

N. 33/2012 - 16.07.2012

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 8 pagine

SOMMARIO DEL N. 33

**PARTE LA MOBILITAZIONE
DI TUTTA LA CATEGORIA:
PROGRAMMA DI INIZIATIVE**
[a lato]

**LA CRISI DELLA CATEGORIA
E L'INFORMAZIONE AGLI
AUTOMOBILISTI**
[in seconda pagina]

**GESTORI ESSO E TAMOIL
NON SOTTOSCRIVERE
IMPEGNI**
[in quarta pagina]

**GLI SCONTI DEL WEEKEND
NON SALVANO I CONSUMI:
ANCHE A GIUGNO MENO 7 %**
[in quinta pagina]

**LA GUERRA DEGLI SCONTI,
OVVERO STORIE DI
ECCEZIONALE IDIOZIA**
[in settima pagina]

PARTE LA MOBILITAZIONE DI TUTTA LA CATEGORIA: PROGRAMMA DI INIZIATIVE

Mentre già alcune iniziative sono in corso sulla rete autostradale, in relazione sia alla situazione di crisi generale del comparto, sia a specifiche vertenze locali [sono già iniziate le astensioni parziali o totali sulla Salerno-Reggio Calabria e nelle tangenziali di Milano, mentre dal prossimo fine settimana partiranno anche sulla tangenziale di Napoli], tutte le Organizzazioni della Categoria hanno raggiunto un'intesa su un intenso programma di attività di mobilitazione e protesta che prenderà avvio su tutta la rete nazionale sin da questa settimana per protrarsi anche per i mesi successivi.

Ne riassumiamo di seguito i punti più significativi, come concordati tra **FAIB, FEGICA e FIGISC/ANISA:**

- ✓ **da questa settimana, avvio della campagna di informazione e sensibilizzazione verso i cittadini e gli automobilisti** [si veda il successivo articolo; il materiale necessario è da oggi in produzione e distribuzione presso le strutture territoriali della FIGISC/ANISA Confcommercio];
- ✓ **da lunedì 23 luglio, sospensione degli accordi collettivi per la parte riguardante il prezzo massimo di rivendita dei carburanti;**

- ✓ **da lunedì 30 luglio a domenica 5 agosto**, sospensione dei pagamenti dei rifornimenti carburanti a mezzo carte di credito, *pago bancomat* e carte petrolifere aziendali;
- ✓ **sabato 4 e domenica 5 agosto**, chiusura degli impianti di rifornimento carburanti, *self service* inclusi.

Tali iniziative potranno, inoltre, essere replicate dopo la pausa estiva, a partire dal prossimo mese di settembre, secondo le date e modalità che verranno concordate tra le Organizzazioni di Categoria ed opportunamente pubblicizzate.

É sempre in corso, anche in concomitanza con questo programma, l'iniziativa promossa sin da giugno da FIGISC ed ANISA di raccolta delle firme sulla petizione che chiede la riduzione delle imposte sui carburanti e l'introduzione del prezzo amministrato: iniziativa che non si deve per nessuna ragione ritenere superata dall'introduzione dei maxisconti del *week end*, che non mutano in alcun modo la validità e la necessità delle misure chieste con la petizione.



LA CRISI DELLA CATEGORIA E L'INFORMAZIONE AGLI AUTOMOBILISTI

La prima fase delle iniziative di mobilitazione della Categoria ha inizio sin da questa settimana con una **campagna di informazione e sensibilizzazione verso i cittadini e gli automobilisti**.

Negli impianti stradali ed autostradali dei Gestori associati a FIGISC ed ANISA [le altre due sigle hanno scelto un taglio della comunicazione che si differenzia in alcuni punti] **verrà distribuito un volantino agli automobilisti e consumatori** - che sin da oggi verrà diffuso, sia direttamente ai Gestori, sia presso le sedi territoriali di Commercio -, che spiega la drammatica crisi che investe il settore e le ragioni della protesta.

