FIGISC Federazione Italiana Gestori Impianti Stradali Carburanti

FIGISC–ANISA NEWS

N. 60/2007 del 28.12.2007

CONFCOMMERCIO

ASSOCIAZIONE NAZIONALE IMPRESE SERVIZI AUTOSTRADALI ANISA

Nota informativa FIGISC/ANISA CONFCOMMERCIO - Piazza G.G. Belli, 2 Roma
Presidenti Nazionali: LUCA SQUERI – STEFANO CANTARELLI
Segretario Nazionale: Fabrizio PARROTTA – Segreteria: Catia Cenciarelli
Ufficio Studi & Comunicazione: Giorgio Moretti
Telefono: 06 5866351 / 06 5866417 - Fax 06 58331724
e-mail Figisc: figisc@confcommercio.it e-mail Anisa: anisa@confcommercio.it
www.figisc.it

pagine 8

L'ANTITRUST "*REGISTRA*" GLI "*IMPEGNI*" DEI PETROLIERI: BUFALA NATALIZIA AI CONSUMATORI ITALIANI

Le Organizzazioni di categoria dei Gestori (FAIB, FEGICA e FIGISC) hanno già espresso chiaramente il proprio giudizio: "*Gli impegni assunti dai petrolieri verso l'Antitrust sono, di fatto, una maxi presa in giro nei confronti dei cittadini, utile solo ad una operazione promo-pubblicitaria gratuita. L'esempio più evidente è dato dall'annuncio di sconti sulla rete Eni, di cui è bene sapere che gli automobilisti potranno godere solo su alcuni impianti e solo in alcuni orari scomodi - ad esempio di notte. Sarebbe bene che né l'Antitrust, né il Governo si prestassero a queste operazioni di facciata e di* marketing *aziendale e che l'ENI si decidesse ad abbassare i suoi prezzi, visto che ammette di averne la disponibilità, su tutta la sua rete e per tutta la giornata*".



Così il comunicato, diffuso il giorno dopo la deliberazione "*notarile*" dell'Autorità garante della concorrenza e del mercato, che, di fatto, ha semplicemente assunto *in toto* i contenuti del "*patteggiamento*" delle Aziende petrolifere per chiudere la vertenza aperta con l'istruttoria del gennaio 2007, mettendo così la parola fine ad un "*gioco delle parti*" che non ha riservato colpi di scena, ma che ha solo confermato l'inciucione tra i poteri forti e (purtroppo) le Istituzioni per spartire il mercato della distribuzione carburanti.

Mettendo in risalto due questioni-chiave, di cui la prima è quella delle regole della concorrenza, scrive testualmente *Staffetta Quotidiana*,:

"*Visto come sono andate le cose si può affermare che quello della violazione delle regole della concorrenza si è rivelato nulla più che* "un falso problema"*, se è bastato così poco per risolverlo: la rinuncia alla diffusione dei prezzi e dei differenziali integrativi, l'abbandono del prezzo unico nazionale e la sua sostituzione con una miriade di prezzi locali, l'impegno di praticare maggiori sconti sulla rete* self*, la disponibilità a fare più spazio alla Gdo, l'aumento su alcune basi della quota di stoccaggio a disposizione di operatori terzi.*"

E, ancora, parlando del ruolo dell'Antitrust in questa kafkiana vicenda, prosegue *Staffetta*:

"*Il tutto, apriamo una parentesi, sfruttando il potere di dissuasione conferito all'Antitrust dalla modifica legislativa introdotta nell'agosto 2006. Senza più rischiare*

di passare sotto le forche caudine del Tar e del Consiglio di Stato. Dubitiamo che, senza questo potere aggiuntivo, l'Antitrust, ammaestrata dall'esperienza negativa del 2000, si sarebbe avventurata ad aprire una nuova istruttoria. Un sistema che consente di lanciare accuse gratuite senza l'onere della prova. Troppo facile. Assecondato, e questo è un aspetto non meno intrigante della vicenda, dal Ministro dello Sviluppo Economico e da alcuni dei suoi più stretti collaboratori. Un sistema, va sottolineato, ben diverso da quello della clemenza, o meglio della delazione, che agisce in presenza di una situazione effettiva di cartello. In questo caso invece non c'è stata, né poteva esserci alcuna delazione, anzi tutte le otto compagnie, nessuna esclusa, hanno tenuto a mettere a verbale che la presentazione degli impegni non costituiva in alcun modo ammissione di colpevolezza. Chiusa la parentesi."

