
Commissione di esperti sul servizio postale universale

Rapporto finale del 24 febbraio 2022



Sintesi

L'attuale servizio universale nel settore dei servizi postali e di pagamento risale a un'epoca in cui esistevano ancora poche alternative digitali alle prestazioni del servizio universale. La fruizione delle nuove tecnologie ha rivoluzionato profondamente la quotidianità negli ultimi anni, e quelli a venire saranno sempre più permeati dalla digitalizzazione. Le competenze digitali della popolazione miglioreranno costantemente e la comunicazione e il traffico dei pagamenti passeranno sempre più attraverso canali digitali.

In tale contesto, la commissione indipendente di esperti istituita dal Dipartimento federale dell'ambiente, dei trasporti, dell'energia e delle comunicazioni (DATEC) e dall'Amministrazione federale delle finanze (AFF) giunge alla conclusione che l'attuale mandato di servizio universale non riflette più le mutate esigenze di fruizione e che l'offerta attuale, prevista fino al 2030, non è più al passo con i tempi. Il servizio universale nel settore dei servizi postali e del traffico dei pagamenti va modernizzato: in futuro deve orientarsi alle esigenze di base della popolazione e delle imprese che il mercato non è in grado di soddisfare. Un mandato statale per la fornitura del servizio universale rimane giustificato, in quanto senza un intervento da parte dello Stato non sarebbe possibile garantire a tutte le fasce della popolazione un accesso affidabile, adeguato e di qualità sufficiente ai servizi logistici, di comunicazione e del traffico dei pagamenti in tutte le regioni del Paese. Anche nel 2030 il servizio universale rimarrà quindi una premessa importante per la coesione sociale della Svizzera. L'avanzare della digitalizzazione sostituirà sempre di più le modalità di comunicazione e di trasmissione analogiche. Al fine di raggiungere anche le fasce vulnerabili, però, i servizi fisici dovranno continuare ad essere forniti.

Considerata la crescente pressione sul finanziamento del servizio universale, le raccomandazioni della Commissione si concentrano dapprima sulle prestazioni per le quali si registra un calo della domanda (distribuzione di lettere e giornali, rete di accesso, transazioni in contanti allo sportello postale). Nel 2030 la comunicazione digitale sarà così diffusa e accettata che nel settore delle lettere si potrà procedere a una diminuzione della frequenza di distribuzione (riduzione a tre giorni alla settimana) e della rapidità di trasporto (E+3, corrispondente all'odierna Posta B). Inoltre, il monopolio residuo va abolito. In risposta al continuo aumento dei pacchi, la frequenza di distribuzione va mantenuta e la rapidità di trasporto uniformata a E+1 (corrispondente all'odierno pacco "priority"). Per l'accesso alle prestazioni devono continuare a valere esigenze minime uniformi a livello nazionale, ma occorre porre al centro la prestazione e non la modalità di accesso (neutralità tecnologica). Anche in futuro la Posta dovrebbe continuare a essere vincolata per legge alla fornitura. I media svolgono una funzione importante in termini di politica statale e democratica. Nel 2030 i contenuti saranno offerti e consumati prevalentemente in formato digitale. Non sarà quindi più appropriato mantenere il servizio universale per la distribuzione quotidiana di giornali stampati oltre il 2030.

La componente fisica del traffico dei pagamenti sta perdendo importanza: il servizio postale universale e il servizio universale nel traffico dei pagamenti possono dunque essere scorporati l'uno dall'altro. Ciascuna persona stabilita in Svizzera deve continuare ad avere diritto a un conto con le funzioni di pagamento di base. Allo stesso tempo, le transazioni in contanti devono rimanere parte del servizio universale fino a quando non esisterà un mezzo di pagamento digitale con caratteristiche comparabili al contante (uso senza infrastruttura, anonimato). Tale mandato andrebbe sottoposto a una gara pubblica.

L'attuazione delle raccomandazioni proposte richiederebbe una revisione della legge sulle poste. Sarebbe opportuno che il Consiglio federale emanasse rapidamente una decisione di principio in merito alle linee guida del futuro servizio universale, per poi avviare una revisione della legge sulle poste. Nel caso in cui il servizio universale dovesse continuare ad esistere nella sua forma attuale, occorrerebbe calcolare nel dettaglio i costi che rimarrebbero scoperti dal 2030 e presentare al Parlamento un messaggio relativo alla loro copertura.

La vita in Svizzera diventa sempre più digitale e i dati acquistano sempre più importanza. Per questo, la Commissione propone inoltre di esaminare il fabbisogno di un futuro servizio universale che comprenda un'infrastruttura digitale basata sulla fiducia, e analizzare quale organo potrebbe esserne responsabile. A tale scopo sarebbe necessaria la creazione di una nuova base giuridica al di fuori della legislazione postale.

Indice

1	Contesto.....	5
2	Basi legali.....	5
2.1	Mandato costituzionale.....	5
2.2	Mandato legale.....	6
3	Sviluppi e sfide attuali	8
3.1	Evoluzione del mercato	8
3.1.1	Mercato postale.....	8
3.1.2	Mercato del traffico dei pagamenti.....	11
3.2	Condizioni quadro tecnologiche per la sostituzione digitale	13
3.2.1	Stato attuale dell'infrastruttura delle telecomunicazioni ed evoluzione futura	14
3.2.2	Competenza digitale.....	15
3.2.3	Identità elettronica e firma elettronica	16
3.2.4	Condizioni di lavoro	17
3.3	Evoluzione sociale e geografica.....	18
3.3.1	Demografia e mobilità	18
3.3.2	Comportamento della clientela.....	20
3.3.3	Trasformazione verde	21
4	Sviluppi attuali nei paesi dell'UE e sforzi per riformare la direttiva postale dell'EU.....	22
5	Legittimazione	24
5.1	Argomenti giuridici.....	24
5.2	Motivi degli interventi statali	25
5.3	Posizionamento di terzi interessati.....	25
6	Il servizio universale del futuro	26
6.1	Conseguenze previsibili in caso di mantenimento dello status quo.....	26
6.2	Proposta di un servizio universale al passo con i tempi nel 2030	28
6.2.1	Lettere	28
6.2.2	Pacchi.....	29
6.2.3	Giornali e periodici.....	30
6.2.4	Traffico dei pagamenti.....	30
6.2.5	Rete di accesso.....	31
6.2.6	Servizi digitali	32
6.3	Ripercussioni.....	33
6.3.1	Ripercussioni finanziarie	33
6.3.2	Ripercussioni sui gruppi vulnerabili.....	33
6.3.3	Ripercussioni sulle regioni periferiche.....	33
6.3.4	Ripercussioni sul mondo del lavoro	34
6.3.5	Ripercussioni sulla Svizzera digitale	34
6.3.6	Ripercussioni sull'ambiente.....	35
7	Attuazione urgente.....	35
8	Membri.....	37

Tavola delle figure

Figura 1: Evoluzione dei volumi della Posta Svizzera dal 2002 e previsioni fino al 2030 (fonte: Posta).....	9
Figura 2: Copertura geografica: banda ultra larga in Svizzera (Upload >= 1 Mbit/s, Download >= 10 Mbit/s).....	14
Figura 3: International Digital Economy and Society Index	15

Figura 4: Evoluzione della popolazione 2020+, variazione prevista della popolazione residente permanente 2020-2050	18
--	----

Lista delle tabelle

Tabella 1: Portata attuale del servizio universale nel settore dei servizi postali e del traffico dei pagamenti	7
Tabella 2: Come la digitalizzazione trasforma le strutture, i processi e le aspettative – i cambiamenti più importanti	21
Tabella 3 : Adeguamenti del servizio postale universale nel raffronto europeo	23
Tabella 4: Paragone fra servizio universale odierno nel settore delle lettere e visione 2030	29
Tabella 5: Paragone fra servizio universale odierno nel settore dei pacchi e visione 2030	30
Tabella 6: Paragone fra servizio universale odierno nel settore dei giornali e dei periodici e visione 2030	30
Tabella 7: Paragone fra servizio universale odierno nel settore del traffico dei pagamenti e visione 2030	31
Tabella 8: Paragone fra la rete di accesso al servizio universale odierno e visione 2030.....	32
Tabella 9: Paragone fra il servizio universale odierno nell'ambito dei servizi digitali e visione 2030	33

Riferimenti

Abbreviazioni	38
Bibliografia.....	39

Lista degli allegati

Allegato 1: Questionario destinato a terzi	42
Allegato 2: Lista dei pareri pervenuti	45
Allegato 3: Paragone fra servizio universale odierno e visione 2030	46

1 Contesto

Sulla base degli esiti della consultazione, il 20 gennaio 2021 il Consiglio federale ha deciso di integrare al progetto «Revisione parziale della legge sull'organizzazione della Posta»¹ un elemento essenziale: l'ingresso di PostFinance nel mercato creditizio e ipotecario deve essere accompagnato dalla cessione della partecipazione maggioritaria della Posta (e quindi indirettamente della Confederazione) a PostFinance. La privatizzazione di PostFinance significa nel contempo il suo scorporo dal gruppo Posta. Gli stretti legami e la collaborazione oggi esistenti tra PostFinance e le altre società del gruppo Posta nell'ambito della fornitura del servizio universale (servizi postali e traffico dei pagamenti) devono essere opportunamente adeguati, al più tardi contestualmente al momento della cessione della partecipazione maggioritaria. Ciò richiede una revisione delle disposizioni sul servizio universale contenute nella legge sulle poste² del 17 dicembre 2010 (LPO).

Per preparare le basi necessarie all'imminente dibattito politico sul servizio universale del futuro, il DATEC e l'AFF hanno istituito una commissione di esperti interdisciplinare e indipendente. In dieci riunioni ha trattato intensamente le tre questioni:

- cosa comprenderà il servizio universale del futuro nel settore dei servizi postali e del traffico dei pagamenti?
- come verrà garantito questo servizio universale?
- e come verrà finanziato questo servizio universale?

Il presente rapporto riassume le discussioni e i risultati. A titolo di introduzione, il capitolo 2 spiega le basi giuridiche vigenti. Il capitolo 3 presenta gli attuali sviluppi a livello di servizio universale. A tal fine la Commissione si è basata su rapporti e studi esistenti e, dall'altro, si è procurata informazioni e dati di mercato pertinenti da esperti nazionali e internazionali (Swisscom Trust AG, WIK Consult AG, Copenhagen Economics, Postal Innovation Platform, Unione postale universale) e da rappresentanti delle autorità (Ufficio federale di giustizia, Segreteria tecnica della Commissione della concorrenza, Commissione federale delle poste, Banca nazionale svizzera). Ha inoltre chiesto il parere dei rappresentanti della Posta Svizzera (Posta) e di PostFinance. Anche le associazioni interessate hanno potuto esprimersi per iscritto su determinate questioni. Il capitolo 4 fornisce una panoramica delle esperienze fatte da alcuni Paesi dell'UE e sulla revisione in corso della direttiva postale europea. Nel capitolo 5, la Commissione giustifica la legittimità di un servizio universale garantito dallo Stato e formula i punti cardine del futuro servizio universale. Il capitolo 6 presenta innanzitutto le conseguenze prevedibili in caso di mantenimento dello status quo, in seguito la Commissione formula la sua raccomandazione per la progettazione del servizio universale nel 2030. La Commissione ritiene che l'orizzonte temporale 2030 sia ragionevole, poiché l'esperienza mostra che l'attuazione di un processo politico richiede diversi anni, e in questo lasso di tempo gli sviluppi rilevanti possono essere più o meno prevedibili.

2 Basi legali

2.1 Mandato costituzionale

L'articolo 92 capoverso 2 della Costituzione federale svizzera del 18 aprile 1999 (Cost.)³ contiene un mandato di prestazioni all'attenzione della Confederazione. Questo mandato costituzionale è formulato in termini relativamente vaghi e lascia al legislatore federale un ampio margine di manovra quando all'attuazione.

Il costituente non definisce cosa intende per servizio universale. Il contenuto preciso di questo mandato deve essere deciso in funzione dello stato della tecnica, dei bisogni della società e dell'economia, nonché del dispendio necessario per fornire il servizio.

¹ 21.048 Messaggio del 30 giugno 2021 concernente la modifica della legge sull'organizzazione della Posta e un decreto federale concernente la garanzia di capitalizzazione della Posta Svizzera (FF 2021 **1668**)

² RS **783.0**

³ RS **101**

Secondo l'articolo 92 della Costituzione, il servizio universale deve essere "sufficiente". Questo requisito contiene una duplice prescrizione: da un lato, occorre fornire tutte le prestazioni necessarie per raggiungere gli obiettivi del servizio in questione. Dall'altro, le prestazioni in questione devono essere di qualità sufficiente (affidabilità, frequenza, capacità, disponibilità, ecc.) per tutti i gruppi di utenti, quindi anche per le persone con disabilità. Pertanto, i requisiti del capoverso 2 si sovrappongono in parte all'obbligo di cui all'articolo 43a capoverso 4 della Costituzione federale, secondo cui le prestazioni di base devono essere accessibili a ognuno in misura comparabile.

Questi servizi di base dovrebbero in linea di principio essere accessibili in tutte le regioni del Paese e forniti a prezzi ragionevoli. Tuttavia, questo non significa che debbano essere il più economici possibile. I fornitori devono avere la possibilità di realizzare un modesto profitto, in modo che l'incentivo al profitto possa servire da strumento per garantire l'efficienza dei servizi. I requisiti riguardo ai prezzi ragionevoli e alla copertura di tutte le regioni del Paese non possono essere ragionevolmente applicati ad ogni servizio tecnicamente realizzabile e dovrebbero essere applicati solo all'offerta di base destinata a soddisfare un'ampia domanda.

L'articolo 92 capoverso 2 secondo periodo della Costituzione federale precisa che le tariffe sono stabilite secondo principi unitari. Questo non significa che le tariffe debbano essere le stesse in tutto il Paese. Lo scopo di questa disposizione è di assicurare la coesione regionale nel Paese, garantendo che i prezzi delle prestazioni del servizio universale non differiscano eccessivamente da una regione all'altra. Questo obiettivo corrisponde anche al requisito dell'articolo 43a della Costituzione federale secondo cui le prestazioni di base devono essere accessibili a ognuno conformemente al principio di uguaglianza dell'articolo 8 della Costituzione federale.

2.2 Mandato legale

Per attuare il mandato in materia di servizi postali dell'articolo 92 della Costituzione, il legislatore ha adottato da un lato la LPO e l'ordinanza del 29 agosto 2012 sulle poste (OPO)⁴. Questi testi costituiscono il quadro giuridico per l'intera fornitura a titolo professionale di servizi postali e di pagamento da parte della Posta Svizzera nell'ambito del servizio universale. D'altra parte, la legge del 17 dicembre 2010 sull'organizzazione della Posta Svizzera⁵ (LOP) disciplina il modo in cui la Posta, in quanto organismo incaricato in particolare di garantire il servizio universale, è organizzata e definisce i suoi obiettivi rendendola una società per azioni di diritto pubblico.

Lo scopo della LPO (art. 1) è quello di offrire alla popolazione e all'economia un'ampia gamma di servizi postali convenienti e di alta qualità. Intende in particolare garantire a tutti i gruppi della popolazione e in tutte le regioni del Paese un servizio universale sufficiente e a prezzi convenienti, fornendo servizi postali, prestazioni nel settore del traffico dei pagamenti e istituendo condizioni quadro per una concorrenza efficace in materia di servizi postali. La LPO disciplina separatamente i due mandati di servizio universale. Così facendo, possono essere considerate in modo più mirato le diverse necessità e proprietà dei due mercati: logistica e finanza.

⁴ RS 783.01

⁵ RS 783.1

La LPO divide i servizi postali in tre categorie: i servizi riservati (monopolio), i servizi non riservati e i servizi liberi. Il servizio universale comprende i servizi riservati e non riservati.

Servizio universale		Prestazioni esterne al servizio universale: la Posta e i privati possono
Servizio riservato (monopolio): fornito esclusivamente dalla Posta (art. 18 LPO)	Servizio non riservato: la Posta deve assicurare (art. 14-17 LPO):	
lettere fino a 50 g che entrano in Svizzera	lettere oltre i 50 g fino a 1 kg in Svizzera e all'estero	lettere da 1001 a 2000 g, invii espresso, servizi di corriere, invii non indirizzati
	pacchi fino a 20 kg in Svizzera e all'estero	pacchi da 20 a 30 kg
	giornali e periodici in abbonamento con distribuzione regolare	giornali e periodici in abbonamento nel recapito mattutino
	traffico dei pagamenti (gestione di un conto per i pagamenti, versamenti, pagamenti, trasferimenti)	altre prestazioni (ad es. conto risparmio, ecc.)

Tabella 1: Portata attuale del servizio universale nel settore dei servizi postali e del traffico dei pagamenti

La Posta è obbligata per legge a garantire il servizio universale come definito nella LPO e nell'OPO. Nell'ambito del traffico dei pagamenti, il Consiglio federale ha trasferito l'adempimento del servizio universale a PostFinance. La LPO stabilisce quali servizi postali la Posta deve garantire e la loro portata (art. 14 LPO).

L'obbligo di trasporto contenuto nel mandato del servizio universale mira a garantire l'accettazione e il recapito degli invii postali ai sensi della LPO (art. 2 lett. b LPO). Questo è anche associato all'obbligo per la Posta di mantenere in tutto il Paese una rete capillare di punti di accesso. A tal fine, la Posta mette a disposizione un numero sufficiente di cassette postali pubbliche e un'offerta capillare di punti di accesso con servizio (uffici postali, agenzie). Le prestazioni del servizio universale devono essere raggiungibili per tutti gli abitanti del Paese a una distanza e mediante uno sforzo ragionevole.

Il legislatore ha regolato i servizi in dettaglio, ha specificato i requisiti relativi all'accesso alle prestazioni e stabilito ulteriori requisiti di qualità (durata, frequenza, ecc.). Ha definito la distanza ragionevole sotto forma di requisiti concreti di accessibilità. Questi sono soddisfatti se il 90 per cento della popolazione residente permanente di un Cantone può raggiungere, a piedi o con i mezzi pubblici, un ufficio postale o un'agenzia nell'arco di 20 minuti. Nelle regioni urbane e negli agglomerati deve essere garantito almeno un punto d'accesso con servizio. Ogni volta che è superata la soglia di 15 000 abitanti o occupati, deve essere gestito un ulteriore punto d'accesso con servizio.

A differenza dei servizi postali, il mandato di servizio universale nel traffico dei pagamenti non prescrive come deve essere concesso l'accesso alle prestazioni. Le disposizioni, formulate in modo neutrale dal punto di vista tecnologico, consentono a PostFinance di concepire i servizi in modo flessibile e di tenere conto delle mutevoli esigenze dell'economia. Tali servizi possono essere forniti attraverso i canali tradizionali della rete postale (sportelli serviti), distributori automatici (non serviti) o soluzioni digitali. Il margine di manovra è circoscritto dal requisito secondo cui i servizi di pagamento in contanti debbano essere accessibili al 90 per cento della popolazione residente permanente di un Cantone a piedi o con i mezzi pubblici nell'arco di 20 minuti. Nelle zone in cui vi è unicamente un'agenzia, la Posta è tenuta per legge ad offrire la possibilità di effettuare versamenti in contanti a domicilio o in un altro modo appropriato.

Il legislatore fornisce alla Posta dei principi per la determinazione dei prezzi delle prestazioni del servizio universale. Deve fissare i prezzi secondo i principi economici. Da un lato, questo significa che i prezzi devono essere ragionevoli dal punto di vista del cliente. D'altra parte, devono coprire i costi. Questo è importante se si considera che la Posta deve essenzialmente fornire l'infrastruttura nazionale necessaria per la fornitura capillare del servizio universale con risorse proprie. A tale scopo la LPO

concede alla Posta un servizio riservato. Inoltre, gli introiti derivanti dai servizi non riservati e dalle aree soggette al libero mercato devono cofinanziare il servizio universale.

