

4. LE POLITICHE DI PREZZO

4.1 Le modalità di fissazione dei prezzi

Il meccanismo di formazione del prezzo finale dei carburanti per autotrazione, consigliato dalle società petrolifere ai gestori, risulta determinato dalla somma dei seguenti addendi:

prezzo consigliato = quotazione internazionale Platt's Med Cif del prodotto corrispondente + costi di struttura (logistici, commerciali, amministrativi) + margine riconosciuto al gestore + margine stabilito per la società in sede di budget annuale + IVA (19%) + accisa.

Le società petrolifere, dopo aver fissato il livello del prezzo consigliato, vi applicano differenti maggiorazioni, per un ammontare compreso fra le 5 e 10 lire, a seconda delle diverse aree geografiche. Tali scostamenti geografici si legano esclusivamente a fattori logistici. Un sovrapprezzo (5/10 lire al litro) è imposto nelle aree dove è più svantaggiosa l'attività di distribuzione secondaria dei carburanti (trasporto dal deposito al punto vendita), mentre uno sconto (in genere 5, talvolta 10 lire al litro) viene concesso nelle zone dove tale attività risulta più agevole. Sovrapprezzi maggiori (dalle 20 alle 30 lire al litro) vengono poi invariabilmente praticati dalle società in determinate aree particolari (autostrade, raccordi autostradali, isole minori, ecc.).

L'osservazione degli scostamenti di prezzo per aree geografiche praticati dalle società petrolifere nel periodo 1991-primi trimestri 1996 indica, in primo luogo, come l'entità assoluta di tali scostamenti si sia progressivamente ridotta nel corso degli anni, assestandosi in maniera uniforme per le varie società intorno all'intervallo $\pm 5/10$ lire al litro. Inoltre, le società petrolifere tendono a fare coincidere i rispettivi scostamenti geografici di prezzo, piuttosto che differenziarli secondo la propria capacità logistica, contando sull'effetto delle permutazioni di assicurare ovunque la fornitura di carburanti alle reti di distribuzione⁶⁵.

Le società Agip Petroli ed Ip presentano una pressoché assoluta uguaglianza negli scostamenti geografici, confermando la notevole integrazione delle loro politiche commerciali.

⁶⁵ Ad esempio, sebbene nelle province di Cagliari, Taranto e Ancona siano presenti rispettivamente solo Agip Petroli, Ip ed Api in qualità di possessori di infrastrutture di stoccaggio di prodotti per autotrazione, tutte le altre società non fissano alcun differenziale di prezzo sui carburanti distribuiti in quelle aree. Evidentemente i rapporti di permutazione con l'unico concorrente presente nella logistica su quella base consentono a tutte le altre società di operare come se avessero proprie infrastrutture in quella zona. Da un lato questo fatto presenta l'aspetto positivo di consentire l'allargamento della gamma di offerta di marchi diversi in aree non caratterizzate da una diffusione uniforme della infrastruttura logistica; dall'altro, come risulta ovvio, impedisce che emergano stimoli concorrenziali sul prezzo finale dei carburanti.

4.2 L'andamento dei prezzi

Nel periodo 1991-primo trimestre 1996 i prezzi medi giornalieri⁶⁶ di benzina super, benzina senza piombo e gasolio hanno seguito andamenti pressoché uniformi, com'è testimoniato dalle correlazioni tra le serie storiche (tabella 1) e dalla successiva rappresentazione grafica.

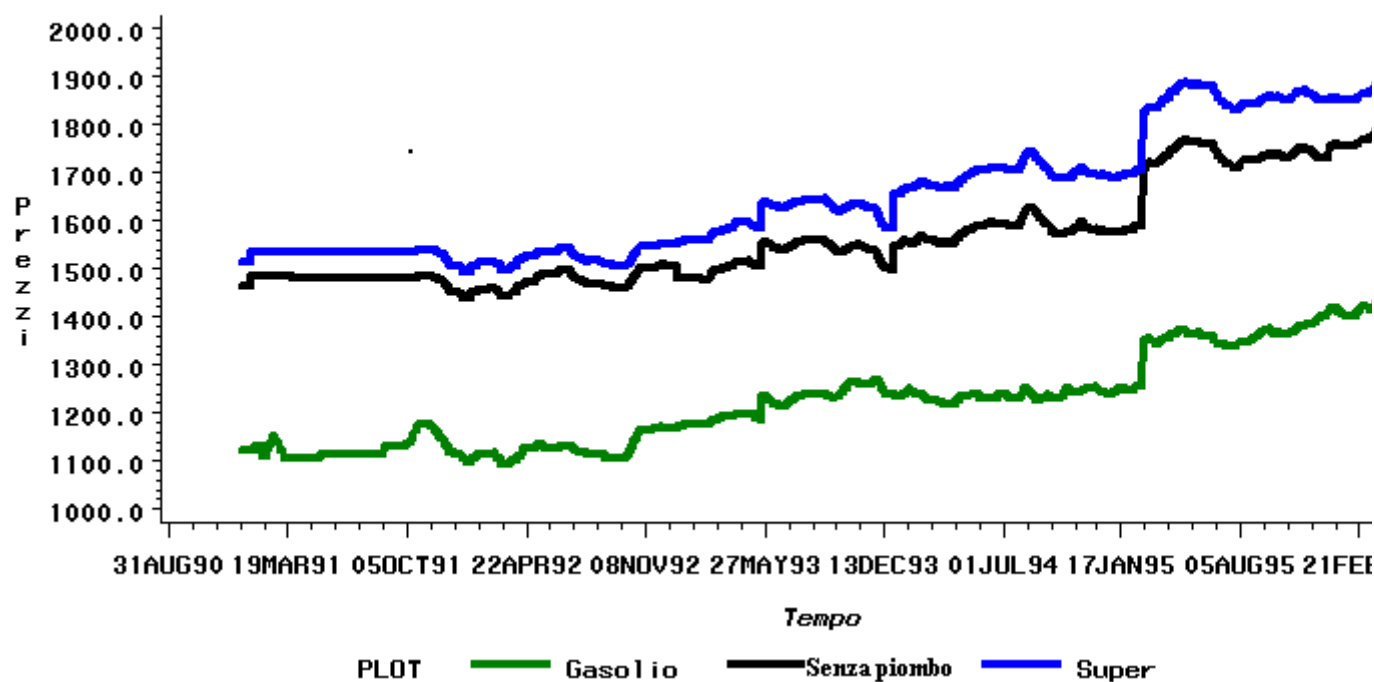
Tabella 1. Coefficiente di correlazione di Pearson tra i prezzi medi giornalieri dei carburanti per autotrazione consigliati ai gestori

	Super	Senza piombo	Gasolio
Super	1,00		
Senza piombo	0,99	1,00	
Gasolio	0,97	0,96	1,00

Nota: numero delle osservazioni = 1947. Probabilità che il coefficiente di correlazione sia eguale a zero = 0.0001%.

Fonte: elaborazioni su dati delle società.

Andamento dei prezzi medi per tipo di carburante



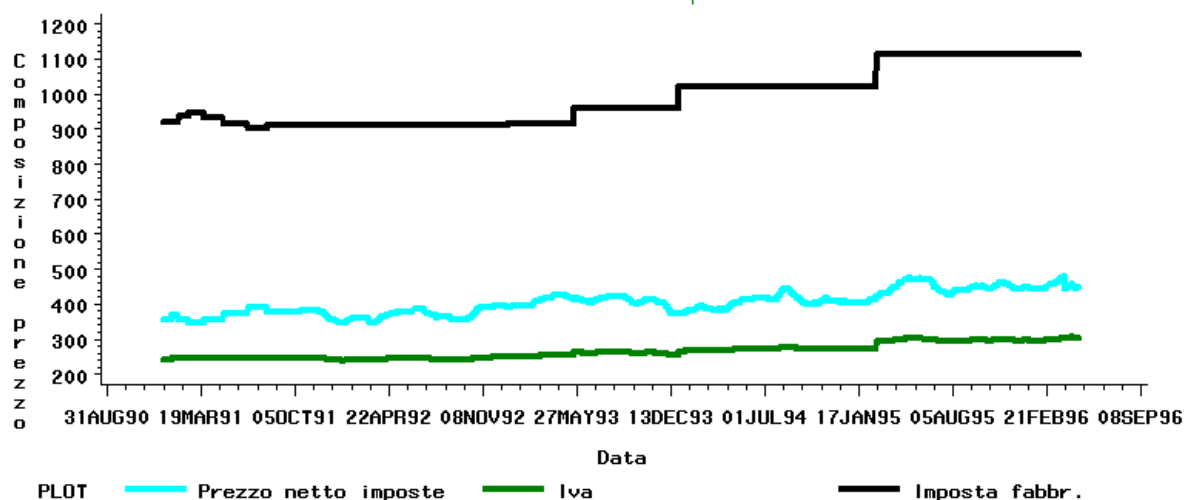
Questa coincidenza degli andamenti dei prezzi per i singoli prodotti giustifica l'attenzione rivolta nelle analisi successive ad uno solo di essi, in particolare la benzina super con piombo (d'ora in poi, per brevità, super).

⁶⁶ Si tratta di medie dei prezzi di ciascuna società, ponderate per la relativa quota di mercato (disponibile solo a livello mensile). Si ricorda che il regime di determinazione del prezzo dei carburanti era amministrato (prezzi stabiliti dall'autorità amministrativa) sino al settembre 1991, sorvegliato (prezzi fissati dalle imprese ma con verifica da parte dello Stato) sino all'aprile 1994, libero da allora in poi.

La figura seguente consente di evidenziare se le cause delle variazioni del prezzo medio della super sono da attribuire alla componente fiscale o alla componente di prezzo direttamente sotto il controllo delle imprese.

