



In una articolata [comunicazione](#) congiunta di Faib, Fegica e Figisc/Anisa alla dirigenza apicale del Gruppo api, il cui testo pubblichiamo di seguito, tutte le criticità esposte dalla categoria e da tempo irrisolte.

Roma, 20 Novembre 2018

Spett.le api/Italiana Petroli SpA - Gruppo api
Via Salaria 1322
ROMA

alla c.a.:

dott. Ugo Brachetti Peretti - Presidente
Ing. Daniele Bandiera Amministratore Delegato
dott. Sebastiano Gallitelli - Direttore rete

Oggetto: stato dei rapporti fra le Aziende del Gruppo api ed i Gestori degli impianti stradali ed autostradali di distribuzione carburanti.

Egregi signori,

facciamo seguito alla copiosa, pregressa corrispondenza, alle riunioni tenute negli scorsi mesi, che non hanno prodotto alcun risultato ed al perdurare di una palpabile situazione di fibrillazione che stanno caratterizzando l'avvio di questa nuova esperienza societaria che, pure, era stata valutata positivamente dalle scriventi per il coefficiente di "novità" che sembrava portare al settore.

Un Gruppo che rappresenta il secondo operatore petrolifero operante in Italia (il primo per numero di punti di vendita) sembra invece aver scelto la strada dell'isolamento rispetto ai problemi della rete e dei suoi Gestori, rappresentati a più riprese, dell'imposizione unilaterale delle scelte aziendali e dell'assenza di risposte risolutive, nonostante gli impegni rassicuranti ricevute ai tavoli di confronto: impegni puntualmente disattesi e che ancora oggi non hanno prodotto alcuna soluzione.

Il risultato, ormai sotto gli occhi di tutti, è la mancanza di una strategia chiara e di progetti di respiro e politiche di marketing che -contrariamente a quanto dovrebbero- esauriscono la loro spinta, almeno sulla rete di distribuzione, con l'utilizzo della sola leva del prezzo.

Tale differenziale, e siamo al parossismo, si spinge così in alto da arrivare -fra le vendite effettuate in modalità self e quelle in modalità servita- a 35-40 €cent/lt.. E ciò si traduce, senza alcun elemento di oggettività, in una sottrazione delle potenzialità di vendita dei Gestori sempre più confinati ad essere meri spettatori dei processi distributivi ed in una profittabilità consistente riservata solo all'Azienda.

In questo contesto insistere strumentalmente -come fa' l'Azienda- sulla centralità del Gestore e continuare -verbalmente- a considerarlo come elemento essenziale del processo distributivo, appare una contraddizione in termini.

Apparirà in controtendenza ma, per una rete che ha la struttura che tutti conosciamo, il Gestore è veramente l'elemento essenziale, indispensabile. Effettivo motore che contribuisce -al di là delle assurdità dei prezzi al pubblico fortemente penalizzanti per le gestioni- all'effettivo consolidamento e sviluppo dei volumi di vendita e, quindi, al posizionamento del marchio nel mercato italiano.

Nel merito dei problemi che abbiamo sollevato -a più riprese- rimane irrisolta la questione dei margini per i Gestori ex api della viabilità ordinaria tagliati orizzontalmente del 10%, indipendentemente dalla trading area nella quale insiste l'impianto e indipendentemente che il gestore abbia o non abbia aderito a tale iniziativa (a nulla sono valse le lettere di "disdetta" della presunta partecipazione allo sconto per coloro che avevano aderito illudendosi di avere un pricing competitivo) e del rimborso dei "cali carburante" che, nella migliore delle ipotesi (e sempre in ritardo, mediamente, di 1 /2 anni), viene tagliato di una percentuale che oscilla fra il 30 ed il 70%. Prendere o lasciare!

A ciò si aggiunga il problema dei conguagli sul pricing che i Gestori attendono per settimane; delle "carte" i cui accrediti avvengono con cadenza quindicinale; della pretesa dell'Azienda, di "appropriarsi" dell'eventuale aumento al pubblico del prezzo -oltre il consigliato- che qualsiasi Gestore "stremato" dovesse applicare per sopravvivere. Ciò in evidente violazione della normativa nazionale ed europea che assegna, in via esclusiva al Gestore-rivenditore la fissazione del prezzo di cessione al pubblico senza che il fornitore possa imporre un prezzo massimo di rivendita. Come se la norma non trovasse applicazione in questo "ridotto" e nonostante gli impegni assunti nell'Accordo che è appena spirato.

