

PREZZI & ACCORDI (2): I CASI DI API-IP ED ESSO

— 18 maggio 2015



Dopo i casi di **ENI** e **Q8** – esaminati nel numero 17 di **Figisc Anisa News** dell'11 maggio – continua la valutazione sulle politiche di prezzo dei diversi marchi petroliferi, nell'intento di accertare, sia in relazione ad accordi intervenuti tra le parti, sia in loro assenza, come il mercato «reale» possa ragionevolmente fare considerare conseguibili obiettivi quali la «centralità del gestore» o le «condizioni eque per competere».

I casi proposti in questo numero sono quelli di **API-IP** e di **ESSO**.

Nel primo caso, quello di **API-IP**, la grande distanza sulle questioni economiche e normative ha impedito di raggiungere una sintesi minimamente accettabile perché le Organizzazioni di categoria sottoscrivessero un accordo con la compagnia. Questa è scesa direttamente alle singole gestioni a trattare condizioni e formule commerciali: il risultato è – come si vedrà qui di seguito – che nonostante questa «mano libera» sul

gestore che avrebbe dovuto assicurare massima flessibilità e spregiudicatezza all'azienda per posizionarsi sul mercato, le politiche commerciali di **API-IP** sono assai deludentemente efficaci sul piano della competitività sia con gli altri marchi che, ovviamente, con gli impianti *no-logo*.

Nel secondo caso, quello di **ESSO**, si ricorderà che – dopo la lunga stagione del mancato rinnovo degli accordi con i gestori e delle proposte «indecenti» sulle nuove figure professionali con cui l'industria petrolifera stava incartando il settore da anni –, quello con **ESSO** fu il primo rinnovo di accordi, salutato come la «prima breccia nel muro» eretto dalle controparti, dando il segnale alla ripresa di relazioni più normali nel settore, anche se comunque esse sono poi state contrassegnate da accordi sotto il profilo economico definibili «di solidarietà» e abbastanza indefiniti ed astratti sui nodi cruciali del mercato, quali appunto, le famose «condizioni eque per competere».

E tuttavia, il caso **ESSO**, come si vede in appresso dai numeri, evidenzia – a differenza degli altri casi fin qui esaminati – una più solida impostazione di politica commerciale sui prezzi, che riesce ad esprimere una certa capacità competitiva certamente più dinamica ed efficace rispetto al mercato di riferimento.

E non c'è dubbio che, al di là di ogni volonteroso e generoso tentativo di riportare al centro del discorso l'osservanza delle regole, il rispetto dei diritti, l'intangibilità del margine, ecc., ed in presenza di una lunga fase di falcidia di erogati e di margini, sono le politiche di prezzo ad indicare con l'unica oggettività possibile se e come le aziende intendano stare in primo luogo sul mercato, con tutto ciò che questo – davvero e non solo teoricamente – comporta per i gestori dei marchi, la cui «centralità» è un contenitore vuoto se significa meno erogati [così come, a loro volta, gli erogati sono un contenitore vuoto se non garantiscono margini remunerativi corretti], elementi che sono, appunto, gli erogati ed i margini, la conseguenza positiva o negativa a seconda dei casi delle così dette «condizioni per competere».

Monitorati, raccolti ed elaborati i dati dei prezzi nazionali medi in modalità, sia «self» che «servito», del «Dossier Prezzi» di **STAFFETTA** dal 17 febbraio al 14 maggio, intanto si conferma quanto già altre volte evidenziato sulla marcata differenza di prezzo tra l'una e l'altra modalità: un delta che non supera i 2,7-2,8 cent/litro per la rete *no-logo*, e che sale progressivamente dal minimo di 4,1-4,2 cent/litro di **TAMOIL**

al massimo di 13,6-13,7 cent/litro di **Q8**, con una media ponderata [calcolata cioè in base al numero degli impianti sul totale] della rete «colorata» di 8,7 cent/litro.

