

P A R T E I I

3. LA DISTRIBUZIONE

3.1 Le caratteristiche generali della rete distributiva delle società petrolifere

Tra il 1991 e il primo trimestre 1996, la rete distributiva italiana di carburanti per autotrazione (benzina super, benzina senza piombo, gasolio³⁴), rappresentata di seguito dalla somma delle reti di ciascuna delle nove società petrolifere italiane oggetto dell'indagine³⁵, ha ridotto in misura limitata la propria dimensione (tabella 1). Infatti, il numero totale di impianti è diminuito nel periodo considerato di poco più di 1800 unità, ad un ritmo medio annuo dell'1,3%.

Le diverse tipologie di impianti che compongono la rete distributiva hanno fornito un contributo differente a questa sua riduzione assoluta. Sia le stazioni di servizio stradali³⁶ sia, in misura minore, gli impianti autostradali sono, complessivamente, aumentati di 242 unità. Al contrario, le stazioni di rifornimento³⁷, i chioschi³⁸ e i punti isolati³⁹ sono diminuiti di oltre 2000 unità. Le due tipologie di impianto che hanno offerto, rispettivamente, il maggiore contributo al mutamento che ha caratterizzato la rete distributiva sono stati i chioschi (-1147) e le stazioni di servizio (+225).

In complesso, l'incidenza percentuale sul totale della rete degli impianti autostradali resta inferiore al 2%, con una lieve tendenza alla crescita. Alquanto stabile si profila anche la quota riferibile alle stazioni di rifornimento (28%), a fronte della quale appare in diminuzione sia quella dei chioschi sia, in misura inferiore, quella dei punti isolati. I chioschi e i punti vendita isolati sono tipologie di impianti più tradizionali e meno evolute, sotto il profilo sia delle caratteristiche funzionali sia dell'erogato medio⁴⁰. Nonostante il costante ridimensionamento subito negli anni 1991-primo trimestre 1996, essi rappresentano tuttavia ancora poco meno della metà del totale della rete distributiva stradale italiana (circa il 44%).

³⁴ Per la sua scarsa incidenza sui consumi totali non si è tenuto conto del Gpl per autotrazione.

³⁵ Nel loro insieme esse eguagliano circa il 95% della rete censita annualmente dall'Unione Petrolifera, nella prima metà degli anni novanta.

³⁶ Impianti costituiti da uno o più apparecchi a semplice o doppia erogazione di carburante con relativi serbatoi e comprendente locali per il lavaggio e/o grassaggio e/o altri servizi all'autoveicolo (officina, elettrauto, ecc.). Tale impianto dispone, inoltre, di servizi igienici per gli utenti e può, eventualmente, offrire altri servizi accessori.

³⁷ Impianti costituiti da uno o più apparecchi a semplice o doppia erogazione di carburante con relativi serbatoi, che dispone di attrezzature per servizi accessori vari, esclusi i locali per il lavaggio e/o grassaggio e/o altri servizi all'autoveicolo.

³⁸ Impianti costituiti da uno o più apparecchi a semplice o doppia erogazione di carburante con relativi serbatoi e con manufatto adibito esclusivamente al ricovero del personale addetto ed eventualmente all'esposizione di lubrificanti o di altri prodotti ed accessori per autoveicoli.

³⁹ Impianti costituiti da uno o più apparecchi a semplice o doppia erogazione di carburante con relativi serbatoi ed eventuale pensilina, senza alcuna struttura ausiliaria.

⁴⁰ Si tornerà in seguito più diffusamente su questo aspetto.

Tabella 1

STRUTTURA E CONSISTENZA DELLA RETE PER TIPOLOGIA DI PUNTI DI VENDITA (fine periodo, 1996 primo trimestre)

Anni	Autostrada	Stazioni di servizio	Stazioni di rifornimento	Chioschi	Punti isolati	Totale
<i>Valori assoluti</i>						
1991	455	6710	8027	11399	1750	28341
1992	459	6542	7831	11351	1659	27842
1993	467	6666	7774	11172	1580	27659
1994	464	6880	7464	10770	1485	27063
1995	469	6948	7576	10349	1379	26721
1996	472	6935	7519	10252	1350	26528
<i>Composizione percentuale</i>						
1991	1,61	23,68	28,32	40,22	6,17	100
1992	1,65	23,50	28,13	40,77	5,96	100
1993	1,69	24,10	28,11	40,39	5,71	100
1994	1,71	25,42	27,58	39,80	5,49	100
1995	1,76	26,00	28,35	38,73	5,16	100
1996	1,78	26,14	28,34	38,65	5,09	100
<i>Differenze annue e totali assolute</i>						
1992-1991	4	-168	-196	-48	-91	-499
1993-1992	8	124	-57	-179	-79	-183
1994-1993	-3	214	-310	-402	-95	-596
1995-1994	5	68	112	-421	-106	-342
1996-1995	3	-13	-57	-97	-29	-193
1996-91	17	225	-508	-1147	-400	-1813

Fonte: elaborazioni su dati delle società. Esclusi i punti di vendita non recanti i colori delle società considerate.

Oltre alla diminuzione assoluta del numero dei punti di vendita, nel periodo esaminato le società petrolifere hanno proceduto anche a scambi reciproci di impianti. A questo scopo esse hanno utilizzato sia lo strumento delle permuta sia quello delle vendite. In quest'ultimo caso, soggetti privati proprietari di impianti di distribuzione (cosiddetti «retisti»), non verticalmente integrati nella fase a monte della raffinazione, hanno partecipato alle transazioni con le società petrolifere, cedendo loro propri punti di vendita⁴¹.

⁴¹ Per una recente analisi di questo segmento della rete distributiva cfr. Rie, *Gli operatori indipendenti sul mercato italiano dei carburanti*, Bologna, luglio 1996. Si ricorda che l'Autorità, con provvedimento n. 1238, adottato il 23 giugno 1993 (caso I/53, *Ristrutturazione rete distributori carburanti*), ha giudicato in contrasto con l'art. 2 della legge 287/90 una intesa comunicata dalle società Consorzio Grandi Reti, Agip Petroli Spa, Italiana Petroli Spa e dall'Unione Petrolifera, allo scopo di costituire un Consorzio in ossequio all'impegno assunto con il protocollo di intesa sottoscritto, in data 19 dicembre 1991, congiuntamente all'Assopetroli e al Ministero dell'Industria, con la finalità di razionalizzare a livello nazionale la rete di distribuzione dei carburanti.

3.2 La composizione delle reti delle singole società per tipologia di impianti

Un esame dettagliato delle caratteristiche delle reti appartenenti alle singole società, per tipologia di punto di vendita, consente di valutare in modo più analitico le loro rispettive posizioni sulla rete distributiva italiana⁴².

3.2.1 La rete autostradale

Per quanto riguarda, anzitutto, la struttura della *rete autostradale* (tabella 2) va segnalata l'assoluta preminenza della società Agip Petroli. Con i due marchi Agip e Ip⁴³, essa rappresenta il 60% dell'intera struttura distributiva autostradale. Il maggior peso fra queste due società è attribuibile ad Agip che, pure, denota una leggera flessione della propria quota tra il 1991 e il 1996, non integralmente compensata dalla crescita di quella di Ip.

Il principale concorrente delle due società pubbliche, Esso, occupa una posizione sulla rete autostradale di gran lunga distanziata, con una quota che a fine periodo è quasi prossima al 16%, poco meno di quattro volte inferiore a quella dei due marchi *leader*.

Seguono Kuwait (con il marchio Q8), la cui rete presenta una dimensione equivalente alla metà di quella di Esso e, infine, Shell, Api, Erg, Fina e Tamoil che, in questo ordine decrescente, dispongono di una rete in complesso quasi pari a quella di Esso.

Le prime quattro società (Agip-Ip, Esso, Kuwait, Shell) eguagliano, dunque, alla fine del periodo, il 90% del totale degli impianti di distribuzione sulla rete autostradale. Tale elevato grado di concentrazione dei punti di vendita è connotato da una forte asimmetria, a favore di Agip-Ip, la cui incidenza sulle prime quattro società equivale al 66% nel 1996. Altre cinque società, infine, fra il 1991 e il 1996 non hanno mutato la dimensione della propria rete autostradale.

⁴² Com'è noto, sotto il profilo del rapporto giuridico esistente fra le società petrolifere e i singoli punti di vendita, la rete italiana di distribuzione dei carburanti per autotrazione si può suddividere in due tipologie: impianti di proprietà delle società petrolifere e impianti di proprietà di soggetti terzi, legati da un contratto di fornitura con le società petrolifere, che espongono il loro marchio (impianti cosiddetti «convenzionati»). Nel 1995 gli impianti di proprietà diretta di ciascuna società, in percentuale sul totale, erano: Agip (78%), Ip (67%), Esso (75%), Kuwait (57%), Erg (75%), Api (78%), Fina (66%), Shell (68%), Tamoil (35%) (fonte: dati forniti dalle società).

⁴³ Il marchio Agip fa riferimento alla rete distributiva della società Agip Petroli spa, quello Ip alla società Italiana Petroli Spa. Pur considerando di seguito congiuntamente i risultati conseguiti dalle due società tramite i rispettivi marchi, in quanto entrambe sono sottoposte allo stesso controllo da parte di Agip Petroli Spa (appartenente al gruppo Eni: cfr. caso I/191, *Agip Petroli/Kuwait Petroleum Italia*, oltreché Agip Petroli, *Relazioni e Bilancio Consolidato del Settore AgipPetroli*, 1995), verranno tuttavia fornite le informazioni analitiche relative a ciascuna di esse, in modo da potere apprezzare le differenze nelle dimensioni e nei comportamenti che le contraddistinguono.

Tabella 2*NUMERO DI PUNTI DI VENDITA IN RETE: AUTOSTRADE*

Anni	Agip	Ip	Agip+Ip	Esso	Q8	Erg	Api	Fina	Shell	Tamoil	Totale
------	------	----	---------	------	----	-----	-----	------	-------	--------	--------

Valori assoluti

1991	199	73	272	69	39	14	15	12	30	4	455
1992	198	75	273	69	41	14	15	13	30	4	459
1993	200	78	278	71	42	14	15	13	30	4	467
1994	199	77	276	73	39	14	15	13	30	4	464
1995	201	78	279	75	39	14	15	13	30	4	469
1996	202	80	282	75	39	14	15	13	30	4	472

Composizione percentuale

1991	43,74	16,04	59,78	15,16	8,57	3,08	3,30	2,64	6,59	0,88	100
1992	43,14	16,34	59,48	15,03	8,93	3,05	3,27	2,83	6,54	0,87	100
1993	42,83	16,70	59,53	15,20	8,99	3,00	3,21	2,78	6,42	0,86	100
1994	42,89	16,59	59,48	15,73	8,41	3,02	3,23	2,80	6,47	0,86	100
1995	42,86	16,63	59,49	15,99	8,32	2,99	3,20	2,77	6,40	0,85	100
1996	42,80	16,95	59,75	15,89	8,26	2,97	3,18	2,75	6,36	0,85	100

Differenze annue e totali assolute

1992-1991	-1	2	1	0	2	0	0	1	0	0	4
1993-1992	2	3	5	2	1	0	0	0	0	0	8
1994-1993	-1	-1	-2	2	-3	0	0	0	0	0	-3
1995-1994	2	1	3	2	0	0	0	0	0	0	5
1996-1995	1	2	3	0	0	0	0	0	0	0	3
1996-91	3	7	10	6	0	0	0	1	0	0	17

Fonte: cfr. tab. 1.

