figisc anisa news
NOTA INFORMATIVA A CURA DELLA SEGRETERIA NAZIONALE FIGISC ANISA

FIGISC ANISA NEWS N. 20/2015 07.06.2015

AUTOSTRADE: NUOVA TORNATA DI SCIOPERO



……conseguenza diretta ed inevitabile dello strappo operato dai concessionari che, in pendenza di una decisione definitiva del TAR – al quale proprio in questi giorni il MIT deve consegnare i piani di ristrutturazione della rete – del TAR sulla legittimità degli Atti di indirizzo governativi e soprattutto con un tavolo di concertazione avviato dai Ministeri delle Infrastrutture e dei Trasporti e dello sviluppo economico, hanno inteso unilateralmente avviare le procedure di gara pubblicando i bandi…..

IN QUESTO NUMERO

IL «COSTO DEL SERVITO» SU QUOTIDIANO ENERGIA

«Quanto può costare il servizio?». È quello che si chiede sul numero di giovedì 4 u.s. QUOTIDIANO ENERGIA, di cui…

A3: FAIB, FEGICA ED ANISA DIFFIDANO ANAS

Roma, 29 maggio 2015 Spett.le ANAS SPA Spett.le ENI DOWNSTREAM AND INDUSTRIAL OPERATIONS Spett.le ESSO ITALIANA SRL Spett.le API/IP SPA…

FIGISC ANISA NEWS N. 20/2015

SOMMARIO

AUTOSTRADE: NUOVA TORNATA DI SCIOPERO
7 giugno 2015

IL «COSTO DEL SERVITO» SU QUOTIDIANO ENERGIA
7 giugno 2015

A3: FAIB, FEGICA ED ANISA DIFFIDANO ANAS
7 giugno 2015

FAIB, FEGICA ED ANISA SOLLECITANO API-IP
7 giugno 2015

AUTOSTRADE PER L'ITALIA: MESSE A BANDO 30 AREE
7 giugno 2015

Scarica

Nota informativa
a cura della Segreteria Nazionale FIGISC - ANISA
Piazza G. G. Belli, 2 - 00153 - Roma | Tel. +39 06 586 6351 Fax +39 06 583 31724
www.figisc.it | figisc@confcommercio.it | anisa@confcommercio.it

Copyright © 2014 – All Rights Reserved. Ispirato a kopatheme.com, personalizzato da Omnia Comunicazioni

figisc anisa news
NOTA INFORMATIVA A CURA DELLA SEGRETERIA NAZIONALE FIGISC ANISA

AUTOSTRADE: NUOVA TORNATA DI SCIOPERO

— 7 giugno 2015



Comunicato congiunto **FAIB Autostrade**, **FEGICA** ed **ANISA**
del 5 giugno 2015

I CONCESSIONARI ROMPONO TREGUA E TAVOLO DI TRATTATIVE MINISTERIALE PUBBLICANDO LE GARE.
COLPEVOLI TENTENNAMENTI DEL GOVERNO STRETTO TRA LE PRESSIONI E GLI INTERESSI DI CONCESSIONARI, PETROLIERI E MARCHI DELLA RISTORAZIONE.
AREE DI SERVIZIO CHIUSE NUOVAMENTE PER 48 ORE DI SCIOPERO IL 24 E 25 GIUGNO PROSSIMI.

Le Organizzazioni di categoria dei gestori delle aree di servizio autostradali – **FAIB CONFESERCENTI**, **FEGICA CISL** ed **ANISA CONFCOMMERCIO** – hanno proclamato **48 nuove ore di sciopero, dalle ore 22.00 di martedì 23 fino alla stessa ora di giovedì 25 giugno prossimi**.

La decisione – si legge in una nota congiunta delle tre Federazioni – è conseguenza diretta ed inevitabile dello strappo operato dai concessionari che, in pendenza di una decisione definitiva del TAR – al quale proprio in questi giorni il MIT deve consegnare i piani di ristrutturazione della rete – del TAR sulla legittimità degli Atti di indirizzo governativi e soprattutto con un tavolo di concertazione avviato dai Ministeri delle Infrastrutture e dei Trasporti e dello sviluppo economico, hanno inteso unilateralmente avviare le procedure di gara pubblicando i bandi.

Bandi di gara costruiti secondo schemi che contrastano direttamente con le norme vigenti e conservano privilegi e lucrose rendite di posizione – in termini di pedaggi e *royalty* – che in questi anni hanno prodotto un decadimento verticale della qualità del pubblico servizio offerto all'utenza oltreché un livello di prezzi dei carburanti e del servizio di ristorazione più alti d'Europa ad evidente danno dei consumatori e dei gestori stessi.

