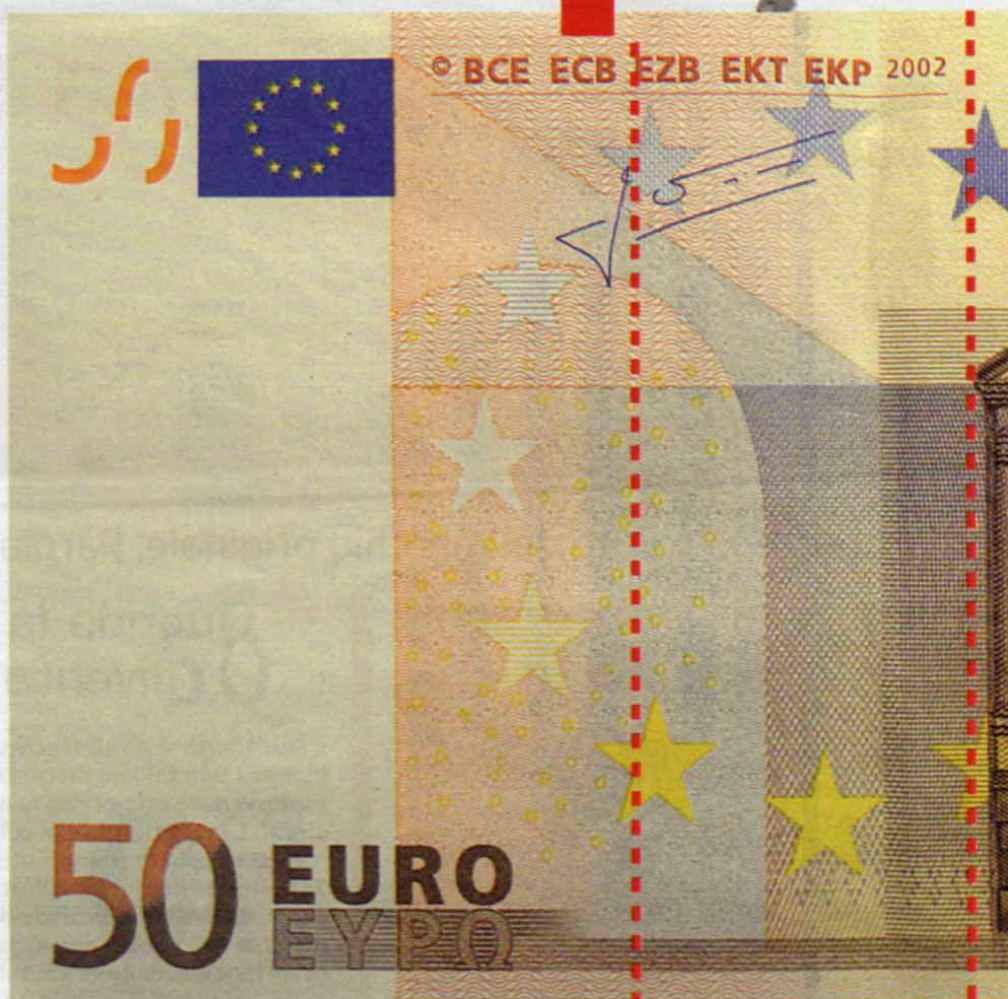


# SVUOTIAMO IL PIENO!



Il mercato dei carburanti è in gran fermento. I russi di Lukoil e Autogrill, le «pompe bianche», Coop e Conad... Mettiamoli davvero in concorrenza coi «soliti noti»

di Emilio Deleidi



Accise **21 €** IVA **8 €**

Tasse **29 €**

# B

**asta illusioni:** c'è ancora qualcuno disposto a credere che la diminuzione del numero delle

stazioni di servizio, la vendita di qualche cappuccino o giornale in più, la «beneficenza» dei Paesi produttori di petrolio o l'impossibile taglio delle tasse faranno prima o poi scendere il costo dei carburanti? Noi no. Almeno da una quindicina d'anni sentiamo parlare ripetutamente di ristrutturazione della rete di vendita, senza che si veda un taglio reale del numero dei distributori (anzi, tornati recentemente ad aumentare).