Ne riproduciamo di seguito i contenuti [il volantino conterrà naturalmente anche il programma delle iniziative di cui portiamo a conoscenza gli automobilisti]:

COMUNICATO AI CONSUMATORI

GOVERNO ED AZIENDE PETROLIFERE INSCENANO LA MANFRINA DEGLI SCONTI PER FAR DIMENTICARE L'AUMENTO DELLE IMPOSTE SUI CARBURANTI DIETRO LA PROPAGANDA, L'INDUSTRIA PETROLIFERA FA PAGARE IL CONTO AI GESTORI CON LA SOTTRAZIONE DEI MARGINI, L'INDEBITAMENTO ED IL MANCATO RINNOVO DEI CONTRATTI
- STATO DI CRISI DEL SETTORE -

Caro Consumatore:

- Compagnie petrolifere, ed *in primis* l'azienda di stato, e Governo hanno messo in piedi una **campagna di sconti per far dimenticare agli Italiani gli aumenti delle imposte sui carburanti**: in un anno le imposte sono aumentate da 21 a 23 centesimi, **un costo che pesa tutti i giorni dell'anno e non solo nei dodici week end degli sconti in cui il prezzo più basso copre questa evidente verità**.
- Dietro la facciata tutta lustrini dei maxi sconti (anche se senz'altro graditi dagli automobilisti in questi tempi di dura recessione economica) **l'industria petrolifera nasconde la verità più prosaica della crisi della raffinazione** (che accumula miliardi di debiti) **e l'assenza di ogni intervento sulla rete distributiva, anch'essa in crisi, mai razionalizzata e con erogati per impianto che sono i più bassi d'Europa**.
- Dietro gli slogan e le campagne promozionali, si nasconde che **a pagare i costi degli sconti d'estate ed in generale della guerra tra i marchi sono sempre i Gestori degli impianti**: oltre **23.000 imprese con 120.000 addetti**, che vengono spinte ad un indebitamento di centinaia di milioni di euro (la Categoria è già oggi soffocata da 300 milioni di euro di debiti), cui vengono continuamente tagliati drasticamente i già bassissimi margini, cui viene negato il rinnovo dei contratti e tra cui le aziende petrolifere, con un ulteriore abuso della loro posizione dominante nel rapporto con il Gestore, discriminano arbitrariamente tra chi può accedere agli sconti e chi ne è escluso a priori.
- L'industria petrolifera suscita **aspettative ingannevoli** nel consumatore con **campagne di sconti estemporanee e che non potranno essere mantenute nel tempo**, che costringono l'automobilista a disagi e perdite di tempo per rifornirsi nel fine settimana ed a cambiare forzatamente le sue abitudini di

acquisto, senza dedicare risorse (ed anzi sprecandole a piene mani) per rendere efficiente la rete e più convenienti i prezzi sempre e per il prossimo futuro.



- Le stesse aziende che sulla rete stradale offrono gli sconti, **in autostrada, nei loro impianti, attuano una pesante discriminazione dei prezzi, che penalizza gli automobilisti della rete viaria più importante del Paese**, condannando i Gestori delle aree di servizio al fallimento e la rete alla totale marginalizzazione.
- L'industria petrolifera **mira ad espellere dal sistema distributivo l'impresa del Gestore, ad operare** – sotto le banalità della parola d'ordine della selfizzazione degli impianti, che priva di tutta una serie di servizi l'automobilista e svaluta la rete distributiva – **un intervento di macelleria sociale che impoverisce il sistema e brucia imprese e posti di lavoro**.
- Anche **il provvedimento di legge che istituiva la gratuità delle transazioni con carte di pagamento è stato aggirato ed eluso dal sistema bancario** con ulteriori costi per il con-

sumatore ed una ulteriore erosione del margine del Gestore, senza contare che la diffusione dei pagamenti in moneta elettronica avrebbe potuto costituire un deterrente ai numerosissimi fatti di criminalità che colpiscono la categoria.

