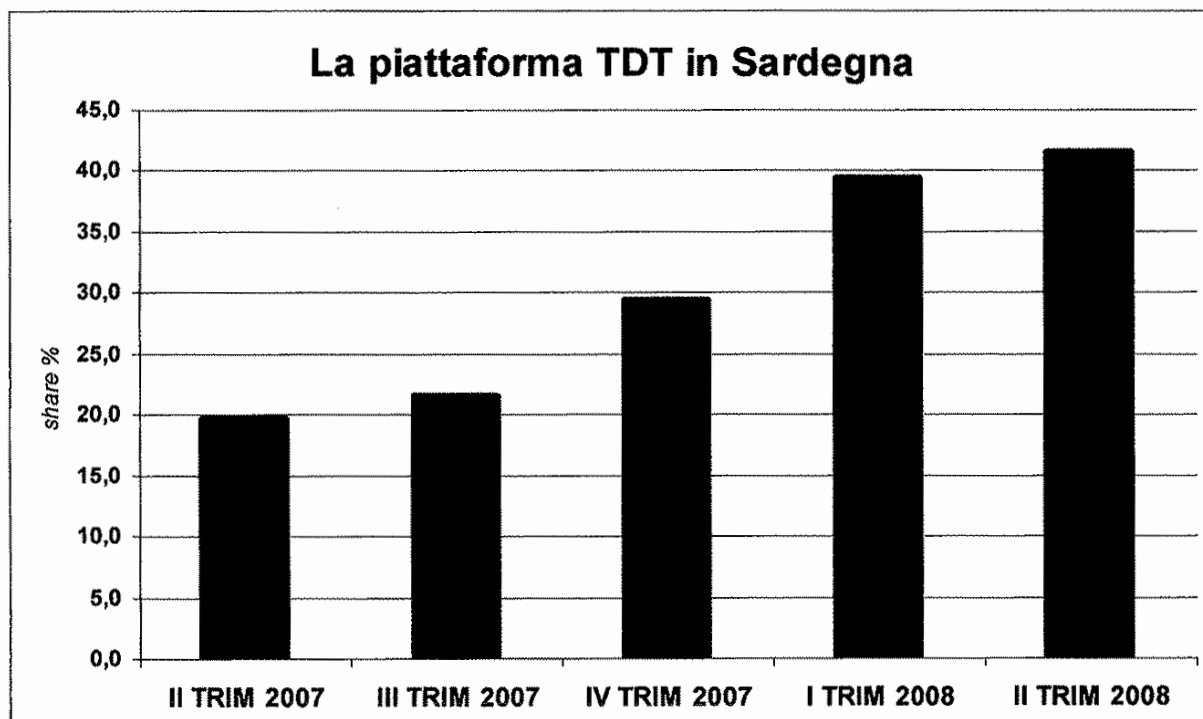


dell'analogico, divenuta di gran lunga la modalità di accesso più diffusa alla tv da parte delle famiglie.

AUDIENCE SHARE DELLA PIATTAFORMA DIGITALE TERRESTRE IN SARDEGNA



Fonte: elaborazione Studio Frasi su dati Auditel / AGB Nielsen

3. LE SCELTE INDUSTRIALI E TECNOLOGICHE DEL DIGITALE TERRESTRE ITALIANO: IL PROFILO PIU' AVANZATO A LIVELLO EUROPEO

Il nostro Paese è spesso afflitto dalla caratteristica della propria sottovalutazione. Così quando guardiamo a settori ad alto contenuto di sviluppo tecnologico spesso gli altri Paesi sono più avanti e non rimane che rincorrere. E' questo invece uno dei casi in cui dovremmo essere orgogliosi delle scelte operate e dovremmo tutti collaborare per sostenerle.

Dietro ogni grande innovazione tecnologica vi sono precise scelte strategiche ed industriali che hanno poi ricadute concrete sulla fruizione quotidiana da parte degli utenti. Ebbene anche se pochi ne sono consapevoli, il modello adottato per l'Italia a livello di digitale terrestre è, anche per riconoscimento degli altri Paesi, il più avanzato a livello europeo. Perché?

Intanto perché ha introdotto, per primo in Europa, l'offerta di televisione in mobilità (il cosiddetto DVBH) ricevibile sui telefonini quando ancora i principali Paesi europei ne stanno discutendo le modalità di diffusione.