Altri ci raccontano la favola della necessità, per i gestori, d'offrire merci diverse dai prodotti petroliferi per compensare con quei guadagni i minori margini su carburanti venduti a prezzi inferiori: ma avete mai visto la benzina costare davvero meno là dove l'impianto ha anche l'autolavaggio, il bar e vende le sigarette? Noi no. In compenso, abbiamo trovato molto più conveniente fare il pieno presso gli ipermercati, le grandi stazioni di servizio self service, le cosiddette «pompe bianche» indipendenti che non sfoggiano le insegne delle grandi società petrolifere.

In realtà, solamente una vera e sana concorrenza ci potrà salvare. Oggi chi è più attento, meno pigro (soltanto il 40-50% degli italiani usa il self, contro anche il 99% che si registra in altri Paesi europei) e più informato (anche grazie a internet) può risparmiare parecchio sul pieno. Domani, probabilmente, si potrà salvaguardare il portafoglio anche di più, perché nuovi

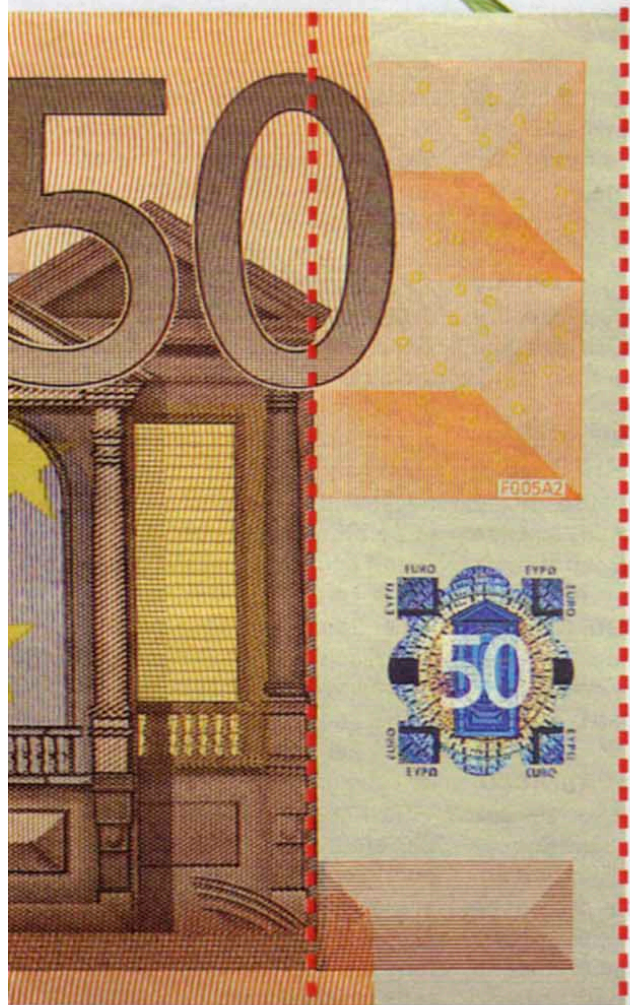
e imprevedibili attori stanno salendo sul palcoscenico. State un po' a sentire.

## TROPPI DISTRIBUTORI

Servono 6.000 distributori in meno, ha tuonato Pasquale De Vita, presidente dell'Unione petrolifera, finita sul banco degli imputati per la tornata di rincari primaverili che ha portato la benzina a superare di slancio la soglia di 1,40 euro al litro. È una vecchia storia: in Italia ci sono oltre 22.000 stazioni di servizio, contro le 15.000 della Germania o le 13.000 della Francia. Sono troppe, troppo vicine e troppo piccole: la concorrenza che si fanno riduce a 1,5 milioni di litri la quantità media di carburanti erogata all'anno, un volume che consente a malapena a molti impianti di sopravvivere. L'esistenza di tanti punti vendita, sostengono le compagnie, aumenta i costi: più spese di trasporto, di gestione, di personale. L'ideale, invece, è avere meno distributori, più grandi, interamente (o quasi) automatizzati: costano meno e rendono di più. Ma, a parte le immaginabili considerazioni di carattere sociale, visto che si tratterebbe di mettere sul lastrico più o meno 10.000 famiglie in un momento in cui non c'è proprio bisogno di altri disoccupati, non si chiude un numero così alto d'impianti dalla mattina alla sera. In passato non ha mai funzionato: dopo una prima flessione, il numero dei distributori, grazie anche a un certo allentamento dei vincoli normativi, è tornato lentamente a crescere.