A difesa della propria professionalità e dignità, delle proprie famiglie e dei propri dipendenti, per affermare il diritto ad un futuro, per continuare ad assicurare i servizi alla Clientela, i Gestori di FIGISC ed ANISA Confcommercio, unitamente ai Colleghi della FAIB Confesercenti e della FEGICA CISL, hanno proclamato le seguenti iniziative di protesta:

[SEGUE PROGRAMMA]

GESTORI ESSO E TAMOIL NON SOTTOSCRIVERE IMPEGNI

Rimangono integralmente confermate le indicazioni già diffuse nei giorni scorsi ai Gestori ed alle strutture territoriali FIGISC [e pubblicate sul sito *internet* nazionale nei giorni 11 e 12 luglio] alle gestioni ESSO e TAMOIL, che di seguito riprendiamo:

ESSO CHIEDE COMPARTECIPAZIONE DEL GESTORE AGLI SCONTI DEL WEEK END

Venuti a conoscenza che le strutture ESSO del territorio - con una iniziativa unilaterale ed in nessun modo concordata con le Rappresentanze di Categoria - stanno contattando i singoli Gestori per fare sottoscrivere un impegno di compartecipazione agli sconti del fine settimana (**Esso Self Più**) del valore di 0,020 euro/litro, FIGISC dà indicazione ai Gestori Associati di **NON ADERIRE E DI NON SOTTOSCRIVERE ALCUN IMPEGNO ALLA COMPARTECIPAZIONE.**

La motivazione di questa indicazione di non sottoscrivere è la mancanza di ogni convenienza economica per il Gestore, che si vede dimezzato il margine, è costretto a sopportare costi di gestione durante la settimana senza un adeguato ritorno di vendite al di fuori del *week end*, a subire una decurtazione di tutte le attività accessorie e, infine, è ulteriormente relegato ad un ruolo sempre più marginale ed alla progressiva espulsione dal settore distributivo.



TAMOIL: NUOVE MODALITÀ ADESIONE « MEGASELF »

TAMOIL ITALIA - con una iniziativa unilaterale e non concordata con le Rappresentanze di Categoria - sta richiedendo ai singoli Gestori nuove modalità di compartecipazione all'iniziativa «**Megaself**».

FIGISC dà indicazione ai Gestori di **NON SOTTOSCRIVERE ALCUNA ADESIONE OD IMPEGNO DI COMPARTECIPAZIONE.**

Stante la situazione di fortissima contrazione dei volumi dei consumi e la vera e propria guerra di sconti in atto tra le Aziende petrolifere, **NON PUÒ ESSERE ULTERIORMENTE RICHiesto AI GESTORI DI DOVERNE PAGARE I COSTI** con una ulteriore riduzione del margine ed un aggravamento delle già drammatiche condizioni finanziarie e di indebitamento delle gestioni.

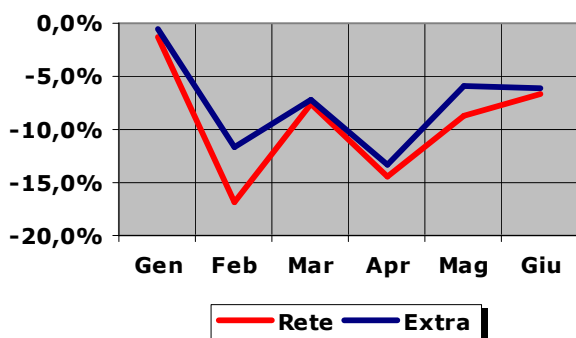
Prima di assumere qualunque impegno o dare disponibilità, i Gestori TAMOIL sono invitati ad attendere indicazioni che sarà premura di FIGISC comunicare.