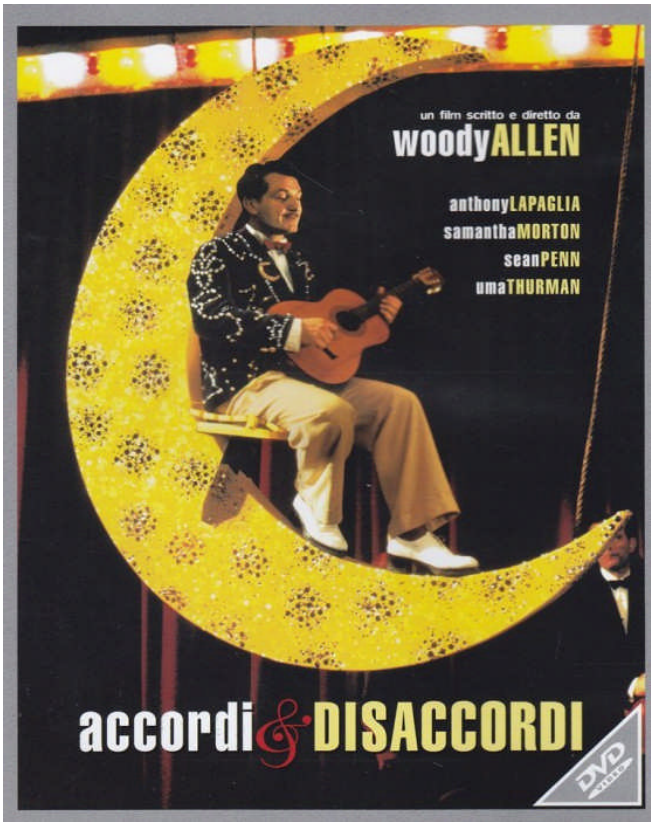
Tuttavia – prosegue la nota sindacale – è bene rimarcare anche le colpevoli responsabilità del MIT e del MISE che proprio non riescono a liberare la loro azione dalle pressioni paralizzanti di operatori potenti come sono i concessionari autostradali stessi, ma anche le compagnie petrolifere ed i marchi della ristorazione.

Per queste ragioni – conclude il comunicato di **FAIB**, **FEGICA** e **ANISA** – oltre ad confermare l'intenzione di impugnare presso il TAR tutti i bandi di gara pubblicati, hanno già provveduto ad inviare un telegramma urgente ai Ministri competenti teso ad utilizzare le proprie competenze in ordine alla sorveglianza per l'attuazione delle concessioni pubbliche in autostrada allo scopo di interrompere immediatamente le procedure di gara e riconvocare immediatamente il tavolo di concertazione, il cui avvio aveva consentito la sospensione dello sciopero già proclamato per il 5 e 6 maggio scorsi.

figisc anisa news
NOTA INFORMATIVA A CURA DELLA SEGRETERIA NAZIONALE FIGISC ANISA

IL «COSTO DEL SERVITO» SU QUOTIDIANO ENERGIA

— 7 giugno 2015



«*Quanto può costare il servizio?*».

È quello che si chiede sul numero di giovedì 4 u.s. **QUOTIDIANO ENERGIA**, di cui pubblichiamo [g.c.] i passaggi salienti:

<<Esiste un massimo al sovrapprezzo che il gestore può praticare se il cliente si avvale della modalità di acquisto con sevizio? Dalla rubrica di QE FOCUS Prezzi Carburanti si ricavano interessanti informazioni.
La differenza dei prezzi fra il self *e il* servito *per la benzina è compresa fra 4,3 centesimi di TAMOIL e 15,4 centesimi di Q8. ENI-AGIP ha una differenza di 8,7 cent, ESSO 8,3, TOTALERG 6,7.*
Si possono trovare tuttavia situazioni in cui la differenza supera i 20 centesimi al litro che onestamente appare una cifra svincolata dall'effettivo valore della prestazione data. Se ne potrebbe dedurre che il prezzo che la compagnia indica al gestore è quello per la modalità self *e che per quello con servizio il gestore decida in autonomia in funzione della conoscenza che lo stesso ha della tipologia di clienti che pratica il proprio impianto.*

Il diffondersi della modalità ghost *[senza presenza del gestore] che alcune compagnie hanno implementato [TotalErg con Te24, Q8easy, IPmatic], non prevede questo doppio prezzo e in questi impianti non esiste quindi la possibilità di confusione per il cliente. La maggioranza dei punti vendita hanno però la doppia tipologia, che spesso si differenzia solo per la corsia in cui avviene il rifornimento. Onestamente, vista tale differenza di prezzo, non è il massimo di trasparenza per clienti distratti, stranieri, anziani.*
Riprendo la domanda iniziale: le compagnie hanno definito un massimo per questo tipo di servizio?>>

In risposta agli interrogativi cominciamo col dire che non esiste proprio – né da oggi, né da ieri – che «*il prezzo che la compagnia indica al gestore è quello per la modalità* self *e che per quello con servizio il gestore decida in autonomia in funzione della conoscenza che lo stesso ha della tipologia di clienti che pratica il proprio impianto*».

