

N. 37/2014 - 08.09.2014

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 8 pagine

SOMMARIO DEL NUMERO 37

**CONDIZIONI DI PREZZO PER
UNA EQUA COMPETIZIONE: SI
DEVONO, SI POSSONO FARE,
IMMEDIATAMENTE**

[pagina 1]

**DAL 2002 LA RETE DI MARCHIO
HA PERSO UNDICI MILIARDI
DI LITRI, LA RETE BIANCA NE
HA GUADAGNATI OLTRE CINQUE**

[pagina 4]

**CONSUMI PROVVISORI LUGLIO:
LA RETE PERDE IL 4 %, IN
EXTRARETE BALZO DI + 10 %**

[pagina 6]

**CAPORETTO AUTOSTRADE:
58 % IN MENO DI VENDITE DAL
2002, EROGATI/IMPIANTO DA
9 A 4 MILIONI DI LITRI**

[pagina 8]

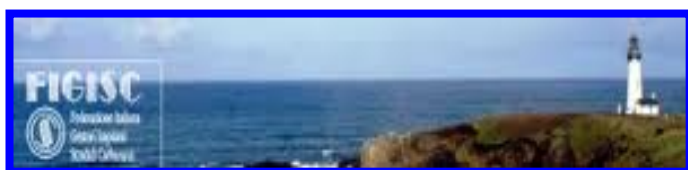
**CONDIZIONI DI PREZZO PER
UNA EQUA COMPETIZIONE: SI
DEVONO, SI POSSONO FARE,
IMMEDIATAMENTE**

In un mercato come quello dei carburanti, affetto - oltre che da una fiscalità opprimente e recessiva per i consumi che pesa per 24 centesimi/litro più della media della Europa Comunitaria - dalla gigantesca anomalia della differenza tra le condizioni di accesso al prodotto, si possono avere regole semplici che ripristinino una minima correttezza commerciale tra operatori senza attentare alla così detta libertà del mercato?

La risposta è le che regole semplici sono possibili, necessarie, applicabili senza le infinite lungaggini di ulteriori improbabili riforme del settore, semplicemente a partire da fatti concreti che stanno dentro il mercato e dentro i fattori del prezzo, senza invadere in maniera dirigistica gli assetti e l'evoluzione del mercato stesso.

Ciò che ha portato al collasso economico la categoria dei gestori è stata una politica commerciale delle compagnie che ha creato e fatto crescere una concorrenza drogata e «controllata», basata sulla discriminazione sempre più accentuata delle condizioni di accesso al prezzo del prodotto con il doppio mercato rete-extrarete.

In questa operazione - calo dei consumi a parte - le compagnie hanno puntato a mantenere le vendite complessive dei due



circuiti [ma i rapporti sono cambiati: nel caso di ENI, ad esempio, dieci anni fa le vendite in rete erano il 51 % delle vendite totali, l'anno scorso sono scese al 44 % contro il 56 % dell'extrarete] svendendo prodotto che finisce sulla rete a prezzi di extrarete e scaricando i costi economici e sociali solo sulle proprie reti di marchio, verso cui l'interesse dell'industria petrolifera, già fortemente propenso a terziarizzare investimenti e distribuzione - al punto da avere essa stessa creato la rete bianca alternativa -, è diventato ormai pressoché pari a zero.

I risultati, di mercato, economici e sociali di questo processo decennale sono sotto gli occhi di tutti: la rete di marchio ha perso più di una decina di miliardi di litri di cui la rete bianca ha recuperato la metà [quel che manca è dato dalla caduta dei consumi dovuta alla crisi economica ed alla capacità fiscale dello Stato]; gli utili di bilancio delle divisioni *retail* delle compagnie sono spariti, i gestori sono stati buttati in massa sul lastrico perché non può reggere un conto economico a margini dimezzati ed erogati crollati, l'occupazione ha avuto durissimi colpi. Un bilancio del tutto fallimentare di politiche del tutto irresponsabili e prive di ogni visione di prospettiva.



Sul piano dei numeri veri in ballo, una mano di statistiche sui prezzi nel 2014 ci dice che i prezzi della rete di marchio [facendo una media di quanto si vende al servito ed alle diverse modalità, più o meno spinte, di *self* e non prendendo a riferimento il solo

servito per il quale la differenza arriva fino ai 17 cent/litro] sono superiori di circa 10 cent a quelli della rete bianca.

