FIGISC–ANISA NEWS

N. 16/2010 **del 09.04.2010**

ASSOCIAZIONE NAZIONALE IMPRESE SERVIZI AUTOSTRADALI

CONFCOMMERCIO

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 e-mail Anisa: anisa@confcommercio.it
www.figisc.it

pagine 3

TEMPESTE NELLA TANICA E STORIE DI ORDINARIA DEMAGOGIA

"…gl'incettatori di grano, reali o immaginari, i possessori di terre, che non lo vendevano tutto in un giorno, i fornai che ne compravano, tutti coloro in somma che ne avessero o poco o assai, o che avessero il nome d'averne, a questi si dava la colpa della penuria e del rincaro, questi erano il bersaglio del lamento universale…"



Sono le prime battute del Capitolo XII dei "*Promessi Sposi*", quello, per intenderci, che parla dell'assalto al forno delle grucce di Milano, al quale ci richiamiamo per definire il contesto che si respira ordinariamente intorno alle polemiche sul prezzo dei carburanti e che ha infiammato le festività pasquali appena trascorse.

Gli argomenti "*contro*" si sprecano ormai da tempo: una volta è il cambio euro/dollaro, un'altra la "*doppia velocità*", un'altra ancora lo "*stacco Italia*", oppure la Pasqua o il Natale di qualche *anno Domini* qualsiasi, o il prezzo del greggio (perché il Platt's sembra una brutta parola), oppure tocca al prezzo "*scandaloso*" - non importa se in vigore già da due settimane – che viene posto in necessario collegamento con le festività pasquali in modo da alimentare quella sorta di sadismo complottista per il quale bisogna comunque "*rovinare la festa*" agli italiani – che già hanno i loro fastidi - facendoli apparire puntualmente vittime sacrificali di gigantesche speculazioni innestate, guarda caso, puntualmente ad ogni Natale, ogni Pasqua ed ogni Ferragosto.

Né si capisce bene – nonostante tutto questo clamore sul prezzo - di "*QUALE*" prezzo si parli, considerato che esistono infinite varianti dei prezzi: per marchio, per territorio (regione, provincia, fino alla scala comunale), per territorio in ragione del regime fiscale (regioni con o senza addizionale di ac-

cisa), per fascia oraria (con impianto chiuso od aperto), per giornata (sconti nel *week end*), per modalità di servizio (servito, fai da te, *self pre* o *post payment*, *easy* totalmente automatizzato), per rete viaria (ordinaria, autostradale, tangenziale), per segmento di mercato (rete "*colorata*", "*bianca*", centro commerciale), per politica commerciale (*iperself*, "*prezzo amico*", iniziative di sconto per difesa mercato, ecc.).

Ciò nonostante, si sciorinano numeri e certezze - che sembrano proprie di epoche in cui il prezzo veniva imposto dallo Stato -, si moltiplicano le accuse di speculazione (il greve, perenne gusto del complotto che regge dai tempi di Nerone a quelli dei *Protocolli* dei Savi di Sion!) e si va allegramente a bruciare sulle pire della banalità, in modo da solleticare con il fumo sacrificale le narici della demagogia mediatica, un sistema che, a suon di investimenti nei tempi più virtuosi, di professionalità sempre, comunque sempre di lavoro (un centinaio di migliaia di addetti almeno?), ha garantito la mobilità del Paese dai primordi della sua motorizzazione.

Certo non si possono lucrare rendite di posizione, neppure se si tratta di posizioni e crediti "*morali*" o "*storici*", ma in questa prospettiva si getta via un sistema - con tutti i suoi limiti e le sue maturità, ma pur tuttavia organico -, per affidare il mercato a chi nulla vi lascia di strutturale, ai "*magliari*" del compra e vendi, scambiando per nuova strutturalità alternativa del settore ciò è, invece, la variabile traballante di una specifica congiuntura del comparto della raffinazione.

Ovvero, come infischiarsene di smantellare l'intero *downstream* a partire da un accanimento terapeutico di dequalificazione della rete per obiettivi marginali: uno scambio ìmpari, coperto, al più da ubbìe di certo liberalismo di accatto - che confonde come limitazioni al mercato quelli che, invece, sono apparati industriali e pezzi dell'economia nazionale -, al meno, dalla forte tentazione di lasciarsi incantare dalle sirene effimere della demagogia.



