



# Lettera 24

NUOVI STRUMENTI PER COMUNICARE

anno 3 numero 2 - maggio 2010

## Entro fine 2010 garantita la concorrenza Al Governo italiano la delega sulla liberalizzazione del settore postale

**In vista della completa apertura del mercato postale è stata avviata una consultazione pubblica da parte del ministero dello Sviluppo economico**

**D**al primo gennaio 2011 il mercato postale europeo, e di conseguenza anche quello italiano, dovrà essere completamente liberalizzato. In tal modo si vedranno gli effetti di quelle spinte evolutive che da anni stanno contrassegnando questo settore, già parzialmente aperto alla concorrenza. Il processo che porterà alla liberalizzazione, comunque, deve passare per l'attivazione di una serie di importanti procedure, quali la trasposizione della direttiva

2008/6/CE (che è appunto sul mercato postale) nell'ordinamento nazionale, l'affidamento del servizio universale, l'esigenza di una regolamentazione pro-concorrenziale del mercato, unitamente a un rafforzamento delle azioni di vigilanza. Di fronte a queste esigenze, ne consegue l'essenzialità del compito di garantire l'applicazione delle regole della concorrenza, l'imparzialità delle decisioni dell'Autorità di settore, nonché l'adeguamento delle disposizioni in materia postale al progresso tecnico e all'evoluzione del mercato nel cui ambito, a partire dal 2011, il livello di competizione risulterà massimo, con operatori nazionali e internazionali che si contenderanno tutti i segmenti del mercato stesso. Alla luce di questa situazione, il ministero dello

Sviluppo economico, dipartimento Comunicazioni, ha avviato una consultazione pubblica al fine di acquisire ogni utile elemento di informazione e valutazione in vista dell'intervento normativo di recepimento della direttiva 2008/6/CE nell'ordinamento nazionale. Sul sito del dipartimento ([www.comunicazioni.it](http://www.comunicazioni.it)) è stato pubblicato un questionario per raccogliere testimonianze e opinioni. Chiunque ha avuto occasione di farlo e ciò ha rappresentato una occasione unica e interessante non solo per chi opera direttamente nel settore postale ma per tutti quei soggetti, privati ma soprattutto pro-



venienti dal mondo delle imprese, che potranno trarre giovamento dalla completa liberalizzazione del mercato postale. La totale apertura alla concorrenza, infatti, non riguarda solo gli operatori postali ma chiunque fa ricorso al servizio da loro offerto.

### Un momento cruciale: tante azioni per un mercato libero



La completa liberalizzazione del mercato postale si avvicina. In questa fase ci sono anche altri interventi e attività in corso. Ne abbiamo parlato con Grazia Francolini, direttore Public Affairs di TNT Post.

**Come si sta preparando l'Italia all'appuntamento del primo gennaio 2011?**

Questo è un momento

molto importante per il settore postale italiano. Da una parte è stata aperta la consultazione del ministero dello Sviluppo economico in vista del recepimento della direttiva europea del 2008 a cui tutti possono dare il loro contributo, dall'altra l'attività legislativa del Governo non si limiterà solo alla legge postale. **Il riferimento è alla legge annuale sulla concorrenza?**

Esattamente, questo strumento ancora non è stato mai utilizzato dal Governo ma può essere di particolare efficacia. L'Autorità garantisce per la concorrenza e il mercato ha inviato nelle scorse settimane all'esecutivo le sue segnalazioni, evidenziando in particolare il livello insoddisfacente di apertura del mercato

postale e ha affrontato alcuni nodi chiave. **Quali in particolare?**

L'Antitrust ha proposto una soluzione che passi per l'individuazione di un regolatore indipendente dal comparto, per arrivare a una ridefinizione degli oneri di servizio universale in capo a Poste Italiane, oltre a dire che andranno riviste sia le condizioni di accesso alla rete postale sia gli aspetti tariffari per la fornitura dei servizi.

**L'Antitrust, però, non ha fatto solo questo.** È vero. Ha avviato una istruttoria su Poste Italiane dopo alcune nostre segnalazioni di comportamenti abusivi e ne stiamo aspettando l'esito.

**E l'Europa cosa sta facendo?**

A fine 2009 la Commissione europea ha aperto una procedura di infrazione contro il Governo italiano sulla non indipendenza dell'Autorità di regolamentazione del settore postale.

# Intervista doppia: competitività a confronto

## La concorrenza aiuta la crescita economica oltre a migliorare i servizi

**D**ove c'è maggiore competitività c'è maggiore crescita. Un clima di concorrenza e di apertura del mercato alla competizione permette alle aziende di migliorare i servizi, i rapporti con i propri clienti e di contribuire alla crescita economica generale. Per poterlo fare, però, è necessario un quadro normativo chiaro e regole uguali per tutti.