## I TEMPI DELLA POLITICA

Ora, come sempre accade nei momenti di crisi, si è aperto un tavolo di trattativa a livello governativo. Anzi, più d'uno, visto che gli attori sono così numerosi. Constatando che lo stacco (ovvero la differenza in più) dei



**COSTO  
MATERIA  
PRIMA**

**16 €**

**MARGINE  
SOCIETÀ  
E GESTORE**

**5 €**

Se scomponiamo il prezzo di un pieno da 50 euro (fonte: Unione petrolifera), scopriamo che due voci sono «bloccate»: il costo del petrolio, definito dai Paesi produttori, sul quale si può fare ben poco, e la componente fiscale. Inutile illudersi: lo Stato non rinuncerà mai a una voce che assicura entrate sicure e costanti per 30 miliardi di euro l'anno

## ATTUALITÀ Caro-benzina

prezzi italiani rispetto a quelli medi europei, nell'ordine dei 3 centesimi di euro, è di tipo strutturale, cioè dipende dall'organizzazione della nostra rete di vendita, il ministero per lo Sviluppo economico ha avviato trattative con le parti, affidate al sottosegretario Stefano Saglia. Sulla ribalta sono saliti tutti, dai gestori all'Unione petrolifera, dalle Regioni all'Assopetroli. Le posizioni sono, ovviamente, molto distanti, quindi il ministero dovrà redigere un piano che, tenendo conto delle istanze di tanti, finirà per scontentare tutti. Poi il piano dovrà essere tradotto in uno strumento normativo da definire, che potrebbe essere un decreto o un disegno di legge oppure una legge delega, in base alle azioni che saranno state decise; e dalla scelta del tipo di provvedimento dipenderà l'iter parlamentare, con la relativa durata. Morale: quand'anche si arrivasse a un accordo, ci vorranno anni per tradurlo veramente in pratica. Sono i tempi lunghi della politica. Ecco perché abbiamo fiducia soltanto nella concorrenza che possono portare i nuovi protagonisti del mercato.

### ARRIVANO I RUSSI

Per esempio, Lukoil, colosso petrolifero russo, sta sbarcando in Italia. Lo ha fatto inizialmente con una partnership presso la raffineria siciliana di Priolo, la ErgMed, della quale detiene già il 49% e dalla quale esporta prodotti lavorati. Ora, però, le mire riguardano anche la distribuzione al dettaglio, da effettuare col proprio marchio: si parla di 700



### TREDICI ANNI DI EVOLUZIONE DELLA RETE

TIPO D'IMPIANTO	1995	2000	2005	2008
• Autostradali	466	465	457	464
• Stazioni di servizio (1)	6.959	8.150	8.628	9.183
• Stazioni di rifornimento (2)	7.585	7.001	6.250	6.578
• Chioschi/Punti isolati	11.775	7.398	5.936	5.135
• Altri impianti	1.415	886	1.102	1.440
• Totale Italia	28.200	23.900	22.400	22.800

Note: 1) impianti con servizi oltre i carburanti (lavaggio, officina ecc.). 2) impianti privi di servizi accessori come lavaggio, officina ecc.  
Fonte: elaborazione «Quattroruote» su dati Unione petrolifera

**Nonostante gli sforzi, il numero degli impianti di distribuzione in Italia non è calato in maniera significativa (sopra): così continuiamo ad avere molti distributori in più degli altri Paesi (sotto). I maggiori costi di questo sistema si riflettono sui prezzi dei carburanti**

impianti diffusi in tutt'Italia, da rilevare tra quelli esistenti (realizzarne di nuovi è difficile), per un obiettivo di quota di mercato del 5% (di poco inferiore a quella della Total). Il marchio russo, del resto, è già presente negli Usa con 2.000 impianti e in Finlandia con 500: il prossimo obiettivo saranno proprio le nostre strade.

L'interesse del settore petrolifero russo per il nostro Paese è testimoniato da un altro, recente episodio: dovendo lanciare una nuova linea di lubrificanti, battezzata G-Energy e prodotti in un impianto di Bari, Gazprom si è rivolta alla Giugiaro Design, che ha ideato il marchio e il packaging dei prodotti.

### IPERMERCATI ALL'ATTACCO

Il panorama delle società della grande distribuzione (quelle che gestiscono gli ipermercati) è in fermento: tutte prevedono un ampliamento delle proprie reti di vendita dei carburanti che già oggi, in genere, offrono alla clientela i prezzi più bassi.