Delta servito su self – Euro/litro

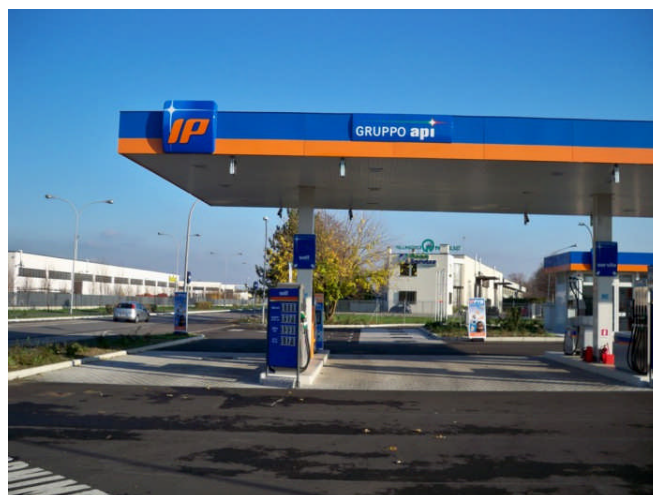
Benzina		Gasolio	
Q8	0,136	Q8	0,137
API-IP	0,099	API-IP	0,102
<i>COLORATI</i>	<i>0,087</i>	<i>COLORATI</i>	<i>0,087</i>
ENI	0,086	ENI	0,086
SHELL	0,083	SHELL	0,085
ESSO	0,075	ESSO	0,072
TOTAL ERG	0,064	TOTAL ERG	0,061
TAMOIL	0,041	TAMOIL	0,042
<i>NO-LOGO</i>	<i>0,028</i>	<i>NO-LOGO</i>	<i>0,027</i>

Non arriva ai valori estremi di **Q8**, ma anche il delta tra le due modalità di **API-IP** ha un valore che supera la media degli impianti «colorati», attestandosi attorno ai 10 cent/litro, mentre nel caso di **ESSO** l'entità del differenziale tra modalità «self» e «servito» è inferiore alla media, pur mantenendosi abbastanza elevato, ossia leggermente oltre i 7 cent/litro.

Come la volta precedente – nella valutazione su **ENI** e **Q8** –, ci si domanda se ci sia una giustificazione per questo divario di prezzo.

Sul piano del ricavo aziendale – prezzo al netto di imposte, Platt's e sconto al gestore – il delta prezzo significa tra i 5 ed i 6 cent/litro sul «servito» in più rispetto al «self» – a seconda che si parli di **ESSO** o **API-IP**. Come già sottolineato, non è dovuto né alla libera iniziativa del gestore di rimpolpare il prezzo [ossia il cosiddetto «overprice» ammesso contrattualmente è lontanissimo da questi valori], né alla necessità di coprire il costo della – chiamiamola pure così – «incentivazione» del maggior margine contrattuale al gestore sul «servito», ossia il maggior costo per spingere il gestore alla *mission impossible* di vendere prodotto al prezzo meno competitivo a fronte sul mercato di un eccesso di offerta al prezzo più competitivo -, che vale, spanna più spanna meno, da un quarto ad un ottavo del divario di prezzo a seconda che si parli di **API-IP** od **ESSO**.

Come nell'analisi effettuata nel numero precedente di **Figisc Anisa News**, al di là della «tara» sul più o meno consistente delta prezzo tra «self» e «servito», i dati dei prezzi servono anche a valutare se i marchi offrano quantomeno un qualche grado di «competitività» rispetto al mercato complessivo. Ne è stata fatta una rilevazione sia su base nazionale che su base regionale per ciascuno dei due casi in oggetto.



CASO API-IP

Sulla base dei prezzi medi di marchio nazionali, il posizionamento di **API-IP** è quello espresso dalle due tavole che seguono: scontate le pesanti differenze di prezzo sui *no-logo* [su cui il marchio ha prezzi più alti per la benzina di 4,8 cent/litro sul «self» e di 11,9 sul «servito», per il gasolio di 4,5 cent litro sul «self» e di 12,0 sul «servito»], i prezzi di **API-IP** sono più alti anche rispetto ai competitors petroliferi almeno su quattro altri marchi per la benzina in «self» e su addirittura cinque per la benzina in «servito» e per il gasolio sia in «servito» che in «self».