Perciò – rispolverando vecchi fondamentali del settore che ormai dovrebbero essere arcinòti – si ribadisce che le compagnie, nel rapporto contrattuale col gestore [codificato nei vari accordi a partire dal Regolamento comunitario 2790/1999 CE, relativo all'applicazione dell'articolo 81, paragrafo 3, del trattato CE a categorie di accordi verticali e pratiche concordate] indicano distintamente:
a) un «*PREZZO RACCOMANDATO*», sia per la modalità «*self*» che per la modalità «*servito*»;
b) un «P*REZZO MASSIMO*», sia per la modalità «*self*» che per la modalità «*servito*», che non deve superare di ben determinati valori il «*prezzo raccomandato*».

Quali sono grosso modo questi valori differenziali che possono essere addizionati al «*prezzo raccomandato*» da parte del gestore per raggiungere il «*prezzo massimo*» consentito? Sono notizie riservate di ciascun marchio, ma non abbiamo difficoltà a riferire che essi variano attorno a 0,005-0,007 euro/litro per le modalità in «*self*» ed a 0,010-0,015 euro/litro per le modalità in «*servito*».
Cosa succede se il gestore, decidendo «*in autonomia in funzione della conoscenza che lo stesso ha della tipologia di clienti che pratica il proprio impianto*», alza il prezzo oltre l'asticella del «*prezzo massimo*»? Che la compagnia procede

figisc anisa news
NOTA INFORMATIVA A CURA DELLA SEGRETERIA NAZIONALE FIGISC ANISA

ad una serie di contestazioni ad efficacia crescente, a penalizzazioni indirette sui margini, fino ad integrare, in caso di recidiva grave, la risoluzione del contratto in essere con il gestore, cioè – senza tanti giri di parole – a cacciarlo fuori dall'impianto.

Un tanto per dire che il prezzo – in «*self*» come in «*servito*» – è una scelta della compagnia che viene imposta al gestore che sta sull'impianto di proprietà della stessa che lo rifornisce con un rapporto di esclusiva ai prezzi di cessione – peraltro – che vuole lei.
Qualunque valore differenziale di prezzo si possa rilevare, dunque, tra le due modalità di servizio – si vada da quelle dei marchi che lo mantengono più contenuto [che superano di poco i 4 cent/litro] a quelle dei marchi che ne esasperano il divario [che superano valori di oltre 14 cent/litro, ma anche oltre], si sappia che si tratta di valori che trascendono di più volte, ed anche di molte volte, l'àmbito discrezionale del gestore di applicare quel «*sovrapprezzo*» – chiamiamolo così per comodità – che deve stare per forza tra il «*prezzo raccomandato*» ed il «*prezzo massimo*» [come abbiamo detto, non più di 1,0-1,5 cent/litro, e che il gestore dovrà in ogni caso valutare ben bene prima di/se applicare, in funzione del mercato di riferimento e della concorrenza, non essendone, cioè, per nulla scontata apriori l'applicazione].

In sintesi: a) alla domanda se «*le compagnie abbiano definito un massimo per questo tipo di servizio?*» la risposta è senz'altro **ASSOLUTAMENTE SÌ**; b) la risposta all'interrogativo se «*per il prezzo con servizio il gestore decida in autonomia in funzione della conoscenza che lo stesso ha della tipologia di clienti che pratica il proprio impianto*» è **ASSOLUTAMENTE NO**.

In relazione al fatto che «*la maggioranza dei punti vendita ha la doppia tipologia, che spesso si differenzia solo per la corsia in cui avviene il rifornimento. Onestamente, vista tale differenza di prezzo, non è il massimo di trasparenza per clienti distratti, stranieri, anziani*», va doverosamente fatto osservare che l'esposizione dei prezzi praticati sugli impianti soggiace a precise disposizioni normative [storia vecchia di più di vent'anni], da ultimo in forza del Decreto del Ministero dello sviluppo economico 17 gennaio 2013 [che reca «*Modalità attuative delle disposizioni in materia di pubblicità dei prezzi praticati dai distributori di carburanti per autotrazione, di cui all'articolo 15, comma 5, del decreto legislativo 6 settembre 2005, n. 206, e di cui all'articolo 19 del decreto-legge 24 gennaio 2012, n. 1, convertito, con modificazioni, dalla legge 24 marzo 2012, n. 27*»], al cui articolo 2, comma 1, si legge che per «*prezzi effettivamente praticati al consumo da esporre in modo visibile dalla carreggiata si intendono i prezzi per modalità di erogazione del carburante senza servizio, ove presenti, e i prezzi per modalità di erogazione con servizio*».

Detto tutto ciò, rimane forse da dire se la domanda «*giusta*» sia non tanto «*Quanto può costare il servizio?*», ma piuttosto «*Perché la differenza del prezzo* "servito" *è così elevata ed in certi casi addirittura* "inspiegabile"*?*».

Questo ci permette di esprimere qualche sintetica considerazione, anche a costo di ripetere nel mezzo di tali considerazioni cose già scritte su precedenti numeri di **Figisc Anisa News**.