Non va dimenticato, infatti, che anche nella strategia di Lisbona una delle parole chiave è proprio competitività. Secondo l'Unione europea, un'economia competitiva è un'economia che presenta una crescita elevata e sostenuta della produttività. Ed è per questo motivo che si ritiene che una industria europea competitiva sia indispensabile per raggiungere

gli obiettivi comunitari economici, sociali e ambientali.

L'argomento è di estrema attualità, anche alla luce della crisi economica internazionale dalla quale le economie mondiali stanno uscendo con non poche difficoltà. Ne abbiamo parlato con chi si confronta ogni giorno con la concorrenza e ha fatto della competitività una parola d'ordine.

### Con l'apertura del mercato l'utente è diventato cliente

Colloquio con Amedeo Paulone, direttore del Mercato Enterprise di Wind.

**Quanto è importante per la competitività di una azienda operare in un quadro di regole certe e uguali per tutti?**

È fondamentale. Per una azienda come la nostra che opera nel settore delle telecomunicazioni, dove gli investimenti sono molto elevati, deve esserci un quadro normativo chiaro con regole uguali per i nuovi operatori e una certa asimmetria nei confronti dell'ex monopolista.

**Nel settore delle tlc quali sono state le difficoltà o le resistenze incontrate nel cammino verso la liberalizzazione?**

Facendo in particolare riferimento al mondo business abbiamo dovuto creare una struttura per garantire il servizio alle imprese e di fronte a questo la difficoltà più grande è la resistenza dell'ex monopolista.

**Nel settore delle tlc l'apertura alla concorrenza come ha modificato il rapporto con il mercato?**

Con la competizione l'utente è diventato cliente, che sceglie e non lo fa solo in base ai prezzi ma anche alla qualità del servizio.

**Quali sono stati i miglioramenti e i vantaggi riscontrati, in particolare nell'ambito dell'offerta B2B?**

Abbiamo puntato sull'innovazione e soprattutto per la clientela business questo ha voluto dire andare verso la convergenza dei servizi dati e servizi voce.

**Come si sono evolute le strategie per competere in un mercato libero, con riferimento all'offerta B2B?**

Come dicevo siamo andati nella direzione dell'innovazione e grazie a questo Wind ha alcuni dei progetti più innovativi sul mercato italiano.

**L'esplosione della telefonia mobile è ricollegabile all'apertura dei mercati?**

La liberalizzazione, allargando l'offerta, ha di fatto creato la domanda.



### L'evoluzione dei processi va continuamente seguita

Colloquio con Lorenzo Sessa, responsabile Marketing di Edison Energia.

**Quanto è importante per la competitività di una azienda operare in un quadro di regole certe e uguali per tutti?**

Molto, avere un contesto competitivo chiaro è un valore rilevante. Anche se il quadro regolatorio è in continuo cambiamento, solo nel 2009 dall'Autorità sono stati redatti 214 tra documenti e consultazioni.

**Nel settore delle utilities quali sono state le difficoltà o le resistenze incontrate nel cammino verso la liberalizzazione?**

Probabilmente avere il sostegno da parte dei ministeri e dall'Autorità per continuare a far evolvere il mercato. La semplificazione della disciplina e soprattutto dei processi che hanno forte impatto sui clienti sono aree critiche nel cammino percorso fino ad oggi e cruciali per continuare il cammino della liberalizzazione.

**Nel settore delle utilities l'apertura alla concorrenza come ha modificato il rapporto con il mercato?**

Il processo quando è nato evidenziava la tendenza a fare proposte che offrissero semplicemente uno sconto rispetto all'ex incumbent. Oggi la situazione è cambiata: la competizione è anche sul valore dell'offerta.

**Quali sono stati i miglioramenti e i vantaggi riscontrati, in particolare nell'ambito dell'offerta B2B?**

Nelle aziende sono state create strutture per valutare la proposta più adatta alle proprie esigenze e questo ha permesso il miglioramento dell'offerta.

**Come si sono evolute le strategie per competere in un mercato libero, con riferimento all'offerta B2B?**

C'è stato un doppio binario: offerta e canali. Abbiamo sviluppato la rete sul territorio anche attraverso agenti. Ci siamo obbligati in questo modo a una strutturazione più complessa dei canali.



