
From: CPMCS - Geral
Sent: sexta-feira, 15 de Março de 2013 16:01
To: tarifario.ctt.su@anacom.pt
Subject: Resposta à Consulta Pública sobre a alteração ao tarifário do serviço postal universal
Attachments: Resposta API consulta pública.pdf

Exmos. Senhores,

Junto enviamos a resposta da Associação Portuguesa de Imprensa à Consulta Pública sobre a alteração ao tarifário do serviço postal universal, com cujo conteúdo estamos de acordo.

Com os melhores cumprimentos,

A Direção



Confederação Portuguesa dos Meios de Comunicação Social

Avenida do Brasil, nº1 . 5º
1749 - 008 Lisboa
T . 21 792 3736
F . 21 792 3851
geral@cpmcs.pt



ASSOCIAÇÃO
PORTUGUESA
DE IMPRENSA

Resposta à Consulta Pública sobre a alteração ao tarifário do serviço postal universal

A Associação Portuguesa de Imprensa representa mais de 400 editores de jornais e revistas que anualmente enviam por correio mais de 70 milhões de publicações periódicas, livros e outras peças de comunicação, tais como convites para assinaturas, faturas de assinaturas e de publicidade, renovações de assinaturas e outro expediente habitual nas empresas.

Por esta razão e apesar de, como se lê na página 2 da Consulta Pública, na nota nº 7, a proposta dos CTT, objeto do Projeto de decisão da ANACOM não inclui o serviço de livros, jornais e publicações periódicas, que referiremos neste documento como JPP, mas incluindo o Correio Editorial.

Assim, a razão primeira da nossa resposta à consulta pública centra-se na importância que a correspondência necessária para a atividade das empresas e para a captação, renovação e cobrança de assinaturas tem para os nossos associados.

Reservamo-nos, por isso, para oportunidade adequada ao tarifário JPP, acrescentar elementos técnicos e de modelo de negócio específicos das assinaturas.

Convém lembrar também que os 400 associados da APImprensa estão espalhados por todo o País, contando-se apenas (mas já infelizmente) pelos dedos das mãos, o número de municípios que não dispõem, pelo menos de um jornal local. Devemos também sublinhar que, embora a maioria das revistas nossas associadas estejam sedeadas na Grande Lisboa, um número crescente deste tipo de publicações tem vindo a desenvolver-se ao longo dos principais polos urbanos do País, com especial relevo para o Algarve.

Numa primeira abordagem, desejamos elencar os pontos que merecem a nossa preocupação face à correspondência expedida pelos nossos associados, preocupação essa extensível ao conceito de Serviço Postal Universal (SPU), que parece emergir da análise que a ANACOM faz à proposta de tarifário dos CTT:

- Na alínea e) do número 6 refere-se um aumento global médio, que sendo aceitável para um documento empresarial, nos parece um erro de comunicação e de informação, quando assumido pelo Regulador, que procura em toda a sua análise pôr em evidência a transparência como critério para a formação de preço, princípio reconhecido, aliás, no Convénio de Preços de 2008, ainda em vigor naquilo que não contraria a Lei nº 12/2012 (Lei Postal – LP).



- Na alínea f) do mesmo número 6 a atividade da aceitação é considerada como um critério de diferenciação dos custos, conduzindo por isso à existência de uma tarifa contratualizada com aumentos mais baixos, desde que submetidos a este princípio da aceitação.
- Na alínea k) do referido ponto 6), indica-se que a formação de preços e das tarifas devem ser compreensíveis e transparentes, tarefa deveras difícil, quando todos os dados de natureza económica e financeira que sustentam essa compreensão e transparência, que estão barrados e suprimidos por uma razão de confidencialidade.
- Na alínea r), sempre do ponto 6) a ANACOM reconhece que a proposta poderá ter um impacto significativo no mercado, mas parece-nos que não leva este reconhecimento até às suas últimas consequências, na medida em que não considera importante a análise que o mercado faça desse impacto, nem adianta em ponto algum do documento, uma análise de supervisão que justifique a não consideração da importância de tal impacto, reduzindo o suporte dessa posição à consideração das medidas de política económica e financeira e à consideração do reduzido peso que a utilização de envios postais tem no cabaz das famílias.

A nossa preocupação sobre estes pontos encontra eco na LP, nomeadamente, em alíneas do art. 2º, nº 2, do art. 11º, nº 1 e do art. 14º.