Dietro questa differenza ci sta che sulla rete le compagnie vendono a prezzi da extrarete agli indipendenti il medesimo prodotto che vendono a 16 cent/litro in più al gestore del proprio impianto di marchio; con questo *gap* di partenza il gestore ci aggiunge ancora circa 4 cent/litro per coprire costi e generare un minimo margine, gli indipendenti mediamente ci aggiungono 10 cent/litro [tutti gli importi di cui parliamo sono comprensivi di Iva] per coprire costi, ammortamenti e sviluppare un margine: torna così la differenza di 10 cent sul prezzo finale, una differenza che mette fuori mercato l'impianto colorato a prescindere da qualunque intervento di difesa mercato venga imposta al gestore.

Tutte cose note. Ciò che è meno noto - ed è comunque ciò su cui si deve intervenire subito e con strumenti di regole commerciali semplici ed eque -, è da cosa si origini la differenza di 16 cent/litro che rappresenta quella macroscopica anomalia nelle condizioni di accesso al prezzo che sostanzia la discriminazione tra operatore indipendente e gestore dell'impianto di marchio.

Per intenderci bene: è commercialmente corretto che chi fa investimenti in proprio ed autonomamente assume il rischio del mercato [è il caso dell'operatore indipendente] abbia condizioni di mercato più favorevoli sul piano del prezzo di cessione. Ma è invece una violazione delle regole di concorrenza se tale condizione di favore per l'operatore indipendente è artificiosamente determinata dal fornitore discriminando solo l'operatore non indipendente - cioè il proprio gestore, cui viene a tutti gli effetti ceduto il prodotto - mediante la sistematica e progressiva penalizzazione di un prezzo di cessione su cui sono scaricati tutti i costi del sistema senza alcuna proporzione e distinzione rispetto alla totalità degli operatori presenti sulla rete.

Mediamente oggi – conti alla mano, e sulla base di una stima dei costi che non è nostra, ma che ricaviamo dai documenti di NOMISMA elaborati per conto di UNIONE PETROLIFERA – vi sono quasi 5 cent/litro [quasi un terzo di quel famoso delta di 16 di cui si è detto qualche riga più sopra] attinenti, per la precisione, a costi di logistica e di gestione generale che gravano esclusivamente sul prezzo di cessione ai gestori, che solo su questi sono caricati, nonostante siano di competenza di tutti gli operatori che sulla rete pubblica sono riforniti dalle compagnie.

Questi costi – che oggi costituiscono uno strumento di discriminazione, determinando lo storno di erogati e clientela ad esclusivo discapito di una categoria di operatori causando il *default* economico – se correttamente ripartiti – e siamo disposti a dimostrarlo – in base alle rispettive quote di vendite consentirebbero un limitato abbassamento del prezzo di cessione per gli impianti di marchio, ma contemporaneamente l'assunzione di un costo – che non si capisce perché all'operatore indipendente, che opera dentro il sistema ed è rifornito dai medesimi soggetti, non si debba far pagare –, tale da ridurre il *gap* dei prezzi finali a termini assolutamente ragionevoli ed ulteriormente riducibili con razionalizzazioni di rete e di costi a loro volta generati da questa specie di perversione contabile, ridando mercato alla rete colorata, ripristinando volumi e ridando fiato alle gestioni, e ristabilendo una minima correttezza di regole in questo settore.

Perché la concorrenza – ammesso che questo sia il suo nome – che finora si è creata su questo mercato [e questa è l'epigrafe sulla lunga e dolorosa stagione di politiche commerciali delle selfizzazioni più o meno spinte e sulle difese mercato scaricate sui gestori] si è esclusivamente basata su una premeditata e volenterosa discriminazione tra operatori attuata direttamente decidendo a chi rifilare alcuni fattori di formazione del prezzo ed a chi toglierli, non sulle regole di mercato: una vera e propria concorrenza drogata ed artefatta con trucchetti da gioco

delle tre carte e non sulle effettive condizioni della competizione, sulla quale finora si è preferito non indagare affatto, facendo prevalere omertà, colpevole silenzio e spesso inutile e fuorviante propaganda.