3 Sviluppi e sfide attuali

3.1 Evoluzione del mercato

3.1.1 Mercato postale

Il servizio universale nel settore dei servizi postali e del traffico dei pagamenti riveste una grande importanza finanziaria per il gruppo Posta. Nel 2020 la Posta ha realizzato con il servizio universale circa 3,4 miliardi di franchi di utili, ovvero il 47 per cento del fatturato complessivo del gruppo (7,3 miliardi). Il mandato del servizio universale nell'ambito dei servizi postali ha contribuito per circa il 37 per cento al fatturato del gruppo (2,7 miliardi di franchi).⁶

3.1.1.1 Lettere

Le lettere fino a 2 kg distribuite sul territorio nazionale dalla Posta all'interno del servizio universale sono diminuite costantemente dal 2002, passando da 3 miliardi (picco) a circa 1,7 miliardi di invii nel 2020 (-42%)⁷. Nel 2020 la quota di mercato della Posta sulle lettere spedite in Svizzera era del 96 per cento. Nel mercato della posta-lettere, la Posta mantiene quindi la sua posizione di fornitore chiaramente dominante, davanti a Quickmail. Sebbene, dopo la liberalizzazione parziale del mercato delle lettere, le aziende postali alternative abbiano potuto aumentare continuamente le loro quote di mercato, una gran parte degli invii rimane riservata alla Posta a causa del monopolio residuo. Nel 2020, il 71 per cento delle lettere nazionali recapitate dalla Posta aveva un peso inferiore a 50 grammi.⁸

Con 351 invii (2019), il volume di lettere pro capite⁹ in Svizzera è relativamente alto (AT: 175; DE: 182; FR: 147, IT: 49)¹⁰. Secondo le stime della Posta il volume delle lettere nazionali da lei trasportate scenderà a 1 miliardo entro il 2030, il che corrisponderebbe a un calo di circa il 40 per cento sull'arco di 10 anni. Questo significherebbe che un abitante riceverebbe ancora in media due lettere a settimana. Tale declino è dovuto principalmente alla sostituzione delle lettere fisiche con mezzi di comunicazione elettronici. L'importanza dei clienti privati è in calo da anni. Oggi, circa il 93 per cento delle lettere è inviato dalle aziende (autorità pubbliche comprese). Di conseguenza, le lettere inviate in Svizzera dai clienti commerciali a privati e aziende rappresentano anche la prestazione del servizio universale con il maggior fatturato. L'83% del fatturato delle lettere nazionali è generato dai grandi clienti commerciali che spediscono i loro invii indipendentemente dalla rete postale. Mentre i prodotti per i clienti commerciali sono redditizi, quelli per i clienti privati attestano rendimenti negativi da anni. Ciò è dovuto principalmente al fatto che i clienti privati generano costi più elevati a causa della presa in consegna decentralizzata e del maggiore lavoro di smistamento. Tuttavia, nonostante il calo del loro volume, le lettere rimangono più redditizie dei pacchi.

3.1.1.2 Pacchi

Il volume dei pacchi fino a 20 kg trattati dalla Posta nel settore del servizio universale è aumentato di circa il 65 per cento dal 2002 al 2020. Nel mercato dei pacchi regna una maggiore concorrenza rispetto a quello delle lettere. Nonostante la completa apertura del mercato dei pacchi nel 2004, la quota di mercato della Posta nel settore del servizio universale, basata sul fatturato, si attestava ancora all'83 per cento nel 2020 ed è rimasta costante per diversi anni.¹¹

In termini di volume di pacchi pro capite, la Svizzera si colloca a metà della graduatoria europea con 25 invii nel 2019 (AT: 28; DE: 41; FR: 9, IT: 10)¹². La Posta si aspetta che la forte crescita continui,

⁶ PostCom 2021, pag. 39

⁷ Posta 2021

⁸ PostCom 2021, pag. 14

⁹ Sono compresi anche la corrispondenza internazionale e gli invii di lettere trasportati da fornitori alternativi.

¹⁰ Commissione europea 2021a

¹¹ PostCom 2021, pag. 13

¹² Commissione europea 2021a

ma è difficile fare una previsione precisa. In uno scenario medio, prevede una crescita di circa il 25 per cento entro il 2030. I pacchi nazionali dei clienti commerciali si collocano tra le prestazioni a più alto reddito del servizio universale. I clienti commerciali rappresentano circa il 90 per cento del fatturato.

Negli ultimi anni la digitalizzazione ha dato un forte slancio al commercio elettronico. Rispetto all'anno precedente, il fatturato dei negozi online svizzeri è cresciuto di circa il 27 per cento nel 2020, e per il 2021 è previsto un ulteriore aumento del 15 per cento circa.¹³ Gli acquisti online presso rivenditori nazionali attestano un tasso di crescita maggiore rispetto a quelli all'estero. Nel 2020, le vendite online all'interno del Paese sono aumentate del 32 per cento passando a 11 miliardi di franchi svizzeri, mentre gli acquisti all'estero sono aumentati del 5 per cento raggiungendo un totale di 2,1 miliardi di franchi svizzeri¹⁴. Nonostante questo repentino sviluppo, nel raffronto internazionale la Svizzera si colloca ancora molto al di sotto della media europea in termini di fatturato e-commerce. Nel 2019, solo circa il 15 per cento delle vendite totali al dettaglio erano attribuibili al commercio online. Nell'UE, questa quota raggiungeva già il 18 per cento (2020: 20%), e in Irlanda, in cima alla classifica, era addirittura del 34 per cento (2020: 45%)¹⁵. Ci si aspetta un effetto di recupero per la Svizzera e quindi un ulteriore aumento della rilevanza del commercio online, un fenomeno dimostrato dall'evoluzione degli ultimi anni a livello fruizione da parte della clientela. Gli acquisti online sono aumentati notevolmente in tutti i gruppi di popolazione. Si rilevano grandi differenze soprattutto tra i gruppi di età e i livelli di istruzione, mentre le differenze regionali sono piccole¹⁶.

3.1.1.3 Giornali e periodici

La distribuzione regolare di giornali e periodici in abbonamento è in calo da anni (2002-2020: -12%). Nel 2020 la Posta ha consegnato 964 milioni di copie. Il contributo di copertura di questa prestazione è negativo da anni (2020: -93 milioni di CHF, che corrisponde a un rendimento di -38%). Secondo le stime della Posta, il volume diminuirà di un ulteriore 36 per cento entro il 2030, spinto in parte dall'aumento dell'uso dei media online. Contrariamente al recapito mattutino¹⁷, dove diversi fornitori sono in concorrenza tra loro, la Posta è l'unico fornitore dei servizi inerenti la distribuzione regolare che consegna giornali e riviste insieme ad altri invii in tutto il Paese.

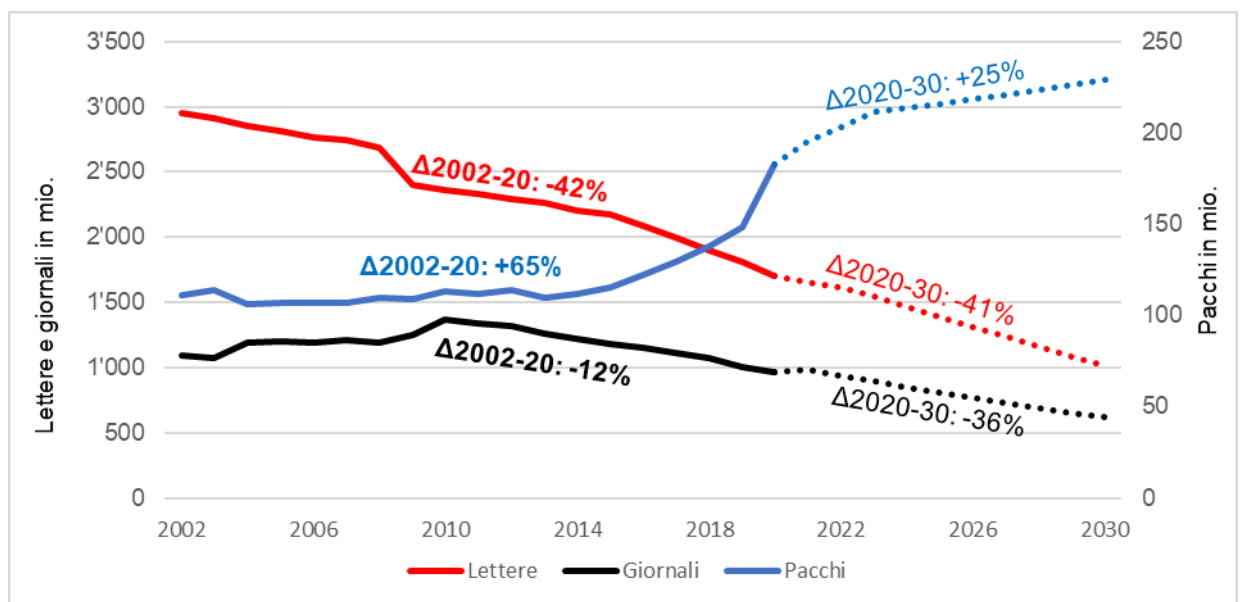


Figura 1: Evoluzione dei volumi della Posta Svizzera dal 2002 e previsioni fino al 2030 (fonte: Posta)

¹³ Zumstein et al. 2021

¹⁴ Handelsverband.swiss 2021

¹⁵ Ufficio federale di statistica 2021a. Per la Svizzera non sono disponibili dati relativi al 2020.

¹⁶ Ufficio federale di statistica 2021b

¹⁷ Consegna dei quotidiani e settimanali nei giorni feriali entro le 6.30 e di domenicali la domenica entro le 7.30

3.1.1.4 Punti di accesso

Stando ai dati della Posta, l'evoluzione dei volumi a livello di gruppo si riflette anche nella rete degli uffici postali. Dal 2000, il volume delle lettere smistate in questa rete è diminuito del 75 per cento, mentre nello stesso periodo il volume dei pacchi è aumentato del 25 per cento circa. Il numero dei versamenti in contanti è diminuito del 57 per cento. L'importanza relativa della rete degli uffici postali è diminuita significativamente negli ultimi anni, dato che ai clienti vengono offerte sempre più alternative per effettuare transazioni postali al di fuori degli uffici postali. Nel 2020, solo il 27 per cento del volume totale delle lettere è stato smistato attraverso la rete della Posta (2005: 41%). Nel caso dei pacchi, il calo è stato meno pronunciato, anche a causa dell'aumento dei ritorni di merce (2005: 30%; 2020: 22%). Per le prestazioni di natura finanziaria si presenta un quadro analogo, anche se le transazioni in contanti del servizio universale continuano a poter essere effettuate solo allo sportello dell'ufficio postale, e non nelle agenzie.

Nel 2020 i clienti privati (comprese le piccole imprese e le istituzioni) hanno consegnato il 16 per cento delle lettere presso gli sportelli postali (agenzie comprese). Oltre la metà delle lettere (59%) sono state consegnate o ritirate presso gli sportelli dei clienti commerciali e l'11 per cento sono state consegnate digitalmente.

Nel confronto europeo, la Posta gestisce una rete molto fitta di punti di accesso serviti¹⁸. La quota di agenzie (54%) si trova significativamente al di sotto della media UE del 78 per cento.

3.1.1.5 Evoluzione a livello regionale

Alle prestazioni del servizio universale viene fatto capo in modo simile in tutte le regioni. La frequenza di invio e di ricezione delle lettere è pressoché identica.¹⁹ Un calo della fruizione è da aspettarsi in tutte le regioni linguistiche²⁰. La popolazione degli agglomerati e delle zone rurali ricorre più spesso al servizio pacchi rispetto a quella che vive in città-nucleo²¹. Questo è probabilmente dovuto al fatto che le città offrono più strutture commerciali fisse raggiungibili a breve distanza. In periferia, invece, certi prodotti vengono ordinati più spesso online, ma una tendenza alla crescita si delinea in tutta la Svizzera.²² Il numero di giornali e periodici distribuiti è in calo in tutte le regioni²³. A causa del calo dell'affluenza, negli ultimi anni la Posta ha ridotto il numero dei propri uffici postali in tutte le regioni, soprattutto nelle zone rurali, pur rispettando le disposizioni di legge. Allo stesso tempo, ha ampliato la sua rete per includere forme alternative di accesso come le agenzie nelle aziende partner, il servizio di consegna a domicilio e gli sportelli automatici per i pacchi²⁴.

3.1.1.6 Innovazioni

Il mercato postale, in particolare il segmento dei pacchi, evolve in un ambiente competitivo e molto innovativo. A causa del forte aumento del commercio online, la velocità e il luogo di consegna acquistano sempre più importanza. Da un lato, le aziende postali ottimizzano costantemente i processi e le procedure interne e dall'altro continuano ad ampliare i loro servizi.

Le innovazioni più visibili sono quelle sull'ultimo miglio, ossia nel processo di consegna: vengono utilizzate forme alternative di consegna (ad es. punti di ritiro senza contatto, consegna nel bagagliaio dell'auto o direttamente nell'appartamento, consegna tramite robot autocontrollati) così come nuove modalità di controllo della spedizione da parte del cliente (ad es. fissazione flessibile del dell'ora/luogo di consegna, tracciamento degli invii).

I progressi tecnologici nell'intelligenza artificiale (IA) e nell'analisi predittiva consentono agli operatori postali di capire sempre meglio e anticipare le esigenze e le caratteristiche individuali dei singoli

¹⁸ Ufficio federale delle comunicazioni 2021: pag. 39

¹⁹ Demoscope 2017: pag. 20, 42-43

²⁰ Link 2020: pag. 13

²¹ Demoscope 2017: pag. 24

²² Link 2020: pag. 43-44

²³ Ufficio federale delle comunicazioni 2021: pag. 28

²⁴ Ufficio federale delle comunicazioni 2021: pag. 35-41

utenti. L'automazione della logistica e della consegna permette una copertura più specifica e conveniente nelle zone rurali.

Ulteriori informazioni sugli sviluppi del mercato in Svizzera e all'estero si trovano nel rapporto dell'UFCOM del 22 gennaio 2021 sulle sfide attuali del Servizio universale nel settore dei servizi postali e del traffico dei pagamenti²⁵.

Bilancio della situazione attuale

- Le lettere sono viepiù sostituite dal digitale e perdono importanza. Entro il 2030 si prevede che ogni abitante riceverà ancora solo due lettere alla settimana.
- Il volume dei pacchi continuerà ad aumentare. Un'offerta di servizi pacchi di alta qualità costituirà un elemento importante per la piazza economica delle regioni. L'invio dei pacchi diventerà ancora più interessante grazie a nuove forme di consegna.
- Entro il 2030, le notizie quotidiane saranno consumate prevalentemente in modalità digitale.
- Gli uffici postali saranno sempre meno frequentati. Allo stesso tempo, emergeranno nuove tecnologie che consentiranno l'accesso ai servizi anche in modalità mobile e senza servizio personale in loco.
- I bisogni e il comportamento degli utenti evolvono in modo comparabile in tutte le regioni.
- La Posta genera la maggior parte delle sue entrate con i grandi clienti commerciali. I clienti privati e le PMI hanno un ruolo minore in qualità di mittenti.

Conseguenze

- L'attuale mandato di servizio universale non rispecchia le nuove esigenze degli utenti. L'offerta odierna non sarà più appropriata nel 2030.
- Pertanto, il mandato di servizio universale deve essere adattato alle mutate esigenze entro il 2030.
- L'azienda responsabile del servizio universale deve ottenere maggiore flessibilità nella fornitura dei servizi affinché possa reagire adeguatamente alla domanda mutevole e dinamica.
- Attualmente, il servizio universale è orientato ai clienti privati. Questo approccio è in contrasto con la struttura reale della clientela, in cui i clienti commerciali rivestono un ruolo di prim'ordine. I grandi clienti commerciali²⁶ generano l'83 per cento del fatturato delle lettere e il 90 per cento del fatturato nei pacchi.

3.1.2 Mercato del traffico dei pagamenti

Ogni transazione di beni e servizi richiede un trasferimento di denaro. Un traffico dei pagamenti sicuro, efficiente e stabile è quindi di importanza centrale per l'economia svizzera e di notevole interesse pubblico. Semplificando, il traffico dei pagamenti può essere suddiviso in due pilastri: il traffico dei pagamenti in contanti e quello dei pagamenti senza contanti. Entrambi i canali di pagamento richiedono ampie misure infrastrutturali.

Per le operazioni di pagamento in contanti, deve essere garantita la fornitura di contanti all'economia nazionale. In Svizzera, il monopolio per l'emissione di banconote spetta alla Banca Nazionale Svizzera (BNS)²⁷, legalmente obbligata a garantire la fornitura di contanti²⁸. PostFinance ha un ruolo importante nelle operazioni di pagamento in contanti. Tramite la Posta mette a disposizione l'infrastruttura, offre servizi di pagamento in contanti su tutto il territorio nazionale contribuendo quindi notevolmente all'inclusione finanziaria e sociale (consentendo l'uso senza dispositivi digitali) in Svizzera. PostFinance restituisce alla BNS il contante che entra nella rete degli uffici postali. In passato, le operazioni di pagamento senza contanti consistevano principalmente in trasferimenti di conto, mentre oggi includono anche i pagamenti tramite carte di debito e di credito o le applicazioni di pagamento mobile. Il mercato dei pagamenti è caratterizzato da una forte dinamica. Il motore principale è il progressivo e crescente aumento della digitalizzazione. Le innovazioni tecniche influenzano la

²⁵ Ufficio federale delle comunicazioni 2021

²⁶ Da analisi della Posta è emerso che circa la metà dei clienti privati è costituita effettivamente da clienti privati. L'altra metà comprende invece PMI e altre istituzioni come ad esempio le associazioni.

²⁷ Art. 7 legge federale sull'unità monetaria e i mezzi di pagamento (LUMP), Rs 941.10

²⁸ Art. 5 cpv. 2 lett. b legge federale sulla Banca nazionale svizzera (LBN), RS 951.11

catena del valore e aprono nuovi mercati (ad es. nella logistica). I fornitori tradizionali di pagamenti senza contanti si trovano sempre più ad affrontare una nuova concorrenza. Anche il coinvolgimento di Big Tech e FinTech così come i progetti digitali delle banche tradizionali incide sul panorama degli attori: servizi finanziari e di altro genere confluiscono sempre di più.

I forti sviluppi nel traffico dei pagamenti senza contanti aumentano la pressione sulle aree di reddito tradizionali e quindi sulla base di costo delle banche tradizionali. La competitività futura delle banche tradizionali dipende da quanto possono sviluppare la loro strategia in linea con il nuovo orientamento. Un fattore che complica le cose per PostFinance è il divieto di concessione di crediti e ipoteche poiché questo limita le sue possibili aree di reddito.

I fornitori di servizi di pagamento senza contanti sono principalmente attori internazionali, tuttavia in molti Paesi giocano un ruolo importante anche le reti nazionali. Particolarmente degne di nota sono le reti di carte Visa e Mastercard²⁹, presenti in tutto il mondo. Oltre ai fornitori internazionali, sono emerse anche reti nazionali, spesso gestite da (gruppi di) banche. In Svizzera sono TWINT³⁰ e la PostFinance Card. Inoltre sempre più persone, soprattutto nei Paesi vicini, puntano sulle “neo banche” o “banche smartphone” (ad es. Revolut, N 26 Klarna, Neon), che non hanno filiali fisiche e consentono un accesso a bassa soglia alle loro prestazioni³¹.

L'avanzamento della digitalizzazione si ripercuote negativamente sulla domanda di classici servizi di pagamento in contanti. Mentre i versamenti e i ritiri di contanti allo sportello postale sono in forte calo da anni, l'uso delle offerte elettroniche è in continuo aumento. Pagare con la carta è diventato particolarmente popolare, sia direttamente con la carta di plastica (carta di debito o di credito) presso il punto di vendita fisico (POS - point of sale) o per mezzo di metodi di pagamento senza contanti elaborati in background offerti da numerose applicazioni di pagamento mobile e metodi di pagamento in Internet. Questa tendenza è spinta dal prezzo, dal livello di sicurezza, dalla disponibilità e dalla diffusione di nuove tecnologie, oltre che dalle mutate abitudini e condizioni quadro dettate dalla pandemia di coronavirus. Un'evoluzione che solleva domande sul potere di mercato di pochi fornitori nel settore delle carte e sulla protezione dei consumatori e dei dati.

