

N. 56/2010

del 02.11.2010

Nota informativa a cura della Segreteria Nazionale
FIGISC/ANISA CONFCOMMERCIO - Piazza G.G. Belli, 2 - 00153 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@confcommercio.it anisa@confcommercio.it - sito internet: www.figisc.it

pagine 7

SOMMARIO

- ✓ **Impropri candori e volpi sotto l'ascella** pag. 1
- ✓ **I Consumatori insoddisfatti dal tavolo** pag. 4
- ✓ **L'obbligo della pubblicità dei prezzi** pag. 6
- ✓ **Convocazione di Presidenza e Consiglio FIGISC** pag. 7

IMPROPRI CANDORI E VOLPI SOTTO L'ASCELLA

Al "tavolone" generale riunito al Ministero lo scorso 27 ottobre non pochi tra i convenuti hanno espresso il proprio contributo quasi esclusivamente nei termini di una generale lamentazione.

Le argomentazioni che si sono espresse in quella sede variavano dall'improprio candore circa i contenuti, tendente a delegittimare un fatto con il solo espediente di far finta di ignorarlo [*"i contenuti del disegno di legge, dopo l'accordo con i Gestori, non ci sono noti, siamo fermi al testo oggetto della unanime (sic) convergenza delle parti"*], al consueto *escamotage* di spostare la questione dal piano dei contenuti al piano dei metodi (*"il metodo di concerta-*

zione con cui siamo arrivati a formare il precedente testo è stato disatteso e violato"), mentre l'insistito riferimento al pronunciamento di Antitrust del 30 settembre è servito a conferire una cornice di fondo, una patina di sacralità, essendosi tirati in ballo nientemeno che *"i principi della concorrenza"* o quelli del *"ruolo dell'AGCM nell'ordinamento dello Stato, rispetto al Parlamento ed al Governo"*.

Insomma, al tavolo sì, ma tra impropri candori e volpi sotto l'ascella.



La volpe sul tavolo

In realtà, che c'azzecca l'invocazione a supposti *"principi"* (elementi fondamentali di leggi e provvedimenti, aventi valore - appunto - di cornice concettuale generale, di indirizzo, che normalmente dovrebbero prescindere dalle disposizioni di minuto dettaglio), quando dalla lettura del dispositivo (stiamo parlando del disegno di legge annuale sul mercato e la concorrenza) si evinceva, invece, una serie di dispo-

sizioni di minutissimo dettaglio, rispondenti a minuti e precisi punti di interesse delle parti in causa - alla faccia dei "generalisti principi" -?

Facciamo qualche esempio, magari tratto dal testo che l'accordo Governo-Gestori aveva (a questo punto la coniugazione del verbo al passato sembra prudente) emendato? Beh, cominciamo da "l'utilizzo di apparecchiature per la modalità di rifornimento senza servizio con pagamento anticipato, durante le ore in cui è contestualmente assicurata la possibilità di rifornimento assistito dal personale", oppure "l'apertura di nuovi impianti, ovvero la trasformazione di impianti già esistenti, con distribuzione dei carburanti in modalità esclusivamente automatizzata".

E dal momento che queste disposizioni, così dettagliate, così palesemente "personalizzate" su specifici interessi - di cui chiunque potrebbe rendersi conto -, non possono non sollevare qualche perplessità in qualche "purista" della tecnica legislativa, si è ben pensato di giustificare un tanto facendo ricorso nientemeno che alla Costituzione della Repubblica: "Le disposizioni di cui al comma... costituiscono principi generali in materia di tutela della concorrenza e livelli essenziali delle prestazioni ai sensi dell'articolo 117 della Costituzione".

Questo era un bell'esempio del prodotto che sarebbe stato concepito con la "convergenza" di "tutte" le parti e con la perfetta intesa sul "metodo di concertazione": un prodotto che al tavolo alcune parti importanti del medesimo hanno sostenuto vada strenuamente difeso contro le forzature imposte da quell'accordo Governo-Gestori, che sarebbe stato, per soprammercato, estorto con la minaccia dello sciopero.



Osservare con attenzione...

L'impressione che un osservatore esterno potrebbe trarre da quanto udito e visto in occasione del tavolo del 27 ottobre, è che sembra che pressoché ognuna delle parti in gioco abbia stretto patti ed intese con qualcuno, ancorché l'unico accordo sottoscritto, esplicito e trasparente sia quello dei Gestori col Governo, e che si senta ora nelle condizioni per ribaltare l'esito di quell'unico accordo. I Consumatori, ad esempio, "hanno faticato a convincere l'Antitrust" (così è stato detto), mentre l'Unione Petrolifera piuttosto che gli operatori convenzionati dicono che il testo normativo precedente "recepiva, in buona misura, le linee auspiccate" da...loro stessi. E che, infine, qualcuno rimetterà le cose in ordine.

