FIGISC–ANISA NEWS
N. 28/2010 del 31.05.2010

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 7

LA GUERRA DEI PREZZI NEL SEGNO DELL'IPERSELF

All'epoca della procedura I681, avviata dall'Antitrust per accertare l'eventuale esistenza di violazioni delle regole di mercato da parte delle aziende petrolifere, nell'assumere "*gli impegni*" per patteggiare il procedimento e presentando all'Authority quello che sarebbe stato *Iperself*, **ENI** scriveva il 23 aprile 2007: "*il prezzo che Eni intende applicare sarà significativamente inferiore al prezzo consigliato per la modalità* 'Servito' *e tale riduzione sarà pari a 4 cent/Euro a litro (rispetto al prezzo della modalità* 'Servito'*).*
In tal modo, risulterà pressoché annullato il diffe-renziale dei prezzi dei prodotti di cui trattasi rispetto alla media europea (UE 14) dei prezzi al pubblico dei me-desimi prodotti".

Nel chiudere la procedura I681, Antitrust specificava il 20 dicembre 2007 che ENI aveva assunto un ulteriore impegno "*accessorio*" rispetto a quello originariamente presentato per *Iperself*: infatti, scrive AGCM, "*Eni ha accresciuto lo sconto rispetto alla modalità* 'Servito'*, portandolo da 4 a 6 centesimi di euro al litro*".

Veniamo ai nostri giorni: il 24 maggio 2010 sulla stampa specializzata di settore si legge "*Da quel che si apprende, Eni avrebbe deciso di ridurre* Iper-self *per recuperare i margini: se infatti è vero che da una parte sono aumentate le vendite con questa modalità, dall'altra le entrate finanziarie sono diminuite. Tra l'altro con il proliferare di promozioni simili da parte delle altre compagnie, l'*Iperself *non avrebbe più lo stesso grado di richiamo che aveva prima*".



Strabismi celebri: Marty Feldman in *Frankenstein Junior* di M. Brooks

Insomma, dopo tre anni di applicazione capillare e progressiva di *Iperself* (che giunse anche a – 10 eurocent/litro nel periodo estivo), arriva una modifica non irrilevante: lo sconto viene ridotto da – 6 a – 4, e il Gestore che volesse o dovesse sostenere una concorrenza la quale comporti necessità di uno sconto superiore ai 4 eurocent dovrà contribuirvi con il proprio margine per il 50 % della parte eccedente.



Non ci vogliono competenze particolari per divinare che "*da una parte sono aumentate le vendite con questa modalità, dall'altra le entrate finanziarie sono diminuite*", ciò che emerge – sia pure ormai retrospettivamente – è l'aver constatato le conseguenze negative di una iniziativa partita per sparigliare il banco sul momento dovendo poi fare i conti con il "*fiato lungo*" necessario per una prospettiva "*strutturale*" (ovvero a lungo termine) della partita stessa.

In questa guerra - che ENI ha avuto il torto di elevare dal teatro tattico locale (da cui era partita) a quello strategico globale – si sono ovviamente accumulate azioni e reazioni, con l'inevitabile corollario non solo del "*proliferare di promozioni simili da parte delle altre compagnie*", ma anche della recrudescenza della pressione degli operatori indipendenti, che dell'albero dell'industria petrolifera sono la scheggia fuori controllo, con il risultato non solo e non tanto di deprimere i margini (in questo vi sono sempre state ciclicità), quanto di svalutare la propensione agli investimenti ed enfatizzare la terziarizzazione del settore.

Oggi siamo forse di fronte ad una inversione di marcia? Assolutamente no.



Semplicemente, si è realizzato ciò che non era imprevedibile: l'azzardo dell'*Iperself* – buttiamolo lì – potrebbe presentare un bilancio triennale che (tra sconti su quantitativi crescenti delle vendite ed un recupero di quote di mercato non particolarmente eclatanti e, per soprammercato, alle decrescenti profittabilità correnti del settore) presenta un segno negativo non distante dall'ordine di qualche centinaio di milioni di euro.

Poiché comunque bisogna ricercare un equilibrio, questi costi ag-giuntivi (o, meglio, sacrifici di mar-gine) si saranno dovuti compensare con un incremento del margine industriale sui quantitativi venduti in rete al di fuori della modalità *Iperself* (da 1,5 a 2,0 eurocent/litro?).

