

N. 07/2014 - 17.02.2014

Nota informativa a cura della Segreteria Nazionale

Piazza G. G. Belli, 2 - 00153 Roma

Presidenti Nazionali: FIGISC: MAURIZIO MICHELI - 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 10 pagine

SOMMARIO DEL NUMERO 07

**TRATTATIVA ENI R&M:
FAIB, FEGICA E FIGISC
CHIEDONO ACCORDO SU REGOLE**
[pagina 1]

**CONSUMI DI GENNAIO
ANCORA IN ROSSO: LA RETE
PERDE UN ALTRO 3,5 %**
[pagina 3]

**ENI: QUOTE DI MERCATO,
MARGINI, RISTRUTTURAZIONE
ED ALTRO ANCORA...**
[pagina 4]

**FAIB, FEGICA E FIGISC
CONTESTANO AD API-IP
LA GESTIONE DEI CREDITI**
[pagina 7]

**PRIMO GHOST IN AUTOSTRADA:
NULLA SI FA PER IL SETTORE,
INTANTO RESTA L'EREDITÀ
DELL'EX MINISTRO PASSERA**
[pagina 9]

TRATTATIVA ENI R&M: FAIB, FEGICA E FIGISC CHIEDONO ACCORDO SU REGOLE

Continua nella giornata di oggi 17 febbraio il confronto con le Rappresentanze di Categoria ed ENI R&M sul difficile tavolo del rinnovo degli accordi economico-normativi scaduti da oltre due anni.

Come già riferito su FIGISC ANISA NEWS N. 6 del 10 febbraio, le posizioni non sono ancora affatto coincidenti rispetto agli elementi economici [margini e *mix* nei casi di modalità di servizio miste, periodo di *vacatio* contrattuale, ecc.]. E comunque né i «*numeri*» [cioè gli elementi economici da soli] hanno valore reale senza «*regole*» [elementi normativi certi e non derogabili ad arbitrio], né le «*regole*» da sole senza «*numeri*» sostenibili.

E sulle «*regole*» - come si è già anticipato - la richiesta è quella di rivalutare e stabilizzare il valore della contrattazione collettiva, con un'inversione di tendenza - un ragionamento che riguarda anche tutte le altre aziende petrolifere - rispetto al ricorso alla contrattazione individuale sui singoli gestori, da anni ormai messa in atto dall'industria petrolifera per destabilizzare gli accordi e fare piazza pulita, appunto, delle «*regole*».

Il punto centrale rimane, dunque, la ricostituzione di «*regole*» che consentano ai gestori di poter competere in condizioni e-

que e non discriminatorie, come peraltro previsto da quelle norme vigenti che finora sono rimaste lettera morta: è questo il «*nucleo bollente*» dei rapporti, che ha rilevanza sia all'interno del marchio, sia nella competizione con il resto della rete a marchio come degli indipendenti.

La trattativa – né visti i tempi ci si potrebbe aspettare qualcosa di diverso – è dunque assolutamente complessa, perché non solo vi sono spazi ristrettissimi sui numeri economici, ma anche perché si tratta di cercare di cambiare un quadro di relazioni deteriorate al massimo negli ultimi anni, ed è assolutamente difficile [«*appesa ad un sottilissimo filo*»] per quella che è la posizione delle parti proprio in relazione al recente passato di rapporti ed alla drammatica sofferenza di tutte le gestioni del marchio.

In questo contesto si registra una presa di posizione del Direttore generale di ENI R&M, Angelo FANELLI, il quale [almeno stando a ciò che pubblica *STAFFETTA* di venerdì] «*si augura che l'incontro in programma lunedì con le associazioni dei gestori per il rinnovo del contratto di colore sia determinante per raggiungere un accordo*»; interpellato in occasione della presentazione del Piano strategico ENI, Fanelli avrebbe confermato l'appuntamento di lunedì [oggi] aggiungendo di sperare che sia «*definitivo*». Posizione che, a fronte dello stato dei fatti, potrebbe essere interpretata a due facce: nella migliore delle ipotesi un segnale di ottimismo ed incoraggiamento a procedere, ma non si può escludere che si tratti, all'opposto, di un segnale di latente relativa «*impazienza*» dell'Azienda, la quale potrebbe essere anche tentata di lasciar cadere l'esile filo, considerare scaduto il tempo, e scendere per una ennesima volta direttamente ai singoli gestori.