I risparmi oscillano tra gli 8 e 10 centesimi di euro rispetto alle cifre medie del «servito»: un risultato ottenuto grazie a quantitativi erogati anche cinque-sei volte superiori alla media nazionale e al taglio dei costi di gestione ottenuto con la riduzione al minimo del personale (non c'è mai il servizio: bastano i cassieri e qualche addetto alla manutenzione). Le società, nonostante i prezzi contenuti, negano di vendere i carburanti in perdita soltanto per portare clienti agli ipermercati e guadagnare con altri settori merceologici (la cosiddetta tecnica dei prezzi «civetta»): tutte le stazioni di servizio producono profitti, magari non esagerati, ma sufficienti per remunerare l'attività dell'impianto.

Tra i grandi nomi del settore, Carrefour oggi dispone di 27 punti vendita, 20 dei quali dual brand (ovvero col marchio anche della società petrolifera che fornisce i carburanti): un'ulteriore crescita della rete è limitata dalle normative regionali che, spesso, impongono per le nuove strutture la presenza di erogatori di Gpl o metano. Una scelta giusta sulla carta, vista la carenza di queste reti distributive, ma che di fatto costituisce un vincolo ulteriore, imponendo requisiti come le distanze minime dai fabbricati (impossibili da rispettare negli ipermercati).

Conad, invece, dispone di sette impianti, presso centri commer-

### LA SITUAZIONE IN EUROPA

PAESE	Numero impianti	Auto per punto vendita	Erogato medio (1)
• Italia	22.800	1.580	1.578
• Francia	12.700	2.430	3.350
• Germania	14.830	2.790	3.015
• Gran Bretagna	9.280	3.390	4.000
• Spagna	9.050	2.450	3.300

Note: 1) metri cubi - Fonte: elaborazione «Quattroruote» su dati Unione petrolifera.

# La spartizione (1,377 €/l)

(al 29/03/2010)

**COMPONENTE FISCALE**

**60%**

**PREZZO INDUSTRIALE**

**40%**



Su questo segmento, agisce il cambio euro/dollaro

Su questa parte si può intervenire per modificare il prezzo alla pompa

**Piccolo glossario.** **Accisa:** imposta fissa che grava sulla quantità dei beni prodotti; **Iva:** imposta (pari al 20%) che colpisce il valore dei prodotti soggetti ad accisa e che grava sulla stessa accisa (una tassa su una tassa...); **Materia prima:** le quotazioni Platts del petrolio sul mercato internazionale; **Margine lordo:** è la differenza tra prezzo di vendita al netto delle tasse e il costo della materia prima con la quale si pagano i costi di stoccaggio, distribuzione, commercializzazione ecc. Quello che resta è il margine delle società petrolifere e dei gestori degli impianti (fonte: Unione petrolifera)

ciali o superstore; altri tre sono in fase di realizzazione. «Acquistiamo i carburanti in Italia negoziando i prezzi con fornitori all'ingrosso e stipulando contratti brevi», spiega l'amministratore delegato Camillo De Berardinis, «in questo modo compriamo alle condizioni migliori e non paghiamo royalties alle società petrolifere. Così Conad riesce a garantire un margine accettabile al gestore del punto vendita, a erogare, in media, 12 milioni di litri l'anno per impianto e a praticare prezzi convenienti.

Anche la Coop è entrata recentemente nel settore, con tre cooperative che hanno aperto impianti sulla base di iniziative locali. La Coop Estense ha acquisito da Carrefour due ipermercati in Puglia e Basilicata: il distributore di Brindisi è attivo con l'insegna Mongolfiera e pratica prezzi di 7 centesimi inferiori alla media della zona, mentre quello di Matera è ancora in attesa di alcune licenze.

Enercoop è, invece, il distributore della Coop Nordest, situato presso un centro commerciale

**La divisione nelle varie voci del prezzo alla pompa di un litro di benzina rivela come il margine per le società petrolifere (dal quale detrarre i costi) ne costituisca una piccola parte**

di Piacenza: aperto a novembre dell'anno scorso, propone prezzi in media inferiori a quelli delle aree di riferimento, comprese quelle di Parma e Cremona. Il distributore Collestrada Carburanti, infine, si trova presso l'omonimo centro commerciale alle porte di Perugia ed è diventato un caso nazionale, trattato anche da «Quattroruote», per i suoi prezzi: la convenzione tra Coop e gestore (privato) stabilisce, infatti, che gli importi debbano essere sempre i più bassi nel raggio di 100 km, pena sanzioni.