GLI SCONTI DEL WEEKEND NON SALVANO I CONSUMI: ANCHE A GIUGNO MENO 7 %

Due *week end* e mezzo [il terzo cadeva a cavallo con il 1° luglio] di megasconti a giugno non hanno corretto significativamente la tendenza al calo dei consumi: anche nel mese di giugno, infatti, il confronto con lo stesso mese dell'anno precedente marca una **perdita di ulteriori 256 milioni di litri (-6,52 %)**, un dato che per il circuito rete sale a meno 6,66 punti percentuali).

Si è perso, tuttavia, sia in termini assoluti che in percentuale in misura meno accentuata: la rete, ad esempio, ha ceduto a giugno 187 milioni di litri (-6,7 %), contro i 241 di maggio (-8,7 %), o i 397 di aprile (-14,5 %), i 204 di marzo (-7,5 % o, infine, i 415 di febbraio (-16,9 %).

Decremento consumi su 2011



Da gennaio a giugno **i consumi sono calati rispetto allo stesso periodo del 2011 di qualcosa come ben 1,899 miliardi di litri (meno 8,5 punti percentuali)**, e la rete porta il peso di questa batosta per il 78 %: **nella rete si sono persi 1,476 miliardi di litri, con una flessione di 9,3 punti percentuali**, contro una flessione di 423 milioni di litri nel circuito extrarete (-6,7 %).

Unico prodotto in aumento il gpl, che recupera fino a 5 punti percentuali.

Dati dei consumi gen-giu – Miliardi di litri

Prodotti	2011	2012	Var. %
Rete	6,087	5,473	-10,10%
Extra	0,604	0,656	+8,55%
Benzina	6,691	6,129	-8,41%
Rete	9,807	8,946	-8,78%
Extra	5,750	5,276	-8,25%
Gasolio	15,557	14,221	-8,59%
Rete	15,895	14,418	-9,29%
Extra	6,354	5,931	-6,66%
Totale	22,249	20,350	-8,54%
Gpl	1,125	1,182	+5,01%

Sempre in tema di vendite e consumi, si segnala che sul sito www.figisc.it è stato pubblicata in data 8 giugno la **Newsletter N. 57/2012** [disponibile dal link «Osservatorio»], che riporta i **dati delle vendite - su dati ministeriali - di benzina e gasolio negli anni 2010 e 2011, scomposti anche per regioni e province**, con le relative variazioni percentuali, **suddivisi sia per la rete ordinaria che per la rete autostradale**.

Nel 2011 la **rete ordinaria** ha perso sul 2010 circa 1,405 miliardi di litri, con 5 punti percentuali in meno e l'erogato medio per impianto è sceso ulteriormente dai 1,374 milioni di litri/impianto del 2010 a 1,306 nel 2011, con tredici regioni su venti in cui l'erogato medio per impianto è inferiore alla media nazionale.

Tutte le Regioni registrano decrementi di vendite, che vanno da un minimo di -2,4 % per il Trentino Alto Adige ad un massimo di -15,5 % per la Valle d'Aosta; otto regioni su venti marcano diminuzioni più pesanti della media nazionale, regioni che costituiscono il 41,2 % del totale nazionale.

Disaggregando i dati a livello provinciale [e tenendo conto che le statistiche ministeriali fanno riferimento ad un quadro non aggiornato a tutte le province amministrative istituite, con dati ancora assegnati alle province di provenienza], ben 95 province su 103 complessive segnano un arretramento dei consumi (compreso tra un minimo di -0,2 % ed un massimo di -18,4 %), e solo otto