Intanto, secondo quanto concordato tra le parti nell'incontro del 5 febbraio, la scorsa settimana FAIB, FEGICA e FIGISC hanno inviato ad ENI le loro proposte in materia di elementi normativi [le «*regole*», appunto] con la lettera accompagnatoria che pubblichiamo di seguito, da cui è seguita da parte

dell'Azienda la convocazione per l'incontro odierno.



Roma, 11 febbraio 2014

Oggetto:

RINNOVO E ADEGUAMENTO DELL'ACCORDO COLLETTIVO ECONOMICO-NORMATIVO

Facciamo seguito alla riunione tenuta la scorsa settimana [ovvero lo scorso 5 febbraio, N.d.R.] per ribadirvi che la fase di stallo della trattativa in corso può e deve essere superata ricostituendo quel sentire comune che è elemento essenziale per la condivisione del progetto di rilancio della centralità della figura del Gestore in un sistema distributivo che, come la storia recente ha dimostrato, non può fare a meno dell'elemento «*umano*» in grado di gestire processi complessi e articolati non altrimenti surrogabili.

Per questo motivo immaginiamo che le significative differenze ancora riscontrabili sul piano economico fra la richiesta della nostra rappresentanza e le disponibilità messe in campo dall'Azienda, possano trovare elementi di miglioramento e di sostanziale avvicinamento anche nelle positive risposte che la stessa Azienda sarà in grado di darci su aspetti di carattere, per così dire, «*normativo*» e «*regolatorio*» del rapporto tra Gestori ed Azienda che, a tale punto della trattativa, rappresentano un vero e proprio elemento imprescindibile per dare la giusta prospettiva ed assicu-

rare una sufficiente praticabilità all'intesa stessa.

Questa, come vi abbiamo anticipato la scorsa settimana, è la strada obbligata per arrivare ad una soddisfacente soluzione della negoziazione in atto.

È necessario, in altre parole, trovare le compatibilità complessive attraverso un *mix* bilanciato di aspetti economici - soprattutto se insufficienti - ed elementi normativi che determinino un punto di equilibrio dell'intero sistema.

Auspichiamo quindi che vorrete valutare, in questa ottica e senza chiusure pregiudiziali, il documento allegato che ci avete sollecitato e che costituisce un nuovo punto di partenza per un confronto che offriamo all'Azienda.

Ciò nel pieno convincimento che esistano spazi negoziali per finalizzare in tempi brevissimi una trattativa soddisfacente, nei limiti oggettivi del quadro di riferimento.

Sulla scorta di queste considerazioni attendiamo che l'Azienda si renda sollecitamente disponibile ad un approfondimento congiunto dei temi contenuti nel documento allegato e, se ci saranno le necessarie convergenze, giungere ad una rapida e positiva conclusione dell'attuale fase negoziale.

FAIB - Martino LANDI

FEGICA - Roberto DI VINCENZO

FIGISC - Maurizio MICELI



CONSUMI DI GENNAIO ANCORA IN ROSSO: LA RETE PERDE UN ALTRO 3,5 %

Non comincia certo positivamente il 2014 sotto il profilo delle tendenze dei consumi: i dati provvisori diffusi dal Ministero per il mese di gennaio [ancorché si debba registrare un giorno di consegne in meno nel confronto con il gennaio 2013] evidenziano una flessione dei consumi di benzina e gasolio rispetto allo stesso mese dell'anno scorso di 32 milioni di litri, pari a un -1,03 %, parzialmente compensati da un incremento dei consumi di g.p.l. [15 milioni di litri e 6,40 punti percentuali in più].

Come sempre, è la rete a perdere [altri 75 milioni di litri in meno e 3,50 punti percentuali] contro un segno positivo dell'extrarete di 43 milioni di litri, ossia +4,49 %. Nel dettaglio per i singoli prodotti, la benzina flette in rete di 38 milioni di litri e del 4,80 %, contro i 16 milioni ed il 12,50 % in più segnati dall'extrarete; anche il gasolio perde 37 milioni di litri ed un 2,72 % in rete, mentre in extrarete si segnalano 27 milioni di litri in crescita, pari ad un +3,27 %.