A APImprensa considera que uma consulta pública e as respectivas respostas dos representantes da Sociedade Civil não são forçosamente um espaço de debate jurídico, teórico ou legal, entendemos que essa visão técnica compete aos reguladores (ou a outras instituições públicas, quando tal for o caso), o que traduz, no caso dos reguladores, as suas competências de supervisão e no caso das outras instituições públicas, a chamada justificação operativa legal.

No nº 2, alínea e), página 5 da CP, refere-se que “a aplicação do princípio da orientação para os custos é efectuada de forma progressiva, de modo a possibilitar um rebalanceamento gradual do preçário e garantir a acessibilidade dos preços”. Ora, como pode ser entendida um aumento de 25 por cento no preçário ocasional como “rebalanceamento gradual” quando considerando os únicos elementos de referência económica de que dispomos - o valor médio da carta na União Europeia – a diferença é de 56 por cento (51 por cento se considerarmos os valores sem PPC)?

O ponto de vista da ANACOM é de que metade do aumento necessário para atingir a média da UE é um aumento balanceado?



ASSOCIAÇÃO
PORTUGUESA
DE IMPRENSA

Terão os consumidores que pagar de chofre o modelo consagrado pelo Convénio de Preços de 2008, que previa a existência de um “price cap” indexado ao valor da inflação prevista no OE?

Têm as empresas que se deslocar centenas de quilómetros para fazer as suas entregas de correspondência em Lisboa, Porto ou Coimbra para beneficiar da tarifa reduzida a 54 por cento para a expedição da sua correspondência, utilizando o tarifário contratualizado?

Considera a ANACOM que está nas suas competências obrigar empresas de empresários a utilizar serviços de valor acrescentado dos Correios ou de quaisquer outras empresas de “letter shop” para fazer a expedição da sua correspondência, consagrando uma espécie de império digital sobre o mundo analógico?

Finalmente, tendo em conta que a atividade dos Correios se traduz em operações precisas, recebimento, tratamento, transporte e entrega, e não dispondo de dados económicos e contabilísticos, que permitam uma análise efectiva do peso de cada uma destas operações no custo da atividade dos Correios e, portanto, de uma avaliação do peso de cada uma, num princípio de orientação para os custos, a diferença de 54 por cento entre o tarifário ocasional e o tarifário contratualizado, em que a diferença operacional está apenas no recebimento (para a fase do tratamento existem tarifas diferenciadas para o chamado correio não normalizado), parece injustificada e contrariar todos os princípios consagrados na LP, que indicámos como sustentando esta muito viva e preocupação que queremos transmitir nesta consulta pública.

Uma última referência à forma como é ao longo de todo o documento utilizado o argumento do impacto das medidas de política económica e financeira. Estas medidas resultantes do Memorando de Entendimento com a Troika não podem ser utilizadas como fator de mercado em si próprias, na verdade, tais medidas destinam-se a reduzir o deficit do Estado e, em caso algum, a intervir nas atividades de mercado fora daquilo que é a estrita relação entre os sujeitos de tributação e o Estado.

Por outro lado a atividade do Correio não é, per si, um fator económico de reestruturação ou desenvolvimento de mercados, é apenas uma atividade funcional, no que diz respeito à empresas, embora no que diz respeito aos cidadãos possa configurar uma expressão dos seus direitos, para garantir a liberdade de informar e de ser informado, princípio este constitucionalmente protegido.

Lamentando-se a existência de dados mais concretos, quer sobre o impacto dos aumentos do correio ocasional e das obrigações referentes ao correio contratualizado no mercado (o que em nosso entender deveria traduzir uma atividade de supervisão regulatória), quer dos dados fornecidos pelos CTT que justifiquem os aumentos propostos, o que constitui uma importante falta de transparência, a APImprensa afirma que com o quadro operativo criado por este novo modelo tarifário, o modelo de negócio dos seus associados, baseado na exploração de assinaturas, modelo que consoante as empresas que o utilizam, representa



ASSOCIAÇÃO
PORTUGUESA
DE IMPRENSA

entre 98 por cento a 25 por cento das suas vendas aos cidadãos (vendas que constituem a primeira e principal razão de ser dos órgãos de Comunicação Social escritos), será gravemente afectado e conduzirá, sem dúvida, a uma diminuição de assinaturas de publicações periódicas em Portugal, e que constitui um entrave que deve ser reavaliado e reequacionado, quer através de um aumento mais faseado do tarifário do correio ocasional, quer através do aumento do número de locais de entrega da correspondência, no caso do correio contratualizado.

15 de março de 2013