FIGISC–ANISA NEWS
N. 29/2010 del 01.06.2010
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 5

LISTINO PREZZI ENI "*PERSONALIZZATO*": LA POSIZIONE DI FIGISC FAIB E FEGICA

Spett/le
ENI DIVISIONE
REFINING & MARKETING

Roma, 31 maggio 2010

Oggetto:
Introduzione del "*listino personalizzato*" per la fissazione del "*prezzo consigliato*". Aspetti rilevanti ai fini della concorrenza ed implicazioni sull'Accordo del 28 luglio 2009.

Le scriventi Associazioni di Categoria, **FAIB Confesercenti**, **FEGICA Cisl** e **FIGISC Confcommercio**, dando riscontro della decisione aziendale di modificare, a far data dal 1° giugno 2010, il proprio metodo di fissazione del prezzo consigliato, così come considerato dal Regolamento CE n.330/2010 (già n.2790/99) e dalle Intese vigenti, ai Gestori di marchio, evidenziano quanto in appresso specificato.

Tale decisione, manifestata attraverso una specifica comunicazione aziendale rivolta ai singoli Gestori, a cui viene chiesta una contestuale sottoscrizione, fa emergere la volontà di Eni, nella sua qualità di fornitore in esclusiva dei carburanti, di fissare un "*listino personalizzato*" – specifico per ciascun punto vendita - secondo criteri allo stato non meglio evidenziati e che appaiono, in tutta evidenza, poter rilevare sia ai fini della normativa sulla concorrenza e della dipendenza economica tra imprese, sia ai fini del complesso degli Accordi in essere tra le scriventi ed Eni, stipulati ai sensi del quadro normativo di riferimento.

In via preliminare, le scriventi Federazioni ribadiscono il loro massimo impegno collaborativo, finalizzato ad individuare ogni strumento idoneo a fornire ai Gestori ed alle loro imprese autonome il massimo della potenzialità competitiva.



Nessuna riserva, quindi, sulle finalità dichiarate da Eni a sostegno della suddetta decisione.

Tuttavia, non è possibile non sottolineare come le iniziative di cosid-

detto "pricing *variabile*" sembrano, sulla scorta del recente passato, facilmente replicabili dai *competitor* più aggressivi, anche e soprattutto su piccoli impianti interferenti.

Tanto più in condizioni di mercato (forte sensibilità al prezzo dei consumatori, contrazione dei consumi, prolungata fase di "*lunghi di raffinazione*", pressione sui margini operativi) che, al contrario, consiglierebbero, per un verso, interventi strutturali anche in termini di investimenti sui singoli impianti e, per l'altro, iniziative decise per riparare alle storture del mercato causate dalla completa permeabilità dei canali "*rete*" ed "*extrarete*", dove pure Eni mantiene invece un ruolo *leader* sia per volumi che per prezzi praticati a quei soggetti che poi si trasformano nei più aggressivi *competitor* dei Gestori a marchio Agip.



Ciò doverosamente premesso, circa l'introduzione del "*listino personalizzato*" le scriventi Federazioni, indipendentemente da preoccupazioni e rassicurazioni, tutte sul piano teorico, ritengono che, alcune questioni costituiscano una realtà tangibile.

✓ Nella nuova metodologia aziendale, la "*forbice*" di listino aziendale consigliato tra un impianto e l'altro del medesimo marchio, passa dai 3,6 eurocent (con il "*vincolo geografico*" della provincia/macroarea), ai 7 eurocent nell'orario di apertura, fino ai potenziali 15 eurocent in *Iperself*, determinando la certa impotenza (non più solo teorica) del singolo Gestore a difendere, insieme alle proprie vendite ed al conto economico della propria piccola impresa, la continuità stessa del contratto, visti e considerati i contenuti dell'Accordo del 28 luglio 2009 e delle novità introdotte nei contratti di gestione.

✓ Il "*delta prezzo massimo*" previsto dagli Accordi vigenti, in applicazione della normativa comunitaria e nazionale, viene semplicemente cancellato. Prima fortemente limitato dal mercato, laddove le condizioni concorrenziali sopra richiamate, già oggi, impediscono qualsiasi flessibilità al Gestore. Poi, semmai, riassorbito da ENI che, in forza del suo ruolo di fornitore in esclusiva, si annette quel delta a cui alcuni Gestori sono ancora in condizione di attingere. A questo ultimo proposito, appare di solare evidenza lo stacco di 1,2 eurocent, tra la forbice alta del listino precedente e di quello futuro. Difficile, in tale contesto, non rintracciare una sovrapponibilità pressoché perfetta tra prezzo consigliato e prezzo fisso o imposto.