CONSUMI GENNAIO 2014 – MLD. LITRI

Prodotti	2013	2014	Var. %
Rete	0,800	0,762	-4,80%
Extra	0,127	0,143	+12,50%
Benzina	0,927	0,905	-2,43%
Rete	1,347	1,310	-2,72%
Extra	0,833	0,860	+3,27%
Gasolio	2,180	2,170	-0,43%
Rete	2,147	2,072	-3,50%
Extra	0,960	1,003	+4,49%
Totale	3,107	3,075	-1,03%
Gpl	0,227	0,242	+6,40%

In rete, i consumi di benzina costituiscono il 36,76 % del totale, il 63,24 % quelli del gasolio; in extrarete i consumi di gasolio hanno una quota dell'85,74 % del totale, contro il 14,26 % della benzina; in totale, le quote sono pari al 29,42 % per la ben-

zina ed al 70,58 % per il gasolio. Sommando anche i consumi di g.p.l., nel totale il *mix* è composto delle seguenti percentuali: gasolio, 65,44 %, benzina 27,27 % e g.p.l. 7,29 %.

Oltre il confronto limitato al gennaio 2013, c'è da segnalare che il mese di gennaio 2014 ha una *performance* molto peggiore sul gennaio 2012: al paragone biennale la rete crolla del 12,41 %, l'extrarete balza di 10,57 punti percentuali in più, dati che sono ancor più amplificati per il prodotto benzina, per il quale la rete frana addirittura del -17,03 % mentre l'extrarete mette a segno un eclatante 45,95 % in più.

Nel gennaio di due anni or sono i consumi così detti «*extrarete*» di benzina non superavano il 9,65 % dei consumi totali di tale prodotto, nel gennaio 2013 l'extrarete era già salito al 13,71 % e con i dati del medesimo mese nel 2014 la quota extrarete è pari al 15,81 %.

ENI: QUOTE DI MERCATO, MARGINI, RISTRUTTURAZIONE ED ALTRO ANCORA...

ENI pubblica giovedì il proprio preconsuntivo 2013 con i dati di fine anno. Le vendite in rete sono scese del 15,2 % rispetto all'anno precedente e la quota di mercato, sempre sulla rete, è «*scivolata*» dal 31,2 al 27,5 % [ossia ha perso circa 11,9 punti percentuali], attestandosi nel quarto trimestre ad un minimo storico del 25,9 % [ancora nel primo trimestre 2013 si attestava sul 29,1 %].

A seguire, venerdì l'Amministratore Delegato della *corporate*, Paolo SCARONI, dichiara che ENI «*pensa al margine, non alla quota*», spiegando, cioè, che «*non intende uscire da questo business, ma che tuttavia siamo in una fase di mercato in cui pensiamo a difendere il margine*» ed aggiungendo anche che «*finché non ci sarà un Governo che voglia mettere in ordine il settore dei carbu-*

ranti, è un esercizio inutile mettersi a fare prezzi super scontati».

Notizie ambedue che meritano un qualche approfondimento ed altresì qualche doveroso commento.



Se si parla di numeri e quote, intanto, facciamo un po' di informazione: nel decennio dal 2004 al 2013 le vendite in rete del marchio ENI [con la IP fino al 2005] sono passate da 10,93 a 6,64 milioni di tonnellate [una perdita di oltre il 39 %].

Dal 2004 al 2011 le vendite sono diminuite del 21,4 %, dal 2011 al 2013 sono crollate del 22,7 %, ossia negli ultimi due anni il marchio ha perso più che nei sette anni precedenti messi insieme.