3.2.2 La rete stradale

Per quanto riguarda la struttura della rete distributiva stradale si possono distinguere, anzitutto, le rispettive posizioni delle singole società nel caso delle *stazioni di servizio* (tabella 3). Questa tipologia di impianti, come si è visto, ha offerto il maggior contributo positivo al mutamento del profilo dell'intera rete, mediante una crescita globale di 225 punti di vendita. Come già nel caso degli

impianti autostradali, anche in questo Ip ha contribuito in misura maggiore al risultato finale, con un aumento dei propri punti di vendita pari a 220 unità. Insieme, Agip-Ip costituiscono il 36% delle stazioni di servizio stradali.

Tabella 3

NUMERO DI PUNTI DI VENDITA IN RETE: STRADE. STAZIONI DI SERVIZIO

Anni	Agip	Ip	Agip+Ip	Esso	Q8	Erg	Api	Fina	Shell	Tamoil	Totale
------	------	----	---------	------	----	-----	-----	------	-------	--------	--------

Valori assoluti

1991	1464	804	2268	1395	787	548	322	323	550	517	6710
1992	1464	818	2282	1381	785	553	326	219	552	444	6542
1993	1466	820	2286	1404	779	564	334	316	569	414	6666
1994	1471	1031	2502	1414	761	568	336	315	566	418	6880
1995	1470	1032	2502	1411	783	585	342	318	551	456	6948
1996	1472	1024	2496	1397	786	589	340	323	550	454	6935

Composizione percentuale

1991	21,82	11,98	33,80	20,79	11,73	8,17	4,80	4,81	8,20	7,70	100
1992	22,38	12,50	34,88	21,11	12,00	8,45	4,98	3,35	8,44	6,79	100
1993	21,99	12,30	34,29	21,06	11,69	8,46	5,01	4,74	8,54	6,21	100
1994	21,38	14,99	36,37	20,55	11,06	8,26	4,88	4,58	8,23	6,08	100
1995	21,16	14,85	36,01	20,31	11,27	8,42	4,92	4,58	7,93	6,56	100
1996	21,23	14,77	35,99	20,14	11,33	8,49	4,90	4,66	7,93	6,55	100

Differenze annue e totali assolute

1992-1991	0	14	14	-14	-2	5	4	-104	2	-73	-168
1993-1992	2	2	4	23	-6	11	8	97	17	-30	124
1994-1993	5	211	216	10	-18	4	2	-1	-3	4	214
1995-1994	-1	1	0	-3	22	17	6	3	-15	38	68
1996-1995	2	-8	-6	-14	3	4	-2	5	-1	-2	-13
1996-91	8	220	228	2	-1	41	18	0	0	-63	225

Fonte: cfr. tab. 1.

Nel segmento delle stazioni di servizio, appare minore la distanza di Esso dalle prime due società. L'incidenza della sua rete si colloca, infatti, attorno al

20%. Segue Kuwait (circa 11%), che precede le rimanenti imprese con quote inferiori al 10%. Il grado di concentrazione in questa tipologia di impianti risulta inferiore a quello autostradale, anche se le prime quattro imprese detengono circa il 76% della rete. Si conferma, infine, uno squilibrio dimensionale a vantaggio di Agip-Ip, non solo nei confronti di tutte le imprese, ma anche verso il loro più diretto concorrente.

Nelle *stazioni di rifornimento* (tabella 4) si registra un primo ridimensionamento del totale dei punti di vendita (-508) nell'arco di tempo esaminato. Viene, tuttavia, confermato il ruolo preponderante delle due società pubbliche, la cui quota, soprattutto grazie alla rete Ip, eguaglia oltre un terzo del totale.

La seconda società, in questo caso, è rappresentata da Kuwait (20%), nonostante abbia subito la maggiore contrazione assoluta della propria presenza su questa tipologia di impianti (-290 in complesso).

In questo segmento distributivo, il grado di concentrazione della rete, misurato dalla quota congiunta delle prime quattro società (Agip-Ip, Kuwait, Tamoil, Api) alla fine del periodo è pari al 72%.

Sia nelle stazioni di servizio sia soprattutto in quelle di rifornimento, quindi, tende a ridursi almeno in parte l'asimmetria, che si manifesta in modo più consistente sulla rete autostradale, fra Agip-Ip da un lato e le altre principali società dall'altro. Ciononostante, nei due segmenti appena analizzati, l'incidenza di Agip-Ip approssima o supera la metà di quella delle prime quattro imprese.

E' significativo, inoltre, il fatto che la tendenza alla diminuzione dei punti di vendita non sia regolare nel corso del tempo. Nonostante le società petrolifere abbiano più volte manifestato l'intenzione di eliminare i punti di vendita in eccesso presenti sulla rete tale processo non ha coinvolto, nel periodo esaminato, questa tipologia di impianti. In due occasioni, ad esempio, Agip-Ip presentano saldi annuali positivi nel numero totale di stazioni di rifornimento (1993 e 1995). Ugualmente, altre società aumentano o superano alla fine del periodo il numero di impianti (Erg, Fina, Tamoil).

Tabella 4*NUMERO DI PUNTI DI VENDITA IN RETE: STRADE. STAZIONI DI RIFORNIMENTO*

Anni	Agip	Ip	Agip+Ip	Esso	Q8	Erg	Api	Fina	Shell	Tamoil	Totale
------	------	----	---------	------	----	-----	-----	------	-------	--------	--------

Valori assoluti

1991	714	1882	2596	734	1810	343	750	323	727	744	8027
1992	715	1731	2446	733	1750	365	740	321	711	765	7831
1993	720	1744	2464	727	1707	398	735	321	696	726	7774
1994	713	1631	2344	718	1547	394	756	331	656	718	7464
1995	705	1715	2420	707	1542	412	752	338	632	773	7576
1996	711	1701	2412	698	1520	412	738	347	622	770	7519

Composizione percentuale

1991	8,89	23,45	32,34	9,14	22,55	4,27	9,34	4,02	9,06	9,27	100
1992	9,13	22,10	31,23	9,36	22,35	4,66	9,45	4,10	9,08	9,77	100
1993	9,26	22,43	31,70	9,35	21,96	5,12	9,45	4,13	8,95	9,34	100
1994	9,55	21,85	31,40	9,62	20,73	5,28	10,13	4,43	8,79	9,62	100
1995	9,31	22,64	31,94	9,33	20,35	5,44	9,93	4,46	8,34	10,20	100
1996	9,46	22,62	32,08	9,28	20,22	5,48	9,82	4,61	8,27	10,24	100

Differenze annue e totali assolute

1992-1991	1	-151	-150	-1	-60	22	-10	-2	-16	21	-196
1993-1992	5	13	18	-6	-43	33	-5	0	-15	-39	-57
1994-1993	-7	-113	-120	-9	-160	-4	21	10	-40	-8	-310
1995-1994	-8	84	76	-11	-5	18	-4	7	-24	55	112
1996-1995	6	-14	-8	-9	-22	0	-14	9	-10	-3	-57
1996-91	-3	-181	-184	-36	-290	69	-12	24	-105	26	-508

Fonte: cfr. tab. 1.

Il segmento dei *chioschi* (tabella 5) denota una contrazione assoluta del numero dei punti di vendita (-1147) più che doppia rispetto a quella che ha interessato le stazioni di rifornimento. Solo Tamoil accresce la propria presenza in questa tipologia di rete (+97), pur non essendo l'unica ad incrementare la propria incidenza percentuale sul totale.

E' significativo notare, infatti, che Agip, pur eliminando 178 impianti, a causa delle più intense riduzioni messe in atto dalle altre società, mostra alla fine

del periodo esaminato una quota addirittura accresciuta (40%) rispetto all'inizio (38%). Pur avendo Agip (e, soprattutto, Ip) fornito il maggior contributo al ridimensionamento di questa tipologia di impianti, appare significativo il livello della quota congiunta di Agip-Ip, che ammonta al 53% all'inizio del 1996.

In questo comparto il CR4 della rete (78%) è inferiore solo a quello riscontrato negli impianti autostradali. Anche l'influenza congiunta di Agip-Ip sulle prime quattro società (68%) si mantiene su un livello consistente.

Tabella 5

NUMERO DI PUNTI DI VENDITA IN RETE: STRADE. CHIOSCHI

Anni	Agip	Ip	Agip+Ip	Esso	Q8	Erg	Api	Fina	Shell	Tamoil	Totale
<i>Valori assoluti</i>											
1991	4323	1523	5846	918	909	1189	477	847	635	578	11399
1992	4285	1607	5892	893	887	1163	469	804	585	658	11351
1993	4289	1551	5840	880	822	1166	467	766	561	670	11172
1994	4270	1420	5690	867	761	1117	484	742	485	624	10770
1995	4147	1294	5441	830	730	1082	467	714	412	673	10349
1996	4145	1283	5428	821	700	1079	442	704	403	675	10252
<i>Composizione percentuale</i>											
1991	37,92	13,36	51,29	8,05	7,97	10,43	4,18	7,43	5,57	5,07	100
1992	37,75	14,16	51,91	7,87	7,81	10,25	4,13	7,08	5,15	5,80	100
1993	38,39	13,88	52,27	7,88	7,36	10,44	4,18	6,86	5,02	6,00	100
1994	39,65	13,18	52,83	8,05	7,07	10,37	4,49	6,89	4,50	5,79	100
1995	40,07	12,50	52,58	8,02	7,05	10,46	4,51	6,90	3,98	6,50	100
1996	40,43	12,51	52,95	8,01	6,83	10,52	4,31	6,87	3,93	6,58	100
<i>Differenze annue e totali assolute</i>											
1992-1991	-38	84	46	-25	-22	-26	-8	-43	-50	80	-48
1993-1992	4	-56	-52	-13	-65	3	-2	-38	-24	12	-179
1994-1993	-19	-131	-150	-13	-61	-49	17	-24	-76	-46	-402
1995-1994	-123	-126	-249	-37	-31	-35	-17	-28	-73	49	-421
1996-1995	-2	-11	-13	-9	-30	-3	-25	-10	-9	2	-97
1996-91	-178	-240	-418	-97	-209	-110	-35	-143	-232	97	-1147

Fonte: cfr. tab. 1.

