



Giunte e Commissioni

**RESOCONTO STENOGRAFICO**

n. 5

*N.B. I resoconti stenografici delle sedute di ciascuna indagine conoscitiva seguono una numerazione indipendente.*

**8<sup>a</sup> COMMISSIONE PERMANENTE** (Lavori pubblici, comunicazioni)

INDAGINE CONOSCITIVA SULLE PROBLEMATICHE  
RELATIVE ALLE AUTORIZZAZIONI, AI CONTRATTI DI  
SERVIZIO ED AI CONTRATTI DI PROGRAMMA NEI SETTORI  
DEI TRASPORTI, POSTALE, DELLE TELECOMUNICAZIONI,  
DEI LAVORI PUBBLICI E DELLE INFRASTRUTTURE

90<sup>a</sup> seduta: giovedì 2 aprile 2009

Presidenza del presidente GRILLO

**I N D I C E****Audizione delle Agenzie di recapito**

|  |                       |                        |         |
|--|-----------------------|------------------------|---------|
| * PRESIDENTE . . . . .                   | Pag. 3, 8, 9 e passim | * DEFENDINI . . . . .  | Pag. 16 |
| FILIPPI Marco ( <i>Ulivo</i> ) . . . . . | 14                    | FLORIO . . . . .       | 8, 9    |
|  |                       | * GIANNONE . . . . .   | 4       |
|  |                       | QUAGLIARELLA . . . . . | 10      |
|  |                       | RECCHIA . . . . .      | 12      |

---

**N.B.** L'asterisco accanto al nome riportato nell'indice della seduta indica che gli interventi sono stati rivisti dagli oratori.

Sigle dei Gruppi parlamentari: Italia dei Valori: IdV; Il Popolo della Libertà: PdL; Lega Nord Padania: LNP; Partito Democratico: PD; UDC, SVP e Autonomie: UDC-SVP-Aut; Misto: Misto; Misto-MPA-Movimento per l'Autonomia: Misto-MPA.

*Intervengono Giovanni Giannone e Franco Defendini, presidente e consigliere del Consorzio Pro-Poste 2000, l'ingegnere Michele Florio e il dottor Ercole Calogero, presidente e vice presidente della Fise-ARE, Andrea Quagliarella, presidente dell'AISP, e il dottor Valter Recchia, responsabile delle Agenzie di recapito CNA-PMI.*

*I lavori hanno inizio alle ore 9,15.*

#### PROCEDURE INFORMATIVE

##### **Audizione delle Agenzie di recapito**

PRESIDENTE. L'ordine del giorno reca il seguito dell'indagine conoscitiva sulle problematiche relative alle autorizzazioni, ai contratti di servizio ed ai contratti di programma nei settori dei trasporti, postale, delle telecomunicazioni, dei lavori pubblici e delle infrastrutture, sospesa nella seduta del giorno precedente.

Comunico che, ai sensi dell'articolo 33, comma 4, del Regolamento, è stata chiesta l'attivazione dell'impianto audiovisivo e del segnale audio e che la Presidenza del Senato ha già preventivamente fatto conoscere il proprio assenso. Se non vi sono osservazioni, tale forma di pubblicità è dunque adottata per il prosieguo dei lavori.

Dopo aver sentito l'amministratore delegato di Poste italiane, oggi è prevista l'audizione dei rappresentanti delle agenzie di recapito; in seguito, saranno audite le organizzazioni sindacali di settore. Do quindi il benvenuto a Giovanni Giannone e Franco Defendini, presidente e consigliere del Consorzio Pro-Poste 2000, all'ingegnere Michele Florio e al dottor Ercole Calogero, presidente e vice presidente della Fise-ARE, ad Andrea Quagliarella, presidente dell'AISP, e al dottor Valter Recchia, responsabile delle agenzie di recapito CNA-PMI.

Conoscete bene il nostro campo d'indagine: noi siamo interessati, in modo particolare, ad approfondire lo stato dell'arte del rapporto tra le agenzie di recapito e Poste italiane per capire se esso sia migliorato o peggiorato, soprattutto in attesa dell'avvio del processo di liberalizzazione. Senza voler porre dei limiti alle vostre capacità espositive, ci preme sapere come le agenzie di recapito stiano vivendo questo momento di oggettiva difficoltà e di crisi e come ciò si rifletta – ad esempio – sulla consegna di missive, raccomandate e pacchi.

GIANNONE. Signor Presidente, illustri senatori, in qualità di presidente del Consorzio di agenzie di recapito Pro-poste 2000, prima di tutto debbo ringraziarvi per la presente audizione, per noi molto gradita e significativa anche perché ci auguriamo – se possibile – che sia la prima di una lunga serie, in quanto i temi da trattare sono molti e complessi ed oggi potranno solo essere accennati.

Il nostro Consorzio, che raggruppa tutte le principali agenzie di recapito, *ex* concessionarie, è nato nel luglio 2000, come sintesi delle varie associazioni che si sono succedute nel settore ed è giunto a rappresentare oltre 70 concessionarie presenti sul territorio nazionale.

Ritengo opportuno partire da una esposizione dei fatti normativi che, dal 1999, hanno portato ad una serie di stravolgimenti del settore. Le agenzie erano concessionarie del servizio postale con autorizzazione rilasciata localmente dal direttore provinciale delle Poste, a norma del decreto del Presidente della Repubblica 29 marzo 1973, n. 156: eravamo coloro i quali gestivano la posta delle grandi aziende municipalizzate, dei vari istituti bancari e della moltitudine di enti e privati. Il nostro servizio era autonomo, con rapporti diretti con la clientela. Avevamo solo l'obbligo di pagare un diritto alle Poste (la cosiddetta «marca di recapito»), il cui costo negli ultimi anni, quando spedire una busta costava 800 lire, si aggirava intorno alle 300 lire. Erano escluse le cosiddette «stampe», che godevano di una tariffa oggi scomparsa.