E se questo vale in un contesto di competizione tra rete di marchio e rete bianca, analoghe considerazioni possono valere in un contesto più ristretto, quello della rete di marchio, in cui l'industria petrolifera diffonde negli impianti automatizzati così detti *ghost* dei prezzi – con il chiaro intento di stornare volumi dalla rete presidiata – che non hanno assolutamente fondamento economico sul piano dei costi e meno che mai in relazione al costo del gestore, che incide per meno di un terzo /un quarto rispetto allo sconto offerto su tali impianti.

Di altro non si tratta che di una evoluzione perfettamente in linea con le perversioni del sistema, che null'altro evidenzia se non l'intento di recuperare effimeri erogati e cancellare costi [il guardiano a 5 euro /metro cubo], non già correggendone le anomalie e cercando di ridare spazio alla rete marchiata, ma puntando infine alla più radicale semplificazione del sistema, l'eliminazione di quella categoria che pure finora era stata utile per scaricare i costi della creazione di una falsa concorrenza.



Tutto questo può ancora essere corretto e si può invertire la tendenza?

Non serve certamente ricorrere alla riformulazione dei massimi sistemi, ricercare la ennesima liberalizzazione, tornare ad un regime di prezzi amministrati, scindere filiere od espropriare nessuno, serve ristabilire un minimo di regole: a tutti coloro che operano sul mercato va garantito il diritto/dovere di poter competere correttamente in funzione dei ruoli svolti.

Questo è l'alfa e l'omega della questione.

In sintesi: *«nella formazione del prezzo di cessione del prodotto, i fornitori non possono applicare condizioni differenziate, ad eccezione della stretta attinenza alla proprietà dell'impianto e dell'uso del marchio, tra gli operatori della rete distributiva pubblica che riforniscono».*

Questo è quanto andrebbe aggiunto alla norma in cui è già da tempo scritto che si debbono garantire condizioni eque e non discriminatorie per competere sul mercato, [e che, in sostanza, anche le normative europee prevedono]: tutte belle parole al vento, anzi persino irrisorie, se non sono riempite di contenuti veri, che però possono essere introdotti subito e senza sconvolgere nessun assetto.

Da qui comincia la concorrenza, una cosa seria e ben diversa dalla caricatura grottesca e scomposta che sinora è stata venduta per tale.



DAL 2002 LA RETE DI MARCHIO HA PERSO UNDICI MILIARDI DI LITRI, LA RETE BIANCA NE HA GUADAGNATI OLTRE CINQUE

FIGISC ha pubblicato recentemente uno studio [reperibile per la consultazione e lo scarico all'indirizzo internet

<http://www.figisc.it/prezzi-carburante-dettaglio.php?identificatore=4685&pagina=4>] che prende in esame dal 2002 al 2014 - per quest'ultima annualità attraverso una serie di stime, trattandosi di esercizio in corso - le imponenti modificazioni avvenute nei consumi dei principali carburanti per autotrazione - benzina e gasolio - e dell'assetto della rete in tutte le sue articolazioni di settore e di segmento.

In sintesi, dal 2002 al 2014 si stima che i consumi complessivi dei due prodotti siano scesi da 47,4 a 39,9 miliardi di litri, con una perdita di 7,5 miliardi di litri e del 15,8 %; in questo quadro generale, il circuito dell'extrarete vero [quella parte, cioè, che non si riversa sulla rete] segnala vendite in calo da 10,5 a 9,1 miliardi di litri, con una flessione limitata a 1,4 miliardi di litri e 13,7 punti percentuali, mentre la rete reale [nella quale si è conteggiata anche quella parte di vendite dell'extrarete che senza alcun dubbio è attribuibile al circuito della rete bianca e non a quella della rete di marchio] ha perso 16,5 punti percentuali e 6,1 miliardi di litri [da 36,9 a 30,8].

Nel circuito della rete, con riferimento ai due settori della rete autostradale e di quella ordinaria, si registrano le modificazioni più rilevanti: dal 2002 al 2014 la rete autostradale è passata da 4,4 a 1,9 miliardi di litri, con una perdita pari al 57,5 % ed a 2,5 miliardi di litri e la sua quota di consumi sulla rete è passata dall'11,0 % al 6,0 %, la rete ordinaria ha avuto una flessione del 10,9 % e di 3,6 miliardi di litri, scendendo da 32,5 a 29,0 miliardi di litri.