Data l'elevata presenza di conti bancari tra la popolazione residente e le imprese in Svizzera, il contante riveste da tempo un ruolo secondario quanto ai pagamenti più considerevoli o regolari (ad es. pagamento dell'affitto o del salario, bollette dell'elettricità, ecc.). Rispetto al sondaggio sui mezzi di pagamento 2017³², le quote di utilizzo sono diminuite massicciamente negli ultimi anni. Tuttavia, il contante è ancora presente in Svizzera e non in tutti i settori viene sostituito da alternative digitali. In termini di protezione della privacy e di mantenimento dell'anonimato durante il processo di pagamento, il denaro contante presenta notevoli vantaggi rispetto ai metodi di pagamento senza contanti. Il contante è usato principalmente come riserva di valore e per pagare piccole somme presso i punti vendita o nei ristoranti. Secondo il sondaggio sui mezzi di pagamento 2020³³, circa il 97 per cento degli intervistati ha contanti nel portafoglio o a casa per le spese quotidiane. L'uso decrescente del contante è più pronunciato nelle aree urbane che nelle regioni rurali, ma può essere osservato in tutte le regioni. Il passaggio dal contante ai mezzi di pagamento senza contanti è diffuso in tutti i gruppi di popolazione, anche se con intensità diversa.

Oggi è difficile valutare in che misura il contante sarà ancora richiesto in futuro. Non è nemmeno chiaro se, quando e in che misura possano essere stabilite valute digitali delle banche centrali. Attualmente, la BNS rifiuta l'introduzione di una tale valuta, almeno per la clientela al dettaglio, anche per ragioni di politica monetaria. Rinvia agli efficaci ed efficienti sistemi di traffico dei pagamenti esistenti.

²⁹ Engl. Card Scheme

³⁰ App di pagamento svizzera. TWINT SA appartiene alle maggiori banche svizzere: BCV (Banque Cantonale Vaudoise), Credit Suisse, PostFinance, Raiffeisen, UBS, Zürcher Kantonalbank nonché SIX e Worldline.

³¹ Ti&M/Hochschule Luzern 2021

³² Banca nazionale svizzera 2018

³³ Banca nazionale svizzera 2021

Tuttavia, è importante notare che per accedere a questi sistemi di traffico dei pagamenti (comprese le carte e le app) occorre oggi quasi sempre detenere un conto. È possibile tenere un tale conto su un telefono cellulare (wallet), ma per ragioni di conformità, anche questo richiede una relazione contrattuale con un fornitore di servizi finanziari. Oggi, l'accesso al traffico dei pagamenti non può essere completamente separato dall'accesso ai servizi di conto.

L'aumento dell'uso dei servizi di pagamento digitali porterà a medio e lungo termine a una minore domanda di punti di contatto fisici e in particolare di sportelli serviti. Il forte calo di frequenza presso gli sportelli postali si ripercuote negativamente sulla redditività della rete postale e quindi sul servizio universale nel traffico dei pagamenti attualmente fornito da PostFinance. Allo stesso tempo, l'ulteriore sviluppo di prodotti del traffico dei pagamenti per il mondo tecnologico richiede investimenti elevati. Giocano un ruolo particolare le economie di scala nell'infrastruttura tecnica e gli effetti di rete. Le reti per il traffico dei pagamenti devono quindi avere una certa dimensione critica per attirare l'attenzione dei clienti e avere un senso a livello economico.

Con la sua ampia base di clienti, PostFinance rimarrà un attore importante nel traffico dei pagamenti anche in un prossimo futuro. Il volume delle transazioni di pagamento in contanti diminuisce, i costi fissi per la fornitura dei servizi devono quindi essere ripartiti su sempre meno transazioni, finché il tutto non ha più senso dal punto di vista economico. Nel settore del traffico dei pagamenti senza contanti, PostFinance è ben posizionata, almeno finora. Vi è tuttavia un rischio generale che l'evoluzione tecnologica riduca la quota di PostFinance nella catena di creazione del valore, il che a medio termine potrebbe ripercuotersi negativamente sui ricavi e sul posizionamento strategico.

Bilancio della situazione attuale

- La digitalizzazione e le innovazioni correlate fanno avanzare rapidamente e fondamentalmente il cambiamento strutturale nel mercato del traffico dei pagamenti.
- Nonostante la crescente diffusione sul mercato delle carte di pagamento e di altri metodi di pagamento innovativi, il mantenimento delle prestazioni in contanti è ancora necessario, almeno finora, per ragioni di politica regionale, sociale ed economica.
- Con il calo delle transazioni in contanti allo sportello, diminuisce l'importanza dei punti di accesso fisici, il che si ripercuote negativamente sulla loro redditività.
- L'obbligo odierno di fornire prestazioni fisiche a livello nazionale non è più finanziariamente sostenibile con mezzi propri a medio e lungo termine.

Conseguenze

- I servizi di pagamento in contanti e senza contanti interagiscono tra loro. L'uso o l'elaborazione di operazioni di pagamento in contanti richiede quasi sempre anche un conto per il traffico dei pagamenti.
- Il mandato del servizio universale è forse troppo ristretto, poiché non include sufficientemente le diverse forme digitali di accesso e non consente modalità di fornitura più efficienti e in funzione dei bisogni (orientate al cliente).
- Il crescente potere di mercato di pochi fornitori di sistemi nel settore delle carte solleva domande sulla protezione dei consumatori e dei dati e sulla necessità di eventuali misure di accompagnamento al mandato di servizio universale.
- Occorre prestare attenzione agli effetti che i nuovi modelli commerciali hanno sulla sicurezza e sull'efficienza dell'infrastruttura del traffico dei pagamenti.

3.2 Condizioni quadro tecnologiche per la sostituzione digitale

La digitalizzazione è il motore centrale del cambiamento delle abitudini di fruizione nella popolazione e nell'economia. La questione riguarda a quali prestazioni del servizio universale saranno utilizzate in futuro e in quale misura dipende fortemente dalle condizioni quadro tecnologiche. Tre fattori sono decisivi per la sostituzione digitale: l'espansione dell'infrastruttura di telecomunicazione, la competenza digitale della popolazione e lo stato di sviluppo delle offerte di e-government. Sul piano della produzione, il progresso tecnologico permette nuove forme di lavoro.

3.2.1 Stato attuale dell'infrastruttura delle telecomunicazioni ed evoluzione futura

Sia per l'uso dei più importanti canali sostitutivi delle lettere (ad es. l'e-mail e le app di messaggia), sia per il traffico di pagamento fisico (e-banking), è sufficiente un'infrastruttura di telecomunicazione con una velocità di trasmissione lenta, inferiore a 10 Mbit/s. La copertura con basse larghezze di banda di trasmissione è garantita oggi su tutto il territorio della Svizzera. Nella maggior parte delle regioni, sono già disponibili larghezze di banda decisamente più elevate. Secondo le stime, circa il 57 per cento delle abitazioni e degli esercizi commerciali sono collegati alle più efficienti tecnologie in fibra ottica (FTTH o FTTB³⁴).³⁵

In Svizzera, l'espansione delle reti a banda larga è tuttora in corso. Entro fine 2025 Swisscom intende collegare alla FTTH circa il 60 per cento delle abitazioni e degli esercizi commerciali, vale a dire praticamente il doppio rispetto al 2019. Nel gennaio 2021 Swiss Fibre NET AG, il partner di Salt e Sunrise, ha annunciato che intende espandere la sua rete in fibra ottica di un sesto, ossia a un totale di 700 000 abitazioni, entro la fine dell'anno.

Nella tecnologia di radiocomunicazione mobile, gli operatori di rete in Svizzera stanno attualmente costruendo le reti di quinta generazione (5G). Una versione di base 5G copre già l'82 per cento del territorio, ovvero il 96 per cento della popolazione in Svizzera. La tecnologia di radiocomunicazione mobile di quarta generazione, che è la più diffusa, copre oltre il 99 per cento del territorio svizzero.

Le aree rurali in Svizzera hanno una copertura relativamente buona: la disponibilità di velocità dati di 30 Mbit/s è significativamente più alta (91,8 %) in confronto alla media europea (59,3 %). In termini di copertura nazionale via fibra ottica fino agli edifici (FTTH/B), la Svizzera ottiene un risultato mediocre nel confronto europeo: 16 dei 30 Paesi europei attestano una copertura FTTH/B superiore alla Svizzera (stato 2019).

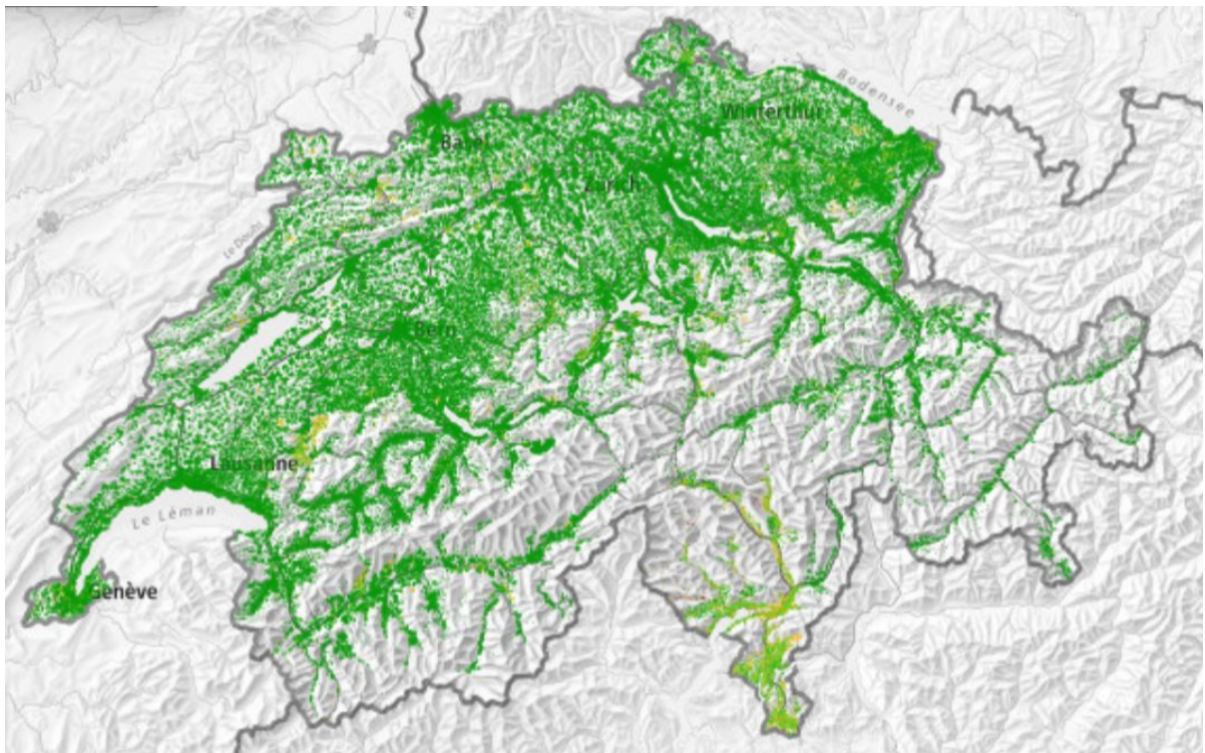


Figura 2: Copertura geografica: banda ultra larga in Svizzera (Upload >= 1 Mbit/s, Download >= 10 Mbit/s)

³⁴ FTTH: Fiber to the home; FTTB: Fiber to the business

³⁵ L'UFCOM, insieme a Swisstopo, gestisce un Atlante della banda larga accessibile al pubblico. È basato sui dati forniti volontariamente dagli operatori di rete e presenta una panoramica della copertura a banda larga. È possibile visualizzare le informazioni dettagliate per determinate regioni. Le cifre più recenti sono di aprile 2021. Disponibile all'indirizzo: www.bakom.admin.ch > Telecomunicazione > Atlante della banda larga.

Bilancio della situazione attuale

- L'infrastruttura di telecomunicazione della Svizzera è molto sviluppata e viene potenziata costantemente.
- L'infrastruttura consente l'uso della comunicazione digitale e dei mezzi di pagamento su tutto il territorio nazionale.

Implicazioni

- La Svizzera ha una buona infrastruttura per attuare ulteriori progressi di digitalizzazione.
- La copertura di Internet è già oggi sufficiente per fornire servizi di comunicazione e pagamento (completamente) digitalizzati.

3.2.2 Competenza digitale

Un altro fattore di successo per digitalizzare processi fisici è la competenza digitale della popolazione. Nella classifica generale dell'International Digital Economy and Society Index (I-DESI)^{36,37}, la Svizzera è al 5° posto dopo gli Stati Uniti, la Danimarca, la Finlandia e i Paesi Bassi.

Nell'integrazione delle tecnologie digitali la Svizzera si trova al primo posto. Questo è dovuto all'alta disponibilità di moderne tecnologie, all'elevato volume di investimenti nelle tecnologie digitali, alla grande quantità di server Internet sicuri e al benessere generale del Paese. Nella digitalizzazione dei servizi pubblici, invece, la Svizzera è molto al di sotto della media e si colloca al 31° posto. Questo perché in Svizzera la disponibilità online di informazioni provenienti dalle autorità, le consultazioni online, il voto elettronico e la disponibilità di open data non sono ancora molto avanzati. Per quando riguarda la connettività e l'utilizzo di Internet, la Svizzera è al 7° posto e per il capitale umano al 9°.

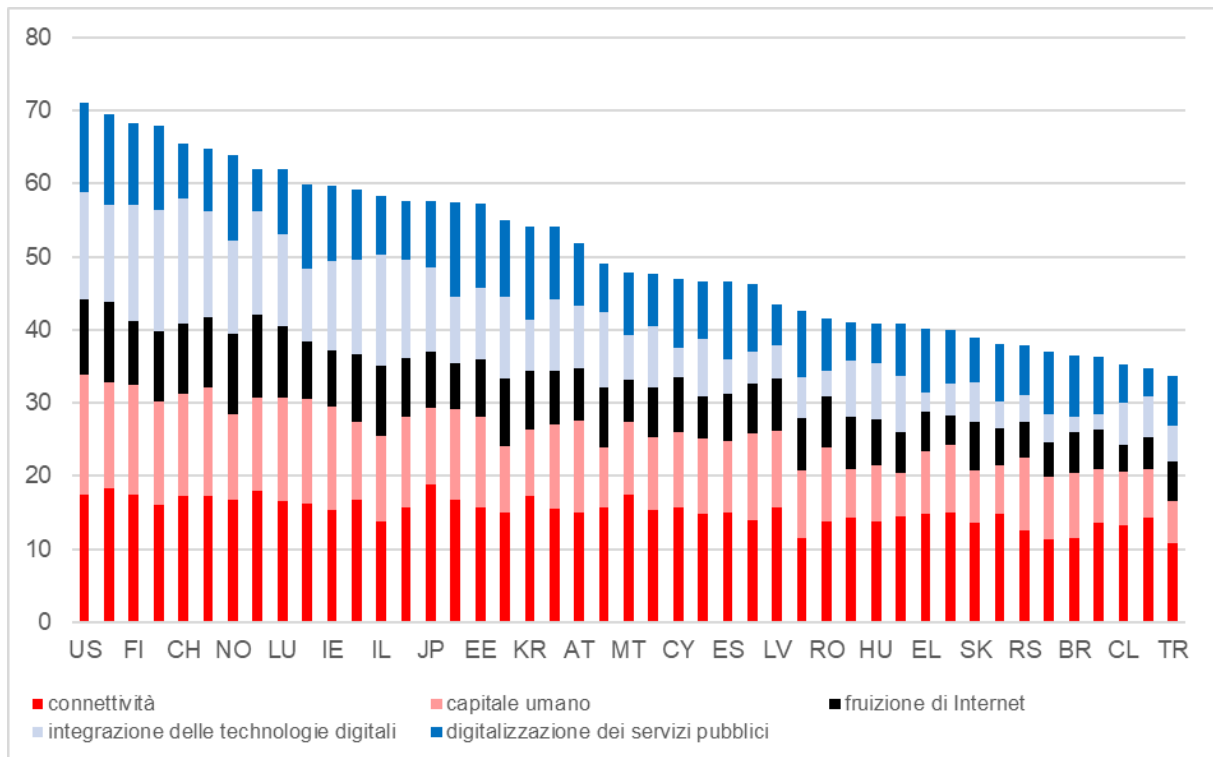


Figura 3: International Digital Economy and Society Index

³⁶ L'I-DESI confronta l'avanzamento della trasformazione digitale in 45 Paesi. Il confronto più recente si basa su dati del 2018. Considera cinque dimensioni: il potenziamento dell'infrastruttura a banda larga e la sua qualità (connettività, 25%), le competenze della popolazione necessarie per utilizzare le tecnologie digitali e per il mercato del lavoro (capitale umano, 25%), la varietà delle aree di applicazione digitale e la loro intensità di utilizzo (fruizione di Internet, 15%), il grado di digitalizzazione dei processi commerciali e lo stato di sviluppo del commercio elettronico (integrazione delle tecnologie digitali, 20%), nonché il progresso della digitalizzazione presso le autorità con particolare attenzione all'e-government (digitalizzazione dei servizi pubblici, 15%).

³⁷ Commissione europea 2021b

L'avanzamento della digitalizzazione si riflette anche nella presenza capillare di smartphone. Circa il 97,2 per cento della popolazione svizzera ne possiede almeno uno³⁸. Si può quindi presupporre che la fruizione di Internet sia profondamente radicata nella vita quotidiana di tutti i gruppi di popolazione. Questo vale anche per i più anziani. Uno studio di Pro Senectute del 2020³⁹ mostra che il 95,9 per cento dei 65-69enni usa regolarmente Internet. Le persone offline, tagliate fuori dalla rete, sono una realtà solo tra gli ultra 85enni; si consideri che l'aspettativa di vita in Svizzera è di 81,0 anni per gli uomini e di 85,1 anni per le donne⁴⁰. Anche in questa fascia d'età, il 38,5 per cento è ancora regolarmente online. Si può supporre che la quota di pensionati con affinità al mondo digitale continuerà ad aumentare. Più che dall'età, il comportamento digitale è influenzato dal grado di istruzione. Tra le persone con un diploma universitario, solo il 4 per cento degli ultra 65enni non accede a Internet. Le differenze regionali giocano un ruolo secondario nella competenza digitale.⁴¹

Bilancio della situazione attuale

- La trasformazione digitale in Svizzera è relativamente avanzata.
- Internet è utilizzato da tutti i gruppi della popolazione nella vita quotidiana.
- Anche le persone anziane sanno usare le tecnologie digitali. Entro il 2030 il numero di persone che non utilizzano Internet continuerà a diminuire.

Implicazioni

- L'attuale offerta di servizio universale risale a un periodo in cui la digitalizzazione della società era molto meno avanzata.
- Entro il 2030 la competenza digitale della popolazione sarà evoluta a tal punto che il mandato odierno impostato in modo analogico non sarà più in grado di soddisfare le esigenze della Svizzera digitale.

3.2.3 Identità elettronica e firma elettronica

La ragione per l'invio fisico di una lettera è spesso dovuta alla necessità di una firma autografa, per identificare il mittente o a causa di requisiti legali come la sottoscrizione di un contratto.

L'identificazione è di solito richiesta per registrarsi su una piattaforma online di un'autorità o di un'impresa, o per acquistare prodotti o servizi su Internet. A tal fine oggi vi sono varie procedure tramite nome utente e password.

Con l'identità elettronica (e-ID) e la firma elettronica qualificata (QES) esistono delle soluzioni tecnologiche, anche se ancora poco diffuse in Svizzera. Manca inoltre una forma uniforme di identificazione che possa essere usata per tutte le applicazioni. Per questo motivo, il Consiglio federale e il Parlamento hanno elaborato una legge per un'e-ID riconosciuta a livello federale. La legge è stata bocciata dal popolo il 7 marzo 2021.