Andamento nel tempo di: imposte di fabbricazione, iva e prezzo al netto delle tasse

Benzina super



Indubbiamente l'aumento dell'imposta di fabbricazione è stato notevole (circa 200 lire sulle 400 complessive tra l'inizio e la fine del periodo, di cui la metà nel sotto-periodo di prezzi liberi). Eliminando anche la quota ascrivibile all'Iva, rimane una componente pari al 31% della crescita del prezzo dovuta alle politiche delle società petrolifere. Pur in presenza di un andamento oscillante, vi è comunque una tendenza all'aumento più marcata di questa componente nel periodo di prezzi liberi. Nel quinquennio esaminato, il prezzo al netto delle imposte è cresciuto approssimativamente del 35-40%⁶⁷.

Anche la correlazione tra i prezzi giornalieri della benzina super è elevatissima (tabella 2). Esaminando più in dettaglio le variazioni (positive e negative) di prezzo, quelle del prezzo medio della super nell'intero periodo considerato sono state 346, di cui 155 sotto il regime di prezzi amministrati o sorvegliati e 191 con prezzi liberi.

⁶⁷ Nello stesso periodo, il deflatore del prodotto interno lordo è aumentato del 18,6%.

Tabella 2

Coefficiente di correlazione di Pearson tra i prezzi medi giornalieri della benzina super (1991-primi trimestre 1996)

	Impresa A	Impresa B	Impresa C	Impresa D	Impresa E	Impresa F	Impresa G	Impresa H	Impresa I
Impresa A	1								
Impresa B	0,9996	1							
Impresa C	0,9997	0,9996	1						
Impresa D	0,9993	0,9994	0,9993	1					
Impresa E	0,9995	0,9995	0,9994	0,9996	1				
Impresa F	0,9999	0,9996	0,9997	0,9993	0,9995	1			
Impresa G	0,9996	0,9995	0,9995	0,9994	0,9994	0,9995	1		
Impresa H	0,9991	0,9990	0,9990	0,9987	0,9988	0,9991	0,9990	1	
Impresa I	0,9996	0,9995	0,9995	0,9995	0,9996	0,9996	0,9995	0,9989	1

Nota. Numero delle osservazioni: 1947. Dato l'elevato grado di correlazione esistente fra il prezzo della benzina super e della benzina senza piombo (0,99), il confronto è limitato a quella super. Dal 1994, prezzi consigliati ai gestori, al lordo dei differenziali geografici fissati dalle società petrolifere.

Probabilità che il coefficiente di correlazione sia eguale a zero = 0,0001%.

Con coefficiente = 1 si ha identità di prezzo.

Fonte: elaborazione su dati delle società.

Le caratteristiche delle distribuzioni di tali variazioni sono riportate nella tabella 3.

Tabella 3. *Distribuzione delle variazioni del prezzo medio della benzina super*

	Totale	Prezzi controllati	Prezzi liberi
Media	1,69	1,76	1,63
Minimo	0,06	0,06	0,21
Massimo	9,12	9,12	8,04
Mediana	0,97	0,84	1,02
1° Quartile	0,48	0,45	0,49
3° Quartile	2,31	2,42	2,18
90° Percentile	4,67	4,83	3,95

Fonte: elaborazioni su dati delle società.

Il maggior numero di variazioni dei prezzi si è verificato nel periodo di prezzi liberi, nonostante esso sia di più breve durata (24 mesi contro 40). In particolare, nel periodo in cui i prezzi erano in regime controllato si è avuta una variazione mediamente ogni 7,85 giorni, nel regime di prezzi liberi ogni 3,83 giorni⁶⁸. Ciò testimonia una dinamica di prezzo nettamente maggiore nella fase di prezzi liberi, come ci si sarebbe aspettato.

⁶⁸ Tali valori sono stati ottenuti dividendo il numero di giorni inclusi in ogni sotto-periodo per il numero di variazioni registrate in esso. Si ricorda peraltro che il prezzo medio è calcolato ponderando i prezzi delle singole società per le loro quote di mercato mensili. Di conseguenza, alcune variazioni potrebbero essere dovute semplicemente a cambiamenti nei pesi. Ipotizzando il caso estremo in cui ad ogni inizio mese vi è una variazione dovuta a questo motivo, si sovrastimano il numero di variazioni nel primo sotto-periodo di 39, nel secondo di 24. Correggendo per questi valori, si ottiene in media un cambiamento di prezzo ogni 10,48 giorni con prezzi controllati, ogni 4,38 giorni con prezzi liberi.

Le distribuzioni tuttavia sono nettamente asimmetriche, con molti valori bassi e poco significativi; questi ultimi peraltro rappresentano le variazioni di prezzo più interessanti, in quanto dovute a movimenti di prezzo a cui partecipano tutte o comunque una parte importante delle società, oppure imputabili a cambiamenti attuati da singole imprese ma con quote di mercato elevate. Tale considerazione induce a concentrare l'analisi sulla parte di distribuzione costituita dai valori più alti (dal 90° percentile in poi).

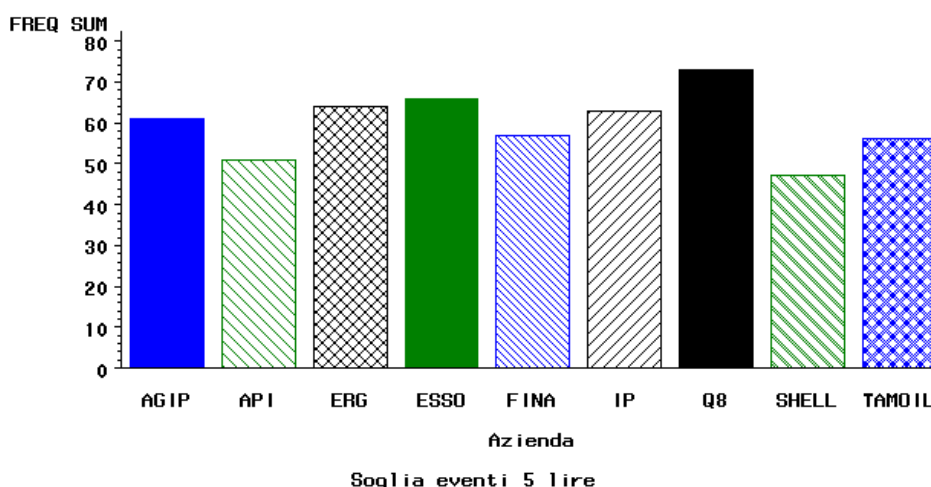
Nel periodo in cui i prezzi erano amministrati si sono registrate variazioni di prezzo di maggiore entità ma più rare nel tempo. L'inverso è avvenuto nel periodo in cui i prezzi erano liberi. Ciò potrebbe essere indice di una maggiore propensione a modificare il prezzo in questo sotto-periodo.

Se si analizzano i tempi di aggiustamento che conducono alle variazioni definite come significative (dal 90° percentile in poi), il valore medio nel periodo di prezzi controllati è pari a 6,42 giorni, con prezzi liberi è di 2,29 giorni⁶⁹. Oltre a confermare la maggior frequenza delle variazioni di prezzo medio nell'ultimo biennio, tale dato evidenzia come gli aggiustamenti di maggiore entità, in entrambi i sotto-periodi, avvengano in tempi più rapidi rispetto al complesso di tutte le variazioni di prezzo. Ciò delinea un quadro competitivo in cui, a periodi caratterizzati da lievi aggiustamenti del prezzo con intervalli più o meno lunghi, seguono improvvise variazioni di maggiore entità. Esse potrebbero spiegarsi tanto con cambiamenti nelle condizioni di offerta, ad esempio nella quotazione internazionale Platt's del prodotto, assunta dalle società petrolifere come base per la determinazione del prezzo consigliato alla pompa, quanto con variazioni dovute a eventuali politiche cooperative o a parallelismi di comportamento. Peraltro, anche la prima ipotesi presuppone che l'aggiustamento avvenga *nello stesso giorno* per almeno una parte consistente delle imprese, invece che essere diluito in un pur breve arco temporale (ad esempio, qualche giorno).

Il numero di variazioni di prezzo delle singole società superiori al minimo (5 lire), in tutto il periodo esaminato, è rappresentato nella seguente figura:

Numero di variazioni di prezzo sull' intero periodo

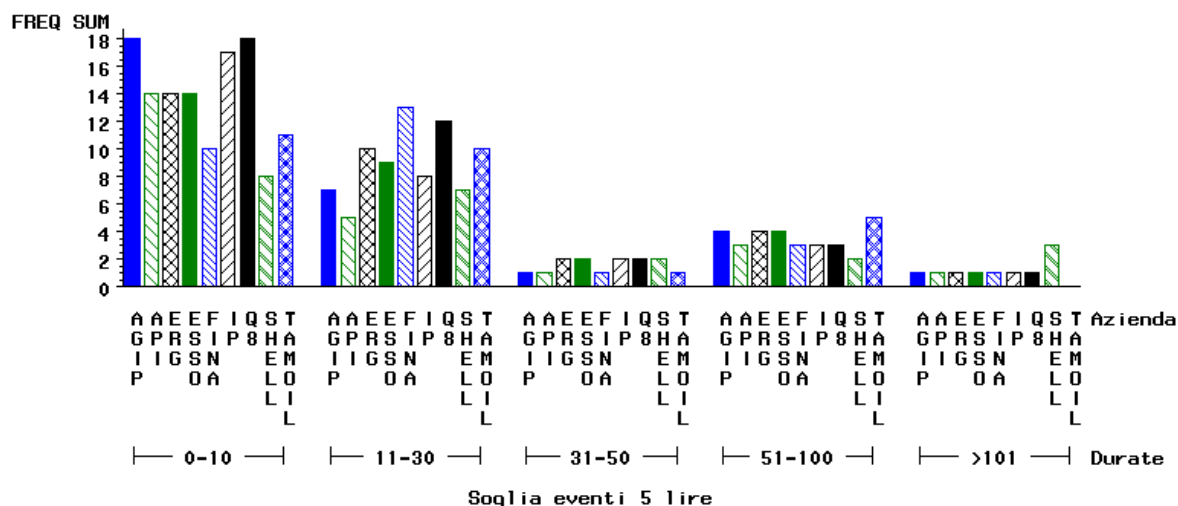
Benzina super



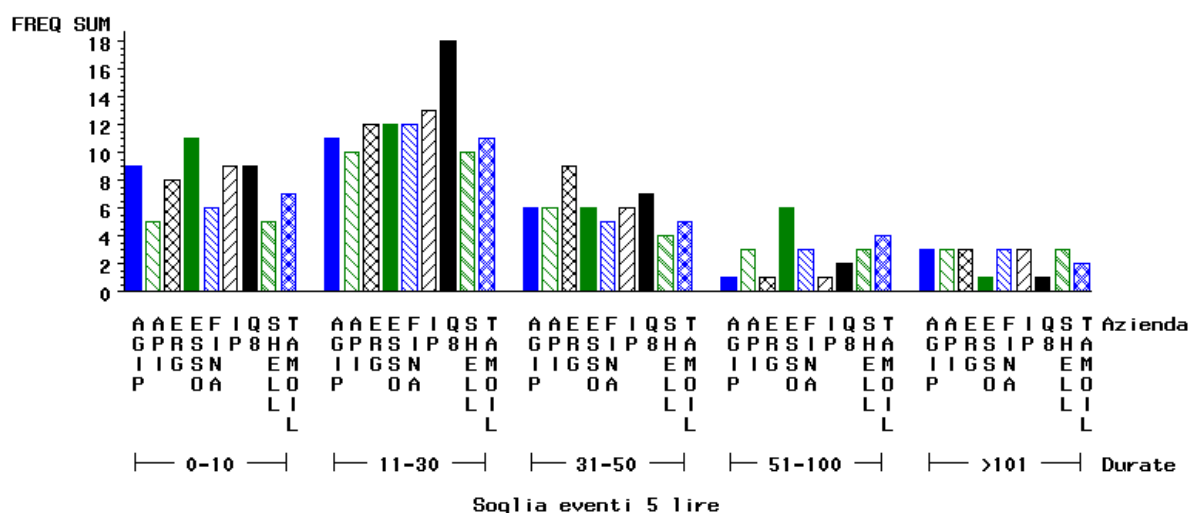
⁶⁹ Il valore medio per tutto il periodo è di 4,41 giorni.

Quanto è avvenuto dopo la liberalizzazione dei prezzi conferma le differenze di comportamento tra i due gruppi di imprese. Nel periodo precedente la liberalizzazione di prezzo, tuttavia, è possibile riscontrare una differente caratteristica della distribuzione delle durate: la classe più numerosa è quella delle variazioni che avvengono dopo 11-30 giorni, e anche quella degli intervalli di 31-50 giorni presenta numerose osservazioni.

Variazioni dei prezzi per gruppi di durata sul periodo di prezzi liberi Benzina super



Variazioni dei prezzi per gruppi di durata sul periodo di prezzi controllati Benzina super

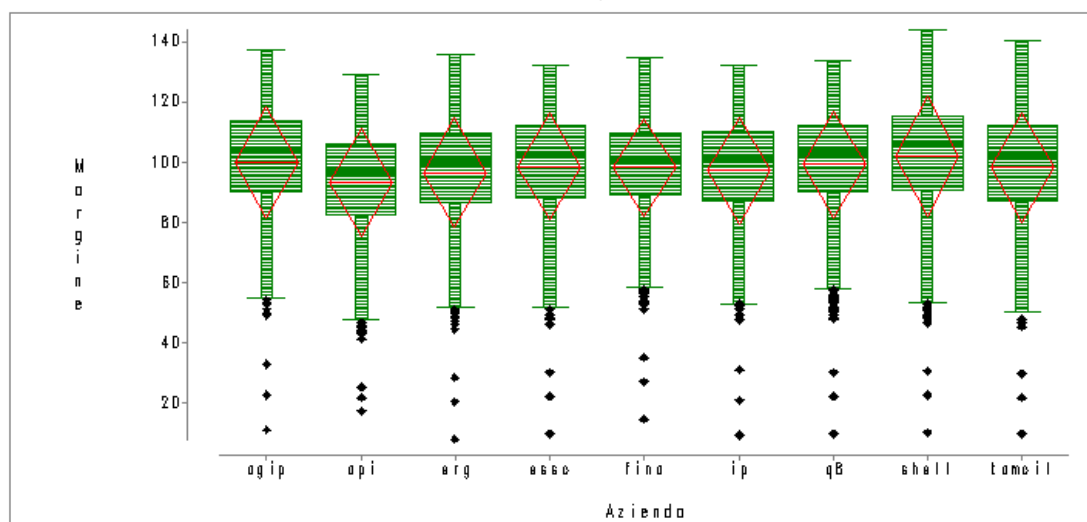


Si tratta di una conferma dell'analisi effettuata sul prezzo medio di mercato, che aveva evidenziato una minore dinamicità dei prezzi nel periodo in cui la regolamentazione influiva sulla loro determinazione. In ogni caso, le imprese con le quote di mercato più elevate sono ancora quelle più dinamiche, in assoluto per le variazioni fino a dopo 10 giorni dalla precedente, insieme ad alcune delle imprese minori per durate superiori tra due modifiche successive.

4.3 I margini e i costi di distribuzione delle società

L'analisi del livello dei margini delle società è effettuata ponendo a confronto le distribuzioni dei margini giornalieri realizzati dalle società per ogni litro di benzina super⁷⁰ per i due sotto-periodi caratterizzati dalla diversa regolamentazione sui prezzi⁷¹.

Box plot dei margini al netto delle tasse e dei margini al gestore per il periodo di prezzi controllati
Benzina super

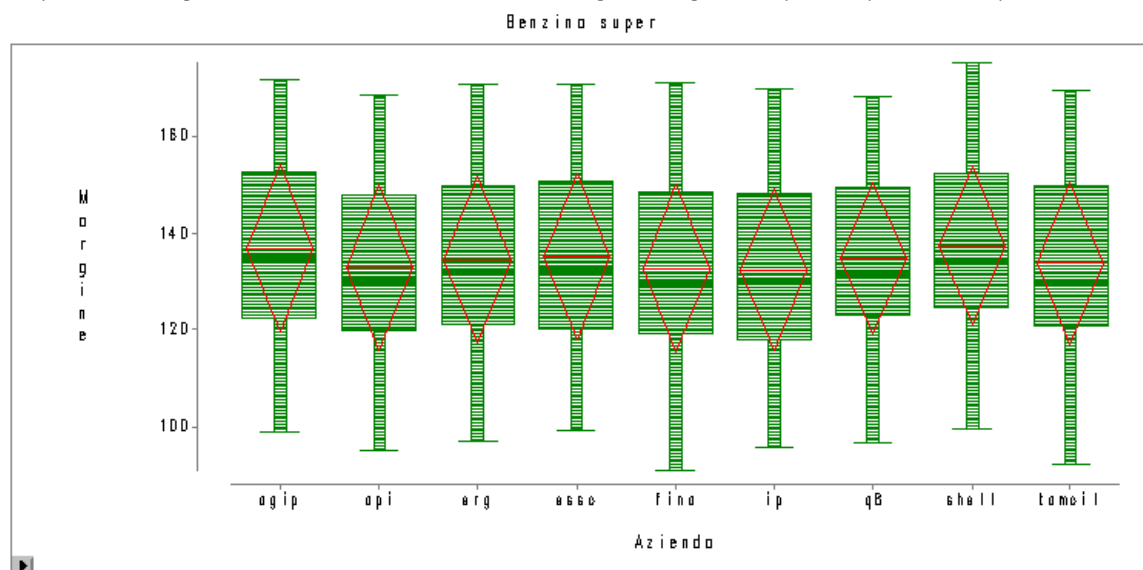


Innanzitutto, vi è da rilevare la quasi assoluta identità della posizione e della variabilità delle distribuzioni delle diverse società, in tutti e due gli ambiti temporali considerati. Le uniche lievi differenze si riscontrano per alcune società con mediana più bassa o più alta delle altre. Tale risultato è dovuto all'andamento parallelo dei prezzi delle società, alla scarsa incidenza dei margini riconosciuti ai gestori, che quindi non possono costituire un elemento di differenziazione, e alla prassi diffusa in tutto il settore di utilizzare la quotazione internazionale Platt's del prodotto come *proxy* del costo di produzione.

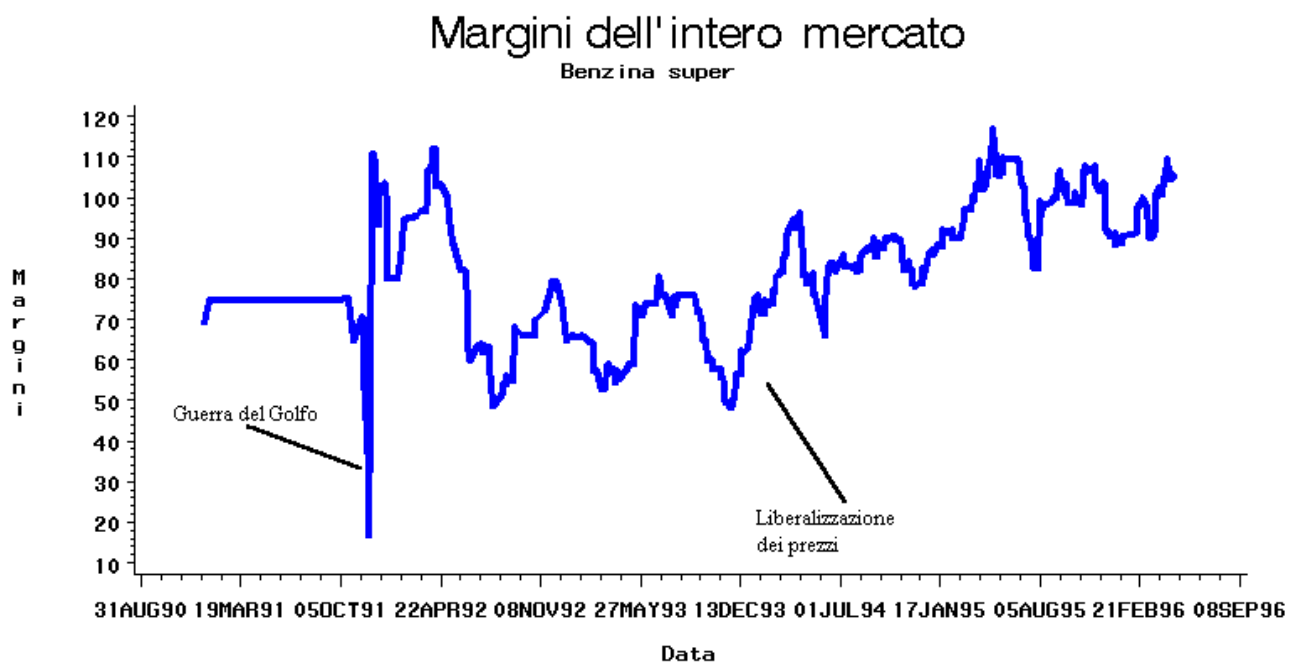
⁷⁰ Il margine è calcolato sottraendo al prezzo alla pompa le imposte, il margine (compenso) accordato al gestore, la quotazione internazionale della benzina Platt's. Tale margine comprende, dunque, ancora i costi di distribuzione.