Infine, anche nei *punti isolati* (tabella 6) si segnala una forte presenza di Agip-IP, soprattutto con il marchio della prima società. Infatti, nonostante i punti di vendita siano diminuiti di 400 unità, di cui oltre un terzo appartenenti ai due marchi pubblici, l'incidenza di Agip è addirittura aumentata nel periodo considerato. Particolarmente significativa risulta la quota facente capo alle prime quattro società: 83%.

Tabella 6*NUMERO DI PUNTI DI VENDITA IN RETE: STRADE. PUNTI ISOLATI, MARINA E ALTRI*

Anni	Agip	Ip	Agip+Ip	Esso	Q8	Erg	Api	Fina	Shell	Tamoil	Totale
------	------	----	---------	------	----	-----	-----	------	-------	--------	--------

Valori assoluti

1991	582	139	721	61	122	150	63	38	348	247	1750
1992	561	127	688	55	123	140	51	34	331	237	1659
1993	559	110	669	64	110	128	54	28	298	229	1580
1994	535	100	635	59	102	124	64	25	273	203	1485
1995	489	108	597	51	95	119	68	24	241	184	1379
1996	485	101	586	45	88	119	67	24	239	182	1350

Composizione percentuale

1991	33,26	7,94	41,20	3,49	6,97	8,57	3,60	2,17	19,89	14,11	100
1992	33,82	7,66	41,47	3,32	7,41	8,44	3,07	2,05	19,95	14,29	100
1993	35,38	6,96	42,34	4,05	6,96	8,10	3,42	1,77	18,86	14,49	100
1994	36,03	6,73	42,76	3,97	6,87	8,35	4,31	1,68	18,38	13,67	100
1995	35,46	7,83	43,29	3,70	6,89	8,63	4,93	1,74	17,48	13,34	100
1996	35,93	7,48	43,41	3,33	6,52	8,81	4,96	1,78	17,70	13,48	100

Differenze annue e totali assolute

1992-1991	-21	-12	-33	-6	1	-10	-12	-4	-17	-10	-91
1993-1992	-2	-17	-19	9	-13	-12	3	-6	-33	-8	-79
1994-1993	-24	-10	-34	-5	-8	-4	10	-3	-25	-26	-95
1995-1994	-46	8	-38	-8	-7	-5	4	-1	-32	-19	-106
1996-1995	-4	-7	-11	-6	-7	0	-1	0	-2	-2	-29
1996-91	-97	-38	-135	-16	-34	-31	4	-14	-109	-65	-400

Fonte: cfr. tab. 1.

Una illustrazione sintetica della *composizione dell'intera rete*, autostradale e stradale, è fornita dalla tabella 7. Da questo punto di vista, sotto il profilo della «dimensione» delle rispettive reti⁴⁴, gli elementi salienti che emergono sono rappresentati da:

⁴⁴ Gli impianti di Tamoil sono parzialmente sovrastimati. Non è, infatti, possibile distribuire nelle singole tipologie quelli inattivi, pari a circa il 4% in complesso.

a) il ruolo preminente ricoperto da Agip-Ip che, insieme, superano il 42% dell'intera rete distributiva;

b) la differenza relativa esistente fra questo primo nucleo societario e i suoi diretti competitori (Esso e Kuwait), la cui dimensione relativa è quasi quattro volte inferiore;

c) la presenza di un gruppo di società in posizione più marginale (Erg, Api, Fina, Shell e Tamoil);

d) una elevata incidenza delle reti delle prime quattro società sulla rete nazionale in complesso (74% nel 1996).

Tabella 7

NUMERO DI PUNTI DI VENDITA IN RETE: AUTOSTRADE E STRADE. TOTALE

Anni	Agip	Ip	Agip+Ip	Esso	Q8	Erg	Api	Fina	Shell	Tamoil	Totale
------	------	----	---------	------	----	-----	-----	------	-------	--------	--------

Valori assoluti

1991	7282	4421	11703	3177	3667	2244	1627	1543	2290	2090	28341
1992	7223	4358	11581	3131	3586	2235	1601	1391	2209	2108	27842
1993	7234	4303	11537	3146	3460	2270	1605	1444	2154	2043	27659
1994	7188	4259	11447	3131	3210	2217	1655	1426	2010	1967	27063
1995	7012	4227	11239	3074	3189	2212	1644	1407	1866	2090	26721
1996	7015	4189	11204	3036	3133	2213	1602	1411	1844	2085	26528

Composizione percentuale

1991	25,69	15,60	41,29	11,21	12,94	7,92	5,74	5,44	8,08	7,37	100
1992	25,94	15,65	41,60	11,25	12,88	8,03	5,75	5,00	7,93	7,57	100
1993	26,15	15,56	41,71	11,37	12,51	8,21	5,80	5,22	7,79	7,39	100
1994	26,56	15,74	42,30	11,57	11,86	8,19	6,12	5,27	7,43	7,27	100
1995	26,24	15,82	42,06	11,50	11,93	8,28	6,15	5,27	6,98	7,82	100
1996	26,44	15,79	42,23	11,44	11,81	8,34	6,04	5,32	6,95	7,86	100

Differenze annue e totali assolute

1992-1991	-59	-63	-122	-46	-81	-9	-26	-152	-81	18	-499
1993-1992	11	-55	-44	15	-126	35	4	53	-55	-65	-183
1994-1993	-46	-44	-90	-15	-250	-53	50	-18	-144	-76	-596
1995-1994	-176	-32	-208	-57	-21	-5	-11	-19	-144	123	-342
1996-1995	3	-38	-35	-38	-56	1	-42	4	-22	-5	-193
1996-91	-267	-232	-499	-141	-534	-31	-25	-132	-446	-5	-1813

Fonte: cfr. tab. 1.

3.3 La specializzazione delle reti delle singole società per tipologia di impianti

Ulteriori elementi valutativi si possono far discendere da un confronto fra la specializzazione della rete di ogni società, rappresentata dalla incidenza relativa di ciascuna tipologia di impianti sul totale, con quella della rete nazionale in complesso (tabella 8).

Agip-Ip presentano nel primo trimestre 1996 una specializzazione della propria rete particolarmente incentrata nel segmento dei chioschi (48%), la cui quota è infatti superiore di dieci punti percentuali a quella della rete nazionale. Viceversa, meno intensa è l'incidenza sulla struttura della rete di Agip-Ip sia delle stazioni di servizio sia, soprattutto, di quelle di rifornimento. I punti di vendita autostradali sono, dunque, l'unico segmento in cui la specializzazione della rete di Agip-Ip risulta migliore rispetto alla rete nazionale. Le due imprese pubbliche, la cui quota complessiva sulla rete italiana assicura loro una posizione nettamente preminente (42%) rispetto alle altre società, manifestano pertanto nel primo trimestre 1996 una specializzazione distributiva fondata prevalentemente (54%) su una tipologia di impianti marginali (chioschi, punti isolati).

La società Esso denota una incidenza degli impianti autostradali sulla propria rete assimilabile a quella di Agip-Ip e superiore, dunque, alla rete nazionale. Le analogie con le imprese pubbliche, tuttavia, si arrestano a questa tipologia di impianti. Infatti, l'incidenza dei chioschi e dei punti isolati sulla rete Esso è poco più della metà di quella di Agip-Ip, mentre la quota delle stazioni di servizio di Esso supera di 20 punti percentuali quella della rete nazionale e, in proporzioni anche maggiori, quella della rete pubblica. La struttura distributiva di Esso che, in complesso, presenta una dimensione poco meno di quattro volte inferiore a quella di Agip-Ip, ha raggiunto, dunque, una specializzazione relativa migliore, centrata prevalentemente su impianti caratterizzati da elevati rendimenti medi.

Kuwait, pur con una presenza complessiva sulla rete italiana analoga a quella di Esso, non ne riproduce una eguale specializzazione sotto il profilo delle singole tipologie di impianto. Infatti, Kuwait appare dotata di una inferiore incidenza di punti di vendita autostradali e di stazioni di servizio stradali.

Poco meno della metà dell'intera rete Kuwait è costituita da stazioni di rifornimento stradali, mentre quasi un quarto della rete è ancora legato a impianti marginali (chioschi, punti isolati). Nelle restanti società minori, l'incidenza degli impianti marginali risulta in due casi superiore alla metà (Erg, Fina) e superiore a un terzo in Api, Shell e Tamoil.

3.4 Le quote di mercato

L'analisi delle posizioni relative delle singole società (tabella 9), in base ai volumi venduti da ogni tipologia di impianto e in totale, conferma la posizione preminente della subholding Agip Petroli.

3.4.1 La consistenza delle quote di mercato

In complesso, Agip-Ip detengono alla fine del 1995 poco meno del 47% del mercato⁴⁵. In particolare, Agip da sola rappresenta un terzo dell'intero mercato. Il principale concorrente delle due imprese pubbliche, Esso, raggiunge una quota (16%) quasi tre volte inferiore a quella congiunta di Agip-Ip. Si noti, inoltre, che alla fine del periodo Esso appare sostanzialmente allineata con la posizione di Ip, grazie ad un incremento di oltre un punto percentuale della propria quota di mercato. Seguono le altre imprese, con quote minori, comprese fra il 4 e il 10% (Api, Fina, Erg, Shell, Kuwait). Il CR4 è significativamente elevato: in tutto il periodo esso supera, in media, l'80%.

Sotto il profilo della tipologia dei singoli impianti, le imprese pubbliche si confermano particolarmente forti, come si è visto, nel mercato servito dai chioschi e dai punti isolati, oltretutto in quello autostradale. Meno consistente è, invece, la loro presenza in quello delle stazioni stradali di rifornimento e di servizio. La maggiore quota di mercato di Esso è, invece, riscontrabile nel segmento delle stazioni di servizio, seguito da quello degli impianti autostradali.

⁴⁵ Il totale di mercato, calcolato come somma delle quantità vendute dalle singole società, tiene conto della presenza di Tamoil (la cui incidenza durante l'intero periodo esaminato è pari, in media, al 4,6%). Tuttavia Tamoil non dispone di una disaggregazione delle proprie quantità vendute per tipologia di impianti. Per questa ragione tale società non figura nella tabella 9 dove, pertanto, i valori che si riferiscono alle quote di mercato per tipologia di impianti delle altre società sono parzialmente sovrastimati. Infine, nel mercato non sono compresi i volumi venduti dagli impianti di soggetti privati non convenzionati con le società petrolifere (cosiddette «pompe bianche»), la cui incidenza sul totale della rete è marginale (circa 5%).