## LiberaMente

In Italia c'è poca libertà economica. Il nostro Paese è al settantaquattresimo posto nel mondo con il 62,7%, 1,2 punti percentuali in più rispetto al 2009. È quanto calcolato nell'Indice della libertà economica stilato dalla Heritage Foundation e dal Wall Street Journal, in collaborazione con un pool di think tank tra cui l'Istituto Bruno Leoni.

Lettera **24**  
Proprietario ed Editore  
Il Sole 24 ORE Spa

Direttore responsabile: Fabio Tamburini  
Caporedattore: Isabella Tasso  
In redazione: Flavia Carletti

Sede Legale e redazione:  
Via Monte Rosa n. 91 20149 Milano  
Tel: 02.3022.4602-3  
Fax: 02.3022.481

Progetto editoriale, grafico - Artwork  
Il Sole 24 ORE  
Radiocor Agenzia d'informazione

Periodico Trimestrale  
Reg. Trib. Milano n. 425 del 3 luglio 2008

Sito internet: www.tntpost.it  
Service provider: Telecom Italia  
Versione cartacea stampata da:  
TNT Post Services, via Fantoli 6/3, Milano

Copyright 2010 - Il Sole 24 ORE S.p.A.  
Radiocor Agenzia d'informazione

È vietata la riproduzione anche parziale o a uso interno con qualsiasi mezzo, non autorizzata.

Per info: numero verde 800 778 277 – e-mail: [tntpost@tntpost.it](mailto:tntpost@tntpost.it)

# Oltre alla raccomandata arriva la Pec

## Con il nuovo sistema si possono inviare e-mail con certificazione

**N**ovità per le raccomandate. Al sistema tradizionale con avviso di ricevimento, si affianca la Posta elettronica certificata (Pec). Questo strumento permette di dare a un messaggio di posta elettronica lo stesso valore legale di una raccomandata con avviso di ricevimento. L'introduzione della Posta elettronica certificata, già obbligatoria per una serie di professionisti, è stata decisa per semplificare e facilitare una serie di comunicazioni e ogni azienda italiana dovrà attrezzarsi per utilizzarla entro il 2012. Questa, per essere tale, deve seguire le regole

le fissate dal Dpr 68/2005 e dalle successive regole da esso previste. Queste norme, insieme in particolare al Codice dell'Amministrazione Digitale, ne stabiliscono la validità legale, le regole e le modalità di utilizzo. Per acquisire un indirizzo della Pec bisogna rivolgersi a un certificatore accreditato presso il DigitPa (dal sito dell'ex Cnipa [www.cnipa.gov.it](http://www.cnipa.gov.it) si verificano i soggetti abilitati). Sul sito è anche possibile trovare una apposita sezione contenente una versione scaricabile della documentazione valida ai fini di legge. Nel dettaglio, al momento dell'invio di una mail Pec

il gestore Pec del mittente invierà al mittente una ricevuta che costituirà valore legale dell'avvenuta (o mancata) trasmissione del messaggio con precisa indicazione temporale del momento dell'invio. Allo stesso tempo, il gestore del destinatario, dopo aver consegnato il messaggio Pec nella casella di posta elettronica, fornirà al mittente una ricevuta di avvenuta consegna. In caso di smarrimento di una delle ricevute presenti nel sistema Pec è possibile disporre, presso i gestori del servizio, di una traccia informatica avente lo stesso valore legale in termini di invio e ricezione.

## Lo sapevate che...

Le undici lettere d'amore scritte da John Fitzgerald Kennedy a una ragazza svedese tra il 1953 e il 1955 sono state comprate all'asta sul sito web *legendaryauctions.com* per 115.537,50 dollari. Le lettere, come ha riportato il quotidiano spagnolo *El Mundo*, sono state messe in vendita dalla donna svedese che aveva conosciuto il futuro presidente Usa in Costa Azzurra nell'agosto del 1953.



È andata deserta l'asta per vendere circa 180 lettere scritte dal gangster francese Jacques Mesrine, interpretato dall'attore Vincent Cassel del film "Nemico pubblico numero 1", a una delle sue amanti in Canada, la ventenne Jocelyne Deraiche, e valutate 60-80mila euro. «Abbiamo avuto offerte fino a 48mila euro, ma il prezzo di riserva fissato dal venditore a 50mila euro non è stato raggiunto», ha spiegato l'incaricato della vendita.



«Tutto è finito, egli abdica...»: questa lettera di Giuseppina Bonaparte è stata acquistata in un'asta a Fontainebleau per 86.743 euro. La missiva descriveva la drammatica situazione di Napoleone. L'asta della rara collezione di 50 lettere e 400 documenti ha avuto un enorme successo con un ricavato totale di 700mila euro.

