

L'AUTORITÀ GARANTE DELLA CONCORRENZA E DEL MERCATO

NELLE SUE ADUNANZE del 2 e 23 marzo 2011;

SENTITO il Relatore Dottor Salvatore Rebecchini;

VISTO l'articolo 12, comma 2, della legge 10 ottobre 1990, n. 287, ai sensi del quale l'Autorità può procedere a indagini conoscitive di natura generale nei settori economici nei quali l'evoluzione degli scambi, il comportamento dei prezzi o altre circostanze facciano presumere che la concorrenza sia impedita, ristretta o falsata;

VISTO il D.P.R. 30 aprile 1998, n. 217 e, in particolare, l'articolo 17, relativo alle indagini conoscitive di natura generale;

VISTE le comunicazioni del Nucleo Speciale Tutela Mercati della Guardia di Finanza, pervenute in data 20 gennaio 2011 e in data 28 febbraio 2011;

CONSIDERATI i seguenti elementi:

1. L'andamento dei prezzi dei carburanti in rete, sia in termini assoluti che in relazione alle quotazioni internazionali di riferimento (*Platt's*), è frequentemente oggetto di osservazione da parte dell'Autorità e delle altre istituzioni competenti, soprattutto a causa della struttura oligopolistica che tradizionalmente ha caratterizzato questo settore. In questo contesto, si è spesso paventata la possibilità che le società petrolifere concordassero il prezzo di vendita, secondo schemi che ad esempio prevedessero una diversa velocità di adattamento alle quotazioni di riferimento, molto rapida per i rialzi delle quotazioni e molto lenta, invece, per le variazioni al ribasso. D'altra parte, il livello assoluto del prezzo industriale di benzina e gasolio

per autotrazione in Italia si è costantemente mantenuto al di sopra della media europea.

2. Nonostante tali elementi negativi, il panorama della distribuzione di carburanti in rete in Italia sembra essere stato di recente interessato da fenomeni che parrebbero in grado di accrescerne il livello di concorrenza. Le società petrolifere verticalmente integrate hanno cessato di fissare prezzi raccomandati unici per tutto il territorio nazionale e sono passate a politiche di prezzo articolate, spesso mirate sul singolo bacino o addirittura sulla singola stazione di servizio. Si è, poi, assistito ad una espansione della modalità di vendita *self service*, che ha contribuito, mediante specifiche campagne di sensibilizzazione della clientela, ad un abbassamento del prezzo di vendita. Soprattutto, infine, si sono ulteriormente sviluppati soggetti non verticalmente integrati che, attraverso la diffusione di impianti indipendenti, hanno introdotto nel gioco concorrenziale una variabile dinamica in grado di influenzare gli equilibri tradizionalmente esistenti tra le società petrolifere.

3. Con la denominazione “impianti indipendenti” si indicano impianti di distribuzione di proprietà di soggetti diversi dalle società petrolifere verticalmente integrate nelle attività di raffinazione (o nella logistica primaria), che non sono convenzionate con tali società e, pertanto, non ne espongono i marchi. Negli ultimi anni la diffusione e il peso di tali imprese sono cresciuti in maniera significativa e da più parti esse vengono indicate come un elemento fortemente innovativo nel panorama della distribuzione di carburanti in rete.

4. Da un punto di vista operativo, gli impianti indipendenti si approvvigionano sul mercato c.d. extra-rete, ovvero acquistando i carburanti dalle società petrolifere o da altri grossisti e facendosi carico dei costi della logistica secondaria (per il trasporto dei prodotti raffinati al deposito secondario e ai singoli punti vendita). Quanto alle politiche commerciali, tali operatori si distinguono per i prezzi di vendita particolarmente convenienti rispetto a quelli praticati sugli impianti di distribuzione tradizionali.