Tabella 9

QUOTE DI MERCATO PER TIPOLOGIA DI IMPIANTI E IN TOTALE (volumi di benzine e gasolio)

Anni	Agip	Ip	Agip+Ip	Esso	Q8	Erg	Api	Fina	Shell
<i>Autostrade</i>									
1991	45,83	15,08	60,92	18,13	6,00	2,83	2,39	2,29	7,44
1992	46,42	14,92	61,34	17,32	6,83	2,77	2,35	2,30	7,08
1993	45,25	15,33	60,58	18,19	6,55	2,87	2,37	2,37	7,07
1994	43,73	14,77	58,50	20,25	6,97	2,74	2,27	2,33	6,94
1995	44,23	15,27	59,50	19,81	6,53	2,71	2,19	2,31	6,94
<i>Strade. Stazioni di servizio</i>									
1991	29,70	12,38	42,08	25,92	9,68	6,18	4,56	3,86	7,73
1992	29,83	12,80	42,63	25,11	10,95	6,34	4,55	2,73	7,68
1993	28,26	12,93	41,18	25,39	9,96	6,69	4,71	4,11	7,95
1994	26,18	15,17	41,35	26,31	10,07	6,44	4,40	3,94	7,49
1995	26,25	15,69	41,95	25,60	9,46	6,69	4,44	4,21	7,66
<i>Strade. Stazioni di rifornimento</i>									
1991	12,33	28,01	40,33	12,72	20,24	4,24	6,97	4,36	11,13
1992	12,46	26,11	38,57	12,94	22,16	4,52	6,91	4,33	10,58
1993	12,48	26,84	39,32	12,97	19,72	5,34	7,17	4,53	10,95
1994	12,49	24,20	36,68	14,16	21,35	5,41	7,32	4,74	10,34
1995	12,59	26,26	38,85	13,55	19,39	5,53	7,27	5,16	10,24
<i>Strade. Chioschi</i>									
1991	47,92	12,59	60,51	10,18	5,49	9,07	2,99	6,75	5,01
1992	47,98	14,18	62,16	9,69	5,67	8,82	2,81	6,14	4,72
1993	47,90	14,08	61,99	9,63	5,05	9,37	2,87	6,31	4,78
1994	48,03	12,71	60,74	10,53	5,44	9,58	3,01	6,33	4,36
1995	49,08	12,05	61,13	10,19	4,94	9,87	2,91	6,74	4,23
<i>Strade. Punti isolati, marina e altri</i>									
1991	37,09	8,31	45,40	4,50	16,10	6,57	2,08	1,53	23,81
1992	40,10	7,84	47,94	2,03	15,72	6,41	1,96	1,47	24,48
1993	40,90	7,22	48,13	4,22	12,71	7,01	2,25	1,50	24,18
1994	39,56	6,93	46,49	4,65	13,38	7,59	3,49	1,38	23,01
1995	40,68	7,64	48,32	4,27	12,66	7,66	3,42	1,40	22,26
<i>Totale</i>									
1991	31,65	16,88	48,53	14,94	9,99	5,80	4,14	4,30	7,91
1992	31,43	16,50	47,93	15,20	10,97	5,82	4,07	3,89	7,59
1993	30,94	16,56	47,50	15,40	9,88	6,27	4,19	4,29	7,74
1994	30,17	16,53	46,70	16,81	10,58	6,29	4,23	3,48	7,36
1995	29,99	16,93	46,92	16,18	9,67	6,38	4,17	4,52	7,28

Fonte: cfr. tab. 1.

Agip	Ip	Agip+Ip	Esso	Q8	Erg	Api	Fina	Shell
------	----	---------	------	----	-----	-----	------	-------

3.4.2 La variabilità delle quote di mercato

Oltre alla consistenza, rileva esaminare anche la variabilità delle quote di mercato delle singole società, con riferimento al periodo 1991-1995.

Tabella 10

STATISTICHE DESCRITTIVE DELLE QUOTE DI MERCATO (benzine e gasolio)

	Agip	Ip	Agip+Ip	Esso	Q8	Erg	Api	Fina	Shell	Tamoil
Dati annuali										
Deviazione standard	0,6618	0,1865	0,6679	0,6895	0,4815	0,2504	0,0550	0,3676	0,2336	0,1669
Massimo	31,65	16,93	48,53	16,81	10,97	6,38	4,23	4,52	7,91	4,88
Minimo	29,99	16,50	46,70	14,94	9,67	5,80	4,07	3,48	7,28	4,39
Media	30,84	16,68	47,52	15,71	10,22	6,11	4,16	4,10	7,58	4,62
Mediana	30,94	16,56	47,50	15,40	9,99	6,27	4,17	4,29	7,59	4,55
Dati mensili										
Deviazione standard	0,9828	0,4023	0,9279	0,7152	0,6057	0,3291	0,1222	0,2608	0,3099	0,2465
Massimo	33,77	17,42	49,66	18,65	11,73	6,61	4,51	5,24	7,96	4,79
Minimo	28,90	15,43	44,92	15,36	9,09	5,22	3,81	3,92	6,69	3,92
Media	30,68	16,45	47,13	16,39	10,15	6,00	4,11	4,39	7,49	4,33
Mediana	30,61	16,47	47,14	16,12	10,05	6,06	4,11	4,36	7,54	4,32

Fonte: elaborazioni su dati delle società per i valori annuali e del Ministero dell'industria per i valori mensili

Il ricorso ai dati annuali o mensili non muta, sostanzialmente, la percezione di essere in presenza di una variabilità delle quote di mercato del tutto trascurabile. Infatti, in entrambi i casi il valore della deviazione standard è inferiore a 1. Esso aumenta nel passaggio dai dati annuali a quelli mensili, a causa della maggiore ampiezza delle serie considerate, che catturano meglio di quelle annuali, ad esempio, gli effetti determinati dalle campagne promozionali messe in atto dalle società nel corso degli anni esaminati. Simili iniziative, infatti, in vigore per periodi limitati, spostano solo temporaneamente i volumi di carburanti da una società all'altra e non paiono sufficienti ad alterare in modo significativo la stabilità delle loro quote di mercato.

Nel periodo sotto osservazione, com'è noto, la formazione del prezzo finale del prodotto è passata da un regime di totale amministrazione, ad uno di semplice sorveglianza (dal 16 settembre 1991)⁴⁶, ad una completa liberalizzazione (dal 30 aprile 1994)⁴⁷.

Tenendo conto dei tre sottoperiodi in cui è possibile scomporre, dal punto di vista dei mutamenti intercorsi nella normativa sulla formazione del prezzo, l'intero arco temporale indagato, la variabilità delle quote di mercato presenta profili particolari (tabella 11).

⁴⁶ Provvedimento Cip n. 20 del 31 luglio 1991.

⁴⁷ Con propria delibera del 30 settembre 1993 il Cipe aveva previsto che i prezzi dei carburanti venissero liberalizzati a partire dal 30 settembre 1993, restando però alle imprese l'obbligo di comunicare al Ministero dell'industria i propri listini. Tale obbligo fu soppresso dalla successiva delibera del Cipe del 13 aprile 1994, che stabiliva, a partire dal 30 aprile 1994, la piena libertà delle società di fissare i prezzi dei carburanti, comunicando ai gestori degli impianti i cosiddetti «prezzi consigliati». Le modalità di attuazione di quest'ultima delibera sono contenute nel Decreto del Ministero dell'industria del 7 maggio 1994.

Tabella 11*DEVIAZIONE STANDARD DELLE QUOTE DI MERCATO (benzine e gasolio, dati mensili)*

	Agip	Ip	Agip+Ip	Esso	Q8	Erg	Api	Fina	Shell	Tamoil
Prezzi amministrati	0,7360	0,1529	0,7035	0,2576	0,2486	0,1360	0,0733	0,0535	0,2132	0,0469
Prezzi sorvegliati	0,8950	0,3818	0,7323	0,2798	0,6490	0,3206	0,1451	0,1511	0,2270	0,1924
Prezzi liberi	0,8220	0,5149	0,8743	0,7849	0,6443	0,2308	0,0830	0,3416	0,1660	0,1820

Fonte: Cfr. tab.10

Il passaggio da un sistema di totale regolamentazione dei prezzi ad un regime di loro completa liberalizzazione è, infatti, caratterizzato da comportamenti difformi fra le imprese. Da un lato, l'ingresso nella fase di sorveglianza si riflette poco sulla variabilità delle quote di mercato, che manifesta una limitata tendenza alla crescita. Dall'altro lato, nel passaggio alla fase di completa liberalizzazione dei prezzi, invece, la variabilità delle quote di mercato presenta segni opposti: in quattro casi, aumenta (fra cui soprattutto Esso); in cinque casi, diminuisce (fra cui Agip). In complesso, i livelli della variabilità delle quote di mercato riscontrabili fra l'ultimo periodo (liberalizzazione) e il primo (amministrazione), non superano la soglia di un incremento di valore pari a 0,5, tranne nel caso della società Esso.

Nonostante nel corso degli anni esaminati ci si sarebbe potuto attendere, grazie ai mutamenti normativi intercorsi, una maggiore libertà di iniziativa nelle strategie di prezzo messe in atto da parte delle singole società, il mercato della distribuzione in rete, autostradale e stradale, dei carburanti per autotrazione rimane, dunque, caratterizzato in Italia da una *straordinaria stabilità delle singole quote di mercato*.

3.5 L'efficienza relativa delle reti delle singole società

Per qualificare meglio un simile contesto di mercato può essere utile disporre di una valutazione sintetica dell'efficienza relativa delle reti di ciascuna società. A questo scopo è stato, anzitutto, calcolato un primo indicatore, rappresentato dal rapporto fra le quote di rete (in impianti) e le quote di mercato (in volumi), detenute da ciascuna società (tabella 12)⁴⁸. Valori superiori (inferiori) a 1 denotano una inefficienza (o efficienza) relativa della rete di una società rispetto a quelle dei concorrenti, in quanto è necessario disporre mediamente di più impianti per ottenere un'analoga quota di quantità vendute. A corredo di questo indicatore sono forniti, inoltre, sia i quantitativi assoluti dell'erogato medio complessivo (benzine e gasolio) di ogni società, per singola tipologia di impianto (tabella 13); sia il raffronto fra la riduzione del numero globale di punti di vendita e la variazione dell'erogato medio totale di ogni società (tabella 14)⁴⁹. Il ricorso a

⁴⁸ Come nel caso del calcolo contenuto nella tabella 9, anche questo rapporto tiene conto della presenza di Tamoil sul mercato. Tale società, tuttavia, non compare nella tabella 12, mancando una disaggregazione analitica delle sue quote di mercato, riferibili a ciascuna tipologia di punti di vendita.