E anche per i Gestori autostradali le cose non vanno meglio aggiungendo specifiche criticità a quelle derivanti dalle politiche adottate per i Gestori della viabilità ordinaria.

L'Accordo con il quale le nostre Organizzazioni hanno favorito, in più circostanze, il subentro nelle aree che codesta Azienda si è aggiudicate, è rimasto lettera morta: alla situazione della viabilità ordinaria, va infatti aggiunta la modificazione da remoto (e senza preventivo assenso del Gestore) del prezzo al pubblico (riscontrabile anche sulla rete ordinaria, con le stesse considerazioni sulla normativa europea); la questione dei conguagli impossibile da decifrare che avviene in tempi troppo lunghi per essere sopportati; la mancanza di qualsiasi Accordo (quello api è scaduto da oltre un decennio) e di qualsiasi certezza del margine su cui il Gestore ha diritto di contare per predisporre il bilancio della sua impresa, rendono la situazione insostenibile.

A giustificazione non può essere considerato come panacea di ogni male il fatto che l'Azienda conceda "carichi congelati" ai Gestori più esposti, in attesa della conclusione di un "conto economico" che avviene, nella migliore delle ipotesi dopo 12/18 mesi; la vicenda del rimborso delle transazioni effettuate con le carte, il riassorbimento di eventuali "over pricing" e l'idiosincrasia a riconoscere i cali di carburante, danno un quadro sufficientemente vicino ad una realtà che difficilmente può essere vantata come un fiore all'occhiello.

Le riunioni nelle quali sono state evidenziate queste (ed altre) problematiche si sono concluse con l'impegno formale dell'Azienda a provvedere a sanare le situazioni di crisi evidenziate: a cominciare dal riconoscimento -sotto forma di aumento del margine unitario in fattura- delle sofferenze che i Gestori si trascinano, ormai, da molti anni (cfr. verbali sottoscritti nel settembre 2016 e marzo 2017). Tutto ciò senza alcun effetto reale.

Il tutto ulteriormente aggravato dal fatto che -soprattutto per i Gestori che provengono da altre "bandiere"- le vendite si stanno progressivamente (e significativamente) riducendo e, considerati i differenziali applicati trasmigrando sempre più dalla modalità di vendita in servito a quella self dove i margini sono appena ridicoli e comunque non soddisfacenti per mantenere in piedi le gestioni.

Ma, se Sparta piange, Atene non ride.

L'involuzione del sistema delle relazioni industriali intervenuta dopo la trasformazione di TotalErg in Italiana Petroli, è di un'evidenza solare: abbiamo l'impressione che la situazione sia segnata da un'involuzione nei rapporti (accompagnata da un'assenza di risposte) e dalla difficoltà di raggiungere una sintonia fra "vecchio e nuovo". E soprattutto che ci sia grande difficoltà -dopo circa un anno- a ridefinire compiti, ruoli e strategie: l'Accordo sulla viabilità -ex TotalErg- è scaduto ed i presupposti che hanno portato alla sua sottoscrizione sono profondamente mutati (a partire dalla migrazione dei volumi fra self e servito) ed andrebbero riadattati alla nuova realtà; la pressione per introdurre su tutti gli impianti la "doppia isola" nonostante l'Accordo in essere preveda che il Gestore possa rinunciare; il tema del rimborso dei calisembra risentire dell'approccio maturato in api (con tagli più o meno lineari). Finanche le campagne promozionali e di fidelizzazione (carte loyalty) ed il marketing (strategico) incentrato su "BOX PIU'" comincia a ridurre il suo appeal per l'inserimento di elementi di forte restrizione sui quantitativi prelevati (per rifornimento/per giorno/per mese/per cliente) e che giunge -con evidente contrarietà della clientela cui il Gestore ha continuato a proporre la carta fedeltà- fino alla cancellazione, unilaterale di punti accumulati negli anni, sotto la soglia dei 1.800.