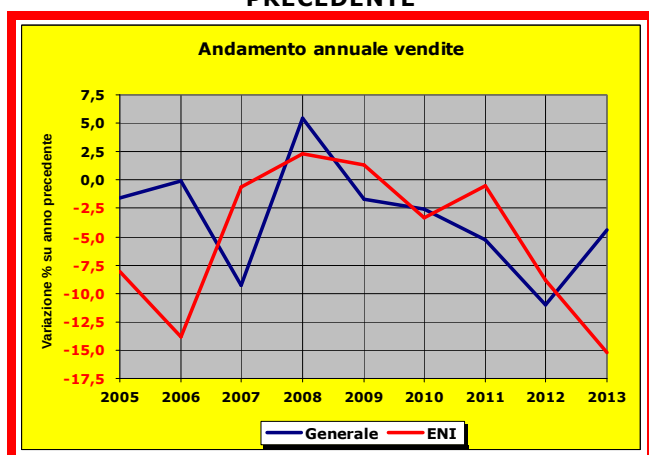
VENDITE ENI IN RETE 2004-2013 TRIMESTRALI ED ANNUALI – MLN. TONN.

Anno	I°	II°	III°	IV°	Tot
2004	2,55	2,78	2,83	2,77	10,93
2005	2,52	2,70	2,63	2,20	10,05
2006	2,06	2,20	2,24	2,16	8,66
2007	1,98	2,19	2,25	2,19	8,61
2008	2,06	2,18	2,28	2,29	8,81
2009	2,10	2,31	2,26	2,26	8,93
2010	2,01	2,17	2,28	2,17	8,63
2011	2,17	2,14	2,23	2,05	8,59
2012	1,81	1,98	2,24	1,80	7,83
2013	1,65	1,71	1,71	1,57	6,64

Fonte: ENI

I risultati del marchio [a parte la fase dello scorporo di IP] hanno sempre avuto un profilo più sostenuto di quelli della rete in generale, tranne che per quanto riguarda l'ultimo esercizio 2013, in cui la *performance* risulta assai peggiore: mentre la rete in generale perde il 4,4 % sull'anno antecedente, ENI flette d'un colpo del 15,2 %.

LE VARIAZIONI PERCENTUALI DELLE VENDITE IN RETE E DEL MARCHIO ENI SULL'ANNO PRECEDENTE



La quota di mercato del *market leader* è passata dal 29,3 % nel 2006 al 27,5 % nel 2013, con un periodo di superamento del limite del 30 % che va dal 2008 al 2012. Una lettura dei dati non solo su base annuale, ma anche con scansione trimestrale, ci riporta ai fatti salienti.

QUOTE % DI MERCATO ENI IN RETE 2004-2013 - TRIMESTRALI ED ANNUALI

Anno	I°	II°	III°	IV°	Tot
2006	29,3	29,2	29,6	28,9	29,3
2007	28,3	29,1	29,8	29,3	29,2
2008	29,8	29,8	31,3	31,7	30,6
2009	31,5	31,6	31,6	31,2	31,5
2010	30,5	30,1	30,7	30,4	30,4
2011	30,0	30,2	31,2	30,4	30,5
2012	30,4	30,8	34,3	29,1	31,2
2013	29,1	28,0	27,2	25,9	27,5

Fonte: ENI

Si tratta degli anni dell'*Iperself* [partito nell'aprile 2007], poi declinato in *Iperself H24* nel marzo 2012, fino ai record estivi del medesimo esercizio 2012, con gli sconti

dei week end di «*Riparti con ENI*», quando la quota mercato del terzo trimestre toccò un picco massimo del 34,3 %.

Da quel picco è iniziato un cammino solo a ritroso: già nel quarto trimestre del 2012 la quota andava al 29,1 %, dato confermato per il primo trimestre 2013, disceso al 28,0 % nel secondo, al 27,2 % nel terzo, fino al picco minimo del 25,9 % registrato nel quarto trimestre. Un «salto» di ben 8,4 punti percentuali indietro sul mercato totale, un'implosione del 24,5 % della propria quota di mercato in soli quindici mesi dall'*exploit* dell'estate di Rocco Papa-leo e del miliardo e più di litri venduti con la «*macchinetta*».

Meno marcate sono le flessioni del marchio per le vendite extrarete, che, nel medesimo periodo 2004-2013, passano da 10,70 a 8,37 milioni di tonnellate, con una quota di mercato del 28,8 % nel 2013 [era del 29,5 % nel 2012, ma del 27,6 % nel 2009].