In questa partita, oggi l'Azienda chiede una corresponsabilizzazione del Gestore per sostenere la competizione oltre il limite dei quattro eurocent/litro ("*devi, oppure vuoi competere? pagati la metà di quel che serve in più per competere!*"), è non è neanche tanto questo in sé a scandalizzare alla fin fine (purtroppo è una consuetudine data-

ta), in quanto il problema è un altro: la cruenta "*guerra*" dei prezzi, la spavalda scommessa sul tavolo verde, non l'ha certo dichiarata il Gestore ENI, e dove l'Azienda avesse aperto il fuoco generando una tensione al ribasso nel micromercato, oggi non può cavarsela semplicemente lasciando il suo Gestore senza munizioni sotto il fuoco nemico, al più venendo a proporgli di vendergli fucili vecchi a prezzo maggiorato, come si faceva con i Pellerossa nel Far West.

L'evoluzione della vicenda di *Iperself*, dunque, ha un valore indicativo che trascende senz'altro ENI e forse anche la stessa totalità delle *majors* della nostra industria petrolifera: l'*escalation* della guerra dei prezzi finisce per essere un karakiri sul piano dei fondamentali economici del settore.

"*PREZZO AMICO*" IN AUTOSTRADA: ANISA, FAIB E FEGICA SCRIVONO ALLE COMPAGNIE

- ASPI - Autostrade per l'Italia
- API/IP SpA
- ENI SpA – Divisione R & M
- ERG PETROLI SpA
- ESSO ITALIANA Srl
- KUPIT SpA
- SHELL ITALIA SpA
- TOTAL ITALIA SpA

Oggetto: **Iniziativa "*Prezzo Amico*" su segmento Aspi ed ulteriori interventi commerciali.**

Egregi Signori,

l'iniziativa in oggetto, in corso di avvio e presentata pubblicamente di recente, prevede che, grazie alla collaborazione ed agli impegni contrat-tuali assunti tra ciascuna singola A-zienda ed Autostrade per l'Italia, che ci legge per conoscenza, presso 80 aree di servizio poste lungo le tratte in con-venzione, la fissazione dei prezzi dei carburanti sia conseguente ad una incentivazione economica a ciò riservata.



Stefano Cantarelli, Presidente ANISA

Premesso che la medesima Autostrade per l'Italia ha tenuto a precisare che il proprio "*impegno economico … consentirà di* ***mettere a disposizione del settore*** *analoghi incentivi per iniziative focalizzate sulla* ***convenienza di prezzo*** *anche* ***in altre Aree di Servizio*** *non interessate dall'iniziativa Prezzo Amico*", le scriventi Federazioni invitano ciascuna Azienda destinataria ad adottare in tempi brevissimi, in accordo con le Federazioni medesime, opportune politiche di "*pricing*" finalizzate a scongiurare il concreto pericolo che possano evidenziarsi situazioni di palese discriminazione - *infra brand* - ai danni di singole imprese di gestione, legate alla medesima compagnia da un contratto di esclusiva con lo stesso fornitore ed all'interno del medesimo bacino di riferimento.

Nell'attesa degli incontri richiesti, si porgono cordialità vivissime.

ANISA Confcommercio
Il Presidente Nazionale
Stefano CANTARELLI

FAIB Confesercenti
Il Presidente Nazionale
Antonio LUCCHESI

FEGICA CISL
Il Segretario Generale
Roberto TIMPANI

3° REPORT SULLE RETI REGIONALI IN AUTOSTRADA: LA CAMPANIA

La regione **CAMPANIA** conta circa 445 chilometri - 890 in ambedue le direzioni - di viabilità di tipo autostradale (in tratta o tangenziale), pari a circa il 7,0 % del totale nazionale; per contro, in Campania sono collocate 33 aree di servizio, ossia circa il 7,11 % dell'intera rete nazionale: un dato che rispetta una proporzione assai precisa tra chilometraggio ed AdS, anche tenendo conto della tangenziale che serve la terza più grande città del Pae-se.

Le tratte che attraversano il territorio regionale sono la A1 Milano - Napoli (circa 60 chilometri ricadenti nel territorio regionale campano), la A3 Napoli – Salerno - Reggio Calabria (circa 171 chilometri), la A16 Napoli – Canosa (oltre 120 chilometri) ed infine la A30 Caserta – Salerno (circa 55 chilometri), oltre alla A56, Tangenziale di Napoli (20 chilometri).