Posizionamento prezzo API-IP su concorrenti – Benzina

Self		Servito	
NO-LOGO	+0,048	NO-LOGO	+0,119
ESSO	+0,018	TAMOIL	+0,061
SHELL	+0,014	ESSO	+0,042
Q8	+0,005	SHELL	+0,030
TAMOIL	+0,003	TOTALERG	+0,023
ENI	=0,000	ENI	+0,013
TOTALERG	-0,012	Q8	-0,032

Posizionamento prezzo API-IP su concorrenti – Gasolio

Self		Servito	
NO-LOGO	+0,045	NO-LOGO	+0,120
SHELL	+0,017	TAMOIL	+0,066
ESSO	+0,014	ESSO	+0,044
Q8	+0,008	SHELL	+0,034
ENI	+0,007	TOTALERG	+0,034
TAMOIL	+0,006	ENI	+0,023
TOTALERG	-0,007	Q8	-0,027

Scendendo ad un livello di maggior dettaglio, ossia a livello regionale, con lo stesso criterio di esporre le differenze di prezzo distintamente rispetto agli altri *competitors* petroliferi [tra un minimo ed un massimo] e rispetto ai *no-logo* [si è scelto un dato attuale unico, quello del 12 maggio], dai risultati delle

seguenti tavole, si può dedurre che, in merito alla concorrenza con i *no-logo*, il prezzo **API-IP** è mediamente [media aritmetica dei singoli risultati regionali] più alto per la benzina di 4,0 cent/litro sul «*self*» – con punte di +8,7 – e di 11,9 sul «*servito*» – con punte di +17,2 –, per il gasolio di 4,4 cent litro sul «*self*» – con punte di +10,7 – e di 12,9 sul «*servito*» – con punte di +17,6 –; mentre rispetto alla concorrenza con gli altri marchi petroliferi [a parte due/tre eccezioni in cui non vi sono marchi con prezzo più basso] il dato significativo medio [sempre di media aritmetica dei singoli risultati regionali si parla] è che lo *spread* di **API-IP** sul competitore più conveniente si posiziona per la benzina su 2,3 cent/litro sul «*self*» – con punte di +7,6 – e su 7,0 sul «*servito*» – con punte di +16,2 –, per il gasolio di 3,0 cent litro sul «*self*» – con punte di +8,6 – e di 7,9 sul «*servito*» – con punte di +16,2.

Posizionamento prezzo API-IP rispetto ad altri marchi e *no-logo* – Euro/litro – Benzina

Regione	Self Delta su marchi	Delta su no-logo	Regione	Servito Delta su marchi	Delta su no-logo
Abruzzo	+0,1+2,7	+6,3	Abruzzo	+3,3+3,9	+17,2
Basilicata	+1,2+3,4	+6,5	Basilicata	+2,6+8,1	+13,1
Calabria	=0,0	+0,4	Calabria	+3,5+6,6	+11,5
Campania	+0,1+4,7	+7,0	Campania	+0,9+8,9	+14,6
Emilia R.	+0,2+3,2	+4,9	Emilia R.	+2,4+16,2	+14,7
Friuli V. G.	+0,4+1,9	+3,3	Friuli V. G.	+0,4+7,8	+9,2
Lazio	+0,4+2,2	+4,4	Lazio	+1,9+7,1	+11,5
Liguria	+0,4+1,8	+4,7	Liguria	+0,7+1,7	+7,1
Lombardia	+0,7	+1,9	Lombardia	+0,5+5,6	+10,1
Marche	+1,9+2,7	+3,9	Marche	+1,8+8,7	+11,0
Molise	+0,4+1,3	+8,7	Molise	+2,1	+15,4
Piemonte	+0,9	+4,3	Piemonte	+0,2+6,3	+11,3
Puglia	=0,0	+0,5	Puglia	+3,8+7,2	+12,6
Sardegna	+0,1+2,3	+4,0	Sardegna	+3,1+8,6	+12,1
Sicilia	+3,0+3,9	+3,7	Sicilia	+1,6+4,2	+5,1
Toscana	+1,9+3,8	+4,6	Toscana	+0,5+1,2	+11,2
Trentino A. A.			Trentino A. A.		
Bolzano	+0,6+7,6	+7,4	Bolzano	+0,8+12,1	+15,6
Trento	+2,3	+2,0	Trento	+2,7+6,5	+12,1
Umbria	+1,8+2,4	+2,0	Umbria	+1,0+13,3	+14,6
Valle d'A.	+0,3	+1,3	Valle d'A.	+0,4+4,4	+5,1
Veneto	+1,2	+3,1	Veneto	+0,1+7,5	+15,4