Si trattava, quindi, di un notevole contributo, in termini economici che offrivamo a Poste italiane quale corrispettivo della concessione; altresì operavamo anche su un mercato abbastanza libero, dominato da un grande ente come Poste italiane, con la contemporanea presenza di veri imprenditori del settore: si tratta di un altro tema che approfondirò più tardi.

A seguito della direttiva europea n. 67 del 1997, il Governo italiano adottò il decreto legislativo 22 luglio 1999, n. 261, che affidava a Poste italiane il servizio universale, ovvero sia tutta la corrispondenza, e decretava la fine delle concessioni alle agenzie di recapito a decorrere dal 31 dicembre 2000. Contemporaneamente, però, imponeva l'obbligo a Poste italiane «al fine di ottimizzare i servizi, favorendo il miglioramento della qualità dei servizi stessi, anche attraverso l'utilizzazione delle professionalità già esistenti» di stipulare accordi con le nostre aziende, fino alla liberalizzazione dei mercati prevista prima per il 2005, poi per il 2006, successivamente per il 2008 ed oggi per il 1° gennaio del 2011, data assai ben più vicina di quanto si possa pensare.

Fu così che da un mercato fino ad allora libero (dove, oltre alle Poste italiane e alle Agenzie di recapito, *ex* concessionarie, potevano operare nel settore delle stampe – oggi più comunemente detto *direct mailing* – altri e molteplici operatori senza alcun vincolo), siamo oggi passati, di fatto, ad un monopolio riservato a Poste italiane, oltretutto in contrasto con la fine del monopolio prevista dalle direttive europee. L'allora amministratore delegato delle Poste italiane, dottor Passera, colse molto bene l'opportunità offerta dal decreto legislativo n. 261 del 1999, affidando alle agenzie di recapito l'incombenza di recapitare, per conto di Poste italiane, una parte

importante della corrispondenza ossia la cosiddetta corrispondenza pregiata (le raccomandate). I risultati sono stati eccezionali in termini di qualità e tali da non destare alcuna seria problematica nel settore, e – mi sia consentito – così elevati da contribuire a portare al relativo incremento di utilizzazione di questo strumento di invio da parte di molte aziende.

Nel 2006, forte di un parere del Consiglio di Stato, Poste italiane decise di indire gare di evidenza pubblica, al fine di assegnare alcune attività postali per la salvaguardia dei livelli occupazionali, ma – oserei dire – anche per salvaguardare quelle aziende che, a seguito del succitato decreto legislativo, si erano trovate ad essere non più imprenditrici, ma mere appaltatrici di Poste italiane in un preciso segmento di mercato ed impossibilitate ad operare in altri settori. Infatti, quando ci venne accordato di recapitare le raccomandate per conto di Poste italiane, dovemmo di fatto abbandonare la nostra presenza diretta sul mercato, perdendo il nostro avviamento commerciale frutto di decenni di attività a favore di Poste italiane.

Gli anni successivi sono stati contrassegnati da aspri confronti con le nostre organizzazioni sindacali e con Poste italiane, culminati con l'intervento deciso ed autorevole del Governo, grazie anche alla risoluzione n. 22 del 2006 della Commissione trasporti della Camera dei deputati (presentata dall'onorevole Lovelli ed altri), che impegnava il Governo ad intervenire urgentemente nei confronti di Poste italiane, affinché prorogasse i contratti in essere almeno fino al 30 giugno 2007 e promuovesse un tavolo di concertazione fra le parti interessate, per definire le modalità di attuazione della disciplina europea, nonché per fare inserire nei contratti di Poste italiane il rispetto della circolare del Ministero del lavoro del luglio 2006 relativa al lavoro precario e a tempo indeterminato, attestazione, quest'ultima, di una sensibile attenzione alle problematiche del lavoro che purtroppo, in questi ultimi mesi, sono esplose in maniera così dirompente.

Per le nostre aziende, il 2007 e 2008 sono stati anni di grandi difficoltà economiche. Noi imprenditori italiani abbiamo dovuto fare fronte a riduzioni del traffico, e quindi del fatturato, anche dell'80 per cento, senza che potessimo operare nel settore con nuove acquisizioni, ma dovendo mantenere i livelli occupazionali, come da preciso impegno sottoscritto con le organizzazioni sindacali, con le quali abbiamo condiviso un percorso serio e franco, pure nel rispetto delle diverse posizioni istituzionali.

Nel 2007, Poste italiane ha indetto una procedura con chiamata da albo per l'aggiudicazione di accordi quadro. Purtroppo, una significativa percentuale di agenzie di recapito, tra cui quelle che rappresento, non hanno partecipato, in quanto era stata ravvisata tutta una serie di gravi incongruenze che è stata oggetto di segnalazione all'Autorità garante della concorrenza e del mercato. Quest'ultima, in data 3 agosto 2007, ha ritenuto di dovere avviare un'istruttoria per verificare il possibile abuso di posizione dominante da parte di Poste italiane. Tale istruttoria ha portato l'Autorità a richiedere una serie di specifici impegni a Poste italiane.

È bene qui ricordare anche l'emendamento all'articolo 40 (attuale articolo 2, comma 303) della legge finanziaria per il 2008, approvato dalla 5<sup>a</sup> Commissione del Senato della Repubblica e successivamente anche

dalla Commissione bilancio della Camera, che recita: «Nell'ottica di favorire un ulteriore sviluppo del mercato postale, migliorando la qualità dei servizi offerti e preservando il livello occupazionale delle imprese del settore, il fornitore del servizio universale può prorogare gli accordi in essere con gli operatori privati», fatto che non ha avuto seguito.

Mi piace ricordare anche il parere della IX Commissione della Camera dei deputati in occasione dell'approvazione del Contratto di programma 2006-2008 tra il Ministero delle comunicazioni e Poste italiane che recita: «sia inoltre valutata l'opportunità di prevedere che per lo svolgimento di attività strumentali rispetto ai servizi oggetto di concessione, Poste italiane possa avvalersi anche delle agenzie di recapito».

