

MPRA

Munich Personal RePEc Archive

Three myths on gas prices in Italy

Stagnaro, Carlo

Istituto Bruno Leoni

2009

Online at <https://mpra.ub.uni-muenchen.de/48739/>
MPRA Paper No. 48739, posted 03 Aug 2013 19:20 UTC

UNO, NESSUNO O CENTOMILA? TRE MITI SUI PREZZI DEI CARBURANTI IN ITALIA

This paper deals with the issue of transparency in the pricing process for motor fuels, vis-à-vis the collusion charges between oil companies (for which no evidence is found) and the «myth» of «one» national price for motor fuels. Such an approach ignores both the competition between oil companies, and the large geographical differences. The paper concludes by identifying some structural rigidities in the motor fuel distribution, that are largely due to legislation or regulatory failures.

Questo articolo affronta la questione della trasparenza nel processo di pricing dei carburanti per autotrazione, mettendolo sullo sfondo delle accuse di collusione (a supporto delle quali non viene trovata alcuna evidenza) e del «mito» secondo cui esisterebbe «un» prezzo nazionale dei carburanti. Tale approccio ignora sia la competizione tra le compagnie petrolifere, sia le forti differenziazioni geografiche. L'articolo si conclude individuando alcune rigidità strutturali nella distribuzione dei carburanti, dovute principalmente a fallimenti normativi o regolatori.

La legge «Sviluppo ed energia», approvata in via definitiva dal Senato il 9 luglio 2009, prevede l'obbligo per i gestori degli impianti di rifornimento dei carburanti di comunicare al Ministero dello Sviluppo Economico (MSE) i prezzi da essi praticati (art. 51) (1). Il 7 agosto, al termine di un incontro tra il sottosegretario Stefano Saglia, le associazioni dei consumatori e l'Unione Petrolifera (UP), è stata avanzata l'ipotesi di introdurre l'obbligo di

una revisione trimestrale dei prezzi dei carburanti (2). Il 26 agosto, il Garante per la sorveglianza dei prezzi, Roberto Sambuco, ha convocato le compagnie petrolifere per discutere del «costo del pieno» (3). Il 21 ottobre 2009, il Ministro dello Sviluppo Economico, Claudio Scajola, si è lamentato che il tema del prezzo dei carburanti è un tema «difficile da affrontare perché siamo in un Paese di libero mercato» (4). Queste notizie sono accomunate dall'apparente incapacità della politica di esimersi dall'intervenire sul «costo del pieno». È in quest'ottica che va inquadrato pure il «solito rito stanco» (5) delle polemiche agostane quando, vuoi per la carenza di notizie, vuoi per l'effetto della *driving season* sui prezzi dei carburanti, puntualmente e sistematicamente si accendono da molti anni discussioni vivaci sui presunti comportamenti abusivi dei petrolieri.

Tra le righe di queste notizie, è possibile identificare tre miti che meritano un'attenzione particolare:

– *mito numero uno: la trasparenza dei prezzi italiani*, secondo cui essi sarebbero sistematicamente superiori a quelli europei a causa, tra l'altro, di una eccessiva opacità, che impedirebbe ai consumatori di compiere le scelte più convenienti;

* Direttore Ricerche e Studi dell'Istituto Bruno Leoni
carlo.stagnaro@brunoleoni.it

– *mito numero due: la collusione tra le compagnie*, cui è periodicamente ricondotta la crescita dei prezzi e il maggior livello rispetto a quelli *medi* europei con la richiesta di interventi correttivi e sanzioni da parte delle autorità competenti – governo o Antitrust, a seconda dei casi;

– *mito numero tre: l'esistenza di «un» prezzo di mercato nazionale dei carburanti*, così che avrebbe senso chiedere all'Unione Petrolifera o comunque alle compagnie collettivamente, di ridurlo di un certo «ammontare» rispetto ai prezzi *medi* di mercato che, similmente, verrebbero individuati a livello europeo. Una variante di questo mito, che riecheggia antiche posizioni, che ci si illudeva fossero per sempre superate, è quella secondo cui spetterebbe all'Eni una funzione «sociale» di calmieratore dei prezzi, nella duplice veste di *market leader* del mercato italiano e di azienda controllata dal Tesoro.

Questo articolo intende affrontare, singolarmente, questi miti, per giungere a una più corretta analisi dei prezzi dei carburanti praticati in Italia, alle ragioni dei loro «stacchi» rispetto a quelli prevalenti in Europa, infine ad alcune proposte di *policy* che non hanno necessariamente lo scopo di abbattere i prezzi – dipendendo il loro andamento da variabili esogene oltre che dalla struttura dell'industria – ma tutto al più di produrre l'effetto di favorirne la riduzione a pa-

rità di altre condizioni. Se non si parte da tale premessa, è impossibile giungere a conclusioni ragionevoli, giustificate dalla teoria economica, sostenute dall'evidenza, scevre da populismo e libere da ingerenze dirigistiche da cui tutti a parole sostengono di voler rifuggire.

1. MITO NUMERO UNO: LA TRASPARENZA DEI PREZZI

1.1. La legge «Sviluppo ed energia»

Negli ultimi due anni, si è assistito a un bizzarro pendolo sulla trasparenza dei prezzi: ritenuta, di volta in volta, strumento che favorisce la collusione o, tutto all'opposto, di *empowerment* del consumatore ignorante. L'art. 51 della citata legge afferma che:

(1) Al fine di favorire la più ampia diffusione delle informazioni sui prezzi dei carburanti praticati da ogni singolo impianto di distribuzione di carburanti per autotrazione sull'intero territorio nazionale, è fatto obbligo a chiunque eserciti l'attività di vendita al pubblico di carburante per autotrazione per uso civile di comunicare al Ministero dello Sviluppo Economico i prezzi praticati per ogni tipologia di carburante per autotrazione commercializzato.

(2) Il Ministro dello Sviluppo Economico, con proprio decreto da adottare entro sei mesi dalla data di entrata in vigore della presente legge, individua secondo criteri di gra-

dualità e sostenibilità le decorrenze dell'obbligo di cui al comma 1 e definisce i criteri e le modalità per le comunicazioni delle informazioni di prezzo da parte dei gestori degli impianti, per l'acquisizione e il trattamento dei suddetti prezzi dei carburanti, nonché per la loro pubblicazione sul sito internet del Ministero medesimo ovvero anche attraverso strumenti di comunicazione atti a favorire la più ampia diffusione di tali informazioni presso i consumatori. Dall'applicazione delle disposizioni di cui al presente comma non devono derivare nuovi o maggiori oneri per la finanza pubblica e le attività ivi previste devono essere svolte con le risorse umane, strumentali e finanziarie disponibili a legislazione vigente.

(3) In caso di omessa comunicazione o quando il prezzo effettivamente praticato sia superiore a quello comunicato dal singolo impianto di distribuzione di cui al comma 1, si applica la sanzione amministrativa pecuniaria di cui all'articolo 22, comma 3, del decreto legislativo 31 marzo 1998, n. 114⁽⁶⁾, da irrorare con le modalità previste.

Il primo aspetto che balza agli occhi è l'oggettiva estrema difficoltà di *enforcement* del provvedimento. Pochi dati ne rendono conto. La rete italiana di distribuzione dei carburanti è stimata in 22.800 punti vendita, di cui 469 stazioni autostradali, 9.183 stazioni di servizio, 6.578 stazioni di rifornimento, 5.135 chioschi o punti isolati (Tab. 1). Una realtà, quindi, dimensionale e commerciale profondamente diversa, impossibile a ricondursi a un unico paradigma comportamentale e imprenditoriale, come è implicito nel terzo dei miti su riportati. Secondo l'UP, circa 1.400 punti vendita offrono anche carburanti ecocompatibili (Gpl o metano), mentre poco più della metà (12.794) dispone di *self service pre-pay* (De Simone 2009). Il numero degli impianti attrezzati

Tab. 1 - ITALIA: STRUTTURA DELLA RETE DI DISTRIBUZIONE DEI CARBURANTI⁽¹⁾

	1995	2000	2005	2006	2007	2008
Autostradali ⁽²⁾	466	465	457	461	462	469
Stazioni servizio ⁽²⁾	6.959	8.150	8.628	8.840	9.062	9.183
Stazioni rifornimento ⁽²⁾	7.585	7.001	6.250	6.244	6.480	6.578
Chioschi/Punti isolati ⁽²⁾	11.775	7.398	5.963	5.885	5.311	5.135
Totale ⁽³⁾	28.200	23.900	22.400	22.450	22.500	22.800

⁽¹⁾ Dati a fine anno.

⁽²⁾ Campione composto da Api, Eni, Erg, Esso, Ies, Ip, Q8, Shell, Tamoil, Total.

⁽³⁾ Stima.

Fonte: UP.

zati con *self service post-pay* è valutato a 6.741, ma una parte di essi – ragionevolmente maggioritaria – dispone di entrambe le modalità di «fai da te». Per semplicità, questi ultimi non saranno conteggiati.

Riassumendo: ciascun punto vendita dispone di *almeno* tre tipi di carburanti: benzina, gasolio, gasolio plus; 1.400 di un quarto carburante (Gpl o metano); mentre il 57% ha doppi prezzi (*self* e servito) per ciascun carburante. Per semplicità, si suppone che nessuno di questi ultimi offra carburanti ecocompatibili. Ne segue che *quotidianamente* dovrebbero essere inviati e pubblicati dal MSE poco meno di 110 mila dati: circa 800.000 ogni settimana. Tale cifra sottostima il dato reale: perché trascura la presenza di ulteriori prezzi ed eventuali aggiornamenti infra-giornalieri.

La complessità tecnica degli obblighi informativi imposti dalla legge è quindi enorme. Non solo e non tanto per la «gestibilità» astratta di una così grande massa di dati, quanto per la loro gestione centralizzata e in tempo reale, dovendo teoricamente essere trasmessi, più o meno contemporaneamente, da 22.800 punti differenti. Così come lo è consentirne un'utile fruizione da parte dei consumatori, ossia creare un portale *user friendly* attraverso il quale un automobilista di media cultura e abilità possa conoscere, quando e dove ne ha bisogno, e comunque in tempo utile, i prezzi dei diversi distributori. Non è banale, infine, vigilare sulla correttezza delle informazioni fornite. È credibile che degli emissari ministeriali o locali girino l'Italia, armati di palmare, per verificarne la corrispondenza con i prezzi effettivamente praticati? E, ancor prima, è davvero utile ed è possibile farlo «senza aggravio per l'erario»?

