

**Nota informativa FIGISC/ANISA CONFCOMMERCIO - Piazza G.G. Belli, 2 Roma**  
**Presidenti Nazionali: FIGISC - LUCA SQUERI - ANISA - STEFANO CANTARELLI**  
**Segretario Nazionale FIGISC ANISA: FABRIZIO PARROTTA - Segreteria: Catia Cenciarelli**  
**Telefono: 06 5866351 / 06 5866417 - Fax 06 58331724**  
**e-mail Figisc: [figisc@confcommercio.it](mailto:figisc@confcommercio.it) e-mail Anisa: [anisa@confcommercio.it](mailto:anisa@confcommercio.it)**  
**[www.figisc.it](http://www.figisc.it)**

pagine 5

## "CASO ESSO": CRISI IRREVERSIBILE O RILANCIO DEL CONFRONTO?

Al di là di tutto ciò che deve essere ancora definito nell'operazione "modello grossista" di Esso, le diverse letture che ne state offerte non mutano di una virgola quello che è stato il nostro giudizio, espresso già una settimana fa su queste stesse colonne.

L'operazione Esso è parte di una strategia di disimpegno (da vari indizi, di portata europea, ma ancor di più - e per diverse più marcate ragioni - nazionale), che si attuerà con la cessione di "pacchetti" di rete a terzi, ai quali verrà affidata interamente la libertà ed il rischio dell'iniziativa di mercato sui prezzi, secondo un modello che - in quanto delegato ad altri ed avendo come punto di forza il *low price* - riproduce, e produce a sua volta sul tessuto vivo della rete, esemplificativamente quello delle famose "pompe bianche".

Insomma, si tratta di una dismissione solidamente reale dell'*hardware* industriale (la rete), e questo è certo un valore che prevale nettamente sulla virtuale continuità del *brand* aziendale, il cui mantenimento, peraltro, comporta che la rete stessa non possa essere che "terziarizzata" e non ceduta ad altre aziende del settore.

A livello particolare, sull'immediato esiste una questione "dei diritti": tutte le Organizzazioni di Categoria (nessuno in particolare ne ha, per giocare con i vari significati di una stessa parola, l'esclusiva) pongono ad Esso l'assoluta priorità del rispetto delle regole civiliistiche, delle norme di settore e della continuità dei contratti in essere. Ma nulla appare oggi scontato, e meno che mai nel caso di nuovi operatori che entrino nel mercato con logiche ed obiettivi di mero "spot business".



Così come non è per nulla scontato - anzi è nettamente plausibile - quello che per brevità definiamo "effetto Aico Shell" - ovvero una discriminazione del prezzo ed una alterazione delle condizioni di concorrenza all'interno della

medesima bandiera – sia pure in questo caso tra aree e bacini limitrofi – tra Gestori ancora incorporati ad Esso ed impianti “terziarizzati” low price.

Su questo è assolutamente chiaro che le Organizzazioni di Categoria non andranno “in ordine sparso” e che sin dai prossimi giorni si predisporranno iniziative unitarie di breve e medio termine.

Ma sul piano più generale la questione si pone, grosso modo, in questi termini: siamo di fronte allo squillo di tromba esplicitamente intonato alla ritirata ed è ormai irreversibile la crisi di un sistema in cui le profittabilità si sono pericolosamente assottigliate, in cui la raffinazione si dibatte tra cruciali squilibri tra disponibilità e collocabilità dei diversi prodotti, tra lunghi di lavorazione e deficit di esportazione, in cui i consumi sono strutturalmente in calo, e sul quale - per giunta - si sono scatenate da qualche anno tendenze a criminalizzare e misure pubbliche di precarizzazione ?



L'esito per questo settore sarà quello della dispersione progressiva di un patrimonio di investimenti che, al netto degli ammortamenti consolidati, vale comunque qualche mano di miliardi di euro, la rinuncia a qualsiasi ruolo “in-

dustriale” a favore di una “terziarizzazione” affidata a quelli che chiamammo (si veda Figisc Anisa News N. 2 del 20 gennaio 2010), senza offesa, i “magliari”, cioè proprio quelli che, usando ora parole altrui, sono “parassiti di un mercato dalle cui regole rifuggono e nel quale non immettono alcun capitale”?