Posizionamento prezzo API-IP rispetto ad altri marchi e *no-logo* – Euro/litro – Gasolio

Regione	Self Delta su marchi	Delta su no-logo	Regione	Servito Delta su marchi	Delta su no-logo
Abruzzo	+0,6+3,6	+5,7	Abruzzo	+0,5+4,9	+16,9
Basilicata	+0,3+8,6	+6,1	Basilicata	+0,4+8,6	+12,5
Calabria	=0,0	=0,0	Calabria	+5,9+8,7	+12,3
Campania	+0,2+4,6	+6,6	Campania	+0,1+9,3	+14,7
Emilia R.	+0,5+3,6	+5,0	Emilia R.	+1,5+7,5	+15,2
Friuli V. G.	+1,1+2,1	+4,8	Friuli V. G.	+0,6+3,8	+6,4
Lazio	+0,5+2,6	+4,7	Lazio	+1,6+7,3	+11,9
Liguria	+0,6+1,9	+4,7	Liguria	+1,0+2,3	+8,0
Lombardia	+1,6	+2,2	Lombardia	+1,7+6,4	+10,8
Marche	+0,7+2,6	+3,5	Marche	+0,9+8,9	+11,1
Molise	+1,1+4,6	+10,7	Molise	+1,3+4,9	+17,6
Piemonte	+0,2+1,5	+4,4	Piemonte	+0,9+6,7	+11,4
Puglia	=0,0	+0,6	Puglia	+1,0+9,8	+13,9
Sardegna	+1,1+3,9	+5,1	Sardegna	+1,1+10,0	+13,3
Sicilia	+0,1+4,9	+4,7	Sicilia	+7,3+12,1	+11,9
Toscana	+0,5+4,1	+5,2	Toscana	+0,2+3,4	+12,7
Trentino A. A.			Trentino A. A.		
Bolzano	+1,0+8,6	+8,5	Bolzano	+11,1+16,2	+17,4
Trento	+0,3	+2,5	Trento	+4,3+8,4	+13,2
Umbria	+1,7+2,3	+2,4	Umbria	+3,2+14,3	+15,9
Valle d'A.	=0,0	+2,9	Valle d'A.	+0,4+4,4	+7,2
Veneto	+1,1	+3,1	Veneto	+0,2+8,2	+16,3



CASO ESSO

Anche in questo caso, sulla base dei prezzi medi di marchio nazionali, il posizionamento di **ESSO** è quello espresso dalle due tavole che seguono: le differenze di prezzo sui *no-logo* [su cui il marchio ha prezzi più alti per la benzina di 3,0 cent/litro sul «*self*» e di 7,7 sul «*servito*», per il gasolio di 3,1 cent litro sul «*self*» e di 7,6 sul «*servito*»] hanno consistenze inferiori agli altri marchi finora considerati, come **ENI**, **API-IP** e **Q8**, i prezzi di **ESSO** sono più alti rispetto ai *competitors* petroliferi solamente su un unico altro marchio nella casistica per la benzina in «*servito*» e per il gasolio sia in «*servito*» che in «*self*», mentre per la benzina in «*self*» nessun altro marchio ha un prezzo inferiore.