1.2. La genesi del provvedimento

È interessante, a questo proposito, ricostruire la genesi del provvedimento che nasce – fenomeno piuttosto inusuale nella presente legislatura – da una proposta dell'opposizione. Originariamente, infatti, non era presente nel disegno di legge trasmesso dal governo alle Camere: è stato introdotto il 28 aprile 2009 dalla Commissione Industria del Senato, che ha approvato un emendamento della senatrice Anna Rita Fioroni (PD), la quale ha così commentato il voto: «si chiude il processo di liberalizzazione della rete avviato dal precedente governo [del centro-sinistra, ndr] a tutela dei consumatori» (7). Il riferimento, forse iperbolico, è all'istituzione dei cosiddetti «benza-cartelloni», resi obbligatori sulla rete autostradale dalla seconda «lenzuolata» dell'ex-Ministro dello Sviluppo, Pierluigi Bersani (8). All'origine di tale intervento – maturato parallelamente allo svolgimento di un'istruttoria Antitrust che, come si vedrà, verte proprio sulla trasparenza dei prezzi – sta la «retorica del consumatore informato» (Ceffalo 2007, p. 12).

L'obbligo di pubblicazione dei prezzi è stato, fin da subito, duramente contestato non solo e non tanto dalle compagnie petrolifere, quanto dai potenti sindacati dei gestori, che in una lettera (9) al Ministro dello Sviluppo, Claudio Scajola, arrivano a parlare di «limitazione alla libertà economica del singolo gestore, che [...] è – in quanto rivenditore – l'unico titolare del prezzo al pubblico». Inoltre, «un provvedimento di questo genere crea una vera e propria discriminazione tra i gestori/rivenditori di carburante e qualsiasi altro esercente che non sia sottoposto [...] allo stesso regime di comunicazione» (10). Ma vi è di

più. La piena conoscibilità e trasparenza dei prezzi, intesa come strumento proconcorrenziale, rischia, infatti e soprattutto, di scontrarsi con le indicazioni provenienti dall'Autorità garante della concorrenza e del mercato (AGCM).

1.3. Profili antitrust

L'Autorità si è dichiarata sorprendentemente favorevole a, e comunque non ha avuto alcuna obiezione contro, i già citati benza-cartelloni, a dispetto delle sue precedenti posizioni. In una segnalazione al governo e alle Camere dell'8 gennaio 2007, auspicava, infatti, «una modifica delle modalità di pubblicizzazione dei prezzi consigliati dalle società petrolifere nel senso di non consentire l'individuazione del prezzo consigliato da ciascuna società, posto che tale dato, fornito quotidianamente, è suscettibile di ridurre il già scarso grado di incertezza delle imprese sulle rispettive politiche commerciali, facilitando l'adozione di convergenti strategie di prezzo». E ancora: «la pubblicazione quotidiana dei prezzi praticati da ogni società petrolifera determina condizioni di trasparenza del mercato che, lungi dal giovare ai consumatori, risultano idonee a facilitare equilibri collusivi di prezzo tra le società petrolifere» (AGCM 2007a) (11). Tesi del tutto coerenti erano state espresse già in precedenza.

Sempre il 18 gennaio 2007, l'Antitrust apriva un'istruttoria contro nove compagnie petrolifere, accusate di comportamenti collusivi (AGCM 2007b), sul presupposto che la diffusione di comunicati stampa sui prezzi consigliati e addirittura la pubblicizzazione di sconti e promozioni potesse considerarsi come «evidenza sullo scambio di informazioni tra le parti». Anzi, «il raggiungimen-

to di un equilibrio non concorrenziale appare essere assistito in maniera cruciale dallo scambio di informazioni sui prezzi consigliati messo in atto dalle parti».

L'istruttoria è stata chiusa il 20 dicembre 2007 con l'accettazione, da parte dell'Autorità, degli impegni presentati dalle compagnie allo scopo di far venire meno i profili di criticità, con la motivazione (AGCM 2007c) che: «gli impegni di tutte le parti del procedimento a *limitare* la trasparenza sui prezzi consigliati e sui differenziali integrativi previa cessazione di ogni comunicazione alla stampa specializzata, nonché gli impegni presentati da Eni, Erg, Tamoil e Esso a definire i prezzi consigliati su base non più nazionale, bensì locale appaiono, nel loro insieme, idonei a spezzare il legame tra la trasparenza delle informazioni sui prezzi ed il parallelismo di comportamenti descritto nel provvedimento di avvio» (corsivo aggiunto).

La posizione dell'Antitrust è dunque chiara: in un mercato caratterizzato dalla struttura *leader-follower*, nel quale la variabilità dei prezzi è relativamente bassa rispetto al loro livello⁽¹²⁾, l'eccessiva trasparenza è uno strumento collusivo più che informativo. Da qui, la richiesta di cessare la diffusione delle informazioni e di superare i prezzi nazionali per pervenire alla definizione di prezzi locali (punto di fondamentale importanza anche rispetto al terzo mito). Rendere, in sostanza, più ardua la conoscibilità e confrontabilità dei prezzi offerti, con vantaggi per i consumatori tutti da capire⁽¹³⁾.

Nella ricostruzione dell'Antitrust vi è un elemento di forte ingenuità. In discussione non è tanto l'esistenza o meno di eventuali comportamenti collusivi, su cui pure è lecito

sollevare dubbi. Piuttosto, è il ruolo centrale attribuito alla trasparenza a lasciare perplessi. Come hanno argomentato Stagnaro e Verde (2007), sono le condizioni stesse del mercato a rendere relativamente semplice lo scambio di informazioni tra le compagnie. Il bene è omogeneo sotto il profilo merceologico (sebbene non riguardo la tipologia dei servizi offerti), le variabili di costo sono sostanzialmente simili per gli operatori. In queste condizioni, non sarebbe difficile, in qualunque contesto, identificare degli impianti di riferimento attraverso cui scambiare le informazioni necessarie. Di più, è la stessa struttura del mercato e dei costi a forzare un certo parallelismo dei prezzi. Un conto è inferire da due dati inerenti alla struttura del mercato (parallelismo dei prezzi e loro relativa trasparenza), l'esistenza di un cartello; ben altra cosa è dimostrare l'esistenza di un effettivo coordinamento nelle politiche di *pricing*. Un classico caso in cui due indizi non fanno una prova, e tantomeno chiudono il caso. Anche perché né l'Autorità, né altri soggetti, hanno dimostrato alcun danno ai consumatori, l'intera istruttoria avendo ruotato attorno a circostanze che al più potevano facilitare la collusione, ma certo non erano sufficienti a provarne l'esistenza né a quantificarne l'effetto.

Tutto ciò premesso, è comunque paradossale che la regolazione del settore, in merito alla trasparenza, oscilli – nelle posizioni dell'Antitrust e del legislatore – tra due estremi. Come indice e indizio, da un lato, di collusione (Antitrust) ovvero come strumento essenziale per le scelte del consumatore (legislatore). Una sintesi è, quindi, impossibile. È evidente, infatti, che ogni tentativo di informare il con-

sumatore produrrà un certo ammontare di informazioni pubbliche, a cui le compagnie stesse avranno accesso. È curioso che l'incapacità di risolvere questo dilemma abbia condotto a sbandamenti bizzarri: con l'obbligo iniziale per legge alle compagnie a praticare e comunicare prezzi nazionali; il suo superamento in conseguenza di una decisione del regolatore del mercato⁽¹⁴⁾; l'attuale sua reintroduzione, sotto altre spoglie, con l'obbligo per legge di trasparenza dei prezzi ai rivenditori finali.

Il vero invitato di pietra in tutta questa vicenda è il mercato. Per i nostri politici e/o regolatori pare infatti impossibile da accettare – nonostante che il loro pressante interventismo sia motivato a difesa del mercato – che quantità e tipo di informazioni che ciascuna compagnia o rivenditore scelga di diffondere possano costituire uno strumento di competizione. Poiché, in media, i prezzi non saranno mai tra loro «troppo» distanti, è del tutto logico che, quando le compagnie fanno uno sforzo promozionale, vogliano comunicarlo; e lo stesso si applica ai gestori del singolo impianto. L'intervento pubblico, politico o regolatorio che sia, dovrebbe essere sussidiario, ed eventualmente correggere o complementare il mercato: se tenta di sostituirlo, difficilmente può sortire risultati positivi.

2. MITO NUMERO DUE: LA COLLUSIONE

Il secondo mito, che risale alla notte dei tempi, è la presunta anomalia italiana della sistematica adozione da parte delle compagnie petrolifere di strategie collusive nella fissazione dei prezzi. Incuranti delle passate sanzioni (poi annullate dal Consiglio di Stato), dei

cambiamenti nel comportamento conseguenti all'ultima istruttoria Antitrust, delle severissime regole che vincolano le filiali delle compagnie estere, delle continue accuse mosse da governi, sindacati, associazioni dei consumatori, i petrolieri continuerebbero testardamente e pervicacemente a concordare tra loro i prezzi dei singoli carburanti, così come le loro variazioni ormai quotidiane. Anche di questo mito circolano varie versioni, ma due ne sono gli elementi fondamentali, che potremmo definire come argomento verticale e orizzontale.

Secondo l'argomento verticale, i prezzi medi italiani non seguirebbero fedelmente gli andamenti internazionali del petrolio, ma tenderebbero a discostarsene vistosamente soprattutto durante le fasi discendenti del ciclo petrolifero, viceversa di quel che accade nelle fasi ascendenti. Secondo l'argomento orizzontale – ampiamente sostenuto dall'Antitrust nella sua più recente istruttoria (2007) – si osserverebbe, sul mercato italiano, un parallelismo molto sospetto tra i prezzi praticati dalle diverse compagnie, nonostante il fatto che l'eguaglianza dei prezzi la si abbia proprio in un mercato perfettamente concorrenziale. È appena il caso di notare – ma sarà l'oggetto del prossimo paragrafo – che il secondo mito s'innesta, almeno parzialmente, sul terzo, ossia sull'esistenza e rintracciabilità di «un» prezzo nazionale di mercato per i carburanti.

