

FIGISC ANISA NEWS N. 27/2015

02.08.2015

RIPARTIRE A SETTEMBRE CON UNA PROSPETTIVA



Ma in ogni caso, da settembre di tutte queste cose, di questi interrogativi che ho voluto raccogliere ed esporre in questa sede, si dovrà cominciare a discutere [ed a decidere in qualche senso] davvero, negli organismi sociali della FIGISC, ed in generale rispetto al nostro mondo ed alle altre Organizzazioni della categoria, se solo si vuole intravedere una prospettiva e non rassegnarsi o non solo subire passivamente gli eventi e lo scorrere del tempo.

IN QUESTO NUMERO

LO «STRANO» CASO DI IP MATIC

Si poteva leggere su STAFFETTA di qualche tempo fa che «la risposta di IP alla sfida della concorrenza si è...

TAMOIL: AVVIATO RICORSO LEGALE ED INVITO DEL MISE A NEGOZIARE

I gestori del marchio TAMOIL attendono un rinnovo dell'accordo aziendale da dieci anni [l'ultimo accordo per la rete ordinaria risale...

FIGISC ANISA NEWS N. 27/2015

SOMMARIO

RIPARTIRE A SETTEMBRE CON UNA PROSPETTIVA

2 agosto 2015

LO «STRANO» CASO DI IP MATIC

2 agosto 2015

TAMOIL: AVVIATO RICORSO LEGALE ED INVITO DEL MISE A NEGOZIARE

2 agosto 2015

AUTOSTRADE: SALERNO-REGGIO CALABRIA, DIFFIDA LEGALE

2 agosto 2015

SICILIA: LA «RICETTA» DEI CONTRATTI DI APPALTO DI SERVIZI

2 agosto 2015

LA BORSA DEI CARBURANTI, OVVERO IL PLATT'S «INDIGENO»

2 agosto 2015

PRIMO SEMESTRE ENI: RETE GIÙ EXTRARETE SU

2 agosto 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



RIPARTIRE A SETTEMBRE CON UNA PROSPETTIVA

— 2 agosto 2015



Se è pur vero che si va ora incontro al periodo feriale, non per questo non si dovrebbe cominciare a porre sul tavolo alcuni spunti di riflessione per la ripresa di settembre, a partire dalla necessità di avviare una approfondita fase di analisi sullo stato della situazione del settore e di confronto sulle prospettive dell'attività associativa.

È con questo intento che ho ritenuto di comprendere in questa prima sintetica esposizione, tutta una serie di questioni e di interrogativi emersi in occasione della riunione della Presidenza Nazionale della **FIGISC**, tenutasi qualche settimana fa a Milano, nel corso della quale si è avuto un confronto assolutamente franco e, proprio perché non compresso nel contesto di un particolare ordine del giorno da rispettare, assolutamente a 360 gradi.

In quella sede è stato espresso un giudizio meditato sulla vicenda della stipula degli **accordi con le aziende petrolifere** [ESSO, ENI, Q8, TOTALERG] che, partendo da una situazione definibile di «necessità» e dalla consapevolezza dei

reali rapporti di forza tra le controparti, non può che essere estremamente cauto [e del tutto lontano da enfattizzazioni inutili e controproducenti], tanto più che tali accordi – che si sono sottoscritti solo per non consentire l'ulteriore abuso della contrattazione/coartazione individuale – non hanno avuto un sufficiente/soddisfacente riscontro economico, hanno cristallizzato punti non risolti [si veda, a titolo di esempio più significativo, la questione degli *Easy Q8*], stanno vivendo non poche difficoltà di concreta gestione e di boicottaggio aziendale e stanno, almeno i più datati [ESSO], già avviandosi verso la scadenza.

Se un aspetto può dirsi positivo – e forse non abbastanza valorizzato e compreso! – **è che gli accordi stipulati hanno avuto almeno il pregio di fissare il principio [sulla cui osservanza è indispensabile vigilare con mille occhi] che il margine del gestore è, almeno formalmente, intangibile rispetto a quanto determinato in sede negoziale collettiva e che il gestore non deve ancora mettere quote del suo margine per sostenere lo sconto sul self a seconda delle pressioni dell'azienda.** E che, in parte, gli accordi fanno pur testo in caso di un contenzioso legale. Ma ci si ferma qui.

Sono però evidenti tutte le **precarietà di questi difficili equilibri faticosamente raggiunti**: tutti questi **accordi**, tanto nella parte economica che in quella normativa che in quella gestionale, **non sono oggi più fondati sul riconoscimento giuridico di una «remunerazione» del gestore o della «giusta» profittabilità della sua impresa** [cioè su meccanismi «dovuti» o necessari per forza di legge], **quanto su specifiche conciliabilità con le politiche commerciali del momento di questa o quella azienda petrolifera**, nel contesto peraltro di una rete in cui c'è il *ghost*, la concorrenza a condizioni impari dei *no-logo*, la differenziazione delle modalità di servizio, ecc.

In questo preciso contesto, c'è da chiedersi intanto:

quanto durano le politiche commerciali del momento? e fino a quando si potrà evitare che ripartano altre variabili commerciali ed altre iniziative aziendali di questo o quel marchio, con un elevatissimo rischio sia, in primo luogo, di rimettere in discussione quella «intangibilità del margine» così faticosamente ripristinata, sia, in stretta connessione, di un abbandono della contrattazione collettiva per riprendere la pratica – oggi parzialmente arginata – del «one to one» sui gestori?