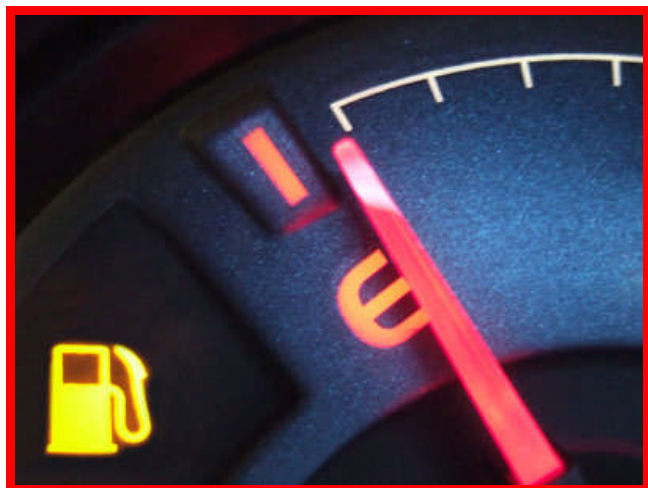
hanno registrato aumenti tra un minimo di +0,2 % ed un massimo di +7,7 %; le province che marcano decrementi più pesanti della media nazionale sono 48, con un erogato complessivo che vale il 40,1 % del totale nazionale.

Per la **rete autostradale** l'analisi sommaria è già stata sviluppata sul numero speciale di Figisc Anisa News N. 31 del 6 luglio 2012.

In un'analisi delle vendite sulla rete che esamina dati dal 1979 al 2011 [sono trentatré anni], si nota che:

- ✓ il picco più alto delle vendite in rete ordinaria si è registrato nel 2004, con 31,515 miliardi di litri: nel 2011 invece ne sono stati venduti 26,966 con una flessione di 4,549 miliardi di litri, pari ad un -14,43 %;
- ✓ il picco più alto delle vendite in rete autostradale si è registrato nel 1998, con 4,307 miliardi di litri: nel 2011 invece ne sono stati venduti 2,899 con una flessione di 1,408 miliardi di litri, pari ad un -32,69 %;
- ✓ il picco più alto delle vendite complessive in rete [stradale + autostradale] si è registrato ancora nel 2004, con 35,530 miliardi di litri: nel 2011 ne sono stati venduti 29,865 con una flessione di 5,665 miliardi di litri, pari ad un -15,94 %.

I livelli delle vendite del 2011 sono pari alla media degli anni 1990-1991 e per la rete autostradale si torna ai livelli registrati nell'ormai lontano 1985.



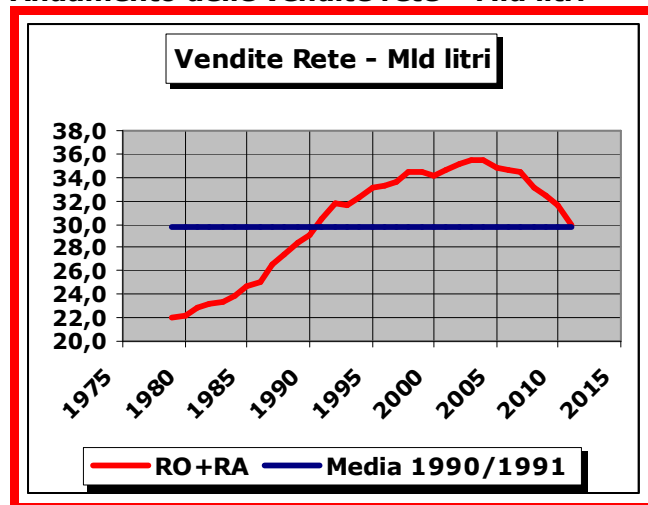
Vendite della rete – Miliardi di litri

Anni	RO	RA	Totale
1979	19,294	2,679	21,973
1980	19,653	2,514	22,167
1981	20,281	2,642	22,923
1982	20,550	2,681	23,231
1983	20,703	2,640	23,343
1984	21,218	2,733	23,951
1985	21,924	2,858	24,782
1986	22,059	3,037	25,096
1987	23,281	3,231	26,512
1988	24,065	3,317	27,382
1989	24,994	3,427	28,421
1990	25,496	3,597	29,093
1991	26,693	3,737	30,430
1992	27,964	3,784	31,748
1993	27,887	3,754	31,641
1994	28,498	3,823	32,321
1995	29,138	3,934	33,072
1996	29,366	3,855	33,221
1997	29,610	4,006	33,616
1998	30,205	4,307	34,512
1999	30,177	4,295	34,472
2000	29,803	4,266	34,069
2001	30,457	4,219	34,676
2002	31,035	4,176	35,211
2003	31,247	4,237	35,484
2004	31,515	4,015	35,530
2005	30,971	3,869	34,840
2006	30,876	3,835	34,711
2007	30,638	3,753	34,391
2008	29,599	3,449	33,048
2009	29,119	3,337	32,456
2010	28,372	3,199	31,571
2011	26,966	2,899	29,865