2.1. L'argomento verticale

Prima di analizzare i dati, è bene precisare che il confronto, cui pure normalmente si ricorre, tra quotazioni del petrolio e prezzi finali (industriali) dei carburanti è spurio e privo di senso. Lo è per alme-

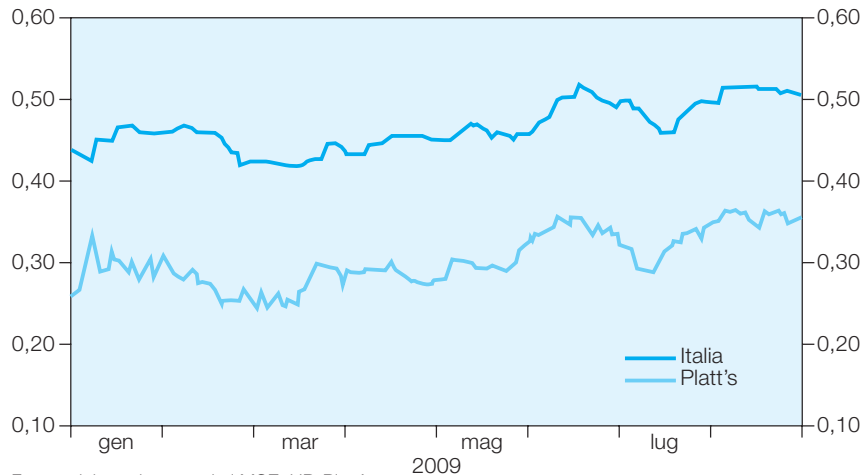
no due ragioni: una strutturale e l'altra formale. Dal punto di vista strutturale, il *business* della distribuzione non ha, come *input* industriale, il petrolio greggio, bensì i suoi derivati. Sebbene nell'immaginario collettivo la lunga catena che da un pozzo mediorientale conduce a un distributore di Voghera sia ininterrotta, nella realtà questo assunto non è né generale né assoluto. In alcuni casi, le compagnie sono verticalmente integrate in tutta la filiera petrolifera (come Eni o ExxonMobil); mentre in altri lo sono solo parzialmente (come nel caso, riferendoci al nostro Paese, di Erg o Api); in altri casi ancora, si occupano unicamente di distribuzione (le cosiddette «pompe bianche» e gli ipermercati). Modelli di *business*, quindi, completamente diversi con strategie, organizzazioni, comportamenti difficilmente confrontabili e tantomeno assimilabili – difficili, dunque, da coordinare.

Comunque, anche nel caso di compagnie integrate, esse sono organizzate in distinte unità di *business* o societarie, con propria autonomia decisionale. Chi si occupa di distribuzione – dacché di queste stiamo parlando – si approvvigiona sul mercato dei prodotti raffinati allo stesso modo dei

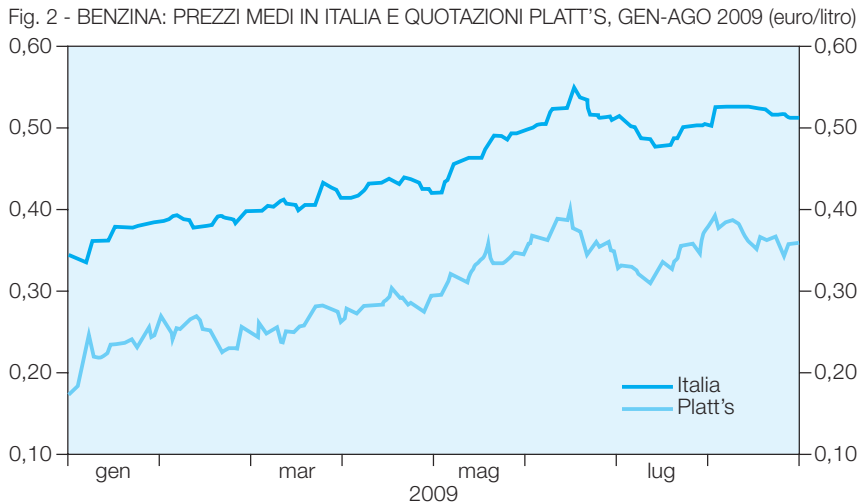
concorrenti non integrati. Se anche l'integrazione verticale determinasse spostamenti di prodotti a prezzi diversi da quelli prevalenti sul mercato, dal punto di vista economico/contabile non avrebbe senso valorizzarli in tal modo, né un buon amministratore lo farebbe, essendovi un «costo opportunità» intrinseco da cui non si potrebbe prescindere se non si vogliono alterare i risultati economici dell'unità interessata. In sostanza i *transfer prices* dei prodotti non possono che avvenire ai valori di mercato. Qualcuno potrebbe essere tentato di spostare a monte le critiche, dirigendole verso i raffinatori piuttosto che i distributori di prodotti raffinati. Non è intenzione di questo articolo rispondere a tale accusa: basti dire che altre indagini specifiche, sia pure su realtà diverse da quella italiana, non hanno riscontrato evidenza di comportamenti anticompetitivi da parte dei raffinatori, e anzi hanno mostrato che essi neppure sarebbero in grado di manipolare il mercato, qualora lo volessero (Dahl 2007).

I prodotti raffinati, al pari del petrolio, vengono trattati e prezzati su specifici mercati internazionali, meno mediaticamente visibili di quelli del greggio, ma non meno essen-

Fig. 1 - GASOLIO: PREZZI MEDI IN ITALIA E QUOTAZIONI PLATT'S, GEN-AGO 2009 (euro/litro)



Fonte: elaborazione su dati MSE, UP, Platt's.



Fonte: elaborazione su dati MSE, UP, Platt's.

ziali. Porre a confronto la dinamica dei prezzi industriali della benzina o del gasolio con quella del petrolio è cosa priva di senso, dal momento che i mercati dei prodotti riflettono le specifiche condizioni di domanda/offerta d'ogni singolo prodotto, con variazioni dei prezzi spesso disancorate da quelle della materia prima da cui pure originano (che, a sua volta, è tutt'altro che omogenea o indifferenziata: il costo e la resa di un barile di greggio dolce e leggero sono assai diversi da quelli di un olio pesante e *sour*). Il *business* delle imprese petrolifere consiste spesso proprio nella capacità di giocare i differenziali di prezzo materia prima/prodotti, attraverso mutamenti nei mix dei greggi trattati (data una certa dotazione impiantistica di raffinazione) o tramite arbitraggi sui mercati.

Convenzionalmente, si assume che la quotazione Platt's Cif Med sia rappresentativa dell'effettivo valore di mercato di benzine e gasoli. È questo, dunque, il *benchmark* rispetto al quale le dinamiche dei prezzi industriali dei prodotti vanno misurate. Che tale indice, risultato di molte migliaia di quotidiane transazioni internazionali, sia condizionato da comportamenti collu-

sivi o anticompetitivi è impossibile (altro è il discorso sul potenziale impatto di comportamenti speculativi da parte di operatori finanziari, prevalentemente *non commercial*). Fino a prova contraria i prezzi Platt's rappresentano, quindi, gli effettivi «prezzi di mercato» dei prodotti. La domanda che occorre porsi è, allora, se (a) i prezzi medi industriali italiani si discostino dalle quotazioni Platt's e se (b) tale scostamento sia giustificato o meno.

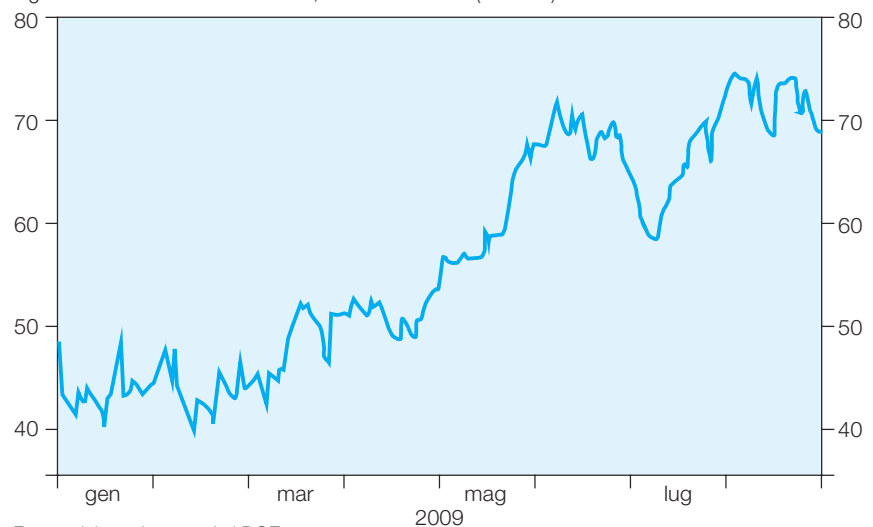
Se su un piatto della bilancia bisogna porre il Platt's, sull'altro stanno i prezzi industriali, cioè i prezzi medi al netto della componente fiscale (accisa più Iva, che insiste

sulla somma tra accisa e prezzo industriale). La differenza tra prezzo industriale e Platt's fornisce il cosiddetto «margine lordo», che a sua volta incorpora una serie di costi: stoccaggi, distribuzione primaria e secondaria, costi operativi, ammortamento dei capitali investiti, etc. Al netto di tali costi, si hanno i «marginetti netti» di compagnie e gestori.

Prima di procedere, un'ultima nota: il «vero profitto» delle compagnie petrolifere, da cui trarrebbero motivazione gli intenti regolatori, non è un mistero. Anzi è, paradossalmente, il dato più trasparente: perché facilmente desumibile dai bilanci. Curiosamente, non risulta che nessuno tra i sostenitori della collusione abbia mai saputo o potuto dimostrare che: (a) i profitti delle compagnie petrolifere italiane nella distribuzione siano superiori a quelli delle loro omologhe straniere; (b) siano superiori ad altri settori industriali; (c) ammesso di provare (a) e (b), a quanto ammontino, compagnia per compagnia, questi extraprofiti e da cosa dipendano.

Le Figg. 1 e 2 riportano gli andamenti delle quotazioni Platt's e dei prezzi medi alla pompa per benzina e gasolio, nel periodo gennaio-agosto

Fig. 3 - QUOTAZIONI DEL BRENT, GEN-AGO 2009 (doll./bbl)



Fonte: elaborazione su dati DOE.