Il 17 dicembre 2021, il Consiglio federale ha determinato i principi per la definizione di un futuro documento d'identità statale. Il Consiglio federale vuole procedere rapidamente con la creazione di un'e-ID statale. Questa dovrebbe dare agli utenti il maggior controllo possibile sui loro dati (self sovereign identity). La protezione dei dati dovrebbe essere garantita dal sistema stesso (privacy by design), ma anche minimizzando i flussi di dati necessari (principio dell'economia dei dati) e dalla registrazione decentralizzata dei dati. L'e-ID deve basarsi su un'infrastruttura gestita dallo Stato e potrebbe essere disponibile per servizi pubblici e privati come prova d'identità per varie applicazioni. L'avamprogetto della nuova legge sull'e-ID sarà sottoposto a consultazione a metà 2022.⁴²

La Svizzera è in ritardo nella digitalizzazione dei processi commerciali. Meno del 45 per cento di tutti i documenti sono oggi completamente digitalizzati. Allo stesso tempo, circa il 50 per cento di tutti i

³⁸ Comparis 2020, pag. 11

³⁹ Pro Senectute 2020

⁴⁰ Ufficio federale di statistica 2021c

⁴¹ Ufficio federale di statistica 2021d

⁴² Consiglio federale 2021

documenti devono essere firmati. Non è raro che la sottoscrizione di un contratto sia l'ultimo elemento analogico di un processo altrimenti digitale. La fornitura di servizi nel campo dell'identità e della firma elettroniche è soggetta a una severa regolamentazione. In Svizzera (FiEle) e nell'UE (eIDAS) si applicano standard diversi, e la regolamentazione nell'UE è più matura. Swisscom Trust Services è l'unico fornitore europeo a coprire entrambi gli spazi giuridici. La firma elettronica qualificata offre il più alto livello di protezione, è facile da usare ed è equiparata a una firma autografa. Il suo utilizzo richiede un'identificazione personale. Finché non esiste un'identificazione elettronica riconosciuta, questa deve essere effettuata di persona. In Svizzera l'identificazione tramite video è permessa solo per intermediari finanziari. I possibili campi di applicazione della firma elettronica qualificata sono le banche, le telecomunicazioni, la sanità, l'intrattenimento e le applicazioni B2B. Le principali condizioni affinché l'e-ID e la QES abbiano successo sono la possibilità di identificazione elettronica, una crescente diffusione dei campi di applicazione e del numero di utenti (effetti di rete), nonché i requisiti di trasparenza e per la lotta contro la corruzione (compliance). Oggi, la firma elettronica qualificata è usata circa 150 000 volte al mese, di cui circa la metà all'estero.

Bilancio della situazione attuale

- La Svizzera è in ritardo nella digitalizzazione dei processi commerciali e delle autorità.
- L'e-ID e la QES sono importanti prerequisiti per passare con successo dalla comunicazione analogica a quella digitale.
- L'e-ID e la QES sono particolarmente importanti per l'introduzione dell'e-government, della sanità elettronica e del voto elettronico.
- Tuttavia, lo sviluppo del servizio universale postale tradizionale è fondamentalmente possibile anche senza l'e-ID e la QES.
- L'introduzione di un login uniforme potrebbe accelerare la rete digitale di privati, imprese e autorità e lo scambio di servizi digitali tra loro.
- Grazie alla sua presenza capillare su tutto il territorio, nel campo dell'identificazione fisica la Posta potrebbe contribuire alla diffusione di questa tecnologia.

Implicazioni

- Lo Stato deve provvedere affinché soluzioni affidabili siano sviluppate e introdotte rapidamente. In particolare, dovrebbero essere portati avanti i servizi di e-government affinché la popolazione possa contattare le autorità anche in modo digitale.
- Entro il 2030, l'e-ID e la QES si affermeranno e saranno utilizzate in tutto il Paese. Questo sconvolgerà il processo sostitutivo della corrispondenza epistolare delle autorità.
- Un login uniforme basato sull'e-ID per accedere alle piattaforme di commercio elettronico promuoverà l'utilizzo di queste offerte.

3.2.4 Condizioni di lavoro

La digitalizzazione ha anche promosso nuove strutture e forme di lavoro. Processi monotoni e ripetitivi sono sempre più spesso svolti da macchine, il telelavoro⁴³ sta diventando un fatto ovvio, gli orari di lavoro diventano più flessibili e i confini tra lavoro e vita privata vanno scomparendo⁴⁴. Allo stesso tempo sono venuti a crearsi piattaforme e canali di comunicazione che fanno scomparire la classica divisione tra datore di lavoro e collaboratore. Nell'economia delle piattaforme, stanno emergendo nuovi rapporti di lavoro atipici, come i rapporti di lavoro temporanei o quelli con orari di lavoro variabili a breve termine. Anche nella logistica postale aumenta la percentuale dei nuovi tipi di rapporti di lavoro. I fornitori di servizi postali vi fanno capo per offrire servizi più flessibili (ad es. consegna tutti i giorni della settimana o di notte) e più economici.⁴⁵

⁴³ Con telelavoro si intende lavorare da casa o da qualsiasi altro luogo.

⁴⁴ Zukunftsinstitut 2021

⁴⁵ European Regulators Group for Postal Services 2019, pag. 7 seg.

Bilancio della situazione

- La digitalizzazione porta a sconvolgimenti strutturali nell'organizzazione del lavoro.
- A seguito dell'automazione e delle nuove tecnologie, sono necessari collaboratori con qualifiche diverse.
- Il luogo di lavoro e l'orario di lavoro diventano sempre più flessibili.
- La classica divisione tra datore di lavoro e collaboratore è sempre meno chiara.

Implicazioni

- Il cambiamento strutturale nel mondo del lavoro è prevedibile e non può essere fermato.
- Questo cambiamento deve riflettersi anche nel mandato di servizio universale, per garantire una transizione il più possibile controllata e socialmente accettabile.

3.3 Evoluzione sociale e geografica

Nei prossimi anni, l'evoluzione sociale e geografica della Svizzera sarà caratterizzata da diversi fattori, i più rilevanti sono i cambiamenti demografici, la crescente mobilità, l'avanzamento della globalizzazione, la digitalizzazione e l'individualizzazione, ma anche il cambiamento climatico.⁴⁶ Questi mutamenti influenzano da una parte la domanda di servizi postali e del traffico dei pagamenti, e dall'altra il contesto in cui agiscono i fornitori e sono offerti i servizi.

3.3.1 Demografia e mobilità

La popolazione svizzera aumenterà nei prossimi 30 anni, soprattutto a causa della migrazione. Nel 2020, vi erano 8,7 milioni di residenti permanenti in Svizzera. L'Ufficio federale di statistica (UST) stima che, se la crescita continua al ritmo attuale, la popolazione passerà a 9,4 milioni di persone entro il 2030 e a circa 10,4 milioni entro il 2050.⁴⁷

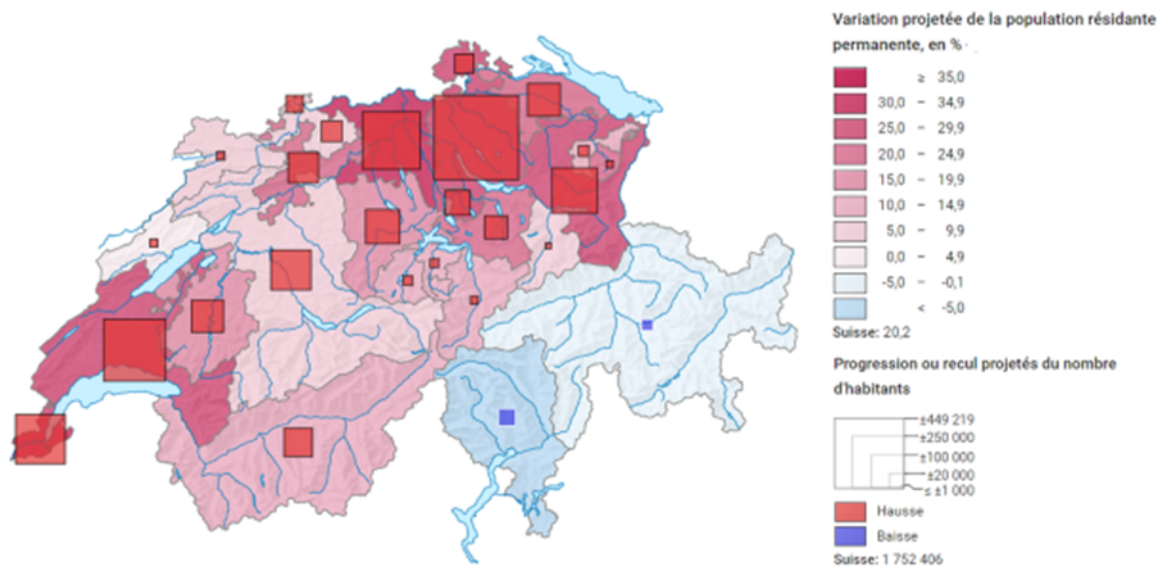


Figura 4: Evoluzione della popolazione 2020+, variazione prevista della popolazione residente permanente 2020-2050⁴⁸

Si prevede che l'evoluzione della popolazione varierà a seconda dell'area geografica. Nelle grandi regioni continuerà la tendenza all'urbanizzazione. È prevista una forte crescita economica e demografica soprattutto negli agglomerati, mentre potrebbe essere da moderata a negativa nelle aree rurali e alpine (ad es. in GR e TI). All'interno delle regioni, gli sviluppi sono contrastanti. Per le aree urbane e i centri regionali si prevede in gran parte una crescita della popolazione e dell'economia -

⁴⁶ Consiglio per l'assetto del territorio 2019

⁴⁷ Ufficio federale di statistica 2020a, pag. 10 (scenario di riferimento)

⁴⁸ Ufficio federale di statistica 2020b. Non disponibile in italiano

nelle Alpi spesso lungo le pianure multifunzionali delle valli⁴⁹ - mentre le valli laterali remote saranno caratterizzate da un ulteriore calo della popolazione. A livello strutturale, nelle zone rurali ci sono più imprese del settore primario e secondario e PMI, piuttosto che grandi imprese.

Con la crescita demografica ed economica, aumenterà anche la mobilità. I centri e gli agglomerati devono far fronte alla forte domanda di infrastrutture e reti, mentre nelle zone rurali sono d'importanza prioritaria la fornitura e il finanziamento dei servizi di trasporto pubblico, consoni alle esigenze, nonché l'interconnessione del trasporto individuale motorizzato (TIM) con i servizi di trasporto pubblico. In futuro, sviluppi come la sharing economy, orari e forme di lavoro, scolarizzazione e apertura più flessibili, una società sempre più attiva 24 ore su 24, così come l'automazione e la digitalizzazione della mobilità, incideranno probabilmente in vari modi sui servizi di trasporto e di mobilità.⁵⁰

L'impatto della pandemia di coronavirus in corso sui flussi di pendolari è una questione aperta. Attualmente, si presume che perdurerà la tendenza a spostare rapidamente i posti di lavoro dagli uffici centrali alle zone residenziali o ai sottocentri.⁵¹ Nella crisi, si delinea un aumento delle forme di vita multilocali. Questo sviluppo, che era già iniziato prima della pandemia, interessa soprattutto le località turistiche alpine. I collaboratori lavorano sempre più spesso in luoghi flessibili per periodi di tempo più lunghi (ad es. abitazioni secondarie e case di vacanza).⁵²

Le statistiche mostrano che l'invecchiamento della popolazione sta avanzando e si accentuerà tra il 2020 e il 2030. Secondo lo scenario di riferimento, il numero di persone con un'età di 65 anni o superiore aumenterà da 1,6 milioni (2020) a 2,7 milioni (2050). In questo periodo la loro quota in rapporto alla popolazione totale passerà dal 19 per cento al 26 per cento. Il processo di invecchiamento varierà da regione a regione. Le aree rurali e periferiche saranno più colpite delle aree urbane.

Il livello di istruzione della popolazione svizzera aumenterà notevolmente nei prossimi anni. La quota di persone tra i 25 e i 64 anni con un titolo di livello terziario passerà⁵³ dal 44 per cento (2019) a oltre il 55 per cento (2040). Mentre nei prossimi anni la proporzione di persone che non ha completato l'istruzione post-obbligatoria si assesterà probabilmente intorno al 10 per cento.

Bilancio della situazione attuale

- Nei prossimi anni, a prescindere dallo sviluppo dell'utenza, la crescita demografica ed economica porterà ad un aumento della base potenziale di clienti per i servizi postali.
- Allo stesso tempo, aumenta anche la mobilità. Vi sarà un'interconnessione tra il trasporto individuale motorizzato e i trasporti pubblici. Le offerte a livello di mobilità stanno cambiando a causa della digitalizzazione.
- L'uso di nuovi media e tecnologie da parte di privati e imprese continuerà ad avanzare.
- Tutti questi sviluppi varieranno da regione a regione.

⁴⁹ Consiglio per l'assetto del territorio 2019, pag. 15

⁵⁰ Ufficio federale dello sviluppo territoriale 2017

⁵¹ Espacesuisse 2021

⁵² Bürgin et al. 2021

⁵³ Formazione professionale superiore e scuole universitarie

Implicazioni

- A causa della crescita demografica ed economica diversa a seconda dell'area geografica, un servizio universale decentralizzato rimane importante per garantire la coesione sociale.
- Nelle aree urbane, l'aumento della mobilità e della densità della popolazione implica un raggruppamento delle infrastrutture e dei servizi logistici.
- Nelle zone rurali periferiche con una crescita demografica ed economica da debole a negativa, occorrono infrastrutture e prestazioni di servizio universale integrative, tese a sfruttare al meglio le sinergie. Per questo è necessario dare un margine di manovra ai Comuni e alle regioni.
- Il crescente peso della mobilità richiede nuovi concetti per i cicli economici e logistici, che influenzeranno anche la logistica dei pacchi.
- L'aumento della separazione territoriale tra casa, lavoro e altri luoghi di soggiorno (ad es. durante il tempo libero) richiede approcci nuovi e flessibili nella distribuzione postale.
- La maggiore interazione tra TIM e trasporti pubblici e i nuovi concetti di mobilità offrono nuovi potenziali per la presa in consegna, il trasporto e la distribuzione di lettere e pacchi.
- Nella pianificazione e nell'implementazione del servizio universale postale devono essere prese in considerazione le capacità dei diversi gruppi di popolazione (ad es. a livello di istruzione, dei gruppi di età o dei gruppi vulnerabili⁵⁴).

3.3.2 Comportamento della clientela

Il comportamento comunicativo della clientela e delle imprese continua a evolvere. I processi analogici sono sempre più spesso sostituiti da canali digitali. La diffusione dei codici QR nella pandemia di coronavirus sta rafforzando questa tendenza. L'uso crescente degli smartphone e di Internet cambia anche il comportamento di acquisto. Si ordina sempre più spesso online. Le persone spendono sempre di più per beni ed esperienze immateriali e digitali. Vi è la tendenza a passare dal possesso all'utilizzo di beni. Poiché molti di questi vengono solo usati e non più acquistati, cambia anche il ruolo del consumatore. Allo stesso tempo, sopraggiunge una delocalizzazione. La digitalizzazione e la logistica intelligente stanno slegando il consumo, la produzione e la distribuzione da luoghi specifici. I prossimi progressi tecnologici porteranno avanti questo processo di delocalizzazione.

Emergeranno una moltitudine di nuovi modelli commerciali e forme di acquisto. Le offerte analogiche saranno sempre più richieste solo per la necessità di contatti sociali. In futuro, il consumo quotidiano potrà essere sempre più gestito da macchina a macchina. Le piattaforme collegheranno persone e tecnologia. Quelle odierne come Uber, Facebook o Ebay sono limitate a poche funzioni o servizi. C'è da aspettarsi che in futuro avverrà un consolidamento delle piattaforme. La seguente tabella mostra come la digitalizzazione sta cambiando le strutture, i processi e le aspettative della società.

⁵⁴ Con gruppi vulnerabili sono generalmente intese persone con accesso limitato ed esigenze speciali. Le ragioni possono essere, ad esempio, limitazioni fisiche e/o psichiche o la mancanza di accesso a Internet (nonliner).

Società analogica	Società digitale
Prodotto, merce – materiale	Servizi – immateriali Molti prodotti fisici possono essere sostituiti da servizi in rete. Proprio come i servizi di streaming per la musica hanno ad esempio sostituito i tradizionali supporti audio, altre categorie di beni assumeranno in futuro una dimensione immateriale.
Acquirente, proprietario	Utente Invece di comprare i beni stessi, vengono solo utilizzati quando e dove sono necessari. Il settore della mobilità mostra in che direzione avanza lo sviluppo. Al posto dei veicoli, si vende il trasporto da A a B - indipendentemente dal mezzo di trasporto.
Località fissa, domicilio, luogo di lavoro, luogo di vendita	Delocalizzazione Vivere, lavorare e fare compere non sono più vincolati al luogo. Il numero di cellulare diventa più importante dell'indirizzo di casa e l'infrastruttura di comunicazione più importante dell'infrastruttura di trasporto.
Orari di apertura, scadenze	In tempo reale I servizi digitali sono disponibili in qualsiasi momento e immediatamente, senza dover aspettare.
Pagamento in denaro – property right (diritti di proprietà)	Pagamento con i dati – privacy right (diritti di riservatezza) I servizi digitali sono prevalentemente gratuiti. Il pagamento avviene rivelando dati personali.

Tabella 2: Come la digitalizzazione trasforma le strutture, i processi e le aspettative – i cambiamenti più importanti

Bilancio della situazione attuale

- Le abitudini di acquisto evolvono: il consumo e i servizi diventano sempre più digitali, immateriali e indipendenti da luoghi e orari di apertura fissi.
- I beni di consumo sono sempre più sovente presi in affitto invece che acquistati.
- I servizi digitali sono spesso offerti gratuitamente. La clientela paga con i propri dati personali invece che in denaro.

Implicazioni

- L'aumento degli ordini online avrà un impatto sulla logistica dei pacchi, che - a differenza della logistica delle lettere - sarà sottoposta a una maggiore pressione entro il 2030. La clientela diventa sempre più mobile e desidera ricevere la merce ordinata ovunque e immediatamente.
- La logistica diventa sempre più complessa poiché deve reagire a cambiamenti di luoghi e tempi di consegna a breve termine.
- Questi sviluppi hanno anche un grande impatto sulla raggiungibilità delle prestazioni del servizio universale. In futuro, l'accesso deve essere formulato in modo neutrale sul piano tecnologico per garantire una maggiore flessibilità.
- Occorre considerare maggiormente la protezione dei dati personali.

3.3.3 Trasformazione verde

A lungo termine anche la trasformazione verde modificherà probabilmente il comportamento della clientela. In particolare, cresce la sensibilità per i costi esterni dei servizi postali, come le emissioni di CO₂ generate durante il trasporto delle merci ordinate, il materiale di imballaggio, invii pubblicitari indesiderati o l'invio cartaceo di fatture e comunicazioni ufficiali dei Comuni. Un indicatore di questa maggiore sensibilità è la compensazione volontaria di CO₂ da parte di alcuni clienti Galaxus: il 10 per cento degli acquirenti paga una tassa sul clima. L'età influenza questo comportamento. Mentre il 13 per cento dei 20-29enni paga questa compensazione per i propri ordini, si tratta dell'8 per cento dei 60- 69enni e solo del 5,6 per cento degli ultraottantenni. Anche il domicilio gioca un ruolo. Chi versa più compensazioni abita in Cantoni con una grande popolazione urbana (Basilea-Città, Berna e Zurigo)⁵⁵.

⁵⁵ Galaxus 2021

La trasformazione verde influenza il modo in cui la clientela desidera che i propri pacchi siano trasportati e sia fornita trasparenza sull'impatto ambientale correlato. Aumentano le esigenze nei confronti delle imprese di logistica. Ad esempio, ci si aspetta che la loro flotta di veicoli sia gestita nel modo più ecologico possibile con combustibili alternativi come il sole, l'acqua e il vento. Attualmente vi è una chiara tendenza verso la mobilità elettrica. La flotta di veicoli, a sua volta, deve essere organizzata nel modo più efficiente possibile; l'uso di algoritmi consente di definire percorsi di consegna più brevi possibili così da ridurre le corse a vuoto. Considerati l'aumento dei pacchi ritornati⁵⁶, nonché la scarsità di risorse e l'aumento dei prezzi delle materie prime e dell'energia, si sollecita sempre di più all'uso di sistemi di imballaggio a basso spreco. Il cambiamento digitale potrebbe forzare la riduzione dei rifiuti. Allo stesso tempo emergono nuove esigenze di una società nel campo del riciclaggio o dell'economia circolare. Indipendentemente dalla logistica, la trasformazione verde potrebbe parlare a favore di una strategia di investimento verde o di prodotti di investimento verdi.

In futuro, non si tratterà solo di discutere quali offerte il servizio universale debba includere ma anche come concepirle in modo che siano orientate al futuro. Sia l'uso di sistemi riutilizzabili, sia un utilizzo più efficiente della flotta o la riduzione delle corse a vuoto presuppongono l'interoperabilità delle piattaforme logistiche. La politica potrebbe promuoverle definendo degli standard che tutte le imprese di logistica attive nel mercato devono rispettare. Questo potrebbe essere regolato, ad esempio, nel quadro dell'attuale obbligo di notifica, analogamente al rispetto delle condizioni di lavoro abituali nel settore.

