

INTERVISTA A DE VITA

IL LEADER DELL'UNIONE PETROLIFERA

«I consumatori?
Tropo pigri»

di LORENZO SALVIA

ROMA — Pasquale De Vita, presidente dei petrolieri: «Gli automobilisti devono fare come le casalinghe di una volta: cercare il prezzo migliore».

■ A pagina 5

IL PRESIDENTE DELL'UP

De Vita: tutta colpa della pigrizia dei consumatori

«Non scelgono chi li fa spendere meno e non usano i self service». Dati «fuorvianti» sul carico fiscale



IL RISPARMIO

Nel medio periodo si possono guadagnare 3-4 centesimi



IL MESE

Il mese che brucia più benzina è maggio, non agosto



PRESIDENTE Pasquale De Vita, numero uno dell'Up

ROMA — «Chi deve fare il pieno dovrebbe comportarsi come le brave casalinghe di una volta. Loro prima di comprare l'insalata controllavano tutti i banchi, cercavano il prezzo migliore». Bè, girare in macchina per la città non è proprio la stessa cosa. «È vero, ma l'unica arma in mano ai consumatori è premiare chi abbassa i prezzi e punire chi li lascia fermi». Pasquale De Vita — da anni presidente dell'Up, l'Unione petrolifera — è quel signore con gli occhiali che vediamo spuntare nei tg ogni volta che

il prezzo della benzina si arrampica in su di qualche centesimo. Lo vediamo spesso, infatti. Stavolta i prezzi vanno nella direzione opposta. E lui, visto il fatto insolito, ne approfitta per un appello.

Quindi i ribassi decisi negli ultimi giorni dall'Eni sono a suo giudizio un'occasione per il consumatore?



ECONOMIA

«Quello che mi sento di dire ai consumatori è che è inutile sparare nel mucchio. Non serve a nulla dire che i petrolieri sono tutti ladri e poi fare il pieno sotto casa se cento metri più in là la benzina costa meno. È una legge economica: se chi ha i prezzi più bassi ha più clienti, anche gli altri si devono adeguare. Ma da questo punto di vista il consumatore italiano è un po' pigro».

Pigro?

«Sì, pigro. Ricordo a Monaco di Baviera anni fa: c'era la cosiddetta via del petrolio, una strada che andava verso la periferia e aveva otto grandi distributori. Per farsi concorrenza quei benzinai cambiavano più volte i prezzi anche nel corso della stessa giornata. E gli automobilisti tedeschi erano lì, in auto, a passo d'uomo, a cercare la stazione più vantaggiosa».

Ma perché, secondo lei, l'Eni ha ridotto i prezzi mentre le altre compagnie non si sono mosse?

«Non fa parte del mio ruolo entrare nelle scelte politiche delle singole compagnie. Ma è un dato di fatto che l'Eni abbia la rete di distribuzione più razionale del settore e quindi più economica».

Ritiene possibile che anche le altre compagnie seguano questa tendenza?

«Non lo so, sono scelte aziendali. Posso solo fare un ragionamento in termini generali, quasi di politica economica. Di solito il market leader, cioè chi ha la fetta più grande del mercato, è il primo a muoversi perché se lo può permettere. Ma poi gli altri sono costretti a seguirlo per evitare di uscire

dal mercato».

Quanto è possibile limare ancora dal prezzo della benzina?

«Ecco, qui bisogna capirsi bene. I dati diffusi dal ministero sono del tutto fuorvianti. In quella differenza di 7,4 centesimi rispetto alla media europea è compresa anche la differenza di carico fiscale. E allora mi chiedo perché il governo non riduce il carico fiscale. Non devono chiedere il permesso a nessuno».

Il ministero dice che non è vero: quella differenza è depurata dal carico fiscale.

«Non è vero. Mi dispiace ma non è vero. Così come è fuorviante dire che i prezzi sono saliti adesso per spremere quelli che vanno in vacanza. Ad agosto la macchina si usa meno che in altri mesi dell'anno: ci sono i grandi viaggi per raggiungere il mare o la montagna ma pochi la prendono ogni giorno per andare al lavoro. Il mese che brucia più benzina è maggio, mica agosto».

Ammetterà che anche le compagnie potranno fare qualcosa, no?

«Certo, nel medio periodo si possono guadagnare 3-4 centesimi. Ma bisogna potenziare i self service, che da noi sono il 30% della rete contro il 90% della media europea, e avere impianti più grandi che si possono permettere prezzi più vantaggiosi».

Scusi, ma cosa intende per medio periodo?

«Non mesi ma qualche anno. Anche qui, però, dipende in parte dai consumatori: nei distributori in cui è possibile scegliere, solo la metà degli automobilisti usa il self service, gli altri continuano ad utilizzare il servito. La comodità non aiuta il portafoglio».

Lorenzo Salvia