Per quanto riguarda, poi, le questioni autostradali, ribadiamo che non è sufficiente aver sottoscritto un Accordo se non si ha la volontà di applicarlo: il "Top service" non viene pagato; le sofferenze discendenti dalla migrazioni dei volumi da una modalità di vendita all'altra (self-servito) non vengono valorizzate (come previsto); parimenti non vengono considerati gli sbilanci dovuti ai cambi di marchio (con conseguente perdita dell'erogato); i conguagli (e le carte aziendali) per chi non ha scelto la connettività sono una chimera così come il sistema netting che appare bloccato; il pricing che dovrebbe fornire un primo elemento di competitività si caratterizza, invece, per una forbice sempre più ampia tanto verso gli impianti di marchio sul sedime autostradale quanto per quelli presenti sulla viabilità afferente.

Aver aderito alla connettività come primo strumento per misurare le differenze con il mercato ed i competitor si è svilito al punto tale che la circostanza ha portato vantaggio solamente all'Azienda mentre ai Gestori non rimane che prendere atto della loro "impotenza" a modificare lo stato preesistente. Magari rinunciando ad uno strumento che potrebbe essere -se valorizzato adeguatamente- prezioso strumento di marketing.

Se questi indicatori volessero preludere ad una politica commerciale che, lasciando intatti gli economics dell'Azienda, spingesse il Gestore a trovare ristoro al proprio conto economico in sofferenza, direttamente sul prezzo al pubblico, sarebbe opportuno che l'Azienda, con chiarezza, lo dicesse. Senza infingimenti e, magari, informando anche le singole Concessionarie (ed il MIT) della strada intrapresa. Prima che siano le Organizzazioni di Categoria a farlo.

Le scelte industriali ed il marketing strategico, non v'è dubbio, sono e restano appannaggio dell'Azienda. Ma la stessa Azienda è bene che abbia anche contezza del fatto che i Gestori non possono attendere, passivamente, più oltre che il tempo consumi le loro residue speranze e le ridotte risorse economiche.

Per questi motivi (e per altri che, per brevità ma non per gravosità abbiamo omissis), non siamo più in condizione di attendere altro tempo: occorrono interventi immediati che ridiano certezza alle gestioni: tanto di rete ordinaria quanto di quella autostradale.

Ed è giusto portare a conoscenza dell'Azienda la nostra ferma determinazione di proclamare - su questi temi e su tutto il territorio nazionale- una chiusura degli impianti -a partire da quelli in

autostrada- denunciando le chiusure dell'Azienda, le violazioni degli Accordi e delle norme poste a garanzia del settore, la mancata applicazione degli impegni assunti dalla medesima Azienda nei confronti delle Concessionarie in termini di pricing e non solo e del tentativo di ribaltare sui Gestori oneri ed adempimenti che i Gestori non hanno assunto. Chiusura degli impianti che verrà replicata anche sulla rete ordinaria qualora l'Azienda non chiarisca come intende restituire il 10% del margine sottratto a tutti i gestori ex Api-Ip e continui a tagliare il riconoscimento cali allineando il rimborso nel rispetto dei tempi previsti nell'accordo.

Ci auguriamo che il "Gruppo api", su questi temi possa avviare quella riflessione che le nostre Federazioni attendono da mesi e possa fornire risposte credibili -in tempi ristrettissimi (stante la gravità della situazione) al fine di evitare ai Gestori una forte contrapposizione nel merito dei problemi. Se ciò potrà essere raggiunto soddisfacentemente con la definizione di un Accordo unico valido per entrambe le reti (ex api ed ex TotalErg), sia su rete ordinaria che autostradale saranno le prossime settimane a dirlo.

Per il momento rimane fissato lo stato di agitazione e la prevista chiusura degli impianti se non ci saranno risposte concrete in tempi rapidissimi.

Distinti saluti.

F.TO

Faib Confesercenti - Martino Landi/Antonino Lucchesi

Fegica Cisl - Roberto Di Vincenzo

Figisc/Anisa Confcommercio - Maurizio Micheli/Stefano Cantarelli