O, forse, è ora ancora una volta (ma quante volte ce lo siam detti, da anni ormai?) che, proprio da questi segnali, il settore tragga una buona volta il coraggio di mettersi davanti ad un tavolo per un confronto sul futuro o, se proprio risulta difficile pensarlo, un progetto di “resistenza” al declino, altrimenti, inevitabile?

Può darsi che le inconcludenze dell'industria petrolifera, il suo lungo annaspere e la tendenza a chiudere conti interni piuttosto che ad affrontare lo scenario globale, possano legittimamente far dubitare della sua capacità e volontà di proporre un esito alternativo.

Ma bisogna fare i conti – come si vede in materia di “riforme” – con gli interventismi di tutti quelli che ritengono, parafrasando il noto aforisma di Clemencèau (o Talleyrand? la questione è controversa) sulla guerra che sarebbe una cosa troppo seria per lasciarla ai militari, che la “riforma” del settore sarebbe una cosa troppo seria per lasciarla a quelli che se ne occupano per mestiere, tradizione, capitale, lavoro ed oggetto sociale, finendo così per affidarla nelle mani dei “magliari”, con buona pace di quello che è stato un pezzo dell'economia e dell'industria del Paese.

## TAMOIL AUTOSTRADA: DISDETTA CAMPAGNA PROMOZIONALE – AZIENDA CONVOCA LE ASSOCIAZIONI IL 14/4

Spett/le

**TAMOIL ITALIA SPA**

Via A. Costa 17

20131 MILANO

Alla c.a. Dott. **C. Guatteo**

Alla c.a. Dott. **R. Guercio**

Raccomandata a.r. anticipata a mezzo  
posta elettronica

Oggetto: ***Iniziativa sindacali gestori  
autostradali a marchio Tamoil***

Premesso che le scriventi Federazioni, che rappresentano i Gestori a marchio Tamoil nel segmento autostradale, in data 11 marzo 2010, hanno inviato a codesta rispettabile Società una comunicazione (*si veda Figisc Anisa News N. 12 del 15 marzo 2010*) alla quale non è seguita nessuna risposta.

Che, come già evidenziato e senza smentita, ragionevoli elementi ci fanno indurre che codesta rispettabile Società stia mettendo in atto comportamenti che tendono a logorare il rapporto con i Gestori autostradali.

In ragione del continuo e reiterato disimpegno che la Vostra rispettabile Azienda continua a manifestare e a seguito di quanto già precedentemente comunicatoVi, Vi confermiamo che a partire dal prossimo 25 marzo i Gestori della rete autostradale daranno **disdetta alla campagna promozionale in corso**.

Oltre a ciò, in mancanza di urgenti interventi atti a ristabilire i rapporti per una composizione bonaria della vertenza, le scriventi decideranno, senza

ulteriori comunicazioni altre forme di iniziative a tutela dei propri associati.

Distinti saluti

**ANISA CONFCOMMERCIO**

Il Presidente

**Stefano CANTARELLI**

**FEGICA CISL**

Il Segretario Generale

**Roberto TIMPANI**

Roma, 22 marzo 2010

**A SEGUITO DI QUESTA COMUNICAZIONE L'AZIENDA HA CONVOCATO LE ORGANIZZAZIONI DI CATEGORIA PER IL 14 APRILE P.V.**



## VIAGGIO NELLE RETI REGIONALI ITALIANE: IL VENETO

Il Veneto conta una popolazione residente (dato ISTAT al 31.10.2009) di 4.910.170 unità ed una superficie territoriale di 18.399 km<sup>2</sup>. Con una rete infrastrutturale viaria di circa 23.942 km (465 di autostrade, 701 statali, 1.008 regionali, 7.940 provinciali e, infine, 13.828 comunali extraurbane), il parco veicoli assomma a 3.804.787 unità (dato ACI al 31.12.2008), di cui 2.891.046 (il 75,98 % del totale) sono vetture (1,70 abitanti per autovettura).

La rete distributiva (a parte il segmento autostradale, che conta 38 aree di servizio), è costituito sulla rete ordinaria da 1.889 impianti, ivi compresi i distributori di metano (che sono 37), ossia un impianto ogni 2.599 residenti, ogni 12,43 km lineari di strade, ogni 9,74 km<sup>2</sup> nonché ogni 2.014 veicoli ed ogni 1.530 autovetture.

