con grande slancio nel 2005⁹. La comunicazione della Commissione sul mercato unico per l'Europa del XXI secolo¹⁰ sottolinea che le iniziative avviate sulle industrie di rete, quali i servizi postali, danno risultati sul terreno una volta pienamente attuate. Ma si può fare di più. Esiste un ampio consenso sul fatto che il modo migliore per garantire la fornitura sostenibile di servizi di interesse economico generale, in particolare in relazione al settore postale e ad altre industrie di rete liberalizzate, consiste nella realizzazione di un mercato concorrenziale e del mercato unico europeo.

3. L'applicazione della direttiva postale e gli sviluppi normativi

Tutti gli Stati membri hanno recepito la direttiva 97/67/CE modificata dalla direttiva 2002/39/CE mediante una serie di atti legislativi primari e secondari in materia postale. Quale novità rispetto alla situazione descritta nella relazione 2006 sull'applicazione, si segnala che l'Estonia ha portato a termine il recepimento di entrambe le direttive.

Il recepimento formale, tuttavia, rappresenta solo il primo passo verso la piena attuazione del quadro comunitario. L'applicazione pratica delle disposizioni della direttiva postale e il suo impatto sugli operatori di servizi postali e sul settore sono ugualmente importanti.

Nel corso del periodo di riferimento si possono rilevare i seguenti sviluppi normativi.

⁹ Conclusioni della presidenza, Consiglio europeo di Bruxelles, 22/23 marzo 2005.

¹⁰ Comunicazione della Commissione al Parlamento europeo, al Consiglio, al Comitato economico e sociale europeo e al Comitato delle regioni - Un mercato unico per l'Europa del XXI secolo, COM(2007) 724 definitivo:
http://eur-lex.europa.eu/LexUriServ/site/it/com/2007/com2007_0724it01.pdf

- La Germania ha completamente aperto il suo mercato postale a decorrere dal 1° gennaio 2008. A tutt'oggi, quindi, quattro Stati membri (Germania, Finlandia, Svezia, Regno Unito) hanno abolito il settore riservato prima del termine stabilito dalla direttiva postale. La liberalizzazione del mercato postale tedesco ha coinciso con l'introduzione in Germania della retribuzione minima obbligatoria nel settore postale. Secondo ECORYS la retribuzione minima è considerevolmente più alta dei salari pagati attualmente dall'operatore o dagli operatori postali alternativi e la sua introduzione potrebbe effettivamente avere un effetto negativo sullo sviluppo della concorrenza.
- Tuttavia, sembra verificarsi un certo rallentamento per quanto riguarda ulteriori aperture del mercato. I Paesi Bassi, che prevedevano la piena apertura del mercato, hanno ora posticipato la liberalizzazione senza stabilire date precise a tal fine. Il governo olandese ha addotto una serie di argomenti a giustificazione di questo rinvio *sine die*, tra cui le condizioni occupazionali dei principali concorrenti dell'operatore postale storico dei Paesi Bassi, l'assenza di condizioni paritarie per gli operatori postali a causa delle esenzioni IVA¹¹ a favore degli operatori postali storici in Germania e nel Regno Unito e l'introduzione della retribuzione minima nel settore postale in Germania che fa salire i costi per i nuovi operatori che si affacciano sul mercato. Mentre tali argomenti possono essere convincenti da un punto di vista politico, l'eventuale valutazione giuridica deve considerarne la compatibilità rispetto all'*acquis* e in particolare all'articolo 7 della direttiva postale. Detto articolo stabilisce che gli Stati membri hanno facoltà di continuare a riservare servizi al fornitore o ai fornitori del servizio universale solo nella misura necessaria al mantenimento del servizio universale. Tale disposizione, quindi, non fa riferimento a condizioni di reciprocità o altri elementi della legislazione nazionale ovvero situazioni di fatto.
- Per quanto riguarda lo sviluppo della concorrenza nel settore postale, si registra attualmente una tendenza all'accesso (obbligatorio o negoziato) alla rete di recapito da parte dei concorrenti. Nella maggioranza degli Stati membri l'operatore postale storico ha l'obbligo di fornire l'accesso secondo condizioni e modalità congrue, stabilite innanzitutto mediante negoziazione oppure, se questa fallisce, dall'autorità nazionale di regolamentazione.
- I progressi verso la riduzione degli ostacoli giuridici all'ingresso e la parificazione delle condizioni sono disomogenei. L'effetto distorsivo delle esenzioni IVA nel settore postale sulla concorrenza persiste in larga misura, benché la Commissione abbia proposto un'apposita modifica della sesta direttiva IVA¹² nel 2003¹³. La mancanza di accesso alle cassette postali da parte di operatori concorrenti rimane una questione decisiva in alcuni Stati membri. Anche la definizione dell'obbligo del servizio universale e il suo finanziamento futuro potrebbero determinare incertezze per gli operatori postali,

¹¹ Per maggiori informazioni sulla questione dell'esenzione IVA, v. infra e punto 3.5.3. del documento di lavoro dei servizi della Commissione.