⁷¹ Il grafico si legge nella seguente maniera: per ogni società, il corpo centrale rappresenta i valori compresi tra il primo e il terzo quartile; la linea scura all'interno di tale corpo centrale è la mediana. I due segmenti al di sopra e al di sotto sono delimitati da una soglia pari a una volta e mezza lo scarto tra terzo e primo quartile. La diagonale orizzontale del rombo è la media, mentre quella verticale rappresenta lo scarto quadratico medio.

Box plot dei margini al netto delle tasse e dei margini al gestore per il periodo di prezzi liberi



Più rilevante è il fatto che i margini sono aumentati con la liberalizzazione totale dei prezzi. La mediana delle varie distribuzioni è pari a circa 125-135 lire/litro in regime di prezzi liberi, contro 100 lire prima di tale regime. La crescita dei margini dopo la liberalizzazione del prezzo è confermata dalla seguente figura:



E' possibile naturalmente che i prezzi amministrati o sorvegliati non garantissero livelli di redditività soddisfacenti, date le strutture di costo, per cui un aumento dei margini sarebbe in questo caso stato inevitabile con la liberalizzazione. Ma il permanere delle quote di mercato sui livelli antecedenti tale momento, l'andamento parallelo dei prezzi, il persistere dell'uguaglianza dei margini, al lordo dei costi di distribuzione, fra le società, sono fattori che inducono per lo meno a dubitare che l'aumento dei margini stessi sia avvenuto nell'ambito di un gioco concorrenziale caratterizzato dall'assenza di cooperazione.

Tale presunzione è avvalorata dall'analisi dei costi di distribuzione e dei margini netti⁷², da cui emergono differenziali significativi sia nella dinamica sia nel livello raggiunto dai costi a fine periodo (tabella 4).

Tabella 4

*Costi di distribuzione, margini lordi e netti
(lire /litro, medie di benzine e gasolio)*

	1991	1992	1993	1994	1995
<i>Costi di distribuzione</i>					
Imprese gruppo A	70,5	73,0	77,3	81,4	87,5
Imprese gruppo B	91,1	97,6	103,5	110,5	127,5
<i>Margini lordi (al netto dei compensi ai gestori)</i>					
Imprese gruppo A	81,3	101,6	112,8	116,1	142,0
Imprese gruppo B	82,8	103,6	112,0	117,9	140,1
<i>Margini netti (margini lordi - costi di distribuzione)</i>					
Imprese gruppo A	10,8	28,6	35,5	34,7	54,5
Imprese gruppo B	-8,3	6,0	8,5	7,4	12,6

Fonte: elaborazione su dati delle società.

Il gruppo A include le due imprese più efficienti, sotto il profilo della dinamica dei costi di distribuzione.

Il gruppo B, le due imprese meno efficienti. I dati si riferiscono alla media dei risultati di ciascun gruppo di imprese considerate.

Ne discende un quadro dei margini netti significativamente più differenziato rispetto a quello dei margini al lordo dei costi di distribuzione⁷³.

La diversa struttura dei costi di distribuzione, che si riflette sui differenti livelli dei margini netti, conferma che *le società petrolifere, avrebbero potuto dunque essere protagoniste di politiche di prezzo*

⁷² I costi di distribuzione sono comprensivi dei costi per la commercializzazione; la logistica; gli ammortamenti; gli oneri finanziari; i costi generali e diversi. Tutte le società petrolifere hanno dichiarato di non disporre di una contabilità industriale analitica, con cui ricostruire i costi disgiunti di raffinazione dei singoli prodotti petroliferi. Come si è visto in precedenza, esse fanno pertanto ricorso alle quotazioni internazionali dei prodotti finiti (Platt's), per approssimare l'incidenza di tali costi e tenerne conto nella fissazione del prezzo consigliato al gestore. I margini netti, di seguito esaminati potrebbero, dunque, essere anche maggiori (o minori), nei casi in cui i costi effettivi di raffinazione siano inferiori (o superiori) alle quotazioni internazionali dei prodotti finiti. In ogni caso, data l'informazione disponibile, tali margini sono l'unica approssimazione possibile a quelli effettivi.

⁷³ In questo caso, infatti, i margini sono al netto anche dei costi di distribuzione, che non venivano invece considerati nella precedente rappresentazione grafica.

assai più competitive di quelle sperimentate nel periodo successivo alla loro completa liberalizzazione. Una simile competitività è rimasta, invece, inespressa e i consumatori sono stati privati della possibilità di trarne vantaggi economici diretti, i quali sono stati trattenuti dalle società petrolifere.

Una strategia improntata al mantenimento della quota di mercato e alla convergenza di prezzo, piuttosto che ad una concorrenza effettiva, ha permesso alle imprese di minimizzare i mutamenti nelle rispettive posizioni di mercato, assicurando livelli di redditività più che apprezzabili anche per le società marginali, oltretutto margini di profitto cospicui per quelle più efficienti⁷⁴.

4.4 La leadership di prezzo

Per meglio qualificare i comportamenti di prezzo delle società già analizzati nel secondo paragrafo e, in particolare, per evidenziare l'eventuale presenza di uno o più *price leader*, sono state selezionate per ciascuna società petrolifera le variazioni di prezzo più consistenti («impulsi»), che come tali possono includere modifiche nel prezzo di mercato apportate dal *leader* e risposte delle imprese che lo seguono⁷⁵. Successivamente, sono stati costruiti *cluster* rappresentanti gruppi di variazioni presumibilmente collegate tanto da formare un complessivo aggiustamento del mercato. L'analisi delle sequenze di variazioni all'interno dei *cluster* consente di evidenziare eventuali regolarità nei ruoli svolti dalle aziende come stimolatrici o recettrici del cambiamento. E' stato considerato solamente il periodo con regime di prezzi liberi. Il numero di impulsi per compagnia è il seguente:

Tabella 5. *Numero degli impulsi per impresa*

Società	N. di impulsi
Agip	65
Esso	55
Kuwait	38
Ip	33
Tamoil	33
Shell	27
Fina	17
Erg	15
Api	10
Totale	293

Fonte: elaborazioni su dati delle società.

⁷⁴ Si tenga conto che, nel 1995, le prime quattro società hanno registrato incrementi dei costi di distribuzione significativamente inferiori a quelli dei margini.

⁷⁵ Il criterio di selezione è il seguente: ogni variazione di prezzo di un'impresa è stata ponderata per la sua quota di mercato e standardizzata con il prezzo medio di mercato del periodo precedente. Per ogni istante di tempo si hanno dunque nove (numero delle imprese) variazioni così aggiustate, che possono essere assunte come un campione di osservazioni estratto da un universo con una distribuzione che è stata ipotizzata normale. Considerando la media campionaria in ogni istante come una stima della media di universo (e analogamente per lo scarto quadratico medio) è possibile determinare quali osservazioni campionarie avrebbero potuto a priori verificarsi con una probabilità limitata (nel nostro caso inferiore al 5%, non essendo comprese nell'intervallo $1,96 \cdot s$). Tali variazioni sono quelle considerate nell'analisi.

Anche per gli impulsi, dunque, viene confermato il ruolo da protagonista delle quattro società principali; in particolare, però, sembra esservi una netta differenza tra le prime due, Agip ed Esso, che contano per quasi il 41% degli impulsi totali, e le seconde due, Kuwait e Ip, che incidono per il 24%. Questo risultato non è in sé e per sé indicativo della *leadership* delle due società con quote di mercato maggiori⁷⁶ ma, se una *leadership* esiste, è presumibile che sia di una di esse o di entrambe. La formazione di *cluster* di impulsi consente di verificare questo punto⁷⁷. All'interno dei 64 *cluster* ricavati, gli impulsi delle singole imprese si posizionano nella maniera seguente:

Tabella 6. *Analisi delle posizioni degli impulsi delle imprese all'interno dei cluster (tra parentesi la distribuzione percentuale per società).*

Azienda	1° Impulso	2° Impulso	3° Impulso	34° Impulso	Totale
Agip	20 (30,8)	17 (26,2)	13 (20,0)	15 (23,0)	65 (100,0)
Esso	14 (25,0)	10 (17,9)	8 (14,3)	23 (42,8)	55 (100,0)
Kuwait	9 (23,7)	7 (18,4)	8 (21,1)	14 (36,8)	38 (100,0)
Ip	2 (5,9)	14 (41,2)	7 (20,6)	10 (32,2)	33 (100,0)
Tamoil	8 (22,9)	4 (11,4)	8 (22,9)	13 (42,8)	33 (100,0)
Shell	4 (14,8)	5 (18,5)	9 (33,3)	9 (33,4)	27 (100,0)
Fina	2 (11,8)	4 (23,5)	3 (17,6)	8 (47,1)	17 (100,0)
Erg	5 (33,3)	2 (13,3)	1 (6,7)	7 (46,7)	15 (100,0)
Api	0 (0,0)	1 (10,0)	3 (30,0)	6 (60,0)	10 (100,0)

Fonte: elaborazioni su dati delle società.

