

Audizione DDL 2469
Legge annuale per il mercato e la concorrenza 2021
10^a Commissione del Senato

Ing. Massimo Rosini

Responsabile Posta, Comunicazione e Logistica

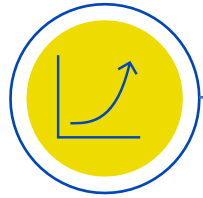
Avv. Francesco Russo

Responsabile Affari Regolamentari e Rapporti con le Authority

marzo 2022

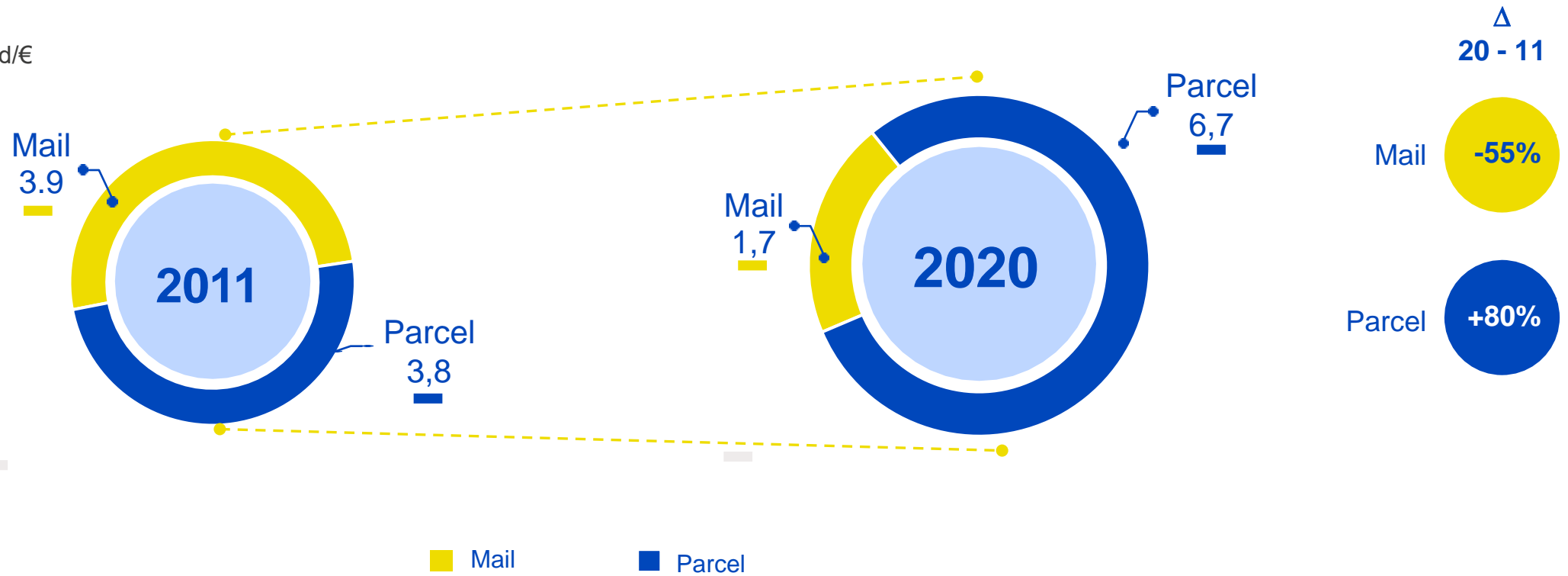
CONTESTO DEL MERCATO POSTALE

Mail&Parcel: Trend mercato



Mail & Parcel mercato (*) - Ricavi

Mld/€



(*) Stima interna

CONTESTO DEL MERCATO POSTALE

Contrazione del mercato Mail



Il **Mercato italiano della corrispondenza** presenta una serie di **caratteristiche peculiari**, che hanno dato luogo ad un assetto complessivo che per molti versi si **distingue da tutti gli altri Paesi Europei**