Posizionamento prezzo ESSO su concorrenti – Benzina

Self		Servito	
NO-LOGO	+0,030	NO-LOGO	+0,077
SHELL	-0,004	TAMOIL	+0,019
Q8	-0,013	SHELL	-0,012
TAMOIL	-0,015	TOTALERG	-0,019
API-IP	-0,018	ENI	-0,029
ENI	-0,018	API-IP	-0,042
TOTALERG	-0,030	Q8	-0,074

Posizionamento prezzo ESSO su concorrenti – Gasolio

Self		Servito	
NO-LOGO	+0,031	NO-LOGO	+0,076
SHELL	+0,003	TAMOIL	+0,022
Q8	-0,006	SHELL	-0,010
ENI	-0,007	TOTALERG	-0,010
TAMOIL	-0,008	ENI	-0,021
API-IP	-0,014	API-IP	-0,044
TOTALERG	-0,021	Q8	-0,071

A livello di maggior dettaglio, ossia a livello regionale, con lo stesso criterio di esporre le differenze di prezzo distintamente rispetto agli altri *competitors* petroliferi [tra un minimo ed un massimo] e rispetto ai *no-logo* [si è scelto un dato attuale unico, quello del 12 maggio], i dati sono evidenziati di seguito..

Dai risultati delle tavole seguenti, si può dedurre che, in merito alla concorrenza con i *no-logo*, il prezzo **ESSO** è mediamente [media aritmetica dei singoli risultati regionali] più alto per la benzina di 2,9 cent/litro sul «*self*» – con punte di +5,6 – e di 7,0 sul «*servito*» – con punte di +16,3 -, per il gasolio di 2,7 cent litro sul «*self*» – con punte di +6,1 – e di 6,3 sul «*servito*» – con punte di +16,0 -; mentre rispetto alla concorrenza con gli altri marchi petroliferi [con frequenti casi in cui non vi sono marchi con prezzo più basso] il dato significativo medio [sempre di media aritmetica dei singoli risultati regionali si parla] è che lo *spread* di **ESSO** sul competitore più conveniente si posiziona per la benzina su 1,2 cent/litro sul «*self*» – con punte di +3,4 – e su 1,7 sul «*servito*» – con punte di +6,9 -, per il gasolio di 1,2 cent litro sul «*self*» – con punte di +6,2 – e di 1,3 sul «*servito*» – con punte di +5,9 -.

Posizionamento prezzo ESSO rispetto ad altri marchi e *no-logo* – Euro/litro – Benzina

Self			Servito		
Regione	Delta su marchi	Delta su no-logo	Regione	Delta su marchi	Delta su no-logo
Abruzzo	+0,2+1,2	+4,8	Abruzzo	+1,4	+13,3
Basilicata	+0,2+2,2	+5,3	Basilicata	+3,3	+8,3
Calabria	+0,3+1,5	+1,9	Calabria	+0,2	+5,1
Campania	=0,0	+2,3	Campania	=0,0	+5,7
Emilia R.	+0,2+3,4	+5,1	Emilia R.	+1,0	+9,1
Friuli V. G.	+1,3	+2,7	Friuli V. G.	=0,0	+1,2
Lazio	=0,0	+2,2	Lazio	+1,5	+5,9
Liguria	+0,1+1,4	+4,3	Liguria	=0,0	+5,4
Lombardia	+0,2+2,3	+3,5	Lombardia	+0,3+3,8	+8,3
Marche	+0,8	+2,0	Marche	+6,9	+9,2
Molise	=0,0	+5,6	Molise	+0,9+3,0	+16,3
Piemonte	+0,3+1,4	+4,8	Piemonte	+2,2+6,1	+11,1
Puglia	+0,5	+1,0	Puglia	+0,8	+6,2
Sardegna	+1,0	+2,7	Sardegna	+0,2	+3,7
Sicilia	=0,0	-0,2	Sicilia	+1,2	+2,1
Toscana	+0,7	+1,5	Toscana	=0,0	+10,0
Trentino A. A.			Trentino A. A.		
Bolzano	+1,6	+1,4	Bolzano	=0,0	+2,6
Trento	+0,8	+2,8	Trento	=0,0	+5,6
Umbria	+0,2+0,6	+0,2	Umbria	+0,3	+1,6
Valle d'A.	+1,4+1,7	+2,7	Valle d'A.	+1,1+5,8	+7,4
Veneto	+1,6+3,1	+5,0	Veneto	+0,7	+8,6

