

**Nota informativa FIGISC/ANISA CONFCOMMERCIO - Piazza G.G. Belli, 2 Roma**

**Presidenti Nazionali: LUCA SQUERI – STEFANO CANTARELLI**

**Segretario Nazionale: Fabrizio PARROTTA – Segreteria: Catia Cenciarelli**

**Ufficio Studi & Comunicazione: Giorgio Moretti**

**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 1**

## MAXITRUFFA SUL PIENO CARBURANTI. "NON E' TUTTO ORO QUEL CHE LUCCICA"

**Riportiamo una nota Ansa sul rinvio a giudizio per truffa di alcune "pompe bianche" nel milanese.**

*"Come purtroppo accade spesso, non è tutto oro quel che luccica" commenta così a caldo Luca Squeri, la notizia della maxitruffa sul pieno di benzina emersa in questi giorni in Lombardia.*

*"La stampa ci riferisce che si tratta di alcuni impianti della categoria delle così dette 'pompe bianche', cioè operatori indipendenti dai marchi delle otto solite sorelle del mercato. Premesso che in tutti i cesti si trova qualche mela marcia" precisa il Presidente dei benzinai "non si deve certo né criminalizzare né generalizzare tutta una tipologia di operatori, pure devo rimarcare che si tratta di quel segmento della rete che è stato di recente così spesso glorificato e santificato per la sua politica dei prezzi da alcune Associazioni dei consumatori, che vi vedono, assieme alla grande distribuzione, il futuro virtuoso e radioso della rete distributiva dei carburanti, contrapposto a quello della rete tradizionale.*

*"A tal proposito dico chiaramente che, sulla scia dell'enfatizzazione – e spesso disinformazione – sul tema prezzi, l'esasperata competizione di mercato, che spinge a cercare volumi comprimendo oltre ogni ragionevole giustificazione i margini, può anche indurre a cercare*

*scorciatoie che virtuose e legali non sono affatto e che ricadono a detrimento del consumatore."*



*"Sono anni, infatti" precisa Squeri "che, sull'onda dei prezzi, ci si accanisce a smontare la rete tradizionale che ha assicurato ed assicura servizio e capillarità fin negli angoli più remoti del Paese ed a bastonare – spesso con l'ausilio ed il disinteresse delle Compagnie petrolifere – la categoria dei Gestori. Bisogna dire che le esperienze 'innovative' lasciano più di qualche perplessità: se la vicenda di ieri è chiaramente pesante, non sono mancati altri fatti sparsi decisamente più soft, come pubblicità ingannevole, prezzi civetta, ecc.: insomma, una certa 'disinvoltura' sembra caratterizzare quello che molti vogliono rappresentare come il lato 'alternativo, moderno e pro-consumatore' della rete di distribuzione carburanti."*

*"Senza considerare" conclude il Presidente FIGISC "che le stesse mirabolanti promesse della grande distribuzione (il famoso 10 % di sconto) sono, appunto, promesse che probabilmente giocano sul fatto che quando si vendono tremila prodotti non è difficile abbassare il prezzo della benzina per smaltirlo sulle altre referenze. Magari non è la premessa più incoraggiante per il Consumatore, né sul piano della trasparenza né su quello della convenienza."*