

N. 29/2012 - 13.06.2012

Nota informativa a cura della Segreteria Nazionale

Piazza G. G. Belli, 2 - 00153 Roma

Presidenti Nazionali: FIGISC: LUCA SQUERI - ANISA: STEFANO CANTARELLI

Segreteria Nazionale: telefono: 06-5866351 - fax 06-58331724

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

sito internet: www.figisc.it

il presente numero si compone di 3 pagine

SOMMARIO DEL N. 29

FIGISC AI GESTORI ENI:

**ATTENZIONE !
NON SOTTOSCRIVETE NÉ
ACCETTATE ALCUN IMPEGNO
RICHIESTO DALL'AZIENDA
PER GARANTIRE IL
PRESIDIO DELL'IMPIANTO DA
PARTE DEL GESTORE
DURANTE I FINE SETTIMANA
CHIUSI PER TURNO**

**«RIPARTI CON ENI»:
OLTREPASSATO
IL LIMITE.
QUALCUNO VIGILA ?
(a lato)**

**INIZIATIVA UNILATERALE:
RICHIESTA URGENTE
DI INCONTRO AD ENI
(in terza pagina)**

**«RIPARTI CON ENI»
OLTREPASSATO IL LIMITE.
QUALCUNO VIGILA ?**

Il titolo è: «*Riparti con ENI. Diamo un passaggio agli italiani*». L'iniziativa (definita da ENI stessa come «*unica*») verrà presentata, scrive *STAFFETTA*, giovedì 14, domani, per partire già da questo week end. La sostanza è: l'esasperazione delle schizofrenie del settore attraverso una prova tecnica (la durata sembra per ora limitata a tre mesi, ma si comincia sempre così) di aggressione al mercato da parte del *market leader* italiano, che ha il Tesoro come azionista di riferimento e bilanci della divisione Refining & Marketing in rosso da tre anni (è stato detto da ENI in questi giorni alla Commissione Prezzi del Senato). Vi si aggiunga la frattura tra gestori all'interno dello stesso marchio e tra quelli del marchio e tutti gli altri.



I contenuti sono, in sintesi: il raddoppio (e anche oltre) dello sconto massimo su IPER-SELF H24, ossia spingere il prezzo fino a meno 20/25 centesimi/litro nei *week end* (dalle 13,00 del sabato alle 24,00 della domenica), senza oneri diretti di compartecipazione del Gestore (mancherebbe altro! e, comunque, fino a quando?), ma con il vincolo del presidio diurno all'impianto anche nei fine settimana extra turno di apertura festivo, e, detta in sintesi, l'onere alle gestioni di anticipare tali sconti per il 20 % dei volumi di erogato venduti con tale modalità (preferiamo spiegarlo così!). Durata iniziale: dodici settimane. Altre volte è iniziata così e poi non è mai finita.... Prove tecniche, appunto.

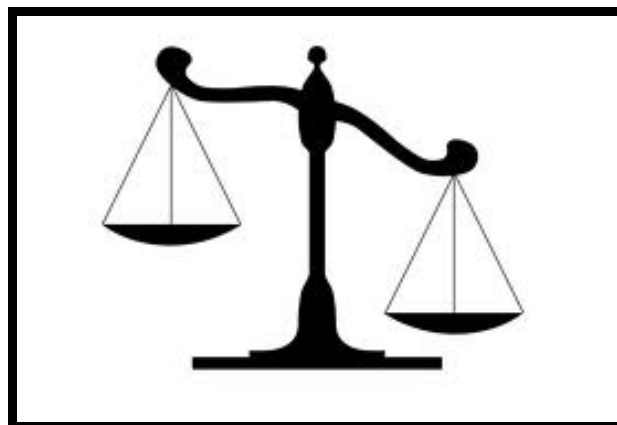
L'immagine è: un grande *spot* pubblicitario, con il quale ENI, parlando di «segnale forte di vicinanza ai cittadini, e in particolare alle famiglie italiane», accontenta anche il Governo, mettendo in ombra la questione della soffocante fiscalità sui carburanti, cerca di ridare fiato al crollo dei consumi, cambiando forzatamente gli stili del consumatore, che ora dovrà dedicare il fine settimana a fare rifornimento per godere di un forte sconto, tenendo in piedi una rete che erogherà per tutto il resto della settimana (con costi costanti dell'intero sistema) solo pochi litri di benzina.

Una iniziativa certamente «unica», tanto da sembrare il frutto di un inciucio ad altissimo livello cui non pare del tutto estraneo il rapporto tra lo Stato e la «sua» azienda petrolifera, condizione che gli altri competitori del mercato non possono certo vantare.