Bilancio della situazione

- Con l'aumento della consapevolezza ecologica, aumentano le aspettative degli utenti nei confronti delle imprese di logistica.
- Le richieste per una flotta efficiente sul piano energetico, l'uso di materiale di imballaggio ecologico o l'aumento degli sforzi di riciclaggio sono fondate e importanti. Non possono tuttavia essere disciplinate nel quadro del servizio universale postale.

Implicazioni

- In futuro i servizi postali e di pagamento dovrebbero essere forniti nel modo più ecologico possibile. Le imprese di logistica dovrebbero essere obbligate a usare le risorse in modo efficiente. I requisiti si applicheranno a tutti gli attori del mercato e potrebbero essere vincolati ad esempio all'obbligo di notifica.
- Una logistica ecologica richiede la collaborazione di tutti gli attori, sia nell'ambito dei sistemi di imballaggio riutilizzabili che nella riduzione delle corse a vuoto.
- Un servizio universale capillare su tutto il territorio per la distribuzione dei pacchi potrebbe essere usato come base per modelli commerciali dell'economia circolare o come componente della logistica delle smart city.

4 Sviluppi attuali nei paesi dell'UE e sforzi per riformare la direttiva postale dell'EU

Nell'UE, la direttiva europea sui servizi postali⁵⁷ costituisce il quadro legale del servizio universale postale. Comprende fra l'altro disposizioni comuni sulla fornitura di servizi postali e di un servizio universale, ma non sul traffico dei pagamenti. Come in Svizzera, nello scorso decennio numerosi Stati membri hanno registrato un forte calo del volume della posta-lettere, ciò che ha messo sotto pressione il finanziamento del servizio universale. Per garantire un finanziamento sostenibile, i responsabili

⁵⁶ Zalando 2019

⁵⁷ 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, modificata dalla direttiva 2002/39/CE e dalla direttiva 2008/6/CE (GU L 15 del 21.1.1998, pag. 14).

politici e gli organi di regolamentazione hanno reagito con misure volte a ridurre i costi o indennità statali. La tabella seguente mostra alcune delle misure adottate^{58,59}.

Paese	Indennità		Adegualiamenti più recenti
	Meccanismo	% quota di utili della posta-lettere	
DE Deutsche Post	Nessuna indennità	-	2019-oggi: esame dei volumi in corso, con focus sulla copertura delle regioni periferiche, frequenza del recapito, accesso a prestazioni parziali nell'ambito dei pacchi
FR La Poste	Compensazione per servizi d'interesse economico generale ⁶⁰	2.0 %	Dal 2023: aumento di +500 milioni di euro l'anno dell'indennità statale e adeguamento dei tempi di consegna delle lettere standard da E+2 a E+3
UK Royal Mail	Rete di uffici postali finanziata dallo Stato	1.2 %	2006: abolizione di gran parte degli invii di massa di lettere 2011: abolizione dei restanti invii di massa di lettere
NO Posten	Compensazione dei costi netti	3.2 %	2016: abolizione del recapito di sabato 2018: adeguamento del tempo di consegna più rapido da E+1 a E+2 2019: riduzione della frequenza di distribuzione delle lettere da 5 a 2.5 giorni alla settimana
FI Posti	Nessuna indennità	-	2011: adeguamento del tempo di consegna più rapido da E+1 a E+2 2017: ulteriore riduzione a E+4, riduzione della frequenza di distribuzione nelle regioni urbane (con distribuzione mattutina dei giornali) da 5 a 3 giorni alla settimana
NL PostNL	Nessuna indennità	-	2013: maggiore flessibilità nella fissazione dei prezzi 2014: abolizione della distribuzione di lunedì 2019: approvazione della fusione fra PostNL e Sand (ultimo concorrente sul mercato della posta-lettere)
IT Poste Italiane	Compensazione dei costi netti		2015: distribuzione nelle regioni periferiche ogni 2 giorni; rincaro lettere E+1, nuova lettera standard E+4
DK PostNord	Sovvenzionamento della ristrutturazione	3.2 %	2009: distribuzione ogni 2 giorni 2010-2016: aumento dei prezzi delle lettere E+1 2016: abolizione della lettera E+1 2019: distribuzione di lettere una volta alla settimana

Tabella 3: Adeguamenti del servizio postale universale nel raffronto europeo

Considerati i cambiamenti fondamentali sul mercato, la Commissione UE sta esaminando una revisione della direttiva sui servizi postali. A tale scopo ha verificato se la direttiva ha raggiunto i suoi obiettivi, se continua ad adempiere il suo scopo ed ha analizzato l'attuale e futuro bisogno di prestazioni postali da parte dei consumatori. Il dato più significativo è che il mantenimento di una qualche forma di servizio di base per tutti i cittadini dell'UE è giustificato. Al contempo si riconosce

⁵⁸ Benché numerosi allentamenti dei mandati del servizio universale non siano in linea con la direttiva sui servizi postali, la Commissione UE ha sinora rinunciato a comminare sanzioni.

⁵⁹ La selezione tiene conto fra l'altro di Paesi con un livello di digitalizzazione elevato (DK, NL, SE) e medio (AT, DE, FR, UK). La Svizzera è anch'essa caratterizzata da un grado di digitalizzazione medio.

⁶⁰ I servizi d'interesse economico generale sono prestazioni legate al mercato che vengono fornite nell'interesse della comunità e sono connesse con particolari obblighi di rispondere all'interesse generale.

però l'esistenza di determinati problemi. L'utilità dei servizi postali per la società diminuisce, mentre la loro fornitura diventa sempre più cara. Gli sforzi come la completa liberalizzazione del mercato della posta-lettere e la realizzazione del mercato interno non hanno portato ad una concorrenza efficace nella misura auspicata. Nel settore delle lettere, in tutti gli Stati membri si constata l'assenza pressoché totale di concorrenza. L'apertura del mercato, inoltre, non ha portato all'emergere di fornitori paneuropei di servizi nell'ambito della posta-lettere. L'assenza quasi totale di concorrenza è dovuta, oltre che agli elevati costi di accesso al mercato, soprattutto alla mancanza di prescrizioni armonizzate e di regole di accesso al mercato che si iscrivono nel diritto procedurale. Le norme non sono attuate a sufficienza, ciò che porta a incertezza giuridica e a problemi di interoperabilità⁶¹.

Bilancio della situazione attuale

- Gli sviluppi osservati sul mercato in Svizzera coincidono con le esperienze fatte dai Paesi UE. In molti Paesi UE tale evoluzione è più avanzata.
- Al fine di stabilizzare il servizio universale sotto il profilo finanziario, o è stato adattato il mandato di prestazioni o sono stati indennizzati i costi del servizio universale.
- In parte, la frequenza media di distribuzione della posta è stata ridotta. Altri Paesi hanno o ridotto i prodotti e le prestazioni che rientrano nel servizio universale, o abbassato i requisiti in materia di qualità del servizio.
- La piena apertura del mercato non ha avuto gli effetti previsti.

Implicazioni

- Un servizio universale capillare si giustifica anche in futuro, ma va modernizzato e adeguato alla domanda.
- Occorre chiarire quali prodotti e prestazioni, e quindi quali prestazioni correlate, debbano essere compresi nel servizio universale.
- Uno sguardo all'estero fornisce elementi preziosi ed esempi per il futuro sviluppo del servizio universale svizzero. Nel caso di un'eventuale revisione occorrerà tenere in considerazione anche tali elementi.

5 Legittimazione

5.1 Argomenti giuridici

La Confederazione ha la responsabilità di provvedere affinché vi sia un servizio universale postale a prezzo ragionevole su tutto il territorio nazionale (art. 92 cpv. 2 Cost.; cfr. anche cap. 2.1). Dispone di un ampio margine di manovra riguardo a come assumersi tale responsabilità. Non è tenuta ad adempiere personalmente al compito (responsabilità di adempimento): può delegare la fornitura del servizio universale anche a privati e, stabilendo condizioni quadro adeguate, può adoperarsi per garantire tale fornitura (responsabilità di garanzia). Se le prestazioni sono fornite in misura sufficiente dal mercato, la Confederazione può limitarsi a un semplice ruolo di osservatore.

Non esiste una definizione comunemente accettata di servizio universale. Deve in ultima analisi essere una decisione politica a chiarire ciò che tale servizio ingloba o meno. Nonostante gli sviluppi e le sfide descritti, a medio termine non è ipotizzabile una rinuncia totale al servizio universale in ambito postale. Il mandato di servizio universale va però adeguato alle mutate esigenze sociali ed economiche. Le prestazioni che a causa della digitalizzazione e del progresso tecnico non vengono più usate attivamente da una parte sufficientemente ampia della popolazione, delle imprese e delle autorità, o per le quali esistono alternative accettabili, possono essere tolte dal servizio universale. Al contempo, va chiarito se in futuro si prospetta l'emergere di nuovi temi nell'ambito della comunicazione e della logistica per i quali, per ragioni politico-economiche, politico-sociali o di politica regionale, servirà un servizio universale.

⁶¹ Commissione europea 2021c

5.2 Motivi degli interventi statali

In un sistema basato sull'economia di mercato, va considerata la possibilità di un intervento statale qualora il libero mercato non sia in grado di fornire alla società un determinato bene o una certa prestazione in modo ottimale. Sotto il profilo economico, un intervento si giustifica unicamente se può garantire una fornitura migliore rispetto a quella di prima. Una fornitura subottimale da parte del mercato può essere dovuta a un fallimento allocativo del mercato⁶² o a risultati di mercato non auspicabili sotto il profilo della politica di distribuzione.

Vanno distinte dal fallimento allocativo del mercato situazioni in cui le dinamiche di mercato fondamentalmente funzionano, ma il mercato non garantisce la quantità, qualità o il prezzo auspicabile sotto il profilo sociale. In questo caso l'intervento statale si iscrive nella politica di distribuzione per favorire la coesione regionale e/o la solidarietà sociale.

In base al mandato costituzionale, la Confederazione deve provvedere affinché sia fornito un servizio universale sufficiente e capillare comprendente servizi postali e di telecomunicazione a prezzi unitari (cfr. cap. 5.1). Il pari trattamento della popolazione nella fornitura di beni e prestazioni d'uso quotidiano in tutte le regioni è importante per la coesione sociale e anche nel 2030 rimarrà un fattore decisivo per il benessere e la qualità di vita in Svizzera. Il plurilinguismo, le differenze geografiche, le peculiarità delle condizioni di vita nelle città densamente popolate, negli insediamenti remoti nelle valli e nei villaggi di montagna richiedono particolare attenzione da parte del legislatore, che deve tenerne conto affinché in tutte le parti del Paese sia garantito un accesso affidabile a servizi logistici, di comunicazione e del traffico dei pagamenti per l'intera popolazione.

Un fallimento allocativo del mercato che giustifichi un servizio universale non sussiste né nell'ambito delle prestazioni logistiche postali né in quello del traffico dei pagamenti. Tuttavia, un mandato statale concernente la fornitura del servizio universale rimane giustificato, in quanto senza interventi statali non sarebbe garantito, in tutte le regioni del Paese, in maniera adeguata e in qualità sufficiente, un accesso affidabile ai servizi di logistica, comunicazione e del traffico dei pagamenti. Ci si può chiedere se le imprese private sarebbero interessate a proporre un'offerta nelle regioni periferiche a condizioni equivalenti rispetto alle zone urbane. Un tale servizio è tuttavia necessario per la coesione regionale nella nostra società. L'avanzamento della digitalizzazione sostituirà sempre più le modalità di comunicazione e di trasmissione analogiche. Le prestazioni fisiche devono però continuare ad essere fornite, in modo da raggiungere anche i gruppi vulnerabili (persone con difficoltà motorie o con impedimenti fisici o psichici) e garantire così la solidarietà sociale.

Secondo quanto spiegato pocanzi, la Commissione di esperti giunge alla conclusione che il servizio universale del futuro debba essere orientato alle esigenze di base della popolazione e dell'economia che non vengono soddisfatte dal mercato. In tal senso, per quanto riguarda il servizio universale del futuro la Commissione si orienta alla definizione seguente:

Il servizio universale garantisce a tutti i gruppi della popolazione e alle imprese di tutte le regioni del Paese, in modo adeguato e in qualità sufficiente, un accesso affidabile a servizi di logistica, comunicazione e traffico dei pagamenti d'uso quotidiano, a prezzi ragionevoli e unitari.

5.3 Posizionamento di terzi interessati

La Commissione di esperti ha interpellato in merito al servizio universale del futuro diversi attori che potrebbero essere toccati da un adeguamento dei servizi postali e del traffico dei pagamenti. A tale scopo, il 17 agosto 2021 ha inviato loro un questionario. Sono pervenute circa 20 risposte, in cui sono espresse posizioni che possono essere suddivise in due categorie principali⁶³.

⁶² In caso di fallimento allocativo del mercato, il meccanismo di mercato non porta ad una massimizzazione del benessere, vale a dire che non vi è alcuna massimizzazione della somma dei surplus del consumatore e del produttore. Le cause del fallimento del mercato possono essere potere di mercato, esternalità, beni non privati o asimmetrie informative.

⁶³ Il questionario e una lista degli attori che vi hanno risposto si trovano negli allegati.

A favore del mantenimento del servizio universale nella sua forma odierna si esprimono in particolare i sindacati, Pro Senectute, l'Unione delle città svizzere, il Gruppo svizzero per le regioni di montagna e le organizzazioni di tutela dei consumatori. Questi attori sono inoltre dell'avviso che il servizio universale debba continuare ad essere fornito dalla Posta Svizzera e non essere sottoposto a gara pubblica. Essi auspicano che, nel caso si considerasse l'apertura di una gara pubblica, questa riguardi unicamente i servizi del traffico dei pagamenti. Al contempo viene attribuita grande importanza al fatto che il servizio universale continui ad essere il più possibile finanziato con mezzi propri.

Le associazioni del mondo bancario ed economico nonché le imprese postali e di logistica private si esprimono invece chiaramente a favore di un adeguamento del servizio universale e privilegiano una sua esposizione ai meccanismi del mercato. Il servizio postale universale dovrebbe, in misura limitata, essere messo a concorso e indennizzato. Ciò sarebbe possibile anche a livello regionale e il servizio non dovrebbe quindi essere offerto da un fornitore unico in tutta la Svizzera. La maggioranza non ritiene più giustificato un mandato di servizio universale per le prestazioni del traffico dei pagamenti.

I risultati del sondaggio, qui riassunti solo in modo grezzo, illustrano le sfide che si pongono sul conflittuale terreno politico a proposito di questo tema. Nelle sue riflessioni e discussioni sul futuro assetto del servizio universale, la Commissione ha tenuto conto delle diverse prospettive.

6 Il servizio universale del futuro

6.1 Conseguenze previsibili in caso di mantenimento dello status quo

Entro il 2030, il cambiamento demografico, gli sviluppi nel campo della mobilità, il progresso tecnologico e la competenza digitale della popolazione faranno sì che il servizio universale odierno non soddisferà più i bisogni di base della società e dell'economia. Già oggi si nota una discrepanza tra le esigenze di base e il mandato di servizio universale.

Nel settore delle comunicazioni, l'attenzione si concentra attualmente sulle lettere cartacee. La comunicazione epistolare tra privati ha già raggiunto i minimi storici: la quota è inferiore al 10% del volume totale⁶⁴, che comprende in particolare gli invii B2X e G2X. La già forte competenza digitale (cfr. cap. 3.2.2) continuerà a migliorare e in tutte le regioni la corrispondenza commerciale e privata si sposterà ancora di più verso opzioni digitali.

La Commissione presume che gli obiettivi della Strategia di eGovernment Svizzera 2020-2023⁶⁵ saranno attuati entro il 2030 e che l'effetto di sostituzione previsto per le imprese e le economie domestiche si sarà verificato. La tendenza sarà ulteriormente rafforzata dall'uso diffuso della QES e dall'introduzione di una e-ID riconosciuta a livello nazionale. Di conseguenza, il mantenimento dell'attuale servizio universale sarebbe principalmente diretto alle persone con un accesso limitato ai canali digitali. La maggior parte degli invii non dovrebbe riguardare contenuti in cui la velocità di consegna gioca un ruolo determinante. A causa del calo dei volumi, i costi unitari aumenterebbero così bruscamente che, anche tenendo conto degli aumenti di prezzo già annunciati dalla Posta e di eventuali ulteriori aumenti, non sarebbe più possibile coprire i costi. Se il volume della posta interna diminuirà del 40 per cento, come previsto dalla Posta, il volume medio settimanale di invii per abitante subirà un forte calo (cfr. Cap. 3.1.1.1). Di conseguenza, senza adeguamento del mandato di servizio universale, il declino delle entrate nel settore delle lettere porterebbe il recapito delle lettere a un risultato in perdita dell'ordine di diverse centinaia di milioni entro il 2030.

A differenza del mercato delle lettere, quello dei pacchi è in crescita da anni, spinto dall'e-commerce. La crescita è da ricondurre in particolare agli invii B2C e ai ritorni di merce. Durante la crisi dovuta al coronavirus, il volume pro capite in Svizzera è aumentato notevolmente (2020: +23%⁶⁶). Questo sviluppo si protrarrà fino al 2030 e oltre. I clienti si aspettano una consegna veloce e affidabile delle merci ordinate e la flessibilità del luogo di consegna guadagna importanza. Le persone a mobilità

⁶⁴ WIK-Consult 2021

⁶⁵ E-Government Svizzera 2020

⁶⁶ Posta 2021

ridotta e quelle che vivono in regioni con una bassa densità di strutture per fare acquisti ricorrono particolarmente spesso all'e-commerce.

Per le PMI nelle regioni rurali, un buon servizio di distribuzione dei pacchi diventa sempre più importante. Senza possibilità di spedire rapidamente i loro prodotti, subiscono uno svantaggio competitivo rispetto ai fornitori urbani. Grazie alla forte domanda e alla pressione competitiva, l'offerta attuale nel settore dei pacchi supera i requisiti legali quanto ai tempi di transito. Oggi la Posta offre già servizi aggiuntivi su base volontaria che sono chiaramente al di sopra dell'offerta minima prevista dalla legge. L'attuale portata del servizio universale costituirà un'offerta di base sufficiente anche nel 2030. Nonostante la forte pressione sui margini, i servizi potranno essere forniti a copertura dei costi. Per il 2030, ci si aspetta un risultato positivo dell'ordine di diverse centinaia di milioni nel settore dei pacchi.

La distribuzione dei quotidiani in abbonamento come parte del servizio universale è giustificata dall'importante funzione dei media in termini di politica statale e democratica. Recentemente, l'obbligo di distribuzione è stato rafforzato specificando un'ora di consegna. L'offerta si rivolge in particolare alle persone con difficile accesso ai canali digitali nelle regioni senza recapito mattutino. Da anni il numero di abbonati è in forte calo e la consegna dei giornali nel canale di distribuzione regolare è in deficit. La digitalizzazione ha modificato le abitudini di fruizione dei media negli ultimi anni. I media rimangono importanti per la formazione dell'opinione politica in una democrazia; nel 2030, tuttavia, il bisogno di informazione della popolazione sarà ampiamente soddisfatto dall'offerta di media digitali. La consegna dei giornali stampati sarà sostituita da offerte digitali. La Posta prevede un ulteriore calo di volume del 36 per cento entro il 2030 (cfr. capitolo 3.1.1.3). Come per le lettere, la situazione dei ricavi nel settore dei giornali rischia di peggiorare notevolmente entro il 2030 e l'attuale deficit (2020: -93 milioni di franchi)⁶⁷ dovrebbe crescere fino a raggiungere un importo dell'ordine di diverse centinaia di milioni. Il mantenimento del servizio universale oltre il 2030 causerebbe costi sproporzionati e, secondo la Commissione, non sarebbe più al passo con i tempi.

La Posta si è impegnata a continuare a gestire circa 800 uffici postali. Rispetto ad altri Paesi europei, la Svizzera ha una delle reti più dense di filiali servite autogestite⁶⁸. I clienti si recano negli uffici postali principalmente per le transazioni nell'ambito dei pacchi e dei pagamenti. Sempre meno pagamenti vengono effettuati allo sportello postale e i pacchi possono essere gestiti anche attraverso altri canali (ad es. sportelli automatici MyPost24, punti di ritiro nei supermercati). Mentre l'affluenza dei clienti è evoluta positivamente negli ultimi anni grazie alla conversione degli uffici postali in agenzie, è probabile che il numero di operazioni effettuate negli uffici postali continui a diminuire. Il risultato operativo di RetePostale è in deficit da anni (2020: -105 milioni di franchi).⁶⁹

È vero che la forte presenza della Posta nelle regioni rappresenta un vantaggio competitivo e che in futuro gli uffici postali potrebbero essere utilizzati in diversi modi (ad es. come centri di servizio regionali). Allo stesso tempo, si creano nuove forme di accesso più flessibili o mobili, che consentono una fornitura meno cara rispetto agli uffici postali. La Commissione continua a sostenere un accesso capillare su tutto il territorio. Tuttavia, le strutture esistenti non dovrebbero essere conservate solo affinché continuino ad esistere. Il focus dovrebbe spostarsi dai punti di accesso fisici ai servizi. Al momento di progettare punti di accesso, dovrebbero essere tenute in maggiore considerazione le soluzioni mobili e innovative.

