

# Contro il caro-benzina non c'è una ricetta unica

In una ricerca **Nomisma** mette a confronto la rete italiana con quella europea per concludere che non basta ridurre il numero delle pompe e dare spazio alla concorrenza per raggiungere l'obiettivo. Le colpe dei benzinai, che non "aprono" ad altri prodotti e dei clienti, troppo affezionati alla modalità servito

VALERIO GUALERZI

Roma

Capillarità della rete di distribuzione, sostanziale "inefficienza" dei punti vendita, pigrizia degli automobilisti e mancanza di diversificazione nell'offerta. Sono queste, in estrema sintesi, le ragioni che spingono i prezzi dei carburanti alle pompe italiane in alto rispetto al resto d'Europa stando alle conclusioni di un rapporto realizzato da **Nomisma** Energia. "La rete carburanti nel 2009: confronto con l'Europa", nasce come strumento di chiarezza a fronte delle ricorrenti polemiche sul caro benzina. Un caso che stando al centro studi bolognese in realtà viene sopravvalutato «rispetto alla sua significatività statistica, in quanto derivante da calcoli diversi fra paesi su prezzi di carburanti non omogenei». Sbagliate e ormai ridotte a luoghi comuni sono, secondo **Nomisma**, sia le ragioni che vengono solitamente portate a spiegazione dell'anomalia rappresentata «dallo stacco Italia-

Europa di 3,5 cent/lit per benzina e gasolio» nel periodo 2005-2009, sia l'idea che per correggere questa stortura sia sufficiente ridurre il numero delle pompe e aprire alla concorrenza.

Se infatti è vero, ricorda il rapporto, che i punti vendita della Penisola sono decisamente più numerosi che nel resto del Continente e per questo tendenzialmente meno efficienti nel fondamentale valore rappresentato dall'erogato medio annuo (1,5 milioni di litri per distributore, pari al -37% della media europea di 2,49 milioni di litri), ciò va in realtà interpretato come una necessità «giustificata da una diversa mobilità, come minore urbanizzazione, alta diffusione dei veicoli su due ruote e cilindrata più piccole». Inoltre, sottolinea ancora lo studio, «ipotesi di chiusure drastiche di punti vendita in Italia verso livelli come in Francia e Regno Unito porterebbero a riduzioni dei prezzi che verrebbero in parte compensate dai maggiori costi dovuti alla necessità di maggiore percorrenza per effettuare il rifornimento».

La poco incoraggiante fotografia di quanto è accaduto all'estero scattata da **Nomisma** è infatti la seguente: «Il processo di

ristrutturazione della rete carburanti in Europa è in corso da più di trent'anni e ha portato ad un drastico calo dei punti vendita in tutti i paesi. È stato più pronunciato in Francia e Regno Unito, dove è tuttora in corso, soprattutto per la forte penetrazione degli ipermercati. Qui, tuttavia, sono emersi problemi di desertificazione con carenza di servizio in molte aree, non solo quelle rurali. In Italia, oltre ad una discesa più lenta del numero di punti vendita, si è addirittura verificata nel 2006 un'inversione di tendenza, unico caso in Europa». A mo' di esempio lo studio cita il confronto tra le 22.800 pompe italiane e le 12.700 e 14.800 rispettivamente di Francia e Germania, ricordando che a fronte di una continua riduzione dei punti vendita con i marchi delle compagnie (-7%), le cosiddette "pompe bianche" (comprese quelle sorte presso gli ipermercati) hanno segnato un +63%. «Questo significa — ne conclude **Nomisma** — che l'attuale mercato non presenta barriere all'entrata, con operatori indipendenti in grado di andare a coprire la quota di mercato liberata dalle compagnie».

Quanto al dato sull'aumento in termini assoluti del numero di

distributori, il rapporto ritiene che ciò «da una parte evidenzia la difficoltà di chiusura di numerosi punti vendita poco efficienti, dall'altra è indicativo dello sviluppo degli operatori indipendenti, sebbene in presenza di calo dei consumi complessivi».

Responsabilità nella bassa redditività delle pompe e nel caro prezzi le hanno però anche i gestori, ancora poco inclini ad aprire i loro punti vendita ad altre merci e gli automobilisti, ancora troppo affezionati alla modalità "servito". **Nomisma** ricorda in particolare come «in termini percentuali in Italia le vendite dei prodotti diversi dai carburanti sono circa il 3% del totale, contro valori superiori al 30% negli altri principali paesi europei, dove esse assicurano oltre il 50% dei profitti totali del punto vendita». Un divario altrettanto clamoroso esiste poi con il resto del continente nel ricorso al self service anche in orario di apertura che da noi si limita al 29% dei rifornimenti contro la media europea del 90%.

© RIPRODUZIONE RISERVATA



Un distributore in città: il prezzo del "pieno", sia di benzina che di gasolio, è schizzato alle stelle

**I punti vendita delle compagnie sono in calo mentre crescono gli operatori indipendenti**

**Nel continente merci diverse dal carburante garantiscono al gestore il 50% dei profitti**