Riflettiamo un momento. Non più tardi di sette giorni fa, **Leonardo BELLODI**, Executive Vice President Government Affairs, in audizione presso la Commissione straordinaria controllo prezzi del Senato ha riferito che la divisione Refining & Marketing di ENI ha chiuso in rosso l'esercizio 2009 (per circa 400 milioni di euro) l'esercizio 2010 (circa 200 milioni) ed anche l'esercizio 2011 (circa 500 milioni). Risultati influenzati dal profondo rosso della raffinazione, ma il cui effetto è stato in parte attenuato dal segno

più del settore propriamente distributivo: niente di eclatante, perché si parla di marginalità (al netto dei costi) inferiori ai due centesimi/litro, ma tuttavia di un «utile». Vendere a prezzi e margini inferiori all'extrarete, ossia anche «sottocosto» (questo è, infatti, l'effetto del gigasconto da 20/25 cent/litro), mantenendo però i costi della rete (circa 10-11 cent/litro) significa erodere ulteriormente utile, o azzerarlo, anche a fronte di previsioni di guadagno di quote significative di mercato. In sostanza verrebbe «socializzato» (trasferito, cioè, sul prezzo al pubblico) un certo valore economico – che possiamo definire come utile del *retail* o perdita del settore raffinazione e distribuzione -: un'operazione tutt'altro che ordinariamente naturale per un'azienda che ha per scopo sociale quello di realizzare risultati. Insomma, se da un lato lo Stato continua ad aumentare le imposte, dall'altro la sua azienda distributiva rinuncia ad utili per spalmarli sui consumatori.....Una specie di gioco di bussolotti, sia pure mediaticamente allettante.

La domanda è: un'azienda che non sia ENI e non abbia lo specifico rapporto che questa ha con lo Stato ed il Governo, ma risponda solo alle logiche degli azionisti e dei centri direzionali che stanno all'estero, può permettersi di fare altrettanto? E, allora, tutto regolare e rispondente alla logica del «libero» mercato e della concorrenza? Qualche Authority, in genere solerte a cercare collusioni anche dove non ci sono, deve, per caso, vigilare ed approfondire questa non trascurabile circostanza?



INIZIATIVA UNILATERALE: RICHIESTA URGENTE DI CONVOCAZIONE AD ENI

L'iniziativa di ENI, secondo lo stile aziendale che è ormai consolidato, è stata assolutamente unilaterale, non è stata preceduta da nessun preavviso formale, meno che mai poi da una illustrazione di dettaglio.

L'azienda non si è degnata di farne cenno né nella riunione con tutte le rappresentanze della Categoria, avvenuta meno di due settimane fa, il 31 maggio, né in occasione della *convention* aziendale di Madrid della scorsa settimana.

In questo modo, assolutamente al di fuori di ogni correttezza sia pure solo formale, ENI ha dato avvio ad una iniziativa che aggredisce il mercato, spacca la categoria dei Gestori dentro il suo stesso marchio tra chi può operare con *Iperself H 24* e chi no, e nel complesso tra i Gestori ENI e tutti gli altri, incurante, peraltro, di ogni altra logica operativa e normativa connessa all'esercizio dell'attività di distribuzione carburanti.

In una logica puramente commerciale (ma più propriamente «*di rapina*»), con l'obbligo posto al Gestore di presidiare gli impianti anche durante il *week end* ed in *post* serale non è stato tenuto conto neppure delle norme in materia di orari, non sono stati presi minimamente in considerazione i rischi per la sicurezza connessi all'incolumità dei gestori ed all'integrità degli impianti e, anzi, l'obbligo si estende all'apertura delle attività collaterali.

Infine, è stata sovvertita ogni logica commerciale, economica, contrattuale, relativa alla modalità del *selfservice*, che, paradossalmente, diventa ora a tutti gli effetti integrata obbligatoriamente ad un servizio di assistenza e sorveglianza, con ciò esponendo per di più le gestioni a sopportare costi non remunerati durante l'intero arco della settimana e costi aggiuntivi nel *week end*.

Tutto ciò senza neppure una parola di spiegazione - se non quella che avviene oggi da parte delle strutture aziendali che stanno convocando d'imperio i Gestori collettivamente - ed a zero margini di discussione, in totale dispregio del proprio mondo e di coloro che ogni giorno rappresentano l'Azienda sulla rete a proprio rischio economico ed imprenditoriale, ma pronti solo a vendere in pompa magna al mondo esterno questa ennesima trovata del *management* del Cane a sei zampe.

Ad ENI chiediamo da queste colonne, pubblicamente e senza ulteriore formalità, che l'Azienda convochi immediatamente e senza indugio le rappresentanze di Categoria per un confronto su questa ennesima emergenza, avvertendo che, in difetto di ciò, chiederemo la convocazione da parte del Ministero dello sviluppo economico a fronte della evidente apertura di una vertenza aziendale per mancato rispetto degli accordi e delle norme.