⁴⁹ Vengono omesse le informazioni sulle quantità medie erogate per tipologia di impianto da Api, ritenute dalla società meritevoli di riservatezza, in ragione della «particolare conformazione della rete» della società.

questi indicatori permette di individuare tre gruppi principali di società, in cui si può suddividere la rete italiana di distribuzione di carburanti per autotrazione:

a) il primo gruppo è rappresentato dalle reti delle società che, nonostante gli interventi di ristrutturazione messi in atto negli anni considerati, denotano ancora *evidenti deficit di efficienza*. Esse appartengono a Kuwait, Erg, Api, Fina. Tranne alcune eccezioni (nelle stazioni di rifornimento e nei punti isolati), queste società sono caratterizzate da una evidente asimmetria fra la propria quota di rete (in termini di numero di impianti) e la propria quota di mercato (in termini di volumi venduti da ciascuna tipologia di impianto). In particolare, nel periodo esaminato Erg risulta avere operato un ridimensionamento della propria rete e un aumento delle quantità vendute inferiore alla media; ugualmente Kuwait, pur riducendo il numero dei propri punti di vendita con una intensità doppia rispetto alla media nazionale, non è riuscita a conseguire un risultato analogo in termini di incremento dei volumi di carburante erogati; a sua volta Fina ha accresciuto con una intensità superiore alla media il proprio erogato complessivo, anche se ha ridotto in proporzione minore dell'intera rete la dimensione di quella propria; Api ha migliorato la propria posizione relativa, in misura però marginale, dal punto di vista sia della dimensione della rete sia delle quantità vendute. Infine, Shell mostra un miglioramento nel valore dell'indicatore sintetico di efficienza. Tuttavia, questo risultato è il frutto di andamenti di segno opposto: positivo negli impianti autostradali, nelle stazioni di rifornimento, nei chioschi e nei punti isolati; negativo nelle stazioni di servizio. Shell, inoltre, segue un andamento simile ad Agip-Ip nel caso sia della riduzione del numero di impianti sia dell'incremento dell'erogato medio;

b) il secondo gruppo è rappresentato dalle reti, appartenenti alle due società pubbliche, che hanno *peggiorato la propria efficienza*. La capacità di Agip-Ip di accrescere l'incidenza della propria rete su quella nazionale (passata dal 41% nel 1991 al 42% nel 1995), infatti, non è stata sostenuta da una proporzionale capacità di aumentare le prestazioni della rete. L'indicatore sintetico di efficienza delle due reti pubbliche è, di conseguenza, peggiorato, soprattutto se posto a confronto con quello di Esso, anche se permane superiore rispetto a quello di tutte le altre società. L'unica tendenza favorevole è manifestata dalla migliorata efficienza dei chioschi (imputabile per altro soprattutto al contributo offerto dalla rete di Ip in questo segmento). E' significativo notare, in particolare, che sulla rete autostradale Agip-Ip dispongono nel 1996 di una situazione di sostanziale equilibrio fra la quota di rete e la quota di mercato, mentre all'inizio del periodo la loro posizione appariva caratterizzata da una maggiore efficienza. Agip-Ip, inoltre, hanno dovuto imprimere alle proprie reti un ridimensionamento di intensità più che doppia rispetto a quella media per conseguire un miglioramento delle quantità vendute che si presenta superiore di poco meno della metà di quello realizzato in complesso dall'intera rete;

c) infine, il terzo gruppo è rappresentato dalla rete della società che ha *migliorato ulteriormente i livelli già apprezzabili della propria efficienza*, appartenente ad Esso. In particolare, l'indice di efficienza di questa società presentava già nel 1991 un valore migliore di quello di Agip-Ip e di Shell. Tale valore è ulteriormente migliorato a fine periodo. In tutte le tipologie di impianto Esso ha mantenuto costanti i livelli di efficienza di inizio periodo o li ha migliorati, con l'unica eccezione nel caso dei punti isolati su strada che, si ricorda, incidono però per meno del 2% sulla struttura della sua rete e rappresentano una tipologia marginale di punto di vendita.

Tabella 12

RAPPORTO FRA LE QUOTE DELLA RETE E LE QUOTE DI MERCATO

	Agip	Ip	Agip+Ip	Esso	Q8	Erg	Api	Fina	Shell
<i>Autostrade</i>									
1991	0,95	1,06	0,98	0,84	1,43	1,09	1,38	1,15	0,89
1992	0,93	1,10	0,97	0,87	1,31	1,10	1,39	1,23	0,92
1993	0,95	1,09	0,98	0,84	1,37	1,04	1,36	1,18	0,91
1994	0,98	1,12	1,02	0,78	1,21	1,10	1,43	1,20	0,93
1995	0,97	1,09	1,00	0,81	1,27	1,10	1,46	1,20	0,92
<i>Strade. Stazioni di servizio</i>									
1991	0,73	0,97	0,80	0,80	1,21	1,32	1,05	1,25	1,06
1992	0,75	0,98	0,82	0,84	1,10	1,33	1,09	1,23	1,10
1993	0,78	0,95	0,83	0,83	1,17	1,26	1,06	1,15	1,07
1994	0,82	0,99	0,88	0,78	1,10	1,28	1,11	1,16	1,10
1995	0,81	0,95	0,86	0,79	1,19	1,26	1,11	1,09	1,04
<i>Strade. Stazioni di rifornimento</i>									
1991	0,72	0,84	0,80	0,72	1,11	1,01	1,34	0,92	0,81
1992	0,73	0,85	0,81	0,72	1,01	1,03	1,37	0,95	0,86
1993	0,74	0,84	0,81	0,72	1,11	0,96	1,32	0,91	0,82
1994	0,77	0,90	0,86	0,68	0,97	0,98	1,38	0,94	0,85
1995	0,74	0,86	0,82	0,69	1,05	0,98	1,36	0,86	0,81
<i>Strade. Chioschi</i>									
1991	0,79	1,06	0,85	0,79	1,45	1,15	1,40	1,10	1,11
1992	0,79	1,00	0,84	0,81	1,38	1,16	1,47	1,15	1,09
1993	0,80	0,99	0,84	0,82	1,46	1,11	1,46	1,09	1,05
1994	0,83	1,04	0,87	0,76	1,30	1,08	1,49	1,09	1,03
1995	0,82	1,04	0,86	0,79	1,43	1,06	1,55	1,02	0,94
<i>Strade. Punti isolati e altri</i>									
1991	0,90	0,96	0,91	0,77	0,43	1,30	1,73	1,42	0,84
1992	0,84	0,98	0,87	1,63	0,47	1,32	1,57	1,39	0,82
1993	0,86	0,96	0,88	0,96	0,55	1,15	1,52	1,18	0,78
1994	0,91	0,97	0,92	0,85	0,51	1,10	1,24	1,22	0,80
1995	0,87	1,03	0,90	0,87	0,54	1,13	1,44	1,24	0,78
<i>Totale</i>									
1991	0,81	0,90	0,85	0,75	1,29	1,36	1,39	1,26	1,02
1992	0,82	0,95	0,87	0,74	1,17	1,38	1,41	1,28	1,04
1993	0,84	0,94	0,88	0,74	1,27	1,31	1,38	1,22	1,00
1994	0,88	0,95	0,90	0,67	1,12	1,30	1,45	1,51	1,00
1995	0,87	0,93	0,90	0,71	1,23	1,30	1,47	1,16	0,96

Fonte: cfr. tab. 1.

Tabella 13*EROGATO MEDIO PER PUNTI DI VENDITA (benzine e gasolio, migliaia di litri)*

	Agip	Ip	Esso	Q8	Erg	Api	Fina	Shell
<i>Autostrade</i>								
1991	8627	7740	9842	5764	7571		7148	9288
1992	8941	7587	9572	6353	7543		6762	9006
1993	8608	7479	9750	5932	7807		6924	8966
1994	8474	7399	10697	6895	7536		6911	8924
1995	8815	7842	10580	6706	7764		7123	9272
<i>Strade. Stazioni di servizio</i>								
1991	1791	1359	1640	1086	995		1056	1240
1992	1881	1445	1679	1288	1058		1152	1285
1993	1818	1487	1706	1206	1119		1228	1318
1994	1791	1481	1873	1332	1141		1260	1331
1995	1844	1570	1873	1247	1181		1368	1435
<i>Strade. Stazioni di rifornimento</i>								
1991	1246	1074	1251	807	892		975	1105
1992	1323	1145	1340	961	939		1023	1129
1993	1316	1168	1354	877	1019		1070	1194
1994	1334	1130	1502	1051	1045		1091	1201
1995	1396	1197	1498	983	1049		1193	1267
<i>Strade. Chioschi</i>								
1991	901	672	901	491	620		648	641
1992	966	761	936	551	654		659	696
1993	952	774	933	524	685		702	727
1994	936	745	1011	595	714		710	748
1995	982	773	1019	561	757		783	851
<i>Strade. Punti isolati, marina e altri</i>								
1991	611	573	707	1265	420		386	656
1992	665	574	343	1189	426		402	688
1993	661	593	595	1044	495		483	733
1994	657	616	701	1166	544		492	749
1995	742	631	746	1189	574		522	824
<i>Erogato medio totale rete per società</i>								
1991	1319	1159	1427	827	784		845	1048
1992	1386	1206	1546	974	829		891	1094
1993	1369	1232	1567	914	884		950	1150
1994	1355	1253	1733	1064	916		788	1182
1995	1421	1331	1749	1007	958		1067	1296

Fonte: elaborazione su dati delle società.

Tabella 14

*RAFFRONTO FRA RIDUZIONE DEL NUMERO DEGLI IMPIANTI
E INCREMENTO DELL'EROGATO MEDIO PER CIASCUNA SOCIETA' (1991-1995)*

	Agip	Ip	Agip+Ip	Esso	Q8	Erg	Api	Fina	Shell	Media
Variazione assoluta degli impianti	-270	-194	-464	-103	-478	-32	17	-136	-424	-202
Incrementi assoluti dell'erogato medio (000 litri)	102	172	274	322	180	174	-	222	248	186
<i>Dinamismo relativo rispetto alla media *</i>										
Variazione assoluta degli impianti	1,34	0,96	2,30	0,51	2,37	0,16	n.s.	0,67	2,10	
Incrementi assoluti dell'erogato medio (000 litri)	0,55	0,92	1,47	1,73	0,97	0,94	n.s.	1,19	1,33	

Fonte: cfr. tab. 1.