VENDITE ENI IN EXTRARETE 2004-2013 DATI ANNUALI IN MLN. TONN. E QUOTE MERCATO

Anno	Totale	Quota mercato
2004	10,70	
2005	10,48	
2006	10,06	
2007	11,09	
2008	11,15	
2009	9,56	27,6 %
2010	9,45	29,2 %
2011	9,36	28,3 %
2012	8,62	29,5 %
2013	8,37	28,8 %

Fonte: ENI

È almeno dal 2005 che le vendite in extrarete superano quelle in rete: nel 2013 esse sono superiori in volume del 26 % alle vendite in rete, e valori anche superiori a questi si sono registrati nel 2007 e 2008.

In ogni caso, il segmento extrarete risulta, notoriamente almeno per i carburanti, in espansione.

E, dopo aver «dato i numeri», veniamo ai commenti ed agli interrogativi.

Dopo la lunga rincorsa alle quote di mercato [per movimentare le quali si è ricorsi ad ogni possibile strategia commerciale che si potesse ritenere almeno astrattamente idonea a stressare il mercato e mettere in fibrillazione le gestioni, strategia che durava il tempo necessario per verificare la necessità di sostituirla con un'altra spesso opposta], al momento sembra che parola d'ordine sia di sdrammatizzare sulle quote, per attestarsi sulla difesa del margine, in altre parole più di «quanto si vende» è diventato importante «quanto resta in tasca».

Sembrano passati anni luce da quando l'Azienda decise di bruciare un paio di centinaia di milioni di euro nell'operazione «Riparti con ENI». Erano soldi che arrivavano da qualche speculazione favorevole nell'*upstream*, e qualche *week end* di sconti folli serviva comunque [in grazia della compagnia (ancora pur sempre) di Stato], a far scordare agli italiani la porcata del maxi aumento delle accise del «Salva Italia» del Governo Monti. Così l'*entourage* dello Stato, delle sue varie Authority, e dei grandi *manager* pubblici decise di far festa col «tesoretto» caduto dal cielo, dando un colpo mediatico sia alla botte che al cerchio.



Contentoni i padroni del vapore, contenti gli azionisti che nulla ci rimisero perché la partita economica fu pari e patta [«caval donato»], contento a metà il consumatore [costretto a far code e comunque al rito del rifornimento da «sabato fascista» e, comun-

que ancora, a settembre «finita la festa, gabbato lo santo»], che poi, infatti, esauritosi l'«investimento reputazionale», ha dimostrato scarsa o nulla gratitudine per il cane a sei zampe. Assai meno contenta la concorrenza a marchio, ed anche quella non a marchio [che peraltro chiese, inutilmente (ma che altro sennò?), qualche deducizione all'Antitrust].

Centinaia di milioni di euro buttati in vendite sottocosto, con i quali - mettendoli in bilancio, anziché ficcarli alla brutto via nella cippatrice dell'accettatore di banconote -, si poteva allora ancora fare qualcosa per il settore. Che cosa? Ad esempio:

- a) metterne una quota a disposizione per la ristrutturazione della rete [si pensi - tanto per fare uno + uno - che una cifra appena doppia di quella «bruciata» nell'estate 2012 sarebbe sufficiente a garantire la chiusura di cinque mila impianti, secondo i calcoli elaborati nelle proposte governative di ristrutturazione della rete];
- b) adeguare gli accordi economici [scaduti], tanto più che ancora oggi rispetto alle richieste economiche della Categoria viene argomentato che «non ci sono spazi economici» [ossia si «piange miseria» anche per gli sciali di due anni fa];



- c) evitare di taglieggiare i margini del Gestore con le misure di «difesa mercato» [mercato da «difendere» perché messo in pericolo dall'«offensiva» di una concorrenza sulla rete inflitta niente meno

che dal proprio stesso fornitore in esclusiva] compartecipate a suo carico [probabilmente costate ai Gestori circa 70 milioni di euro dal 2010 al 2013], o con l'annosa politica commerciale dei *cluster* [probabilmente anche questa costata ai Gestori dal 2010 al 2013 circa altri 40 milioni di euro] e via elencando....

Che l'Azienda pensi ed affermi ora di «*difendere il margine*» si può interpretare in chiavi diverse.