AUTORITA' GARANTE DELLA CONCORRENZA E DEL MERCATO

Infine – aggiungiamo noi rivolgendoci al Consumatore -, a leggere quel che le Petrolifere – con la solenne benedizione dell'Antitrust - riservano al cittadino-utente c'è da allibire. Quando si legge letteralmente che tutte le aziende si impegnano:

- ✓ alla "*adozione di misure per la riduzione della trasparenza del mercato*" (proprio così: RIDURRE LA TRASPARENZA DEL MERCATO !);
- ✓ a "*cessare la comunicazione dei prezzi di listino alla stampa e sul sito* internet (perfino "*per dieci anni*" !)",
- ✓ ad individuare "*per cinque anni, dei differenziali geografici (e dunque del prezzo consigliato) per ambiti territoriali più ristretti di quello provinciale, normalmente a livello di città o di gruppi di piccoli comuni*";
- ✓ ad individuare "*una molteplicità di prezzi consigliati sulla base di specificità locali*",

non si può non concludere che non solo si sia persa la trasparenza e tracciabilità del prezzo, a tutto detrimento del consumatore in nome del quale tutto questo si sta consumando, ma si sia, purtroppo, perso, assieme all'autorevolezza delle Authority, persino il senso del ridicolo.



Antonio Catricalà, Antitrust

In mezzo a tutte queste panzane mediatiche, giustamente, FAIB, FEGICA e FIGISC hanno invitato "*pressantemente tutti - petrolieri e Governo - a fare ciascuno la sua parte: le compagnie petrolifere adottino politiche di prezzo che contengano le tensioni attuali e consentano ai Gestori di praticare condizioni non penalizzanti per i cittadini/consumatori; il Ministero dello sviluppo economico, di concerto con il Ministero dell'Economia, restituiscano alla collettività il maggior gettito di IVA derivante dall'aumento dei prezzi al pubblico, abbattendo il peso delle accise, così come, già ora, consentono le norme vigenti*".

GLI "*IMPEGNI*" DELLE PETROLIFERE: DALLA G.D.O. AI *GHOST*, PASSANDO PER *IPERSELF* E OSCURAMENTO DEI PREZZI

Pubblichiamo, di seguito, la "*sintesi*" testuale riassunta dall'Antitrust sugli "*impegni*" delle Aziende Petrolifere:

"12. Tutte le parti del procedimento in oggetto hanno presentato impegni ai sensi dell'art. 14-*ter* della l. n. 287/90 entro il termine del 23 aprile 2007, integrati da chiarimenti e ulteriori informazioni a seguito di richiesta in tal senso da parte degli uffici. Con provvedimento n. 17011 del 12 luglio 2007 l'Autorità ha deliberato il rigetto di alcuni degli impegni presentati dalle parti, in quanto manifestamente infondati ed inidonei ai fini di cui all'articolo 14-*ter* della legge n. 287/90.

13. Tutti gli altri impegni presentati dalle parti – e di seguito sommariamente descritti - sono stati ritenuti idonei alla pubblicazione sul sito *internet* dell'Autorità con provvedimento del 12 luglio 2007. La pubblicazione ha avuto luogo per sessanta giorni a partire dal 16 luglio 2007.

14. Gli impegni presentati da API oggetto di pubblicazione hanno riguardato:
– la cessazione della comunicazione dei prezzi di listino agli organi di informazione, limitando la comunicazione di tali prezzi ai soli soggetti per cui sia strettamente indispensabile e, anche in questi casi, fornendo solo l'informazione necessaria per l'esecuzione del singolo contratto;
– la richiesta al Ministero di mantenere la riservatezza dei dati sui prezzi, al fine di evitarne la pubblicazione sul sito *internet*;
– la riserva per 5 anni a soggetti diversi dalle società petrolifere verticalmente integrate del 10% della capacità del deposito che la società intende costruire presso Barletta;
– l'aumento, per un anno estendibile a due, del 10% del differenziale tra prezzo consigliato per il *self-service post-pay* e prezzo consigliato per il "*servito*", portandolo da 2,1 a 2,3 eurocent/litro;
– la messa a disposizione dei gestori, per un anno estendibile a due, di strumenti informatici per la diffusione da parte dei gestori dei prezzi effettivamente praticati.