E ancora, riprendendo argomenti che hanno trovato ospitalità su **Figisc Anisa News** in tutta una serie di articoli dedicati ai prezzi, **che valore reale possono avere principi ed enunciazioni pure estremamente importanti** – e che si è faticato moltissimo per far almeno includere nei testi degli accordi – **quali la «centralità del gestore» e le «eque condizioni per competere» quando il contesto ed i numeri del mercato reale dimostrano senza possibilità di smentita che il gestore è penalizzato a monte – cioè impossibilitato a competere – sia dalla differenza tra i prezzi di cessione tra il canale rete e quello extrarete, che dalla differenza dei prezzi tra gli impianti affidati in gestione e quelli gestiti dai marchi in forma diretta e/o ridotti a ghost?**

Senza contare che la consistenza dei contenuti di legge [la legge 27/2012] sulle «eque condizioni per competere» è talmente evanescente che, credo [e vorrei sbagliarmi], un giudice preposto a valutare una causa civile in merito all'inosservanza delle «eque condizioni per competere» non abbia neppure strumenti validi per valutare quando la norma è osservata o disattesa e come si quantifichi l'eventuale indennizzo alla parte danneggiata in caso di violazione.

E se questo si può dire degli accordi – con piena consapevolezza, quindi, dei loro limiti e delle loro vulnerabilità, ma anche ricordando che da anni abbiamo il mondo intero contro e non solo le controparti naturali –, rispetto a cui bisogna affinare e produrre strumenti per emendare leggi carenti e costituire minime condizioni per sostenere l'azione legale –, vi sono **altre questioni che non si possono eludere a lungo.**

Regge ancora nelle condizioni in cui si trova da anni questo settore tutta l'impalcatura dei rapporti normativi consolidati, lo schema comodato+esclusiva o hanno già fin troppo dimostrato i loro limiti se non il fallimento, chiusi come sono nella logica di un compenso legato al prezzo ed a un mercato in cui il gestore non determina nulla, né il prezzo di acquisto, né quello di vendita?

Come altre volte argomentato nelle pagine di questo bollettino, **bisognerà affrontare, liberi da pregiudizi ed arroccamenti, l'autentica partita delle nuove figure contrattuali** – finora giocata solo per finzione e senza alcun risultato, nonostante le previsioni normative siano già tanto datate quanto desolatamente vuote di effetti –, senza la quale alternativa non si uscirà dalla spirale viziosa «condizioni zero per competere /prezzi di cessione imposti/prezzi di vendita consigliati e

massimi imposti/perdita di erogato/margini pro-litro/risultato sotto zero nei conti economici»?

Di fronte a questo mercato ed a questi rapporti di forza, di fronte a queste regole vuote ed all'assenza dei requisiti minimi di competitività, non è forse **il concetto di flessibilità** – arma che non può essere solo in mano alle aziende – è ciò che serve primariamente ed urgentemente alla parte più debole, cioè al gestore, per entrare, stare, uscire prima di lasciarci le penne, nel settore?

Più in là ancora, oltre l'ambito ristretto dei rapporti aziende-gestori, c'è la **rapida dissoluzione di un settore e di un modello che aveva caratterizzato per tanti anni la distribuzione dei carburanti nel Paese: il settore della distribuzione a valle della filiera petrolifera è, e sarà, sempre più avviato verso una progressiva terziarizzazione, perché i tradizionali protagonisti puntano ad un abbandono di questa fase** – proprio perché la ormai modesta capacità di questo segmento di remunerare investimenti e produrre profittabilità non rientra più nelle loro strategie –.

Un processo che spiega da solo – assai più di tante dietrologie, complottismi o flagellazioni o autoflagellazioni del «sindacato» – **perché le problematiche, il peso, il ruolo e persino il destino del gestore oggi siano relegate al generale disinteresse di controparti, opinione pubblica ed istituzioni.**

A tutto ciò serve attrezzarsi per continuare a rappresentare figure, persone, imprese, che ci saranno sempre, sia pure diverse in tutto od in parte da come sono ora. Serve, secondo alcuni di noi, forse un cambiamento del nostro modo di pensare e di rappresentare le cose, il settore, i rapporti, rispetto a come abbiamo pensato finora, serve per usare un linguaggio da informatici, una specie di **FIGISC versione 2.0**, o forse tutto questo è eccessivo o non è ancora né maturo né efficace a dare risultati.

Ma in ogni caso, da settembre di tutte queste cose, di questi interrogativi che ho voluto raccogliere ed esporre in questa sede, si dovrà cominciare a discutere [ed a decidere in qualche senso!] davvero, negli organismi sociali della FIGISC, ed in generale rispetto al nostro mondo e rispetto alle altre Organizzazioni della categoria, se solo si vuole intravedere una prospettiva e non rassegnarsi o non solo subire passivamente gli eventi e lo scorrere del tempo.

Maurizio MICHELI
Presidente Nazionale FIGISC

LO «STRANO» CASO DI IP MATIC

— 2 agosto 2015



Si poteva leggere su **STAFFETTA** di qualche tempo fa che «la risposta di **IP** alla sfida della concorrenza si è basata sulla automazione: **IP** ha “accelerato il processo di selfizzazione e automazione remotizzata della propria rete”. A fine 2013 i punti vendita interamente automatizzati **IPMatic** erano 58 (+41 rispetto al primo semestre) su un totale di 3.770 impianti, di cui 40 autostradali, 1.120 di proprietà e 2.610 convenzionati. Una tattica che, almeno per il 2013, sembra aver funzionato: quota di mercato aumentata all'8,7% (8,5% nel 2012), conti in positivo per il marketing». Da allora il processo è andato assai avanti, tanto che sempre **STAFFETTA** parlava a maggio 2015 di 285 punti vendita, ossia l'11 % dell'intera rete di marchio.

Da quando sono disponibili i dati giornalieri dell'Osservatorio Prezzi Carburanti del Ministero la media del prezzo benzina in modalità «servito» per il marchio **IP** è stata di 1,728 euro/litro, di 1,614 in modalità «self», con una differenza mediamente di 0,104 euro/litro, la media del prezzo gasolio in modalità «servito» è stata di 1,470 euro/litro, di 1,579 in modalità «self», con una differenza media di 0,109 euro/litro. Ma se si guarda la media del prezzo «minimo» si vede che la differenza tra «servito» e «self minimo» balza a 0,302 euro/litro per la benzina [1,416 contro 1,718 euro/litro] ed a 0,283 euro/litro per il gasolio [1,296 contro 1,579 euro/litro].