1. Quanto è diffuso il «*servito*».

Sono passati diciassette anni [era il secolo scorso!] dall'esordio della iniziativa ENI «*fai da te*»: in questi non pochi anni la spinta verso la selfizzazione [comunque effettuata e/o denominata di *prepay, postpay, easy, matic, iperself*] – che prima era legata solo al rifornimento «*di emergenza*» e notturno – ha cambiato radicalmente, sotto la motivazione potente e progressivamente crescente del «*diverso prezzo*», i comportamenti del consumatore, al punto da diventare, oggettivamente, una modalità «*residuale*».
Se prima del 2000, il *self prepay* poteva costare a volte persino più del servito [proprio per le sue caratteristiche peculiari (rifornimento «*di emergenza*» e notturno, come si è già detto)], da allora le differenze a favore del *self* sono diventate di 2 centesimi per avere un netto impulso del 2007 in poi: 5, 8, 10 centesimi, per non parlare dei rifornimenti del *week end* a meno 20 centesimi dell'estate 2012. E, crisi purtroppo aiutando, ancor più il fattore prezzo è diventato l'elemento discriminante, superando le vecchie rigidità rispetto alla modalità di servizio diversa rispetto a cui l'automobilista era abituato «*prima*».

Quanto è diffuso il «*servito*»? Secondo calcoli ENI di qualche mese fa «*su un totale di 28 milioni di automobilisti italiani, il 48% (13 milioni) sono quelli che cercano prevalentemente la convenienza senza servizio, il 28% non sono attenti né al prezzo né alla qualità, il 14% (4 milioni) sono coloro che non badano al prezzo e cercano il servizio e il 10% (3 milioni) sono coloro che cercano il servizio con un occhio al prezzo*», ma

figisc anisa news
NOTA INFORMATIVA A CURA DELLA SEGRETERIA NAZIONALE FIGISC ANISA

ENI stessa stimava, già qualche anno fa, nel 2011, che, nel profilo della propria rete di proprietà, questa modalità potesse valere nel *mix* dei consumi – in un sistema basato su «*servito*», «*self normale*» ed «*iperself*» – mediamente non più del 21 % delle vendite di un impianto.
E, fuori dal campo delle petrolifere tradizionali, ricordiamo quel che riferì a marzo di quest'anno l'imprenditore di una grandissima pompa bianca [che vende quantità davvero strabilianti: «*Per vendere quello che vendo io una compagnia dovrebbe assumere 50 dipendenti*»], che in merito alle modalità di servizio disse testualmente: «*L'85% dell'erogato lo vendiamo con il* self».

Appunto, il «*servito*» è una modalità di vendita «*residuale*».

Esiste una possibilità, ancorché limitata, di parziale inversione della tendenza? Non occorre aver studiato alla Bocconi od alla LUISS per comprendere che un «*revival*» del «*servito*» non può essere affidato – pur tra tutte le escogitazioni/invenzioni di *marketing* possibili – a forme assai scarsamente compensative [fidelizzazioni, omaggi, servizi «*di cortesia*»] di una differenza troppo marcata nel prezzo tra le due modalità, che è l'unica cosa che percepisce immediatamente il consumatore; tentare di riposizionare parzialmente l'automobilista sul «*servito*» con operazioni fantasiose, ma non fondate sul prezzo, specie dopo anni di bombardamento in senso contrario, è francamente improbabile, tanto più se il divario del prezzo stesso viene esasperato.

2. Quanto è diverso il prezzo tra «*self*» e «*servito*».

I numeri del *gap* dei prezzi sono effettivamente quelli che riporta **QUOTIDIANO ENERGIA**, piuttosto che altre testate specialistiche del settore. Diciamo per brevità che il delta prezzo tra le due modalità sta tra nelle «*pompe bianche*» tra 0,025 e 0,030 euro/litro [ma sono rilevabili anche casistiche con nessuna differenza] e mediamente nei marchi petroliferi tradizionali si attesta su 0,084 euro/litro, con punte minime di 0,040 e punte massime di 0,140.

Ma se si va a guardare più in dettaglio, si scoprono differenze nei marchi petroliferi tra i prezzi minimi in «*self*» e la media dei prezzi in «*servito*» che non solo raggiungono 0,200 euro/litro, ma li superano anche abbondantemente [abbiamo visto, ad esempio, senza andare più in là dei dati di un giorno, uno 0,258 euro/litro di ENI e persino uno 0,288 euro/litro di Q8]: ce n'è ben donde per dare pienamente ragione a **QUOTIDIANO ENERGIA** sul fatto che «*onestamente appare una cifra svincolata dall'effettivo valore della prestazione data*».