In più di metà dei 64 raggruppamenti, Agip (20 volte) ed Esso (14 volte) effettuano la prima variazione di prezzo, e in poco meno della metà (rispettivamente 17 e 10 volte) cambiano il prezzo subito dopo l'impresa che ha dato il via alla serie di aggiustamenti⁷⁸. Inoltre, Agip è la società che più effettua variazioni per prima o seconda (o per prima, seconda o terza) sul totale delle proprie variazioni nel periodo. Tali risultati inducono a ritenere che, pur non essendoci una *leadership* evidente e univoca, Agip ed Esso sono in molti casi a turno quelle che danno l'impulso iniziale a processi di aggiustamento generalizzato dei prezzi, o comunque partecipano attivamente alle fasi iniziali di tali processi.

Interessante è evidenziare l'interrelazione tra Agip ed Esso, espressa dai mutamenti di prezzo di ciascuna di esse immediatamente successivi a quelli dell'altra. Su 65 variazioni consistenti di prezzo di Agip, 16 sono avvenute subito dopo quelle di Esso; quest'ultima ha variato il proprio prezzo 15 volte su 55 complessive dopo un cambiamento di Agip o Ip. Nessuna delle due società reagisce a variazioni del prezzo di altre imprese in eguale misura. In ogni caso, sembrerebbe essere evidenziata una interrelazione tra i comportamenti di prezzo delle prime due imprese.

⁷⁶ Rimane infatti da verificare se e in che misura gli impulsi di Agip ed Esso sono associati a quelli di altre imprese e se essi sono i primi di una serie di impulsi, vale a dire stimolano l'aggiustamento da parte dei concorrenti.

⁷⁷ I *cluster* sono stati costruiti secondo due metodologie: prefissando il numero massimo di essi e utilizzando lo scarto quadratico medio interno ad essi come criterio di omogeneità per la loro formazione; stabilendo l'ampiezza temporale massima di ciascuno in 7 giorni, sulla base dell'analisi precedentemente descritta relativa ai tempi medi tra le variazioni di prezzo. I risultati ottenuti si sono dimostrati equivalenti, ottenendo in entrambi i casi un numero di *cluster* pari a 64.

⁷⁸ Un numero cospicuo di cambiamenti in seconda posizione è quello di Ip, che presumibilmente cambia il proprio prezzo subito dopo mutamenti effettuati da Agip. Se eliminiamo i 14 *cluster* in cui Ip si comporta in questo modo, Agip ed Esso effettuano il loro cambiamento in seconda posizione in 27 occasioni su 50.

4.5 Analisi econometrica delle serie dei prezzi e dei margini

L'analisi econometrica delle serie dei prezzi e dei margini ha lo scopo di evidenziare eventuali relazioni esistenti tra i valori assunti dalle variabili in periodi diversi, ovvero se valori di uno o più dati momenti passati influenzano il valore attuale, in ogni periodo (tecnicamente, se vi è un effetto autoregressivo). Poiché ha significato solamente per serie che presentano una stabilità non troppo accentuata, l'analisi è stata condotta sul sotto-periodo di prezzi liberi (d'altra parte il più interessante), utilizzando valori medi settimanali⁷⁹.

Le serie delle differenze dei prezzi settimanali delle società sembrano muoversi «casualmente» rispetto ai valori precedenti. In altre parole, i prezzi risentono solamente del *trend* crescente di lungo periodo. Il prezzo medio di mercato dipende invece da quello della settimana precedente⁸⁰. I margini settimanali di quasi tutte le società presentano un'influenza del valore della settimana precedente. Un'analisi su valori quindicinali ha evidenziato il medesimo effetto autoregressivo rispetto al periodo immediatamente precedente a quello corrente⁸¹.

In ogni caso, l'analogia di comportamento dei prezzi e dei margini di quasi tutte le società fa presumere l'esistenza di vischiosità in queste grandezze diffuse in tutto il settore. Per evidenziare eventuali differenze tra le imprese sono state analizzate le serie storiche delle differenze tra i prezzi delle imprese stesse e il prezzo medio di mercato. In base ai risultati ottenuti, le società possono essere ricondotte a tre gruppi:

- 1) la società Esso presenta prezzi settimanali che dipendono da quelli della settimana precedente, di quattro settimane prima (un mese) e di sei settimane prima (un mese e mezzo)⁸²;
- 2) Agip, Ip, Kuwait, Shell e Tamoil hanno prezzi che dipendono solamente da quelli della settimana precedente⁸³;
- 3) i prezzi di Api, Erg e Fina non dipendono da alcun valore passato.

Questi risultati confermano alcune delle osservazioni già effettuate in precedenza: le imprese maggiori hanno politiche di prezzo più autonome e tra loro la società Esso sembra comportarsi con maggiore indipendenza dalle altre, legando in maggior misura ciascun livello del proprio prezzo alle decisioni passate; le società minori non esercitano alcuna azione di stimolo sul prezzo di mercato ma ne seguono più o meno fedelmente l'andamento.

⁷⁹ Per ragioni di carattere tecnico, sono state considerate le serie delle differenze tra i valori assunti dalle variabili in settimane successive. Infatti, è necessario che le serie siano stazionarie, ossia che oscillino intorno a un valore medio con variabilità costante. Data la tendenza alla crescita sia dei prezzi che dei margini, vista in precedenza, la stazionarietà non sussiste per queste variabili (le oscillazioni avvengono attorno a valori crescenti nel tempo), ma è stata invece riscontrata per le differenze prime.

⁸⁰ Tecnicamente, il modello riscontrato come valido è un ARI (1,1). L'apparente contraddizione per cui singole serie non risentono dei valori assunti nei periodi passati, a differenza della loro media, può essere spiegata forse con il fatto che la serie dei prezzi medi è più variabile, oppure che le singole serie presentano una componente autoregressiva debole e non evidenziata dall'analisi per ciascuna società, ma che per il prezzo medio si «somma» con quella delle altre serie di impresa e diviene percepibile. Ancora, il legame tra il prezzo medio di una settimana e quello della settimana precedente può essere dovuto ai pesi usati per il calcolo della media, che cambiano solamente ogni quattro settimane.

⁸¹ E' come se tendenze positive o negative nei margini di un'impresa si prolungassero per periodi mensili (due periodi quindicinali).

⁸² Il modello è ARI (1,4,6).

⁸³ Il modello è ARI (1).

4.6 La relazione tra prezzi e costi

Il prezzo praticato dalle società ovviamente non dovrebbe essere determinato solamente in base all'andamento precedente ma anche tenendo conto dei costi sostenuti. Si è cercato dunque di verificare se, e in che misura, variazioni nei costi si trasferiscono in variazioni dei prezzi. L'analisi è stata condotta, per il periodo di prezzi liberi, collegando il prezzo medio di mercato alla quotazione internazionale Platt's della benzina, che viene utilizzata dalle società come *proxy* dei costi industriali di raffinazione⁸⁴.

Anzitutto i valori assunti correntemente dalla serie delle quotazioni internazionali Platt's sembrano dipendere da quelli di due, cinque settimane precedenti⁸⁵. La spiegazione di tale comportamento non può essere rintracciata in questa sede: esso potrebbe dipendere da regolarità sia nelle quotazioni internazionali del greggio sia nell'andamento del cambio lira/dollaro⁸⁶. La relazione stimata tra i prezzi medi e il Platt's è la seguente:

$$\text{prezzo} = 0,38' \text{ Platt's corrente} + 0,62' \text{ Platt's precedente} + \text{residuo}$$

vale a dire, le variazioni del Platt's esercitano un impatto sia nella settimana in cui si verificano, sia in maggior misura in quella successiva. Sembra dunque che le imprese non trasferiscano immediatamente tutta la variazione del costo industriale sul prezzo, ma aspettino un periodo per verificare che tale variazione non sia transitoria; solo dopo tale riscontro il prezzo viene completamente adeguato al nuovo livello di costo. Tutto ciò inoltre concorda con le strategie di formazione del prezzo delle imprese già viste in precedenza: il comportamento consistente nel legare il prezzo corrente al valore della settimana precedente, attuato dalle imprese maggiori, può derivare proprio dal ritardo nell'aggiustamento alle variazioni di costo.

4.7 Prezzi e margini nei principali mercati europei

4.7.1 Prezzi, imposizione fiscale e margini lordi

Un primo aspetto che differenzia l'Italia dagli altri paesi europei considerati⁸⁷ è rappresentato dalla differente incidenza dell'imposizione fiscale sul prezzo alla pompa dei carburanti per autotrazione. Nel nostro paese, nel giugno 1996, essa risulta nella media dei tre carburanti considerati inferiore a quella vigente in Francia e nel Regno Unito; di poco superiore a quella registrata in Germania; maggiore a confronto con quella vigente in Spagna (tabella 7).

In questo quadro, un secondo elemento di rilievo è rappresentato dal fatto che, nonostante sia aumentata la pressione fiscale sul prezzo finale dei carburanti, in Francia i prezzi industriali hanno subito in media incrementi inferiori a quelli italiani, mentre nel Regno Unito essi sono stati soggetti a riduzioni particolarmente

⁸⁴ Per questo esame vengono utilizzati valori settimanali, alla luce delle risultanze dell'analisi sui tempi medi di aggiustamento del prezzo medio; inoltre, le stime sono state condotte utilizzando le differenze tra valori successivi delle serie, perchè queste non sono stazionarie.