## L'ultima novità: ecco Formula Pec

**N**asce Formula Pec. Di fronte all'introduzione della Posta elettronica certificata, TNT Post ha ideato un nuovo servizio, grazie alla collaborazione con IN.TE.S.A., società al 100% di IBM che opera sul mercato come fornitore di soluzioni e servizi informatici che facilitano e rendono possibile la comunicazione e la collaborazione in rete di comunità aziendali diverse. IN.TE.S.A. dal 2001 è iscritta all'Albo pubblico dei Certificatori accreditati ed eroga servizi e applicazioni nell'area della sicurezza logica e della firma digitale e dal 2006 è iscritta all'Albo pubblico dei gestori di Posta elettronica certificata. Nei prossimi due anni, in virtù del decreto del 28 gennaio 2009 "Anticrisi", Pubblica amministrazione, imprese e professionisti dovranno attivare una casella Pec. A novembre 2009 ne erano state già create circa un milione (fonte Cnipa).

Per accompagnare questa novità nelle comunicazioni TNT Post ha realizzato tre prodotti differenziati a seconda del tipo di clienti a cui sono rivolti. Alle grandi aziende è dedicata Formul@ 1 Pec che prevede l'utilizzo da parte del cliente di uno specifi-

co dominio dedicato, fino a cinque Gigabyte di spazio. L'azienda potrà avere accesso al servizio tramite l'indirizzo web <https://pec.tntpost.it> oppure con una configurazione attraverso un client di posta. Questo servizio offre la possibilità di una gestione diretta delle caselle di Posta elettronica certificata per l'attivazione, la cancellazione, la gestione delle password.



Per le nuove aziende, invece, è stato ideato Formul@ 2 Pec: ha le stesse caratteristiche del primo per quanto riguarda modalità di accesso e dimensioni della casella ma ha un costo di attivazione promozionale e può essere acquistato attraverso la convenzione Notai.

Infine, ai professionisti è dedicato Formul@ 3 Pec. Con un dominio come [pec.tntpost.it](https://pec.tntpost.it) viene creato un indirizzo di posta elettronica per accedere a una casella con spazio fino a un Gigabyte consultabile su internet o con un client di posta tipo Outlook come un qualsiasi altro indirizzo di posta elettronica.

## Con MyPost pagamenti più facili

TNT Post Italia lancia un nuovo servizio dedicato alla sua clientela per semplificare i sistemi di pagamento, particolarmente utile per le piccole imprese. Si tratta di **MyPost**, un modo per pagare la posta di TNT Post senza contanti.

Nel dettaglio, **MyPost** è un conto ricaricabile per regolare, attraverso detrazioni rispetto all'importo caricato, il pagamento dei servizi postali offerti dall'operatore. Con questo sistema, facilmente attivabile e ricaricabile, si ottiene una semplificazione della gestione amministrativa (la fatturazione viene effettuata all'apertura del conto e a ogni ricarica), maggiore trasparenza e controllo delle spese: attraverso un codice è possibile verificare online l'estratto del conto. A questo si aggiunge la praticità di non dover fare pagamenti cash, andando all'accettazione di TNT Post anche senza contanti.

# Misteri e risate per consolidare i rapporti di lavoro

## Le iniziative di TNT Post rivolte ai clienti ma lontano dalle scrivanie

**Una occasione per dare un volto a un indirizzo e-mail, mentre si vive come in una storia scritta da Agata Christie**

**C**onsolidare rapporti di lavoro attraverso esperienze di gioco e di relax. Questo l'obiettivo di alcuni appuntamenti organizzati da TNT Post e diretti ai propri clienti. Si passa dalle serate in compagnia di comici, al golf, fino all'organizzazione di un "week end con delitto", gioco finalizzato a risolvere un mistero in perfetto stile Agata Christie. Abbiamo parlato di questa esperienza con Tommaso Scricca di GERI HDP Holding di Partecipazione, società di recupero crediti cliente di TNT Post.

**Come ha accolto l'invito a partecipare al week end con delitto?**

In maniera positiva, è stato un invito apprezzato.

**Prima di partire cosa si aspettava da questa avventura?**

Con mia moglie già in passato avevamo programmato di fare una esperienza del genere, quindi sapevo più o meno di cosa si trattasse e per questo a maggior ragione ho accettato con piacere un invito di questo tipo.

**Come si è rivelata? È stata diversa da come se l'immaginava?**

Le attese erano molto alte e abbiamo riscontrato che il risultato si è rivelato in linea con quello che ci aspettavamo. Sono attività che sicuramente fanno piacere.