RO rete stradale ordinaria

RA rete autostradale

Andamento delle vendite rete – Mld litri



LA GUERRA DEGLI SCONTI, OVVERO STORIE DI ECCEZIONALE IDIOZIA

Archiviato ormai il quinto [anche se per alcuni il quarto] *week end* di maxi sconti, non fa che confermarsi nei fatti quanto da queste stesse colonne ha sostenuto sin da un mese fa il Presidente Luca Squeri: «Come bruciare valore e credibilità del settore» [Figisc Anisa News N. 30 del 18 giugno 2012].

1) Sul piano delle statistiche degli impianti, mentre in un mese sono aumentati moderatamente i punti vendita ESSO che praticano «*Esso Self Più*» [da 1.497 a 1.585, con un incremento pari a +5,9 %, il 55 % della rete di questo marchio], «*Riparti con ENI*» si è diffuso con un tasso di crescita di un +26,4 %, passando da 2.353 a 2.974 impianti [il 66 % degli impianti del Cane a sei zampe].

2) ESSO avrà in questo lasso di tempo «*difeso*» il suo mercato, aumentando ragionevolmente le vendite nel week end in una percentuale tra il 50 ed il 100 %, ENI sostiene di avere infine «*quintuplicato*» le vendite dei suoi fine settimana [con ciò confermando esattamente le nostre previsioni, anticipate sempre un mese fa sul Figisc Anisa News N. 30, «*12 week end di straordinaria follia: in cenere 350 milioni*»]. Il che significa che finora circa 145 milioni di euro di costi non coperti costituiscono il bilancio di questa operazione.

3) I Gestori ENI che praticano lo scontone vedranno anche gli accettatori pieni di decine di migliaia di euro che prima non vedevano neppure col binocolo; peccato che stiano in realtà anticipando entità di sconto pro-litro che valgono 5,5 volte la consistenza del proprio margine e con un ciclo finanziario che li mette nelle condizioni di non potere spesso pagare il carico che serve a reintegrare la cisterna vuota. Insomma, fanno da banca ad ENI che, bellamente e senza un plissé, getta i suoi ricavi di rete direttamente nel cesso.



Esistono anche veri e propri paradossi: in Friuli Venezia Giulia vi sono dei contributi che la Regione concede ai residenti sull'acquisto dei carburanti; ebbene vi sono gestori che anticipano sia gli sconti di ENI che il contributo regionale, insomma anticipano a volte anche 11 volte (!) il valore del proprio margine, anticipazione che gli verrà reintegrata dopo una settimana o più. Che dire?

Ai Gestori ESSO i rimborsi degli sconti anticipati arriveranno anche dopo tre/quattro settimane; anche in questo caso i Gestori fanno da banca per l'Azienda, ed in questi giorni hanno avuto, per soprammercato, la bella sorpresa di una richiesta di compartecipazione allo scontone che vale il 50 % del margine.

4) Non bastando ancora che il Gestore sia affetto da malattie letali, quali crisi dei consumi, crisi di indebitamento, taglieggiamento dei margini, mancati rinnovi contrattuali, abuso di dipendenza economica [ragioni tutte che sono all'origine delle iniziative di protesta che la Categoria unitariamente sta facendo partire in questi giorni], la tempesta dei maxi sconti ha reso inutilmente onerosa la gestione di una rete che durante la settimana si va desertificando, ha tolto afflusso alle attività accessorie con ulteriore danno collaterale, e, sul piano diretto, ha spostato margini togliendo finora ai Gestori che non hanno difese di

mercato circa 30 milioni di euro di margini, senza una corrispondente riduzione di costi.