⁸⁵ Il modello è ARI (2,5).

⁸⁶ Si ricorda che le quotazioni Platt's sono espresse in dollari. In questo caso sono state trasformate in lire per omogeneizzarle con i dati di prezzo.

⁸⁷ Cfr. Oil Price Assessments Ltd., *Structure of Retail Motor Fuel Markets and Pump Price Formation in France, Germany, Spain, United Kingdom*, June 1996 e, per la Spagna, anche Tribunal de defensa de la competencia, *Informe sobre la liberalización en el sector del petróleo*, 12 de enero de 1994.

significative. Ciò ha contribuito a determinare in questi due paesi una dinamica al rialzo dei prezzi finali al consumo più contenuta di quella sperimentata in Italia.

Comportamenti concorrenziali delle società petrolifere, dimostratisi più intensi di quelli sperimentati in Italia, sono stati dunque meno prociclici nei confronti delle politiche fiscali sui carburanti per autotrazione, che in altri paesi appaiono anche più stringenti di quella vigente in Italia.

Tabella 7

Incidenza percentuale dell'imposizione fiscale sul prezzo alla pompa e variazione percentuale dei prezzi medi industriali e finali delle benzine e del gasolio per autotrazione (monete nazionali)

	<i>Imposizione fiscale in % del prezzo alla pompa</i>			<i>Variazione % dei prezzi medi industriali</i>			<i>Variazione % del prezzo medio finale</i>		
	15/06/1994	15/06/1995	15/06/1996	1995/1994	1996/1995	1996/1994	1995/1994	1996/1995	1996/1994
Francia									
Benzina senza piombo	78,2	79,4	79,5	0,8	5,1	5,9	6,4	5,6	12,4
Benzina super	80,6	81,5	81,3	-0,9	6,9	5,9	4,1	5,8	10,1
Gasolio autotrazione	70,7	72,0	72,2	-5,2	7,9	2,3	-0,7	8,6	7,8
<i>Media</i>	76,5	77,6	77,7	-1,8	6,6	4,7	3,2	6,7	10,1
Germania									
Benzina senza piombo	75,9	74,7	73,6	7,2	6,0	13,6	2,0	1,8	3,8
Benzina super	77,0	75,4	74,1	9,3	7,8	17,7	2,5	2,2	4,7
Gasolio autotrazione	68,0	66,6	65,6	6,9	5,2	12,5	2,6	2,0	4,6
<i>Media</i>	73,6	72,2	71,1	7,8	6,3	14,6	2,3	2,0	4,4
Regno Unito									
Benzina senza piombo	69,5	71,9	77,6	-2,3	-20,7	-22,6	6,0	-0,5	5,5
Benzina super	72,9	74,5	80,5	-0,3	-24,9	-25,1	6,1	-1,7	4,3
Gasolio autotrazione	68,6	72,1	76,6	-5,3	-15,0	-19,5	6,3	1,5	7,9
<i>Media</i>	70,3	72,8	78,2	-2,6	-20,2	-22,4	6,1	-0,2	5,9
Spagna									
Benzina senza piombo	64,8	67,1	67,6	-6,0	1,2	-4,9	0,6	2,6	3,2
Benzina super	67,9	68,8	69,2	0,3	1,2	1,4	3,2	2,7	5,9
Gasolio autotrazione	62,1	64,5	63,5	-6,4	8,7	1,8	0,0	5,7	5,7
<i>Media</i>	64,9	66,8	66,8	-4,0	3,7	-0,6	1,3	3,7	5,0
Italia									
Benzina senza piombo	73,1	73,0	73,2	10,6	0,8	11,5	10,3	1,5	12,0
Benzina super	75,6	75,1	75,0	11,9	0,7	12,7	9,9	0,2	10,1
Gasolio autotrazione	70,9	71,0	69,9	10,3	5,8	16,7	10,5	2,0	12,7
<i>Media</i>	73,2	73,0	72,7	10,9	2,4	13,6	10,2	1,2	11,6

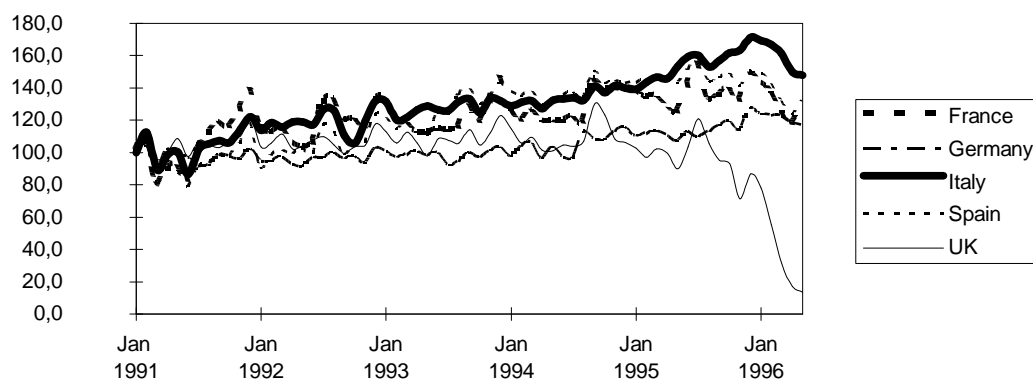
Per memoria: tassi di cambio

	Livelli			Variazioni		
	15/06/94	15/06/95	15/06/96	1995/1994	1996/1995	1996/1994
<i>\$/Franco francese</i>	5,6	4,9	5,2	-11,9	4,7	-7,7
<i>\$/Marco tedesco</i>	1,6	1,4	1,5	-14,3	8,2	-7,3
<i>\$/Lira sterlina</i>	0,7	0,6	0,7	-5,1	4,3	-1,1
<i>\$/Peseta</i>	135,2	121,9	128,6	-9,8	5,5	-4,8
<i>\$/Lira italiana</i>	1598,7	1649,5	1548,0	3,2	-6,2	-3,2

Fonte: elaborazioni su dati «Oil Bulletin», European Commission, vari numeri e anni.

Anche quando la concorrenza si è manifestata in modo particolarmente accentuato, come nel caso del Regno Unito, le imprese petrolifere hanno potuto registrare margini lordi positivi. Il loro livello resta, comunque, inferiore a quello italiano a partire dalla primavera del 1995, come testimonia il grafico seguente.

Margini lordi, benzina super



Fonte: Opal

4.7.2 Politiche di regolamentazione, prezzi, margini in Francia, Spagna, Germania, Regno Unito

Francia

Sino alla metà degli anni ottanta i prezzi alla distribuzione dei carburanti erano sottoposti in Francia ad una regolamentazione pubblica, basata sulla fissazione di un prezzo massimo alla pompa e di margini minimi al rivenditore, per specifiche zone geografiche. La normativa francese contemplava anche la possibilità di fissare un prezzo minimo di vendita, per ogni singola area geografica.

Alcune catene di ipermercati fecero ricorso contro tale sistema regolamentare, appellandosi sia alla giurisdizione nazionale sia a quella comunitaria. Nel 1985 la Corte di Giustizia stabilì che la fissazione di un prezzo minimo, messa in atto dalle autorità francesi, era contraria all'art. 30 del Trattato di Roma ed equivaleva all'introduzione di restrizioni, dirette o indirette, alla libera circolazione di prodotti petroliferi fra i paesi membri della Comunità Europea.

In seguito a questa sentenza, il governo francese rimosse ogni controllo sui prezzi dei carburanti, con effetto dal 31 gennaio 1985. In pratica, tuttavia, le autorità di governo continuarono ad influenzare la determinazione dei livelli dei prezzi, cercando di assicurare rapide riduzioni o limitati incrementi, in coincidenza con le variazioni delle quotazioni internazionali del petrolio.

Nel periodo compreso fra agosto e settembre 1990, coincidente con l'inizio della crisi del Golfo e l'improvviso aumento delle quotazioni internazionali del petrolio, il governo francese reintrodusse temporaneamente forme di controllo sui prezzi dei carburanti, poi abbandonate a metà di settembre dello stesso anno. Da quella data, non vi è stato più alcun intervento amministrativo di controllo sui

prezzi e i rivenditori finali di carburanti sono stati liberi di fissare autonomamente i prezzi finali dei prodotti alla pompa⁸⁸.

I prezzi praticati dai super/ipermercati sono stati, in genere, equivalenti negli ultimi anni al prezzo *ex fabrika* dei prodotti finiti, più un margine compreso fra 0,15-0,25 franchi al litro (al netto dell'Iva: pari a 45-75 lire). A loro volta, i prezzi *ex fabrika* delle raffinerie nazionali riflettevano le quotazioni internazionali degli stessi prodotti.

I prezzi praticati dalle società petrolifere vengono fissati a partire dalle quotazioni internazionali, cui viene aggiunto, oltre al margine riconosciuto al gestore convenzionato, anche un *mark-up* della società. Di solito esso è compreso fra 0,45-0,60 franchi al litro (al netto dell'Iva). Nei punti di vendita di proprietà delle società tale margine può variare tra i 0,20 centesimi e 1 franco al litro, in conformità con le condizioni concorrenziali presenti sui singoli mercati locali.

In Francia la dispersione dei prezzi finali alla distribuzione si manifesta in misura consistente in un numero relativamente limitato di aree geografiche. Differenze significative di prezzo si segnalano, invece, fra i super/ipermercati e le principali società petrolifere nella medesima area, mentre scostamenti meno rilevanti si possono registrare sia fra le singole società petrolifere sia nell'ambito di uno stesso marchio.

In genere, il *range* di variazione fra il prezzo massimo e minimo riscontrabile sul mercato francese è compreso tra 0,60 e 0,80 franchi al litro, sia per le benzine sia per il gasolio. L'esistenza di differenze di prezzo emerge anche dal confronto di aree geografiche diverse. Tra una regione e l'altra, infatti, i prezzi di una stessa società possono variare fino a 0,50 franchi al litro. In uno stesso Dipartimento, invece, le differenze di prezzo per uno stesso marchio non superano i 0,20 franchi al litro.