Nel dicembre 2007, è stato sottoscritto fra il Ministero delle comunicazioni, Poste italiane e le agenzie di recapito un *memorandum* che avrebbe dovuto superare tutte le problematiche paventate attraverso l'indizione di una nuova gara, avvenuta nel marzo 2008, che prevedeva alcune condizioni, tra cui il mantenimento dei livelli occupazionali.

Le gare sono state aperte, ed in qualche caso assegnate, con l'unica fallace visuale dell'asserita economicità, ad aziende che poco avevano ed hanno a che vedere con il mondo del recapito postale «vero» e che, negli ultimi mesi, hanno creato non pochi problemi, che sono stati oggetto di numerose interrogazioni parlamentari e testimoniati anche da numerosissimi e coloriti articoli di giornali sull'intero territorio nazionale, che non hanno certo contribuito a gettare una luce positiva sull'immagine del servizio postale oggi reso in Italia, a discapito di aziende serie con esperienze pluridecennali. Su quest'ultima gara, sono ancora pendenti ricorsi al Tar del Lazio ed una nuova segnalazione all'Autorità garante della concorrenza e del mercato, a dimostrazione che quanto avevamo denunciato e segnalato a suo tempo era, purtroppo, prevedibile.

Ho dovuto effettuare questa breve, ma per voi lunga, esposizione dei fatti, solo per farvi partecipi di una storia che ha modificato in maniera concreta e reale il mondo del recapito postale, un mondo che si avvia ad una liberalizzazione che ci coglierà molto impreparati.

Il nostro Consorzio, da sempre, ha voluto farsi portavoce della necessità di aprire seri confronti sul settore, perché solo con l'integrazione delle esperienze pubbliche e private si può arrivare ad un risultato volto ad offrire un servizio postale adeguato alle necessità della Nazione degli utilizzatori.

Anche oggi, ed ancora per molto tempo, il mezzo postale rimane e rimarrà un mezzo insostituibile, ma richiederà contemporaneamente di essere aggiornato e modernizzato.

Desidero ricordare che nel *memorandum* del dicembre 2007 il Ministero delle comunicazioni si impegnava a valorizzare il tavolo di concertazione sia per definire puntualmente i contenuti del servizio universale sia per individuare ogni iniziativa utile a realizzare lo sviluppo del settore, cercando di incrementare i livelli di efficienza del mercato, favorire la concorrenza e migliorare la qualità dei servizi per i consumatori finali, anche attraverso la rivisitazione della normativa che impedisce lo sviluppo

dei mercati già liberalizzati, la ridefinizione, in accordo con la normativa europea e coerentemente con le dinamiche evolutive del settore, dell'ambito del servizio universale, la ridefinizione dell'area di riserva, anche a fronte della riduzione dei costi del servizio universale derivanti dalla maggiore efficienza conseguita da Poste italiane nel corso di questi anni.

Debbo purtroppo evidenziare, con sofferto rammarico, che questi impegni assunti con il tavolo di concertazione non sono stati sinora mantenuti. Sono questi, infatti, i temi sui quali bisogna che il Governo si impegni per far sì che l'imminente 1° gennaio 2011 non sia una data che possa causare perdita di posti di lavoro e crisi nel settore, ma sia un appuntamento che ci veda preparati con la definizione dei ruoli ed una normativa adeguata.

Oggi Poste italiane sta definendo nuove progettualità, nuovi prodotti, forse nuove scelte e la realizzazione di un nuovo modello di recapito adatto alle caratteristiche del territorio. Oggi noi rappresentiamo ancora una volta, per Poste italiane, i *partners*: siamo disponibili a collaborare, sulla base però di certezze, assicurando impegno e mantenendo il nostro ruolo, nell'ambito di un percorso che – a dire il vero – si sta studiando in queste ultime settimane.

L'efficienza e la qualità dei servizi resi sono strumento di integrazione dei tessuti economici e sociali. Ci auguriamo che nel contratto di programma 2009-2011 vi sia la possibilità di risolvere parte delle difficoltà prima evidenziate, con la definizione delle tariffe dei servizi rientranti nell'ambito dell'area di monopolio, le prestazioni del servizio postale universale (forse critico in alcune regioni) ed una maggiore attenzione nei confronti dell'utenza.

Particolare importanza dovrà avere l'Autorità nazionale di regolamentazione del settore postale, con una pianificazione sistematica delle attività di vigilanza a livello periferico, al fine di garantire una equità di concorrenza perché solo con norme efficaci potremo giungere ad un miglioramento della qualità dei servizi postali per quei 1.500 operatori già oggi iscritti nel registro dei licenziatari postali.

Si potrà individuare una o più imprese che coprano il territorio regionale o nazionale, scegliere imprese che possano fornire diversi servizi, garantendo comunque principi di trasparenza e non discriminatori, tempi certi di consegna, regolarità e affidabilità, una gestione dei reclami e regole precise nelle informazioni ai clienti. La nuova direttiva europea del 2008 include la possibilità di appaltare i servizi in conformità alle norme applicabili in materia di appalti pubblici; si potranno introdurre autorizzazioni generali, al fine di garantire le «esigenze essenziali», quali il rispetto delle condizioni di lavoro e delle disposizioni relative alla sicurezza sociale. Bisogna pensare anche a nuovi modelli organizzativi con uffici di proprietà e gestiti da terzi come in Olanda, Francia e Regno Unito, dove gli uffici vengono localizzati anche in cartolerie, supermercati, distributori di carburante, perché non è possibile continuare a pensare che in Italia gli invii *pro-capite* annui siano tra i più bassi dell'Europa, con 117 pezzi contro l'Olanda a 609, la Francia a 450 e il Regno Unito a 389.