Intanto, si va ad una fase interlocutoria, in cui "la filiera", cioè l'industria petrolifera ed i Gestori, avranno un tavolino a parte sul quale, entro termini rapidissimi (un mese), cercare una intesa. Già, un'intesa, ma su cosa? Nelle aspettative del Governo, con tutta probabilità, il tavolino dovrebbe sortire un obiettivo minimale: il tentativo per cercare di partorire tra le parti, con una tregua momentanea, modifi-

che condivise al testo del disegno di legge sul mercato e la concorrenza, in modo che ne possa sortire un canovaccio potabile anche per l'Antitrust.

L'industria petrolifera, che si è pronunciata con un giudizio negativo sui contenuti dell'accordo Governo-Gestori, può non avere un interesse sincero ad un tavolo "parziale" (considerato, inoltre, che le singole aziende associate coltivano strategie individuali e percorsi comportamentali che fanno gioco contro e non a favore di una sintesi ed un accordo "quadro" della filiera).

Probabilmente si tratta di un interesse più che altro motivato dal verificare come e quanto venga perseguito dalla controparte il tentativo di "sfondare" il muro del vincolo di fornitura in esclusiva (argomento che viene sempre più agitato da una parte del mondo associativo dei Gestori, da un lato come "persuasore efficace" nei confronti delle controparti di filiera, dall'altro come "soluzione finale" dei problemi della Categoria) per riposizionarsi su questo scontro, più che per avviare un reale dialogo che vada anche oltre la stessa limitata contingenza del disegno di legge.



Caccia alla volpe

Se non è semplice trovare un accordo al tavolino, per la presenza di più di qualche volpe sotto l'ascella che bene sarebbe fosse lasciata momentaneamente fuori stanza, bisogna però considerare che sullo sfondo ci sono comunque due ulteriori e pesanti incognite.

Una va individuata nella affermazione, invero non enfaticizzata, ma piazzata al momento giusto, del Sottosegretario On.le Saglia sul finire della riunione del 27 ottobre: se non ci saranno sintesi, *"il Governo deciderà"*. Un inciso che preferiamo mettere piuttosto in relazione all'altra affermazione del Sottosegretario, secondo cui *"il Governo è ben consapevole di quel che ha sottoscritto con i Gestori"*, che considerarlo come una minaccia di modificare in peggio l'accordo raggiunto il 14 settembre, o di sfogliarne le parti *"normative"* scomode.

L'altra è che, comunque, sullo sfondo si staglia l'Authority, che della guerra contro il settore petrolifero sta facendo da anni il suo più simbolico cavallo di battaglia. Si può discutere su quale sia il suo ruolo (c'è chi pensa, ad esempio, che sia un *"contropotere"* rispetto al Governo ed al Parlamento, chi interpreta il suo ruolo *"solo"* a difesa del consumatore e non delle regole per le imprese), ma è più vero che sotto le sue esternazioni, anche quando sono contraddittorie, chiunque può, alla fine, convincersi di trovare significati che corrispondono alle proprie aspettative. E un tanto vale, ad esempio, per il vincolo di esclusiva (di cui AGCM parla accademicamente), quanto per quei contenuti del disegno di legge che sono, si potrebbe dire, clamorosamente *ad personam* (e su cui AGCM non si limita a parlare, ma diligentemente, invece, segnala ed obbliga).

I CONSUMATORI INSODDISFATTI DAL TAVOLO

I Consumatori (anzi, più correttamente, le loro Associazioni) sono usciti dal tavolo del 27 ottobre (*"una riunione del tutto deludente"*) preannunciando la propria insoddisfazione e la *"ripresa della libertà di esprimere le proprie posizioni"* (non ci si era accorti, però, che qualcuno gliela avesse tolta).

A giudizio del loro rappresentante, Rosario Trefiletti, infatti, *"dopo le modifiche effettuate da un accordo tra Governo e gestori, il protocollo che aveva visto le convergenze dell'intera filiera è, nei fatti, messo in discussione, con una violazione, a nostro parere, anche di metodo"*

E pensare che – proprio alla faccia del metodo che ora sarebbe stato violato dall'accordo Governo-Gestori – i Consumatori avevano, al tempo, condotto *"un lungo e complesso lavoro per convincere l'Antitrust"*.