## ATTUALITÀ Caro-benzina

Il risultato sono 19 milioni di litri venduti all'anno (il 75% dei quali di gasolio), con risparmi medi per il consumatore nell'ordine dell'11% su un pieno di 50 litri.

Auchan, infine, conta 35 distributori, 20 dei quali presso i centri commerciali, che erogano cinque-sei volte in più della media nazionale: «Il nostro fornitore principale è Tamoil», spiega Giovanni Mazza, direttore di Auchan Carburanti, «ma acquistiamo anche da Agip, Shell e da altri operatori, riuscendo a praticare sconti di 7-8 centesimi al litro. Il nostro obiettivo», prosegue Mazza, «è di aprire entro fine anno 10-12 distributori nuovi: le normative sono un po' migliorate, ma passano sempre dai 18 ai 24 mesi tra le domande e l'ottenimento dei permessi». In ogni caso, la ricetta sembra sempre la stessa: comprare dove più conviene e in grandi quantitativi; tenere bassi i costi dell'impianto; compensare coi grossi volumi di vendita margini al litro più bassi. Alla fine, gli automobilisti risparmiano e i profitti arrivano ugualmente.

### AUTOGRILL PETROLIERE

La notizia ha destato una certa sorpresa: Autogrill, marchio in genere associato alla ristorazione e ai servizi per chi viaggia, rileverà da Esso (se il parere dell'Antitrust sarà favorevole) la gestione di 80 stazioni di servizio, spazi petroliferi compresi. Questo non significa che la società di ristorazione del gruppo Benetton voglia mettersi a fare concorrenza ai petrolieri, né che userà il proprio marchio per vendere benzina: «Avevamo già in gestione una ventina

di stazioni di servizio, metà delle quali in autostrada», spiega Aldo Papa, direttore generale Autogrill Italia, «ora abbiamo colto l'occasione per ampliare la nostra presenza». Lo scopo è di «offrire al cliente che viaggia un servizio a 360°, dal caffè alla colazione, dai giornali al pieno di carburante». Se possibile, ottimizzando i costi, grazie a impianti moderni e «selfizzati», e garantendo qualche risparmio ai consumatori. Sia pur piccola, è una rivoluzione. Del resto, grande è bello, almeno secondo i petrolieri. E questo spiega la nascita imminente, sempre Antitrust permettendo, di un nuovo colosso della distribuzione



### COME SI DIVIDERANNO LA TORTA

Società	Quota di mercato (%)
<b>Agip-Eni</b>	<b>30</b>
<b>Esso</b>	<b>16</b>
<b>TotalErg</b>	<b>13</b>
<b>Q8</b>	<b>11</b>
<b>Api-IP</b>	<b>10</b>

Fonte: stime «Quattroruote» per il mercato di benzina+gasolio dopo la joint venture Total-Erg



**Alessandro Garrone è l'a.d. di Erg: dalla joint venture con Total nascerà il terzo gruppo italiano per quota di mercato**



**Vagit Alekperov è il presidente della Lukoil: la società petrolifera russa sta preparando lo sbarco in Italia con 700 impianti**

**“ Lukoil punta a una quota pari al 5% del mercato italiano ”**

di carburanti che si chiamerà TotalErg. Una società destinata a piazzarsi al terzo posto per quota di mercato, alle spalle di Eni-Agip (che detiene poco più del 30%) ed Esso (16%), con un 13% che le permetterà di sopravvivere a Q8 (11%) e Api-IP (10%). La nuova joint venture, che non riguarda le raffinerie Erg, disporrà di 3.400 punti vendita: cifra che, per gli addetti ai lavori, permetterà di ridurre i costi fissi (amministrazione, personale, distribuzione), consentendo di praticare prezzi più competitivi.

### GUARDARSI INTORNO

Insomma, qualcosa nel mondo della distribuzione dei carburanti lentamente sta cambiando: i benefici, però, si vedranno nel giro di qualche anno. Nell'attesa, per non svenarsi, non resta che rifornirsi con intelligenza, risparmiando dove si può. Facendo il pieno, per esempio, presso gli ipermercati (-8 centesimi) o nelle loro vicinanze (i concorrenti sono costretti ad abbassare i prezzi), nei distributori «no logo» (-6/10 centesimi), in quelli più economici in autostrada (guardando su internet o sui «benzcartelloni») e utilizzando sempre il self service (-2/3 centesimi). Perché sporcarsi le mani, a volte, conviene. ●●●●

**“ Con 3.400 distributori diminuiranno i costi ”**