Bisogna avere la capacità di far crescere il settore, con il supporto di un forte piano industriale di Poste, con sfide da vincere nel settore della logistica e del *direct mailing*; bisogna ridare fiducia ad un settore che, per tanti anni, è stato considerato – giustamente – non all'altezza della situazione, cosa che bisogna evitare in maniera forte oggi.

Mi avvio a concludere. Un ultimo aspetto riguarda noi privati, con le nostre diversità strutturali, organizzative e societarie. Noi sappiamo coscientemente di essere i primi a dover ottemperare all'obbligo di fornire una qualità di servizio all'altezza del fornitore del servizio universale, sia quando operiamo in *partnership* con Poste italiane, sia quando operiamo sul nostro segmento privato, in quanto l'immagine che riverbereremo sui clienti sarà unitaria, indipendentemente dal fatto che sia offerta dal pubblico o dal privato. Ci impegniamo a rispettare gli impegni assunti nei confronti del Paese, dell'utenza e dei lavoratori. Non vogliamo creare quel substrato di lavoro precario e molto frammentato presente in questo settore e che viene, purtroppo, tollerato. Siamo consapevoli e consci del fatto che è giunto il momento di sviluppare un contratto di lavoro unico del settore, in accordo con le organizzazioni sindacali.

Con una politica di progressività e di avvicinamento alla fatidica data della liberalizzazione e con una politica di integrazione tra Poste italiane e operatori privati, si può veramente pensare di realizzare un grande sviluppo nel settore, che possa davvero risultare trainante per l'economia nazionale.

Noi operatori privati, pur tra le mille difficoltà che caratterizzano il nostro operato, siamo pronti.

*FLORIO*. Signor Presidente, ringrazio la Commissione per avere voluto ascoltare i pareri degli operatori privati. Ho preparato un intervento che lascerò agli atti. Una parte di questo intervento (che pur non essendo stato preparato «a quattro mani», sostanzialmente ripercorre i temi già illustrati dei privati, delle difficoltà incontrate e della fase storica che stiamo vivendo) è comune e quindi la salterò.

*PRESIDENTE*. Ingegnere Florio, vorremmo soprattutto comprendere bene l'evoluzione di questi rapporti, dal tempo in cui le Poste erano quelle del passato al momento attuale, in cui si rileva una gestione improntata a logiche privatistiche e di efficienza. Vorremmo dunque sapere come si è sviluppato questo rapporto e se voi avvertite delle criticità.

*FLORIO*. Il mondo degli operatori privati vive sempre le stesse problematiche, che sta però affrontando in maniera diversa. Vi è una dichiarazione di collaborazione e di *partnership*, auspicata anche dalla finanzia per il 2008, tra Poste italiane e operatori privati, per migliorare il servizio.

Siamo convinti che ciò sia utile al mercato, perché il problema dell'Italia consiste proprio nel sottosviluppo del mercato, fenomeno di cui ognuno deve assumere le proprie responsabilità. Il fattore di sviluppo



del mercato, per la parte di *direct mailing*, è di 1 a 7 o di 1 a 10 rispetto ai Paesi europei nostri pari in termini di dimensioni e di popolazione: ci riferiamo alle nazioni più grandi, non a quelle da 15 a 25 milioni di abitanti, e si considera il mercato totale.

PRESIDENTE. Quindi gli altri Paesi fanno più ricorso ai vostri servizi?

FLORIO. Gli altri Paesi utilizzano di più il mezzo postale per raggiungere meglio il loro *target* pubblicitario. La pubblicità a mezzo stampa, a mezzo lettera, negli altri Paesi rappresenta il 75 per cento della posta, mentre in Italia rappresenta il 25 per cento (basti pensare a ciò che ognuno di noi trova nella cassetta postale). Tale diffusione, ovviamente, ha dei motivi storici ma è molto significativa perché permette, a chi invia la posta, di mirare al proprio *target*. In base ad indagini anche recenti, sviluppate pure dall'operatore del servizio universale, è stato dimostrato che ciò è vero. Un volantino inviato rimane in casa ed ha un tempo di sedimentazione nella mente dell'individuo molto più lungo rispetto ad un altro tipo di pubblicità. Questa maggiore permanenza, invece, stimola delle azioni: fare delle telefonate, consultare Internet o riempire un *coupon* e spedirlo. In un mondo ideale, sarebbe bellissimo se questo accadesse, ma esistono problematiche, anche storiche, difficili da risolvere. In questo senso, per sviluppare il mercato, la collaborazione di tutti gli operatori è una componente fondamentale, un prerequisito senza il quale non potrà verificarsi niente di tutto questo.

Siamo poi altrettanto convinti che le regole del mercato, così come previsto dal *memorandum*, debbano essere più chiare, più trasparenti e più equilibrate. Esistono quattro o cinque distorsioni importanti delle regole attuali. Vi è una limitazione di fatto dell'area cosiddetta libera, perché, nel campo dell'editoria, Poste italiane è considerata dagli editori il veicolo per far arrivare il contributo per una libera informazione; ciò rappresenta una distorsione perché, a fronte di insoddisfazioni di alcuni o della possibilità di essere competitivi, esiste uno svantaggio competitivo rappresentato da una tariffa molto bassa bilanciata dai contributi per l'editoria. Questa è una barriera di fatto.

La seconda distorsione è rappresentata dalle regole in virtù delle quali l'operatore del servizio universale non è soggetto al pagamento dell'IVA, mentre noi operatori privati lo siamo. È chiaro che in qualsiasi componente, anche in quei segmenti di *marketing* già liberalizzati, l'operatore privato ha un vantaggio competitivo del 20 per cento e, in più, la necessità di essere competitivo per attirare il cliente. Questo è un peso fondamentale e, finché non si riallinea, vi sarà sempre un disallineamento, peraltro sottolineato anche dalla Commissione europea.

Esistono poi lacci e laccioli che regolano le condizioni di invio della pubblicità indirizzata e sfavoriscono l'intervento di altri operatori. Sono caratteristiche tecniche e convenzioni che però sviliscono il prezzo piuttosto che migliorare il volume e il servizio.