E, infatti, che possa trovare diffusione nel'opinione comune l'idea che la differenza del prezzo del «*servito*» sia un problema di «*valore della prestazione data*» rappresenterebbe un gigantesco equivoco privo di qualunque fondamento ed estremamente insidioso e pericoloso, perché fuorvierebbe il consumatore sulle effettive cause del prezzo ed identificherebbe nel gestore – o nel modello gestionale – la causa di una situazione non giustificata in realtà da alcun «*fondamentale*» di natura economica.
Ad esempio: a) i margini percepiti dai gestori sul «*servito*» sono superiori a quelli percepiti sul «*self*» solo in un ordine di valori tra uno e due centesimi/litro, i margini interi sul «*self*» valgono circa tre centesimi nominali, salvo rinuncia ad una quota di questi per contribuire agli sconti di prezzo; b) il prodotto venduto, al netto delle imposte, ha sempre lo stesso prezzo di base; 3) i costi gestionali, logistici e distributivi delle compagnie petrolifere sono eguali sia per quello che esce in «*servito*» che per quello che esce in «*self*». Semmai ciò che è diverso è il margine medio che l'azienda vuole ricavare alla fine della giostra ed i differenti margini che vuole ricavare nell'una o nell'altra modalità.
Niente di tutto ciò, però, giustifica differenze di 8 centesimi/litro e certo men che mai di 20 o 30 centesimi/litro.
E allora perché queste differenze?



3. «*Politiche*» commerciali.

Le differenze stanno in quelle che sono le «*politiche commerciali*» delle aziende petrolifere – elemento variabile e mutevole nel tempo [come i fatti riferiti più sopra ben evidenziano] e spesso legato a cicli di vita effimeri in relazione all'andamento del mercato e delle sue brusche azioni e reazioni -, ed ancor più al raggiungimento di risultati [il margine medio che l'azienda vuole ricavare alla fine della giostra ed i

figisc anisa news
NOTA INFORMATIVA A CURA DELLA SEGRETERIA NAZIONALE FIGISC ANISA

differenti margini che vuole ricavare nell'una o nell'altra modalità, come abbiamo detto poco fa], perennemente tesi a conciliare il mettere al sicuro erogati [le famose «*quote di mercato*»] ed il tentare di conseguire migliori marginalità in una lunga fase di *stress* del mercato.
Insomma, se il prezzo in «*self*» serve alle compagnie petrolifere per conseguire il primo obiettivo [«*quote di mercato*»], quello sul «*servito*» servirebbe al secondo obiettivo [ovvero migliorare la «*marginalità*»].

Perché bisogna migliorare la marginalità? Perché sul mercato gli stessi che vendono prodotto sulla propria rete, lo vendono anche in «*extrarete*» a condizioni di cessione a terzi particolarmente vantaggiose e tali da poter fare, ritornando puntualmente sulla rete, una pesantissima concorrenza che sottrae margini e volumi.
Si è così avviato – pensando di ottenere presunti vantaggi su tutto il sistema distributivo – un circolo vizioso che costringe a rincorrere sulla rete i concorrenti – che sono stati forniti a prezzi stracciati dalle stesse compagnie petrolifere, dal mercato diverso dalle compagnie e di qualunque provenienza, dal sottobosco dei *broker* e financo, sembrerebbe, dall'illegalità! – con prezzi da «*self*» o «*superself*» che deprimono i margini, che poi però si cerca affannosamente di recuperare almeno in parte con un *mix* di aumenti sproporzionati dei prezzi nella modalità «*servito*» e di qualche barbatrucco di *marketing*.

Peraltro, per ottenere delle marginalità maggiori su quantitativi largamente minoritari [tali sono ormai i volumi di vendita del servito] si obbliga il gestore – si badi dopo averne tagliato i margini ordinari sulle vendite in «*self*» [evidentemente per «*socializzare le perdite*»] e continuando a chiedergli contributi più o meno rilevanti sugli sconti di prezzo! – a cercarsi un margine un po' meno irrisorio sulla modalità «*servito*», tentando di vendere però prodotto al prezzo peggiore per il consumatore [la ***mission impossible***] e, in taluni casi, proprio al prezzo premeditatamente peggiore di tutto il mercato. Per una opportuna valutazione è il caso di sottolineare che le marginalità che così si vorrebbero recuperare: a) sono da ottenere tutte a rischio e costo del gestore, b) intanto, al di là dei risultati, si «*divide*» con la proporzione di: una parte al gestore contro tre, quattro, sei o più parti, a seconda dei casi, alla compagnia.
Nello stesso tempo, per cercare di reagire alle sollecitazioni del mercato e mantenere comunque erogati, all'interno dello stesso marchio i prezzi sono fortemente diversificati tra impianti gestiti direttamente o *ghostizzati* ed impianti affidati al gestore, ed è proprio in questa precisa casistica – all'interno del singolo marchio – che si riscontrano quelle differenze, anche nell'ordine di 20-30 centesimi/litro, che prima abbiamo «*incidentalmente*» citato.