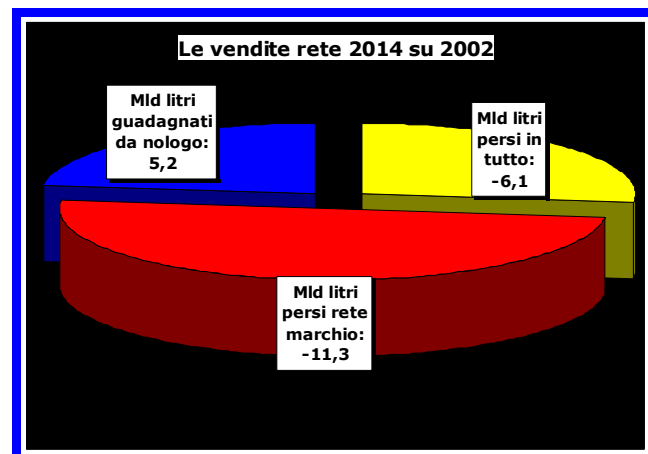
Infine, all'interno della rete ordinaria, la rete di marchio perde 8,8 miliardi di litri [più dell'intera perdita dei consumi in tutti i circuiti] e 28,6 punti percentuali, crollando da 30,8 a 22,0 miliardi di litri, mentre le proprie quote di vendite sulla rete ordinaria scendono dal 94,8 % al 76,0 %; la rete non di marchio guadagna 5,3 miliardi di litri, salendo da 1,7 a 7,0 miliardi di litri, e 75,6 punti percentuali, con una quota di vendita sulla rete ordinaria che passa dal 5,2 % al 24,0 %.

La notevole durata dell'intervallo temporale 2002-2014 ha suggerito di sezionare il periodo di studio in tre distinte fasi in relazione a particolari situazioni connesse alla crisi economica: a) le annualità dal 2002 al 2008, periodo antecedente l'entrata nel ciclo della crisi economica, b) le annualità dal 2009 al 2011, periodo di ciclo di crisi economica anteriore all'aumento delle accise sui carburanti, che ha a sua volta penalizzato l'andamento dei consumi, c) annualità dal 2012 al 2014, periodo di perdurante ciclo di crisi economica e di elevatissimo prelievo fiscale sui carburanti.

La terza fase, comprendente il triennio 2012-2014, è quella che ha maggiormente contribuito – in permanenza del ciclo della crisi economica e della concomitanza dell'elevatissimo carico fiscale sul prezzo dei carburanti – alla diminuzione dei consumi in generale, con una perdita in soli tre anni di oltre 11 punti percentuali sui complessivi 16 stimati per l'intero periodo 2002-2014; i consumi in extrarete hanno registrato un decremento di circa il 13 % [nell'intero periodo 2002-2014 la perdita stimata finora è del 14 % circa], quelli in rete una flessione di quasi l' 11 % circa [nell'intero periodo 2002-2014 la perdita stimata finora è del 16-17 % circa]; all'interno dei consumi in rete, il settore autostradale ha segnato una perdita di un ulteriore 36 % sul complessivo -57/58 % stimato per l'intero periodo 2002-2014, quello della rete ordinaria è sceso di oltre 8 punti percentuali contro una perdita dell' 11 % nell'intero periodo 2002-2014; all'interno della rete ordinaria il

segmento di marchio ha perso oltre il 18 % dei volumi [e nell'intero periodo 2002-2014 la perdita stimata è pari al 28-29 %], ancora ad esclusivo vantaggio del segmento bianco, che guadagna altri 48 punti percentuali sui 309 stimati per l'intero periodo 2002-2014; per quanto attiene alla rete ordinaria bianca la terza fase ha accentuato lo sviluppo delle vendite di questo segmento, in diretta correlazione con la politica di prezzi sempre più concorrenziali con quelli della rete ordinaria di marchio - determinata dal noto *gap* dei prezzi di cessione tra rete ed extrarete «*spurio*» - in un periodo di prezzi elevati quasi integralmente a causa della anomala fiscalità nazionale sui carburanti.

Le perdite dei consumi sono solo in parte minima compensate da una diffusione delle alimentazioni alternative: dal 2002 al 2014 i consumi di gpl aumentano solo di 0,473 miliardi di litri e la metanizzazione – anche se con ritmi di crescita notevoli [circa il 6,03 % annuo sul parco esistente] – non supera a fine 2013 l'1,73 % dell'intero parco circolante.