Posizionamento prezzo ESSO rispetto ad altri marchi e *no-logo* – Euro/litro – Gasolio

Self			Servito		
Regione	Delta su marchi	Delta su no-logo	Regione	Delta su marchi	Delta su no-logo
Abruzzo	+1,0+1,8	+3,9	Abruzzo	+0,1+1,1	+12,0
Basilicata	+0,9	+3,0	Basilicata	+2,4	+6,3
Calabria	+0,5+0,6	+0,4	Calabria	=0,0	+3,6
Campania	=0,0	+2,0	Campania	=0,0	+5,4
Emilia R.	+0,7+3,1	+4,5	Emilia R.	=0,0	+7,7
Friuli V. G.	+0,2+2,3	+5,0	Friuli V. G.	=0,0	+2,6
Lazio	=0,0	+2,1	Lazio	+0,9	+5,5
Liguria	+0,1+1,0	+3,8	Liguria	=0,0	+5,7
Lombardia	+0,2+2,2	+2,8	Lombardia	+2,5+2,6	+7,0
Marche	+0,8	+1,7	Marche	+1,0+5,9	+8,1
Molise	=0,0	+6,1	Molise	+0,4+3,3	+16,0
Piemonte	+0,4+1,3	+4,2	Piemonte	+1,4+5,1	+9,8
Puglia	=0,0	+0,6	Puglia	=0,0	+4,1
Sardegna	+0,8+1,8	+3,0	Sardegna	+1,1	+4,4
Sicilia	=0,0	-0,2	Sicilia	+0,8	+1,7
Toscana	+0,2	+1,3	Toscana	=0,0	+9,3
Trentino A. A.			Trentino A. A.		
Bolzano	+1,4	-0,1	Bolzano	=0,0	+1,2
Trento	=0,0	+2,2	Trento	=0,0	+4,8
Umbria	+0,6+1,0	+0,7	Umbria	+0,6	+2,2
Valle d'A.	+0,5+1,2	+4,1	Valle d'A.	+1,0+4,0	+6,8
Veneto	+0,2+6,2	+4,9	Veneto	=0,0	+8,1

Nelle due situazioni si registrano non poche sostanziali differenze:

- un differenziale del prezzo – tra modalità «*self*» e modalità «*servito*» – diversamente consistente che nel caso di **API-IP** è superiore da 2 a 3 cent/litro rispetto ad **ESSO**;
- un livello di competitività con gli impianti *no-logo* marcatamente inefficace nel caso di **API-IP**, più dinamico nel caso di **ESSO**, anche se nel caso della modalità «*servito*» i differenziali sono ancora molto sfavorevoli;
- un livello di competitività con gli altri marchi petroliferi decisamente diverso tra l'ambiente **API-IP**, caratterizzato da inefficacia sia in modalità «*self*» che in modalità «*servito*» su parecchi altri marchi più convenienti, e quello **ESSO**, in cui invece si rileva un buon livello di efficacia e numerose

casistiche di *leadership* della convenienza del prezzo.

API-IP, ENI, ESSO E Q8 A CONFRONTO

Dopo l'analisi dei dati relativi a quattro marchi, **API-IP**, **ENI**, **ESSO** e **Q8**, si può cominciare a stabilire una specie di classifica di competitività comparata – che verrà completata nel prossimo numero di **Figisc Anisa News** con i casi di **TAMOIL** e **TOTALERG** -: nelle due tavole successive infatti è espressa, in ordine decrescente