La quarta e ultima distorsione è rappresentata dalla modalità con la quale viene stabilito il contributo al servizio universale. Bisogna considerare che, fra circa due anni, potrebbe e dovrebbe esserci una liberalizzazione, prevista dalla direttiva europea, e sussisterà la necessità di definire il servizio universale. Attualmente noi viviamo il servizio universale sotto due profili: vi è l'aspetto relativo agli uffici postali, che preoccupa tutti i cittadini, in quanto riguarda la possibilità di avere accesso ad un ufficio postale e alla sua apertura, e poi vi è l'aspetto legato alla capacità di recapito dell'ufficio postale. Noi diamo atto dell'esistenza di problematiche di tipo geografico e di volume, ma negli altri Paesi ci si inizia a chiedere su quali regole debba basarsi il servizio universale: se debba essere effettuata la consegna sei giorni su sette o piuttosto, come accade in altri Paesi, quattro o cinque giorni su sette. È un problema relativo alla possibilità di ottimizzare le proprie risorse e di renderle più efficienti. Vi è poi la questione che riguarda il volume del servizio universale, perché in esso confluiscono i volumi dei grandi speditori bancari, che già beneficiano di tariffe scontate: in altri Paesi, invece, si inizia a scomputare i volumi dei clienti *business* dagli altri, per valutare il costo del servizio universale. I britannici definiscono tutto ciò *level playing field*, cioè un'area di competizione in cui tutti giocano con le stesse regole: il nostro auspicio è senz'altro di riuscire a raggiungere questo obiettivo.

Vorrei ribadire l'importanza della qualità del servizio e della copertura territoriale. Aziende come quelle rappresentate dalla Fise-ARE sono passate da una copertura su 10 città all'attuale copertura del 40 per cento del territorio nazionale, realizzando investimenti nel Paese e incrementando il personale (triplicandolo, nel corso degli ultimi cinque anni, fra diretto e indotto). Gli operatori seri hanno intenzione di esserci e di investire in questo mercato, di creare sviluppo e occupazione e, insomma, di giocare il futuro, collaborando per sviluppare il mercato, perché una sana concorrenza (forse con una contraddizione in termini) fa bene a tutti.

Come ho detto, ho preparato anch'io un *memorandum* che consegnerò agli Uffici della Commissione. Spero di avere fornito una risposta alla sua domanda, signor Presidente.

*QUAGLIARELLA.* Signor Presidente, l'AISP è un'associazione di piccole imprese operanti storicamente nell'ambito del mondo postale. La cronistoria del settore è stata ormai ripetuta e bene esposta. Faccio però una puntualizzazione, ricordando che le *ex* concessioni nascono a supporto del servizio di Poste italiane, si trasformano con la successiva normativa, ma hanno sempre mantenuto il presupposto di supporto alla qualità del servizio insieme a Poste italiane. Desidero precisare questo aspetto, perché è con questo spirito che noi viviamo il rapporto con le Poste. A volte, il confronto è più aspro, a volte lo è meno, ma secondo noi questo fa parte del gioco. A tale proposito, vorrei fare una precisazione: a volte, viene messa in discussione la qualità del servizio offerto, anche da parte dei mezzi di informazione; ciò in alcuni casi potrebbe essere vero, ma è necessario analizzare la causa di tale fenomeno, che deriva proprio da uno

dei meccanismi che regolano, dal punto di vista formale, il rapporto – in cui comunque continuiamo a credere – con Poste italiane. A seguito della gara svolta nel 2007, infatti, si sono inserite anche alcune aziende che non fanno parte del nostro settore e che, dunque, hanno avuto accesso a una parte dell'attività, di fatto sottraendola agli operatori storici, che, invece, sarebbero stati in grado di mantenere un alto livello qualitativo nel servizio. Ricordo pure che, per ragioni relative all'operatività di Poste italiane, una parte dell'attività è stata trasferita da servizi tradizionali di recapito ai servizi alternativi, per ragioni di efficientamento del sistema operativo delle Poste, da noi condivise con il fine di raggiungere un obiettivo comune. Visto dunque che il decremento della qualità del servizio viene fatto risalire al 2007, occorre cercarne le cause nei suddetti fenomeni: prima di quella data, infatti, la totalità del servizio era gestita dagli operatori storici, gli *ex* concessionari privati, mentre oggi non è più così.

Un altro argomento che ritengo interessante affrontare nel mio breve intervento – lascerò poi agli atti della Commissione una relazione più dettagliata – concerne le autorizzazioni e il modo in cui è regolamentato il settore postale. Secondo i dati pubblicati nel sito internet dell'Autorità di regolamentazione, sono 1.627 i soggetti, tra concessionari e società autorizzate, che contribuiscono al fondo di compensazione degli oneri del servizio postale universale, con una percentuale che viene fissata ogni anno e che, attualmente, corrisponde al 3 per cento del fatturato. Rilevo però un'anomalia, dal momento che, mediamente, il contributo versato non arriva a 150.000 euro l'anno. Questo dato, poco significativo se confrontato con le 1.627 autorizzazioni e licenze rilasciate, lascia pensare che ci sia qualcosa in questo meccanismo che varrebbe la pena di rivedere.

Mi permetto dunque, con grande umiltà, di sottoporre una proposta riguardante tale tematica. Il contributo offerto al servizio universale potrebbe anche essere di natura non economica: si potrebbe pensare, ad esempio, che gli operatori, selezionati con criteri oggettivi che valutino la possibilità di effettuare il servizio in conformità a *standard* imposti, offrano un contributo non di natura economica, ma contribuiscano concretamente, in maniera fattiva, allo svolgimento del servizio universale. In alcune aree del territorio, infatti, tale servizio può risultare diseconomico per un operatore gigantesco come quello postale, ma potrebbe non esserlo per un operatore più piccolo, abituato ad operare in una dimensione economica più ridotta. Ribadisco, dunque, che il dato citato segnala che c'è qualcosa che non va nell'attuale stato delle autorizzazioni e delle licenze.