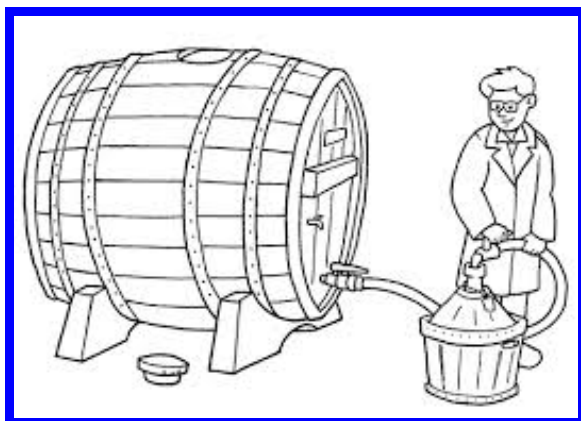


Ciò che i numeri mettono in evidenza sono due unici fattori: una oggettiva caduta dei consumi ed il travaso di ingenti quantitativi dalla rete pubblica di marchio a quella non di marchio. La questione, cioè, si riassume in un banale bilancio di poche e facilmente comprensibili grandezze: le perdite complessive di consumi si stimano pari a 7,5 miliardi di litri, di cui in extra-

rete 1,4 miliardi di litri e sulla rete complessiva 6,1 miliardi di litri; sulla rete totale, rete ordinaria di marchio e rete autostradale perdono complessivamente ben 11,3 miliardi di litri, la rete bianca guadagna 5,2 miliardi di litri, e così torna il conto della perdita in rete di 6,1 miliardi di litri.

Nella rete ordinaria, la quota di punti vendita della rete bianca sale dal 4,4 % al 12,9 % e, in forza di erogati medi che sono diventati più che doppi di quelli della rete di marchio, la quota delle vendite – come già rilevato – sale dal 5,2 % al 24,0 %, mentre la rete di marchio per la consistenza dei punti vendita scende dal 95,6 % all' 87,1 % e per quote di vendita dal 94,8 % al 76,0 %. Di pari passo, gli erogati medi per impianto della rete bianca salgono da 1,744 a 2,397 milioni di litri [+37,4 %], quelli della rete di marchio da 1,443 a 1,125 milioni di litri [-22,1 %], mentre per la rete autostradale gli erogati medi per AdS crollano da 9,457 a 3,951 milioni di litri [-58,2 %].

Pur con l'avvertenza che si tratta di risultanze provvisorie per il 2014 che potranno avere nel prosieguo dell'anno marginali aggiustamenti in meglio od in peggio, si tratta di dati che fanno sommariamente giustizia dei criteri tradizionali di valutazione delle dinamiche dei consumi ed in particolare di logori meccanismi e concetti di rilevazione, quali quelli di «rete» ed «extrarete» che non solo non aiutano comprendere l'evoluzione della situazione ma anzi deformano e nascondono la verità oggettiva dei fatti.



CONSUMI PROVVISORI LUGLIO: LA RETE PERDE IL 4 %, IN EXTRARETE BALZO DI + 10 %

I dati provvisori sui consumi del mese di luglio – pubblicati subito dopo le ferie dal Ministero – rilevano un lievissimo aumento rispetto al luglio 2013 della somma di benzina e gasolio, pari ad un +0,50 % ed a circa 19 milioni di litri.

Nel confronto tra rete ed extrarete, la prima perde oltre 103 milioni di litri e 3,96 punti percentuali, mentre l'extrarete segna un balzo di segno positivo, con oltre 122 milioni di litri in più, pari ad un notevole + 10,49 %.

I consumi di benzina sono complessivamente in diminuzione di oltre 45 milioni di litri [3,87 punti percentuali in meno]: volumi che derivano da una perdita in rete di quasi 69 milioni di litri e 6,92 punti percentuali e da un guadagno in extrarete di quasi 29 milioni di litri e di 14,06 punti percentuali in più, volumi che rientrano in rete nelle pompe bianche e/o nella GDO. Positivo è invece il segno dei consumi di gasolio – quasi 64 milioni di litri in più del luglio 2013, pari ad un +2,45 % -, ma non in entrambi i canali: in extrarete si rilevano oltre 98 milioni di litri in più e + 9,88 punti percentuali, mentre la rete è in rosso, con un -2,13 % e oltre 34 milioni di litri in perdita sullo stesso mese del 2013.

Sostanzialmente fermi sul luglio del 2013 i consumi di gpl, che costituiscono nel mese il 6,21 % della somma dei consumi di gpl, benzina e gasolio, contro una quota del 66,11 % per il gasolio e del 27,69 % per la benzina.