Se significa che non si butteranno più i soldi dalla finestra, può essere apprezzabile: più che una virtù, però, sembra un dovere verso gli azionisti.

Se significa che non si butteranno più i soldi dalla finestra perché i «*tesoretti*» non cadono dal cielo ogni altro giorno, non c'è molto da apprezzare: più che una virtù, sembra, oltre che un dovere, una stringente necessità.

Se però dovesse significare che il margine si va ancora a cercare dal Gestore [è quello che si è fatto in questi anni ed i numeri più sopra riferiti (e si pensi su quali deboli spalle siano ricaduti) ne sono una eloquente testimonianza], ovvero contro il Gestore, in maniera diretta od indiretta che sia, sarebbe evidente che si giungerebbe ad un punto di non ritorno delle relazioni tra Azienda e Categoria, ma anche all'inizio del dissolvimento della rete di marchio.

Una rete che, per quanto si dica che essa è «*la più strutturata ed efficiente*» è oggi nel pieno di una crisi impensabile solo qualche anno fa, con centinaia e centinaia di punti vendita fermi o sospesi, per i quali – dopo la rovina o la fuga del Gestore precedente – non si trova chi sia disposto a continuarne l'esercizio. E per i quali la scorciatoia non può essere quella del *ghost*, temporaneo o permanente che dir si voglia.

Né si può pensare che il *market leader*, l'ENI che fu di Mattei, e che è ancora la compagnia che ha per socio di riferimento niente meno che lo stato italiano, non abbia niente di meglio in testa di una versione «*magliara*» di una rete distributiva che si possa definire moderna e davvero europea [non cer-

to nella versione succedanea declinata da Antitrust], finché non compaia un improbabile «*Governo che voglia mettere in ordine il settore dei carburanti*».

Non solo perché ENI può dialogare col Governo in via privilegiata, ma anche perché codesta Azienda ha le sue responsabilità per come è diventata la rete distributiva.

Ancora dieci anni fa, dicono le relazioni ufficiali di piazzale Mattei, «*la rete di distribuzione [di ENI, si intende] in Italia è costituita da 7.244 stazioni di servizio*» [erano 8.351 a fine 2001].

Quante di queste – cedute a terzi – sono ancora sul mercato? Quante sono diventate «*pompe bianche*» rifornite in extrarete da ENI stesso? E via dicendo...



FAIB, FEGICA E FIGISC CONTESTANO AD API-IP LA GESTIONE DEI CREDITI

In data 14 febbraio, le tre Organizzazioni di Categoria hanno inviato al Gruppo API-IP la comunicazione che si pubblica di seguito:

Oggetto:

CONTESTAZIONE CONTABILIZZAZIONE CREDITI

Egregio Direttore,

sempre più spesso ci vengono segnalate dai nostri associati crescenti diffi-

coltà in ordine alla ordinaria attività di gestione degli impianti da Voi data in affidamento ad uso gratuito ai sensi del D. Lgs. 32/98.

Dette difficoltà vanno ad aggiungersi ad un quadro che tutti sappiamo essere molto critico, caratterizzato certamente dal momento delicato che attraversa il settore, e più in generale il paese, con la crisi dei consumi, la mancanza di prospettive, la perdita dei posti di lavoro. Gli effetti combinati di questi fattori stanno rendendo ancor più fragile l'equilibrio economico delle gestioni e minando lo spirito imprenditoriale di tutti noi.

In questo contesto di drammatica congiuntura, i gestori come Lei sa, oltre alla crisi degli erogati, devono fronteggiare altresì quella finanziaria legata da una parte alla scarsità della liquidità e dall'altra all'inasprimento dei costi di gestione dovuto al caro carburante, oltre ad una inusitata competizione che agisce in maniera dirompente sull'erosione del già esiguo margine dei gestori.