Per quanto riguarda la collaborazione con l'operatore nazionale, continuiamo dunque a mettere a disposizione la nostra professionalità, auspicando che possa essere utilizzata anche con riferimento al servizio universale. Potremmo infatti occuparci di quella parte del servizio che, per usare un'espressione ormai abusata, potrebbe essere definita come «ultimo miglio». Un'ipotesi di questo tipo potrebbe avere un senso in relazione a soggetti che, storicamente e fin dalla loro nascita, sono contraddistinti dal rapporto con l'operatore nazionale.

*RECCHIA.* Desidero innanzitutto ringraziare il Presidente e i membri della Commissione per l'audizione odierna, che giudico estremamente significativa. Non ripercorrerò la storia della nostra attività, che è stata ampiamente citata, ma sottoporro alla Commissione soltanto alcune considerazioni. Non essendo un imprenditore, ma un rappresentante degli imprenditori, ritengo che le mie valutazioni possano rispecchiare un'ottica diversa da quella esposta negli interventi che mi hanno preceduto.

Ritengo innanzi tutto necessario porre al centro della nostra riflessione il fatto che quello del recapito è, per il nostro Paese come per tutti gli altri, un servizio estremamente significativo e importante, di cui l'utenza ha un estremo bisogno e che qualifica la capacità di un Paese di essere al passo con i tempi. Devo però anche evidenziare che negli ultimi anni si sono registrate gravi disfunzioni, che sono sotto gli occhi di tutti e di cui hanno parlato anche gli organi di stampa. Si riscontrano infatti alcuni seri problemi: ci sono realtà in cui, addirittura, la posta viene recapitata in uno scantinato e consegnata ai cittadini grazie alla buona volontà di alcuni pensionati, anche se si potrebbe pensare che si tratti di una situazione limite. Posso allora testimoniare direttamente la situazione che si riscontra a Pesaro, la città in cui abito. In questa città, il recapito delle lettere raccomandate avviene nella sede delle Poste, che si trova a circa dieci chilometri dal centro cittadino: si può dunque immaginare le difficoltà che incontrano, ad esempio, i pensionati nel ritirare la posta, considerando anche che non possono contare su uno specifico servizio di trasporto.

Penso che su questi temi l'autorevole Commissione che oggi ci ascolta possa effettuare delle riflessioni e programmare degli interventi specifici: è infatti necessario offrire delle risposte a tali problemi. Non voglio certo cercare capri espiatori, visto che anche il mio intervento vuole essere collaborativo; mi sia però consentito di affermare che, personalmente, ritengo assolutamente incomprensibile la strategia adottata da Poste italiane negli ultimi tempi: le azioni che sono state intraprese, infatti, hanno messo in difficoltà le agenzie di recapito. Tali agenzie – lo ricordo nuovamente perché, come si suol dire, *repetita iuvant* – avevano garantito livelli di qualità elevati nel servizio: si tratta, infatti, di imprese che hanno una lunga storia, che vengono da lontano, le cui concessioni risalgono agli inizi del secolo scorso e che quindi possono vantare un'esperienza consolidata e provata, dimostrata anche dal livello di qualità che le stesse Poste riconoscevano loro. Recentemente, però, si è scelta una strada assurda, che non appare neanche rispettosa delle regole. È vero che il decreto legislativo n. 261 del 1999, come è stato ricordato, ha revocato le autorizzazioni, ma lo stesso dispositivo normativo conteneva anche una sorta di impegno a carico di Poste italiane, affinché mantenessero il proprio rapporto con le agenzie di recapito, almeno fino alla data della liberalizzazione. I risultati delle scelte effettuate in questi ultimi anni, come ho detto in apertura di intervento, sono sotto gli occhi di tutti e davvero non se ne capiscono le ragioni, considerando il fatto che le agenzie di recapito hanno sempre dimostrato e dichiarato la propria disponibilità a collaborare.

Va inoltre ricordato che le agenzie iscritte alla mia organizzazione stanno vivendo seri problemi di tenuta occupazionale: immagino che tutto si possa volere, in un periodo di grave crisi economica, tranne che una diminuzione dell'occupazione. Questo però è quello che, di fatto, si è determinato: in varie città, dal Nord Italia fino alla Sicilia, ci sono tensioni derivanti dalla riduzione delle consegne previste dagli appalti che Poste italiane mantengono con le nostre agenzie. Si tratta di appalti che abbiamo contestato, che abbiamo cercato di modificare per creare condizioni ottimali per tutti, nel rispetto della normativa di riferimento e di quanto ci veniva indicato – in precedenza è stato ricordato il parere di una Commissione parlamentare – al fine di garantire la tenuta dei livelli occupazionali.