In secondo luogo perché ha sperimentato per primo le trasmissioni in Alta Definizione sul digitale terrestre (mentre gli altri ancora ne discutono) e si appresta a farne una caratteristica gratuita per tutti nelle aree di switch off dimostrando in maniera eloquente i vantaggi per gli utenti in termini di qualità del passaggio al digitale.

Poi perché ha promosso una modalità di accesso assolutamente innovativa a contenuti premium attraverso una nuova formula di pay per view e di pay tv che ha consentito finora di potere assistere a film, calcio, serie e altri contenuti a milioni di persone che finora vedevano preclusa tali possibilità. L'introduzione di smart card leggibili attraverso i decoder, e già da oggi da molti dei televisori integrati, è una innovazione a cui molti Paesi, sulla strada italiana, si stanno avviando.

Ma anche e soprattutto perché ha sostenuto e difeso un profilo dei ricevitori "intelligente" e cioè che consenta, oltre alla ricezione delle normali trasmissioni, anche una navigazione tra dati, servizi e offerte anche interattive. L'Italia è l'unico paese nel quale la maggioranza dei ricevitori - ben l'82% - è dotato di modem e supporta applicazioni Mhp (Multimedia Home Platform). E' questa una caratteristica fondamentale del

profilo italiano che è stata spesso addirittura derisa da alcuni detrattori ma che ci viene invidiata da tutti i Paesi e dagli operatori dei principali Paesi Europei proprio perché consente uno sviluppo delle applicazioni ed una crescita della piattaforma. Per fare un esempio comprensibile a tutti basti pensare all'affermazione dei telefonini GSM che, succedendo agli analogici TACS, hanno trovato negli SMS una delle applicazioni più diffuse nonostante non fosse nei punti di forza iniziali. L'adozione di ricevitori intelligenti consente e consentirà cioè lo sviluppo di applicazioni aperte, scalabili ed evolvibili (pensiamo al televideo digitale con immagini, alla guida ai programmi indispensabile tra decine di offerte, a contenuti integrativi e aggiuntivi ai programmi tradizionali, a giochi, sondaggi, corsi, ecc.) che renderanno a tutti gli utenti nuovi servizi e nuove opportunità che, al contrario, con terminali chiusi (come gli zapper per lo più diffusi a livello europeo) sarebbe impossibile offrire.

Composizione vendite ricevitori digitali (decoder MHP - Zapper - TV integrati)

	Totale ad oggi		Maggio 2008		Proiezione a fine 2008	
	Unità	%	Unità	%	Unità	%
Decoder MHP	5.813.568	67%	45.000	15%	6.700.000	60%
Zapper	443.244	5%	25.000	8 %	600.000	5%
TV Integrati	2.367.498	28%	230.000	77%	3.500.000	35%
TOTALE	8.624.310	100%	300.000	100%	10.800.000	100%

La via italiana al digitale terrestre non è dunque caratterizzata unicamente dalla moltiplicazione delle offerte e dei canali (per quattro o cinque come abbiamo visto) ma anche da nuovi contenuti (l'accesso a contenuti di pregio), da una nuova qualità di visione (l'alta definizione gratuita per tutti), da nuove modalità di fruizione (la televisione in mobilità), da nuovi servizi e opportunità (la navigazione in televisione) che renderà davvero la tv un media diverso da quello che siamo abituati a conoscere in linea con

l'evoluzione dei consumi culturali in atto soprattutto delle fasce più giovani.

Un profilo da sostenere e difendere con apposite iniziative anche per rendere maggiormente competitivo il modello italiano nel panorama Europeo.

Un'ultima parola su un'iniziativa di cui anche la stampa si è occupata in questi ultimi giorni. Si tratta della costituzione, così come già avvenuto nel Regno Unito, di una società per la promozione comune del digitale terrestre. I principali operatori nazionali stanno infatti per dare il via alla società TIVU che si occuperà di dare una veste e una promozione comune all'offerta presente sul digitale terrestre nonché di replicare la medesima offerta gratuita sul satellite al fine di consentire anche a coloro, che a partire dalla Sardegna, non hanno possibilità per motivi orografici di accedere ai programmi della tv terrestre di vedere i medesimi programmi anche sul satellite. Si tratta di una iniziativa centrale sul piano della universalità dell'offerta che va sostenuta e incoraggiata.