Ed a tale proposito si registra l'iniziativa di **GISC Confcommercio Treviso**, che nei giorni scorsi ha inviato una

segnalazione ad **Antitrust**, sul caso di due impianti **IP**, impianto “A”, condotto da **IP Service srl**, e impianto “B” in comodato al gestore, posti a distanza di 15 km, con escursioni di prezzo, tra la modalità «self» del primo e la modalità «servito» del secondo, nell'ordine di 25/26 cent/litro, chiedendo che «l'Autorità valuti se l'anomala differenza di prezzo consigliato sia un danno a carico degli automobilisti che per scelta o necessità si riforniscono presso l'impianto “B” oppure se tale differenza trovi giustificazione nell'esclusivo beneficio della società **Anonima Petroli Italiana S.p.A.** che a sua volta utilizza tale “risorse” per compensare i minori guadagni derivanti dall'impianto “A” o analoghi impianti a marchio **IP** di proprietà della società **Anonima Petroli Italiana S.p.A.**»

Una prima risposta – indipendentemente dai pronunciamenti futuri o dal non luogo a procedere di **Antitrust** – c'è già, anche se non riguarda proprio il caso degli impianti “A” e “B” di cui sopra.

Diciamo che – deducibile da documenti di consegna – si verifica questo «strano» caso: **API** fornisce ad **IP Service srl** su impianto da questa condotto un certo quantitativo di prodotto [tra benzina e gasolio tra 30 e 40mila litri] ad un valore “X” indicato complessivamente in documento.

Confrontando i prezzi praticati «self» IPMatic di quell'impianto a seguito di quel carico, si calcola che quel quantitativo sviluppa incassi per un valore “Y”, che è inferiore di circa il 10 % al costo di acquisto del prodotto, con una perdita tra 5.500 e 6.500 euro!

Ora, non ci vuole particolare perspicacia per capire il resto della storia:

- a) abbiamo già più volte sostenuto che, indipendentemente dal marchio, **tutta una serie di costi distributivi anche inerenti all'extrarete vengono dalle aziende addossate sul prezzo di cessione alla rete presidiata dal gestore, e che più si allarga l'area delle cessioni all'extrarete più è destinato a crescere il prezzo di cessione del prodotto al gestore;**
- b) ciò non bastando di suo, **si aggiunga che sul prezzo di cessione alla rete presidiata dal gestore vengono altresì «pareggiate» le perdite intenzionalmente realizzate sulla rete selfizzata di marchio.**

Alla faccia delle «eque condizioni per competere».

TAMOIL: AVVIATO RICORSO LEGALE ED INVITO DEL MISE A NEGOZIARE

— 2 agosto 2015



I gestori del marchio **TAMOIL** attendono un rinnovo dell'accordo aziendale da dieci anni [l'ultimo accordo per la rete ordinaria risale al 10 marzo 2005, scaduto il 30.06.2006, e un rinnovo avrebbe dovuto essere perfezionato – in forza dell'accordo «ponte» del 1° dicembre 2009 – entro il 30 marzo 2010, l'ultimo accordo per la rete autostradale risale al 26.04.2004 ed è addirittura scaduto il 31.12.2004].

Sono note le vicissitudini dell'ultimo scorcio temporale: l'azienda, diffidata stragiudizialmente ancora il 29.07.2014 [si veda **Figisc Anisa News** N. 35 del 31.07.2014], non ha mai adempiuto neppure ad un tentativo di negoziazione; in data 25.03.2015 **FAIB**, **FEGICA** e **FIGISC/ANISA** hanno chiesto al Ministero dello sviluppo economico l'apertura della vertenza collettiva ai sensi dell'articolo 1, comma 6, del decreto legislativo 32/1998 e l'esercizio del ruolo di mediazione dello stesso Ministero; dopo il *sit-in* di protesta davanti alla sede milanese dello scorso 15 aprile e la patetica «fuga» dei responsabili per non incontrare la delegazione dei gestori [si vedano **Figisc Anisa News** N. 13 del 09.04.2015 e N. 15 del 16.04.2015], è seguita la richiesta-diffida ultimativa all'Amministratore Delegato [si veda **Figisc Anisa News** N. 16 del 29.04.2015] ad incontrare finalmente le parti, anch'essa sostanzialmente ignorata da **TAMOIL**.

Nei giorni scorsi, ad opera dello **STUDIO LEGALE**

PASSERINI in Roma, a ciò delegato da **FAIB**, **FEGICA**, **FIGISC** ed **ANISA**, è stato presentato il ricorso in sede legale contro **TAMOIL** i cui comportamenti sono così sostanzialmente definibili:

«Semplicemente, la società resistente ha di fatto ritenuto di abbandonare del tutto lo strumento della contrattazione collettiva, con ciò rifiutandosi di dare applicazione al dettato normativo di cui all'art. 19 comma III L. 57/2001.

