



20.05.2009

Scheda informativa

Il nuovo ordinamento del mercato postale

1. Quali regole si applicano agli operatori del mercato postale?

I fornitori di servizi postali possono di norma iniziare la propria attività in qualsiasi momento, purché provvedano in seguito a farsi registrare presso l'autorità di regolazione. Se quest'ultima constata che, per qualsiasi motivo, la notifica non è stata effettuata correttamente oppure il fornitore di servizi postali non rispetta le prescrizioni nello svolgimento della propria attività, l'autorità di regolazione può intervenire.

I fornitori di servizi operanti sul mercato postale sono in particolare tenuti a:

- informare in modo adeguato i consumatori (cfr. punto 4);
- garantire le condizioni di lavoro abituali del ramo;
- negoziare con i partner sociali un contratto collettivo di lavoro;
- adempiere agli obblighi d'informazione nei confronti dell'autorità di regolazione;
- rispettare le disposizioni sulla protezione dei dati;
- su richiesta dei consumatori, adire l'organo di conciliazione in caso di controversie.

Questi obblighi devono garantire le medesime condizioni di concorrenza a tutti i fornitori di servizi postali.

2. Interoperabilità tra fornitori di servizi postali

Per garantire l'interoperabilità, vale a dire il funzionamento ottimale del servizio postale, gli operatori devono garantire l'accesso alle proprie caselle postali a tutti i fornitori di servizi. La casella postale rappresenta un secondo domicilio postale. Se ad un esempio non è possibile garantire che un operatore privato possa distribuire gli invii postali ad un secondo domicilio postale, ciò rappresenta uno svantaggio per i clienti ed impedisce un'ottimale distribuzione degli invii.

Lo stesso vale per lo scambio di indirizzi. I fornitori di servizi postali devono scambiarsi questi dati, affinché tutti gli operatori possano eseguire i mandati di rispedizione, deviazione e trattenimento di invii postali.

3. Quali compiti assume la futura Commissione delle poste (PostCom)?

La liberalizzazione del mercato delle infrastrutture presuppone un'autorità di regolazione indipendente che provveda ad assicurare una concorrenza leale e a garantire il servizio universale. La novità prevista dalla nuova legge sulle poste riguarda l'istituzione di una Commissione delle poste, un'autorità simile a quelle già create nei settori delle telecomunicazioni e dell'elettricità (ComCom ed ElCom). La Commissione delle poste (PostCom), che subentrerà all'attuale PostReg, assumerà in particolare i seguenti compiti:

- vigilare sul rispetto dell'obbligo di notifica e del diritto vigente;
- vigilare sul servizio universale;
- riscuotere la tassa per il finanziamento del servizio universale, sempre che essa sia necessaria, e gestire il suo ricavato;

- decidere in caso di controversie relative all'accesso alle caselle postali e al trattamento di indirizzi;
- istituzione dell'organo di conciliazione;
- osservare l'evoluzione del mercato postale e la rilevazione dei relativi dati (statistica dei servizi postali);
- sanzionare le violazioni della legge (misure fondate sulla legislazione in materia di vigilanza, sanzioni amministrative, misure penali).

I costi della Commissione saranno coperti mediante le tasse amministrative riscosse dalla medesima. La PostCom sarà composta da 5-7 membri nominati dal Consiglio federale e disporrà parimenti di un segretariato.

4. Quali sono i diritti dei consumatori?

Il proliferare delle offerte e delle tariffe nel settore dei servizi postali complica la scelta per i consumatori e incrementa il rischio di abusi. La nuova legge sulle poste obbliga i fornitori di servizi postali sia a garantire la necessaria trasparenza in fatto di offerte e prezzi, sia ad informare adeguatamente la clientela. Ad esempio, gli operatori postali dovranno contrassegnare i loro invii e la distribuzione, di modo che i destinatari possano identificare la ditta che ha recapitato l'invio. Inoltre, essi dovranno informare i clienti circa i loro diritti e obblighi nel settore della protezione dei dati e dei consumatori. In caso di controversie fra consumatori e fornitori di servizi postali, è possibile adire un organo di conciliazione. Questa soluzione permette di risolvere le controversie in via extragiudiziale, in modo proporzionato e in tempi rapidi. Per il procedimento davanti all'organo di conciliazione è riscosso un emolumento per l'esame del caso, che è a carico dei fornitori di servizi postali. Le parti non sono vincolate alla decisione dell'organo di conciliazione.