4. IL PASSAGGIO AL DIGITALE: IL MODELLO "SARDEGNA"

In tutta Europa si dibatte intorno alle modalità attraverso cui si può realizzare il passaggio dall'analogico televisivo al digitale raggiungendo le migliori opportunità per gli utenti, per gli operatori, per il complesso industriale del Paese e per la collettività intera.

Mentre Regno Unito, Francia e Spagna stanno ancora sperimentando in piccole comunità tale processo (dalle 15 alle 30.000 unità) in Italia ci si è invece posti un obiettivo assai più ambizioso: portare integralmente in

digitale nei prossimi quattro mesi 1.600.000 individui e cioè la Regione Sardegna.

Tale processo, in stato assai avanzato e di prossima conclusione, è stato fondato innanzitutto su un'innovativa modalità di pianificazione delle frequenze. Grazie al lavoro dell'Autorità delle Comunicazioni e degli operatori si è introdotta una profonda innovazione del metodo fin qui adottato. Innanzitutto per la prima volta tale lavoro di pianificazione è stato in piena sintonia con gli accordi internazionali (Ginevra 2006) realizzando un coordinamento con i Paesi limitrofi che mette l'Italia pienamente in regola con gli standard internazionali. In secondo luogo è stata adottata una modalità (tecnicamente denominata SFN - *Single Frequency Network*) che, assegnando a ciascun operatore l'utilizzo della stessa frequenza di trasmissione in tutti gli impianti dell'area, consentirà una ottimizzazione dell'utilizzo delle frequenze come mai finora era successo. Infine attraverso procedure di pianificazione e di assegnazione che rendono ancora maggiore l'apertura del settore a nuovi operatori, delle oltre 35 frequenze utilizzate (per realizzare altrettante reti digitali con coperture provinciali e regionali) solo un terzo è stato assegnato agli operatori principali (RAI e Mediaset), circa un terzo agli altri operatori nazionali (tra cui due reti destinate ad essere assegnate tramite gara a nuovi operatori) e oltre un terzo alle emittenti locali che si sono candidate a diventare operatori di rete e che dovranno connotare anche dal punto di vista dei contenuti questa loro presenza.

Ma il modello Sardegna non è significativo solo dal punto di vista della pianificazione delle frequenze ma anche dal lato della diffusione del digitale nelle famiglie.

Diffusione Televisione Digitale nelle famiglie Sarde – dato Makno, dicembre 2007

SARDEGNA	Penetrazione %	Numero Famiglie Digitali	Totale Famiglie Sardegna
Famiglie con Tv Digitale	89,1 %	575.818	646.260

Tali dati, chiaramente eloquenti, fanno della Sardegna l'area europea in cui la diffusione del digitale è maggiormente pronunciata. Ciò è stato possibile non solo grazie ad una sperimentale politica dei sussidi alle famiglie in regola con il pagamento del canone RAI per l'acquisizione del ricevitore, ma anche e soprattutto grazie ad una strategia assolutamente innovativa rispetto al panorama europeo che ha anticipato il passaggio al digitale di due reti nazionali (RaiDue e ReteQuattro), che ha reso così più progressivo per gli utenti tale processo abituandoli ad un utilizzo della nuova piattaforma infatti ormai praticato sistematicamente dalla maggioranza degli utenti.

L'insieme di tale processo vedrà adesso nel prossimo mese di ottobre, supportato da un'importante campagna di comunicazione, il passaggio di tutte le emittenti, nazionali e locali, dalla trasmissione analogica a quella digitale sperimentando definitivamente tale modello e rendendo così la Sardegna la prima area europea digitale con una tale estensione territoriale e di utenza.