Ma se è comprensibile – per le ragioni della parte soccombente, per le logiche «*sindacalesi*», ecc. – che il parere del gestore sia assolutamente negativo su questa quantomeno «*bizzarra*» e sicuramente devastante situazione, le «*politiche commerciali*» delle compagnie, anche solo da un punto di vista che privilegi le strette logiche di mercato e dei risultati economici, risultano almeno competitive ed efficienti?

Abbiamo azzardato una risposta a conclusione della serie di articoli su «*Prezzi & Accordi*», che qui riproponiamo: rispetto alla parte del leone sui prezzi che svolgono i *no-logo* [riforniti in buona parte dall'industria petrolifera] «*a parte casistiche relativamente* "equilibrate" *tra modalità* "self" *e* "servito" *– nelle quali si deve distinguere tra chi sta, diciamo, un po' meglio messo e chi sta un po' peggio messo rispetto al grado di competitività complessiva sulla rete* [ma si tratta in ogni caso di competitività largamente inferiori a quelle dei *no-logo* anche per chi sta meglio messo] -, *le altre situazioni denotano sempre una ridotta efficacia competitiva – e perfino l'inefficacia più completa – o nell'una o nell'altra modalità di servizio, che si rilevano o insufficientemente od integralmente inefficaci sul* "servito"*, o che si rilevano insufficientemente od integralmente inefficaci sul* "self"».

Insomma, efficienza e competitività lasciano a desiderare.

Allora, alla fin fine la domanda di **QUOTIDIANO ENERGIA** è giustissima nella sostanza, quando individua con precisione nelle «*compagnie*» il soggetto che può definire qualcosa, insomma il soggetto responsabile, solo che, per la precisione, le compagnie «*definiscono*» *tout court* il «*prezzo*» e non già il «*valore massimo di un servizio*» incluso nel prezzo [peraltro vendendo lo stesso prodotto nel medesimo punto di vendita ed in un contesto di costi necessari per l'esercizio della stessa unitaria attività].

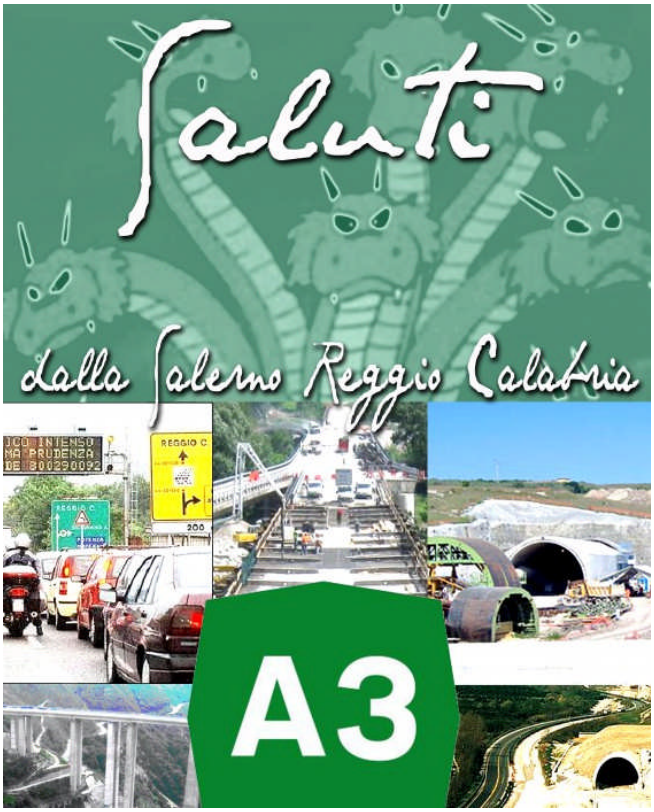
Accanto a ciò – che è solo la «*superficie*» delle cose – stanno tutti gli aspetti, le cause, i risvolti che, per una migliore comprensione delle cose, si è cercato di far emergere in questa ed in precedenti note, i cui contenuti rappresentano, ovviamente, solo il modesto, ristretto, e persino «*indelicato*», punto di vista di chi le ha redatte.

[G.M.]

figisc anisa news
NOTA INFORMATIVA A CURA DELLA SEGRETERIA NAZIONALE FIGISC ANISA

A3: FAIB, FEGICA ED ANISA DIFFIDANO ANAS

— 7 giugno 2015



Roma, 29 maggio 2015

Spett.le **ANAS SPA**
Spett.le **ENI DOWNSTREAM AND INDUSTRIAL OPERATIONS**
Spett.le **ESSO ITALIANA SRL**
Spett.le **API/IP SPA**
Spett.le **KUPIT SPA**
Presidenti delle **REGIONI CAMPANIA – BASILICATA – CALABRIA**

Oggetto:
SITUAZIONE GESTIONI ADS AUTOSTRADALI SU AUTOSTRADA SA-RC.

Egregio Signor Presidente, gentilissimi signori,
le scriventi Federazioni intendono porre alla loro attenzione, per l'ennesima volta, la situazione di grande disagio e difficoltà economica nella quale versano le gestioni delle Aree di Servizio operanti sull'**Autostrada A3**.

