

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 4

ALLA RICERCA DELL'ARCA PERDUTA: STRANE TEORIE SUI PREZZI DEI CARBURANTI

Dice il CODACONS per bocca del suo Presidente, **Carlo RIENZI**, che, in fatto di prezzi, l'unica soluzione ottimale "è tornare ai prezzi amministrati nel settore dei carburanti con lo Stato che fissa il prezzo massimo di benzina e gasolio e l'obbligo di autorizzazione per qualsiasi variazione al rialzo dei listini".

Evidentemente, non sembra per nulla contraddittorio invocare, da un lato, la "liberalizzazione" più spinta del mercato e, dall'altro, il "protezionismo" sui prezzi.



Carlo Rienzi (di spalle), ai tempi del bacio con Romano Prodi

Sostiene Rienzi, confutando la proposta di variazioni "settimanali" avanzata la scorsa settimana dal Sottosegretario del Ministero per lo sviluppo economico, On.le **Stefano SAGLIA**, che "Aggiornare settimanalmente i listini dei carburanti produrrebbe un danno per i consumatori e un van-

taggio immenso per le compagnie petrolifere: il prezzo settimanale, infatti, da un lato impedirebbe ribassi veloci dei carburanti in caso di cali nelle quotazioni del petrolio e dall'altro consentirebbe alle compagnie una libertà eccessiva nell'aggiornamento settimanale dei listini, che siamo certi verrebbero fissati sempre al rialzo rispetto all'andamento del petrolio".

Ma non è solo questo che si agita sul fronte dei prezzi: pochi giorni fa si sono sentite proposte di inasprimento della Robin Tax per gli operatori che non adeguano in fretta i propri prezzi ai ribassi internazionali, sono preannunciate per i primi del mese di dicembre nuove audizioni presso la Commissione Controllo Prezzi del Senato e, prima delle feste (sarà una ennesima occasione per esternare una *moral suasion* per i prezzi sotto l'albero?), il 17 dicembre, si attende il *match* tra l'Unione Petrolifera ed il C.N.C.U. (Consiglio Nazionale Consumatori ed Utenti), sotto il tetto del Ministero per lo sviluppo economico.

Tira aria - stranamente solo in questo settore, ampiamente "liberalizzato" in tutte le sue possibili variabili non sostanziali - di interventismo d'accatto, alla ricerca di soluzioni miracolistiche per mettere al riparo, secondo un'ottica quanto meno localistica ("non preoccupiamoci dei futures ma della doppia velocità"), il mercato non tanto dalle fibrillazioni e speculazioni internazionali e finanziarie, quanto dalla "rapacità" degli operatori nazionali. O, forse, si tratta ancora di minacce di facciata, agitate per confondere le acque e "consigliare" strumentalmente qualche ulteriore condizione di favore per i soliti appetiti che si interessano da

tempo al settore (nel torbido qualcosa si pesca sempre!).

D'altro canto, sostiene il Presidente di Unione Petrolifera, Pasquale DE VITA, che la proposta di *"incantesimare"* il prezzo, sia pure per una settimana (e ricordiamo che c'era chi ne aveva proposto il blocco per tre mesi), presenta non poche difficoltà.

Non ci appassionano particolarmente i tecnicismi, pure qualche numero è sempre interessante. Nel 2008, ad esempio, ci sono state 258 variazioni quotidiane dei prezzi Platt's dei prodotti finiti (vuol dire ogni giorno, al di fuori dei sabati, delle domeniche e delle feste comandate, quando il mercato è chiuso), nel 2009 le variazioni sono state, fino al 15 novembre, 222 (ancora ogni giorno). Le variazioni, nell'anno 2008, sono state, per la benzina in aumento per 126 giorni ed in diminuzione per 132 giorni, per il gasolio in aumento per 122 giorni ed in diminuzione per 136 giorni. Variazioni, se vogliamo, mediamente minime, ma ci sono stati scostamenti da un giorno all'altro anche di 4, 5 centesimi al litro, e le variazioni superiori all'eurocent sono state ben 155 tra tutti e due i prodotti. Nell'anno in corso, la benzina ha registrato - parliamo sempre dei prezzi Platt's internazionali dei prodotti finiti e non delle variazioni alla pompa - aumenti in 118 giorni e diminuzioni in 104 e il gasolio rileva aumenti in 108 giorni e diminuzioni in 114 giorni. Anche in questo caso le variazioni medie sono minime, ma si verificano anche scostamenti da 2 a 4 centesimi/litro ed in ben 99 giorni le variazioni sono superiori all'eurocent.