È in questo quadro che si sommano i ritardi e le inefficienze lamentate dai nostri associati, in riferimento alla contabilizzazione delle partite dare avere, con ritardi che vanno anche ben oltre un anno, effettuati con meccanismi addirittura incomprensibili, [come più volte abbiamo denunciato nei vari incontri avuti]. Tutto questo esaspera ancora di più le gestioni, costrette a crisi di liquidità e al ricorso forzoso ad insoluti da voi puntualmente contestati ed inquadrati come gestioni morose che danno seguito a ritorsioni pesantissime, pagamenti alla consegna, escussione delle fidejussioni [con relativa segnalazione alla «centrale rischi»].

Tutto ciò - considerato che all'origine ci sono inadempienze amministrative e contrattuali aziendali - oltre ad essere inaccettabile sul piano imprenditoriale, configura un abuso di posizione dominante in rapporto ai vincoli di fornitura in esclusiva sotteso al contratto di affidamento di cui sopra.

Ribadiamo ancora una volta la necessità di superare atteggiamenti e prassi gravemente lesive degli interessi dei nostri associati, invitandovi a mettere in atto le ordinarie buone pratiche amministrative e contabili, nel rispetto degli accordi e dei contratti sottoscritti vigenti e tali da non comportare gravi e irreversibili danni economici e finanziari alle gestioni.



Il dover tornare, su sollecitazione dei gestori, su questi argomenti, dopo mesi e mesi di denunce, ci fanno ritenere di non essere più in presenza di disfunzioni organizzative e sporadiche, ma di una precisa e consolidata prassi aziendale.

Le scriventi Associazioni dei gestori non possono permettere oltre tale modalità gravemente lesiva, che scarica le Vostre inefficienze su una intera categoria di lavoratori/imprenditori che, con passione e onestà, porta alta l'immagine dell'azienda, costringendoli al fallimento e alla rinuncia ad un lavoro che hanno consolidato in anni di sacrifici, spingendo quelli più fragili

anche a gesti estremi, come purtroppo la cronaca ci segnala.

Consapevoli delle difficoltà generali [le ns/ Associazioni si sono sempre rese disponibili a trovare soluzioni condivise] vi invitiamo formalmente a prendere provvedimenti urgenti in ordine alla segnalazione effettuata, rappresentandovi che diversamente ci vedremmo costretti a diffidarVi per le vie stragiudiziali a tutela dei gestori che ci onoriamo di rappresentare, mettendo in atto anche azioni di protesta e finanche di chiusura degli impianti.

Da ultimo vorremo informare codesta Azienda che, avendo ricevuto le «slides» contenenti le proposte di un accordo che regolasse, ai sensi della vigente normativa, i rapporti fra Gruppo API-IP ed i Gestori, entro la fine della prossima settimana, unitariamente, le nostre Federazioni vi faranno pervenire le proprie osservazioni al testo da Voi predisposto e saranno nelle condizioni di inoltrare un'autonoma proposta per mettere fine all'annoso contenzioso.

Nel frattempo Vi rimettiamo, come anticipato, uno schema di massima dei costi di gestione di un punto vendita per avere un quadro di riferimento oggettivo al tavolo di confronto.

Rimaniamo in attesa di un cortese cenno di riscontro.

FAIB - Martino LANDI

FEGICA - Roberto DI VINCENZO

FIGISC - Maurizio MICELI

PRIMO GHOST IN AUTOSTRADA: NULLA SI FA PER IL SETTORE, INTANTO RESTA L'EREDITÀ DELL'EX MINISTRO PASSERA

«Mentre sulla crisi del comparto autostradale [sulla quale proprio nei giorni scorsi abbiamo avuto modo di licenziare una relazione con i dati sul vero e proprio disastro] ci si limita a pettinare le bambole, ecco che fa la sua comparsa, e proprio in autostrada, il primo impianto ghost, ovvero il prototipo di quello che viene gabbellato sia da Antitrust che dalla Commissione Europea come il mirabolante e bombastico "modello imprenditoriale standard per le stazioni di servizio in molti Stati membri"».