Tale situazione è il risultato di circa 20 anni di lavori [dei quali non si intravede la fine], di ripetute interruzioni a causa di eventi atmosferici ai quali, da ultimo, si è aggiunta anche il crollo del viadotto in corso di demolizione con conseguente chiusura dell'autostrada per un periodo di tempo non ancora quantificabile [ma che si prolungherà almeno fino a dopo il periodo estivo, cioè di massimo utilizzo della struttura viaria]: durante tale periodo è stato richiesto agli operatori di «*portare pazienza*» e sopportare le avverse condizioni di esercizio della loro attività. In attesa di tempi migliori.

E così i Gestori hanno fatto ristrutturando le loro microimprese e riducendo, al massimo, l'apporto di personale dipendente [con conseguente diminuzione delle unità impiegate], senza incidere, se non marginalmente, sul servizio reso all'utenza.

E, mentre questo veniva chiesto ai Gestori, le Aree di Servizio, senza alcun investimento, si sono degradate ed i volumi di erogato volatilizzati [oltre il 60%], alcuni affidatari del «*pubblico servizio*» [compagnie petrolifere] hanno lasciato anzitempo la conduzione delle AdS che sono passate, senza alcuna gara, ad altri operatori, disposti ad attendere la fine della situazione di emergenza. Vale la pena di ricordare che tale Autostrada, svolge un ruolo di forte integrazione con la viabilità ordinaria, garantendo la mobilità dei cittadini.

Ma, mentre per operatori integrati nella filiera la perdita di volumi sulla tratta può essere assorbita e diluita all'interno della più ampia rete di distribuzione, tale situazione rischia di diventare «*tombale*» per i Gestori che non hanno alcuna possibilità di integrare le loro attività e che continuano ad essere in balìa di politiche commerciali [e di *pricing*] assurde, messe in atto dalle compagnie petrolifere.

Infatti, gli stessi Gestori – che devono sopportare condizioni di prezzo al pubblico raccomandate dagli Affidatari, assolutamente non competitive e fra le più alte d'Italia [e, spesso, più alte di circa 20 €cent/lt. rispetto al prezzo raccomandato sulla viabilità ordinaria] – sono in attesa, da anni, che le compagnie petrolifere responsabili del servizio, intervengano per rinnovare «*contratti*» economici scaduti da tempo inenarrabile.

Da ultimo le scriventi Federazioni, così come hanno ripetutamente segnalato nel corso di questi anni, rappresentano che i contratti di affidamento in uso gratuito che, *ex lege*, regolano i rapporti fra società Affidatarie del Servizio e

figisc anisa news
NOTA INFORMATIVA A CURA DELLA SEGRETERIA NAZIONALE FIGISC ANISA

Gestori, non sono stati fruiti appieno se si considera la situazione appena enunciata: per questi motivi, al momento della scadenza novennale [senza pieno godimento del bene «*promesso*»] dei medesimi affidamenti tanto le singole gestioni quanto, collettivamente, le Organizzazioni di Categoria, intenderanno far valere questa peculiarità che non può essere liquidata come condizione di normalità.

Per questi motivi le scriventi Federazioni, in rappresentanza dei Gestori delle AdS operanti sulla SA-RC, nell'estremo tentativo di avviare un ragionamento costruttivo, prima di ogni sospensione dell'attività da attuarsi anche durante il periodo di massimo utilizzo, invitano tutti gli interlocutori meglio evidenziati in indirizzo, di aprire, in tempi rapidissimi, un confronto con l'obiettivo di trovare gli indispensabili correttivi ad una situazione che, allo stato attuale, non è più sostenibile e che rischia di avviare al fallimento – per fatti e colpe ben individuati – le microimprese operanti su tale Tratta autostradale che, peraltro, vede **ANAS** in una duplice veste di Concedente e Concessionaria con doppia responsabilità.

Ove ciò non dovesse realizzarsi, le scriventi intendono far valere questa comunicazione come formale diffida e rivolgersi, nelle sedi giurisdizionalmente competenti, per vedere accolte le loro considerazioni e richiamare l'attenzione sullo svolgimento del pubblico servizio che deve essere garantito, *ex lege*, con continuità e regolarità.

Contemporaneamente le scriventi sollecitano i Presidenti di Regione Campania, Basilicata e Calabria, secondo le rispettive competenze e nella loro qualità di enti che emettono e rilasciano le relative concessioni pubbliche, amministrative e petrolifere, di esigere dalle aziende petrolifere l'immediata definizione di una politica di *pricing* che non penalizzi i cittadini ed i consumatori che giornalmente percorrono la SA-RC che rimane un'arteria dedicata, spesso, anche a surrogare la mobilità della viabilità ordinaria.

Le scriventi, rimangono in attesa di un cortese e sollecito cenno di riscontro.