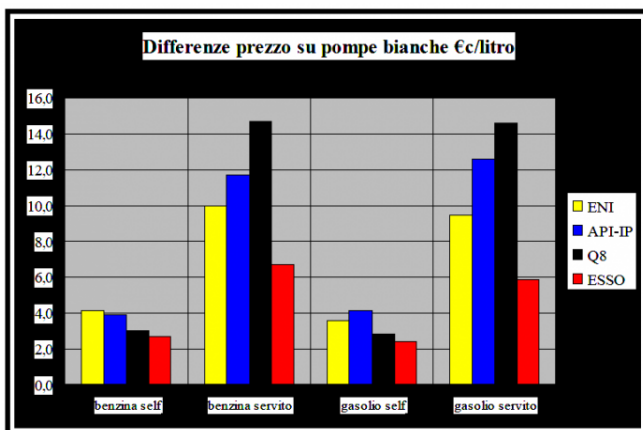
- la differenza dei prezzi tra ciascuno dei quattro marchi ed i prezzi dei *no-logo* per ciascun prodotto e modalità di servizio;
- la differenza dei prezzi tra ciascuno dei quattro marchi ed i prezzi del marchio più conveniente per ciascun prodotto e modalità di servizio.

Il delta dei prezzi è peraltro calcolato in media ponderale nazionale come risultato del prodotto del differenziale riscontrato in ciascuna regione ed il peso percentuale regionale degli impianti del singolo marchio.

Delta prezzo €/litro su *no-logo*

Benzina self	cent/lt.	Benzina servito	cent/lt.	Gasolio self	cent/lt.	Gasolio servito	cent/lt.
ESSO	2,7	ESSO	6,7	ESSO	2,4	ESSO	5,9
Q8	3,0	ENI	10,0	Q8	2,8	ENI	9,5
API-IP	3,9	API-IP	11,7	ENI	3,6	API-IP	12,6
ENI	4,1	Q8	14,7	API-IP	4,1	Q8	14,6

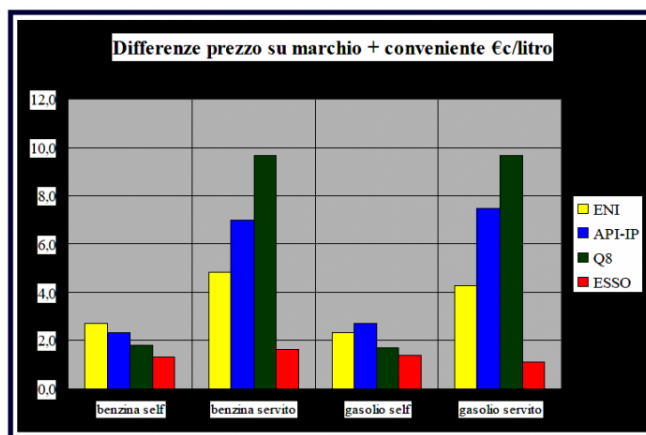
Grafico delta prezzo €/litro su *no-logo*



Delta prezzo €/litro su marchio più conveniente

Benzina self	cent/lt.	Benzina servito	cent/lt.	Gasolio self	cent/lt.	Gasolio servito	cent/lt.
ESSO	1,3	ESSO	1,6	ESSO	1,4	ESSO	1,1
Q8	1,8	ENI	4,8	Q8	1,7	ENI	4,3
API-IP	2,3	API-IP	7,0	ENI	2,3	API-IP	7,5
ENI	2,7	Q8	9,7	API-IP	2,7	Q8	9,7

Grafico delta prezzo €/litro su marchio più conveniente



Ciò che sinteticamente si può dire dall'esame dei dati è che :

- ESSO** risulta il marchio «meno non competitivo», nel senso che i prezzi di questa compagnia nelle diverse modalità sono quelli meno lontani da quelli della concorrenza dei *no-logo* e che sono tra i più convenienti nel confronto con i prezzi dei più importanti e diffusi altri marchi petroliferi ;
- ENI** in misura intermedia, ed in misura decisamente maggiore **API-IP** e **Q8**, si collocano decisamente a distanza dalla situazione di **ESSO**, sia in riferimento alla competitività rispetto ai prezzi dei *no-logo* che rispetto ai prezzi delle altre *major* petrolifere, con una particolare tendenza che si può solo definire «a non voler affatto competere» per quanto riguarda i prezzi nelle modalità «servito».

[G.M.]