I servizi di pagamento offerti negli uffici postali sono gli stessi di quelli offerti presso una qualsiasi banca, ad eccezione dei versamenti in contanti che non sono possibili per coloro che non detengono un conto presso detta banca. Spinto dalla crescente diffusione delle operazioni di pagamento senza contanti, il calo delle transazioni effettuate allo sportello postale continuerà e si intensificherà nei prossimi anni. Secondo la Posta, il servizio universale nel traffico dei pagamenti in contanti è già oggi deficitario. Anche se il contante rimarrà rilevante come mezzo di pagamento anonimo e indipendente dall'infrastruttura, è prevedibile che da mezzo di transazione primario diventi piuttosto un mezzo di conservazione del valore. Per le ragioni menzionate, la Commissione si chiede se a medio termine

⁶⁷ Posta 2022

⁶⁸ Ufficio federale delle comunicazioni 2021: pag. 39

⁶⁹ Posta 2021

il legame storico tra il traffico dei pagamenti e il servizio postale universale sia l'unica opzione per un'offerta moderna di pagamenti anonimi.

Gli sviluppi del mercato guidati dalla digitalizzazione faranno sì che entro il 2030 il servizio universale nella sua forma attuale non sarà più in grado di coprire i costi che genera. Nel 2020, il risultato del servizio universale conseguito con i servizi postali ammontava a 178 milioni di franchi e con i servizi di pagamento a 3 milioni di franchi⁷⁰. La Commissione stima che il risultato del servizio universale nell'ambito dei servizi postali peggiorerà entro il 2030.

La pianificazione degli utili della Posta del 2021⁷¹ prevede che, senza adeguare il mandato di servizio universale, il risultato del gruppo⁷² scenderà dagli attuali 272 milioni a 157 milioni di franchi nel 2024 e a un deficit di 71 milioni di franchi entro il 2030. I fattori principali sono il previsto forte calo dei guadagni nel settore della posta-lettere e presso la RetePostale. L'aumento delle entrate atteso nel mercato dei pacchi non sarà sufficiente a stabilizzare la situazione. Se non si apportano modifiche al mandato legale, in pochi anni il servizio postale universale dovrà essere finanziato da indennità statali. La Confederazione potrebbe, ad esempio, compensare la Posta per i costi supplementari dovuti all'obbligo di fornire il servizio universale (i cosiddetti costi netti⁷³). Nel 2020, i costi netti del servizio universale ammontavano a 271 milioni di franchi, senza misure questi continueranno ad aumentare fino al 2030.⁷⁴

Secondo la Commissione, il servizio universale nel 2030 dovrebbe garantire un'offerta capillare orientata alla società digitale. La continuazione dell'attuale mandato del servizio universale porterebbe a un'offerta analogica sovradimensionata, che dovrebbe essere compensata dallo Stato nell'ordine di grandezza dei costi netti sostenuti per ben oltre 300 milioni di franchi. I costi economici di una tale politica postale sarebbero sproporzionati a fronte del continuo calo della domanda.

Le stime qui riportate non tengono conto delle misure di crescita e di efficienza previste dalla Posta nell'ambito della strategia "La Posta di domani"⁷⁵.

6.2 Proposta di un servizio universale al passo con i tempi nel 2030

Alla luce degli sviluppi sopra descritti, la Commissione raccomanda di modernizzare il servizio universale affinché le prestazioni offerte rispondano alle esigenze della popolazione e dell'economia previste per il 2030. Le misure proposte si concentrano quindi sui servizi la cui domanda è in calo, come la consegna di lettere e giornali, l'assetto della rete di punti di accesso e le transazioni in contanti allo sportello postale. Queste proposte consentiranno di risparmiare sui costi d'esercizio pur continuando a fornire il servizio universale a copertura dei costi.

6.2.1 Lettere

Di lettere se ne invieranno anche nel 2030, ma molte meno. Sia la popolazione che le aziende utilizzeranno sempre più i canali digitali, di conseguenza aumenta l'accettazione di una consegna delle lettere più lenta e solo pochi giorni alla settimana. La Commissione propone quindi di ridurre la frequenza di consegna delle lettere. La consegna deve essere effettuata in modo capillare in almeno 3 giorni feriali in tutti gli insediamenti abitati tutto l'anno al domicilio residenziale o commerciale indicato nell'indirizzo a prezzi indipendenti dalla distanza. Vi sarà solo una velocità di trasporto legalmente prescritta E+3 (la posta B di oggi). L'offerta obbligatoria deve essere completata da servizi digitali o

⁷⁰ PostCom 2021, pag. 39

⁷¹ La Posta ha aggiornato il piano di base 2019 (cfr. UFCOM 2021, pagg. 61-62). In particolare, le ipotesi sullo sviluppo dei volumi e dei tassi di interesse nelle unità aziendali sono state adattate allo stato attuale delle conoscenze. L'effetto ammonta a -296 milioni di franchi nel fatturato d'esercizio e a -178 milioni di franchi nel risultato d'esercizio. Il piano di base non considera neppure la nuova strategia "La Posta di domani" e le macro tendenze esogene.

⁷² La Commissione non ha cifre a livello di servizio universale.

⁷³ Ufficio federale delle comunicazioni 2021, pag. 53-57

⁷⁴ Ufficio federale delle comunicazioni 2021, pag. 55

⁷⁵ Posta 2020

ibridi. I requisiti dovrebbero essere definiti così che l'offerta possa sempre essere adattata in modo flessibile alle circostanze mutevoli.

A causa dei volumi in continua diminuzione, non è redditizio per le aziende private costruire una propria infrastruttura di smistamento delle lettere. Per questo motivo, anche in futuro il servizio universale nell'ambito delle lettere dovrebbe essere legalmente trasferito alla Posta. Il valore del monopolio residuo sul mercato delle lettere (2020: circa 60 milioni di franchi) è in netto calo ed è sempre più trascurabile per il finanziamento del servizio universale. Per una transizione favorevole alla concorrenza nel mercato delle lettere, la Commissione propone di abolire il monopolio residuo come misura di accompagnamento all'allentamento dei requisiti.

Portata attuale	Visione 2030
<ul style="list-style-type: none"> - Accettazione, trasporto, recapito di lettere fino a 1 kg in patria e all'estero - almeno 5 giorni a settimana - in tutti gli insediamenti abitati tutto l'anno - prezzi indipendenti dalla distanza - lettera A (E+1), lettera B (E+3) 	<ul style="list-style-type: none"> - Accettazione, trasporto, recapito di lettere fino a 1 kg in patria e all'estero - almeno 3 giorni a settimana - in tutti gli insediamenti abitati tutto l'anno - prezzi indipendenti dalla distanza - velocità di consegna E+3 - completamento tramite servizi digitali o ibridi - accesso neutrale dal punto di vista tecnologico per l'accettazione delle lettere

Tabella 4: Paragone fra servizio universale odierno nel settore delle lettere e visione 2030

6.2.2 Pacchi

La forte crescita del settore dei pacchi continuerà. Nuove forme di accettazione e recapito, ma anche servizi aggiuntivi come il monitoraggio delle spedizioni e il reindirizzamento, diventeranno sempre più importanti. Tuttavia, la consegna a domicilio manterrà la sua importanza anche nel 2030. Secondo la Commissione, il servizio universale nel 2030 dovrebbe includere l'obbligo di accettare, trasportare e recapitare pacchi fino a 20 kg in patria e all'estero. Il recapito deve continuare ad essere effettuato in almeno cinque giorni feriali in tutti gli insediamenti abitati durante tutto l'anno al domicilio residenziale o commerciale indicato nell'indirizzo e a prezzi indipendenti dalla distanza. Nel contesto degli attuali sviluppi a livello di luogo di lavoro flessibile e della progressiva sparizione di molti commerci fisici, si dovrebbe considerare un aumento della frequenza di consegna a sei giorni alla settimana. La velocità di consegna legale dovrebbe essere E+1 (il pacco prioritario di oggi). L'accettazione e la raccolta dei pacchi vanno definiti in modo neutrale dal punto di vista tecnologico, ciò significa che il metodo di accesso non deve essere definito.

La Commissione raccomanda inoltre di obbligare le aziende che operano sul mercato a rispettare le gli standard ecologici, ciò potrebbe essere collegato all'obbligo di notifica, in analogia con l'attuale regolamento per le condizioni di lavoro usuali nel settore. Questo assicurerebbe che i requisiti si applichino in modo equo a tutti gli attori del mercato. La Commissione propone inoltre un regolamento sull'uso di imballaggi ecologici per i pacchi e il loro smaltimento. Andrebbe chiarito se la legislazione postale sia il posto giusto per tali disposizioni.

Anche in futuro il recapito dei pacchi dovrebbe essere affidato per legge alla Posta. Visto il forte sviluppo del mercato e il gran numero di possibili fornitori di servizi, la Commissione ha discusso anche altre possibili soluzioni, ma ha deliberatamente deciso di non lasciare la consegna dei pacchi interamente al libero mercato. Secondo la Commissione, la concorrenza non garantisce una copertura capillare a condizioni eque per tutti. Inoltre, la responsabilità dell'approvvigionamento logistico nazionale dovrebbe rimanere alla Confederazione. Questo è un prerequisito importante per poter accedere in futuro all'infrastruttura postale per effettuare una fornitura periferica, ad esempio, di medicinali o come canale di distribuzione unico nella logistica delle città intelligenti (smart city). La Commissione respinge anche una restrizione territoriale del mandato di servizio universale alle zone rurali, perché questo porterebbe a un forte aumento dei costi a causa della perdita di sinergie e possibilità di sovvenzioni incrociate, nonché a nuove sfide nell'interoperabilità regionale. La Commissione ha rifiutato anche un bando di gara pubblico per il mandato, infatti l'obbligo di

consegna notturna su tutto il territorio nazionale non è attraente per le aziende private, motivo per cui la Posta sarà probabilmente l'unica azienda a candidarsi o ad essere idonea per il momento. Gli oneri associati a un bando pubblico non sono giustificati. Un bando separato per la consegna dei pacchi ridurrebbe inoltre le sinergie con la consegna delle lettere, sempre meno redditizia, e quindi metterebbe in pericolo la stabilità finanziaria del servizio universale. Questi svantaggi superano i vantaggi dovuti a una minore distorsione della concorrenza e alla creazione di maggiori incentivi per la fornitura di servizi efficienti.

Portata attuale	Visione 2030
<ul style="list-style-type: none"> - Accettazione, trasporto, recapito di pacchi fino a 20 kg in patria e all'estero - almeno 5 giorni alla settimana - in tutti gli insediamenti abitati tutto l'anno - prezzi indipendenti dalla distanza - pacco prioritario (E+1), pacco economico (E+3) 	<ul style="list-style-type: none"> - Accettazione, trasporto, recapito di pacchi fino a 20 kg in patria e all'estero - almeno 5 giorni alla settimana - in tutti gli insediamenti abitati tutto l'anno - prezzi indipendenti dalla distanza - velocità di trasporto E+1 - accesso neutrale dal punto di vista tecnologico per l'accettazione dei pacchi

Tabella 5: Paragone fra servizio universale odierno nel settore dei pacchi e visione 2030

6.2.3 Giornali e periodici

Il bisogno di informazione della popolazione rimane alto. Anche in futuro i media continueranno a svolgere una funzione importante a livello di politica statale e democratica. Tuttavia, l'offerta mediatica e la loro fruizione cambieranno significativamente entro il 2030: i contenuti saranno offerti e utilizzati prevalentemente in modalità digitale, soprattutto le notizie quotidiane. La distribuzione giornaliera di quotidiani e settimanali stampati diventerà quindi obsoleta. Di conseguenza, dal 2030 diventerà obsoleto anche l'obbligo di distribuzione regolare dei giornali e dei periodici in abbonamento come parte del servizio universale. Si può supporre che l'informazione di fondo continuerà ad essere fornita e richiesta fisicamente (ad es. giornali e riviste settimanali). Ci si aspetta inoltre che anche in futuro continuerà ad esserci un bisogno di informazioni accessibili in modo anonimo (offline). Tuttavia, un mandato di servizio universale non è più giustificato.

Portata attuale	Visione 2030
<ul style="list-style-type: none"> - Servizio di distribuzione regolare dei giornali e dei periodici in abbonamento sei giorni alla settimana - in tutti gli insediamenti abitati tutto l'anno - nelle zone senza recapito mattutino fino alle 12.30 - a prezzi indipendenti dalla distanza e usuali nei maggiori agglomerati 	--

Tabella 6: Paragone fra servizio universale odierno nel settore dei giornali e dei periodici e visione 2030

6.2.4 Traffico dei pagamenti

Nell'ambito delle operazioni di pagamento, la Commissione ritiene opportuno che anche dopo il 2030 ogni persona residente in Svizzera abbia diritto a un conto con le funzioni di pagamento di base. Quanto alle operazioni di pagamento senza contanti, la maggior parte della popolazione e delle imprese non vede un fallimento del mercato. Il diritto di aprire un conto per il traffico dei pagamenti, attualmente incluso nel mandato del servizio universale, rientra ora nell'offerta standard delle banche. La partecipazione alla vita economica presuppone la detenzione di un conto. La Commissione raccomanda quindi di mantenere il diritto a un conto di base nel mandato di servizio universale. Poiché le transazioni di pagamento senza contanti stanno diventando sempre più importanti, dovrebbe essere incluso il diritto a servizi di pagamento senza contanti (ad es. carta di debito, app di pagamento mobile senza funzione di credito).

Anche le transazioni in contanti richiedono l'accesso a un conto. Al fine di garantire che ogni persona vi abbia accesso legalmente, occorre un obbligo di contrarre. Come già oggi, l'apertura di un conto

dovrebbe essere rifiutata solo a determinate condizioni (ad es. in caso di conflitto con le disposizioni del mercato finanziario). Si tratta di chiarire a chi dovrebbe essere imposto un tale obbligo di contrarre e come dovrebbe essere compensata la spesa associata all'obbligo. Finché PostFinance è a maggioranza di proprietà statale, è ovvio obbligare PostFinance a offrire un tale conto di base. Al più tardi in caso di privatizzazione di PostFinance, questo non sarebbe più opportuno: la Commissione raccomanda allora di includere l'obbligo di offrire un conto di base nel bando di gara per il servizio universale. I costi aggiuntivi di un tale mandato andrebbero indennizzati.

Finché i mezzi di pagamento fisici non potranno essere sostituiti da un'opzione digitale, la Commissione ritiene necessario anche un mandato di servizio universale per i servizi di pagamento in contanti. Finora questi servizi di pagamento in contanti richiedono un numero sufficiente di punti di accesso fisici. Tuttavia, l'accesso deve essere definito in modo più tecnologicamente neutrale rispetto ad oggi, così da tener conto del calo della fruizione e minimizzare i costi per la fornitura del servizio.

La Commissione non vede alcuna necessità di legare per forza l'obbligo di servizio universale che include le operazioni di pagamento in contanti e la fornitura di servizi postali. L'obbligo di consentire il traffico dei pagamenti in contanti potrebbe essere facilmente trasferito a un'altra banca con una propria rete di filiali o fornito in comune. La Commissione raccomanda quindi di incorporare il servizio universale nel settore del traffico dei pagamenti dalla fornitura del servizio postale universale. Il nuovo mandato per offrire servizi inerenti il traffico dei pagamenti dovrebbe essere oggetto di un concorso pubblico e i costi aggiuntivi sostenuti per fornire il servizio dovrebbero essere indennizzati.

Infine, il servizio universale deve tener conto del fatto che il traffico dei pagamenti è soggetto a un alto potenziale di innovazione e che vi sono effetti di scala. Le iniziative di successo non possono essere portate avanti da singoli attori del mercato. Sono necessari sforzi a livello nazionale, come ad esempio l'istituzione di un regime di pagamento nazionale (National Payment Scheme [NPS]). Nonostante la rilevanza di tali iniziative a livello di politica economica, la Commissione si astiene dal raccomandare l'inclusione di un NPS nel servizio universale. Tuttavia, ritiene che PostFinance o qualsiasi altro fornitore del mandato di servizio universale nel traffico dei pagamenti debba essere attivamente coinvolto nella rapida attuazione di una tale iniziativa al fine di garantire la futura rilevanza del servizio universale nel traffico dei pagamenti senza contanti per i consumatori e le imprese.

Portata attuale	Visione 2030
<ul style="list-style-type: none"> - Apertura e tenuta di un conto per il traffico dei pagamenti, con connessione al sistema di pagamento interbancario per persone fisiche e giuridiche domiciliate in Svizzera - versamento - prelievo - trasferimento di denaro contante su un conto di terzi, indipendentemente dall'esistenza di una relazione di conto 	<ul style="list-style-type: none"> - Diritto a un conto di base come oggi, comprendente anche l'accesso ai prodotti del traffico dei pagamenti senza contanti usuali sul mercato e corrispondenti allo stato attuale della tecnica - servizi di pagamento in contanti come oggi (versamenti, prelievi e trasferimenti bancari), finché non c'è un'alternativa digitale equivalente al contante. Tuttavia, i criteri di accesso sarebbero ridotti.

Tabella 7: Paragone fra servizio universale odierno nel settore del traffico dei pagamenti e visione 2030

6.2.5 Rete di accesso

L'obbligo di gestire una rete di accesso decentralizzata deve essere differenziato. Per i punti di accesso logistici vanno mantenuti requisiti minimi uniformi a livello nazionale. In futuro, tuttavia, questi dovrebbero anche tenere conto della struttura economica regionale. L'attuale mandato infrastrutturale per l'esercizio di una rete fisica di uffici postali e agenzie sarà chiaramente divenuto obsoleto entro il 2030. In futuro, l'attenzione dovrebbe concentrarsi sul servizio e non sulla modalità di accesso al servizio. Oltre ai punti di accesso fisici, dovrebbero essere sistematicamente considerati anche i sostituti digitali e le soluzioni innovative. La Commissione presume che nei prossimi anni il progresso tecnologico produrrà nuove forme di accesso (ad es. la spedizione e la consegna di pacchi nel

bagagliaio di veicoli privati o tramite droni) e che cambieranno le abitudini di vita, ciò che renderebbe non più appropriata una definizione di accesso basata su criteri puramente fisici. La questione se l'accesso vada concesso su base stazionaria o mobile, o se sia servito o non servito, deve essere lasciata aperta. Specifiche neutre dal punto di vista tecnologico permetterebbero di garantire ai privati e alle imprese l'accesso ai servizi postali attraverso soluzioni integrali (ad es. agenzie), mobili (servizio a domicilio) e altre soluzioni innovative. Inoltre, una procedura di gara d'appalto nel settore delle operazioni di pagamento darebbe alla Posta più margine di manovra quanto all'assetto degli uffici postali.

Portata attuale	Visione 2030
<ul style="list-style-type: none"> – Esercizio di una rete nazionale di punti d'accesso (uffici postali, agenzie, cassette per le lettere) – l'accesso è garantito se il 90% della popolazione residente permanente di un Cantone può raggiungere un ufficio postale o un'agenzia entro 20 minuti a piedi o con i trasporti pubblici – nelle aree urbane e negli agglomerati, deve essere garantito almeno un punto di accesso servito. Se la soglia di 15 000 dipendenti o abitanti viene superata, va istituito un ulteriore punto di accesso 	<ul style="list-style-type: none"> – Continuare ad avere requisiti uniformi a livello nazionale, ma neutrali dal punto di vista tecnologico, che si riferiscono al servizio e non al tipo di accesso – margine di manovra per le peculiarità e le esigenze regionali

Tabella 8: Paragone fra la rete di accesso al servizio universale odierno e visione 2030

6.2.6 Servizi digitali

La tendenza alla digitalizzazione continuerà nei prossimi anni e si diffonderà ulteriormente nella società. Non solo le competenze digitali della popolazione miglioreranno continuamente, ma anche i servizi diventeranno sempre più digitali. Dal punto di vista del servizio universale – soprattutto a causa dell'emergere delle piattaforme e del loro ruolo nell'infrastruttura digitale (ricerca, stoccaggio, trasmissione, pagamento) – si pone la questione se in una società sempre più digitale siano necessarie nuove offerte per un servizio pubblico digitale. Oltre all'e-ID, alla cartella elettronica del paziente⁷⁶ e alla firma digitale, questo potrebbe includere anche la gestione di valute digitali ampiamente utilizzate per persone e macchine, così come la raccolta di dati anonimizzati da parte delle reti di una società. Offrire soluzioni per l'infrastruttura digitale del futuro attraverso il servizio universale è consigliabile laddove gli attori del settore privato non sono in grado di proporre determinati servizi o questi sono di qualità insufficiente. Potrebbero esserci lacune in termini di sicurezza dei dati o di protezione della sfera privata. Inoltre, la Svizzera e l'Europa in generale potrebbero essere sempre più infastidite dalla dipendenza dagli Stati Uniti e dalla Cina – soprattutto nello svolgimento del traffico dei pagamenti.