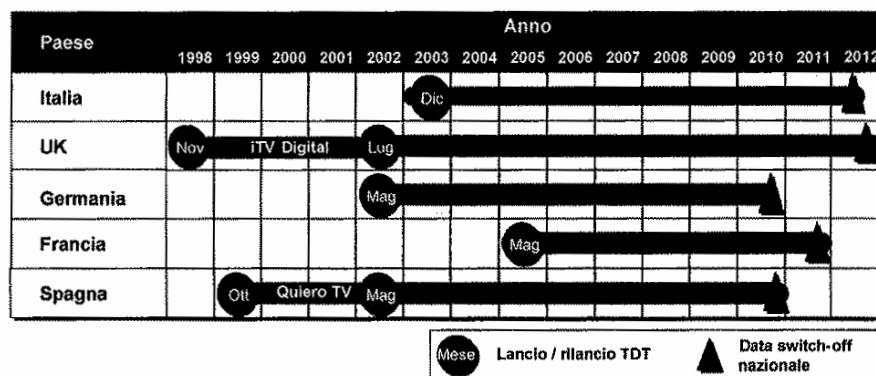
Analoghi processi sono già stati attivati con appositi protocolli di intesa in Valle d'Aosta, Piemonte e Trentino che vedranno tutti nei prossimi mesi oltre 6 milioni di persone interessate a tale fondamentale passaggio. Naturalmente sulla base delle esperienze maturate in queste aree sarà replicato il processo in tutte le aree del Paese.

Aree All Digital : Scadenze e famiglie coinvolte

Aree	Scadenza protocollo	Processo	Famiglie coinvolte
Sardegna	fine ottobre 2008	s.off	650.000 famiglie
Val d'Aosta	metà novembre 2008	s.off	53.000 famiglie
Piemonte	metà novembre 2008	s.over R2 e R4	1.200.000 famiglie
(prov. TO e CN)	metà marzo 2009	s.off	
Trentino	metà febbraio 2009	s.over R2 e R4	200.000 famiglie
	fine settembre 2009	s.off	

5. ALCUNI ELEMENTI COMUNI SULLA PROGRAMMAZIONE DELLO SWITCH OFF IN EUROPA E IN ITALIA

L'Unione Europea ha indicato a tutti i membri, come noto, un obiettivo comune e cioè quello di favorire le azioni necessarie affinché entro la fine del 2012 sia conclusa la transizione dall'analogico al digitale. Alcuni Paesi hanno già compiuto tale tragitto (come l'Olanda ad esempio) ed altri sono in stato avanzato, anche sulla base di una diffusione limitata della ricezione terrestre (nei Paesi del Centro Europa sono assai più diffusi il cavo ed il satellite) e dunque un più limitato impatto sociale ed industriale di tale transizione.



Sono comunque processi di dimensione pluriennale (circa dieci anni) che stanno arrivando a compimento e che, contrariamente a quanto affermato da alcuni, ci vedono comunque abbastanza allineati.

Pur con i propri tratti distintivi che ogni Paese ha assunto per l'attuazione di questo processo di transizione, vi sono elementi comuni che vanno notati soprattutto se si prendono in considerazione le esperienze inglesi, francesi e spagnole quali nazioni che hanno caratteristiche di dimensioni e di diffusione della televisione terrestre più simili alle nostre.

Innanzitutto ovunque si è promosso un coinvolgimento sistematico dei tre attori principali di tale processo (istituzioni, Broadcaster ed industry) dando vita e vere e proprie cabine di regia in cui le politiche di attuazione fossero condivise da tutti i protagonisti.

In secondo luogo si è messa in atto una politica di pianificazione per lo spegnimento delle aree geografiche e per l'assegnazione dei programmi o delle frequenze che ha dato certezza agli operatori, agli utenti e alle amministrazioni locali (Il Regno Unito ha individuato circa 15 aree, così hanno fatto i francesi, gli spagnoli hanno invece optato per 73 aree tecniche).

Inoltre praticamente ovunque sono state attivate politiche che hanno favorito un profilo industriale e tecnologico in linea con le scelte strategiche adottate: nel Regno Unito con decoder a basso costo e in Francia con il sostegno all'alta definizione e all'obbligatorietà dei ricevitori integrati negli apparecchi tv.

Infine sono state adottate politiche di sostegno finanziario differenziate sia sussidiando le famiglie deboli o le aree oggetto di *switch-off* anticipato, sia sostenendo i servizi pubblici quali driver di tale processo, sia infine promuovendo apposite campagne di comunicazione.

Il Governo italiano ha condiviso l'insieme di queste iniziative scegliendo quelle che più si adattano alla storia e alle caratteristiche del nostro sistema: dall'istituzione del Comitato Nazionale Italia Digitale alla pianificazione della Sardegna e delle altre Regioni; dall'attività di calendarizzazione attualmente in pieno svolgimento sino ai finanziamenti al servizio pubblico e alle aree *all digital*.