✓ La gestione dei "*cluster*" e dei relativi listini, dei criteri in base ai quali operare le scelte di selezione dei punti vendita, lasciata alla determinazione unilaterale dell'azienda, non pone alcun limite alla sua discrezionalità. In questo contesto la dipendenza economica a cui sono soggette le imprese dei Gestori verso quella del proprio fornitore in esclusiva, appare senza alcun limi-

tazione e ben oltre i sottili confini dell'abuso.

Ciò detto, non v'è alcun dubbio come l'intera applicabilità del cosiddetto "*listino personalizzato*", oltreché la sua conciliabilità con i rilievi - a termini di legge - in precedenza posti, debba necessariamente essere ricer-cata nell'ambito di una condivisione che rinnovi, adegui ed assuma esplicitamente il combinato disposto di alcuni impegni che Eni ha già precedentemente assunti con la sottoscrizione di Intese tutt'ora vigenti.

Facciamo riferimento, in particolare, al:

- ✓ punto 8), secondo comma, Accordo Interprofessionale del 29.7.97 – assunto all'interno del quadro normativo di riferimento con la sua introduzione nelle premesse del d.lgs. 32/98 - che così recita: "*L'eventuale adozione di contratti diversi dovrà garantire nei riguardi dei gestori di impianti dello stesso marchio, ubicati nello stesso mercato di riferimento, condizioni di acquisto del prodotto, nell'ambito del contratto di fornitura vigente, competitive e quindi compatibili con l'esercizio di una libera concorrenza fra diversi soggetti economici omogenei.*";

- ✓ capitolo "*Metodologia ed elementi economici*", primo e secondo comma, Verbale di Accordo del 24.7.03 –confermato e validato esplicitamente dal Verbale di Accordo del 28.7.09 - che così recita: "*ENI R&M vende ad ogni singolo gestore i carburanti in forza del contratto di fornitura in essere con lo stesso, ai prezzi normalmente praticati da ENI R&M a tutta la clientela appartenente allo stesso segmento di rete, come sopra descritto, insistente nel medesimo bacino di riferimento ed alle condizioni di mercato esistenti al momento di ogni singolo approvvigionamento da parte del gestore. ENI R&M indicherà al gestore i prezzi consigliati per la vendita al pubblico dei singoli carburanti in funzione: delle diverse modalità di vendita; dei differenziali geografici; delle macro-aree di consumo.*"

Infine, in relazione al già citato Accordo economico-normativo del 28 luglio 2009 si considera che la modificazione delle modalità di determinazione del listino e la sua gestione - una e l'altra unilaterali - costituisca, come già rilevato per la "v*icenda Iperself*", una variabile di assoluta rilevanza nella determinazione degli obiettivi di efficienza degli impianti della rete, tale da assumere un significato discriminante, in riferimento agli strumenti fondamentali di gestione dell'Accordo ed in particolare rispetto alla clausola contrattuale di recesso.



Di fronte ad una modificazione unilaterale così significativa delle condizioni di gestione e per la intrinseca relazione tra le medesime condizioni e la clausola di recesso, non si può che considerare come siano venute meno

le regole di stabilità dell'Accordo del 28.7.10 e gli strumenti che regolano reciprocamente le valutazioni e determinazioni dell'efficacia della clausola di recesso, con particolare riferimento ai Piani Base, dei quali siamo a ribadire la loro non attendibilità sostanziale e formale, oltreché la perdita di efficacia ai fini dell'utilizzo della clausola di recesso più volte evocata.

Tutto sopra considerato, le scriventi Federazioni ritengono della massima urgenza l'avvio di una fase negoziale finalizzata alla condivisione di iniziative volte a scongiurare il concretizzarsi dei profili di illegittimità precedentemente illustrati ed alle necessarie modifiche integrative delle Intese vigenti.