La rete – al netto degli impianti di metano –, composta, pertanto, da 1.852 unità, risulta "**colorata**" (cioè associata al marchio di società petrolifere, *majors* o altre, sia per proprietà che in convenzionamento) per un totale complessivo di 1.662 punti vendita, pari ad un **89,74 %** del totale.

Oltre alle *majors* tradizionali del mercato italiano (che raggruppano 1.524 impianti, ossia il 91,70 % del totale dei "*colorati*"), la quota di IES, OMV – S. Marco Petroli e REPSOL residua una quota dell' 8,30 % del totale, con un numero di impianti pari a 138.

La ripartizione è data dalla seguente tavola:

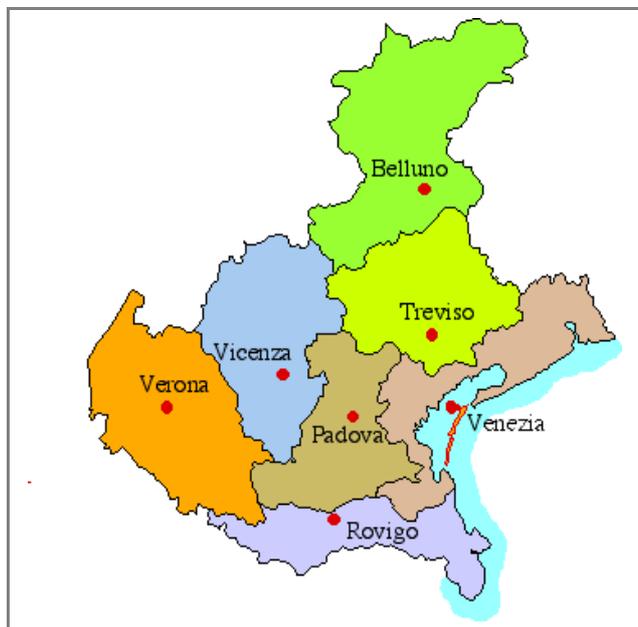
Bandiera	Impianti	Quota %
AGIP	457	27,50%
ESSO	253	15,22%
SHELL	163	9,81%
API - IP	157	9,45%
TAMOIL	147	8,84%
Q8	145	8,72%
TOTAL	113	6,80%
ERG	89	5,35%
OMV	66	3,97%
IES	39	2,35%
REPSOL	33	1,99%
<b>TOTALE</b>	<b>1.662</b>	<b>100,00%</b>



La rete veneta è caratterizzata da una considerevole densità di quelle che vengono definite « **pompe bianche** »: classificate genericamente sotto la ragione sociale della proprietà, piuttosto che con loghi come Costantin, Loro, Vega, Galoil, Xoil, Energyca, ed altre ancora, il loro ammontare è pari a 187 nel territorio regionale, pari al **10,10 %** dell'intera rete.

Sul territorio è presente anche la grande distribuzione, con un punto vendita Carrefour a Portogruaro e due punti vendita IPER a Castelfranco Veneto (TV) e San Martino Buonalbergo (VR),

insediamenti che stanno "spazzando" con il prezzo il territorio per un raggio di 30 km all'intorno.



Particolarmente eclatante l'incremento che le pompe bianche hanno avuto nell'ultimo quadriennio: il loro numero (ricomprendendovi anche i tre impianti della GDO) dal 2005 al 2010 è praticamente **triplicato, da 72 a 190 unità**, come si evince dalla successiva tavola:

Province	2005	2010	Var
BELLUNO	10	8	-2
PADOVA	14	27	13
ROVIGO	2	14	12
TREVISO	20	50	30
VENEZIA	12	31	19
VERONA	3	25	22
VICENZA	11	35	24
<b>TOTALE</b>	<b>72</b>	<b>190</b>	<b>118</b>

La quota percentuale di impianti costituita da pompe bianche e punti vendita GDO nelle diverse province è così rappresentabile:

Province	Quota % impianti
BELLUNO	8,16%
PADOVA	7,67%
ROVIGO	11,20%
TREVISO	14,79%
VENEZIA	10,88%
VERONA	7,31%
VICENZA	11,22%
<b>TOTALE</b>	<b>100,00%</b>

La rete distributiva veneta è cresciuta dal 2005 al 2010 nel complesso di circa 70 impianti (+ 3,93 %): ma la rete delle "pompe bianche" è cresciuta di ben 118 unità complessivamente.