¹² Sesta direttiva 77/388/CEE del Consiglio, del 17 maggio 1977, in materia di armonizzazione delle legislazioni degli Stati membri relative alle imposte sulla cifra di affari - Sistema comune di imposta sul valore aggiunto: base imponibile uniforme, GU L 145 del 13.6.1977, pag. 1, sostituita a decorrere dal 1° gennaio 2007 dalla direttiva 2006/112/CE del Consiglio del 28 novembre 2006 relativa al sistema comune d'imposta sul valore aggiunto, GU L 347 dell'11.12.2006, pag. 1. Quest'ultima direttiva è in realtà una rifusione della sesta direttiva del Consiglio del 1977 modificata nel corso degli anni.

¹³ Proposta di direttiva del Consiglio che modifica la direttiva 77/388/CEE relativamente all'imposta sul valore aggiunto nel settore postale, COM(2003) 234 definitivo, modificata dal COM (2004) 468 definitivo.

soprattutto se le norme nazionali di attuazione non forniscono una chiara base giuridica (ad esempio in relazione alla portata dell'obbligo del servizio universale). Le procedure di autorizzazione e di licenza e le condizioni ivi connesse non sempre contribuiscono allo sviluppo della concorrenza. In alcuni casi le condizioni che accompagnano un'autorizzazione o una licenza possono persino essere considerate proibitive, come ad esempio in Finlandia dove un operatore postale che desidera ottenere una licenza è obbligato a fornire un servizio universale completo o a pagare una speciale "tassa", compresa tra il 5 e il 20% del fatturato annuo. Di fatto, il regime di licenza ha bloccato la concorrenza nel recapito della corrispondenza in Finlandia.

Le altre osservazioni e conclusioni della relazione 2006 sull'applicazione rimangono valide.

Il livello di trasparenza della contabilità e dei dati sui costi dei fornitori del servizio universale rimane estremamente variabile e quindi disomogeneo nei vari Stati membri. Sembrano soddisfatte le esigenze principali dell'articolo 14 della direttiva postale (conti separati per ciascun servizio compreso nel settore riservato, da un lato, e per i servizi non riservati, dall'altro). Tuttavia, è meno certo che siano soddisfatte le esigenze dell'articolo 12, in particolare per quanto riguarda la garanzia che le tariffe applicate per ciascun servizio nell'ambito dell'obbligo del servizio universale siano correlate ai costi.

Il legislatore comunitario ha confermato che il corretto funzionamento delle autorità nazionali di regolamentazione (ANR) è decisivo per la realizzazione del mercato interno dei servizi postali. Tutti gli Stati membri hanno istituito ANR ufficialmente indipendenti, ma si può osservare che il mandato, le risorse e i poteri di tali autorità variano considerevolmente nei diversi Stati membri e che esistono dubbi fondati riguardo al fatto che tutte le ANR siano adeguatamente attrezzate per assolvere (in modo efficiente) i propri compiti.

4. Tendenze di mercato

Nel mercato postale i volumi di corrispondenza hanno continuato ad aumentare nel periodo 2004-2006¹⁴. Negli Stati membri che hanno aderito all'UE nel 2004 e 2007 l'incremento è stato maggiore che nei vecchi Stati membri. Nel periodo 2004-2006 il volume di corrispondenza è aumentato mediamente del 6,5% nei nuovi Stati membri, a fronte di un incremento medio dell'1,5% negli altri quindici Stati membri. Il mercato postale sta continuando ad evolversi verso un sistema di distribuzione unidirezionale, in cui la corrispondenza proveniente dalle imprese rappresenta mediamente l'85% del volume complessivo.

Si prevede che gli Stati membri in cui il mercato della corrispondenza è meno sviluppato continueranno a registrare una crescita notevole; esiste in particolare uno spiccato potenziale di crescita per quanto riguarda la pubblicità diretta per corrispondenza, di pari passo col miglioramento dei livelli di servizio. La situazione è diversa negli Stati membri con mercati postali maturi. Alcuni di questi possono ancora realizzare moderati tassi di crescita mentre altri, quali il Regno Unito e i Paesi Bassi, hanno già conosciuto negli ultimi anni un calo dei volumi di corrispondenza indirizzata.