Sui sette mesi da gennaio a giugno, il 2014 rispetto al 2013 marca un segno positivo oltre il pareggio con quasi 79 milioni di litri in meno e +0,34 punti percentuali. L'extrarete si porta a casa oltre 440 milioni di litri in più e + 6,08 punti percentuali, mentre la rete

perde quasi 362 milioni di litri ed il 2,24 %.

**CONSUMI GENNAIO-LUGLIO E VARIAZIONI % -
MILIARDI DI LITRI**

Prodotti	2013	2014	Var. %
Rete	6,070	5,829	-3,97%
Extra	1,007	1,164	+15,66%
Benzina	7,077	6,993	-1,18%
Rete	10,070	9,949	-1,20%
Extra	6,237	6,520	+4,54%
Gasolio	16,306	16,469	+0,99%
Rete	16,140	15,778	-2,24%
Extra	7,243	7,684	+6,08%
Totale	23,383	23,462	+0,34%
Gpl	1,598	1,627	+1,82%

I consumi di benzina arretrano in sette mesi di oltre 83 milioni di litri e di -1,18 punti percentuali: come al solito, è la rete a perdere oltre 241 milioni di litri ed il -3,97 %, invece l'extrarete per così dire «sporco» si porta a casa quasi 158 milioni di litri [+15,66 %].

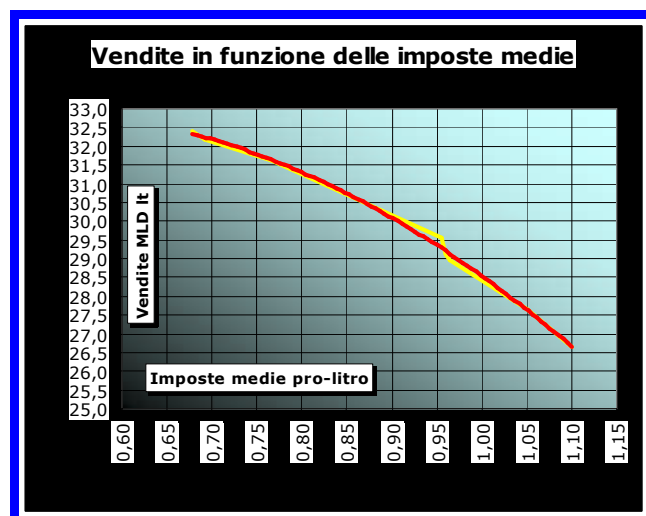
Con segno positivo è invece il gasolio, con oltre 162 milioni di litri in più, pari al +0,99 %, il cui saldo è dato dal risultato di quasi 284 milioni di litri in più in extrarete [+4,54 %] e quasi 121 milioni di litri in meno in rete [-1,20 %].

In aumento non eclatante i consumi di gpl, che nel periodo dei sette mesi da gennaio a luglio marcano sul medesimo periodo del 2013 un incremento di oltre 29 milioni di litri e di 1,82 punti percentuali. Nel periodo considerato i consumi di gpl valgono il 6,49 % della somma dei consumi di tale prodotto più benzina e gasolio, il gasolio ha una quota del 65,64 % sul totale e la benzina del 27,87 %.

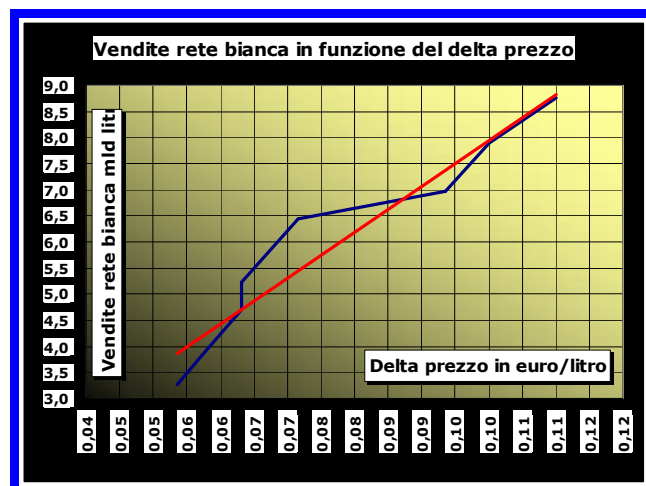
La tenuta dei consumi – per adesso ancora provvisoria – rispetto allo scorso anno è dovuta sostanzialmente al fatto che la diminuzione dei prezzi intervenuta nel 2014, mediamente di circa 2 cent/litro, ha compensato l'incremento delle imposte [media-

mente meno di un cent] intervenuto nel medesimo tempo.