Sulla base di queste iniziative la Spagna concluderà il processo di transizione entro il 2010, la Francia entro il 2011 e il Regno Unito entro il 2012. L'impegno di tutti i protagonisti sarà quello non solo di rispettare il 2012 ma se possibile di anticiparlo. Quello che è già comunque possibile anticipare è che è nostra intenzione portare la maggioranza dei cittadini di questo Paese ad un ambiente integralmente digitale già entro la fine dei prossimi due anni.

6. LE PRIORITÀ DEL GOVERNO ITALIANO PER UN'ACCELERAZIONE DEL PASSAGGIO AL DIGITALE

Di seguito le principali quattro linee strategiche che saranno e sono già adottate dal Ministero dello Sviluppo Economico per favorire tale processo, sostenerlo e, se possibile, ulteriormente accelerarlo.

- a) Sostegno delle politiche di Switch off nelle aree già individuate (Sardegna, Valle d'Aosta, Piemonte e Trentino a cui si è aggiunta

anche la disponibilità dell'Alto Adige): rispetto dei tempi e delle modalità definite nei protocolli d'intesa, pianificazione tecnica realizzata dall'Autorità e rilascio delle autorizzazioni da parte del Ministero, sostegno economico alle fasce deboli, erogazione di nuovi servizi di pubblica utilità e realizzazione delle campagne di comunicazione mirate. Si tratta quindi di portare a compimento il medesimo modello virtuoso in via di conclusione in Sardegna (tutti gli impianti di tutte le emittenti nazionali e locali saranno convertiti in questa Regione dall'analogico al digitale nei quindici giorni previsti tra il 15 e il 31 ottobre) replicandolo in queste aree pilota e mantenendo le scadenze già fissate.

- b) Realizzazione del calendario nazionale di transizione: come previsto dalla legge 101/2008 entro il prossimo 9 settembre sarà approvato il calendario nazionale che prevederà per ciascuna area del Paese tappe e scadenze per il passaggio al digitale. Attraverso una consultazione con gli operatori e tutti i soggetti coinvolti, a partire dai Governatori delle Regioni, le prossime settimane saranno utilizzate proprio per individuare tali tappe e scadenze. Attraverso uno stretto coinvolgimento dell'Autorità nonché una riattivazione del Comitato Nazionale Italia Digitale secondo modalità di funzionamento più snelle ed efficaci.
- c) Gestione del Fondo nazionale per il digitale: utilizzazione del fondo per politiche mirate che preveda nei prossimi tre anni una politica finanziaria congiunta Stato/Regioni per il sostegno alle fasce deboli nell'acquisizione dei ricevitori nonché il sostegno di iniziative finalizzate all'erogazione di servizi di pubblica utilità e campagne di comunicazione mirate

- d) Iniziative anche sul piano internazionale per sostenere il modello industriale del digitale terrestre italiano a garanzia degli utenti

Sulla base di queste quattro linee strategiche il Governo italiano intende recuperare quel primato che sino a due-tre anni fa il nostro Paese aveva insieme al Regno Unito nel processo europeo di transizione al digitale. Un obiettivo nei confronti del quale già si intravedono in questi ultimi mesi importanti segnali di ripresa. Un obiettivo strategico per tutto il nostro Paese nel più ampio processo di digitalizzazione ormai irreversibilmente intrapreso.

Un obiettivo che sarà possibile raggiungere a due condizioni: che la politica non ne faccia nuovamente ostaggio di dibattiti e scontri pretestuosi ma invece ne favorisca le potenzialità positive per la collettività e per l'industria italiana e che l'Europa, oltre a porre limiti, vincoli e condizioni, aiuti e sostenga positivamente questo processo in atto negli stati nazionali.

LA LIBERALIZZAZIONE DEL SETTORE POSTALE

1. L'ATTIVITA' DELL'AUTORITA' DI SETTORE: IL DIPARTIMENTO DELLE COMUNICAZIONI

L'efficienza e la qualità dei servizi resi dalla rete pubblica postale - quale strumento di integrazione dei tessuti economici e sociali delle aree territorialmente disagiate del Paese. - ha un impatto immediato sulle prospettive di sviluppo dell'economia nazionale e sulla coesione sociale. Poste Italiane - con i suoi 14mila uffici - ha dimostrato una grande capacità strategica nell'affrontare le continue sfide del mercato orientato alla completa liberalizzazione del settore. La gestione e la regolamentazione di tale processo - iniziato già undici anni fa - è stata affidata all'Autorità di settore: il Dipartimento delle Comunicazioni del Ministero dello Sviluppo Economico.