A questa vicenda, ovviamente, non è estraneo il sindacato dei lavoratori. Vorrei riferire ai membri di questa Commissione un episodio emblematico, anche perché in Italia si sta perdendo la sana abitudine di ascoltare e di parlare: recentemente, ho ascoltato un rappresentante dei lavoratori, grande sostenitore della strategia di Poste italiane, affermare candidamente che se avesse immaginato che la loro scelta avrebbe prodotto i risultati che erano in quel momento sul tavolo, sicuramente non avrebbe mai firmato l'accordo di allora. È doveroso riflettere in merito, perché dobbiamo arrivare alla data della liberalizzazione preparati e competitivi, per affrontare un mercato che non sarà più soltanto nazionale, ma globale ed internazionale, e nel quale probabilmente l'efficienza e la capacità di garantire un servizio ai cittadini diventeranno elementi discriminanti insieme al costo. Da questo punto di vista, una tappa significativa (al cui raggiungimento abbiamo anche concorso) è stata la sottoscrizione del *memorandum* con il Ministero delle comunicazioni. In quel testo, a mio modesto parere, sono contenuti alcuni aspetti dai quali non si deve prescindere, perché lì sono esaminate tutte le fattispecie che ho prima citato, come i rilievi occupazionali, la qualità e lo sviluppo dei servizi. Il presidente Giannone citava «l'ultimo miglio», cioè la possibilità di concentrare il recapito della posta: pensate alla conformazione geografica dell'Italia e a quanti sono i piccoli comuni montani di centinaia o poche migliaia di abitanti. Se non erro, 6.000 degli oltre 8.000 Comuni italiani non superano i 5.000 abitanti. Pensate a quali risposte potrebbe fornire un servizio che contempli la concentrazione del recapito della posta in alcuni esercizi aperti al pubblico come le cartolerie o i distributori di benzina. Occorre affrontare questi aspetti e, una volta per tutte, assumere delle decisioni che vadano in questa direzione. Se vogliamo essere un Paese moderno (ma è forse meglio dire un Paese «normale», accontentandosi, per il momento) dobbiamo produrre un rinnovamento ed erogare servizi più efficienti. Si potrebbe ripartire dal suddetto *memorandum* (invito la Commissione a farlo), per affrontare le problematiche che abbiamo di fronte, ben consapevoli del fatto che Poste italiane non deve essere considerato un capro espiatorio: evidentemente, c'erano buone ragioni per intraprendere una determinata strategia, anche se si è poi rivelata completamente fallimentare e se i risultati prodotti sono sotto gli occhi di tutti. È allora opportuno fare un passo indietro. Del resto – se non erro – a determinare in parte tale

sconquasso, tra le altre cause, sono stati 168 milioni di euro in tre anni: questa cifra è riferibile al solo settore delle agenzie di recapito e a quella tipologia di servizio del recapito che afferisce alle raccomandate. So bene che viviamo una fase di ristrettezze, ma non credo che si debba condizionare e mettere a repentaglio la qualità di un servizio così significativo per un importo davvero esiguo.

Confermo dunque, in questa sede, la volontà delle Agenzie di recapito di collaborare per tornare ad essere *partner* ideali di Poste italiane e consentire che il servizio erogato, d'intesa con le stesse, sia all'altezza della situazione.

Concludo citando uno *spot* della Presidenza del Consiglio dei ministri, trasmesso recentemente in televisione, riferito alla città di Napoli, dove una procace signora in mezzo ai rifiuti alla fine lancia il seguente *slogan*: «Bella ieri, bella oggi, bella domani». Trasponendo lo stesso auspicio alla realtà delle agenzie di recapito e al rapporto con Poste italiane, lo *slogan* potrebbe divenire: «Bello ieri, non più bello oggi, ma speriamo bello domani».

FILIPPI Marco (PD). Signor Presidente, mi scuso anticipatamente con i colleghi e con gli auditi, ma per un impegno concomitante sarò costretto ad abbandonare la seduta dopo il mio breve intervento. Me ne rammarico, anche perché sarebbe stato utile ascoltare le eventuali repliche. Per correttezza, quindi, più che porre domande mi limiterò a svolgere una riflessione, non senza prima aver rivolto un doveroso e sincero ringraziamento ai nostri ospiti per il prezioso contributo offerto ai nostri lavori.

Signor Presidente, finora abbiamo svolto bene il nostro lavoro e ritengo che si stia confermando la bontà del percorso intrapreso. Dopo la prima audizione del dottor Sarmi, al quale abbiamo chiesto un *focus* specifico (credo per la prima volta a livello parlamentare) sulla materia del recapito, da sempre considerata una sorta di «Cenerentola» nell'ambito delle poste e sicuramente il comparto più povero, è stato utile inserire tra le audizioni previste sia le agenzie di recapito sia le organizzazioni sindacali.

I temi su cui dobbiamo concentrare la nostra attenzione sono sostanzialmente due. In primo luogo, rispetto ad un processo di liberalizzazione annunciato e più volte rimandato, prima fissato al 2005, poi al 2006, al 2008 e successivamente – forse – al 2011, rischiamo di arrivare all'appuntamento (incredibile, ma vero!) assolutamente impreparati. Ma svilupperò tale aspetto più avanti. In secondo luogo, va osservato che il processo di liberalizzazione rischia di essere il prodotto dalla solita cultura inadeguata del nostro Paese. Ritengo che non si possa portare a compimento un processo di liberalizzazione convincente, se non si insedia un soggetto terzo rispetto a quelli che successivamente dovranno farsene carico. Affrontare il tema dell'autorità del soggetto terzo è indispensabile per definire le regole che sono state prima richiamate, forse in termini un po' troppo generici, dagli auditi: sicuramente li conoscete meglio di me, ma i temi del *memorandum* che avete semplicemente enunciato meriterebbero, forse, un

maggior approfondimento. Avrei apprezzato anche una maggior assertività da parte vostra nell'approfondire le dinamiche del rapporto tra le agenzie di recapito e Poste italiane.

Anch'io vorrei rifuggire, citando il dottor Recchia, dalla logica «si stava meglio quando si stava peggio»; anzi, credo che i principi cardine del processo di liberalizzazione non possano non essere gli elementi vitali della concorrenza e della contendibilità del servizio, dove si concentra l'aspetto di conquista nel rapporto tra qualità e costo del servizio. Guardiamo con particolare attenzione ai processi di liberalizzazione ed è evidente che, anche laddove in passato si sono determinati elementi di efficientamento del servizio conseguenti a una commistione tra pubblico e privato, ciò sicuramente sul piano della trasparenza e delle regole non ha offerto accessibilità e conoscenza del servizio.