*Per contro **TAMOIL**, mentre disattende ogni richiesta di incontro nella sede sindacale prevista dalla legge, intraprende trattative individuali con i singoli gestori volte a disciplinare i medesimi rapporti economici, il che è evincibile anche da un semplice calcolo aritmetico posto che il tempo trascorso dalla stipula dell'ultimo accordo di colore è addirittura superiore alla durata minima dei contratti di comodato e fornitura prevista dal D.Lgs. 32/98.*

*Negli accordi one-to-one conclusi con i singoli gestori, peraltro, **TAMOIL** applica condizioni economiche e margini pro litro (rectius, sconti in fattura) chiaramente peggiorativi rispetto a quelle previste negli accordi aziendali stipulati dalle associazioni».*

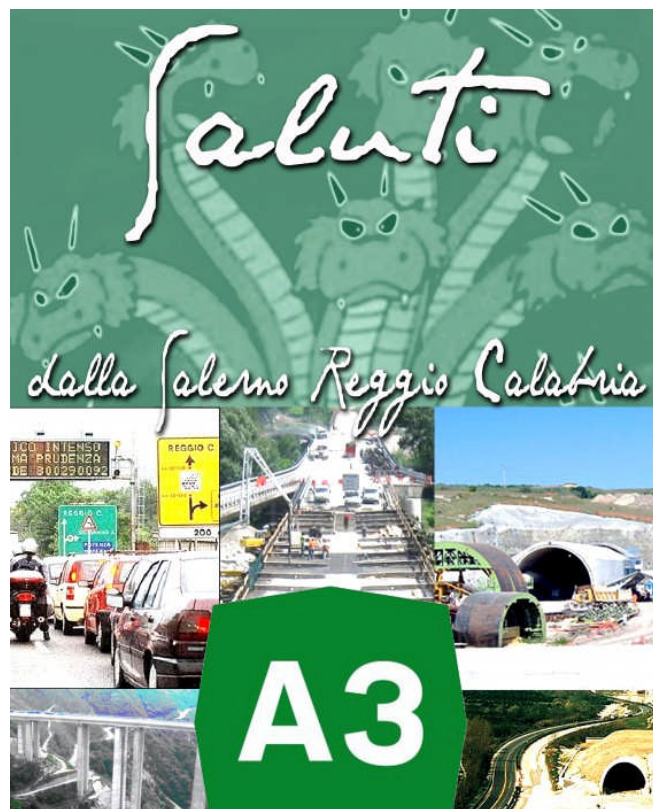
Negli scorsi giorni [24.07.2015], infine, sia pure dopo notevole attesa – sono passati, infatti, quattro mesi dalla ricordata richiesta di apertura della vertenza collettiva – il **Ministero dello sviluppo economico**, Dir. generale per la sicurezza approvvigionamento e le infrastrutture energetiche, Divisione IV^A, ha scritto a **TAMOIL** la seguente nota:

«Si informa che le Federazioni dei gestori – Faib Confesercenti, Fegica Cisl e Figisc Confcommercio – hanno richiesto a questa Amministrazione con nota prot. 5505.11.2015 di cui si allega copia, l'attivazione della procedura di mediazione delle vertenze collettive, ex articolo 1, comma 6, del D.lgs 11 febbraio 1998, n. 32.

Al riguardo, in coerenza con la normativa vigente, si invita codesta Società ad avviare in tempi brevi i preliminari contatti con le Federazioni dei gestori, per procedere alla definizione della problematica sottostante, tenendo aggiornata questa Amministrazione.»

AUTOSTRADE: SALERNO-REGGIO CALABRIA, DIFFIDA LEGALE

— 2 agosto 2015



Dopo la diffida inviata direttamente da **FAIB Autostrade**, **FEGICA** ed **ANISA** ad **ANAS** ed alle aziende petrolifere operanti sulla **A3** Autostrada Salerno-Reggio Calabria in data 29 maggio 2015 [si veda anche **Figisc Anisa News** N. 20 del 07.06.2015], essa è stata formalmente inviata ai medesimi soggetti dal pool dello **STUDIO LEGALE DI DIO**, a ciò espressamente incaricato dalle tre organizzazioni di categoria.

<<OGGETTO: Situazione gestioni AdS autostradali su Autostrada Sa-Rc.

Formulo la presente per conto delle Federazioni **ANISA**, **FAIB** e **FEGICA** – che mi hanno conferito incarico – **anche in rappresentanza dei Gestori delle Aree di Servizio** operanti sulla autostrada **A3**, Salerno – Reggio Calabria, per comunicarVi quanto di seguito esposto.

È a Voi nota la situazione di grande difficoltà economica che grava le gestioni delle Aree di Servizio operanti sull'autostrada **A3**.

Tale situazione è causata dai lavori in corso ormai da un ventennio e la cui data di conclusione non è nota ad oggi e da ripetute interruzioni delle lavorazioni a causa di eventi atmosferici.

Le difficoltà sono persino aumentate ultimamente a causa del crollo del viadotto in corso di demolizione con conseguente chiusura del tratto autostradale dal 02.03.2015 sino al 22.07.2015, con perdita di buona parte del periodo di gestione della stagione di maggior percorrenza.

Per far fronte alle difficoltà economiche causate dai fatti descritti, i Gestori delle Aree di Servizio interessate hanno già dovuto provvedere negli anni alla ristrutturazione dei propri costi di impresa riducendo, al massimo, l'apporto di personale dipendente, così per scongiurare sospensioni del servizio reso all'utenza.

A ciò si è aggiunto il degrado continuo delle Aree di Servizio che, in assenza di investimenti e manutenzioni straordinarie, oggi palesano la propria inadeguatezza strutturale che i Gestori devono subire quotidianamente nell'esercizio delle proprie attività.

Inoltre, i volumi di carburanti e affini erogati hanno subito un notevole calo (oltre il 60%) a cui ha fatto seguito il rilascio da parte di alcune Compagnie petrolifere affidatarie della conduzione delle Aree di Servizio che sono passate, senza alcuna gara, ad altri operatori, disposti ad attendere la fine della situazione di emergenza.

Evidenzio che l'Autostrada **A3** svolge un ruolo di forte integrazione con la viabilità ordinaria, garantendo la mobilità dei cittadini.

Il quadro fattuale descritto non consente ai Gestori alcuna possibilità di resistere all'emergenza e alle politiche commerciali (e di *pricing*) messe in atto dalle Compagnie petrolifere nell'assoluta assenza di rispetto per le proprie gestioni autostradali.