Differenziali superiori sono caratterizzati dai prezzi maggiori praticati sulle autostrade, dove il prezzo dei carburanti è, in genere, più elevato di 0,20-0,30 franchi al litro. Tale differenziale è rimasto pressoché costante nel corso del tempo.

Le uniche difformità di prezzo percepibili in modo significativo fra le aree urbane e le località agricole sono quelle vigenti fra Parigi e il resto della Francia. Nella capitale, dove pure si possono riscontrare differenze fra l'area urbana e quella suburbana, i prezzi sono in genere più elevati.

In definitiva, la Francia è caratterizzata da differenze competitive di prezzo soprattutto all'interno, piuttosto che fra, le diverse aree geografiche locali. In media, i prezzi nazionali di ciascuna società petrolifera variano per un ammontare non superiore a 0,10 franchi al litro per le benzine e a 0,15 franchi per il gasolio.

La media dei prezzi praticati dai super/ipermercati, invece, è inferiore di 0,40 franchi al litro rispetto a quelli delle società petrolifere, per le benzine con piombo e per il gasolio; di 0,25-0,35 franchi al litro per la benzina senza piombo. Questo differenziale è andato aumentando sistematicamente durante gli ultimi anni, con la conseguenza di sottrarre volumi venduti alle società petrolifere.

⁸⁸ Le politiche promozionali sono limitate, in Francia, a regali o servizi di modesto valore.

Al netto di quelli dei super/ipermercati, i margini complessivi conseguiti dalle società nella distribuzione in rete di carburanti in Francia sono cresciuti in modo sensibile nel corso degli ultimi anni. Nel caso delle benzine con piombo essi sono passati da 0,42 franchi al litro nel 1991 a 0,54 franchi nel 1995 (+30%); nel gasolio da 0.55 a 0.58 franchi (+4%). Il deterioramento dei margini avvenuto nei primi cinque mesi del 1996 va messo in relazione con l'elevata volatilità delle quotazioni internazionali dei prodotti finiti.

Gli aspetti salienti della politica di prezzo che ad una prima analisi emergono quali caratteristiche della distribuzione in rete dei carburanti per autotrazione in Francia sono così sintetizzabili:

- i prezzi esprimono in genere il grado di concorrenza effettiva presente sulla rete distributiva;
- nell'ambito di una stessa area geografica (regionale) sono individuabili contesti di mercato caratterizzati da più o meno intense divergenze di prezzo;
- in genere, sulle reti autostradali o nelle aree rurali più isolate i prezzi dei principali marchi raggiungono i livelli più elevati;
- al contrario, più bassi sono i livelli dei prezzi praticati in prossimità dei super/ipermercati, nelle aree urbane provinciali e nelle aree suburbane delle grandi città;
- i prezzi dei principali marchi risentono della forte concorrenza dei super/ipermercati.

Germania

Dalla fine della seconda guerra mondiale, in Germania non vi sono stati controlli amministrativi sui prezzi dei prodotti petroliferi, né a livello centrale né a livello locale.

Va segnalata, tuttavia, l'esistenza di severe restrizioni nei confronti di forme di concorrenza diversa dal prezzo, come le campagne promozionali per fidelizzare i rapporti fra consumatori e singole società petrolifere. La legge tedesca proibisce forme indirette di sconto sul prezzo e ammette solo la possibilità di regali di modesto valore, con il vincolo che sia identificato in modo preciso il loro produttore.

I prezzi praticati dalle principali società petrolifere derivano dalle quotazioni internazionali spot dei prodotti, alle quali vengono aggiunti i costi dei noli e dei trasporti, i margini della società e quelli riconosciuti ai proprietari degli impianti convenzionati.

A seconda dei diversi gradi di concorrenza presenti localmente sulla rete distributiva, tuttavia, i livelli effettivi dei prezzi possono essere sia inferiori sia superiori a tale livello «teorico» dei prezzi.

I fattori che influenzano in Germania la concorrenza di prezzo sono, principalmente, le differenti strategie seguite, in proposito, da un lato, dalle società petrolifere e, dall'altro lato, dai super/ipermercati, da Conoco (marchio Jet), dagli operatori indipendenti (cosiddette «pompe bianche»).

Di norma, le differenze di prezzo fra i primi soggetti sono scarsamente significative e vengono contenute al massimo entro i limiti di 1 pfenning al litro (circa 10 lire). Conoco, al contrario, segue politiche di prezzo più aggressive, che

vengono talvolta rincorse dalle società petrolifere. In media, tra il 1995 e i primi mesi del 1996 le differenze di prezzo riscontrabili in Germania oscillavano fra 3 e 9 pfennig (30-90 lire).

Diversamente che in Francia, la dispersione dei prezzi dei carburanti in Germania è più consistente fra le diverse aree, piuttosto che al loro interno. Un esempio al riguardo è rappresentato da Monaco di Baviera dove, nell'ottobre 1995, i prezzi del gasolio per autotrazione diminuirono di 12 pfennig al litro (120 lire), a fronte di una contrazione contenuta entro i 2 pfennig (20 lire) nel resto del paese.

I prezzi praticati dai super/ipermercati sono, in genere, inferiori a quelli medi delle società petrolifere di circa 3 pfennig (30 lire) a litro. Questo è il massimo differenziale di prezzo normalmente accettato dalle società petrolifere senza reazioni difensive. Sulle autostrade, dove numerosi impianti sono stati trasformati in *self-service*, i prezzi superano quelli della distribuzione sulla rete stradale ordinaria di circa 3 pfennig.

Le maggiori differenze di prezzo riscontrabili fra le regioni orientali e quelle occidentali possono essere fatte risalire ad alcuni aspetti, fra cui: la ricerca da parte delle principali società petrolifere di migliorare la propria rete distributiva occidentale anche nella ex Germania dell'est; i forti investimenti effettuati dai super/ipermercati in questi territori, con conseguenti riduzioni di prezzo; la consistente presenza di operatori indipendenti nelle regioni orientali; la caduta di competitività subita dall'ex monopolio di Stato (Minol), acquisito in seguito all'unificazione da Elf.

Calcolati come in Francia sulla base della differenza fra il prezzo medio finale alla pompa e la quotazione internazionale spot dei prodotti finiti, i margini distributivi sono aumentati in modo sistematico in Germania, a partire dal 1992. Ciò anche grazie alla progressiva sostituzione di benzina senza piombo a quella più tradizionale.

Più specificamente, nel caso delle benzine con piombo, essi sono passati da 16,9 a 21 pfennig al litro (169-210 lire, con un incremento del 24%), tra il 1991 e il primo semestre del 1996; da 16 a 18,6 pfennig al litro (+16%), nel caso delle benzine senza piombo; da 16,5 a 20,2 pfennig al litro (+22%), nel caso del gasolio.

Le politiche di prezzo in Germania sembrano potersi ricondurre ai seguenti elementi essenziali:

- l'esistenza di differenziali geografici fra i diversi livelli di prezzo;
- l'assenza di una politica nazionale di fissazione dei prezzi;
- l'assenza di campagne promozionali da parte delle società petrolifere;
- la presenza di soggetti non integrati verticalmente (indipendenti nella fase distributiva, super/ipermercati) o di società (Conoco) presenti in modo diffuso con politiche di prezzo particolarmente aggressive.

Spagna

Dal 1927 alla fine del 1992 il mercato petrolifero spagnolo è stato caratterizzato da una stringente regolamentazione pubblica e dalla presenza di una impresa monopolistica (Compañía Arrendataria del Monopolio SA: Campsa), titolare di tutte le attività di raffinazione, logistica e distribuzione.

A partire dal 1985 il contesto regolamentare ha iniziato a subire i primi mutamenti, tesi a ridurre progressivamente l'incidenza dell'intervento pubblico in questo settore. Essi sono culminati, alla fine del 1992, con l'estinzione del monopolio di Campsa e il trasferimento della sua struttura commerciale a tre società (Repsol, Cepsa-Elf, Bp), in precedenza presenti solo nella fase della raffinazione, che si sono potute così integrare verticalmente anche in quella finale della distribuzione. Fino a quella data esisteva una limitata presenza di soggetti indipendenti (circa 500), autorizzati ad operare sulla rete distributiva nazionale a partire dalla metà degli anni ottanta.

Al momento della estinzione del monopolio, le attività logistiche e i servizi di distribuzione primaria sono stati trasferiti ad una nuova società (Compañía Logística de Hidrocarburos: Clh), controllata congiuntamente da Repsol, Cepsa, Bp e Shell. Clh dispone di circa 3.500 chilometri di oleodotti e di 36 depositi distribuiti sul territorio nazionale. I prezzi di trasferimento dei prodotti petroliferi praticati da Clh sono identici per qualsiasi acquirente, indipendentemente dal fatto che esso sia socio o meno della società.

La maggior parte delle società petrolifere non rifornisce i propri punti vendita ricorrendo direttamente alle infrastrutture logistiche di proprietà ma fa ricorso alla rete logistica di Clh, da cui acquista le forniture di carburanti necessarie per il proprio fabbisogno. Clh svolge un ruolo analogo nei confronti dei soggetti indipendenti, non integrati verticalmente.

Sino al 15 giugno 1996 era in vigore una regolamentazione di prezzo, in base alla quale veniva fissato, prima ogni quindici giorni poi settimanalmente, il prezzo massimo alla vendita, senza divari regionali. A partire da quella data tale sistema è stato abolito per il gasolio da autotrazione, mentre è rimasto in vigore per le benzine (ad esclusione della benzina senza piombo tipo 98 Ron).

Il meccanismo della fissazione del livello massimo del prezzo, autorizzata dalla legge 34/1992, si fonda sul prezzo medio europeo, prima delle imposte, considerato nel periodo di riferimento. Ad esso viene aggiunto un cosiddetto margine di adattamento al mercato spagnolo, che corregge al rialzo di circa 2 pesetas (quasi 25 lire) la quotazione media internazionale. Infine, il valore ottenuto è sottoposto sia all'imposta sugli idrocarburi sia a quella sul valore aggiunto.