FAIB AUTOSTRADE – Antonino LUCCHESI
FEGICA – Roberto DI VINCENZO
ANISA – Stefano CANTARELLI



figisc anisa news
NOTA INFORMATIVA A CURA DELLA SEGRETERIA NAZIONALE FIGISC ANISA

FAIB, FEGICA ED ANISA SOLLECITANO API-IP

— 7 giugno 2015

Raccomandata AR
Roma, 3 giugno 2015

Spett.le **GRUPPO API-IP**
c.a. A.D. Ing. Daniele Bandiera
c.a. Dott. Stefano Sterpone

Oggetto:
PROBLEMATICHE RELATIVE AD AREE DI SERVIZIO AUTOSTRADALI.

Le nostre Federazioni, nonostante i ripetuti inviti verbali manifestati in occasione di alcuni recenti incontri per la viabilità ordinaria, lamentano la totale assenza di un confronto con codesta Azienda volto a definire per il segmento autostradale il rinnovo degli Accordi siglati ai sensi e per gli effetti della legge 57/01: accordi ormai ampiamente scaduti da anni, soppiantati di fatto da una contrattazione con ogni singolo gestore, definita in un contesto di acuta sofferenza delle micro imprese cui sono affidate le Aree di servizio.

Ciò, nonostante tale segmento della distribuzione sia definito, dalla Legge, «pubblico servizio» che deve essere comunque garantito con continuità e regolarità all'interno delle normative regolatorie volute dal Legislatore [e quindi non interpretabili].

Pur comprendendo che il quadro di riferimento nel quale oggi lo stesso mercato autostradale stenta ad essere configurato, siamo fermamente convinti che un solido e costruttivo confronto sui temi generali e specifici possa consentire di avanzare proposte e soluzioni alle numerose criticità presenti. D'altro canto, negli anni precedenti, le nostre Federazioni hanno manifestato proprio con il Gruppo API-IP la condivisione di scelte che hanno consentito alla medesima Azienda di ipotizzare modelli gestionali utili per una migliore competizione nella rete autostradale.

Nel contempo, appare evidente che il continuo ricorso alla negoziazione con ogni singola gestione – del resto con notevoli ritardi rispetto alle esposizioni finanziarie delle gestioni medesime- si caratterizza per una palese violazione degli obblighi imposti dalla normativa di riferimento.

Per le ragioni che precedono, siamo con la presente a richiedere un incontro urgente in merito, certi della sua opportunità.
Nell'attesa, porgiamo i nostri più cordiali saluti.

FAIB AUTOSTRADE – Antonino LUCCHESI
FEGICA – Roberto DI VINCENZO
ANISA – Stefano CANTARELLI

figisc anisa news
NOTA INFORMATIVA A CURA DELLA SEGRETERIA NAZIONALE FIGISC ANISA

AUTOSTRADE PER L'ITALIA: MESSE A BANDO 30 AREE

— 7 giugno 2015



Si fornisce di seguito l'elenco delle trenta Aree di Servizio di cui **AUTOSTRADE PER L'ITALIA** ha emanato in data 4 giugno u.s. i bandi per l'assegnazione del servizio di distribuzione di prodotti carbo-lubrificanti – le domande di partecipazione dovranno essere presentate entro e non oltre le ore 12 del giorno 25 giugno – in scadenza al 31.12.2015 ed il cui nuovo affidamento viene previsto con termine al 31.12.2024, di cui si può consultare il testo integrale cliccando sulla scritta «**BANDI ASPI**» che segue:

BANDI ASPI

Area di Servizio	Erogato 2014 [mln litri]
Alento Est Dir. Nord	3,83
Conero Ovest Dir. Sud	7,88
La Lanterna Est Dir. Nord	8,59
Lambro Sud Dir. Est	6,76
Metauro Est Dir. Nord	3,23
Montepulciano Est Dir. Nord	5,42
Po OvestDir. Sud	2,98
Badia Al Pino EstDir. Nord	7,51
Brughiera Est Dir. Nord	3,30
Campora Est Dir. Nord	5,22
Casilina Est Dir. Nord	10,56
Flaminia Est Dir. Nord	17,45
La Pioppa Est Dir. Nord	13,45
Lario Ovest Dir. Sud	8,53
Montefeltro Ovest Dir. Sud	7,08
Montepulciano Ovest Dir. Sud	3,58
Teano Ovest Dir. Sud	7,20
Tevere Ovest Dir. Sud	5,81
Turchino Est Dir. Nord	7,90
Valtrompia Nord Dir. Ovest	4,08
Bisenzio Est Dir. Nord	8,43
Brembo Nord Dir. Ovest	11,11
Giovi Est Dir. Nord	0,93
Giovi Ovest Dir. Sud	3,38
S. Eufemia Ovest Dir. Sud	1,64
S. Martino Est Dir. Nord	14,07
S. Martino Ovest Dir. Sud	15,13
Santerno Ovest Dir. Sud	5,48
Sebino Sud Dir. Est	10,32
Villoresi Est Dir. Nord	12,74