* Rapporto fra la variazione assoluta degli impianti, gli incrementi assoluti dell' erogato medio di ciascuna società e il valore medio di questi due indicatori delle otto società.

Anche nel caso della evoluzione delle quantità vendute Esso realizza il maggiore incremento assoluto rispetto a quelli conseguiti da tutte le altre società. L'intensità più apprezzabile di tale dinamica proviene dal segmento rappresentato dagli impianti autostradali; ma anche in tutte le altre tipologie di impianto Esso ha manifestato una analoga tendenza. Inoltre, anche se diminuisce la dimensione della propria rete poco più della metà dell'ammontare messo a segno dall'intera rete distributiva nazionale, Esso migliora le proprie vendite con una intensità superiore a quella sia delle imprese pubbliche sia dell'intero mercato.

3.6 Un confronto internazionale

Le peculiarità che caratterizzano la rete italiana di distribuzione di carburanti per autotrazione possono essere meglio apprezzate attraverso un confronto internazionale con i principali paesi europei: Francia, Spagna, Germania e Regno Unito.

3.6.1 Le dinamiche dei consumi

I consumi finali di carburanti hanno seguito differenti sentieri di crescita nei diversi paesi considerati (tabella 15). Nel corso del periodo esaminato, l'Italia fa registrare il maggiore incremento medio annuo (4,3%) di consumi di benzina, super e senza piombo, che rappresentano oltre la metà dei consumi totali nel 1995. Le vendite di gasolio per autotrazione, invece, denotano un profilo stagnante.

Tabella 15

*VENDITE IN RETE DI CARBURANTE PER AUTOTRAZIONE IN
ITALIA, FRANCIA, SPAGNA, GERMANIA, REGNO UNITO
(milioni di tonnellate)*

	1991	1992	1993	1994	1995
Italia					
Benzina	14,8	16	16,5	16,9	17,5
Gasolio	16,6	16,5	15,8	16	16,6
Totale	31,4	32,5	32,3	32,9	34,1
Francia					
Benzina	17,6	17,3	16,8	16,3	15,5
Gasolio	13,7	14,5	15,4	16,1	16,9
Totale	31,3	31,8	32,2	32,4	32,4
Spagna					
Benzina	8,1	8,6	8,8	8,8	8,8
Gasolio	8,5	8,1	7,7	7,8	7,9
Totale	16,6	16,7	16,5	16,6	16,7
Germania					
Benzina	29,6	30	29,6	28,1	28,6
Gasolio	8,9	9,5	9,8	10,1	10,9
Totale	38,5	39,5	39,4	38,2	39,5
Regno Unito					
Benzina	23,4	23,4	23,2	22,4	21,4
Gasolio	3,1	3,5	3,8	4,3	4,8
Totale	26,5	26,9	27	26,7	26,2

Fonte: Unione Petrolifera per l'Italia e Oil Price Assessments Ltd per gli altri paesi.

In complesso, la domanda di carburanti distribuiti in rete è cresciuta, in Italia, ad un ritmo del 2,1% medio annuo. Solo la Spagna presenta un profilo in qualche misura assimilabile a quello italiano, per quanto riguarda le vendite di benzine⁵⁰.

Negli altri paesi, al contrario, le dinamiche delle vendite complessive di carburanti denotano una tendenza molto più contenuta, inferiore all'1% medio annuo. Più in particolare, Francia, Germania e Regno Unito sperimentano una riduzione dei consumi di benzine, in parte compensata dagli aumenti anche consistenti di quelli di gasolio. Ad eccezione dell'Italia e della Spagna, infatti, la penetrazione del gasolio per autotrazione è cresciuta ovunque con una intensità particolarmente accentuata, superiore a quella delle benzine⁵¹. Va, infine, notato che il livello assoluto dei consumi di carburanti in Italia è secondo solo a quello della Germania e che esso ha eguagliato quasi il 23% del totale dei consumi dei cinque paesi considerati.

⁵⁰ In questo paese, infatti, i consumi delle benzine sono cresciuti del 2,1%, meno della metà che in Italia, a fronte però di una contrazione delle vendite di gasolio (-1,8% in media annua).

⁵¹ I consumi di benzina si riducono in media annua, fra il 1991 e il 1995, in Francia del 3,1%, in Germania dello 0,8%, nel Regno Unito del 2,2%. I consumi di gasolio per autotrazione, invece, crescono nello stesso periodo in Francia del 5,4%, in Germania del 5,2%, nel Regno Unito dell'11,5%. Com'è noto, in Italia il minore consumo di gasolio è imputabile essenzialmente agli effetti della imposizione fiscale gravante sugli autoveicoli *diesel*.

3.6.2 La dimensione delle reti nazionali

La valutazione della dimensione delle singole reti nazionali fa emergere la particolare anomalia che caratterizza la situazione italiana (tabella 16). Infatti, pur essendo diminuito il numero di impianti⁵² di 2.200 unità, nel 1995 esso risulta ancora largamente superiore a quello presente negli altri paesi esaminati. Con l'eccezione della Spagna, che dispone di una rete di distribuzione particolarmente limitata, Francia, Germania e Regno Unito hanno eliminato, in complesso, 9.250 impianti, fra il 1991 e il 1995. La ristrutturazione delle loro reti è stata, dunque, assai più intensa di quella sperimentata in Italia, dove nel 1995 l'estensione della rete globale di distribuzione è superiore a quella riscontrabile già nel 1991 in ogni paese europeo considerato.

Si noti, infine, che nel 1995 l'incidenza della rete italiana sul totale delle reti dei cinque paesi era pari al 35% e ammontava a poco meno di un quarto rispetto alla rete dell'Unione Europea nel 1994.

⁵² L'ammontare sia degli impianti italiani sia delle loro riduzioni, nel periodo considerato, è superiore a quello riportato nella tabella 1, perché i dati della tabella 16 si riferiscono ad una stima dell'intera rete, di fonte Unione Petrolifera, compresi i punti di vendita indipendenti dalle società petrolifere.

Tabella 16**STRUTTURA E CONSISTENZA DELLE RETI NAZIONALI IN
ITALIA, FRANCIA, SPAGNA, GERMANIA, REGNO UNITO**

	1991	1992	1993	1994	1995
Italia					
Autostrade	455	459	467	464	469
Strade	29945	29441	28833	28336	27731
Totale	30400	29900	29300	28800	28200
Francia					
Autostrade	322	333	348	357	370
Strade	23668	21787	20026	18974	18314
Totale	23990	22120	20374	19331	18684
Spagna					
Autostrade	n.d.	n.d.	n.d.	n.d.	n.d.
Strade	n.d.	n.d.	n.d.	n.d.	n.d.
Totale	5400	5800	6300	6400	6500
Germania					
Autostrade	315	321	323	324	325
Strade	18583	18515	18141	17976	17632
Totale	18898	18836	18464	18300	17957
Regno Unito					
Autostrade	126	122	124	121	123
Strade	19121	18427	17845	16850	16121
Totale	19247	18549	17969	16971	16244

Fonte: Per l'Italia, comunicazioni delle società per gli impianti autostradali; Unione Petrolifera per quelli stradali e nel complesso; Oil Price Assessments Ltd per gli altri paesi.
Per la Spagna, il 1991 e 1995, Oil Price Assessments Ltd, 1992, 1993 e 1994 stime della Commissione Europea.

3.6.3 La composizione delle reti e le quote di mercato nei singoli paesi

Una ulteriore peculiarità della situazione italiana emerge, anzitutto, dal confronto relativo alla composizione delle singole reti di distribuzione (tabelle 17, 18, 19, 20, 21).

In nessun altro paese, come in Italia, si riscontra una incidenza così consistente sulla rete della principale società petrolifera. La più elevata quota di rete della prima società petrolifera si registra in Francia ed è pari solo al 17% (Total)⁵³, contro il 42% di Agip-Ip in Italia.

⁵³ Un caso completamente a parte è rappresentato dalla Spagna, come si vedrà più avanti.

Tabella 17*FRANCIA. NUMERO DI PUNTI DI VENDITA IN RETE: AUTOSTRADE E STRADE. TOTALE*

	Total	Elf	Shell	Esso	BP	Mobil	Fina	Agip	Super mercati	Altri	Totale
<i>Valori assoluti</i>											
1991	3540	1910	1670	1320	750	690	640	210	3860	9400	23990
1992	3685	1790	1535	1255	705	645	550	200	3905	7850	22120
1993	3470	1751	1455	1207	677	567	502	209	4075	6461	20374
1994	3313	1726	1401	1183	619	544	459	199	4101	5786	19331
1995	3143	1599	1375	1134	423	492	483	183	4194	5658	18684
<i>Composizione percentuale</i>											
1991	14,76	7,96	6,96	5,50	3,13	2,88	2,67	0,88	16,09	39,18	100
1992	16,66	8,09	6,94	5,67	3,19	2,92	2,49	0,90	17,65	35,49	100
1993	17,03	8,59	7,14	5,92	3,32	2,78	2,46	1,03	20,00	31,71	100
1994	17,14	8,93	7,25	6,12	3,20	2,81	2,37	1,03	21,21	29,93	100
1995	16,82	8,56	7,36	6,07	2,26	2,63	2,59	0,98	22,45	30,28	100
<i>Differenze annue e totali assolute</i>											
1992-1991	145	-120	-135	-65	-45	-45	-90	-10	45	-1550	-1870
1993-1992	-215	-39	-80	-48	-28	-78	-48	9	170	-1389	-1746
1994-1993	-157	-25	-54	-24	-58	-23	-43	-10	26	-675	-1043
1995-1994	-170	-127	-26	-49	-196	-52	24	-16	93	-128	-647
1995-91	-397	-311	-295	-186	-327	-198	-157	-27	334	-3742	-5306

Fonte: Oil Price Assessments Ltd.

In secondo luogo, soprattutto in Francia (ma anche nel Regno Unito e in Germania), soggetti estranei alla filiera petrolifera hanno accresciuto in modo considerevole la propria presenza sulla rete. I supermercati e gli ipermercati, infatti, anche nei primi anni novanta hanno continuato ad aumentare la quota di rete che già controllavano all'inizio del decennio in corso. L'incidenza dei loro punti di vendita sulla rete è passata, tra il 1991 e il 1995, in Francia, dal 16 al 22%; nel Regno Unito dal 2 al 5%; in Germania, dal 3,7 al 4,3%. Si noti che, nel 1995 in Francia l'incidenza sulla rete distributiva dei super/ipermercati è superiore a quella della prima società petrolifera. In Francia⁵⁴ e nel Regno Unito⁵⁵ tali soggetti sono presenti sulla rete a livello nazionale e non solo regionale, come nel caso della Germania.