Highlights

- La **contrazione** del mercato si colloca ad uno dei massimi valori riscontrati a livello europeo: **-55%** tra il 2011 e il 2020
- L'Italia è, storicamente, uno dei Paesi con il **più basso** livello di consumi postali
- **Maggior numero** di operatori postali alternativi al Fornitore di Servizio Universale. Nel 2020 il numero era pari a circa **3.000**
- Presenza di operatori dotati di una propria rete di recapito nell'ultimo miglio (cd. **concorrenza «end-to-end»**) con contestuali obblighi di accesso in capo a Poste.
- Squilibrio sul **costo del lavoro**, con effetti negativi su imprese in regola, lavoratori e qualità del servizio
- **Liberalizzazione** completa di tutto il mercato compresi gli Atti Giudiziari
- Variazione dei prezzi **non** sufficiente a compensare **l'aumento del costo delle materie prime**
- **Struttura dei costi rigida** per effetto degli obblighi di Servizio Universale
- Importo massimo della **compensazione invariato** dal 2014 e non sufficiente a compensare i costi, come sostenuto anche da Agcom



Mail 2019 – Principali Paesi Europei

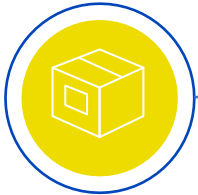
	# OOPP	Volumi (mld/pz)	Volumi per abitante
Germania	1.200	14,2	171,0
UK	12	10,3	153,0
Francia	22	9,3	144,0
Spagna	1.800	2,6	56,0
Olanda	26	2,0	116,0
Italia	3.000	2,8	47,0

CONTESTO DEL MERCATO POSTALE

Crescita del mercato Parcel



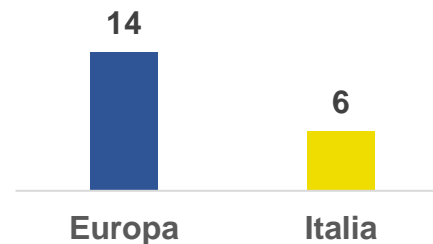
Anche il **mercato dei pacchi/e-commerce**, seppur in crescita, presenta alcune specificità



Highlights

- La crescita del mercato dei Parcel è pari a circa il **+80% tra il 2011 ed il 2020**, trainata dall'e-commerce
- I volumi dei pacchi (e dell'e-commerce in particolare) per abitante sono al di sotto della media degli altri Paesi UE
- Il quadro concorrenziale è caratterizzato da diverse tipologie di Player: **Poste** è l'unico Operatore Italiano, altri Operatori contano su un **network globale** e/o sono **integrati verticalmente** con piattaforme di **e-commerce**
- AGCom e AGCM hanno già individuato la sussistenza di posizioni dominanti e di problemi competitivi sul **segmento e-commerce**"

Volumi B2C – Procapite (*)



(*) Stima interna

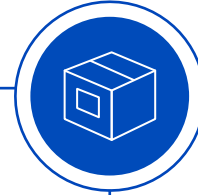
CONTESTO DEL MERCATO POSTALE

Driver del cambiamento



MERCATO MAIL

- **Digital disruption/ e-substitution:** maggiore ricorso agli strumenti di comunicazione digitale, dalle e-mail ai social. I servizi di posta tradizionali cedono il passo alle comunicazioni elettroniche. In particolare:
 - le **Raccomandate** sono **sostituite** dalla **PEC**
 - mentre gli invii di bollette, estratti conto, fatture e comunicazioni pubblicitarie sono in parte sostituiti dai **servizi digitali via web**.
- **Impatto della pandemia Covid 19:**
 - le misure introdotte per il **contenimento dell'epidemia di Covid-19** hanno **trasformato abitudini** e comportamenti di imprese e cittadini, **accelerando** i processi di **digitalizzazione** e **dematerializzazione**