Tab. 2 - COEFFICIENTI DI CORRELAZIONE TRA QUOTAZIONI BRENT, PLATT'S, PREZZI ITALIANI, GEN-AGO 2009

	Benzina			Gasolio		
	Brent	Platt's	Prezzo Italia	Brent	Platt's	Prezzo Italia
Brent	1	0,940	0,938	1	0,828	0,777
Platt's		1	0,998		1	0,899
Prezzo Italia			1			1

Fonte: elaborazione su dati MSE, UP e Platt's.

2009. In tale periodo, il valore del barile è oscillato ferocemente: il Brent ha aperto l'anno a 43 doll./bbl, in caduta libera dai quasi 150 sfiorati a metà luglio 2008, risalendo poi, pur tra sensibili oscillazioni, a livelli prossimi o superiori ai 70 doll./bbl (probabilmente incorporando una non trascurabile componente speculativa, ove si considerino gli andamenti reali del mercato) (Fig. 3).

È del tutto evidente che, mentre il Brent percorre una traiettoria distinta da quelle della benzina e del gasolio, queste seguono fedelmente gli andamenti internazionali. Un'impressione, questa, confermata dal calcolo dei coefficienti di correlazione, riportati in Tab. 2.

L'analisi dei gradi di correlazione mostra anzitutto che essi si assestano su valori molto alti, indicativi di un significativo parallelismo tra prezzi italiani, internazionali, e persino del petrolio greggio. Inoltre, in entrambi i casi, la correlazione tra i prezzi italiani e quelli internazionali è più alta della correlazione sia tra prezzi italiani e Brent, sia tra prezzi internazionali e Brent. Ciò conferma che le quotazioni internazionali dei prodotti raffinati forniscono la base di riferimento per la fissazione dei prezzi italiani. La correlazione è estremamente alta per il gasolio, e addirittura quasi lineare per la benzina. Anche in questo caso, è significativo che la differenza tra benzina e diesel non sia un'esclusiva italiana, ma risponda a dinami-

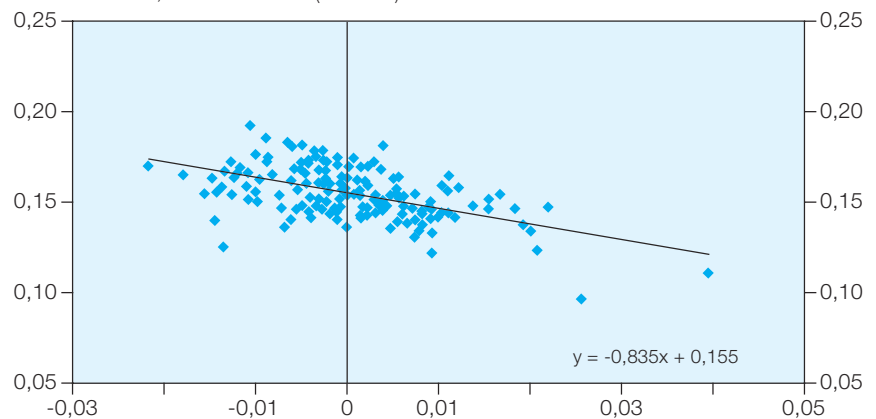
che prevalenti sui mercati internazionali: infatti, la correlazione tra Platt's e Brent per la benzina è superiore a quella per il diesel.

In prima approssimazione, non sembrano dunque esservi particolari anomalie nell'andamento dei prezzi dei carburanti in Italia. Anche se ciò non equivale a dire che il nostro mercato sia un ideale di efficienza. Tale sensazione è confermata dall'analisi dell'andamento dei margini. Se è vero

che le dinamiche italiane si allontanano da quelle internazionali, si dovrebbero rilevare significativi scostamenti nei margini praticati nei diversi periodi. In particolare, dovrebbe persistere un delta vistoso nei periodi di prezzi ascendenti in raffronto a quelli nei periodi di prezzi discendenti. Le Figg. 4 e 5 mostrano i margini medi nei primi otto mesi del 2009. Se è vero che il margine cresce quando le quotazioni scendono e viceversa⁽¹⁵⁾, poiché nel periodo considerato i giorni in cui i prezzi sono cresciuti (93) sono superiori a quelli con prezzi in calo (77), dovremmo aspettarci una tendenza verso il restringimento dei margini.

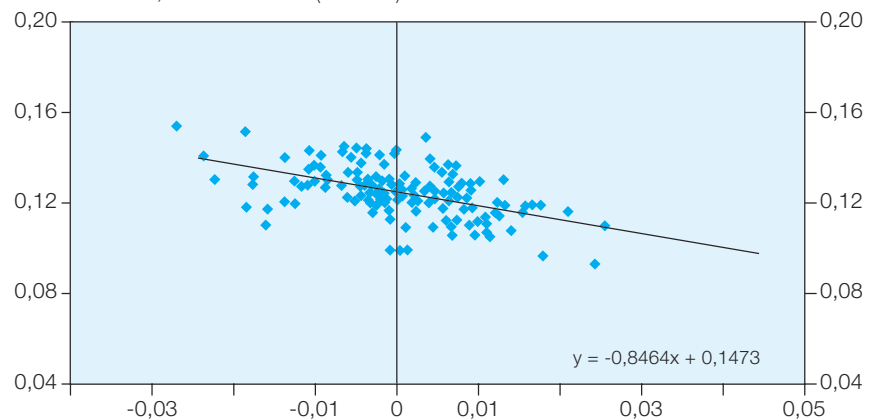
A complemento di questi dati, va ricordato che la do-

Fig. 4 - GASOLIO: MARGINI MEDI SUI PREZZI RISPETTO ALLE VARIAZIONI DELLE QUOTAZIONI PLATT'S, GEN-AGO 2009 (euro/litro)



Fonte: elaborazione su dati MSE, UP, Platt's.

Fig. 5 - BENZINA: MARGINI MEDI SUI PREZZI RISPETTO ALLE VARIAZIONI DELLE QUOTAZIONI PLATT'S, GEN-AGO 2009 (euro/litro)



Fonte: elaborazione su dati MSE, UP, Platt's.

manda di benzina e diesel è in calo strutturale e, secondo le più recenti previsioni, è destinata a scendere ulteriormente da qui al 2010 (UP 2009b). Gli andamenti delle vendite sono illustrati in Tab. 3.

L'analisi dell'andamento dei margini rivela, sia per il gasolio che per la benzina, una sostanziale stabilità con una moderata tendenza alla riduzione, apparentemente coerente con l'ipotesi di «doppia velocità» dei prezzi quanto al segno ma di fatto poco significativa. Le Tab. 4 e 5 riassumono questi dati: la prima valuta i margini medi, in salita e in discesa, rispetto ai valori del Brent, mentre l'altra si concentra sulle variazioni del Platt's.

Come atteso, i margini medi sul gasolio sono leggermente superiori a quelli sulla benzina. Mettendo assieme i tasselli del *puzzle*, è possibile affermare che, in media, i margini su benzina e diesel tendono a essere leggermente maggiori quando il prezzo dei prodotti sui mercati internazionali cala. Di per sé, ciò non è indice di dinamiche anomale né dell'esistenza di strategie collusive, potendo indicare esattamente l'opposto di quel che i fautori della tesi del cartello sostengono: cioè che il gasolio in particolare – il prodotto per il quale la domanda è maggiore e in aumento tendenziale relativamente alla benzina – viene ritoccato verso l'alto con più attenzione e parsimonia di quanto non si faccia verso il basso. Politiche commerciali, in sostanza, sostenute dall'andamento della domanda, ovvero dal mercato.

In altre parole, quello in atto potrebbe testimoniare non già un comportamento opportunistico delle compagnie quando i listini calano, bensì un loro tentativo di mitigare – in un mercato sostanzialmente stagnante – gli aumenti quando il

Tab. 3 - ITALIA: DOMANDA DI BENZINA E GASOLIO (mil. tonn.)

	Dati storici				Previsioni		
	1995	2000	2005	2008	2010	2015	2020
Benzina ⁽¹⁾	17,5	16,8	13,5	11,0	10,0	8,6	8,3
Gasolio ⁽²⁾	16,6	18,3	24,4	25,9	25,4	26,5	25,4
Totale carburanti	34,1	35,1	37,9	36,9	35,4	35,1	33,7

⁽¹⁾ Per gli anni 1995 e 2000, somma tra benzina super e verde.

⁽²⁾ Compresi i biocarburanti.

Fonte: elaborazione su dati UP.

mercato è in tensione, a detrimento dei margini e a difesa dei volumi: cioè l'effettiva concorrenzialità del mercato. Di fatto, si tratta di guardare da due prospettive lo stesso fenomeno: una modesta asimmetria. Che trova giustificazione anche in un'analisi recentemente condotta da Tomasini (2009). Concentrandosi sugli andamenti dei prezzi petroliferi e dei prodotti raffinati dal 2007 ai primi tre mesi del 2009, e quindi adottando un orizzonte temporale più di lungo periodo rispetto a quello qui esaminato, l'autrice ha trovato che «le differenze... non sono tali da superare la soglia statistica di significatività» (pp. 53-54). Questo è coerente con gli andamenti rilevati in un periodo di tempo più breve e caratterizzato da oscillazioni senza precedenti.

Per comprendere se esistano effettivamente dinamiche collusive, è necessario (ma non ancora sufficiente) approfondire gli andamenti e concentrarsi su quello che è stato definito l'argomento orizzontale: muovere dall'osservazione dei

prezzi *medi* nazionali (ammesso e non concesso che essi siano economicamente e significativamente rilevabili) alla stima dei prezzi praticati dalle singole compagnie.