⁵⁴ Carrefour, Intermarché e Leclerc. Dei circa 4.200 punti di vendita dei supermercati, 300 sono legati ai marchi delle principali società petrolifere. Includendo anche le vendite di questi impianti, la quota di mercato complessiva della grande distribuzione eguaglia il 50% delle vendite di carburanti, la maggiore di tutta l'Unione Europea.

⁵⁵ Tesco, Sainsbury, Asda e Safeway. Nel Regno Unito la categoria «Altre società petrolifere» comprende, oltre ai punti di vendita di sette società petrolifere (Elf, Fina, Gulf [Chevron], Murco, Q8, Repsol e Total) anche la rete distributiva indipendente (1.000 punti vendita) controllata dal gruppo Frost con il marchio Save. La rete distributiva della catena nazionale di supermercati Tesco detiene il 6% del mercato.

Tabella 18

GERMANIA. NUMERO DI PUNTI DI VENDITA IN RETE: AUTOSTRADE E STRADE. TOTALE

	ARAL	Shell	Esso	DEA	BP	JET	Agip	Elf	Fina	Total	Super mercati	Altri	Totale
<i>Valori assoluti</i>													
1991	2731	1692	1680	1819	1518	462	425	1328	475	230	700	5838	18898
1992	2738	1711	1663	1776	1492	561	445	1256	474	239	710	5771	18836
1993	2697	1712	1646	1770	1483	573	514	1018	440	218	725	5668	18464
1994	2665	1728	1627	1742	1461	588	493	960	414	216	745	5661	18300
1995	2607	1733	1582	1698	1430	592	491	795	393	205	765	5666	17957
<i>Composizione percentuale</i>													
1991	14,45	8,95	8,89	9,63	8,03	2,44	2,25	7,03	2,51	1,22	3,70	30,89	100
1992	14,54	9,08	8,83	9,43	7,92	2,98	2,36	6,67	2,52	1,27	3,77	30,64	100
1993	14,61	9,27	8,91	9,59	8,03	3,10	2,78	5,51	2,38	1,18	3,93	30,70	100
1994	14,56	9,44	8,89	9,52	7,98	3,21	2,69	5,25	2,26	1,18	4,07	30,93	100
1995	14,52	9,65	8,81	9,46	7,96	3,30	2,73	4,43	2,19	1,14	4,26	31,55	100
<i>Differenze annue e totali assolute</i>													
1992-1991	7	19	-17	-43	-26	99	20	-72	-1	9	10	-67	-62
1993-1992	-41	1	-17	-6	-9	12	69	-238	-34	-21	15	-103	-372
1994-1993	-32	16	-19	-28	-22	15	-21	-58	-26	-2	20	-7	-164
1995-1994	-58	5	-45	-44	-31	4	-2	-165	-21	-11	20	5	-343
1995-91	-124	41	-98	-121	-88	130	66	-533	-82	-25	65	-172	-941

Fonte: cfr. tab. 17. Tutti i dati comprendono la rete della Germania Est. Elf include dal 1991 gli impianti Minol.

In altri termini, in questi tre paesi la struttura del mercato della distribuzione in rete dei carburanti per autotrazione è influenzata, assai meno che in Italia, dalla massiccia presenza di società petrolifere verticalmente integrate nella raffinazione e nella distribuzione di prodotti petroliferi. Ciò in ragione del fatto che il processo di ristrutturazione delle reti nazionali, misurabile dalla riduzione del numero di punti di vendita e dall'incremento della loro produttività media (quantità vendute annue), è stato caratterizzato dall'ingresso determinante di nuovi soggetti, diversi dalle società petrolifere, capaci di raggiungere elevati livelli di produttività (tabella 24).

Tale circostanza si può meglio apprezzare considerando il grado di concentrazione caratterizzante le singole reti nazionali. In Francia e Germania la quota di rete delle prime quattro società petrolifere cresce meno dell'aumento messo a segno dalla quota di rete detenuta dai super/ipermarché⁵⁶. Nel Regno Unito le prime quattro società petrolifere diminuiscono la propria incidenza sulla rete in termini di numero di punti di vendita, mentre aumenta quella della grande distribuzione⁵⁷.

⁵⁶ In Francia il CR4 della rete delle società petrolifere passa dal 35,2 al 38,8%, mentre la quota dei super/ipermarché sale dal 16,1 al 22,4%. In Germania, rispettivamente, dal 41,9 al 42,4 e dal 3,7 al 4,3%.

⁵⁷ Shell, Esso, Bp e Texaco passano, insieme, dal 42,8 al 38,8%, i super/ipermarché dall'1,8% al 5,1%. Un caso a parte è offerto dalla Spagna, dove dal 1927 operava un unico soggetto, la Compañía Arredataria del Monopolio SA (Campsa). La liberalizzazione del settore petrolifero spagnolo, decisa con la legge 34/1992, ha avuto come effetto, fra l'altro, la estinzione del monopolio di Campsa, la cui rete distributiva è stata conferita alle società Repsol, Cepsa/Elf, Bp, fino ad allora attive esclusivamente nella fase della raffinazione. Cfr. Tribunal de defensa de la competencia, *Informe sobre la liberalización en el sector del petróleo*, 12 de enero de 1994.

Tabella 19*SPAGNA. NUMERO DI PUNTI DI VENDITA IN RETE: AUTOSTRADE E STRADE. TOTALE*

	Campsa	Repsol	Cepsa/ Elf	Bp	Shell	Petro Gad	Total	Agip	Altri	Totale
<i>Valori assoluti</i>										
1991	4950	175	140	10	n.d.	n.d.	n.d.	n.d.	125	5400
1993	-	2553	987	246	55	47	48	29	1364	5329
1995	-	3500	1600	400	200	175	125	125	375	6500
<i>Composizione percentuale</i>										
1991	91,67	3,24	2,59	0,19	-	-	-	-	2,31	100
1993	-	47,91	18,52	4,62	1,03	0,88	0,90	0,54	25,60	100
1995	-	53,85	24,62	6,15	3,08	2,69	1,92	1,92	5,77	100

Fonte: cfr. tab. 17. Per il 1993, Tribunal de defensa de la competencia (1994).

Si noti, inoltre, che anche nel caso in cui la quota congiunta di rete delle prime quattro società petrolifere presenta valori elevati nel 1995 (Germania, 42,4%), essa è di gran lunga inferiore a quella registrata in Italia.

La concorrenza esercitata dalla grande distribuzione nei confronti delle società petrolifere, sul mercato della distribuzione in rete di carburanti per autotrazione, viene confermata dall'analisi delle quote di mercato (volumi venduti) (tabella 22)⁵⁸.

⁵⁸ In Spagna i super/ipermercati sono presenti sulla rete distributiva con una incidenza dei propri punti di vendita inferiore all'1%. Tuttavia, nei prossimi anni è attesa una crescita della quota di rete servita dalla grande distribuzione.

Tabella 20

REGNO UNITO. NUMERO DI PUNTI DI VENDITA IN RETE: AUTOSTRADE E STRADE. TOTALE

	Shell	Esso	BP	Texaco	Mobil	JET	Altre società petrolifere	Super mercati	Altri	Totale
<i>Valori assoluti</i>										
1991	2587	2470	1922	1253	876	1136	5470	357	3176	19247
1992	2437	2338	1703	1415	804	1109	5412	467	2864	18549
1993	2234	2248	1569	1358	813	1125	5045	649	2928	17969
1994	2068	2109	1408	1259	700	915	4672	685	3155	16971
1995	1905	2028	1372	998	700	716	4669	823	3033	16244
<i>Composizione percentuale</i>										
1991	13,44	12,83	9,99	6,51	4,55	5,90	28,42	1,85	16,50	100
1992	13,14	12,60	9,18	7,63	4,33	5,98	29,18	2,52	15,44	100
1993	12,43	12,51	8,73	7,56	4,52	6,26	28,08	3,61	16,29	100
1994	12,19	12,43	8,30	7,42	4,12	5,39	27,53	4,04	18,59	100
1995	11,73	12,48	8,45	6,14	4,31	4,41	28,74	5,07	18,67	100
<i>Differenze annue e totali assolute</i>										
1992-1991	-150	-132	-219	162	-72	-27	-58	110	-312	-698
1993-1992	-203	-90	-134	-57	9	16	-367	182	64	-580
1994-1993	-166	-139	-161	-99	-113	-210	-373	36	227	-998
1995-1994	-163	-81	-36	-261	0	-199	-3	138	-122	-727
1995-91	-682	-442	-550	-255	-176	-420	-801	466	-143	-3003

Fonte: cfr. tab. 17.

In questo caso, è possibile valutare in tutta la sua ampiezza l'influenza della grande distribuzione sulla rete. In Francia e, soprattutto, nel Regno Unito, infatti, la quota congiunta di mercato delle prime quattro società petrolifere diminuisce, rispettivamente, di 1 e 9 punti percentuali, mentre cresce in misura significativa la quota di mercato detenuta dai super/ipermercati (+9,5 e +12 punti percentuali).

In complesso, questi soggetti nel 1995 rappresentano il primo canale distributivo in Francia (46,5%), con una quota quasi tre volte e mezzo superiore a quella della prima società petrolifera (Total). Nel Regno Unito, la quota di mercato della grande distribuzione (20%) è più che raddoppiata nei cinque anni esaminati, a scapito di una diminuzione complessiva di nove punti percentuali subita dalle prime quattro società petrolifere.

Tabella 21*ITALIA. NUMERO DI PUNTI DI VENDITA IN RETE: AUTOSTRADE E STRADE. TOTALE*

	Agip	Ip	Agip+Ip	Esso	Q8	Erg	Api	Fina	Shell	Tamoil	Totale
<i>Valori assoluti</i>											
1991	7282	4421	11703	3177	3667	2244	1627	1543	2290	2090	28341
1992	7223	4358	11581	3131	3586	2235	1601	1391	2209	2108	27842
1993	7234	4303	11537	3146	3460	2270	1605	1444	2154	2043	27659
1994	7188	4259	11447	3131	3210	2217	1655	1426	2010	1967	27063
1995	7012	4227	11239	3074	3189	2212	1644	1407	1866	2090	26721
<i>Composizione percentuale</i>											
1991	25,69	15,60	41,29	11,21	12,94	7,92	5,74	5,44	8,08	7,37	100
1992	25,94	15,65	41,60	11,25	12,88	8,03	5,75	5,00	7,93	7,57	100
1993	26,15	15,56	41,71	11,37	12,51	8,21	5,80	5,22	7,79	7,39	100
1994	26,56	15,74	42,30	11,57	11,86	8,19	6,12	5,27	7,43	7,27	100
1995	26,24	15,82	42,06	11,50	11,93	8,28	6,15	5,27	6,98	7,82	100
<i>Differenze annue e totali assolute</i>											
1992-1991	-59	-63	-122	-46	-81	-9	-26	-152	-81	18	-499
1993-1992	11	-55	-44	15	-126	35	4	53	-55	-65	-183
1994-1993	-46	-44	-90	-15	-250	-53	50	-18	-144	-76	-596
1995-1994	-176	-32	-208	-57	-21	-5	-11	-19	-144	123	-342
1995-91	-270	-194	-464	-103	-478	-32	17	-136	-424	0	-1620

Fonte: cfr. tab. 1.