Rosario Trefiletti, Federconsumatori

Che cosa – al di là delle nostalgie per il *"metodo"* – lamentano sul piano dei

contenuti le Associazioni dei Consumatori? Mentre si perde tempo a discutere su tavoli e tavolini, dicono, *"i tre punti qualificanti, quali l'istituzione della commissione istituzionale di controllo sulla doppia velocità dei prezzi dei carburanti, il blocco settimanale degli aumenti dei prezzi e la razionalizzazione della rete con un'ulteriore apertura alla grande distribuzione, continuano ad essere ingessati"*

Questi erano, dunque, i precisi punti concordati dai Consumatori (con chi? Antitrust, Governo? Dentro o fuori, nel rispetto del metodo, al tavolo?

Cominciamo dal terzo punto: l'apertura *"ulteriore"* alla GDO. Quante volte bisogna ripetere che la GDO ha gli spazi normativi per entrare come, dove, quando e quanto vuole sul mercato, nonostante il suo interesse al mercato stesso sia esclusivamente rivolto ad aumentare il suo giro d'affari di un ulteriore 40 %, a non offrire alcun servizio aggiuntivo al territorio se non connesso ai propri insediamenti commerciali, con logiche di bacino di mera convenienza e non di servizio al territorio, e con i minori investimenti e la minore qualità possibile rispetto al risultato da ottenere?



Centro commerciale COOP Empoli

Le norme sono del tutto chiare ed oggettive e la ragioni per cui GDO non è massicciamente presente sul territorio non è dovuta ai complotti ed alle resistenze del sistema (con gli impegni resi all'Antitrust nel 2007, l'industria petrolifera si è stesa a zerbino nei confronti della grande distribuzione), ma ai suoi propri calcoli e convenienze, ai suoi programmi di investimento ed al tentativo di non cedere un metro od un cubo di spazio per implementare le attuali attività commerciali di una nuova attività che funge da *"specchietto per le allodole"* (per dirla con Catricalà), e chiunque ne faccia una *"vittima"* della mancata apertura del mercato è in assoluta ed inemendabile malafede.

Quanto alle altre rivendicazioni *"portanti"*, non v'è motivo alcuno di non dire chiaramente che esse sono del tutto immotivate ed hanno un mero valore strumentale e mediatico, cui sarebbe ora di non prestare ulteriormente il fianco.

L'istituzione di una roboante *"commissione istituzionale di controllo sulla doppia velocità dei prezzi dei carburanti"* è per la sua stessa denominazione un capolavoro di malafede: si suppone, infatti, che la *"doppia velocità"* sia oggettiva ancor prima di verificarla.

Su questo punto, già la Banca d'Italia si è espressa nel marzo 2010 nel senso di non considerare l'esistenza di dinamiche anomale nella relazione tra andamento del prezzo del greggio e prezzi al pubblico (*"Dawn the non-linear road from oil to consumer energy prices: non much asymmetry along the way"*, Temi di discussione, di Fabrizio Venditti, Banca d'Italia).

E così si è espressa la X^o Commissione del Senato, al termine dell'indagine conoscitiva sulla dinamica dei prezzi della filiera dei prodotti petroliferi: *"neanche*

si può dire che esistano delle manovre strutturalmente speculative in occasione dell'adeguamento dei 'prezzi alla pompa' rispetto alle quotazioni del petrolio: dai dati forniti (per esempio dal Garante per la sorveglianza dei prezzi) è stato infatti possibile notare che l'andamento del 'prezzo Italia' si adegua quasi alla stessa velocità sia in crescita che in diminuzione, alla dinamica delle quotazioni Platt's".

Come mai, allora, ci si continua a portare a bordo del dibattito (e, purtroppo, dello scontro) il peso di argomenti così decisamente balzani?



Pregiudizi ingombranti

Quanto al terzo punto (la questione delle variazioni settimanali del prezzo, ancorché solo per gli aumenti), anche qui siamo in presenza di un falso mito.

Nel 2010 il prezzo *"nominale"* dei carburanti è variato mediamente per la benzina ogni 6,2 giorni (si va da un massimo di 8,4 ad un minimo di 4,6) e per il gasolio ogni 6,3 giorni (da un massimo di 8,9 ad un minimo di 5,0), due indicatori reali e non astratti non certo lontani dal termine settimanale.

Significativa sarebbe la motivazione addotta per giustificare il termine di vigenza settimanale del prezzo, ossia la possibilità di continuità nel mantenimento del prezzo affinché il consumatore abbia il tempo di averne contezza e decida di accedere al punto vendita, ovverosia una sorta di controindicazione alla concorrenza.