MERCATO PARCEL

- **Acquisti on line:** canale di acquisto ormai parte integrante delle abitudini e dei comportamenti dei coconsumatori, con una continua crescita degli acquisti online e del numero degli e-shopper
- **Impatto della pandemia Covid 19:** il lockdown ha determinato un'accelerazione della crescita delle spedizioni B2C:
 - maggiore **propensione agli acquisti online** (domanda)
 - apertura di **siti online** da parte di molte **attività commerciali** (offerta)

IL RUOLO E L'IMPEGNO DI POSTE PER IL SISTEMA PAESE

Gli impatti generati dalle attività di Poste

Economia nazionale

- **Impatto PIL:** 12 mld€ (diretto+indiretto+indotto) e 2 mld€ in termini di gettito fiscale
- **191.000** lavoratori coinvolti nelle attività (123k diretti e 68k indiretti ed indotto)
- **Sostegno all'occupazione** con l'acquisizione di **Nexive Group:** **mantenimento del personale e dell'indotto**

Sostenibilità ambientale e Sistema Paese

- La **strategia ambientale** prevede importanti iniziative e investimenti "green". Il Gruppo prevede entro **il 2025:**
 - **+27.000** mezzi green
 - **-40%** Emissioni della flotta di consegna
- Poste «**zona bianca**» durante la Pandemia (aperti Uffici Postali e operativi i Portalettere)
- Ruolo centrale nella **distribuzione dei vaccini, del materiale sanitario, nella creazione di piattaforme per la prenotazione dei vaccini**

Servizi PA

- **Piattaforma di Notifica Digitale:** collaborazione con **PagoPA** per lo sviluppo e gestione della Piattaforma per la notifica digitale degli atti della Pubblica Amministrazione
- **Gestione E2E** delle richieste dei cittadini alla PA (gestione permessi di soggiorno)
- **PNRR**, con il Progetto Polis il Gruppo mira a realizzare:
 - uno «**sportello unico**» di **prossimità** (nei comuni con meno di 15k abitanti)
 - la più ampia rete nazionale di spazi di **co-working**

Servizi al destinatario

- Nuovi ed evoluti servizi di consegna:
 - ulteriore evoluzione dei servizi di **consegna programmata** riducendo le fasce orarie di consegna (da 4 ore a 30 minuti);
 - avvio dei servizi di **consegna immediata** (entro 90 minuti), per il mercato local2local e settori specifici
- Ulteriore espansione della rete di servizi di **logistica di prossimità** (13.504 punti nel 2021 con il 62% copertura della popolazione entro 1 km)

La tutela della concorrenza per il Gruppo Poste

Il DDL Concorrenza

- **Poste è impegnata nella tutela e nella promozione della concorrenza:**

- Codice Etico del Gruppo “*promuove l'integrità, l'onestà, la correttezza e la leale competizione tra le parti [...]*”
- Nel 2020 il CDA ha approvato una specifica Linea Guida per disciplinare la tutela della concorrenza e del consumatore e definire le regole di comportamento che tutti i membri degli organi sociali, i dirigenti, i dipendenti del Gruppo sono tenuti ad osservare promuovendone il rispetto e dando esempio della loro concreta applicazione.



- **Poste auspica:**

- il pieno coinvolgimento del Fornitore del Servizio Universale nel processo di revisione degli obblighi di servizio universale, anche in considerazione del ruolo di parte contrattuale che Poste riveste nell'ambito del Contratto di Programma
- la valutazione della sostenibilità economico-finanziaria dei nuovi obblighi tra i parametri che il MISE dovrà valutare ai fini della formulazione della proposta al Parlamento delle eventuali modifiche degli obblighi in capo al FSU. Ciò anche al fine di assicurare l'equilibrio dei conti di PI, in coerenza con quanto stabilito dal Contratto di Programma e anche alla luce dell'inflazione e del conseguente aumento dei prezzi delle materie prime.

Posteitaliane