Sono le direttive europee 97/67/CE, 2002/39/CE e la recente 6/2008/CE che, però, guidano la liberalizzazione - fissata al 31 dicembre 2010 - ponendo obiettivi di:

1. progressiva diminuzione delle quote di mercato riservate al fornitore del servizio universale (fino alla sua completa eliminazione della residuale area di monopolio),
2. di garanzia di contestuali azioni ministeriali pro-concorrenziali,
3. di fornitura del servizio postale universale a prezzi accessibili all'utenza,
4. di miglioramento della qualità del servizio.

Si tratta dunque di un cambiamento sostanziale del mercato postale italiano, che seppur continuando a garantire la quota di monopolio (sulle lettere fino a 50 grammi) vede l'ingresso sul mercato di nuovi operatori che si stanno facendo sempre più strada in questo settore. L'apertura del settore postale sta già dando buoni frutti: ne è esempio *bulk mail*,

regolamentata in Italia con la denominazione di "posta massiva", che costituisce circa l'80% del traffico postale nazionale.

In questo nuovo scenario il Ministero riveste un ruolo di fondamentale importanza regolando e vigilando sulla:

1. determinazione di tariffe e prezzi del servizio universale,
2. definizione dei relativi obiettivi di qualità,
3. attività di rilascio dei titoli abilitativi alla fornitura dei servizi postali in concorrenza con il fornitore del servizio universale (circa 1550 operatori autorizzati a oggi),
4. sul rispetto degli obblighi relativi all'erogazione dei servizi postali.

Al Ministero è affidato anche il compito, nel rispetto del principio di sussidiarietà, di individuare le modalità di finanziamento per il rimborso degli oneri sostenuti per l'espletamento del servizio universale e le connesse metodologie di calcolo del relativo costo netto .

È urgente l'azione di Governo mirata al recepimento della direttiva europea nell'ordinamento giuridico nazionale, che dovrà essere preceduta dallo svolgimento di consultazioni pubbliche delle Associazioni rappresentative degli operatori del mercato e dei consumatori.

Nel periodo transitorio e fino alla completa liberalizzazione, il Ministero dovrà curare un'intensa attività regolatoria, accompagnata da analisi e costante monitoraggio del mercato, da iniziative volte ad assicurare all'utenza le prestazioni essenziali del servizio universale, nonché l'ampia gamma dei nuovi servizi offerti dagli operatori in concorrenza con la concessionaria.

2. CONTRATTO DI PROGRAMMA E OBIETTIVI DI QUALITÀ 2009-2011

Le priorità del Governo sono l'aggiornamento del contratto di programma con la Concessionaria, la definizione delle tariffe dei servizi rientranti nell'ambito dell'area di monopolio, ma soprattutto il raggiungimento degli obiettivi di qualità.

Quest'ultimo punto è oggetto principale del *contratto di programma* 2009-2011 tra l'Amministrazione e Poste Italiane S.p.A, che – come indicato dalla direttiva CIPE del '96¹ - costituisce lo strumento di riferimento in materia di servizi di pubblica utilità da parte di soggetti diversi dallo Stato.

Su impulso dell'Amministrazione i risultati conseguiti negli ultimi anni dalla Concessionaria hanno evidenziato un significativo miglioramento delle prestazioni nella fornitura del servizio, in adempimento degli obblighi di conseguimento degli obiettivi di qualità fissati dal Ministero su base nazionale - ai sensi dell'art. 12 d.lgs 261/1999 - che definisce gli standard qualitativi dei tempi di recapito del servizio universale, allineandoli a quelli utilizzati dagli altri Stati membri dell'Unione europea.

Si tratta di un passo in avanti sostanziale che risponde però solo in parte alle criticità evidenziate dalla rilevazione su base annuale dei tempi di recapito: la prestazione del servizio postale universale, infatti, non è ancora omogenea a livello regionale, poiché presenta situazioni particolarmente critiche in alcune Regioni (quali Campania e Basilicata) rispetto all'obiettivo di qualità stabilito a livello nazionale.