In media, i prezzi della benzina con piombo sono stati inferiori al prezzo massimo di circa 0,10-0,20 pesetas (1-3 lire). Nel caso della benzina senza piombo (tipo 95 Ron), invece, nel 1994 i livelli di differenziazione rispetto al tetto massimo erano superiori (0,80-1,2 pesetas), ma, a partire dal 1995, si sono andati allineando con quelli della benzina con piombo.

I prezzi della benzina senza piombo tipo 98 Ron si sono mantenuti più elevati di 1,2-1,5 pesetas rispetto a quelli della benzina con piombo ma, dall'inizio

dello scorso anno, hanno dimostrato una progressiva tendenza a convergere con questi ultimi.

E' possibile riscontrare, in Spagna, una variabilità dei prezzi sia fra aree geografiche diverse sia fra differenti marchi, presenti nella stessa zona. Seppure la loro presenza sia ancora limitata, si avvertono gli effetti determinati sul mercato dai maggiori livelli di sconto di prezzo praticati nei punti di vendita dei super/ipermercati (particolarmente nell'area di Barcellona) e dei soggetti indipendenti.

Calcolati allo stesso modo che per la Francia e la Germania, i margini lordi alla distribuzione hanno manifestato in Spagna una tendenza alla crescita. Fra il 1991 e il 1995 essi sono aumentati del 52% nel caso della benzina super con piombo (da 11,4 a 17,3 pesetas al litro), mentre sono rimasti invariati (12,4 pesetas al litro) nel caso del gasolio da autotrazione, a causa delle insistenti politiche di sconti praticate dalle società per questo tipo di carburante.

Gli elementi essenziali della situazione vigente nel mercato spagnolo della distribuzione di carburanti sono riconducibili a:

- un drastico mutamento regolamentare, frutto della piena adesione alla normativa comunitaria, che ha comportato il superamento del regime monopolistico in vigore fino al 1992;
- il conferimento della rete distributiva in precedenza detenuta dal monopolio nazionale a società petrolifere;
- la creazione di una società, partecipata da imprese petrolifere, con il compito di assicurare i servizi logistici e la vendita di prodotti finiti, allo stesso prezzo, a qualsiasi soggetto ne faccia richiesta;
- la parziale liberalizzazione dei prezzi finali (gasolio).

Regno Unito

A partire dal maggio 1979 è cessata qualsiasi forma di controllo amministrativo sui prezzi di carburanti nel Regno Unito. Fino a quella data, le società avevano l'obbligo di comunicare, in anticipo, alla Commissione Centrale Prezzi le variazioni previste dei prezzi dei prodotti petroliferi.

Attualmente non esiste alcuna normativa che restringe il grado di concorrenza sul mercato della distribuzione di carburanti, la quale può manifestarsi mediante sia diverse politiche di prezzo sia altre forme (differenziazione di prodotto, pubblicità, promozioni).

La maggior parte delle società petrolifere diffonde nei propri punti vendita il listino prezzi dei propri prodotti. Esso contiene anche l'indicazione del prezzo massimo alla vendita raccomandato dalle società, inclusivo eventualmente del margine riconosciuto al gestore dell'impianto. In genere, a causa della concorrenza esistente, il livello dei prezzi effettivi, praticati nei più importanti mercati geografici, è significativamente inferiore rispetto a quello massimo suggerito dalle società.

Le principali società petrolifere tendono a fissare schemi di prezzo e a variarne i livelli con una certa omogeneità. Le società di minori dimensioni, pur seguendo in linea di massima il sentiero dei prezzi di quelle maggiori, applicano

variazioni ai propri listini con una diversa frequenza e intensità, rispetto alle imprese di dimensioni maggiori.

Forme di cosiddetto *temporary price support*, agevolazioni particolari e transitorie nelle forniture di carburanti ai rivenditori finali, vengono contemplate nei casi in cui ciò permetta loro di ricondurre i propri prezzi a livelli competitivi con quelli vigenti sul mercato. Tale sistema, strettamente controllato dalle società petrolifere, non viene applicato in modo indiscriminato. I prezzi variano localmente, in funzione delle differenti condizioni concorrenziali operanti sui singoli mercati geografici.

Solo tre società (Bp, Esso e Shell) sono presenti con una propria rete sull'intero territorio nazionale. Le reti delle altre società tendono a concentrarsi nelle zone in cui sono ubicate le proprie infrastrutture logistiche necessarie per il loro rifornimento.

La principale dispersione dei prezzi è presente attraverso l'intero paese, mentre sono poco significative le differenze di prezzo riscontrabili in ciascuna area locale. Le principali società, aumentando o riducendo i propri prezzi, segnalano al mercato l'esistenza di livelli di prezzo difforni da quelli considerati sostenibili. La capacità di influenzare l'intero mercato è limitata alle prime tre società che, dall'inizio di quest'anno, sembrano averla ceduta a favore di alcune importanti catene di super/ipermercati.

Questi soggetti, infatti, hanno tradizionalmente applicato livelli di prezzo inferiori. Tale scelta è stata motivata sia dall'ubicazione degli impianti di proprietà della grande distribuzione, in genere meno favorevole di quella dei punti di vendita delle società petrolifere sia dalla necessità di reagire a forme di concorrenza non di prezzo (qualità di prodotti e di servizi, promozioni), che le società petrolifere avevano adottato per contenere gli effetti provocati dall'ingresso dei super/ipermercati nella distribuzione di carburanti. In genere, le società petrolifere hanno privilegiato la concorrenza non di prezzo, mentre la grande distribuzione ha fatto leva su quella di prezzo.

Tali difforni strategie di mercato hanno determinato una progressiva crescita dell'ampiezza con cui si manifestano i differenziali di prezzo fra i principali marchi petroliferi e quelli della grande distribuzione. La capacità dimostrata dai super/ipermercati di accrescere significativamente e ovunque la propria quota di mercato è ascrivibile alla forte sensibilità al prezzo dimostrata dai consumatori, in un contesto economico recessivo. Si è, di conseguenza, ridotta la capacità di attrazione esercitata dalle campagne promozionali, fondate sulla concorrenza non di prezzo.

All'inizio del 1995 la differenza di prezzo fra le società petrolifere e la grande distribuzione era pari a circa 4 pence (quasi 90 lire) al litro. Nell'estate dello stesso anno, in due aree geografiche la società Esso ha messo in atto una strategia fondata o sull'eliminazione di ogni tipo di promozione e sull'allineamento dei propri prezzi a quelli della grande distribuzione o sul mantenimento delle proprie promozioni, associato a prezzi non superiori di 1 pence (circa 23 lire) al litro rispetto a quelli dei super/ipermercati. Il successo dell'iniziativa ha spinto Esso ad annullare le campagne promozionali e a collocarsi sul medesimo livello di prezzo della grande distribuzione, a livello nazionale, all'inizio del 1996. Simile strategia è stata seguita, poi, dalle altre società petrolifere.

Attualmente non è possibile individuare una precisa *leadership* di prezzo sul mercato distributivo del Regno Unito. Nella prima parte del 1996, in risposta al rialzo delle quotazioni internazionali del petrolio, i super/ipermercati hanno aumentato per primi i propri prezzi, seguiti dopo qualche tempo dalle principali società petrolifere.

Sulle autostrade la presenza di punti di vendita è minore di quella registrabile nel resto d'Europa e i prezzi sono, in genere, allineati con il livello massimo suggerito dalle società petrolifere. Tuttavia, la concorrenza esercitata dalla grande distribuzione si è estesa anche sulla rete autostradale.

La normativa a salvaguardia della sicurezza e dell'ambiente ha ridotto il numero di impianti di distribuzione ubicati nelle aree urbane. Quelli che vi sono presenti applicano livelli di prezzi non dissimili dal tetto massimo suggerito dalle società petrolifere.

Diversamente dalla Francia e dalla Germania (dove da tempo la grande distribuzione esercita una effettiva e incisiva concorrenza di prezzo), nel Regno Unito, nonostante la sua indipendenza energetica, la concorrenza di prezzo promossa dalla grande distribuzione e la recente decisione adottata da Esso (e seguita poi dalle altre principali società petrolifere) di adeguare i propri livelli di prezzo a quelli dei super/ipermercati, ha provocato una forte contrazione dei margini.

Essi hanno subito una flessione (-8%) già nel corso del 1995 (da 6,3 pence al litro del 1991 a 5,8 nel 1995: rispettivamente da 145 lire circa a 130) nel caso della benzina super con piombo e da 7,2 a 5,5 pence al litro (-24%) nel caso della benzina senza piombo tipo 95 Ron Eurosuper. Nei primi cinque mesi del 1996 essi si sono ulteriormente contratti, fino a scendere a 2,3 e a 2,9 pence al litro, rispettivamente per la benzina con e senza piombo.

Gli aspetti salienti della dinamica concorrenziale caratterizzanti il mercato della distribuzione in rete di carburanti nel Regno Unito sono riconducibili a:

- l'assenza di qualsiasi regolamentazione restrittiva della concorrenza;
- una diversa presenza territoriale delle reti distributive delle società, delle quali solo alcune in grado di coprire l'intero territorio nazionale;
- come in Francia e Germania, l'ingresso e il ruolo determinante della grande distribuzione, orientata prevalentemente a strategie concorrenziali di prezzo;
- una crescente preferenza dei consumatori per sconti di prezzo palesi e non occulti (promozioni);
- la risposta, prima isolata (Esso), poi generalizzata da parte delle società petrolifere alle politiche aggressive di prezzo messe in atto dalla grande distribuzione;
- sensibili effetti di tale reazione, le cui conseguenze si sono esercitate non solo sui livelli di prezzo (a favore dei consumatori) ma anche sui livelli dei margini (a svantaggio delle imprese).