2.2. L'argomento orizzontale

Riassumendo: l'esame dell'argomento verticale ha rivelato che i prezzi medi italiani non si discostano da quelli internazionali – anzi, nel caso della benzina li seguono con fedeltà impressionante – ma che esiste una piccola asimmetria nei margini. Infatti, i margini medi nei giorni di discesa dei prezzi sui mercati internazionali sono mediamente superiori di 0,011 euro/litro a quelli registrati nei giorni di rincaro, sia per la benzina che per il diesel. Le compagnie, in altri termini, sembrano comprimere i margini quando le quotazioni internazionali crescono, allo scopo di non determinare aumenti troppo bruschi nei prezzi finali. Per capire se tale asimmetria sia indice di collusione, esamineremo i prezzi praticati dalle singole compagnie. È importante premettere che i prezzi nazionali non vengono più pubblicati quotidianamente sul sito del Ministero dello Sviluppo Economico, e in molti casi sono stati sostituiti da prezzi provinciali, coerentemente con gli impegni assunti con l'Antitrust. Si farà quindi riferimento alle stime sui prezzi nazionali fornite dalla rivista «Quotidiano Energia».

La Tab. 6 riporta i valori dei coefficienti di correlazione tra i prezzi praticati dalle compa-

Tab. 4 - ITALIA: MARGINI RISPETTO AL BRENT (gen-ago 2009, euro/litro)

	Benzina	Gasolio
Media	0,147	0,155
Deviazione standard	0,015	0,014

Fonte: elaborazione su dati MSE, UP.

Tab. 5 - ITALIA: MARGINI RISPETTO AL PLATT'S (gen-ago 2009, euro/litro)

	Benzina	Gasolio
Margine medio	0,146	0,155
Margine salita	0,141	0,149
Margine discesa	0,152	0,160
Differenza	0,011	0,011

Fonte: elaborazione su dati MSE, UP, Platt's.

Tab. 6 - COEFFICIENTI DI CORRELAZIONE TRA PREZZI MEDI NAZIONALI PRATICATI DALLE COMPAGNIE PETROLIFERE (mar-ago 2009)

Benzina									
	Agip	Api	Erg	Esso	Ip	Kupit	Shell	Tamoil	Total
Agip	1,0000	0,9826	0,9729	0,9807	0,9826	0,9834	0,9743	0,9823	0,9855
Api		1,0000	0,9900	0,9927	1,0000	0,9933	0,9912	0,9956	0,9947
Erg			1,0000	0,9887	0,9900	0,9869	0,9930	0,9910	0,9858
Esso				1,0000	0,9927	0,9895	0,9889	0,9930	0,9924
Ip					1,0000	0,9933	0,9912	0,9956	0,9947
Kupit						1,0000	0,9861	0,9939	0,9936
Shell							1,0000	0,9908	0,9874
Tamoil								1,0000	0,9961
Total									1,0000
Gasolio									
	Agip	Api	Erg	Esso	Ip	Kupit	Shell	Tamoil	Total
Agip	1,0000	0,9704	0,9656	0,9729	0,9704	0,9752	0,9600	0,9745	0,9755
Api		1,0000	0,9890	0,9888	1,0000	0,9867	0,9834	0,9937	0,9898
Erg			1,0000	0,9877	0,9890	0,9804	0,9894	0,9889	0,9830
Esso				1,0000	0,9888	0,9846	0,9817	0,9912	0,9887
Ip					1,0000	0,9867	0,9834	0,9937	0,9898
Kupit						1,0000	0,9773	0,9914	0,9906
Shell							1,0000	0,9862	0,9813
Tamoil								1,0000	0,9950
Total									1,0000

Fonte: elaborazione su dati QE.

gnie nel periodo marzo-agosto 2009: periodo posteriore all'accettazione degli impegni da parte dell'Autorità Antitrust, e tale da far ritenere che gli impegni assunti dalla chiusura formale della procedura Antitrust (dicembre 2007), perlomeno in relazione alle modalità di fissazione dei prezzi, siano stati rispettati. Non risulta

peraltro al riguardo alcuna contestazione da parte del Garante.

I coefficienti di correlazione appaiono effettivamente molto alti. Il valore minimo per la benzina è circa 0,96, per il diesel è 0,97. Tuttavia, come ricordato, la struttura dei costi praticati dalle compagnie è molto simile, perché gli *input*

essenziali sono di fatto esogenamente determinati dall'autorità fiscale o dal mercato internazionale (quotazione Platt's). Per verificare se questi valori siano «sospetti», occorre confrontarli con quelli precedenti. Si eseguirà dunque un confronto col periodo che va da ottobre 2004 a marzo 2007, durante il quale sarebbe stato at-

Tab. 7 - DIFFERENZA TRA IL GRADO DI CORRELAZIONE TRA I PREZZI PRATICATI DALLE COMPAGNIE A GENNAIO-AGOSTO 2009 E OTTOBRE 2004-MARZO 2007

Benzina									
	Agip	Api	Erg	Esso	Ip	Kupit	Shell	Tamoil	Total
Agip	0,0000	-0,0104	-0,0146	-0,0075	-0,0105	-0,0100	-0,0183	-0,0103	-0,0076
Api		0,0000	-0,0020	-0,0013	0,0035	-0,0046	-0,0041	-0,0027	-0,0007
Erg			0,0000	0,0004	0,0004	-0,0042	0,0025	-0,0003	-0,0035
Esso				0,0000	-0,0004	-0,0054	-0,0058	-0,0026	-0,0013
Ip					0,0000	-0,0045	-0,0031	0,0011	-0,0033
Kupit						0,0000	-0,0121	-0,0046	-0,0044
Shell							0,0000	-0,0057	-0,0074
Tamoil								0,0000	0,0015
Total									0,0000
Gasolio									
	Agip	Api	Erg	Esso	Ip	Kupit	Shell	Tamoil	Total
Agip	0,0000	-0,0238	-0,0247	-0,0174	-0,0202	-0,0198	-0,0328	-0,0101	-0,0146
Api		0,0000	-0,0055	-0,0066	0,0057	-0,0105	-0,0131	0,0042	-0,0029
Erg			0,0000	-0,0040	-0,0009	-0,0055	-0,0047	0,0017	-0,0061
Esso				0,0000	-0,0034	-0,0099	-0,0147	0,0023	-0,0025
Ip					0,0000	-0,0103	-0,0104	0,0083	-0,0033
Kupit						0,0000	-0,0185	-0,0056	0,0109
Shell							0,0000	-0,0032	-0,0116
Tamoil								0,0000	0,0115
Total									0,0000

N.B. Il segno negativo indica una riduzione della correlazione.

Fonte: elaborazione su dati QE, MSE, UP, «Staffetta Quotidiana».

tivo il presunto cartello sgominato dall'ultimo intervento del Garante della concorrenza. La Tab. 7 riporta le variazioni nei coefficienti di correlazione.

L'unica deduzione possibile è che, rispetto al passato, il parallelismo tra i prezzi è diminuito. A complemento occorre ricordare che Stagnaro e Verde (2007) hanno mostrato che la correlazione durante l'arco di applicazione del «metodo Mincato» (una particolare strategia di *pricing* seguita dall'Eni all'ombra della quale, secondo l'Antitrust, si sarebbe organizzato il cartello) era a sua volta inferiore a quanto si verificava prima. Il confronto coi dati di Verde (2005), poi, ha evidenziato che tali valori sono simili o inferiori a quelli dei periodi ancora precedenti. In sostanza, si può concludere che non vi è alcuna evidenza di un comportamento attivamente teso a restringere la concorrenza, e dunque ad alzare i prezzi. Più importante, il grado di correlazione – pur assestandosi su valori alti in senso assoluto – conosce una tendenza verso la progressiva riduzione, indice di una competizione più aspra. Ironicamente, la correlazione sembra moderatamente più debole sulla benzina che sul diesel, mentre è proprio sulla prima che si sono appuntate le più recenti critiche (16). In sostanza, è vero che esiste una piccola asimmetria tra i margini nei periodi di ascesa e discesa dei prezzi, ed è vero che esiste un significativo parallelismo dei prezzi dei carburanti: tuttavia, non vi è evidenza che ciò risponda a una strategia collusiva, quanto piuttosto alla struttura dell'industria e alle reazioni che essa ha voluto opporre alle dinamiche internazionali dei prezzi. Se anche fosse in atto un cartello talmente ben congegnato da sfuggire allo scrutinio quotidiano di tutti gli enti

preposti a sorvegliare sulla concorrenza, oltre a quelli che a tale ruolo si sono autocandidati, si tratterebbe di un fenomeno invero bizzarro, visto che giorno dopo giorno perde efficacia.

3. MITO NUMERO TRE: IL PREZZO NAZIONALE

La parte conclusiva dell'analisi del secondo mito aiuta anche ad avviare una riflessione sul terzo mito: l'esistenza di «un» prezzo nazionale per i carburanti su cui sia possibile intervenire (17). Il problema è che non solo non esiste un prezzo unico per i carburanti – perché ogni compagnia fa il proprio, e così ogni gestore, avendo il potere di fissazione in ultima istanza dei prezzi finali – ma pure a livello di singola compagnia, in seguito all'istruttoria Antitrust 2007, la pratica di definire un prezzo nazionale è stata superata da diverse aziende. Pur trascurando quest'ultimo punto, non si può però ignorare l'altro: che il prezzo può non essere l'unica leva competitiva a disposizione delle compagnie, pur essendo certo di primaria importanza. Sempre basandosi sulle stime dei prezzi nazionali ef-



Tab. 8 - DISTANZA TRA I PREZZI MASSIMI E MINIMI RILEVATI GIORNALMENTE (gen-ago 2009, euro/litro)

	Benzina	Gasolio
Max	0,050	0,041
Min	0,002	0,005
Media	0,017	0,015

Fonte: elaborazione su dati QE.

fettuate da «Quotidiano Energia», si può facilmente notare come la variabilità sia tutt'altro che ridotta. Ironicamente, negli Stati Uniti in passato si è svolto un feroce dibattito in merito al potenziale anticompetitivo dello *zone pricing*. Nella pratica, Kleit (2003) ha mostrato come tale pratica non debba necessariamente essere condannata. Questa curiosa vicenda, però, lascia intendere come la valenza politica ed elettorale del mercato dei carburanti sia tale che quasi ogni soluzione organizzativa trova i suoi avversari, pronti a indicarla come «la causa» dei prezzi «troppo alti». Meyer e Fischer (2004) evidenziano in effetti come tutte queste caratteristiche possano avere sia conseguenze procompetitive che anticompetitive, a seconda delle condizioni concrete in cui vengono calate.