5. Da quanto sopra illustrato, emerge chiaramente la funzione di stimolo concorrenziale che i punti vendita senza marchio possono svolgere. Tuttavia, quello degli impianti indipendenti resta un fenomeno relativamente poco noto. Non se ne conosce, ad esempio, il numero esatto né la localizzazione geografica. Di conseguenza, non si possono individuare con precisione né i meccanismi di stimolo concorrenziale attivati nei confronti degli impianti recanti i colori delle società petrolifere né le precondizioni strutturali necessarie al loro sviluppo (a titolo di esempio, prossimità di raffinerie e/o

depositi costieri, caratteristiche della domanda, contesto economico generale).

6. Inoltre, con specifico riferimento all'approvvigionamento di carburanti, non è chiaro quanto siano affidabili, strutturati e sviluppati i canali di fornitura. Al riguardo, si pone in evidenza che, ove si verificasse una espansione del numero degli impianti indipendenti, le società petrolifere potrebbero essere indotte a peggiorare le condizioni di fornitura praticate a tali operatori indipendenti, ad esempio al fine di spostare a monte (ovvero alla fase di fornitura all'ingrosso di carburanti) il perseguimento dei propri margini.

7. Sulla base delle attuali conoscenze è possibile ipotizzare che le condizioni di fornitura riconosciute dai raffinatori ai proprietari degli impianti indipendenti siano legate alle quotazioni internazionali dei prodotti finiti maggiorate di un margine di guadagno (c.d. metodo *Platt's plus*). È noto che anche la valorizzazione dei prodotti tra la fase della raffinazione e la fase della distribuzione al dettaglio – all'interno delle società verticalmente integrate – avvenga servendosi delle quotazioni *Platt's*. La differenza nei prezzi alla pompa che si potrà rinvenire tra gli impianti colorati e gli impianti indipendenti non sembrerebbe pertanto ascrivibile ad una diversa valorizzazione della materia prima (in entrambi i casi valorizzata all'andamento delle quotazioni *Platt's*), quanto a fattori individuabili nelle fasi a valle della raffinazione, e dunque nella logistica e nella distribuzione.

8. Tutto ciò rende opportuno procedere ad un'analisi avente ad oggetto l'organizzazione dell'intera filiera di attività degli impianti di carburanti indipendenti in Italia, al fine, oltre che di quantificare tale fenomeno, di individuare i meccanismi di stimolo concorrenziale sull'attività dei punti vendita che espongono i marchi delle società petrolifere verticalmente integrate, di evidenziarne le possibilità di diffusione ed indagare la presenza di eventuali ostacoli allo sviluppo. Al tempo stesso, oggetto dell'analisi sarà anche il più generale assetto del sistema distributivo dei carburanti in Italia, in particolare con riferimento ad un attento esame di quegli elementi, ora *in nuce*, che in prospettiva potrebbero favorirne una evoluzione più concorrenziale, nonché l'utilizzo della quotazione *Platt's* come riferimento, al fine di verificarne congruità, adeguatezza e trasparenza.

9. L'attività di indagine si avvarrà della collaborazione del Nucleo Speciale Tutela Mercati della Guardia di Finanza. In data 20 gennaio 2011 è stata trasmessa da detto Nucleo una banca dati che fornisce una prima approssimazione del numero e della localizzazione degli impianti

indipendenti. Approfondimenti sulla reale consistenza dei punti vendita carburanti senza marchio saranno svolti nel corso dell'indagine conoscitiva a partire dalla suddetta banca dati.

Tutto ciò premesso e considerato;

DELIBERA

di procedere, ai sensi dell'articolo 12, comma 2, della legge n. 287/90, ad una indagine conoscitiva sull'attività di distribuzione di carburanti per autotrazione in Italia con riferimento all'assetto generale del sistema di distribuzione, allo sviluppo ed al ruolo degli impianti indipendenti e all'utilizzo della quotazione *Platt's* come riferimento per la formazione dei prezzi.

Il presente provvedimento verrà pubblicato nel Bollettino dell'Autorità Garante della Concorrenza e del Mercato.

IL SEGRETARIO GENERALE

Luigi Fiorentino

IL PRESIDENTE

Antonio Catricalà