15. Gli impegni presentati da ENI oggetto di pubblicazione sono stati proposti per una durata non inferiore a tre anni e hanno riguardato:
– la riduzione al minimo delle comunicazioni al Ministero dello Sviluppo Economico e la cessazione di comunicazioni alla stampa e sul sito *internet* relative ai prezzi consigliati, ferma restando la possibilità di fare pubblicità sui prezzi;
– l'individuazione di una "*molteplicità*" di prezzi consigliati sulla base di specificità locali;
– la richiesta ai gestori della sottoscrizione di un impegno di riservatezza in merito al prezzo consigliato;
– la sottoscrizione, entro ottobre 2007, di un accordo con almeno un operatore della GDO, per consentire a quest'ultimo di avviare la vendita di carburanti presso alcuni propri punti vendita;
– l'applicazione, su 1000 impianti (3000 entro il 2009), per la vendita con modalità *self-service pre-pay*, di prezzi inferiori di 4 eurocent/lt rispetto al prezzo consigliato servito (c.d. modalità *Iperself*), con possibile adeguamento dello sconto, trascorso un periodo di diciotto mesi dalla data di approvazione degli impegni, qualora ciò fosse necessario per mantenere un sostanziale allineamento del prezzo *self-service pre-pay* alla media europea (UE 14) dei prezzi di vendita al pubblico di benzina e gasolio. Al fine di realizzare questa misura, ENI assumerebbe la gestione diretta della vendita di carburante nelle ore di chiusura dell'impianto, nelle quali si pratica la vendita in modalità *self-service* con *pre-pay*;
– l'offerta ai gestori di spazio sul sito *internet* della società per pubblicizzare i prezzi praticati.

16. Gli impegni presentati da ERG oggetto di pubblicazione hanno riguardato:
– la disponibilità a passare dal prezzo consigliato nazionale a prezzo consigliato per macroaree;
– l'eliminazione per un anno di tutti i differenziali integrativi (ad eccezione di quelli per le isole minori);
– la messa a disposizione di almeno il 10% della capacità di stoccaggio carburanti dei depositi di Lacchiarella, Arquata Scrivia e Genova S. Quirico (sistema Sigemi), comunicando ogni anno la disponibilità all'Autorità e pubblicizzando ogni sei mesi sulla stampa specializzata la capacità disponibile, i prezzi e le modalità operative; – la messa a disposizione di terzi del 10% della capacità di immissione di carburanti per autotrazione delle strutture della Raffineria di Roma a Fiumicino- Pantano (totale 2006 = 300.000 tonn.), con acquisto alla boa e rivendita al Punto Carico via terra di RdR.

17. Gli impegni presentati da ESSO oggetto di pubblicazione hanno riguardato:
– la cessazione di ogni invio di informazione sui prezzi alla stampa;
– la richiesta ai gestori di un impegno di riservatezza riguardo al prezzo consigliato;
– il passaggio dal prezzo consigliato nazionale a prezzi consigliati provinciali;
– la messa a disposizione di terzi ad una tariffa di 6 euro/tonnellata del 10% della capacità delle strutture di deposito di Napoli, pubblicizzando tale disponibilità almeno una volta l'anno sulla Gazzetta Ufficiale e sulla stampa specializzata;
– l'aumento per due anni del differenziale tra prezzo consigliato per il *selfservice post-pay* e prezzo consigliato per il "*servito*", portandolo da 2,1 a 2,5 eurocent/lt per la rete ordinaria e da 2,6 a 3 eurocent/lt per la rete autostradale.

18. Gli impegni presentati da KUWAIT oggetto di pubblicazione hanno riguardato:
– la rinuncia a qualsiasi comunicazione sui prezzi alla stampa;
– la messa a disposizione per i terzi del deposito di Napoli, nei limiti delle proprie risorse operative, con disponibilità ad esplorare possibili ulteriori forme di apertura a terzi;
– l'estensione del numero di impianti Automat (impianti funzionanti soltanto con modalità *self-service pre-pay*) attraverso la realizzazione di almeno 24 nuovi impianti nei prossimi tre anni, nei quali verrà praticato uno sconto minimo di 3 eurocent/lt rispetto al prezzo consigliato per la modalità servito;
– la concessione ai gestori di spazio nel sito della società per la pubblicazione dei prezzi praticati;
– la disponibilità ad esplorare forme di collaborazione con la GDO analoghe a quelle già in essere.