Un equilibrio che può essere in qualunque momento alterato anche pesantemente da nuovi interventi di inasprimento della fiscalità sui carburanti, esattamente come è accaduto negli scorsi anni, dal momento che – come dimostra il grafico seguente – vi è stata una relazione diretta nell'ultimo quinquennio tra aumento delle imposte e diminuzione dei consumi.



Quanto ai risultati dell'extrarete, essi sono dati dai quantitativi che entrano in rete, e le cui vendite sono direttamente proporzionali alle differenze di prezzo con la rete di marchio, come evidenziato dal seguente grafico relativo all'ultimo quinquennio.



CAPORETTO AUTOSTRADE: 58 % IN MENO DI VENDITE DAL 2002, EROGATI/IMPIANTO DA 9 A 4 MILIONI DI LITRI

ANISA ha pubblicato recentemente uno studio [reperibile per la consultazione e lo scarico all'indirizzo internet <http://www.figisc.it/news-dettaglio.php?identificatore=4684>] che prende in esame dal 2002 al 2014 le variazioni delle vendite nella rete autostradale.

Dodici anni di dati sono un periodo abbastanza ampio per valutare fenomeni e tendenze in un comparto che è chiaramente ed irrimediabilmente in crisi: dal 2002 al 2013 le vendite sono diminuite del 54,16 % e di 2,376 miliardi di litri e, se si considerano le proiezioni – assolutamente provvisorie e da aggiornare quando saranno disponibili dati più aggiornati su vendite e flussi di traffico – stimate da ANISA per il 2014, la flessione aumenta fino al 57,50 % e la perdita di volumi sale a 2,523 miliardi di litri.

Con un immediato riflesso sull'efficienza delle aree di servizio, il cui erogato medio nel 2013 – a consistenza di rete sostanzialmente ferma – è sceso a 4,262 milioni di litri/impianto rispetto a 9,102 milioni di litri del 2002.

Nel *mix* dei consumi tra benzina e gasolio, la benzina crolla dal 2002 al 2013 di 76,5 punti percentuali perdendo 1,265 miliardi di litri, ma il gasolio – pur avendo incrementato la quota dal 62,3 all' 80,7 % dei consumi totali nello stesso periodo – registra comunque una flessione del 40,6 % e minori vendite per 1,111 miliardi di litri.

Della rete autostradale sono stati esaminati anche i carichi di traffico [espressi in milioni veicoli/km], che – con la pesante eccezione del 2012, esercizio in cui vi è stata una contrazione media del 7,0 % rispetto all'anno precedente 2011 – sono in quantità di veicoli totali sostanzialmente stabili rispetto al 2002, con appena un +0,2 % di in-

cremento, ma che, nel dettaglio della tipologia, se fanno segnare nello stesso periodo 2002-2012 un modesto incremento di traffico per i veicoli leggeri pari a 1,5 punti percentuali, marcano però una flessione pari al 4,6 % del traffico dei veicoli pesanti, che hanno un valore ponderale importante rispetto alla quantità dei consumi.



Tuttavia si deve registrare che, a fronte di una flessione significativa di 4,6 punti percentuali del carico di traffico pesante in concomitanza con una tenuta di quello leggero dal 2002 al 2013, la flessione delle vendite è pari al 54,2 %, ossia un valore di quasi dodici volte superiore, che non trova certo sufficiente motivazione solo nella predetta contrazione del traffico pesante [la cui incidenza sui consumi totali di gasolio nell'intera rete, ordinaria ed autostradale, è di circa il 40 %, considerando anche le evoluzioni del parco circolante in Italia], o anche nel cosiddetto «effetto TIR» – la perdita di importanti consumi di gasolio di questi mezzi pesanti in entrata od uscita dal Paese in dipendenza dello sfavorevole *gap* dei prezzi italiani rispetto a quelli dei Paesi confinanti –, ma che è dovuto alla complessiva perdita di *appeal* della rete autostradale ed alla concorrenza dei prezzi reperibili sulla rete ordinaria di prossimità presso gli impianti *no-logo*.