Le aree di servizio sono, nel dettaglio, quelle di Alfaterna Est, Alfaterna Ovest, Angioina Est, Angioina Ovest, Antica Campana Nord, Antica Campana Sud, Astroni Nord, Astroni Sud, Calaggio Nord, Calaggio Sud, Campagna Est, Campagna Ovest, Doganella Nord, Irpinia Nord, Irpinia Sud, Mirabella Nord, Mirabella Sud, Ponti Est, Ponti Ovest, Sala Consilina Est, Sala Consilina Ovest, Salerno Est, Salerno Ovest, San Nicola Est, San Nicola Ovest, Scudillo Nord, Scudillo Sud, Teano Est, Teano Ovest, Torre Annunziata Est, Torre Annunziata Ovest, Vesuvio Nord, Vesuvio Sud.

La ripartizione delle AdS per province è quella contenuta nella seguente tabella:

Province	Tratte	Tangenz.	Totale
Avellino	**6**	**0**	**6**
Benevento	**0**	**0**	**0**
Caserta	**6**	**0**	**6**
Napoli	**6**	**7**	**13**
Salerno	**8**	**0**	**8**
TOTALE	**26**	**7**	**33**

Non sono ancora disponibili (lo saranno probabilmente fra alcune settima-

ne) i dati ministeriali relativi alle vendite disaggregate a livello regionale e provinciale di carburanti per l'anno 2009, per cui è possibile analizzare il panorama delle vendite solamente sino alle consistenze relative all'anno 2008.
Vi è preventivamente da considerare che i volumi delle vendite sono sostanzialmente stabili sull'intera rete regionale, ivi compresa quella ordinaria: dal 2003 al 2008, infatti, si segnala un lievissimo incremento per 9 milioni di litri, pari ad un + 0,38 %.

Vendite sull'intera rete – Mld litri

Anno	Mld litri	Var % su '03
2003	2,397	=
2004	2,431	+1,44 %
2005	2,404	+0,31 %
2006	2,481	+3,52 %
2007	2,462	+2,75 %
2008	2,406	+0,38 %

La quota della rete autostradale sul totale di tutta la rete è scesa dal-l'11,17 % del 2003 al 9,72 % del- l'anno 2008, con una perdita percen-tuale di vendite (a differenza di quanto accade per la rete totale) pari ad un – 12,62 % ed a quasi 34 milioni di litri in meno.

Vendite rete autostrada – Mln litri

Anno	RA	Var. % annua	Var. % '03
2003	267,688	=	=
2004	256,263	-4,27%	-4,27%
2005	248,098	-3,19%	-7,32%
2006	254,161	+2,44%	-5,05%
2007	248,491	-2,23%	-7,17%
2008	233,906	-5,87%	-12,62%

La rete ordinaria (la cui quota sui consumi dell'intera rete è aumentata dall'88,83 % del 2003 al 90,28 % del 2008) ha incrementato il volume delle vendite in ragione di 43 milioni di litri ed una percentuale pari a + 2,02 %, che compensa ampiamente le perdite rilevate nella rete autostradale.

Vendite rete ordinaria – Mld litri

Anno	RO	Var. % annua	Var. % '03
2003	2,129		
2004	2,175	+2,16%	+2,16%
2005	2,156	-0,87%	+1,27%
2006	2,227	+3,29%	+4,60%
2007	2,214	-0,58%	+3,99%
2008	2,172	-1,90%	+2,02%



Sempre sulla base dei dati del 2008 (e delle annate precedenti) si può anche analizzare con un dettaglio più accurato e sino al livello provinciale la consistenza degli erogati medi per impianto: i risultati sono di sicuro interesse, sia in riferimento al dato 2008 che al confronto con esercizi precedenti.
A parte la provincia in cui non sono allocate aree di servizio (Benevento), per le altre i dati sono quelli rappresentati nella seguente tabella.

Erogato per Ads/milioni litri 2008

Aree	Mln lt	AdS	Erogato AdS
Napoli	107,147	13	8,242
Caserta	46,231	6	7,705
MEDIA	**233,905**	**33**	**7,088**
Salerno	55,689	8	6,961
Avellino	24,839	6	4,140
Benevento	0,000	0	0,000

Il dato per provincia è abbastanza differenziato: su una media regionale di 7,088 milioni di litri/AdS si va da un massimo di 8,242 milioni di litri per AdS per Napoli ad un minimo di 4,140 per Avellino.