19. Gli impegni presentati da SHELL oggetto di pubblicazione hanno riguardato:
– la cessazione dell'invio alla stampa delle informazioni sui prezzi consigliati;
– il passaggio dal prezzo consigliato nazionale a prezzi consigliati definiti per aree geografiche più ristrette;
– la promozione delle vendite ad ipermercati e altri operatori indipendenti, costituendo un *team* specifico (tre persone)

per curare questa linea di *business* e l'apertura di 15-20 stazioni di servizio presso ipermercati entro fine 2009;
– la messa a disposizione di terzi dell'accesso alle strutture del sistema Sigemi e l'effettuazione, previo accordo con gli altri soci, di investimenti per il potenziamento del sistema, nonché la messa a disposizione di terzi dell'accesso alle strutture del sistema Silone;
– la promozione del *self-service* attraverso l'ulteriore estensione della propria strategia di servizio combinato (compresenza di *self* e servito) portandola dalle attuali 93 stazioni fino a 150 a fine 2008.



20. Gli impegni presentati da **TAMOIL** oggetto di pubblicazione hanno riguardato:
– la cessazione per dieci anni delle comunicazioni alla stampa sui prezzi consigliati, limitandosi a comunicare al Ministero dello Sviluppo economico le medie ponderate dei prezzi consigliati come sopra definiti;
– l'individuazione, per cinque anni, dei differenziali geografici (e dunque del prezzo consigliato) per ambiti territoriali più ristretti di quello provinciale, normalmente a livello di città o di gruppi di piccoli comuni;
– l'offerta in via prioritaria a operatori della GDO dei contratti in scadenza e degli impianti nuovi, attraverso contratti-quadro con i predetti operatori di durata quinquennale nei quali è prevista anche un'opzione *self-supply* che consente al *partner* GDO di provvedere in proprio al trasporto del carburante;
– la riserva, per cinque anni a soggetti diversi dalle società petrolifere verticalmente integrate di una quantità di carburanti (benzina e gasolio) pari al 20% della capacità produttiva della raffineria di Cremona.



21. Gli impegni presentati da **TOTAL**, la cui durata è fino al 2010 e che sono stati oggetto di pubblicazione, hanno riguardato:
– la cessazione della comunicazione alla stampa di informazioni sui prezzi che non siano già altrimenti disponibili;
– la messa a disposizione di operatori indipendenti di 80.000-100.000 tonnellate di prodotto di carburante franco partenza dalla Raffineria di Roma e da eventuali altre basi di carico, con relativa pubblicizzazione presso la stampa specializzata o un sito *internet*;
– la promozione di una collaborazione con la GDO anche attraverso l'installazione di impianti *low-cost* presso i punti vendita della GDO;
– l'avvio e la promozione di un nuovo marchio *low-cost*, con la costruzione di 9 nuovi impianti automatizzati, in numero da precisare (di cui cinque siti già individuati), nei quali sarà praticato uno sconto tra 3 e 5 euro cent/litro rispetto alla modalità "*servito*";
– l'aumento, da attuare fino al 2013, del numero delle stazioni *self-service* e *fai da te* della rete Total, accelerandone i relativi investimenti.

IL "*GIUDIZIO*" DELL'ANTITRUST

In merito alla "*trasparenza*" dei prezzi, così si è espressa l'Authority:

"40. La contestazione all'origine del presente procedimento si fondava innanzitutto sull'osservazione dell'esistenza di uno scambio di informazioni tra le imprese petrolifere, consistente nella comunicazione alla stampa

(a) dei prezzi consigliati nazionali - in anticipo rispetto alla loro pubblicazione sul

sito *internet* del Ministero dello sviluppo economico –
e

(b) delle componenti aggiuntive di tali prezzi, i c.d. "*differenziali integrativi*", non pubblicati dal Ministero e, dunque, non altrimenti conoscibili.

41. La trasparenza sui prezzi consigliati, in particolare i differenziali integrativi, è stata considerata, nell'ipotesi formulata nel provvedimento di avvio, come un possibile strumento facilitante il parallelismo di prezzi osservato sul mercato italiano, quantomeno a partire dall'adozione da parte di ENI del cd metodo ENI (2004).