Senza contare che i prezzi *"nominali"*, su cui si poteva fare affidamento sino al 2007, sono stati spezzettati ed atomizzati in centinaia e migliaia di variabili locali e di micromercato che tengono conto delle minute variazioni che ivi si determinano.

Insomma, qualcosa di inutile e di vetusto. Eppure, come si diceva al TG2 di Giordani e Ravel, verso la fine degli anni '70, *"tutto fa spettacolo"*!

L'OBBLIGO DELLA PUBBLICITA' DEI PREZZI

Il Ministero dello sviluppo economico ha emanato in data 15 ottobre 2010 il decreto di attuazione delle disposizioni di cui all'articolo 51 della legge 99/2009 (*"Misure per la conoscibilità dei prezzi dei carburanti"*).

Per ora, i soggetti obbligati alla *"comunicazione al Ministero dei prezzi di vendita al pubblico praticati da ogni singolo impianto di distribuzione di carburante per autotrazione per uso civile"* sono i *"distributori della rete autostradale, per tutte le tipologie di carburanti"* con decorrenza *"dal 1° febbraio 2011"*.

Gli altri impianti – in due *tranches* relative rispettivamente a 1) *"distributori della rete stradale statale, limitatamen-*

te alla benzina e al gasolio venduti mediante modalità self service, nonché al g.p.l. ed al metano; b) *"tutti gli altri distributori, per tutti i carburanti e per tutte le forme di vendita"* – non hanno per ora un termine di decorrenza assegnato: tale termine, infatti, verrà assegnato con successivi decreti e sarà reso noto mediante pubblicazione sul sito *internet* del Ministero almeno 30 giorni prima della decorrenza dell'obbligo.

L'obbligo si assolverà comunicando da parte del Gestore i prezzi in via telematica, sul sito www.osservaprezzi.it su apposito *format* elettronico predisposto dal Ministero, cui si accede con apposita procedura di autenticazione.

Ma cosa si trasmette? Anzitutto, il prezzo (dei singoli prodotti e con le modalità di servizio indicate per ciascuna categoria – autostradali, impianti della rete statale, altri -), arrotondato al centesimo di euro.



Ritorno al passato

Dopo la prima comunicazione, le comunicazioni successive dovranno es-

sere "almeno settimanali, da effettuare in ogni caso di variazione di prezzo, anche in assenza di variazioni di prezzo in aumento, entro l'ottavo giorno dall'ultima comunicazione inviata", le comunicazioni "almeno contestuali alla applicazione" sono obbligatorie, altresì, "per tutte le variazioni in aumento praticate rispetto all'ultimo prezzo comunicato, anche se anteriori alla decorrenza del periodo settimanale ordinario di comunicazione".

Ed in caso di omissione, ovviamente, vi sono le sanzioni in materia di mancata esposizione dei prezzi obbligatori, tratta dalle leggi sul commercio, ossia, come dice l'articolo 51, comma 3, della legge 99/2009, in base all'articolo 22 del D. Lgs. 114/1998 (di base da 516 a 3.099 euro), non escluse le diverse variabili regionali e locali.

Su questa norma – ed è inutile attenuare il giudizio – abbiamo già rilevato che solo una visione "ideologica" fuorviante può avere indotto a consentire alla sua emanazione *bypartisan* stante la sua palese inutilità, l'accanimento "terapeutico" diverso da quello esercitato in tutti gli altri settori commerciali, nonché la sovrapposizione agli obblighi già da decenni vigenti in materia di pubblicità del prezzo.



Telematizzare il prezzo delle quaglie!

Sull'obbligo a carico dei distributori della rete autostradale si registra un commento di Stefano Cantarelli, Presidente ANISA: "Con il sopraggiungere di questo ennesimo obbligo sarebbe finalmente ora di gettare alle ortiche quegli inutili, antiestetici e discriminanti 'benzocartelloni' che disturbano da anni in autostrada!"



Stefano Cantarelli, Presidente ANISA

PRESIDENZA E CONSIGLIO FIGISC CONVOCATI A ROMA IL 3 NOVEMBRE 2010

**MERCOLEDÌ 3 NOVEMBRE,
PRESSO LA SEDE NAZIONALE
DELLA FIGISC CONFCOMMERCIO
A ROMA, PIAZZA BELLI, N. 2,
sono convocati:**

- alle ore 10,00: **PRESIDENZA NAZIONALE**
- alle ore 12,00: **CONSIGLIO NAZIONALE**