FIGISC 50° Federazione Italiana Gestori Impianti Stradali Carburanti ANNIVERSARIO 1958 - 2008

FIGISC–ANISA NEWS

N. 03/2009 del 16.02.2009

CONFCOMMERCIO

ASSOCIAZIONE NAZIONALE IMPRESE SERVIZI AUTOSTRADALI ANISA

Nota informativa FIGISC/ANISA CONFCOMMERCIO - Piazza G.G. Belli, 2 Roma
Presidenti Nazionali: FIGISC - LUCA SQUERI – ANISA - 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 e-mail Anisa: anisa@confcommercio.it
www.figisc.it

pagine 3

I "*CHIARIMENTI*" DI SHELL TRA OVVIETA' ED OSTINAZIONE

Shell scrive a *Staffetta Quotidiana* per chiarire la "*chiave interpretativa* (di Shell, ovviamente) *di quanto sta avvenendo in merito al processo di auspicata modernizzazione della rete di distribuzione carburanti italiana*", confermando punto per punto, e senza alcun segnale di discontinuità, la sua impostazione dei rapporti interni al sistema di relazioni Azienda-Gestori.

Sicuramente non avevamo alcun dubbio (prova ne sia che abbiamo sempre contestato e rifiutato questa pratica, individuandone la precisa finalità di marginalizzazione e spoliazione del ruolo del vero Gestore) sul fatto che "*l'associato non è assimilabile, in alcun modo, al gestore* 'tradizionale'*, in quanto non opera in proprio nella distribuzione dei carburanti bensì presta esclusivamente precisi e determinati servizi ad Aico Uno s.r.l. che è il gestore vero e proprio*". E, pertanto, su questo punto non solo la "*precisazione*" aziendale non precisa alcunché, ma è, per contro, solo una delle tipiche espressioni per cui andava famoso un francese, il Signor de la Palice, cioè una "*ovvietà*", per noi anche piuttosto fastidiosa.

La "*precisazione*", inoltre, delinea un rassicurante e persino serafico quadretto delle motivazioni di questa condotta aziendale. Infatti, non solo le associazioni in partecipazione "*consentono di gestire la distribuzione dei carburanti sul territorio nel modo più efficiente possibile, con il fine di ottimizzare quelle variabili che portano ad operare in modo più semplice ed efficace*", ma – si noti ! – esse realizzano "*un'efficace sinergia tra il gestore Aico Uno e l'Associato : il primo può spendere appieno il consolidato* know how *di un modello operativo competitivo ed efficiente, parte di una strategia vincente sul mercato messa a punto da Shell; il secondo, scevro da altre incombenze, può focalizzarsi sulla gestione delle attività dirette verso il cliente finale con il fine di massimizzare gli utili derivanti dalla propria attività imprenditoriale*".



In sostanza, spiega Shell, non solo tutto questo sarebbe più moderno ("*esperienze di successo in tutta Europa*" !), ma consentirebbe che l'ex "*Gestore*", ora finalmente "*Associato*", sollevato da tanti fastidi grazie alla sollecitudine di Shell ed Aico Uno, possa solo felicemente preoccuparsi di arricchire, cioè, con espressione più consona, di massimizzare gli utili della propria impresa (è noto, infatti, l'elevato grado di "*imprenditorialità*" che caratterizza in genere la figura dell'associato in partecipazione !).

Non manca neppure una illuminante spiegazione del perché la Conchiglia faccia concorrenza sleale con i prezzi degli impianti Aico ai gestori del suo stesso marchio: infatti "*Shell Italia S.p.A., in ottemperanza, tra l'altro, agli impegni assunti di fronte all'Autorità Garante della Concorrenza e del Mercato, non consiglia un unico prezzo su base nazionale bensì consiglia molteplici e diversificati prezzi locali formulati in funzione delle aree geografiche e dei bacini di utenza nei quali si trovano gli impianti.*"

In sintesi, questa concorrenza tra impianti dello stesso marchio c'è perché così ha voluto Antitrust, tant'è che "*Nessuna anomalia, quindi, appare nel caso sollevato dalle Associazioni dei gestori laddove, ad uno o più impianti gestiti da Aico Uno s.r.l., sia stato consigliato un prezzo diverso rispetto a quello consigliato ad altro impianto, sempre contrassegnato dai colori Shell Italia S.p.A. ma gestito da altri soggetti e situato in una diversa area geografica*" (poco importa se, in realtà, è verificato che trattasi spesso della mede-sima area geografica e dello stesso bacino di utenza). Insomma, neanche una piega.