42. Nel medesimo provvedimento, peraltro, si indicava come tale parallelismo di prezzi poteva risultare favorito anche dalle condizioni strutturali nelle quali si svolgeva l'attività di distribuzione di carburanti in rete in Italia: pochi operatori (otto con nove marchi), tutti attivi anche in altri mercati e interessati da reciproci legami strutturali, specie per quanto riguarda l'utilizzo delle strutture logistiche; elevate barriere all'ingresso; omogeneità del prodotto; elevatissimo numero di interazioni; assenza di potere contrattuale della domanda.

43. Alla luce di quanto sopra, gli impegni di tutte le parti del procedimento a limitare la trasparenza sui prezzi consigliati e sui differenziali integrativi, previa cessazione di ogni comunicazione alla stampa specializzata, nonché gli impegni presentati da ENI, ERG, TAMOIL e ESSO a definire i prezzi consigliati su base non più nazionale, bensì locale appaiono, nel loro insieme, idonei a spezzare il legame tra la trasparenza delle informazioni sui prezzi ed il parallelismo di comportamenti descritto nel provvedimento di avvio. Pertanto, detti impegni costituiscono misure idonee a far venire meno i profili anticoncorrenziali oggetto di istruttoria.

44. In risposta ad alcune osservazioni emerse nel *market test*, in merito alla valenza concorrenziale della trasparenza sui prezzi consigliati nazionali si osserva che, come anche da ultimo sottolineato dall'Autorità nella propria segnalazione n. AS 379 NORMATIVA SULLA DISTRIBUZIONE DI CARBURANTI del 18 gennaio 2007, l'informativa relativa al prezzo consigliato nazionale della società petrolifera è suscettibile di ridurre il già scarso grado di incertezza delle imprese sulle rispettive politiche commerciali, facilitando l'adozione di convergenti strategie di prezzo. Al tempo stesso essa non apporta alcun vantaggio ai consumatori in merito alla scelta della stazione presso cui rifornirsi in quanto non dà conto del prezzo consigliato per punto vendita, comprendente i differenziali integrativi ed eventuali campagne di sconto della società petrolifera, e comunque, non riguarda il prezzo finale di vendita, deciso in autonomia dal gestore, sia pur entro un margine limitato.
Viceversa, la diffusione del prezzo praticato determina una minor trasparenza in merito alle politiche commerciali delle società petrolifere e risulta invece più direttamente vantaggiosa per i consumatori."

In ordine alle altre misure contenute negli "*impegni*" (apertura alla Grande Distribuzione, incentivazione del *self service* con potenziamento degli sconti per tale modalità, spazi alla logistica autonoma) l'Antitrust commenta:

"46. In particolare, con riferimento alle misure volte ad incentivare lo sviluppo del *self-service*, ne è stata riconosciuta la validità ma è stata lamentata la scarsa portata degli sconti offerti o degli investimenti proposti. Quanto agli impegni relativi alla disponibilità di strutture logitiche e prodotto, l'opinione prevalente è che questi traguardino un elemento cruciale per l'operatività del settore, offrendo però quantità e modalità insufficienti. Con riguardo, infine, agli impegni per favorire l'ingresso e lo sviluppo della GDO, gli stessi operatori della GDO hanno commentato che le soluzioni proposte consentono di superare alcuni degli ostacoli all'ingresso, generati principalmente dalla normativa esistente, ma al tempo stesso danno alle società petrolifere la possibilità di mantenere un controllo sull'espansione delle società della GDO in questo settore.



47. In seguito al *market test*, talune società hanno apportato modifiche accessorie agli impegni che hanno, in alcuni casi, ampliato la portata degli impegni proposti e, in altri, fornito precisazioni nella direzione auspicata dal mercato. Dette modifiche sembrano aver soddisfatto alcune delle esigenze che erano state evidenziate nei commenti sugli impegni originari.