Ove, al contrario, Eni ritenesse di procedere senza aprire il confronto richiesto, le scriventi Federazioni valuteranno estremi ed opportunità perché il complesso dei comportamenti assunti dall'azienda siano portati all'attenzione anche dell'Autorità per la Concorrenza ed il Mercato, a tutela dei diritti e degli interessi dei Gestori rappresentati.

Si coglie l'occasione per porgere i più distinti saluti.

FIGISC CONFCOMMERCIO
Il Presidente Nazionale
Luca SQUERI

FAIB CONFESERCENTI
Il Presidente Nazionale
Martino LANDI

FEGICA CISL
Il Segretario Generale
Roberto TIMPANI

PRIMI DATI GENERALI SULLE VENDITE 2009 IN AUTOSTRADA: - 3,25 % SUL 2008

I dati delle vendite 2009 in autostrada sono state rese note nel numero di aprile di Notizie Statistiche di Unione Petrolifera: l'ammontare definitivo sarebbe pari a 568,3 mila tonnellate per la benzina ed a 2.183,6 mila tonnellate di gasolio.

Rispetto all'anno 2008, la flessione dei consumi di benzina sarebbe pari a 3,9 punti percentuali e quella dei consumi di gasolio a 3,1 punti percentuali: un risultato certamente negativo, ma meno clamoroso di quello che ci si sarebbe atteso dopo i disastrosi andamenti del primo trimestre (punte fino a – 17 % per la benzina ed a – 14 % per il gasolio).

Vendite in autostrada – miliardi litri

Anno	Benzina	Gasolio	Totale	Var. %
1999	*1,982*	*2,313*	4,295	=
2000	*1,823*	*2,443*	4,265	-0,70
2001	*1,698*	*2,521*	4,219	-1,09
2002	*1,580*	*2,595*	4,175	-1,03
2003	*1,456*	*2,781*	4,237	+1,47
2004	*1,216*	*2,800*	4,016	-5,21
2005	*1,072*	*2,798*	3,869	-3,65
2006	*0,983*	*2,852*	3,835	-0,89
2007	*0,897*	*2,857*	3,753	-2,12
2008	*0,783*	*2,666*	3,449	-8,11
2009	*0,752*	*2,585*	3,337	-3,25

La flessione complessiva del 2009 sull'anno precedente è pari ad un – 3,25 % ed a una perdita di oltre 110 milioni di litri; ma dal 1999 al 2009 la perdita di vendite è pari a quasi 960 milioni di litri (- 22,31 %).

Oltre che dimezzati risultano i consumi di benzina, che perdono 1,230 miliardi di litri ed il 62,06 %, mentre il gasolio cresce solo dell'11,76 % (poco più di 270 milioni di litri).
Nel *mix* dei consumi, la benzina è crollata dal 1999 dal 46,15 % del totale al 22,55 %, il gasolio è cresciuto dal 53,85 % al 77,45 %.



L'ultimo segno positivo delle vendite in autostrada risale al 2003 (+ 1,5 % sul 2002): dal 2004 il segno è sempre negativo, con i picchi che si posizionano sopra gli 8 punti percentuali negativi sia per il consuntivo 2008.

Erogato medio/impianto (Mln litri)

Anno	Erogato
1999	9,303
2000	9,358
2001	9,236
2002	9,179
2003	9,312
2004	8,825
2005	8,502
2006	8,444
2007	8,282
2008	7,496
2009	7,192

La flessione delle vendite, ovviamente, colpisce direttamente l'efficienza degli impianti: se nel 1999 l'erogato medio per impianto sulla rete era stimato in 9,303 milioni di litri, nel 2009 si stima ammonti a non più di 7,192 milioni di litri con una perdita di oltre 2,1 milioni di litri per ciascuna AdS.

RINNOVO QUOTE ASSOCIATIVE ANISA 2010

Il Presidente Nazionale ed il Consiglio Direttivo **ANISA** ricordano che è sempre in corso la campagna di rinnovo delle quote associative – **anno 2010** – ed invitano caldamente quei Soci che ancora non l'avessero fatto a volervi provvedere ed a far crescere l'associazionismo ANISA.



Il contributo (60 euro per milione di litri erogati) può essere versato sul relativo conto ANISA, corrente presso la **Banca di Credito Cooperativo di Roma**, **Agenzia 132**, **ABI 08327 CAB 03247 c/c 47294**.

Il codice IBAN è:

IT 32 I 08327 03247 0000000 47294