**La rifarebbe? La consiglierebbe anche ad altri?**

Quando siamo tornati ne abbiamo parlato con degli amici e abbiamo consigliato loro questo tipo di esperienza. Con mia moglie abbiamo anche vinto la possibilità di partecipare a un altro week end e siamo indecisi se farlo noi o regalarlo a degli amici.

**Pensa siano utili attività di questo tipo per consolidare rapporti di lavoro? E se sì come?**

Per scelta si è parlato poco di lavoro ma sicuramente si rafforzano i rapporti personali. Per esempio ho avuto l'occasione di conoscere di persona un cliente sia della società per cui lavoro che di TNT Post con il quale fino ad allora avevo avuto solamente frequenti scambi di email. E poi sono iniziative che rafforzano l'immagine positiva di una azienda.



## Geppi Cucciari, che emozione la richiesta del bis

**M**aria Giuseppina Cucciari, in arte Geppi Cucciari, è una delle attrici comiche più note del panorama televisivo italiano. Arrivata al grande pubblico grazie al palcoscenico del programma Zelig ha alle spalle tanti successi alla radio, in tv e anche in libreria. Con TNT Post ha dato vita a quattro serate di puro divertimento.

**Conosceva TNT Post prima di questa esperienza?**

Si li conoscevo. I loro postini arancioni e i loro furgoncini in stile Obama li vedevo vagare per l'Italia. Impossibile non notarli!

**Ricorda qualcosa di divertente che non si aspettava?**

Mi è stato consigliato di prendere in giro un loro dirigente per una presunta somiglianza con una persona famosa... Purtroppo per me questa somiglianza era assolutamente assente e impossibile da notare!

**Chi è stata la persona più curiosa che ha**



**incontrato ("senza fare nomi" usi pure un linguaggio metaforico per descrivere)?**

Un dirigente che si piaceva molto. Era chiaro che la vita l'aveva convinto di essere fico.

**Se dovesse descrivere il pubblico di TNT Post con un aggettivo, quale userebbe?**

Pubblico davvero educato e partecipe, in tutte le città. Ci hanno accolto sempre con molto calore. A Roma ci hanno pure chiesto il bis, cosa che nelle convention non capita spesso e che apprezziamo davvero molto.

**Dopo le "galanterie" di Massimo Pasqual (Business Manager Indirizzato), ha fissato un appuntamento?**

È stato galante?? Pensa che neanche me ne sono accorta! 😊

**Che rapporto ha con la posta in generale?**

Ci sono cresciuta insieme... Quando posso, spedisco ancora qualche biglietto d'auguri o una lettera. Penso abbiano molta più anima di una veloce e impersonale mail!

## Siticibo: con il Banco Alimentare un progetto per un mondo più giusto

Continua la collaborazione tra TNT Post Italia e la Fondazione Banco Alimentare Onlus nell'iniziativa Siticibo ([www.siticibo.it](http://www.siticibo.it)). L'operatore privato di servizi postali ha deciso di sostenere questo servizio dal 2004 e anche per il 2010 ha confermato il suo impegno, mettendo a disposizione del progetto, che ha come finalità quella di recuperare cibi cucinati e freschi che rimangono inutilizzati nelle mense aziendali e scolastiche e nei grandi alberghi di Milano, quattro furgoni con autista, garantendo così il recapito di alimenti alle mense per indigenti e alle associazioni convenzionate. Per Siticibo TNT Post nel 2009 ha raccolto 70 tonnellate di pane e frutta. Tale iniziativa è stata creata dalla Fondazione Banco Alimentare nel dicembre 2003 a Milano ed è stata esportata anche nelle città di Como, Roma, Firenze e Modena, mentre sono state avviate sperimentazioni in altre

località. Lo scorso anno in Italia sono stati raccolti complessivamente 225mila porzioni di piatti pronti, 80 tonnellate di pane e 81 tonnellate di frutta. «Sono orgoglioso di dare continuità alla collaborazione con Siticibo, ormai giunta al sesto anno consecutivo», ha dichiarato Luca Palermo, amministratore delegato di TNT Post Italia. «È il nostro modo di contribuire con impegno e responsabilità a una crescita più giusta e armonica del mondo in cui viviamo», ha aggiunto il manager, quando Marco Lucchini, direttore generale della Fondazione Banco Alimentare, ha sottolineato che, grazie al contributo dell'operatore postale, «abbiamo potuto estendere le nostre attività di raccolta a quattro zone di Milano altrimenti per noi impossibili da coprire, includendo altri 29 enti caritativi come beneficiari di ciò che giornalmente viene raccolto».