Come è evidente dalla Tab. 8, gli scostamenti tra prezzi minimi/massimi, a livello nazionale, sono tutt'altro che marginali: pari a 5,0 e 4,1 centesimi/litro, rispettivamente per benzina e diesel, con valori medi comunque rilevanti; 1,7 centesimi per la benzina e 1,5 centesimi per il diesel. Non si tratta di cifre trascurabili, se solo si considera che il valore medio dei margini lordi, nello stesso periodo, è stato rispettivamente di 14,6 e 15,5 centesimi (con una percentuale quindi prossima al 10%). Addirittura, se si sposta l'attenzione sui margini netti delle compagnie – quantificabili attorno agli 1-2 centesimi/litro, in media – lo scostamento prezzi massimi/

minimi assume una proporzione davvero importante.

Se la variabilità tra i prezzi praticati dalle compagnie è rilevante, lo stesso può dirsi della variabilità geografica. A titolo di esempio, un automobilista che si fosse messo in viaggio il 9 settembre 2009 da Milano verso Napoli, sulla sola rete autostradale gestita da Autostrade per l'Italia Spa (che mette a disposizione sul proprio sito i prezzi nelle stazioni di rifornimento) avrebbe incrociato 27 distributori, con prezzi della benzina oscillanti da 1,209 a 1,331 euro/litro e per il diesel tra 1,036 e 1,147 euro/litro⁽¹⁸⁾. Lo scostamento prezzi massimi/minimi sarebbe stato, rispettivamente, di 0,122 e 0,111 euro/litro, pari a circa il 10% del prezzo alla

Tab. 9 - SCOSTAMENTI TRA PREZZI MASSIMI E MINIMI IN 57 PROVINCE ITALIANE (luglio 2009, euro/litro)

	Benzina	Gasolio
Max	0,120	0,128
Min	0,010	0,024
Media	0,060	0,064

Fonte: elaborazione su dati QE.

pompa e dell'ordine di grandezza dei due terzi del margine lordo medio. Tale dato risulta confermato dal monitoraggio sui prezzi provinciali condotto dall'Osservatorio sui prezzi del Ministero dello Sviluppo Economico⁽¹⁹⁾. Ulteriori statistiche sono disponibili nella Tab. 9.

Ancora una volta, si osservano scostamenti notevoli, in media dell'ordine dei 6 centesimi/litro – poco meno della metà del margine lordo medio

– ma in alcuni casi addirittura dello stesso ordine di grandezza del margine. Perfino gli scostamenti minimi non scendono sotto il centesimo (2,4 centesimi per il diesel): una frazione comunque rilevante del margine lordo, e pari o superiore al margine netto. Questi dati suggeriscono una banale verità: che il panorama dei prezzi dei carburanti è molto più complesso di quanto si ritenga o si voglia far credere. Inoltre, scostamenti tanto forti indeboliscono ulteriormente le tesi secondo cui sarebbe in atto un fenomeno collusivo. Sarebbe stupefacente quel cartello che lascia registrare, su un territorio sostanzialmente omogeneo quale quello provinciale, una variabilità dei prezzi tanto pronunciata. Oltre tutto, i dati disponibili normalmente non incorporano gli sconti (sia da parte delle compagnie che dei gestori), né tengono conto del valore delle promozioni, né infine considerano la differenza tra servito e *self service* (e tra le diverse modalità di *self*, che talvolta sono prezzate in maniera differente), così come delle variazioni tra i prezzi diurni e notturni.

4. LO SCARTO CON L'EUROPA

In tutta questa analisi dei tre miti che dominano la discussione pubblica sui prezzi dei carburanti, rischiano di rimanere in ombra quelle che paiono verità sistematicamente ignorate. Se infatti le dinamiche competitive sembrano funzionare adeguatamente, resta aperta la domanda sul perché i prezzi italiani siano mediamente superiori a quelli europei. La Tab. 10 riporta i valori del delta tra i prezzi industriali medi settimanali italiani e quelli europei per la benzina; la Tab. 11 lo stesso tipo di dato per il gasolio. La Tab. 12 ripor-

Tab. 10 - BENZINA: SCOSTAMENTI TRA I PREZZI INDUSTRIALI MEDI SETTIMANALI ITALIANI E QUELLI DELL'UNIONE EUROPEA A 27 E DELL'EUROZONA (gen-set 2009, euro/litro)

Data	Italia	Media UE-27	Delta	Media eurozona	Delta
05-01-09	0,338	0,282	0,056	0,299	0,039
12-01-09	0,363	0,310	0,053	0,335	0,028
19-01-09	0,380	0,319	0,061	0,346	0,034
26-01-09	0,383	0,321	0,062	0,346	0,037
02-02-09	0,389	0,331	0,058	0,353	0,036
09-02-09	0,388	0,342	0,046	0,361	0,027
16-02-09	0,382	0,344	0,038	0,362	0,020
23-02-09	0,389	0,337	0,052	0,351	0,038
02-03-09	0,400	0,338	0,062	0,352	0,048
09-03-09	0,403	0,340	0,063	0,357	0,046
16-03-09	0,407	0,340	0,067	0,357	0,050
23-03-09	0,406	0,342	0,064	0,360	0,046
30-03-09	0,425	0,360	0,065	0,382	0,043
06-04-09	0,416	0,369	0,047	0,388	0,028
20-04-09	0,433	0,376	0,057	0,394	0,039
27-04-09	0,434	0,379	0,055	0,400	0,034
04-05-09	0,422	0,377	0,045	0,391	0,031
11-05-09	0,460	0,400	0,060	0,421	0,039
18-05-09	0,464	0,411	0,053	0,430	0,034
25-05-09	0,489	0,428	0,061	0,448	0,041
01-06-09	0,499	0,436	0,063	0,457	0,042
08-06-09	0,505	0,447	0,058	0,469	0,036
15-06-09	0,524	0,467	0,057	0,487	0,037
22-06-09	0,533	0,475	0,058	0,495	0,038
29-06-09	0,512	0,462	0,050	0,475	0,037
06-07-09	0,502	0,454	0,048	0,465	0,037
13-07-09	0,486	0,437	0,049	0,445	0,041
20-07-09	0,479	0,433	0,046	0,440	0,039
27-07-09	0,502	0,447	0,055	0,457	0,045
03-08-09	0,503	0,461	0,042	0,474	0,029
10-08-09	0,526	0,471	0,055	0,487	0,039
17-08-09	0,523	0,476	0,047	0,494	0,029
24-08-09	0,516	0,471	0,045	0,486	0,03
31-08-09	0,513	0,463	0,050	0,475	0,038
07-09-09	0,496	0,459	0,037	0,470	0,026
14-09-09	0,494	0,449	0,045	0,461	0,033

Fonte: elaborazione su dati MSE.

Tab. 11 - GASOLIO: SCOSTAMENTI TRA I PREZZI INDUSTRIALI MEDI SETTIMANALI ITALIANI E QUELLI DELL'UNIONE EUROPEA A 27 E DELL'EUROZONA (gen-set 2009, euro/litro)

Data	Italia	Media UE-27	Delta	Media eurozona	Delta
05-01-09	0,429	0,397	0,032	0,404	0,025
12-01-09	0,454	0,427	0,027	0,438	0,016
19-01-09	0,469	0,425	0,044	0,436	0,033
26-01-09	0,461	0,417	0,044	0,427	0,034
02-02-09	0,462	0,419	0,043	0,427	0,035
09-02-09	0,465	0,423	0,042	0,429	0,036
16-02-09	0,461	0,415	0,046	0,421	0,040
23-02-09	0,438	0,400	0,038	0,400	0,038
02-03-09	0,428	0,395	0,033	0,396	0,032
09-03-09	0,425	0,390	0,035	0,392	0,033
16-03-09	0,426	0,386	0,040	0,386	0,040
23-03-09	0,432	0,389	0,043	0,392	0,040
30-03-09	0,445	0,405	0,040	0,412	0,033
06-04-09	0,437	0,412	0,025	0,416	0,021
20-04-09	0,454	0,413	0,041	0,416	0,038
27-04-09	0,456	0,412	0,044	0,417	0,039
04-05-09	0,454	0,413	0,041	0,417	0,037
11-05-09	0,470	0,419	0,051	0,423	0,047
18-05-09	0,465	0,422	0,043	0,426	0,039
25-05-09	0,460	0,420	0,040	0,421	0,039
01-06-09	0,464	0,424	0,040	0,425	0,039
08-06-09	0,485	0,441	0,044	0,447	0,038
15-06-09	0,502	0,456	0,046	0,461	0,041
22-06-09	0,509	0,466	0,043	0,472	0,037
29-06-09	0,495	0,462	0,033	0,466	0,029
06-07-09	0,490	0,455	0,035	0,457	0,033
13-07-09	0,473	0,435	0,038	0,437	0,036
20-07-09	0,464	0,428	0,036	0,427	0,037
27-07-09	0,496	0,446	0,050	0,449	0,047
03-08-09	0,497	0,457	0,040	0,462	0,035
10-08-09	0,516	0,467	0,049	0,473	0,043
17-08-09	0,513	0,473	0,040	0,481	0,032
24-08-09	0,509	0,471	0,038	0,477	0,032
31-08-09	0,508	0,467	0,041	0,472	0,036
07-09-09	0,489	0,460	0,029	0,464	0,025
14-09-09	0,488	0,448	0,040	0,452	0,036

Fonte: elaborazione su dati MSE.

ta alcune statistiche relative a questi dati.

Nel periodo considerato (5 gennaio-14 settembre 2009) il delta tra Italia ed Europa è sempre positivo. Rispetto all'eurozona è nettamente inferiore a quello con l'Unione Europea a 27. Questo è comprensibile, alla luce delle diverse caratteristiche regolatorie e fiscali. In virtù della relativamente maggiore omogeneità dell'eurozona, questo *benchmark* appare meritevole di maggiore attenzione. Lo scarto tra prezzi italiani ed europei non è molto diverso, in media, per gasolio e benzina, assestandosi rispettivamente a 3,5 e 4,0 centesimi/litro. La deviazione standard è bassa per entrambi i prodotti: 0,6 centesimi. Ciò lascia supporre

che le ragioni dello scarto siano strutturali, non riconducibili alle dinamiche quotidiane della fissazione dei prezzi da parte delle compagnie e dei gestori (Clô 2005).