Nel mercato postale della corrispondenza si sta delineando una situazione di concorrenza, ma il processo è ancora lento e non si può affermare che si tratti di concorrenza reale. Le quote di

¹⁴ Ultimi dati disponibili; ECORYS, 2008.

mercato dei concorrenti, pur in crescita, rimangono modeste persino negli Stati membri che hanno completamente liberalizzato i propri mercati postali. La concorrenza nel segmento "porta a porta" è più sviluppata della media in Spagna, Svezia, Germania e nei Paesi Bassi. Secondo le stime, in questi Stati membri le quote di mercato dei concorrenti erano pari nel 2007 a circa l'8% in Spagna, il 9% in Svezia, 10% in Germania e 14% nei Paesi Bassi. Per quanto riguarda i nuovi Stati membri, si può osservare uno sviluppo della concorrenza nel segmento "porta a porta" in Bulgaria, nella Repubblica ceca, in Estonia e in Romania. Nella maggioranza degli altri Stati membri le quote di mercato dei concorrenti rimangono, tranne alcune eccezioni, al di sotto del 2%.

Nel Regno Unito, che ha completamente liberalizzato il suo mercato postale nel 2006, la concorrenza nel segmento "porta a porta" rimane trascurabile; si sviluppa invece nella parte a monte del mercato ove i concorrenti detengono circa il 20% del mercato complessivo della corrispondenza indirizzata. L'ANR britannica Postcomm si è dimostrata particolarmente attiva per quanto riguarda la disciplina dell'accesso e la definizione di un regime di licenza per i nuovi operatori. Una serie di elementi del regime di accesso e della pertinente regolamentazione ha favorito lo sviluppo nel Regno Unito di un accesso in regime di concorrenza piuttosto che nel segmento "porta a porta".

La riduzione del settore riservato da 100 g a 50 g a decorrere dal 1° gennaio 2006, cui è riconducibile l'apertura di un ulteriore 7% del mercato della corrispondenza indirizzata, sembra aver inciso poco sullo sviluppo della concorrenza poiché in termini di volume ha liberalizzato solo una quota modesta del mercato postale. L'apertura di segmenti distinti del mercato della corrispondenza indirizzata in alcuni Stati membri sembra aver avuto maggiore importanza per lo sviluppo della concorrenza poiché ha aperto ai concorrenti quote maggiori del mercato postale; si citano ad esempio la liberalizzazione della pubblicità diretta per corrispondenza nei Paesi Bassi, la "D-Lizenz" in Germania (che consente ai concorrenti di offrire *servizi a valore aggiunto di consegna entro 24 ore* fino alla piena apertura del mercato) e la liberalizzazione della posta ibrida in Bulgaria.

La generale lentezza nello sviluppo della concorrenza può essere imputata agli ostacoli giuridici, ossia al fatto che nella maggior parte degli Stati membri il settore riservato rappresenta tuttora la quota maggioritaria dei volumi di traffico postale. Poiché le economie di scala hanno un ruolo importante nelle attività postali, il fatto di riservare determinati servizi agli operatori postali storici ostacola il raggiungimento da parte dei nuovi operatori di volumi tali da consentire anche a loro di beneficiare di economie di scala e di competere in modo efficiente sul mercato postale.

Oltre che dal settore riservato e dagli altri ostacoli giuridici sopracitati, quali l'esenzione IVA nel settore postale, l'accesso alle cassette postali ovvero altri elementi dell'infrastruttura postale in alcuni Stati membri nonché le procedure di autorizzazione e licenza, lo sviluppo della concorrenza può essere impedito anche da ostacoli strategici. Questi possono essere determinati in particolare dal (presunto) sfruttamento abusivo del mercato dei servizi postali da parte del fornitore dominante, tramite ad esempio contratti di esclusiva, discriminazione in materia di prezzi, premi fedeltà, offerte aggregate e vincolanti ("bundling and tying").

5. L'impatto della direttiva postale sul mercato

La riforma postale dell'UE, avviata nel 1992 con la pubblicazione del Libro verde sullo sviluppo del mercato unico dei servizi postali, ha avuto un'incidenza molto significativa sulla

fornitura di servizi postali e sull'intero settore. La direttiva postale e la sua applicazione da parte degli Stati membri hanno determinato il miglioramento della qualità del servizio e assicurato la prestazione di un servizio universale accessibile per tutti i consumatori. La prestazione di un servizio postale universale di alta qualità a prezzi contenuti è garantita su tutto il territorio dell'Unione europea almeno cinque volte la settimana, tranne rare eccezioni dovute alla situazione geografica.

L'incidenza a livello normativo e di mercato delle disposizioni della direttiva postale e la graduale apertura del mercato hanno determinato lo sviluppo della concorrenza nel mercato postale della corrispondenza. Dal 2004 al 2007 sono considerevolmente aumentate in diversi Stati membri le quote di mercato detenute dai concorrenti nel segmento della corrispondenza indirizzata. L'apertura del mercato e l'introduzione della concorrenza sono fattori chiave per creare occupazione e migliorare i servizi ai consumatori. Tuttavia, deve ancora delinearsi una situazione di reale concorrenza e vanno affrontati in modo efficiente gli ostacoli all'ingresso individuati (o emergenti).