Le situazioni in cui i volumi degli erogati si attestano sotto la soglia dei 5 milioni di litri - che, quindi, destano preoccupazione in ordine all'equilibrio economico-finanziario delle gestioni – sono senz'altro relative alla provincia di Avellino

Dal 2003 al 2008 la diminuzione dell'erogato per ciascuna AdS è mediamente pari al 12,6 %, con punte massime del 22,1 % (Salerno) e minime del 6,2 % (Napoli): si va, in cifre as-solute, da più di mezzo milione di litri nella provincia di Napoli ai quasi due milioni nella provincia di Salerno.
Il dato del 2008, confrontato con il 2003, evidenzia, infatti, le seguenti differenze:

Erogato per Ads/milioni litri

Aree	Erogato AdS '03	Erogato AdS '08	Var. %
Napoli	8,791	8,242	-6,24
MEDIA	**8,112**	**7,088**	**-12,62**
Caserta	8,858	7,705	-13,01
Avellino	4,793	4,140	-13,63
Salerno	8,938	6,961	-22,12
Napoli	8,791	8,242	-6,24



RAPIDO *FLASH* SULLA RETE ADS DELLA A3 SALERNO – REGGIO CALABRIA

La Salerno – Reggio Calabria (A3, E45 nella classificazione delle strade europee) ha una lunghezza di circa 444 chilometri per il tratto in gestione ad ANAS, che tocca tre regioni: Campania (circa 120 chilometri), Basilicata (30 chilometri) e Calabria (circa 294 chilometri).

Le AdS ubicate sul suo percorso sono complessivamente 23 e, nel dettaglio, le seguenti: Campagna Est, Campagna Ovest, Cosenza Est, Cosenza Ovest, Frascineto Est, Frascineto Ovest, Galdo Est, Galdo Ovest, Pizzo Est, Rogliano Est, Rogliano Ovest, Rosarno Est, Rosarno Ovest, Sala Consilina Est, Sala Consilina Ovest, Salerno Est, Salerno Ovest, Santa Eufemia - Lamezia Est, Santa Eufemia - Lamezia Ovest, Tarsia Est, Tarsia Ovest, Villa San Giovanni Est, Villa San Giovanni Ovest.



La stima ANISA delle vendite sulla tratta (dati 2008, in assenza dell'aggiornamento per il 2009) si aggira su circa 155 milioni di litri, un dato che, se confrontato con l'esercizio 2003 (che si stima ammontare ad un volume di 188 milioni di litri) evidenzia un marcato decremento nell'ordine del 17,35 % e di quasi 33 milioni di litri.

Province	AdS	Erogato mln litri/AdS
Catanzaro	2	8,002
Vibo Valentia	1	7,677
Reggio Calabria	4	7,247
Potenza	2	7,232
Salerno	6	6,961
TOTALE	23	6,761
Cosenza	8	5,827

L'erogato medio stimato per il 2008 è pari a 6,761 milioni di litri per AdS, con *performances* che vanno da un mi-nimo di 5,827 milioni di litri/AdS (Co-senza) ad un massimo di 8,002 (Ca-tanzaro).

Dal 2003 al 2008, l'erogato medio è diminuito da 8,181 a 6,761 milioni di litri per AdS, con una gamma abbastanza variegata da provincia a provincia: la variazione minima (da 6,308 a 5,827 milioni litri/AdS, con una perdita di 482.000 litri, pari ad un – 7,64 %) si registra a Cosenza, mentre la mas-sima (da 9,608 a 7,232 milioni litri/A dS, con una perdita di 2.376.000 litri, pari ad un – 24,73 %) si registra a Po-tenza.

Quattro province su sei (Salerno, Potenza, Catanzaro, Reggio Calabria) sono interessate da decrementi che, dal 2003 al 2008, si posizionano entro una "*forbice*" compresa tra il 17 ed il 25 %.

Province	Erogato '03	Erogato '08	Var. %
Salerno	8,938	6,961	-22,12
Potenza	9,608	7,232	-24,73
Cosenza	6,308	5,827	-7,64
Catanzaro	9,673	8,002	-17,27
Vibo Val.	8,820	7,677	-12,96
Reggio Cal.	9,169	7,247	-20,97
TOTALE	8,181	6,761	-17,36