Appare inoltre urgente regolamentare l'accesso ai servizi assicurati dalla rete postale pubblica durante tutto l'anno sull'intero territorio nazionale. Materia che finora è soggetta a meri "criteri di ragionevolezza" (art. 3 del d.lgs n.261/1999), che mal si adatta all'esigenza di soddisfazione delle frequenti segnalazioni e reclami dell'utenza, nonché

¹ Delibera CIPE n. 65 del 24 aprile 1996, "Regolazione dei servizi di pubblica utilità"

degli Organi e Istituzioni rappresentative di interessi delle cittadinanze sul territorio (Enti pubblici territoriali, membri delle Camere nazionali, Prefetture, Associazioni rappresentative).

Già con il decreto ministeriale 28 giugno 2007 il Ministero ha fissato standard minimi di servizio da osservare nel periodo estivo, con riferimento alla operatività e all'apertura giornaliera e oraria degli uffici postali, ma è necessario fornire garanzie maggiori ai cittadini. L'attenzione della *policy* pubblica deve quindi spostarsi dalle necessità organizzative e di bilancio gestionale della Concessionaria, ad una maggiore attenzione nei confronti delle esigenze più volte manifestate dall'utenza e dalle Associazioni rappresentative di interessi.

La nostra proposta è di adottare nuovi criteri di distribuzione della rete postale pubblica adottando in particolare misure tese ad assicurare il servizio nei comuni disagiati e/o a minore densità demografica, ove si garantisce l'operatività di almeno un ufficio postale. È infatti convinzione dell'Esecutivo che le azioni di contenimento dei costi e l'andamento decrescente dell'onere derivante dagli obblighi di servizio universale che la Società è tenuta a garantire non debbano in alcun modo intaccare la capillarità della rete postale, soprattutto nelle zone territorialmente più disagiate e economicamente meno remunerative. In tal senso le strategie di riorganizzazione della rete e del servizio volte al conseguimento di una efficiente gestione finanziaria affidate alla Concessionaria saranno oggetto di confronto permanente con l'Autorità di regolamentazione del settore.

Alcune misure anticipatorie dell'apertura del mercato sono già state approvate dall'Esecutivo mediante inserimento nel DDL "Liberalizzazioni", attualmente all'esame delle Camere nazionali, e prevedono l'adozione di provvedimenti finalizzati a garantire l'accesso da parte dell'utenza alla banca dati del Fornitore del servizio universale relativa al sistema dei codici di avviamento postale. La *ratio* dell'iniziativa governativa è duplice, poiché da un lato pone in essere azioni pro-concorrenziali e di uniforme

funzionamento del mercato, dall'altro risponde a precise esigenze dell'utenza in ordine alla fornitura del servizio postale anche da parte di operatori diversi dal Fornitore universale.

3. LE FUNZIONI DI VIGILANZA DEL MERCATO POSTALE

Vigilanza e controllo sono imprescindibili per la creazione di un mercato aperto e devono essere attuati in coordinamento con la Struttura centrale e gli Organi periferici ministeriali operanti sul territorio, a cui sono assegnate le attività di accertamento e sanzionatorie.

L'Amministrazione è chiamata, dunque, a sviluppare una pianificazione sistematica delle attività di vigilanza a livello periferico al fine di pervenire a procedure omogenee sul territorio nazionale, in considerazione della complessità dell'attività e della pluralità di soggetti che vi partecipano (Ispettorati territoriali e Polizia postale e delle comunicazioni).

Verranno poi attivati adeguati strumenti di controllo per rafforzare l'attività di vigilanza sul territorio da parte degli Ispettorati Territoriali dell'Amministrazione, al fine di garantire il rispetto degli obblighi di servizio universale, prevedendo penalità, anche in funzione di deterrenza, per l'eventuale violazione degli obblighi di servizio.

Appare infatti evidente che l'esigenza di miglioramento complessivo della qualità dei servizi postali può essere raggiunta solo attraverso efficaci politiche regolatorie e di vigilanza tese ad assicurare il presidio del servizio nelle aree disagiate e/o remote del Paese, garantendo al contempo lo sviluppo ordinato e pro-concorrenziale del mercato sino alla sua completa apertura.