Almeno in parte, è lecito attribuire lo scollamento alle differenze nella rete di distribuzione. Come è già stato ricordato, i grandi Paesi europei comparabili con l'Italia tendono ad avere una rete imperniata su pochi, grandi punti di ri-

fornimento, come ipermercati o grandi distributori che vendono non solo carburanti ma anche, e soprattutto, prodotti *non oil*. Al contrario, in Italia gli ipermercati sono quasi assenti, mentre i punti di rifornimento sono piccoli e piccolissimi. A questo si aggiunge un dato comportamentale: se i benzinai italiani tendono ad affidarsi meno al *self service*, in particolare *post-pay*, rispetto ai loro colleghi europei, è anche perché gli italiani hanno una spiccata preferenza per il servito, come dimostra l'elevata percentuale di automobiliste e automobilisti che preferiscono non ricorrere al «fai da te», diversamente dai colleghi tedeschi o francesi.

Al netto delle preferenze degli automobilisti, comunque, la differente estensione della rete – pur fortemente ridimensionata nell'arco degli ultimi 15-20 anni (con disagi talvolta di non poco conto nelle aree periferiche del Paese) – dipende anche da ostacoli oggettivi di natura normativa o regolatoria. A livello nazionale, una serie di interventi ha tentato di scardinare parte delle resistenze, per esempio abolendo i vincoli sulle distanze, il contingentamento numerico, la richiesta di superfici minime e gran parte dei limiti al mix merceologico (ma non per quel che riguarda tabacchi e giornali, due beni che si presentano, nel resto del mondo, come complementari ai carburanti).

I tentativi di aprire il mercato – compresi quelli più re-

Tab. 12 - ALCUNE STATISTICHE SUGLI SCOSTAMENTI TRA I PREZZI INDUSTRIALI MEDI SETTIMANALI ITALIANI E QUELLI NELL'UE-27 E NELL'EUROZONA (euro/litro)

	Benzina		Gasolio	
	UE-27	eurozona	UE-27	eurozona
Media	0,054	0,037	0,040	0,035
Deviazione standard	0,008	0,007	0,006	0,006
Max	0,067	0,050	0,051	0,047
Min	0,037	0,020	0,025	0,016

Fonte: elaborazione su dati MSE.

centi, a opera di Bersani e Scajola – si sono spesso scontrati con la resistenza, anche cruenta, dei sindacati dei gestori, i quali appaiono come una sorta di irrocervo. Pur rappresentando degli autonomi o addirittura piccole imprese, si muovono, infatti, secondo le logiche tipiche dei sindacati dei lavoratori dipendenti. Comunque, se l'azione di *lobbying* dei gestori è stata relativamente efficace a livello nazionale, è a livello regionale che essi hanno trovato una pronta e quasi totale e politicamente trasversale accoglienza. Si pensi ai vincoli urbanistici che, se talvolta possono apparire giustificati, più spesso rispondono semplicemente alla volontà di inserire blocchi alla concorrenza che, pur coerenti con la normativa in vigore, sono la prosecuzione delle precedenti barriere con altri mezzi.

La più recente ondata protezionista ha cavalcato l'ondata ecologista che, negli ultimi anni, ha travolto quasi ogni altro obiettivo politico, imponendosi come «variabile indipendente» (Clò 2008). L'aggancio sta proprio nell'art. 83 bis della legge 133/2008, il cui intento era semmai quello di aprire la distribuzione a un maggior grado di concorrenza, che impone alle regioni di adeguare le rispettive normative. Diverse regioni⁽²⁰⁾ hanno approvato leggi che richiedono a tutti i nuovi impianti, sia stradali sia autostradali, di dotarsi delle strutture per la distribuzione di almeno un carburante ecocompatibile (metano, Gpl o idrogeno).

Tale manovra è stata duramente contestata dall'Antitrust, che in una segnalazione al Parlamento⁽²¹⁾ ha sostenuto come «obblighi di questo tipo siano idonei ad accrescere significativamente i costi dei nuovi entranti, nonché a ridurre il numero dei soggetti po-



tenzialmente disposti a svolgere questa attività, ad esempio perché accrescono le dimensioni minime richieste per i nuovi impianti riducendo il numero dei siti idonei ad ospitare i nuovi punti vendita». La chiave di volta del ragionamento dell'Antitrust, ribadito sia nella *Relazione annuale 2009* sia nell'intervento di presentazione da parte di Antonio Cartricalà, sta nella natura discriminatoria di queste norme, che si applicano solo ai nuovi entranti.

Le regioni hanno risposto a tali accuse con un documento⁽²²⁾ che rivendica la compatibilità delle rispettive norme con quelle nazionali, e minimizza i costi di adeguamento (e dunque l'effettiva entità delle barriere all'ingresso sul mercato che le loro decisioni erigono). Il prevedibile esito è che i costi di entrata saranno effettivamente molto alti per i *newcomers*, specialmente in quelle regioni dove la domanda di carburanti ecocompatibili è relativamente bassa. È importante comprendere, a questo proposito, che denunciare la ridondanza della rete non equivale necessariamente a opporsi all'apertura di nuovi impianti. La morfologia locale è cambiata, e con essa si sono spostati i siti più appropriati per ospitare un punto di rifornimento. Quindi, raziona-

lizzare la rete, anche al ribasso, non implica solo la chiusura di stazioni di servizio, ma anche la loro apertura in luoghi diversi – o in zone dove gli spazi sono più ampi, per esempio per ospitare un mini-market a latere del distributore, o ancora perché le pompe si spostano nei pressi di un supermercato esistente. In altre parole, la riduzione numerica degli impianti può implicare anche una loro rilocalizzazione geografica.

Per consentire un corretto adeguamento della rete, che sappia andare incontro alla domanda e alle sue esigenze, occorre lasciare la massima flessibilità di localizzazione. Cioè è necessario ridurre al minimo, o eliminare, i vincoli residui, qualunque essi siano. Compresi quelli di natura giurisdizionale che impediscono, talvolta, una razionale organizzazione nelle stazioni di rifornimento. A causa di tali regolamentazioni, che pure variano di regione in regione, i benzinai italiani lavorano meno ore al giorno, e meno giorni all'anno, rispetto ai loro colleghi europei. I nostri punti vendita sono aperti mediamente 10 ore al giorno per 280 giorni all'anno⁽²³⁾, contro una media europea di 15 ore per 335 giorni all'anno.

Solo superando tutte queste limitazioni sarà possibile far

emergere il vero tratto della concorrenza, quello su cui gli «spiriti animali» possono sfogarsi consentendo non solo una riduzione dei prezzi, ma anche una diversificazione dell'offerta. Si è infatti detto più volte che i carburanti sono un bene omogeneo, dal punto di vista merceologico. Per completare il quadro, bisogna aggiungere che sono disomogenei nel servizio.

Questo rende non solo complicato, per le ragioni che sono state ricordate, ma anche in qualche misura inutile effettuare dei meri confronti sul prezzo. L'automobilista non compra solo, e sempre, benzina o gasolio. Compra anche la comodità, la possibilità di fare altri acquisti mentre riempie il serbatoio, l'opportunità di partecipare a una campagna di fidelizzazione, etc. In questo senso, la competizione è necessariamente (almeno) bidimensionale: prezzi simili possono coprire tipi di servizio anche molto diversi, e servizi simili possono avere prezzi lontani l'uno dall'altro. Questa constatazione aiuta a capire che ridurre tutto al prezzo, per giunta medio, è una forzatura forse utile ai fini analitici, ma che rischia di far perdere molte più informazioni di quelle che vengono guadagnate.

5. CONCLUSIONI

Questo articolo si è concentrato su tre miti che viciano l'intera discussione pubblica sui prezzi dei carburanti. Il primo vuole che la vendita dei carburanti per autotrazione sia caratterizzata da eccessiva opacità, che impedisce ai consumatori di scegliere consapevolmente le offerte più vantaggiose. Paradossalmente, l'opacità – se e nella misura in cui esiste – è, almeno in parte, frutto di obblighi regolatori. Su

tutti: quelli assunti dalle compagnie per far cadere le accuse rivolte dall'Autorità Antitrust. Il governo ha recentemente accolto una proposta del Parlamento, che l'ha approvata in via definitiva, che impone la «trasparenza assoluta» dei prezzi, attraverso la pubblicazione quotidiana dei dati comunicati da tutti i 22.800 punti di rifornimento nel Paese. Al di là delle difficoltà tecniche di implementazione, è chiaro come il pendolo italiano continui a oscillare tra due estremi – trasparenza e opacità – a causa dell'impossibilità di regolatore e legislatore di trovare una soluzione pienamente soddisfacente.

Una delle ragioni di tutto ciò è che agitatori pubblici (come le associazioni cosiddette dei consumatori) e istituzioni (governo o Antitrust) tendono a supporre che le compagnie formino un cartello pretendendo che l'onere della prova spetti agli accusati. In questo consiste il secondo mito. L'analisi empirica non lo giustifica. Da un lato, infatti, i prezzi medi seguono fedelmente gli andamenti internazionali del mercato, come è ovvio sia. Dall'altro, la presenza di modeste asimmetrie non è indice di collusione, ma il contrario: le compagnie tentano di presidiare i volumi sacrificando i margini, quando i prezzi salgono. Questa tesi è sostenuta dall'esame dei prezzi praticati dalle singole compagnie, che – pur manifestando un certo parallelismo – da anni vedono calare il loro grado di correlazione. Il parallelismo, dunque, è probabilmente frutto di caratteristiche strutturali dell'industria: il prodotto è omogeneo sotto il profilo merceologico e dunque fungibile, mentre una grossa componente del prezzo alla pompa dipende da variabili esogene, come il prelievo fisca-

le e le quotazioni internazionali dei prodotti raffinati. Differente è semmai il servizio, rispetto al quale però le disomiglianze non vengono pienamente catturate nei prezzi – e oltre tutto si manifestano perlopiù a livello locale – e vanno perse nelle medie nazionali.