5) Ma il Sottosegretario al Ministero per lo sviluppo economico ha detto, rispondendo non più tardi di mercoledì scorso alle rimozioni di ASSOPETROLI sull'iniziativa «*Riparti con ENI*» che «è importante dal punto di vista del Governo che il mercato si sia messo in movimento..... senza badare troppo al fatto che singole aziende prendano iniziative più o meno eclatanti, dividendosi tra pulcini bianchi e neri». Ed in effetti questi pulcini hanno già fatto uova d'oro per il Governo, spegnendo l'attenzione sulla soffocante fiscalità che incombe sui carburanti 365 giorni su 365, senza tacere sull'evasivo glissando del Sottosegretario circa il fatto che solo alcuni pulcini hanno per chioccia nientemeno che l'azionista Governo.

6) Nota *Staffetta Petrolifera* nel suo numero di venerdì 13 luglio che «il meccanismo degli sconti, intanto, inizia a scricchiolare. ESSO ha chiesto ai propri gestori di partecipare allo sconto del week end con un contributo di 2 centesimi al litro, il che vorrebbe dire più che dimezzarne il guadagno. A quanto si apprende, anche tra i dirigenti ENI starebbe serpeggiando qualche perplessità, sia per il peso dell'iniziativa sui bilanci della compagnia, sia per il "ritorno" in termini di immagine: se 20 centesimi di sconto sono sostenibili, sembra essere la conclusione dell'uomo della strada, in tutti questi anni le compagnie non hanno fatto altro che lucrare.» Che è esattamente ciò che abbiamo detto da queste stesse colonne un mese fa, denunciando, appunto, che si sarebbe «bruciata la credibilità del settore».

7) La stampa [ma non solo] va alla ricerca del «*trucco*»: gli sconti del week end, si scrive sui giornali, sono pagati dal consumatore con margini troppo esosi durante gli altri giorni della settimana. Peccato che tale presunzione di dolo sia l'ennesima pataccata.

Nell'ultimo mese il ricavo industriale medio [prezzo finale meno imposte e meno quo-

tazione internazionale dei prodotti] è stato di 0,153 euro/litro [margine del Gestore compreso] per le giornate ordinarie e di zero euro/litro nel week end, considerato che gli sconti eccedono il ricavo di cinque e più centesimi; dal momento che nel fine settimana - dall'entrata in vigore degli sconti - si vende il 30 % di tutto l'erogato settimanale, il ricavo scende del 30 %, ossia da 0,153 a 0,107 euro/litro. Risultato: il ricavo non arriva neppure a coprire il costo vivo, che si aggira sugli 11 centesimi, senza contare il margine del Gestore, zero utile, anzi sottozero. Un risultato duro da digerire, dal momento che si suppone che i petrolieri indulgano alla malvagità, e non all'idiozia. Ogni regola ha, lo dimostrano i fatti, le sue eccezioni.

7) Sarebbe troppo facile dire - c'è ne già una fin troppo nutrita schiera di assertori - che se i petrolieri possono fare gli sconti nel week end li possono fare sempre. I conti ci dicono che non è così e per un minimo di onestà intellettuale - che anteporiamo alle furbizie ed alle strumentalità demagogiche - ce ne asteniamo. Anche per un'altra ragione più pratica: da dove verranno fuori i denari per i Gestori da qui in avanti?

ENI, il 14 giugno scorso, ha definito la sua operazione d'azzardo con il termine piuttosto ampolloso di «investimento reputazionale». A distanza di un mese [ma non avevamo dubbi] il suo effetto è stato - scusando il giochino di parole un po' scontato - totalmente «sputtanazionale» per l'intera industria petrolifera italiana.

