



Raccolta della giurisprudenza

Causa C-340/13

**bpost SA
contro
Institut belge des services postaux et des télécommunications (IBPT)**

(domanda di pronuncia pregiudiziale proposta dalla cour d'appel de Bruxelles)

«Rinvio pregiudiziale — Servizi postali — Direttiva 97/67/CE — Articolo 12 — Fornitore di servizio universale — Sconti per quantitativi — Applicazione agli intermediari che raggruppano invii postali — Obbligo di non discriminazione»

Massime – Sentenza della Corte (Seconda Sezione) dell'11 febbraio 2015

Libera prestazione dei servizi — Servizi postali comunitari — Direttiva 97/67 — Servizi riservati ai fornitori del servizio postale universale — Sistema di sconti per quantitativi per mittente concessi ai mittenti e agli intermediari, laddove lo sconto accordato a questi ultimi viene calcolato sulla base del volume degli invii generato individualmente da ciascuno dei loro clienti — Ammissibilità

(Direttiva del Parlamento europeo e del Consiglio 97/67, artt. 2, punto 16, e 12)

Il principio di non discriminazione delle tariffe previsto all'articolo 12 della direttiva 97/67, concernente regole comuni per lo sviluppo del mercato interno dei servizi postali comunitari e il miglioramento della qualità del servizio, come modificata dalla direttiva 2008/6, deve essere interpretato nel senso che esso non osta a un sistema di sconti per quantitativi per mittente, concessi ai mittenti e agli intermediari, laddove lo sconto accordato a questi ultimi viene calcolato sulla base del volume degli invii generato individualmente da ciascuno dei loro clienti.

In effetti, i mittenti sono i soli in grado di accrescere una domanda nell'ambito dei servizi postali, poiché essi sono «all'origine degli invii postali», come precisa la definizione del concetto di «mittente» che compare all'articolo 2, punto 16, della direttiva 97/67. Per contro, eccezion fatta per i limitati casi in cui tali intermediari siano essi stessi mittenti, la loro attività non contribuisce, di per sé, all'aumento del volume della corrispondenza.

Di conseguenza, i mittenti e gli intermediari non si trovano in una situazione comparabile relativamente all'obiettivo perseguito dal sistema di sconti per quantitativi per mittente, vale a dire l'incentivazione della domanda nel settore dei servizi postali, in quanto solo i mittenti sono in grado di essere incentivati, per effetto di tale sistema, ad aumentare il volume dei loro invii conferiti al prestatore nazionale del servizio postale universale e, in tal modo, il fatturato di quest'ultimo operatore.

(v. punti 37, 38, 48, 49 e dispositivo)