Il terzo mito è quello più semplice da smentire, ma anche quello più sedimentato nel convincimento generale: l'esistenza e individuabilità di «un» prezzo unico nazionale dei carburanti, che sarebbe al tempo stesso causa e conseguenza del cartello. L'analisi dei dati al massimo livello disponibile di disaggregazione rivela che le variazioni sono notevoli, non solo tra diverse province (il che comunque potrebbe essere coerente con l'ipotesi di un accordo complesso) ma anche all'interno della stessa provincia. Ciò non significa che non possano esistere problemi, per esempio nel modo in cui la rete è organizzata e regolamentata. A livello locale possono esserci dei monopoli – riconducibili al potere di mercato del singolo gestore, più che a una cospirazione delle compagnie. Parimenti, restano in luogo numerose norme di fatto protezionistiche, come quelle recentemente approvate da varie regioni che richiedono, per l'apertura di nuovi punti di rifornimento, la disponibilità anche di carburanti ecocompatibili (metano, Gpl o idrogeno). Ancora, la regolamentazione di orari e turni resta barocca e i limiti al mix merceologico – in particolare su tabacchi e giornali – ingiustificati.

Tutto ciò lascia comunque intendere che, se permangono degli ostacoli alla distribuzione, essi sono largamente originati da disposizioni normative, scelte regolatorie o prassi amministrative: e riverberano nella ridondanza della rete, che è stata evidenziata in Tab. 1.

Quello che invece emerge con nettezza è che il punto di partenza necessario di qualunque tesi cospirazionista – l'esistenza di «un» prezzo nazionale dei carburanti – è chiaramente infondato. Da questo deriva che le richieste di riduzione dei prezzi, comunque formulate, non possono che cadere nel vuoto perché non hanno un'unica controparte, ma una

pluralità di interlocutori che agiscono, fino a prova contraria, nel rispetto della legge e in un contesto competitivo. Cosa che sarà ancor più chiara, comunque, quando e se il governo riuscirà a implementare le innovazioni normative più recenti, riguardo l'obbligo di pubblicazione dei prezzi praticati in tutti i punti di rifornimento. Solo allora, forse, si capirà che

è impossibile parlare di «un» prezzo dei carburanti, perché ne esistono (almeno) centomila ogni giorno: il che equivale, dal punto di vista pratico e politico, a dire che non esiste nessun prezzo su cui sia possibile intervenire. Come ha notato Scajola, «siamo in un Paese di libero mercato».

Genova, Novembre 2009

NOTE

(1) Legge 23 luglio 2009, n. 99 recante «Disposizioni per lo sviluppo e l'internazionalizzazione delle imprese, nonché in materia di energia».

(2) G.M., *Prezzi carburanti, incontro serrato al Ministero*, in «Staffetta Quotidiana», 7 agosto 2009.

(3) *Prezzi: il Garante convoca compagnie telefoniche e petrolifere*, Ministero dello Sviluppo Economico, 26 agosto 2009.

(4) *Carburanti: Scajola, c'è libero mercato*, in «Staffetta Quotidiana», 21 ottobre 2009.

(5) Sono parole di Stefano Saglia. Si veda *Carburanti, Saglia: nessuna convocazione dei petrolieri ad agosto*, in «Staffetta Quotidiana», 5 agosto 2009. Appena un giorno dopo, la convocazione arriverà. Si veda *Caro-carburanti, Scajola convoca le compagnie*, in «Staffetta Quotidiana», 6 agosto 2009.

(6) Cioè il «pagamento di una somma da lire 1.000.000 a lire 6.000.000».

(7) *Carburanti sul sito Mse. Così si completa la liberalizzazione*, in «Quotidiano Energia», 29 aprile 2009.

(8) Art. 2 del Decreto legge 31 gennaio 2007, n. 6, convertito in legge dalla Legge 2 aprile 2007, n. 40.

(9) La lettera fu inviata dal segretario generale della Fegica, Roberto di Vincenzo. Si vedano per esempio *Obbligo comunicazione prezzi, Fegica e Faib pronte allo sciopero*, in «Staffetta Quotidiana», 14 maggio 2009; *Carburanti sul sito Mse, ecco le controindicazioni*, in «Quotidiano Energia», 4 maggio 2009; *Carburanti sul sito Mse, pressing dei gestori*, in «Quotidiano Energia», 7 maggio 2009.

(10) *Misure per la conoscibilità del prezzo dei carburanti*, lettera inviata dalla Fegica al Ministro dello Sviluppo Economico, 8 maggio 2009.

(11) Fino al 2008, è stata pratica comune per le compagnie rivelare, per mezzo di appositi comunicati stampa, i prezzi consigliati ai gestori per il giorno successivo. Tali prezzi venivano normalmente pubblicati sulla stampa di settore,

oltre che sul sito del Ministero dello Sviluppo Economico. In relazione a quest'ultimo, è importante ricordare che le compagnie erano obbligate per legge a notificare i prezzi consigliati.

(12) In ogni momento, si può affermare che la *variabilità* dei prezzi dipende dalle condizioni nazionali e locali del mercato, ossia dalle strategie concorrenziali messe in atto da compagnie e gestori. Al contrario, il *livello* medio dei prezzi dipende per lo più da variabili esogene, sottratte al controllo di compagnie e gestori, quali la fiscalità e il costo della materia prima.

(13) Il venir meno dei prezzi nazionali pubblici introduce, per esempio, un elemento di arbitrarietà: come può il consumatore verificare le promozioni, se gli viene detto che pagherà *n* centesimi in meno, rispetto a un prezzo «ufficiale» che non può conoscere? In base alla regola per cui la pezza è peggiore del buco, Mister Prezzi ha proposto l'abolizione degli «sconti sulla fiducia». Si veda *Carburanti, Mr Prezzi contro gli «sconti sulla fiducia»*, in «Staffetta Quotidiana», 6 ottobre 2009. Tale posizione, peraltro, contraddice quella opposta espressamente presa dall'Autorità Antitrust. Si veda Parin M., *Sconti carburanti «sulla fiducia», cortocircuito Antitrust-Mr Prezzi*, in «Staffetta Quotidiana», 7 ottobre 2009.

(14) In realtà le compagnie continuano a comunicare i propri «prezzi consigliati» – nazionali o provinciali che siano – al Ministero ogni qual volta li ritoccano, ma (a) non diffondono più tali informazioni agli organi di stampa e (b) il Ministero stesso ha cessato la pubblicazione sul proprio sito, rendendo disponibili solo i valori medi dei prezzi effettivamente rilevati nella settimana precedente. Tali rilevazioni si basano sui dati comunicati ogni lunedì dalle stesse compagnie, che forniscono al Ministero un valore medio rappresentativo dei prezzi da esse praticati la settimana precedente.

(15) Più correttamente: se è vero che il margine medio nei

periodi di discesa è più alto di quello nei periodi di salita dei prezzi.

(16) Si veda, per esempio, *Benzina, Mr Prezzi a compagnie, diano segnale inversione trend*, agenzia di stampa AdnKronos, 4 settembre 2009.

(17) *Benzina: Scajola, costo potrebbe scendere di 2 cent. Antitrust valuta*, agenzia di stampa Asca, 7 agosto 2009.

(18) Fonte: www.autostrade.it, verificato il 9 settembre 2009.

(19) Nel mese di luglio 2009, nelle 57 province monitorate si è riscontrato uno scostamento medio, tra prezzi minimi e massimi, pari a 6,0 centesimi per la benzina e 6,4 per il diesel.

(20) Piemonte, Lombardia, Friuli Venezia Giulia, Sicilia, Emilia Romagna, Liguria, Toscana, Lazio.

(21) *Liberalizzazione dell'accesso all'attività di distribuzione di carburanti in rete*, AS502, 3 marzo 2009.

(22) Conferenza delle regioni e delle province autonome, *Documento delle regioni in risposta alla segnalazione dell'Autorità garante della concorrenza e del mercato in materia di distribuzione dei carburanti*, 09/047/CR/C11, 21 maggio 2009.

(23) Spesso restano aperti, nella restante parte della giornata e nei giorni residui, in modalità «ghost», cioè senza personale, consentendo agli automobilisti di fare il pieno in *self service pre-pay*.

BIBLIOGRAFIA

- AGCM (2007a), «Normativa sulla distribuzione dei carburanti», Segnalazione al Parlamento e al Governo, n. AS379, 18 gennaio 2007.
- AGCM (2007b), «Prezzi dei carburanti in rete», Avvio istruttoria, n. 16370, 18 gennaio 2007.
- AGCM (2007c), «Prezzi dei carburanti in rete», Chiusura istruttoria, n. 17754, 20 dicembre 2007.
- CEFFALO L. (2007), *Liberalizzazioni: fu vera gloria?*, Istituto Bruno Leoni, Position Paper, n. 8, 12 luglio 2007, su www.brunoleoni.it.
- CLÔ A. (2005), *Alcune note in merito alla distribuzione carburanti*, Convegno Luiss, Roma, 21 giugno 2005.
- CLÔ A. (2008), *Il rebus energetico*, Il Mulino, Bologna.
- DAHL C. (2007), *What Goes Down Must Go Up*, American Petroleum Institute, aprile, http://www.api.org/aboutoilgas/upload/INCREASING_GAS_PRICES_PAPER_2007_HI.pdf.
- DE SIMONE P. (2009), *Il mercato dei carburanti: evoluzione normativa e prospettive*, Conferenza Somedia, Roma, 16 giugno 2009.
- KLEIT A.N. (2003), *The Economics of Gasoline Retailing*, American Petroleum Institute, dicembre, http://www.api.org/aboutoilgas/upload/Economics_of_Gas_Retail.pdf.
- MEYER D.W. e FISCHER J.H. (2004), *The Economics of Price Zones and Territorial Restrictions in Gasoline Marketing*, Federal Trade Commission, Working Paper n. 271, <http://www.ftc.gov/be/workpapers/wp271.pdf>.
- STAGNARO C. e VERDE S. (2007), *Collusione e carburanti: l'altra faccia della medaglia*, in «Energia», n. 2, pp. 38-48.
- TOMASINI S. (2009), *I costi della crisi energetica per l'economia italiana: un aggiornamento*, in «Energia», n. 2, pp. 50-55.
- UP (2009a), *Databook 2009. Energia e petrolio*, Unione Petrolifera, Roma.
- UP (2009b), *Previsioni di domanda energetica e petrolifera italiana 2009-2020*, Unione Petrolifera, Roma.
- VERDE S. (2005), *Rete carburanti: non serve gridare sempre alla collusione*, in «Energia», n. 4, pp. 26-41.