Infine, Shell ricorda di essere ligia nell'osservanza del "*principio per cui le società del Gruppo Shell si impegnano a rispettare tutte le leggi e le normative in vigore nei Paesi in cui dette società svolgono la propria attività*" (avrebbe forse potuto sostenere il contrario? In fin dei conti si tratta di un primario gruppo petrolifero, non di una formazione politica eversiva !).

Insomma, l'Azienda non devia di un millimetro da quelle che sono le sue condotte, che, anzi, giustifica, pur senza convincere nessuno della bontà delle sue ragioni (*Staffetta* la definisce un'uscita "*con coraggio allo scoperto*"), senza sentirsi sollecitata a lanciare alcun segnale di discontinuità o di apertura rispetto alle questioni aperte all'interno del settore: i rinnovi contrattuali, la definizione del quadro giuridico, gli adeguamenti economici.
Poiché quel che sembra coraggio può facilmente essere scambiato per impudenza, meglio avrebbe fatto a tacere.

Ciò che è avvenuto e sta avvenendo con Shell, dalla concorrenza sleale all'elusione massiva delle normative vigenti in materia di contratti, è potuto accadere – sarebbe opportuno ricordarlo – nonostante le regole e le leggi esistenti, nonostante il Decreto legislativo 32/1998, la legge 57/2001, le direttive comunitarie sul funzionamento del mercato, ecc. E' potuto accadere, altresì, malgrado i ricorsi nelle sedi (Autorità garante della concorrenza e del mercato, Ministero dello sviluppo economico) che avrebbero dovuto/potuto tutelare la parte debole della filiera (il Gestore), ricorsi ai quali non è seguito – anche questo è da ricordare ! - alcun provvedimento, neppure un richiamo od una censura da parte di codeste autorevoli sedi competenti.

Se questo è potuto, dunque, accadere entro un quadro definito di norme e protocolli - e pur tenendo conto che in questo settore è avvenuto di tutto in questi ultimi anni -, che cosa ci trattiene dal pensare che la condotta Shell non possa diventare non solo un diffuso esempio di scuola, ma l'unico modello di riferimento per avviare lungo questa deriva l'intera rete distributiva nazionale ?
(*Giorgio Moretti*)

STRATEGIE ENI R&M TRA CONGIUNTURA E LEADERSHIP

Eni annuncia il Piano strategico ed il *target* 2009/2012 e per quanto riguarda la distribuzione dei prodotti petroliferi lo scenario si colloca tra la presa d'atto della congiuntura e la rivendicazione del ruolo di *leadership* del mercato.

Scontato che "*le vendite di prodotti petroliferi rete in Italia e resto d'Europa sono previste in flessione rispetto al 2008 (12, 67 mln di tonnellate nel 2008) per effetto dell'impatto della cessione delle attività rete nella Penisola Iberica e delle previsioni di calo della domanda di carburanti nei principali mercati europei*", il *market leader* fa sapere che l'obiettivo "*è il consolidamento della leadership nel mercato italiano, incrementando la quota di mercato fino al 32% al 2012*" (era il 29,3 % nel 2006 ed il 29,2 % nel 2007) "*dal 30% del 2008, anche attraverso i programmi di fidelizzazione e l'ampliamento dell'offerta dei prodotti* non oil."

A GENNAIO CROLLANO ANCORA I CONSUMI

Un decremento del 7,2 %: è l'indicatore di variazione percentuale segnalato dai consumi sommati di benzina e gasolio del gennaio 2009 rispetto al gennaio 2008.

Ciò che influenza il dato generale è la *performance* negativa del gasolio (- 7,7 %), più marcata in extrarete (- 12,6 %) che in rete (- 4,7 %), a testimonianza – al di là della "*destagionatura*" dei giorni lavorativi – della congiuntura che colpisce i consumi di gasolio dei grandi consumatori.
Scontato, invece, il *trend* dei consumi di benzina (- 6,2 % nel complesso, - 6,5 % nel circuito rete), che si attesta sul valore annuo del 2008, pari ad una flessione del 6,7 % complessiva nell'esercizio rispetto all'anno 2007.

I consumi di gennaio (milioni litri)

Prodotti/ Circuiti	2008	2009	Var. %
Benzina rete	1.124,503	1.051,656	-6,48
Benzina extra	70,199	68,874	-1,89
Benzina	*1.194,702*	*1.120,530*	*-6,21*
Gasolio rete	1.566,864	1.493,491	-4,68
Gasolio extra	959,763	839,053	-12,58
Gasolio	*2.526,627*	*2.332,544*	*-7,68*
Rete	2.691,367	2.545,147	-5,43
Extrarete	1.029,962	907,927	-11,85
Totale	*3.721,329*	*3.453,074*	*-7,21*

Elaborazione FIGISC su dati MSE

