

Aprire gli sportelli della Posta alla concorrenza

03.11.2011

A colpo d'occhio

Nel terzo trimestre 2011, la Posta mostra nuovamente un eccellente risultato di gestione. La lieve diminuzione dell'utile è dovuta alla regressione delle operazioni agli sportelli. Sarebbe molto facile migliorare questa situazione aprendo gli sportelli del colosso giallo anche ad altri fornitori di servizi postali.

La Posta svizzera è costantemente in uno stato fiorente. Questo è dimostrato nel suo ultimo comunicato stampa con un ricavo annuale record dell'ordine di circa un miliardo di franchi.

L'anno scorso, la Posta si lamentava della riduzione del volume delle lettere, anche se da subito sembrava che questo si fosse verificato solo in parte. Le lamentele hanno avuto come effetto quello di intralciare l'apertura del mercato e di assicurare all'impresa statale degli introiti considerevoli. La Posta riconosce oggi che il volume delle lettere inviate è rimasto stabile.

Utile in declino per la mancanza di concorrenza

La riduzione dell'utile di 20 milioni di franchi comunicato oggi per i tre primi trimestri dell'anno (su una cifra d'affari di 6,3 miliardi registrata fino a fine settembre) è spiacevole, ma è prima di tutto la conseguenza di un'apertura insufficiente al mercato. Per compensare la regressione della cifra d'affari e dell'utile, esiste una soluzione semplice, la quale permette alla clientela di rallegrarsi: aprire l'accesso degli sportelli postali ad altri fornitori.

Se i clienti delle filiali della Posta potessero non solamente acquistare delle vignette autostradali e delle penne o stipulare delle assicurazioni vita, ma anche spedire pacchi e lettere tramite altri fornitori, le cifre d'affari degli sportelli così come la soddisfazione della clientela migliorerebbe notevolmente.

Gli importanti utili della Posta hanno principalmente un'origine storica: la situazione di monopolio. Inoltre, gli altri vantaggi di cui gode la Posta rispetto ai suoi concorrenti deriva da decisioni politiche. Non si può ancora veramente parlare di concorrenza efficace. Solo l'apertura del mercato eserciterà la pressione necessaria. Questa è una sfida soprattutto per il regolatore.