Sarà utile monitorare questo percorso, signor Presidente, non soltanto nell'ambito del ciclo di audizioni previste dalla presente indagine conoscitiva fino al prosieguo dell'audizione dell'amministratore delegato di Poste italiane Sarmi, ma fino al 2011, quando saremo ancora tutti appassionati membri di questa Commissione, perché oggettivamente questo è uno dei processi di liberalizzazione che abbiamo ancora il tempo e gli strumenti per correggere significativamente, per porre freno ad una sua possibile «degenerazione»: il termine è forse un po' troppo forte, ma si avverte tale pericolo, che costituisce un rischio concreto. Lo ribadisco perché, anche oggi, sono state opportunamente invocate delle regole, sebbene in maniera un po' reticente e non propriamente assertiva. La sensazione che abbiamo maturato è che probabilmente lo scenario futuro, se non fortemente indirizzato, rischia una deriva di deregolamentazione, malgrado si sappia che spesso, in un processo di quel tipo, ci rimettono i cittadini e i lavoratori. Una delle questioni centrali, infatti, è quella occupazionale, che sicuramente non può essere brandita come un'arma impropria o come un elemento di ricatto rispetto a chi deve abbandonare il servizio, né può essere giocata come elemento di concorrenzialità rispetto alla diminuzione dei costi, perché ovviamente ciò produce una condizione non confortante. Oltre al più evidente fattore occupazionale, credo che siano noti da tempo gli altri elementi su cui la nostra Commissione deve concentrarsi: mi riferisco alla questione dei centri di costo rispetto alla definizione e agli ambiti del servizio universale, una di quelle reiteratamente fatte presenti all'amministratore delegato di Poste italiane, agli ambiti territoriali omogenei su cui sviluppare elementi di concorrenzialità, alla definizione di regole chiare da parte di un soggetto necessariamente terzo, per tutelare l'interesse dei cittadini in primo luogo ma anche, ovviamente, quello dello Stato, ed infine ovviamente anche ad un sistema di risorse il più possibile definito ed aganciato ad un meccanismo di efficienza e di trasparenza. Credo che su questi banali elementi si possa registrare una convergenza comune rispetto ad un processo la cui conclusione richiederà ancora alcuni anni. Penso quindi che questa Commissione possa svolgere un lavoro utile nell'interesse di tutti, a partire da quello dei cittadini, che sono i principali referenti.

Concludo, sottolineando che probabilmente merita un approfondimento la riflessione svolta su un segmento di mercato che forse non ha ancora raggiunto l'auspicata saturazione. Sappiamo quali sono i canali tradizionali e di efficienza della pubblicità; credo debba essere svolta qualche ulteriore riflessione sulla segmentazione del *marketing* pubblicitario e sul fatto che una pubblicità mirata possa costituire un elemento vantaggioso per chi la produce e per i soggetti che ci lavorano, nell'interesse dei cittadini ed anche in termini di utile contributo all'innovazione e più in generale alla cultura del Paese.

*DEFENDINI.* Signor Presidente, onorevoli senatori, colgo l'occasione per rimarcare l'ultimo intervento svolto dal senatore Filippi, perché credo abbia toccato il cuore del problema.

Va rilevato che all'audizione odierna e, credo, anche a quella dell'amministratore delegato di Poste italiane, l'ingegnere Sarmi, non ha partecipato l'ente di regolamentazione, che pure esiste in quanto investito di tale compito dal Governo negli anni passati e a cui rimanda la delibera europea: il Ministero dello sviluppo economico, che fa capo al ministro Scajola e al sottosegretario alle comunicazioni, onorevole Romani; da un incontro avuto nei mesi scorsi non è scaturito alcun effetto.

Posso anche capire che l'80 per cento dell'occupazione che c'era nel settore in cui opera anche l'azienda che rappresento (che ha 86 anni di vita) sia stato «più o meno» salvato; è quel «meno», però, che mi preoccupa, perché di esso oggi non ci si sta occupando: nella crisi generale del sistema economico e finanziario, è comprensibile che si sia salvato il più, ma il meno è stato lasciato indietro e questo non mi piace.

Vorrei ribadire che questo è un lavoro che non fanno gli imprenditori, ma i postini. I vertici possono condurre, dirigere, essere bravi a livello commerciale, ma il lavoro vero lo fanno i 36.000 postini d'Italia e nella nostra azienda ve ne sono circa 2.500. L'ingegnere Florio, della TNT, nel suo intervento ha detto che la sua azienda ha moltiplicato il numero dei propri dipendenti e presumo che questo sia indicatore di uno sviluppo. Non mi risulta che per la crescita di qualche azienda le Poste italiane abbiano dovuto licenziare personale: al contrario, hanno dovuto assumere decine di migliaia di persone a seguito delle cause legali intentate. In qualche maniera, sopravvivono tutti. Lo sviluppo della liberalizzazione nel 2011, se non vi sarà un'adeguata regolamentazione, a mio parere porterà altri guai e il Governo deve dare un segnale forte e stabile, affinché l'ente di regolamentazione, che nel precedente Esecutivo aveva svolto un ruolo importante, lo riprenda in maniera decisa e seria. Ringrazio il senatore Filippi per avere posto l'accento su questo aspetto.

*PRESIDENTE.* Ringrazio il dottor Defendini, che ha rafforzato un'impressione che mi pare ormai ben chiara a tutti i membri della Commissione. Il suo rilievo è eloquente: le Poste italiane, in questo processo di riorganizzazione, hanno proceduto ad una razionalizzazione, ma sono state anche messe nelle attuali condizioni dai giudici, dalle realtà sindacali,



dalle decine di migliaia di contratti che hanno stipulato e credo non sia auspicabile che a pagare il costo di questi comportamenti siano le agenzie di recapito.

La Commissione ha acquisito la documentazione, che è stata consegnata agli Uffici, ed ha ascoltato con attenzione le osservazioni che sono state svolte. La prossima settimana audirà tutte le organizzazioni sindacali che operano nel settore delle poste ed in seguito procederà ad audire nuovamente l'ingegner Sarmi.

Dichiaro conclusa l'audizione odierna e rinvio il seguito dell'indagine in titolo ad altra seduta.

*La seduta termina alle ore 10,10.*