48. Alla luce di quanto precede e anche in considerazione del fatto che le preoccupazioni concorrenziali sottese all'ipotesi istruttoria e relative allo scambio di informazioni sono, come sopra detto, eliminate principalmente dagli impegni a cessare le comunicazioni alla stampa e a definire una molteplicità di prezzi consigliati, appare ragionevole mettere a disposizione del mercato impegni che, a giudizio degli stessi operatori, possono, almeno in parte, indurre una modifica in senso maggiormente concorrenziale del contesto di mercato interessato. Detti impegni, del resto, hanno ad oggetto alcune caratteristiche strutturali del settore, le quali, come già rilevato in precedenza, erano state ritenute nel provvedimento d'avvio suscettibili di favorire il parallelismo dei prezzi e contribuiscono quindi, insieme alle misure volte a limitare la trasparenza, a un complessivo miglioramento delle condizioni concorrenziali dei mercati italiani della distribuzione di carburanti. Si ritiene, pertanto, che anche gli impegni ad incentivare l'utilizzo del *self-service*, a mettere a disposizione di terzi strutture logistiche e prodotto e a favorire l'ingresso o lo sviluppo della GDO nel mercato, in quanto volti a migliorare le condizioni strutturali del contesto nel quale si svolge l'attività di distribuzione di carburanti in rete, possano concorrere a far venire meno i profili anticoncorrenziali oggetto di istruttoria."

Una interessante osservazione è, inoltre, contenuta tra le "*pieghe*" del documento dell'Antitrust, con riferimento alla situazione di prospettiva generale:

"45. Gli altri impegni presentati dalle parti agiscono sulle seguenti variabili: preferenza della domanda (gli impegni volti ad incentivare l'utilizzo del *selfservice*); disponibilità di strutture logistiche e prodotto; ingresso o sviluppo della GDO nel

mercato della distribuzione di carburanti in rete. Il *market test* ha valutato che, nel loro complesso, tali impegni incidono su caratteristiche importanti del settore e sarebbero quindi suscettibili di migliorare le condizioni di mercato, osservando tuttavia che la loro portata non è tale da consentire immediati e significativi cambiamenti dell'assetto strutturale attualmente esistente."

Tanto rumor per nulla, dunque, a giudizio dello stesso Antitrust che, pure, ha soprasseduto all'istruttoria accettando la formula del "*patteggiamento*" delle Aziende.



La "*pratica*", quindi, si chiude con le formule di prammatica, non disgiunte dai consueti tarallucci e vino:

"RITENUTO che gli impegni presentati da API, ENI, ERG, ESSO, KUWAIT, SHELL, TAMOIL e TOTAL di cui ai punti 14 e ss, così come modificati nel senso indicato dai punti 34 ss, descritti in maggior dettaglio negli allegati al presente provvedimento, siano tali da rispondere ai profili concorrenziali oggetto di istruttoria;
RITENUTO di disporre l'obbligatorietà degli impegni assunti ai sensi dell'articolo 14-*ter*, comma 1, della legge n. 287/90;
RITENUTO, pertanto, di poter chiudere il procedimento nei confronti di API, ENI, ERG, ESSO, KUWAIT, SHELL, TAMOIL e TOTAL senza accertare l'infrazione ai sensi dell'articolo 14-*ter*, comma 1, della legge n. 287/90;
Tutto ciò premesso e considerato:

DELIBERA
a) di rendere obbligatori gli impegni ai sensi dell'articolo 14-*ter*, comma 1, della legge n. 287/90 nei confronti di API Anonima Petroli Italiana S.p.A., Eni S.p.A., ERG Petroli S.p.A., Kuwait Petroleum Italia S.p.A., Shell Italia S.p.A. e Total Italia S.p.A, Tamoil Italia S.p.A. e Esso Italiana S.r.l., nei termini sopra descritti e allegati al presente provvedimento di cui fanno parte integrante;
b) di chiudere il procedimento nei confronti di API Anonima Petroli Italiana S.p.A., Eni S.p.A., ERG Petroli S.p.A., Kuwait Petroleum Italia S.p.A., Shell Italia S.p.A. e Total Italia S.p.A, Tamoil Italia S.p.A. e Esso Italiana S.r.l. senza accertare l'infrazione ai sensi dell'articolo 14-*ter*, comma 1, della legge n. 287/90;
c) che API Anonima Petroli Italiana S.p.A., Eni S.p.A., ERG Petroli S.p.A., Kuwait Petroleum Italia S.p.A., Shell Italia S.p.A. e Total Italia S.p.A, Tamoil Italia S.p.A. e Esso Italiana S.r.l. presentino all'Autorità, entro il 31 dicembre del 2008, e con cadenza annuale, per i successivi cinque anni, una relazione dettagliata sull'attuazione degli impegni assunti."

BUONE FESTE A TUTTI VOI ED ALLE VOSTRE FAMIGLIE