Lo denuncia il Presidente Nazionale di ANISA CONFCOMMERCIO, Stefano CANTARELLI, il quale aggiunge: «Nessun provvedimento in materia di ristrutturazione della rete distributiva autostradale è stato inserito in quello che non si capisce ancora se sarà un disegno di legge od un decreto relativo alla rete ordinaria, anzi questo comparto, che era presente in una versione precedente, ne è stato del tutto stralciato. Così gli unici elementi che restano a governare o sgovernare il settore sono quelli lasciati in eredità dall'ex ministro Corrado Passera con quelle linee guida sulle quali abbiamo espresso un giudizio, proprio per gli aspetti legati alla ghostizzazione, di netta contrarietà. Peraltro, l'Autorità di regolazione dei trasporti [ART] - che dovrebbe determinare gli schemi per l'espletamento delle procedure competitive in aree autostradali in concessione - è stata nominata solo nell'agosto 2013 [ossia a distanza di oltre un anno e mezzo dalla legge istitutiva 214/2011 (più nota come legge "Salva Italia")] e sta ancora effettuando la pre-selezione dei candidati che dovrebbero costituirne il personale operativo. Mentre siamo in alto mare, insomma, va avanti una sottospecie di ristrutturazione spuria della rete a colpi di ghost.»

L'impianto in oggetto è situato nell'area di servizio Cavour Est, al km. 29,3 sulla A26 Genova-Gravellona Toce, Diramazione A26-A4 Stroppiana Santhià, in concessione ad AUTOSTRADE PER L'ITALIA-ASPI, la gestione è di Sarni Ristorazione ed il punto vendita è un Q8 Easy.



A Governo Monti ormai con le valige in mano ed in carica solo in attesa del Governo Letta, nei primi mesi del 2013, l'allora ministro per lo sviluppo economico, Corrado PASSERA, d'intesa col Ministero delle Infrastrutture, pensò bene di lasciare in eredità ai posteri un «atto di indirizzo» intitolato «Individuazione di criteri per l'affidamento dei servizi di distribuzione carbolubrificanti e delle attività commerciali e ristorative nelle aree di servizio autostradali».

Come già notiziato a suo tempo [su FIGISC ANISA NEWS N. 14 del 22.04.2013], i contenuti dell'atto di indirizzo recavano una specie di anteprima sulla «ghostizzazione» degli impianti e sulla riduzione a mera «guardianà» delle imprese di gestione delle aree di servizio a basso tenore di erogato, quale si desume dalla seguente letterale formulazione: «per le aree di servizio che erogano volumi di carburanti inferiori a 3 mln di litri annui si potrà prevedere l'affidamento in gestione integrata dell'intera area, con unica gara, includendo i servizi oil e non oil [ristorazione], e, per quanto attiene il servizio oil, lo stesso potrà essere pre-

visto mediante introduzione del pagamento automatico [modello selfservice prepayment] anche per l'intera giornata e la possibile chiusura notturna del ristoro. Al fine di assicurare l'assistenza in caso di imprevisti o anomalie dovrà essere garantita l'assistenza in loco con il presidio dell'area».

La posizione di ANISA CONFCOMMERCIO, espressa dal Presidente Cantarelli, fu allora nettissima ed è riproponibile negli stessi termini ora, dopo che sono trascorsi altri dodici mesi di vuoto totale da parte di Governi, Concessionari e Compagnie, e che la realtà del ghost sembra dare un ulteriore impulso alla deriva del comparto: «Ciò a cui ci troviamo di fronte ora è un risultato radicalmente diverso rispetto a ciò che è stato discusso e convenuto ai tavoli ministeriali nel 2012, ed è decisamente inaccettabile. Ad esempio, al posto di una strategia di vera ristrutturazione della rete e dei servizi, che abbia come priorità il recupero di sostenibilità e margini economici per gli impianti a rischio di marginalizzazione, ci troviamo con gli unici elementi di indirizzo del settore – purtroppo unici sopravvissuti al vuoto pneumatico di proposte - che prevedono per questa parte della rete [che oggi tocca quasi il 30 % del totale] una totale automazione, o, per essere precisi, una ghostizzazione con annesso servizio guardianà. In sostanza, la stessa fasulla e semplicistica ricetta della rete ordinaria: non si chiude neppure un erogatore, anzi se ne mettono di nuovi e per di più piantando macchinette di self pre-pay 24 ore. Una soluzione irricevibile che comunque, in assenza di rapidi indirizzi in controtendenza, consentirà di cominciare a seminare la rete viaria strategica di questo Paese con questo tipo di impianti.»