Da ultimo, i Gestori devono sopportare condizioni di prezzo al pubblico, loro raccomandate e di fatto imposte dalle Compagnie petrolifere affidatarie, assolutamente non competitive e fra le più elevate d'Italia (si registrano casi prezzi superiori di oltre 20 €/cent/lt. rispetto al prezzo raccomandato sulla viabilità ordinaria).

Nonostante tutto ciò, le Compagnie petrolifere responsabili del servizio omettono volontariamente di rinnovare e rinegoziare

gli Accordi economici stipulati con le Associazioni mie assistite in forza della legge n. 57/2001 e ormai da tempo scaduti, praticando unilaterali prassi contrattuali in abuso della dipendenza economica del singolo gestore.

La situazione descritta rende antieconomico l'esercizio delle attività di impresa dei singoli Gestori, onerati dai comodati in essere e privati del giusto guadagno di impresa atteso e tutelato dalle normative del settore.

Per le ragioni esposte, facendo espresso richiamo alla diffida a Voi trasmessa dalle Associazioni mie assistite e datata 29.05.2015

INVITO E DIFFIDO

le Compagnie petrolifere destinatarie a dare immediato corso alle trattative necessarie per la sottoscrizione di nuovi accordi economici, conformi alle disposizioni di legge vigenti, che possano consentire il superamento della grave crisi economica che grava i Gestori delle Aree di Servizio presenti sul tratto autostradale A3 Salerno – Reggio Calabria.

In difetto sarò costretto mio malgrado ad adire le Autorità tutte competenti.

La presente viene formalmente inoltrata ai Presidenti di

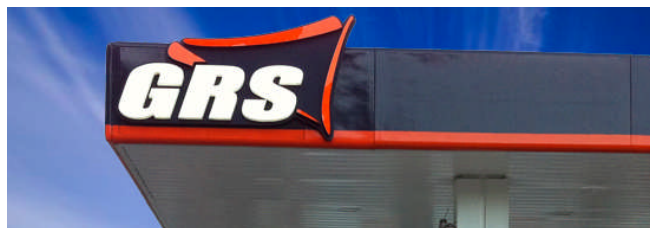
Regione Campania, Basilicata e Calabria, affinché nell'esercizio delle rispettive competenze e prerogative istituzionali, oltre che nella loro qualità di enti che rilasciano le necessarie concessioni pubbliche, amministrative e petrolifere, intervengano presso le Compagnie petrolifere affidatarie al fine di ottenere l'immediata definizione di una politica di pricing adeguata alla primaria rilevanza del tratto autostradale in questione, nel rispetto dell'interesse primario dell'utilizzatore.

>>



SICILIA: LA «RICETTA» DEI CONTRATTI DI APPALTO DI SERVIZI

— 2 agosto 2015



Da **QUOTIDIANO ENERGIA** [per g.c.] segnaliamo la seguente intervista rilasciata nei giorni scorsi alla testata giornalistica da **GRS PETROLI** sia per la sua rappresentatività degli assetti che sta assumendo la rete distributiva di carburanti della Sicilia sia per il quadro delle relazioni commerciali e contrattuali che questo gruppo distributivo ipotizza nell'evoluzione del proprio marchio.

<<In un momento certo non facile per il downstream nazionale, c'è chi è convinto che il settore possa riservare ancora opportunità, a patto che si dimostri pronto ad evolvere. È il caso di **GRS PETROLI**, storico partner siciliano di **Q8**, che alla fine dello scorso anno ha acquisito per 30 milioni di euro i 220 punti vendita di **ERG OIL SICILIA**, di cui il 70% prenderà i colori di **Q8** e il restante 30% quelli del nuovo marchio **EOS** (di proprietà di **GRS**).

QUOTIDIANO ENERGIA ha fatto il punto sull'operazione e sui piani futuri del gruppo **Grs** con l'Amministratore Delegato della società nonché presidente del Consiglio di Amministrazione di **EOS**, **Davide Maniscalco**.

D: A che punto è il rebranding dei punti vendita ex Erg Oil Sicilia?

R: Il processo di rebranding sta andando avanti velocemente, compatibilmente con le autorizzazioni dei Comuni. Al momento abbiamo concluso 30 cantieri, soprattutto nella Sicilia Orientale, mentre nell'area di Palermo siamo ancora un po' indietro, ma stanno arrivando i necessari via libera comunali. Stimiamo di concludere l'operazione al massimo entro fine anno.

D: Come sta andando il nuovo marchio Eos? Quale sarà la sua politica di prezzo rispetto ai vostri impianti con i colori di Q8?

R: Per Eos abbiamo fatto partire un progetto «pilota» a Siracusa. Si tratta di un **punto vendita nel centro commerciale**

AUCHAN di Melilli e sta avendo un buon successo in termini di nuovi volumi. È un marchio che piace e la nostra strategia è ovviamente quella di attribuire maggiore massa critica a questi colori. La possibilità che sostituisca Grs è uno dei nostri obiettivi a tendere. **Per le no-logo l'unica leva commerciale è il prezzo** e qui sicuramente Eos si distinguerà dalla bandiera di Q8, anche perché in questo secondo caso la politica commerciale segue logiche diverse nell'ambito del rapporto di convenzionamento e ci sono margini lordi differenti.

D: Per il downstream non è un momento facile. Quanto ha contato avere un partner come Q8 per intraprendere l'acquisizione dei punti vendita ex Erg Oil Sicilia? Come si svilupperà la vostra collaborazione?