Già oggi la Posta agisce già come una sorta di piattaforma che riunisce fornitori e clienti e opera all'interfaccia tra il mondo fisico e quello digitale. Grazie all'alto livello di fiducia e alla protezione della sfera privata, la Posta è ben posizionata per offrire alla popolazione, all'economia e al settore pubblico servizi digitali con un collegamento diretto all'attività postale tradizionale (ad es. e-Health, e-Voting). Anche se, vista la sua evoluzione storica, la Posta si presterebbe per un possibile servizio universale a livello di stoccaggio e trasmissione dati, per questo compito potrebbero essere ritenute anche altre aziende parastatali o lo Stato stesso. Se si vede la Posta come una piattaforma, la raccolta e la valutazione/elaborazione dei dati sarebbe un compito decisivo per il futuro: la piattaforma della Posta disporrebbe di una gran quantità di dati che consentono di tracciare tendenze in svariati ambiti, si pensi alla logistica, all'economia, allo sviluppo urbano o alla salute mentale della popolazione.

La Commissione suggerisce di esaminare attentamente la necessità di un nuovo servizio universale teso a creare un'infrastruttura digitale basata sulla fiducia e a chi affidare questo compito. Se fosse necessario un nuovo ramo del servizio universale, bisognerebbe creare una nuova base legale al

⁷⁶ O, a lungo termine, un gemello digitale che in quanto copia digitale è alimentato con dati tutto il giorno.

di fuori della legislazione postale esistente. Andrebbe inoltre stabilito chi dovrebbe finanziare l'allestimento di questa infrastruttura digitale. Se si tratta di un compito pubblico, la Confederazione dovrebbe contribuirvi con un finanziamento iniziale.

Portata attuale	Visione 2030
--	– Esaminare la necessità di un (nuovo) servizio universale per un'infrastruttura digitale basata sulla fiducia e a chi affidarne eventualmente la realizzazione

Tabella 9: Paragone fra il servizio universale odierno nell'ambito dei servizi digitali e visione 2030

6.3 Ripercussioni

6.3.1 Ripercussioni finanziarie

La consegna delle lettere è l'attività che più incide sui costi processuali all'interno del servizio postale universale. Un tempo di transito maggiore e una frequenza di recapito ridotta consentirebbero di organizzare i percorsi di consegna in modo più efficiente. Secondo una stima del 2019, effettuata dalla Posta all'attenzione del suo proprietario e che è già stata pubblicata in un rapporto dell'UFCOM⁷⁷, l'EBIT della Posta potrebbe essere migliorato di circa 150 milioni di franchi all'anno riducendo la frequenza di recapito delle lettere a tre giorni la settimana. L'aumento del tempo di transito della Posta A a E+2 avrebbe un effetto EBIT annuo positivo di circa 90 milioni di franchi nel 2030. Di conseguenza, l'effetto EBIT dell'aumento a E+3 proposto dovrebbe risultare superiore a 100 milioni di CHF. La conversione di altri 500 uffici postali in agenzie potrebbe accrescere l'EBIT di altri 65 milioni di franchi all'anno. L'anno scorso, il deficit nella consegna di giornali e riviste in abbonamento è stato di 93 milioni di franchi. Approssimativamente, si può concludere che il suddetto allentamento dei requisiti potrebbe migliorare il risultato del gruppo Posta nella misura di diverse centinaia di milioni. La messa a concorso del servizio universale nel traffico dei pagamenti sgraverebbe la Posta in un settore ad alta intensità di costi come quello della fornitura di servizi di pagamenti in contanti. Questo grazie al fatto che il mandato di servizio universale sarebbe assunto da un'altra impresa e i costi verrebbero a cadere per PostFinance, oppure che PostFinance continuerebbe a svolgere il mandato e i suoi costi supplementari per la fornitura del servizio verrebbero compensati dallo Stato. Le misure raccomandate consentirebbero di stabilizzare finanziariamente il servizio universale. In questo modo, la Posta avrebbe più possibilità di finanziare autonomamente il servizio universale senza dover ricorrere a sovvenzioni incrociate provenienti da servizi puramente competitivi.

6.3.2 Ripercussioni sui gruppi vulnerabili

I gruppi vulnerabili sono generalmente intesi come persone con accesso limitato e/o bisogni speciali, ad esempio, limitazioni fisiche e/o psichiche o la mancanza di accesso a Internet (nonliner). Mentre in un mondo analogico gli ostacoli sono principalmente di natura fisica, nel mondo digitale sono soprattutto l'età e il grado di formazione. Come spiegato nel capitolo 3.2.2, l'alfabetizzazione digitale continuerà ad aumentare fino al 2030. Per le persone che hanno più difficoltà ad accedere al mondo digitale, una gamma ridotta ma affidabile di servizi continuerà ad essere garantita dal servizio universale. Con la creazione di centri di servizio e l'espansione di forme di accesso mobili (ad es. il servizio a domicilio), anche alle persone anziane saranno offerte nuove opzioni di accesso. Aumentano dunque le opportunità di partecipazione alla società.

6.3.3 Ripercussioni sulle regioni periferiche

Il servizio postale universale continua a contribuire alla coesione tra le regioni. Allo stesso tempo, il libero mercato dovrebbe poter svolgere il più possibile il suo ruolo. Al fine di rispettare entrambi i principi, sono necessari standard nazionali uniformi per quanto riguarda i requisiti, la portata e la qualità del servizio universale, così come un margine di manovra regionale e orientato all'utente.

Le prestazioni fisiche come l'accettazione, il trasporto e il recapito di lettere o giornali e l'offerta di servizi di pagamento in contanti funzioneranno prevalentemente in modo digitale e quindi

⁷⁷ Ufficio federale delle comunicazioni 2021: pag. 68

indipendente dal luogo. Questi servizi non saranno più in grado di caratterizzare un luogo. La modernizzazione del servizio universale in questi settori soddisfa la domanda futura sia nelle aree urbane che in quelle rurali. Il prerequisito è che l'infrastruttura digitale sia sviluppata anche nelle regioni periferiche e che queste non siano svantaggiate rispetto alle aree urbane.

Nei settori della comunicazione e delle operazioni di pagamento, le offerte digitali sostituiscono le precedenti offerte fisiche, che caratterizzano una determinata ubicazione per la popolazione e l'economia. L'uso del digitale differisce meno tra le regioni che tra le fasce di età e i livelli di istruzione. C'è quindi bisogno di soluzioni digitali semplici e a bassa soglia, che siano accessibili a tutti e che soddisfino le esigenze dei vari gruppi target e delle loro capacità. Inoltre, un'offerta fisica minima è ancora raccomandata in tutti i settori per quei gruppi di popolazione che consciamente o inconsciamente non hanno accesso al mondo digitale (cfr. anche il capitolo 6.3.2).

La continuazione del servizio universale nel settore dei pacchi consente alle regioni periferiche di mantenere la loro attrattiva come aree economiche e di vita grazie a requisiti uniformi a livello nazionale. La Commissione presume che i fornitori privati non offriranno servizi a livello capillare e/o con la stessa qualità e/o a prezzi uniformi. Alla luce di questi sviluppi, due funzioni devono continuare ad essere mantenute: i punti di contatto fisici così come di centri logistici per l'accettazione regionale, il raggruppamento e la distribuzione (lettere e pacchi postali, eventualmente anche medicinali, ecc.). Delle specifiche neutre dal punto di vista tecnologico per l'assetto di questi punti di contatto creano flessibilità nell'implementazione e permettono di considerare le peculiarità regionali e di sfruttare i potenziali.

Per poter sviluppare ulteriormente il servizio postale universale in questa direzione, è necessario un discorso politico di accompagnamento sull'importanza attuale e futura del servizio universale nelle regioni, così come sulla sua concezione e sulle sue responsabilità. Idealmente, dovrebbero essere creati per i Comuni, le regioni e i Cantoni degli incentivi tesi a sviluppare e implementare strategie regionali integrative per la fornitura di servizi di base. A questo scopo, si possono utilizzare gli strumenti politici esistenti (ad es. i corrispondenti punti focali tematici nel quadro dei Progetti modello per lo sviluppo sostenibile del territorio) o introdurre disposizioni corrispondenti nella legislazione sulla pianificazione del territorio.

6.3.4 Ripercussioni sul mondo del lavoro

A causa del calo del volume delle lettere, serviranno sempre meno ore per effettuare la consegna delle lettere. Alcuni dei dipendenti in eccesso potrebbero essere impiegati nel crescente settore dei pacchi, ma nel complesso c'è da aspettarsi un calo dell'occupazione. Questa evoluzione strutturale avrà luogo indipendentemente dal futuro assetto del servizio universale. Anche la flessibilizzazione a livello degli uffici postali può comportare una perdita di posti di lavoro. Con un adeguamento tempestivo del servizio universale alla quantità richiesta, gli effetti della trasformazione sul mercato del lavoro potrebbero essere meglio controllati e accompagnati.

L'avanzare della digitalizzazione implica un bisogno crescente di lavoratori ben qualificati. Per reclutare specialisti nello sviluppo e nell'applicazione di nuove tecnologie (droni, automazione, blockchain, IA, ecc.), la Posta dovrebbe avere un'ottima reputazione in quanto datore di lavoro. Grazie all'ulteriore sviluppo del commercio elettronico, aumenta anche la necessità di forze lavoro nella gestione fisica dei pacchi postali. La Posta rimarrà un datore di lavoro locale, dovrebbe quindi impegnarsi anche nella formazione. La Commissione vede l'espansione del telelavoro come un'opportunità per i lavoratori qualificati che vivono nelle regioni periferiche.

La Commissione è consapevole che molte persone saranno toccate dai mutamenti descritti. È quindi importante avviare questi cambiamenti in modo socialmente accettabile.

6.3.5 Ripercussioni sulla Svizzera digitale

La modernizzazione del servizio universale dà un'importante spinta alla trasformazione digitale. Un'infrastruttura capillare e di alta qualità e progressi significativi nell'identificazione digitale (QES,

e-ID, e-Gov, e-Voting) sono presupposti fondamentali per l'attuazione delle misure. Una volta soddisfatti portano a un servizio universale più digitale in grado di favorire la digitalizzazione anche in altre aree. I canali di comunicazione digitale diventeranno ancora più attraenti rispetto alla posta-lettere, e l'eliminazione della distribuzione dei giornali dal servizio universale incoraggerà l'uso dei media digitali. Grazie alla continua e forte offerta di servizi di pacchi anche le PMI delle regioni periferiche dispongono di un collegamento logistico per la distribuzione online dei loro prodotti. La rete di punti di accesso rimane, ma in forma modernizzata e funge da piattaforma per le offerte crocevia tra il mondo digitale e fisico (ad es. assistenza nell'uso delle tecnologie digitali).

6.3.6 Ripercussioni sull'ambiente

La Commissione ha affrontato anche questioni ecologiche. La modernizzazione del servizio universale come intesa in questo rapporto contribuisce alla realizzazione della strategia del Consiglio federale "per uno sviluppo sostenibile 2030"⁷⁸. Una consegna meno frequente riduce le emissioni di gas serra generate dal recapito delle lettere, e lo spostamento della comunicazione e della fruizione dei media verso i canali digitali modera il consumo di carta. Molto probabilmente aumenteranno però le emissioni derivanti dalla consegna dei pacchi, ma vi è un potenziale ecologico anche qui: degli studi dimostrano che l'e-commerce produce meno emissioni sull'ultimo miglio rispetto alla situazione in cui i clienti comprano merci nei negozi fisici⁷⁹. Inoltre, la consegna di pacchi in tutte le aree del Paese costituisce una base ideale per i modelli dell'economia circolare o potrebbe fungere da componente logistica delle smart city per ridurre il traffico nelle città. Secondo la Commissione, in futuro bisognerebbe puntare maggiormente su imballaggi riutilizzabili per consegna dei pacchi. Dei requisiti di accessibilità per i punti di accesso formulati in modo tecnologicamente neutrale rappresentano un altro passo verso lo sviluppo sostenibile: il consumo di risorse può essere ridotto convertendo gli uffici postali in agenzie o integrandoli in centri di servizi regionali. Le soluzioni mobili (come il servizio a domicilio) hanno il vantaggio di poter essere impiegate in modo molto mirato e di non consumare risorse quando non vengono utilizzate.

7 Attuazione urgente

Le raccomandazioni sul futuro servizio universale (cap. 6.2) si riferiscono all'orizzonte temporale 2030. Per l'attuazione di tali raccomandazioni occorre una revisione della LPO, la quale richiederebbe del tempo. Dai lavori preliminari sino all'entrata in vigore, l'ultima revisione della legislazione postale è durata circa dieci anni. Pertanto, la Commissione raccomanda che il Consiglio federale prenda presto una decisione di principio in merito alle linee guida del futuro servizio universale e in seguito avvii una revisione della LPO. In caso di rinuncia a una revisione della LPO, ossia se il servizio universale mantenesse l'assetto attuale, i costi che rimarranno scoperti a partire dal 2030 (e che ai fini del presente rapporto sono stati solo stimati) dovrebbero essere calcolati in dettaglio, dopodiché occorrerà presentare al Parlamento un messaggio concernente l'indennizzo di tali costi.

Un altro elemento decisivo per l'attuazione è che la riforma del servizio universale proposta avrà un forte impatto sulla Posta. In tutti i settori della Posta occorreranno infatti adeguamenti strutturali e procedurali, e i cambiamenti cui andranno incontro i collaboratori dovranno essere affrontati con i partner sociali. Potrebbero esserci ripercussioni anche sull'attuale strategia imprenditoriale.

Pertanto, la Posta e i suoi collaboratori necessitano di un'attuazione tempestiva delle disposizioni politiche in merito al futuro servizio universale. Concretamente, la Commissione raccomanda che nel 2022 il Consiglio federale prenda una decisione di principio in merito al contenuto del futuro servizio universale e dia avvio al processo legislativo. Le decisioni parlamentari avverrebbero così nel 2025/2026, ciò che darebbe alla Posta tempo a sufficienza per attuare gli adeguamenti necessari in modo scrupoloso e socialmente sostenibile. La Commissione raccomanda inoltre fortemente di strutturare il nuovo assetto in modo tale che la Posta continui a disporre di un margine di manovra aziendale sufficiente, in particolare grazie a requisiti neutri dal punto di vista tecnologico.

⁷⁸ Ufficio federale dello sviluppo territoriale 2021

⁷⁹ Ad es. Oliver Wyman 2021, pag. 60 seg.

Anche dopo il 2030 vi sono da attendersi cambiamenti tecnologici, economici e sociali, oggi prevedibili soltanto in parte. Ciò significa che il servizio universale non potrà rimanere invariato ancora per decenni, ma dovrà adeguarsi rapidamente alle nuove esigenze sociali e avere un assetto quanto più flessibile possibile.

La Commissione raccomanda quindi di consentire un adeguamento flessibile del servizio universale attraverso gli elementi seguenti:

- Un monitoraggio annuale da parte dell'UFCOM, che dovrebbe consentire di analizzare le prestazioni del servizio universale, la loro fruizione e l'evoluzione delle esigenze della popolazione.
- Il monitoraggio sarà esaminato e valutato in modo sistematico ogni 5 anni. Su questa base il Consiglio federale dovrebbe decidere se sono necessari adeguamenti del servizio universale e se occorre integrare nuovi elementi. L'attuazione concreta di questi adeguamenti dovrebbe avvenire mediante una revisione dell'OPO. Il presupposto è che la LPO si limiti agli elementi di base e rinunci a un disciplinamento dettagliato. I risultati del monitoraggio e gli adeguamenti dell'OPO previsti dovrebbero però essere discussi nelle commissioni parlamentari.
- Le possibili ripercussioni derivanti da nuove forme del servizio universale, in particolare in ambito digitale, generano spesso incertezze. Pertanto, la Commissione raccomanda di sancire nella nuova LPO la possibilità di effettuare nelle regioni dei test pilota concernenti i nuovi elementi del servizio universale. Prima di introdurre forme nuove e innovative su scala nazionale, queste potrebbero così essere testate a titolo sperimentale in una regione o in un Cantone.

Anche il messaggio all'attenzione del Parlamento e approvato dal Consiglio federale il 30 giugno 2021 concernente una modifica alla LPO si esprime in favore di un approccio rapido. Nel messaggio, il Parlamento propone tre adeguamenti essenziali. Indipendentemente dalla decisione in merito a un'eventuale privatizzazione di PostFinance, in un primo momento occorre abolire il divieto concernente crediti e ipoteche. In futuro, PostFinance deve poter concedere autonomamente ipoteche e crediti a terzi. In una fase successiva, dovrebbe essere scorporata dal gruppo Posta e interamente privatizzata. Lo renderebbe possibile una decisione del Parlamento (senza Referendum). Dal punto di vista della Commissione, è fondamentale che i mandati del servizio universale siano stabiliti (revisione LPO) prima che venga presa una decisione in merito a una privatizzazione parziale o totale di PostFinance. Prima di un'eventuale privatizzazione occorre stabilire i mandati di servizio universale e attuare eventuali adeguamenti mediante una revisione della LPO. La Confederazione garantisce temporaneamente, attraverso una garanzia di capitalizzazione, che PostFinance possa adempiere alle esigenze in materia di fondi propri (capitale d'emergenza) in base al diritto sui mercati finanziari (legislazione too-big-to-fail) in modo che i servizi del traffico dei pagamenti di rilevanza sistemica e il servizio universale possano essere mantenuti anche in caso di rischio di fallimento. Il Parlamento ha sospeso i dibattiti in merito al dossier, rinviando alla revisione della LPO.

8 Membri

Christine Egerszegi, presidente, ex Consigliera di Stato del Cantone di Argovia

Alenka Bonnard, co-direttrice e fondatrice di staatslabor

Joël Luc Cachelin, CEO Wissensfabrik

Katia Delbiaggio, docente nell'ambito dell'economia politica e dell'economia regionale presso l'Institut für Betriebs- und Regionalökonomie della Hochschule Luzern

Karin Frick, capo della ricerca e membro di direzione del Gottlieb Duttweiler Institut (GDI)

Clémence Grisel Rapin, professoressa ordinaria di diritto amministrativo, Università di Friburgo

Erik Hofmann, direttore dell'Instituts für Supply Chain Management dell'Università di San Gallo

Esther Schlumpf, capoprogetto Regions- und Wirtschaftszentrum Oberwallis

Oliver Wünsch, esperto di mercati finanziari e banche centrali, Partner Oliver Wyman Zurigo

Hans Werder, ex segretario generale del DATEC

Abbreviazioni

AFF	Amministrazione federale delle finanze
ARE	Ufficio federale dello sviluppo territoriale
B2X	Business to Everyone B2B: Business to Business; B2C: Business to Customer; B2G: Business to Government
BNS	Banca nazionale svizzera
CEO	Chief Executive Officer
CGCA	Conferenza dei governi dei cantoni alpini
CO ₂	Anidride carbonica
Cost.	Costituzione federale
COTER	Consiglio per l'assetto del territorio
DATEC	Dipartimento federale dell'ambiente, dei trasporti, dell'energia e delle comunicazioni
E+1	Velocità di trasporto, recapito il giorno lavorativo successivo
E+3	Velocità di trasporto, recapito tre giorni lavorativi successivi alla presa in consegna
EBIT	Earnings Before Interest and Taxes (profitto prima di interessi e tasse)
e-ID	Identificazione elettronica
eIDAS	electronic IDentification, Authentication and trust Services
FF	Foglio federale
FiEle	Legge sulla firma elettronica
FTTB/H	Fiber to the business/home
G2X	Government to Everyone (Business, Customer, Government)
GDI	Gottlieb Duttweiler Institut
IA	Intelligenza artificiale
I-DESI	International Digital Economy and Society Index
LOP	Legge sull'organizzazione della Posta
LPO	Legge sulle poste
Mbit/s	Velocità di trasmissione; megabit al secondo
OPO	Ordinanza sulle poste
PMI	Piccole e medie imprese
POS	Point of Sale
PostCom	Commissione federale delle poste
QES	Firma elettronica qualificata
QR	Quick Response
RS	Raccolta sistematica
SA	Società per azioni
SECO	Segreteria di Stato dell'economia
SSI	Self Sovereign Identity
TMP	Traffico motorizzato privato
TP	Trasporti pubblici
UFCOM	Ufficio federale delle comunicazioni
UST	Ufficio federale di statistica

Bibliografia

Banca Nazionale Svizzera (2018): Sondaggio sui mezzi di pagamento 2017. Sondaggio sulle abitudini di pagamento e sull'impiego del contante in Svizzera. Consultabile alla pagina: www.snb.ch/it > Circuito dei pagamenti > Sondaggio sui mezzi di pagamento.