Nel periodo di riferimento gli operatori postali storici, stimolati dalla graduale apertura del mercato prevista dalla direttiva postale e dalla sfida della concorrenza, hanno continuato a modernizzare le proprie attività e ad effettuare riorganizzazioni importanti al fine di aumentare l'efficienza. Gli operatori postali stanno passando progressivamente all'offerta di servizi postali rispondenti ai bisogni del mercato e del consumatore.

In media, nel periodo di riferimento la qualità del servizio – espressa in tempo di consegna – è rimasta elevata e supera di gran lunga gli obiettivi di risultato fissati dalla direttiva postale, che stabiliva la consegna dell'85% della posta transfrontaliera intracomunitaria entro tre giorni e del 97% entro cinque giorni. Nel 2007 è stato consegnato entro tre giorni il 94% della posta transfrontaliera intracomunitaria, in pratica senza variazioni rispetto al 2006.

6. Conclusioni

Durante il periodo di riferimento è proseguita la graduale apertura del mercato del settore postale e la Germania ha completamente liberalizzato il suo mercato postale. La concorrenza ha continuato a progredire. Tuttavia, tale sviluppo vantaggioso per imprese e consumatori – pur delineato – risulta tuttora più lento del previsto. Ciò è dovuto, da un lato, al fatto che un'ampia fetta del mercato postale continua ad essere riservata agli operatori postali storici. L'adozione della terza direttiva postale dev'essere vista come la tappa decisiva al riguardo poiché stabilisce l'abolizione degli ultimi monopoli legali e rappresenta un'opportunità unica per il settore postale e per l'intera economia. Il delinearsi della concorrenza, come già accertato negli Stati membri che hanno completamente liberalizzato il proprio mercato, determina servizi postali migliori e più centrati sulla clientela.

A parte il settore riservato, persistono tuttavia altri ostacoli (giuridici e strategici) all'ingresso sul mercato. Affinché l'aspirazione a un mercato interno dotato di servizi postali efficienti e sostenibili si realizzi, tali ostacoli devono essere affrontati con efficienza e rimossi. Questa responsabilità spetta congiuntamente alla Commissione e agli Stati membri nonché alle parti interessate. È fondamentale predisporre in tutti gli Stati membri un sistema di regolazione efficiente ed evitare che la legislazione nazionale in materia postale costituisca un freno allo sviluppo della concorrenza e comprometta gli effetti positivi per i consumatori.

In proposito si rammenta che nel 2003 la Commissione ha presentato al Consiglio una proposta che stabiliva l'abolizione dell'esenzione IVA nel settore postale e la tassazione di tutti i fornitori di servizi postali. Il Consiglio, tuttavia, non è ancora stato in grado di esprimere il consenso su tale proposta, che dal 2004 non è più stata discussa. La sua adozione diventa ancora più urgente ora che la terza direttiva postale fissa una data definitiva per la piena liberalizzazione dei mercati postali nazionali. Si precisa che una domanda di pronuncia pregiudiziale sulla portata dell'esenzione IVA relativa ai servizi postali è attualmente pendente dinanzi alla Corte di giustizia (Causa C-357/07).

È accertato che le ANR svolgono un ruolo fondamentale nella realizzazione del mercato interno e in un ambiente con più operatori. Come sfide principali, le ANR dovranno affrontare tra l'altro le questioni della disciplina dell'interoperabilità in un mercato con più operatori, dei provvedimenti contro gli ostacoli strategici all'ingresso e della garanzia di tariffe maggiormente correlate ai costi. Per consentire loro di assolvere con successo i rispettivi compiti occorre potenziare la dotazione di personale e di competenze delle ANR della maggior parte degli Stati membri. Tale aspetto è stato evidenziato anche nella direttiva 2008/6/CE.

Il fulcro del settore postale nei prossimi anni è evidente. Non può trattarsi esclusivamente del processo di recepimento della terza direttiva postale. Rivestono fondamentale importanza il monitoraggio del mercato e la valutazione critica della vigente direttiva postale. Gli Stati membri, specificamente le rispettive ANR, devono dedicare tutta la loro attenzione al recepimento efficiente della terza direttiva postale, provvedendo allo stesso tempo alla regolazione efficiente a norma della direttiva postale vigente. Questa prossima fase – in cui si attua il passaggio da una molteplicità di regimi giuridici ad uno solo - è fondamentale.

Sulla base degli impegni assunti dal legislatore comunitario e dei suoi obblighi, la Commissione parteciperà attivamente a questi processi dando agli Stati membri l'opportunità di stabilire buone pratiche di regolazione e proseguirà allo stesso tempo il monitoraggio attivo e trasparente del mercato al fine di salvaguardare le finalità della riforma postale dell'UE.