R: Noi crediamo fortemente nel settore e continuiamo a vedere opportunità. Non mancano le criticità, ma c'è un margine che ancora tiene. Probabilmente serviranno interventi sia sui rapporti contrattuali che disciplinano la filiera distributiva che su un'auspicabile segmentazione della rete. La partnership con Q8, con cui abbiamo un rapporto di macro-convenzionamento classico con forniture in esclusiva merceologica e licenza d'uso del marchio, è stata decisiva. È una compagnia che come dimostra l'acquisizione del downstream **SHELL** investe molto in Italia. La collaborazione è solida e si pensa anche al futuro. Al riguardo è stata significativa la visita del numero uno **Alessandro GILOTTI** a Palermo lo scorso 20 luglio: da un lato si è celebrata l'acquisizione di Erg Oil Sicilia da parte del gruppo Grs e, dall'altro si è parlato anche di ipotesi di sviluppo. Sicuramente ci sarà un ulteriore consolidamento della nostra posizione: prevediamo senz'altro nuove operazioni.

D: Su cosa si basa la vostra ricetta per la rete siciliana?

R: Secondo noi la rete può funzionare se, all'esito di una concreta ed auspicabile razionalizzazione, diventa flessibile e se c'è una molteplicità di offerta. **Quello che abbiamo in animo è creare laddove possibile una rete totalmente automatizzata, magari sviluppata con il partner petrolifero che ha una vasta esperienza in materia, prevedendo inoltre dei diversi formati contrattuali che trasformino il gestore nell'appaltatore di un servizio distributivo.**

In Sicilia, inoltre, si sta intensificando il fenomeno dell'infiltrazione extrarete su rete, per cui ci stiamo concentrando su sottoscrizione di un protocollo di

figisc anisa news

NOTA INFORMATIVA A CURA DELLA SEGRETERIA NAZIONALE FIGISC ANISA

collaborazione con le autorità di vigilanza che consenta di arginare questa pratica distorsiva della concorrenza che vede l'immissione su rete «brandata» di prodotto proveniente da depositi commerciali e fiscali, contravvenendo ai vincoli di fornitura in esclusiva merceologica.>>



LA BORSA DEI CARBURANTI, OVVERO IL PLATT'S «INDIGENO»

— 2 agosto 2015



*Sulla istituzione della «borsa nazionale dei carburanti», che potrebbe partire dal prossimo anno e sulla quale sono in atto consultazioni sulle piattaforme operative, pubblichiamo [per g.c.] l'articolo comparso venerdì 31 luglio su **STAFFETTA**, a titolo «Borsa carburanti, dubbi e curiosità».*

*Che l'istituzione di una specie di **Platt's made in Italy**, peraltro pensato in tempi diversi da quelli attuali, sostanzialmente garantito da un soggetto pubblico come il Gestore dei Mercati Elettrici, «cambi la vita» al settore rispetto alla ai costi dei prodotti finiti attinenti alla distribuzione dei carburanti è cosa tutta da verificare in futuro e dipenderà dall'interesse degli operatori e dall'effettiva capacità di questo nuovo strumento di rappresentare realmente un mercato che, se riferibile solo al contesto nazionale, appare già in partenza decisamente limitato ed ovviamente comunque connesso e dipendente da molto più ampi mercati internazionali, anche se solo di area.*

Ciò che, invece – al di là di «sovrastrutture» come il Platt's made in Italy –, è già cambiato di suo è il settore della distribuzione, a valle della filiera petrolifera, sempre più avviato verso una progressiva terziarizzazione ed un abbandono di questa fase da parte dei tradizionali protagonisti – proprio perché la modesta capacità di questo segmento di remunerare investimenti e produrre profittabilità non rientra più nelle loro strategie –.

Con tutto quel che ne segue nella parte davvero terminale della filiera, ossia di quelle figure professionali e d'impresa – i gestori – che finora erano stati per un lungo periodo

funzionali, nel bene e nel male, ad un sistema integrato e ad un modello che si sta rapidamente sbriciolando.

<< Potrebbe in teoria partire già alla fine dell'anno la **borsa carburanti** gestita dal **Gestore dei Mercati Elettrici – GME**. Le proposte di regolamento messe in consultazione in settimana sono infatti l'ultimo passaggio prima dell'approvazione definitiva con decreto del ministero dello Sviluppo economico. Al momento nel settore si registra curiosità, unita a qualche dubbio.

L'idea della borsa carburanti e della piattaforma logistica nacque al ministero dello Sviluppo economico alla fine del 2009, dall'allora Capo Dipartimento Bortoni, con l'intenzione di «liberare» il mercato petrolifero a monte, con un'impronta ricalcata sugli altri mercati regolati, quelli dell'energia elettrica e del gas. Ma l'ipotesi prese corpo all'inizio del 2012, con il decreto liberalizzazioni del governo Monti: nella fase di conversione in legge, fu approvato un emendamento parlamentare che disponeva che nel decreto legislativo di recepimento della direttiva sulle scorte petrolifere fosse inserito il progetto della borsa carburanti. La prima metà del 2012, ricordiamo, vide il *record* storico dei prezzi dei carburanti alla pompa, con la benzina vicina ai due euro al litro e il gasolio poco sotto. Il numero delle pompe bianche era circa la metà di quello di oggi. Gli «*stacchi Italia*» dalle medie europee erano intorno ai quattro centesimi al litro.

Oggi il mercato è completamente liberalizzato a valle (se escludiamo l'obbligo di Gpl e metano, oggetto di un nuovo intervento nel ddl Concorrenza); i prezzi, per quanto risaliti dai minimi di gennaio, sono ora di nuovo in calo e il tema dei carburanti è decisamente scivolato in basso tra le priorità della politica e della comunicazione. Gli «*stacchi Italia*» sono ormai da diversi mesi intorno a un centesimo di euro al litro, quando non addirittura negativi. Il mercato è ancora «*lunguissimo*».

Una situazione dunque completamente diversa, che a maggior ragione pone in primo piano la questione del senso e delle caratteristiche di un mercato organizzato all'ingrosso.