Sulla questione "*prezzi*", nella percezione generale sulla base della campagna mediatica che vi si è scientemente costruita sopra, avviene esattamente il capovolgimento del concetto del "*barile marginale*" (il prezzo del petrolio – secondo questo concetto – dovrebbe corrispondere grosso modo al costo del barile dei giacimenti più costosi in produzione): in questo caso è il prezzo della "*botte marginale*" – cioè quella che esce dal *trader* o anche dal deposito delle compagnie per andare a rifornire la "*pompa bianca*" o la pompa del centro commerciale – che è diventato il paradigma *tout court* del prezzo ideale dell'intero sistema.

Volutamente omettendo che "*questo*" prezzo è un prezzo da *outsider*, con condizioni che non sono replicabili se a questi soggetti ("*pompe bianche*", o grande distribuzione) venisse affidato quel ruolo di gestione di un sistema complesso, integrale e capillare, coordinato e centralizzato in alcune sue

fasi, che ha caratterizzato il ruolo dell'industria petrolifera nella distribuzione, con gli annessi riflessi dei costi di scala e di sistema sul prezzo finale. In sostanza, che questo NON può essere – e per ragioni concrete di costi reali, checchè ne dica chiunque in senso contrario – "*IL*" prezzo del sistema, ma solo un prezzo di "*nicchia*", tale, cioè, da esistere SOLO SE di "*nicchia*".

Sulle tentazioni interventiste determinate dall'*appeal* demagogico del prezzo c'azzecca ancora a fagiuolo il testo manzoniano che parla dell'assalto al forno: "*…faceva le sue veci in Milano il gran cancelliere Antonio Ferrer, pure spagnolo. Costui vide, e chi non lo avrebbe veduto? che l'essere il pane a un prezzo giusto, è per sé una cosa molto desiderabile; e pensò, e qui fu lo sbaglio, che un suo ordine potesse bastare a produrla*".

Chiunque volesse rivestire i panni del gran cancelliere Ferrer magari non potrà evitare di riferirsi al fatto che, ad esempio, sulla benzina, ancor prima di mettere una sola goccia in serbatoio e solo per il puro desiderio di rifornirsi, il consumatore paga subito 68 centesimi (su 142 a prezzi attuali) di imposte all'erario del gran cancelliere, e dopo aver soddisfatto il suo desiderio od esigenza sgancia ulteriori 12 centesimi di imposte (quindi, in tutto 80 centesimi su 142, ossia il 56 %), mette in serbatoio circa 45 centesimi di carburante (quindi il 32 %) con il non trascurabile servizio di avere il carburante sotto casa. E a questo punto se ne è andato quasi il 90 % della sua spesa.

L'insistenza nel cercare risparmi marginali a carico del sistema (lo "*stacco Italia*" vale il 2 % del prezzo finale) senza intaccare il 56 % delle imposte a vantaggio dell'erario (un rapporto di 1 a 28 tra le due grandezze) non dovrebbe forse sfuggire a nessuno dotato di un minimo di discernimento.

Ribadiamo il giudizio già espresso: se qualcuno pensasse – sull'onda delle enfasi mediatiche gonfiate sul prezzo di UNO SOLO tra le migliaia di prodotti di largo e generale consumo che incidono sulla vita quotidiana degli italiani – a drastiche misure per abbassare il prezzo dei carburanti, diverse da quelle della leva fiscale, potremmo essere di fronte a pericolose tentazioni "*decisionistiche*" nei confronti del mercato e del settore, sollecitate non da una visione responsabile delle vere economie in gioco – l'apparato industriale della raffinazione, i posti di lavoro, la qualità della rete, la capillarità del servizio, tutti valori pesantissimi da buttare sulla bilancia con cui pesare costi e benefici di qualsivoglia ulteriore (ce ne sono state a bizzeffe) "*manovra*" sul settore -, quanto da effimere, ed oltre tutto infondate (come i dati fasulli di questi giorni ci hanno ben testimoniato) suggestioni mediatiche.

(G.M.)