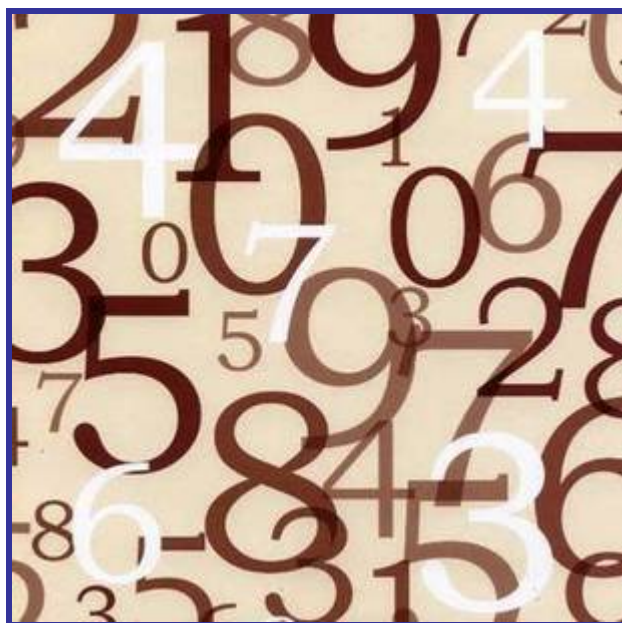
Anche calcolando su base settimanale, si verifica nei due anni esaminati che sono trascurabili i casi di mancata variazione da una settimana all'altra dei prezzi Platt's (solo 3 in 97 settimane), mentre le escursioni settimanali (in media attestate su circa 0,5 eurocent) fanno registrare valori di scarto anche superiori a 5, 6 e talvolta 7 eurocent/litro.

Che tutto questo si rifletta sui prezzi finali è ovvio; pure si riflette in misura ridotta:

nel 2009, su 222 variazioni del prezzo Platt's di benzina e gasolio si sono avute mediamente circa 71 variazioni del prezzo base delle nove *majors* petrolifere per la benzina e 67 per il gasolio, un rapporto di tre a uno tra Platt's e prezzo alla pompa, e ciò perché lo *"smussamento"* delle variazioni (specie dei picchi) viene attuato attraverso una modulazione graduale della componente del prezzo che attiene al *"ricavo industriale"*.

In sintesi, è un mercato che cambia ogni giorno, per effetto del gioco della domanda e dell'offerta specifica del singolo prodotto, delle scorte, del cambio e della quotazione generale del petrolio greggio di riferimento.

E che si possa pensare di stabilirne un *"blocco"* più o meno prolungato nel tempo o di tornare al sistema dei prezzi amministrati è quanto meno reso problematico dai pochi numeri appena esposti.



Ma intanto si continua ad andare alla *"ricerca dell'arca perduta"* del prezzo.

Che si parli della *"doppia velocità"* di adeguamento dei prezzi (una leggenda metropolitana che potrebbe essere facilmente smentita da una analisi statistica che prenda in considerazione un periodo sufficiente di tempo per valutare gli effetti in eccesso ed in difetto e non nel breve tempo che

serve per fare un comunicato di questa o quella Associazione dei Consumatori il cui Presidente ha appena visto il lancio di agenzia che la quotazione del greggio è scesa a New York e ancora non ha visto cambiare il prezzo a Roma).

O delle fluttuazioni del greggio (quando a fare il mercato è il prezzo dei prodotti "finiti").

O delle variazioni del cambio (quando è chiaro che la parte influenzata dal cambio è pari al 25-30 % del prezzo finale).

O dello "stacco Europa" (quando si confrontano tra loro realtà del tutto eterogenee sul piano strutturale e persino sul metodo di rilevazione).

Insomma, uno *sport* ormai stucchevole, giocato e commentato con *slogan* triti e rimasticati, schematismi e non di rado autentiche "bufale" che nessuno si dà la pena di verificare davvero.

A cosa siano giovate le scelte assunte sotto questi imperativi mediatici è sotto gli occhi di tutti:

- 1) al Consumatore (quello vero, non quello stereotipato ad uso delle Associazioni che dicono di rappresentarlo a suon di denari pubblici) è stata tolta qualunque reale percezione del prezzo e delle sue dinamiche reali; deve affidarsi all'esperienza sul campo, spesso attratto da pubblicità ingannevoli, in attesa dei miracoli promessi dalla grande distribuzione, sconsolato da un'informazione deviata ed allarmistica che martella su fin troppo facili sentimenti (a chi non piacerebbe pagar meno la benzina, ma forse che i cetrioli no?), confortato – sicuro? – dall'aspettativa della futura alluvione di prezzi sul sito *internet* del Ministero in virtù della quale, pur abitando a Passerano Marmorito, in Piemonte, sarà contento di sapere che gli conviene andare a far benzina a Maracalagonis, in Sardegna;
- 2) la rete distributiva, lungi dall'evolversi con quella razionalizzazione che per 30 anni è stata oggetto di indirizzi normativi ed attuativi, grazie alla doppietta di "liberalizzazioni" in un decennio, si è ulteriormente allargata, aggiungendo

forse servizio al territorio, ma anche costi e sovrapposizioni che incidono necessariamente sul prezzo finale nel contesto complessivo del sistema, mentre la sbandierata "diversificazione" *oil – nonoil* – anche a prescindere dalle vischiosità e dalle storture interne al sistema – ha ottenuto l'unico scopo "vero" che le "liberalizzazioni" si prefissavano: non già "portare la bottega al distributore", ma portare il distributore al "bottegone" della grande distribuzione.