Il primo giro di opinioni e consultazioni, lo scorso anno, è servito a dare al **GME** un'idea delle caratteristiche di base di un mercato completamente nuovo e sostanzialmente diverso da quelli dell'energia elettrica e del gas. A quanto pare da una prima lettura delle proposte di regolamenti sono state recepite molte delle richieste degli operatori: la partecipazione ai mercati è facoltativa, come pure l'accettazione delle offerte, e

il requisito minimo per la partecipazione alla borsa carburanti è il possesso di una licenza UTF. Un elemento che salvaguarda il mercato dall'intervento di operatori spregiudicati che imperversano ultimamente sul mercato con offerte quantomeno sospette, frutto molto probabilmente di illeciti. Quanto alla piattaforma logistica, si tratta di una sorta di «bacheca», con funzione descrittiva. Il **GME** sembra dunque aver adottato un approccio (giustamente) minimalista, probabilmente dettato anche dalla «cessata emergenza» sui prezzi.



.....D'altronde i prodotti petroliferi sono solo parzialmente standardizzabili, come lo sono invece l'elettrone o la molecola di metano, e tanto meno lo è la capacità logistica, del tutto diversa dalle reti elettriche o del gas. Quanto al segnale di prezzo che potrà uscire dalla borsa, è difficile

contraddire quanto affermato dall'allora direttore del **Platts**, Jorge Montepeque: i prezzi non potranno che essere quelli del Mediterraneo, un mercato enormemente più liquido. «*I mercati – disse Montepeque – sono talmente interconnessi che non è possibile avere un prezzo diverso. Se il mercato in Italia fosse molto grande e avesse un numero sufficiente di partecipanti, allora dovrebbe avere il proprio benchmark*».

Ora, per quanto «leggeri» possano essere, questi mercati avranno comunque dei costi. Per partecipare alla borsa carburanti bisogna pagare delle commissioni – e già questo ne restringe l'appetibilità, in un mercato che gioca da qualche anno sul millesimo in più o in meno. La speranza è che non ci siano anche costi nascosti, anche perché liquidità e affidabilità non si acquisiscono da un giorno all'altro.

Ad essere interessati all'operazione dovrebbero essere soprattutto i retisti, che in passato hanno puntato il dito contro l'oligopolio sulla logistica e iniziano da qualche tempo ad affacciarsi sul mercato *cargo* per ottenere forniture a prezzi migliori. Eppure nessun commento è ancora giunto dall'associazione di settore. Certo è che molti sono legati a contrattazioni «vecchio stile» – e forse non si tratta solo di una «tradizione» ma semplicemente di una modalità che, vista la quantità di variabili in gioco, si adatta meglio al tipo di mercato in questione.>>

PRIMO SEMESTRE ENI: RETE GIÙ EXTRARETE SU

— 2 agosto 2015



Proponiamo di seguito – citando dalla relazione ufficiale di ENI sui risultati del secondo trimestre e del primo semestre 2015 – una serie di dati relativi alle vendite in rete ed extrarete del Cane a sei zampe che evidenziano fenomeni già noti, ma fortemente indicativi delle tendenze in atto nel settore rispetto al ruolo della rete, dei marchi petroliferi e dei prezzi.

ENI attribuisce le perdite in rete alla «forte pressione competitiva», che peraltro è essa stessa – beninteso non unica – ad alimentare nel circuito extrarete con le specifiche politiche di prezzo ad esso riservate.

Oltre a tali dati, riportiamo [g.c.] testualmente anche i commenti delle due testate informative del settore che sottolineano assai opportunamente la corretta «lettura» dei dati stessi.

Certamente, anche da questi elementi, vi sono numerosi motivi di riflessione da porre all'attenzione delle Organizzazioni sindacali della categoria dei gestori, in merito ai processi in atto, alla tenuta delle intese codificate dagli accordi e, più in genere, alla reale capacità dell'attuale sistema di rapporti commerciali e contrattuali gestori-compagnie di poter rispondere ad un sempre più radicale cambiamento degli assetti del settore.

<<Refining & Marketing

Nel secondo trimestre 2015 il margine indicatore Eni (Standard Eni Refining Margin – SERM) ha quadruplicato il suo valore

rispetto al livello particolarmente depresso del secondo trimestre 2014 per effetto del calo della quotazione del *marker* Brent nonché dell'apprezzamento della benzina in un contesto di indisponibilità di impianti di produzione per fermate manutentive. Tuttavia rimangono i fattori di debolezza strutturale dell'industria di raffinazione europea connessi alla debolezza della domanda, all'eccesso di capacità e alla pressione competitiva dei raffinatori di Russia, Asia e Stati Uniti con strutture di costo più efficienti. Le **vendite di prodotti petroliferi nel mercato rete Italia** sono state di 1,50 milioni di tonnellate nel secondo trimestre, evidenziando una **contrazione del 6,2 % a causa principalmente della forte pressione competitiva**. La quota di mercato è pari al **24,3 % nel secondo trimestre 2015, in calo di 1,9 punti percentuali rispetto allo stesso periodo dell'anno precedente (26,2 %)**.

Le **vendite extrarete in Italia** (2,01 milioni di tonnellate nel secondo trimestre; 3,72 milioni di tonnellate su base semestrale) hanno registrato un **aumento** di circa 220 mila tonnellate, **pari al 12,3 %** rispetto al secondo trimestre 2014 (+7,2 % nel semestre) con incrementi principalmente nelle vendite di gasolio, bunkeraggi ed anche per effetto della crescita dei consumi, parzialmente compensati dai minori volumi commercializzati di prodotti secondari e lubrificanti. **La quota di mercato extrarete media nel secondo trimestre si attesta al 27,1 % (26,2 % nel trimestre 2014).**>>

Rispetto alla media delle vendite del primo semestre degli anni dal 2006 al 2014, che si attestava su 3,97 milioni di tonnellate, la performance del primo semestre 2015, con 2,85 milioni di tonnellate, segna un crollo del 28,3 % e del 6,6 % invece rispetto al primo semestre del 2014.