Dal confronto fra Italia, Francia, Germania e Regno Unito si può apprezzare l'esistenza di asimmetrie fra i diversi mercati della distribuzione di carburanti. La media delle quote di mercato di ciascuno di questi paesi, infatti, è compresa fra il 10 e l'11%. In Italia, infine, il CR4 è ulteriormente cresciuto fra il 1991 (79,3%) e il 1995 (80%). Inoltre, sempre in Italia alla fine del periodo, la dominanza della prima società (Agip-Ip) sulle prime quattro è pari al 58,6%, assai maggiore che in Francia, Germania e Regno Unito⁵⁹.

⁵⁹ Rispettivamente, 32,9%, 37,7% e 31,1%.

Tabella 22

QUOTE DI MERCATO PER PAESI

ITALIA	Agip	Ip	Esso	Q8	Erg	Api	Fina	Shell	Tamoil	Totale	
1991	31,65	16,88	14,94	9,99	5,80	4,14	4,30	7,91	4,39	100	
1992	31,43	16,50	15,20	10,97	5,82	4,07	3,89	7,59	4,53	100	
1993	30,94	16,56	15,40	9,88	6,27	4,19	4,29	7,74	4,73	100	
1994	30,17	16,53	16,81	10,58	6,29	4,23	3,48	7,36	4,55	100	
1995	29,99	16,93	16,18	9,67	6,38	4,17	4,52	7,28	4,88	100	
FRANCIA	Super mercati	Total	Elf	Shell	Esso	BP	Mobil	Fina	Agip	Altri indip.	Totale
1991	37,00	13,00	11,50	9,00	8,50	5,00	4,50	3,00	1,50	7,00	100
1992	40,00	13,00	12,00	8,50	8,50	5,00	4,00	2,50	1,50	5,00	100
1993	42,50	13,50	12,00	8,00	8,00	4,50	3,50	2,50	1,50	4,00	100
1994	44,50	13,50	12,00	7,50	8,00	4,50	3,50	2,00	1,50	3,00	100
1995	46,50	13,50	12,00	7,50	8,00	4,00	3,00	2,00	1,50	2,00	100
GERMANIA	Super mercati	Aral	Shell	Esso	Bp	Dea	Jet	Elf	Altre petrolifere	Altri indip.	Totale
1991	8,00	18,00	13,00	11,00	8,00	8,00	4,00	11,00	7,00	12,00	100
1992	8,00	19,00	13,00	11,00	8,00	9,00	5,00	9,00	6,00	12,00	100
1993	9,00	19,00	13,00	11,00	8,00	9,00	5,00	8,00	6,00	12,00	100
1994	9,00	20,00	13,00	11,00	9,00	9,00	5,00	6,00	6,00	12,00	100
1995	10,00	20,00	13,00	11,00	9,00	9,00	5,00	6,00	6,00	11,00	100
REGNO UNITO	Super mercati	Shell	Esso	Bp	Texaco	Mobil	Jet	Altre petrolifere	Altri indip.	Totale	
1991	8,00	16,00	17,00	12,00	9,00	8,00	7,00	17,00	6,00	100,00	
1992	11,00	15,00	16,00	11,00	8,00	7,00	6,00	20,00	6,00	100,00	
1993	15,00	14,00	15,00	10,00	7,00	6,00	6,00	20,00	7,00	100,00	
1994	18,00	14,00	15,00	10,00	7,00	6,00	5,00	21,00	4,00	100,00	
1995	20,00	14,00	16,00	9,00	6,00	6,00	5,00	21,00	3,00	100,00	

Fonte: cfr. tab. 1

3.6.4 L'efficienza relativa delle reti nazionali

Un'ultima valutazione comparativa concerne l'efficienza relativa delle singole reti nazionali. A questo proposito, va segnalato anzitutto un primo aspetto rilevante. Nel Regno Unito solo le reti delle prime tre società (Bp, Esso, Shell) sono presenti sull'intero territorio nazionale, mentre le altre società tendono a far coincidere l'estensione geografica della propria rete con l'ubicazione della loro capacità logistica (depositi di carburanti). Una circostanza analoga si riscontra anche in Germania, dove Agip, Elf, Fina e Total tendono a concentrare la propria rete in delimitati ambiti territoriali; e in Francia dove, oltre alla grande distribuzione, solo Elf, Esso, Shell e Total dispongono di una rete ad effettiva diffusione nazionale⁶⁰.

⁶⁰ Cfr. Oil Price Assessments Ltd, *Structure of Retail Motor Fuel Markets and Pump Price Formation in France, Germany, Spain, United Kingdom*, June 1996.

Viceversa, in Italia tutte le società petrolifere mirano ad avere una rete distributiva diffusa a livello nazionale. Tuttavia, ad esclusione di Agip-Ip e di Esso, le reti delle altre società denotano in gran parte un fragile insediamento territoriale, poiché in più della metà delle province la quota di mercato delle altre società è inferiore al 10% (e, in numerosi casi, non raggiunge nemmeno la soglia del 5%) (tabella 23)⁶¹.

Tabella 23

QUOTE DI MERCATO A LIVELLO PROVINCIALE IN ITALIA
(benzine)

	Agip	Ip	Esso	Q8	Erg	Fina	Shell	Tamoil	Altri
<i>Quote di mercato eguali o inferiori al 10%</i>									
Numero di province	0	7	12	55	77	69	69	79	68
<i>Quote di mercato eguali o inferiori al 5%</i>									
Numero di province	0	0	0	21	36	34	30	58	54

Fonte: cfr. tab. 1.

Lo sforzo sostenuto dalle società petrolifere italiane di mantenere in vita una struttura distributiva spesso inadeguata, sotto il profilo della sua dimensione locale, sembra reso possibile solo dal sistematico ricorso agli scambi (permuta) di carburanti in vigore fra le diverse società, già descritto nel capitolo precedente. Tale sistema, che in astratto potrebbe garantire il conseguimento di una maggiore efficienza distributiva (assicurando ovunque il rifornimento di carburante alla rete di ogni società, indipendentemente dalla sua prossimità a proprie basi logistiche), considerato invece in relazione alla effettiva estensione territoriale della rete distributiva assume il ruolo, critico, di consentire la sopravvivenza anche di parti di rete inefficienti. Un indicatore sintetico di tale inefficienza della rete italiana è rappresentato dal numero di veicoli circolanti per punto di vendita. Nel 1995, in Italia esso è pari a 1055, in Francia 1358, in Germania 2257, nel Regno Unito 1519 e in Spagna 1841⁶².

In secondo luogo, degna di nota è la distanza che separa le quantità erogate in media dalla rete distributiva italiana da quelle delle reti degli altri paesi. Nonostante l'incremento messo a segno nel quinquennio, l'Italia esibisce un livello di erogato medio per punto vendita pari a circa la metà di quello realizzato in media dai cinque paesi considerati (tabella 24).

⁶¹ Com'è noto, nell'esaminare i casi di concentrazione che interessano i punti di vendita sulla rete, l'Autorità Garante della Concorrenza e del Mercato definisce l'ampiezza del mercato geografico rilevante coincidente con l'area provinciale interessata da ciascuna acquisizione. Con riferimento a questa dimensione territoriale, a metà degli anni novanta Agip-Ip detenevano quote di mercato di benzina superiori al 50% in trentasette province.

⁶² Elaborazioni su dati Unrae.

Tabella 24

EROGATO MEDIO PER PAESE (migliaia di litri)

	1991	1992	1993	1994	1995
Italia	1035	1092	1112	1154	1204
Francia	1675	1825	2000	2100	2175
<i>di cui supermercati</i>	<i>3900</i>	<i>4250</i>	<i>4375</i>	<i>4675</i>	<i>4775</i>
Spagna	3925	3850	3625	3525	3350
Germania	2650	2700	2750	2650	2800
<i>di cui supermercati</i>	<i>5750</i>	<i>5750</i>	<i>6350</i>	<i>6150</i>	<i>6600</i>
Regno Unito	1820	1890	1960	1990	2010
<i>di cui supermercati</i>	<i>8000</i>	<i>8500</i>	<i>9000</i>	<i>9700</i>	<i>9800</i>

Fonte: per l'Italia, Unione Petrolifera; per gli altri paesi, Oil Price Assessments Ltd.

Le quantità di carburanti vendute in media in Italia nel 1995, inoltre, sono inferiori al livello più basso di erogato medio fatto registrare già nel 1991 (in Francia). L'erogato medio italiano è di gran lunga inferiore a quello francese, tedesco e inglese, oltretutto a quello spagnolo. Se si considerano, poi, in particolare, i risultati conseguiti dalle singole principali società, ovunque essi sono superiori alla soglia massima raggiunta da quelle italiane nel 1995⁶³.

Un caso particolare è rappresentato dalla grande distribuzione, dimostratasi in grado di raggiungere *performance* di gran lunga eccedenti quelle già elevate della media nazionale.

Francia, Germania e Regno Unito, dunque, pur disponendo già nel 1991 di reti migliori di quella italiana, hanno continuato ad accrescerne l'efficienza, anche attraverso la riduzione del numero di impianti, proseguita nel quinquennio esaminato. Tale strategia si è riflessa, appunto, nel più elevato erogato medio per punto di vendita, a paragone con quello italiano.

La società Esso, infine, dimostratasi in Italia l'impresa con il migliore rapporto fra quota di rete e quota di mercato, conferma un analogo livello di efficienza relativa anche in Francia, Germania e Regno Unito⁶⁴.

⁶³ Ad esempio, in Francia l'erogato medio delle società petrolifere era pari a 3 milioni e 250 mila litri nel 1995; nello stesso anno in Germania, quello di Shell eguagliava i 3 milioni e 800 mila litri; nel Regno Unito, Mobil raggiungeva 2 milioni 800 mila litri.

⁶⁴ In tali paesi, infatti, nel 1995 il livello dell'indicatore sintetico di efficienza di Esso è, rispettivamente, pari a 0,76; 0,80; 0,78. In Italia 0,71.