In questo settore, dove soffia un *ghibli* di disimpegno – che non ha bisogno di ulteriori incentivi quali quelli che da qualche anno sembrano puntare alla destrutturazione del sistema –, dove ben altri sono i problemi, sembra di assistere ad una festa dei folli.

Scontato il fatto che, a margini del *downstream* ormai ristretti all'osso, la scelta va nella direzione inequivocabile di non investire e, ancor più di disinvestire, di terziarizzare – non importa se questo genera una svalutazione degli assetti degli investimenti

realizzati -, di scaricare il "magazzino" (le eccedenze di raffinazione) favorendo la proliferazione delle "pompe bianche", si è drogato il mercato con la ricerca di marginalità che nulla hanno a che vedere con la normale fase della commercializzazione del prodotto e degli investimenti necessari per farlo.

Si tengono in piedi reti abnormi con quote di mercato limitatissime, si gioca con le "figurine" (le autorizzazioni) dell'album Panini per pacchetti di cessioni od acquisizioni come questo fosse il nuovo *core business* del settore; si mettono in piedi reti, convenzionate o "bianche" che siano, al solo scopo di acquisire rendite di posizione (a volte solo "bandierine" più che erogati reali) per poi cedere il tutto al migliore offerente, in una spasmodica lotta per acquisire quote di mercato del tutto marginali su cui comunque poter spalmare costi crescenti. E sotto questa barca dei folli in balia delle onde si attacca tutta una flora di aspettative che aumentano ancora i costi del sistema: margini di convenzionamento *spot*, contratti sempre più corti, piuttosto che Concessionari di reti pubbliche in cerca di facili e pingui *royalties*.



Hieronimus Bosch, "La nave dei folli", 1494

E tutto questo mentre, come si è già detto, mentre incombono sul settore le strategie antagoniste della GDO esclusivamente finalizzate ad incrementare l'*appeal* dei propri centri commerciali con un nuovo prodotto, le incursioni dei *traders* all'ingrosso, che non hanno responsabilità al-

cuna rispetto alla stabilità delle scorte e vivono la filosofia dello *spot*, e via dicendo. Insomma, fischi per fiaschi, lucciole per lanterne, ecc.

Ma, tant'è, se si vuole continuare a fare e parlare d'altro rispetto a quel che serve, discutiamo pure di "prezzi amministrati". Può darsi pure che all'Unione Europea (che pure ha sempre a cuore il problema delle distanze, piuttosto che quello delle superfici o delle attività *non oil*) non suoni contraddittorio un mercato bloccato sui prezzi e liberalizzato sulla rete (ai nostri confini c'è un esempio di prezzi amministrati: è la Slovenia, che "amministra" i prezzi su un periodo quindicinale), né che un tanto sembri strano alla nostra Authority.

Ma, ad esempio, quale dovrebbe "il" prezzo amministrato dal Governo? Quello, poniamo, della compagnia "pubblica" (con qualche perplessità, forse, nel possibile conflitto tra amministrante ed amministrato)? O quello delle "pompe bianche"? O, ancor meglio, quello della grande distribuzione? O ancora - posto che l'"amministrazione" potrebbe riguardare solo il prezzo massimo -, come non scambiare questo con una regolazione di mercato che premia, intenzionalmente o meno non importa, solo un competitore (guarda caso quello che gode di condizioni assolutamente diverse e più favorevoli) a detrimento di altri?

In attesa di conoscere quello che i fautori del "prezzo amministrato" ed i loro *fans* trasversali pensano di fare, ci permettiamo alcune "libertà concettuali" (provocazioni!). Vero è che le norme vigenti affermano che il prezzo è liberamente determinato dagli operatori (inclusi, tra questi, i Gestori, quali proprietari della merce); che questo sia un *totem* irrinunciabile, vista la situazione ed i vincoli cui il Gestore soggiace, abbi- am ragione di dubitare.

E allora, perché non un "margine del Gestore amministrato"? Lo Stato ci attribuisca un equo margine, assicurandoci uno *status* di categoria parapubblica, liberandoci da concorrenza, conflittualità con l'industria petrolifera, ecc. ecc. Perché no? (G. Moretti)