Per i dati trimestrali ed annuali dal 2006 al secondo trimestre 2015 si veda la seguente tabella:

Vendite trimestrali ed annuali ENI in rete Italia – Mln tonnellate

Anno	I°	II°	III°	IV°	Tot
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
2014	1,45	1,60	1,58	1,51	6,14
2015	1,35	1,50			

Quanto alle quote di mercato sulla rete il primo ed il secondo trimestre 2015 toccano il punto più basso almeno dal 2006, rispettivamente con un 24,2 % ed un 24,3 %. E se la quota mercato del secondo trimestre 2015 migliora sul primo trimestre solamente di un +0,4 %, essa è peggiorativa rispetto al quarto trimestre 2014 nell'ordine di un paio di punti percentuali e ancor maggiormente peggiorativa – nell'ordine di circa sette punti percentuali in meno – rispetto al corrispondente trimestre dello scorso anno.

Sono lontani anni luce i tempi d'oro del terzo trimestre 2012 [l'estate degli «scontoni»] in cui **ENI** aveva toccato il picco del 34,3 % della quota di mercato: il secondo trimestre 2015 è inferiore di 29 punti percentuali a quel picco, ma anche rispetto alle medie annue dal 2006 al 2014 [quota media del 30,4 %] il secondo trimestre 2015 ha perso il 18 %.

Dati annuali e trimestrali delle quote di mercato dal 2006 al primo trimestre 2015 sono contenuti nel seguente prospetto:

Quote di mercato trimestrali ed annuali ENI in rete Italia 2006-2015

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%	27,9%	27,2%	25,9%	27,5%
2014	25,9%	26,2%	25,4%	24,7%	25,5%
2015	24,2%	24,3%			



Quanto alle **vendite in extrarete**, occorre dire che esse hanno rappresentato almeno dal 2006 **volumi sempre superiori alle vendite in rete**: nel 2006, ad esempio, esse superavano del 36 % i volumi della rete fino a discendere nel 2009 al 7 % in più. Dal 2010 è iniziata una risalita che ha riportato le vendite in extrarete ad essere nel 2013 superiori del 26 % a quelle della rete e nel 2014 superiori del 23 %. Nel primo semestre 2015 i volumi in extrarete superano del 31 % quelli della rete. Per i dati trimestrali ed annuali dal 2006 al secondo trimestre 2015 si veda la seguente tabella:

Vendite trimestrali ed annuali ENI in extrarete Italia – Mln tonnellate

Anno	I°	II°	III°	IV°	Tot
2006	2,94	2,90	2,97	2,93	11,74
2007	2,61	2,66	2,85	2,97	11,09
2008	2,56	2,80	2,90	2,89	11,15
2009	2,41	2,25	2,43	2,47	9,56
2010	2,04	2,33	2,50	2,58	9,45
2011	2,19	2,22	2,47	2,48	9,36
2012	2,06	2,18	2,20	2,18	8,62
2013	1,86	2,08	2,26	2,17	8,37
2014	1,68	1,79	2,12	1,98	7,57
2015	1,71	2,01			

Il commento di QUOTIDIANO ENERGIA

<<Venendo alla semestrale **ENI**, da sottolineare che continua la perdita di quota di mercato in rete e viceversa un forte incremento delle vendite in extrarete.

Mai dati sono stati così esemplificativi della politica commerciale che viene attuata dalla compagnia.

Con questi presupposti e anche in considerazione del grande

slancio che potrà derivare al mercato all'ingrosso [extrarete] dalla suddetta piattaforma [si riferisce alla **borsa italiana dei carburanti**, di cui abbiamo riferito in questo stesso numero di **Figisc Anisa News**], si può pronosticare un prossimo sorpasso della «compagnia no-logo» pronta a diventare la prima realtà di mercato in Italia. Infatti dagli ultimi dati disponibili, che riguardano il primo semestre 2015, la quota di **ENI** è risultata del 24,3 %, in calo dell'1,9 % sull'anno precedente e quella delle reti *no-logo* del 23 %, in incremento del 2 % sul 2014.>>

Il commento di STAFFETTA QUOTIDIANA

<<Tra gli ultimi dati trimestrali di **ENI**, colpisce l'aumento delle vendite di carburanti in extrarete. Prima di tutto per la sua entità: +12,3 % nel trimestre, misura analoga al calo registrato lo scorso anno (-13,9 %). Ma il dato è interessante soprattutto perché può segnalare un cambiamento nelle strategie aziendali. Dal 2011 le vendite **ENI** in extrarete hanno conosciuto un calo pressoché costante, passando dal 30 % al 26 % circa del mercato. **Sembra dunque che ENI abbia deciso di approfittare della crescita delle pompe bianche per**

bilanciare l'emorragia di volumi sulla rete a marchio, come d'altronde fanno da qualche anno le compagnie concorrenti [vedere *Staffetta* del 18/03, che citiamo subito dopo], magari penalizzando le convenzioni con i retisti e spingendoli a farsi «bianchi». Una specie di «smobilitazione» dagli asset propri, siano essi punti vendita o contratti di convenzionamento, a vantaggio di un settore, cioè quello extrarete, che offre la flessibilità necessaria in un mercato in rapidissima e continua evoluzione.>>

E infatti, sul numero del 18 marzo 2015, riferendo dati di bilancio relativi ancora all'anno 2013, **STAFFETTA** scriveva:

<<**KUPIT**: anche qui i volumi in extra rete, commercializzati dalla controllata **Quaser**, sono in netto aumento (+13%). Nella relazione **API** si legge ad esempio che l'andamento delle vendite in extrarete è negativo, fatta eccezione per il gasolio autotrazione, la cui *performance* (+3,71 %) «è sostenuta dai notevoli assorbimenti del canale rete 'no logo'». Anche per **ESSO** le vendite di benzina e gasolio auto in extra rete aumentano nettamente (+12,5%).>>