Banca Nazionale Svizzera (2021): Sondaggio sui mezzi di pagamento 2020. Sondaggio sulle abitudini di pagamento e sull'impiego del contante in Svizzera. Consultabile alla pagina: www.snb.ch/it > Circuito dei pagamenti > Sondaggio sui mezzi di pagamento.

Bürgin R., H. Mayer, A. Kashev, S. Haug (2021): Digital multilocality: New modes of working between center and periphery in Switzerland. Journal of Rural Studies, 88, pag. 83-96.

Commissione europea (2021a): Postal data from 2012 to 2017. Bruxelles. Consultabile alla pagina: www.ec.europa.eu/growth/index_en > Sectors > Postal services > Postal statistics > Statistics database (stato: 03.12.2021)

Commissione europea (2021b): International Digital and Economic Index 2020. Final Report. Consultabile alla pagina: digital-strategy.ec.europa.eu > Library > I-DESI 2020: How digital is Europe compared to other major world economies?

Commissione europea (2021c): Relazione della Commissione al Parlamento europeo e al Consiglio sull'applicazione della direttiva sui servizi postali (Direttiva 97/67/CE, modificata dalle direttive 2020/239/CE e 2008/6/CE. Consultabile alla pagina: www.eur-lex.europa.eu > Ricerca avanzata > Tema > Istruzione e comunicazione > Sistema di comunicazione > Poste e telecomunicazioni > Servizio postale (19.01.2022)

Comparis (2020): Studio sugli smartphone 2020. Consultabile alla pagina: www.comparis.ch > Altri servizi > Area download > Rapporto sugli smartphone 2020 (19.01.2022)

Consiglio federale (2021a): Il Consiglio federale adotta una decisione di principio in merito all'identità elettronica, Comunciato stampa del 17 dicembre 2021. Consultabile alla pagina www.ejpd.admin.ch/ejpd/it/home.html > Attualità > Comunicati stampa (19.01.2022)

Consiglio per l'assetto del territorio (2019): Mégatrends et développement territorial en Suisse. Consultabile in francese alla pagina: www.are.admin.ch/are/it/home.html > Sviluppo e pianificazione del territorio > Organi di coordinamento e cooperazione > Consiglio per l'assetto del territorio CAT (29.11.2021)

Demoscope (2017): Postversorgung in der Schweiz, Erhebung im Auftrag des Bundesamtes für Kommunikation. La sintesi in italiano del rapporto può essere consultata alla pagina: www.ufcom.admin.ch > Posta e sovvenzione per la stampa > Valutazione > Riassunto dei risultati 09.11.2017 (19.01.2022)

E-Government Svizzera (2020): Strategia di e-government Svizzera, consultabile alla pagina: www.egovernment.ch > Attuazione > Strategia di e-government Svizzera (stato: 19.01.2021)

Espacesuisse (2021): «Post Corona» Un bref éclairage sur les répercussions de la pandémie sur le développement territorial en Suisse. Consultabile in francese alla pagina: www.espacesuisse.ch > Publications > Publications spéciales (19.01.2022)

European Regulators Group for Postal Services (2019): Developments in the postal sector and implications for regulation. Consultabile alla pagina: www.ec.europa.eu/growth/index > Postal services > The European Regulators Group for Postal Services > ERGP documents (19.01.2022)

Galaxus (2021): La Community digitec-Galaxus investe 1,3 milioni di franchi nella protezione del clima, Comunicato stampa del 07.06.2021, consultabile alla pagina: www.galaxus.ch > Chi siamo > Ufficio stampa (stato 06.01.2022)

Handelsverband.swiss (2021): En 2020, le commerce en ligne suisse augmente de 27.2 %, comunicato stampa del 10.3.2021. Consultabile in francese alla pagina: www.handelsverband.swiss/fr > News

Link (2020): Grundversorgung der Zukunft, Erhebung im Auftrag des Bundesamtes für Kommunikation (disponibile unicamente in tedesco). La sintesi in italiano può essere consultata alla pagina: www.ufcom.admin.ch > Posta e sovvenzione per la stampa > Valutazione > Riassunto dei risultati (stato: 19.01.2022)

Oliver Wymann (2021): Is e-commerce good for Europe? Economic and environmental impact study. Consultabile alla pagina: www.oliverwymann.de > Unsere Expertise > Publikationen (26.01.2022).

Posta (2020): La «Posta di domani»: un riposizionamento che fa leva sui tradizionali punti di forza dell'azienda, comunicato stampa del 14.05.2020. Consultabile alla pagina: www.posta.ch > Chi siamo > Media > Comunicati stampa (19.01.2022)

Posta (2021): Cifre 2020. Consultabili alla pagina: www.posta.ch > Chi siamo > Media > Conferenze stampa > 2021 > Rapporto annuale 2020 > Downloads (26.01.2022)

Posta (2022): I giornali nel servizio universale. Consultabile alla pagina: www.posta.ch > Chi siamo > Ritratto > Politica > Definizione dei prezzi > I giornali nel servizio universale (26.01.2022)

PostCom (2021): Rapporto annuale 2020. Consultabile alla pagina: www.postcom.admin.ch > Documentazione > Rapporti annuali (19.01.2022)

Pro Senectute (2020): Digital Seniors 2020. L'utilisation des technologies de l'information et de la communication (TIC) par les personnes de 65 ans et plus en Suisse. Consultabile (in francese) alla pagina: www.prosenectute.ch > Prestazioni di servizi > Pubblicazioni > Studi tematici (29.11.2021)

Ti&m, Hochschule Luzern (2021): Trendstudie Banken 2021. Consultabile in tedesco alla pagina: www.ti8m.com > Insights > Downloads > ti&m Trendstudie Banken 2021 (19.01.2022)

Ufficio federale delle comunicazioni (2021): Servizio universale nel settore dei servizi postali e del traffico dei pagamenti: le sfide attuali. Consultabile alla pagina: www.ufcom.admin.ch > Posta e sovvenzione per la stampa > Valutazione > Rapporto sul servizio universale postale futuro (19.01.2021)

Ufficio federale dello sviluppo territoriale (2017): Quadro d'orientamento 2040 sul futuro della mobilità in Svizzera. Consultabile alla pagina: www.are.admin.ch/are/it/home.html > Media e pubblicazioni > Pubblicazioni > Mobilità (29.11.2021)

Ufficio federale dello sviluppo territoriale (2021): Strategia per uno sviluppo sostenibile 2030. Consultabile alla pagina: www.are.admin.ch/are/it/home.html > Sviluppo sostenibile > Strategia e rapporti > Strategia per uno sviluppo sostenibile (24.01.2022)

Ufficio federale di statistica (2020a): Scenari dell'evoluzione demografica della Svizzera e dei Cantoni 2020-2050. Consultabile unicamente in francese e tedesco alla pagina: www.bfs.admin.ch/bfs/fr/home.html > Trouver des statistiques > Population > Evolution future > Scénarios pour la Suisse et les Cantons 2020-2050 > Plus de résultats (29.11.2021)

Ufficio federale di statistica (2020b): Scénario de référence de l'évolution de la population résidente permanente, 2020-2050. Consultabile in francese alla pagina: www.atlas.bfs.admin.ch/fr/index.html

> Atlas statistique de la Suisse > 01 – Population > Etat et évolution de la population > Evolution future (scénario de référence) > 2020-2050 (19.01.2022)

Ufficio federale di statistica (2021a): E-Commerce. Consultabile in francese alla pagina: www.bfs.admin.ch/bfs/fr/home.html > Trouver des statistiques > Culture, médias, société de l'information, sport > Société de l'information > Ensemble des indicateurs > Entreprises > Commerce électronique (19.01.2022)

Ufficio federale di statistica (2021b): E-commerce des particuliers en Suisse, selon différentes caractéristiques socio-démographiques. Consultabile in francese alla pagina: www.bfs.admin.ch/bfs/fr/home.html > Trouver des statistiques > Culture, médias, société de l'information, sport > Société de l'information > Ensemble des indicateurs > Ménages et population > e-commerce et e-banking (19.01.2022)

Ufficio federale di statistica (2021c): Speranza di vita alla nascita. Consultabile alla pagina: <https://www.bfs.admin.ch/bfs/it/home.html> > Trovare statistiche > Popolazione > Nascite e decessi > Speranza di vita (stato 19.01.2021)

Ufficio federale di statistica (2021d): Competenze digitali. Consultabile in francese alla pagina: www.bfs.admin.ch > Trovare statistiche > Cultura, media, società dell'informazione, sport > Società dell'informazione > Ensemble des indicateurs > Ménages et population > Compétences numériques (26.01.2022)

WIK Consult (2021): “User needs in the Postal Sector” Svluppi all'estero e conclusioni per la Svizzera. Presentazione ad opera della commissione di esperti del 9 settembre 2021.

Zalando (2019): Zalando testet Mehrwegpackungen für Lieferungen, Medienmitteilung vom 18.09.2019. Consultabile in tedesco alla pagina: www.zalando.ch > Su Zalando > Newsroom > News & Storys (stato: 19.01.2022)

Zukunftsinstitut (2021): 12 Megatrends – Die grossen Treiber des Wandels. Kann abgerufen werden unter: www.zukunftsinstitut.de > Megatrends > 12 Megatrends – Die grossen Treiber des Wandels (Stato: 19.01.2022)

Zumstein, D., C. Oswald und C. Brauer (2021): Onlinehändlerbefragung 2021 – Erkenntnisse zum E-Commerce-Boom in der Schweiz und Österreich, zhaw School of Management and Law.

Allegato 1: Questionario destinato a terzi

<p>Domanda 1a: L'attuale legge sulle poste contiene il principio secondo cui deve essere garantito un servizio universale capillare di buona qualità che sia finanziariamente sostenibile e accessibile a tutti i gruppi della popolazione. Il livello di copertura dev'essere alto. Quali obiettivi dovrà raggiungere il servizio universale del futuro nel settore dei servizi postali e del traffico dei pagamenti?</p>		
<p>Osservazioni:</p>		
<p>Domanda 1b: Quali prestazioni concrete del servizio universale dovranno essere fornite nel 2030?</p>		
<p>Servizi postali</p>		
<p>Trasporti</p> <ul style="list-style-type: none"> <input type="checkbox"/> Lettere posta A nel Paese <input type="checkbox"/> Lettere posta B nel Paese <input type="checkbox"/> Pacchi posta A nel Paese <input type="checkbox"/> Pacchi posta B nel Paese <input type="checkbox"/> Lettere con avviso di ricevimento <input type="checkbox"/> Lettere destinate all'estero <input type="checkbox"/> Pacchi destinati all'estero <input type="checkbox"/> Giornali e periodici in abbonamento <input type="checkbox"/> Lettere digitali <input type="checkbox"/> Un canale di comunicazione digitale sicuro e affidabile (segreto postale digitale) 	<p>Presa in consegna</p> <ul style="list-style-type: none"> <input type="checkbox"/> Cassette postali <input type="checkbox"/> Punti di accesso fisici (filiale, sportello automatico) <input type="checkbox"/> Cassette delle lettere digitali 	<p>Distribuzione</p> <p>Lettere provenienti dal Paese e dall'estero</p> <ul style="list-style-type: none"> <input type="checkbox"/> A domicilio <input type="checkbox"/> A un punto di ritiro (filiale, sportello automatico) <input type="checkbox"/> Cassette delle lettere digitali <p>Pacchi provenienti dal Paese e dall'estero</p> <ul style="list-style-type: none"> <input type="checkbox"/> A domicilio <input type="checkbox"/> A un punto di ritiro (filiale, sportello automatico) <p>Giornali e periodici in abbonamento provenienti dal Paese</p> <ul style="list-style-type: none"> <input type="checkbox"/> A domicilio
<p>Traffico dei pagamenti</p>	<p>Altre prestazioni</p>	<p>Aggiunte</p>
<p>Prodotto</p> <ul style="list-style-type: none"> <input type="checkbox"/> Conto per il traffico dei pagamenti <input type="checkbox"/> Versamento di contanti e prelievo di contanti (senza relazione con la clientela) <input type="checkbox"/> Versamento e prelievo (con relazione con la clientela) <input type="checkbox"/> Trasferimento dal proprio conto al conto di un terzo <input type="checkbox"/> Prelievo di contanti agli automatici 	<ul style="list-style-type: none"> <input type="checkbox"/> offerta capillare di interfacce fisiche ISDN fra autorità/imprese e popolazione (ad es. identificazione, digital enabling, telemedicina) <input type="checkbox"/> e-Health <input type="checkbox"/> Voto elettronico <input type="checkbox"/> e-Gov 	<ul style="list-style-type: none"> <input type="checkbox"/> <input type="checkbox"/>

Domanda 2: La struttura dei costi del servizio universale varia a seconda della regione. In caso di un mandato unitario e capillare, l'offerta è sovvenzionata in modo incrociato fra aree urbane e regioni periferiche. Esistono settori del servizio universale in cui l'esistenza di differenze regionali sarebbe più accettabile? In quali settori è irrinunciabile un'offerta unitaria? La ripartizione attuale fra centro e periferia dovrebbe essere rafforzata ulteriormente in futuro?

Osservazioni:

Domanda 3: Quale compito adempirà la rete postale decentralizzata del futuro? In base a quali priorità/criteri dovrebbe avvenire la ristrutturazione della rete di accesso odierna, considerate le crescenti difficoltà nel finanziare con mezzi propri la rete postale di oggi? Come soppesare le esigenze delle imprese in tale ambito rispetto a quelle della popolazione se i mezzi finanziari sono limitati?

Osservazioni:

Domanda 4a: Attualmente la Posta Svizzera è tenuta per legge a garantire il servizio universale nei settori dei servizi postali e del traffico dei pagamenti. Vi sono prestazioni o prodotti che rientrano nel mandato del servizio universale e che in futuro potrebbero essere oggetto di una gara pubblica? Se sì, quali? Se no, perché no?

Osservazioni:

Domanda 4b: In futuro il servizio universale potrebbe essere fornito anche in modo cooperativo, ossia con il coinvolgimento di strutture sussidiarie (ad es. Cantoni, Comuni, fornitori privati o banche)? Se sì, in quali settori? Come potrebbero essere strutturati concretamente tali approcci, e quali principi dovrebbero valere? Quali potenziali sinergie potrebbero essere meglio sfruttate?

Osservazioni:

Domanda 5: La legge sulle poste in vigore sancisce che il servizio universale è finanziato con i ricavi della Posta e delle società del gruppo Posta. Quanto è importante che il servizio universale sia finanziato con mezzi propri anche in futuro? Esistono modelli più adeguati per un finanziamento sostenibile del futuro servizio universale? Se sì, quali? Se no, perché?

Osservazioni:

Allegato 2: Lista dei pareri pervenuti

- Unione sindacale svizzera (USS)
- Sindacato syndicom
- Unione delle città svizzere
- Associazione di categoria .swiss
- Associazione svizzera dei banchieri (ASB)
- Pro Senectute
- Raiffeisen Svizzera
- Unione delle banche cantonali svizzere (UBCS)
- Fondazione per la protezione dei consumatori (SKS)
- Planzer Transport AG
- Gruppo svizzero per le regioni di montagna (SAB)
- Associazione delle agenzie postali
- Associazione del personale transfair
- Associazione delle banche regionali svizzere (VSRB/ABRS)
- Unione svizzera delle arti e mestieri (USAM)
- Economiesuisse, Federazione delle imprese svizzere
- Conferenza dei direttori cantonali dell'economia pubblica (CDEP)
- Associazione dei Comuni Svizzeri
- Organizzazione AsyLex
- Associazione KEP&Mail
- Quickmail AG

Allegato 3: Paragone fra servizio universale odierno e visione 2030

Zona	Portata attuale	Visione 2030
Lettere	<ul style="list-style-type: none"> - Accettazione, trasporto, recapito di pacchi fino a 20 kg in patria e all'estero - almeno 5 giorni alla settimana - in tutti gli insediamenti abitati tutto l'anno - prezzi indipendenti dalla distanza - pacco prioritario (E+1), pacco economico (E+3) 	<ul style="list-style-type: none"> - Accettazione, trasporto, recapito di pacchi fino a 20 kg in patria e all'estero - almeno 5 giorni alla settimana - in tutti gli insediamenti abitati tutto l'anno - prezzi indipendenti dalla distanza - velocità di trasporto E+1 - accesso neutrale dal punto di vista tecnologico per l'accettazione dei pacchi
Pacchi	<ul style="list-style-type: none"> - Accettazione, trasporto, recapito di lettere fino a 1 kg in patria e all'estero - almeno 5 giorni a settimana - in tutti gli insediamenti abitati tutto l'anno - prezzi indipendenti dalla distanza - lettera A (E+1), lettera B (E+3) 	<ul style="list-style-type: none"> - Accettazione, trasporto, recapito di lettere fino a 1 kg in patria e all'estero - almeno 3 giorni a settimana - in tutti gli insediamenti abitati tutto l'anno - prezzi indipendenti dalla distanza - velocità di consegna E+3 - completamento tramite servizi digitali o ibridi - accesso neutrale dal punto di vista tecnologico per l'accettazione delle lettere
Giornali	<ul style="list-style-type: none"> - Servizio di distribuzione regolare dei giornali e dei periodici in abbonamento sei giorni alla settimana - in tutti gli insediamenti abitati tutto l'anno - nelle zone senza recapito mattutino fino alle 12.30 - a prezzi indipendenti dalla distanza e usuali nei maggiori agglomerati 	<ul style="list-style-type: none"> - --
Traffico dei pagamenti	<ul style="list-style-type: none"> - Apertura e tenuta di un conto per il traffico dei pagamenti, con connessione al sistema di pagamento interbancario per persone fisiche e giuridiche domiciliate in Svizzera - versamento - prelievo - trasferimento di denaro contante su un conto di terzi, indipendentemente dall'esistenza di una relazione di conto 	<ul style="list-style-type: none"> - Diritto a un conto di base come oggi, comprendente anche l'accesso ai prodotti del traffico dei pagamenti senza contanti usuali sul mercato e corrispondenti allo stato attuale della tecnica - servizi di pagamento in contanti come oggi (versamenti, prelievi e trasferimenti bancari), finché non c'è un'alternativa digitale equivalente al contante. Tuttavia, i criteri di accesso sarebbero ridotti.

Rete di accesso	<ul style="list-style-type: none"> - Esercizio di una rete nazionale di punti d'accesso (uffici postali, agenzie, cassette per le lettere) - l'accesso è garantito se il 90% della popolazione residente permanente di un Cantone può raggiungere un ufficio postale o un'agenzia entro 20 minuti a piedi o con i trasporti pubblici - nelle aree urbane e negli agglomerati, deve essere garantito almeno un punto di accesso servito. Se la soglia di 15 000 dipendenti o abitanti viene superata, va istituito un ulteriore punto di accesso 	<ul style="list-style-type: none"> - Continuare ad avere requisiti uniformi a livello nazionale, ma neutrali dal punto di vista tecnologico, che si riferiscono al servizio e non al tipo di accesso - margine di manovra per le peculiarità e le esigenze regionali
Servizi digitali	--	<ul style="list-style-type: none"> - Esaminare la necessità di un (nuovo) servizio universale per un'infrastruttura digitale basata sulla fiducia e a chi affidarne eventualmente la realizzazione