

Roberto Ravazzoni
Università di Modena e Reggio Emilia
e CERMES - Bocconi

Liberalizzazioni e concorrenza nel terziario italiano

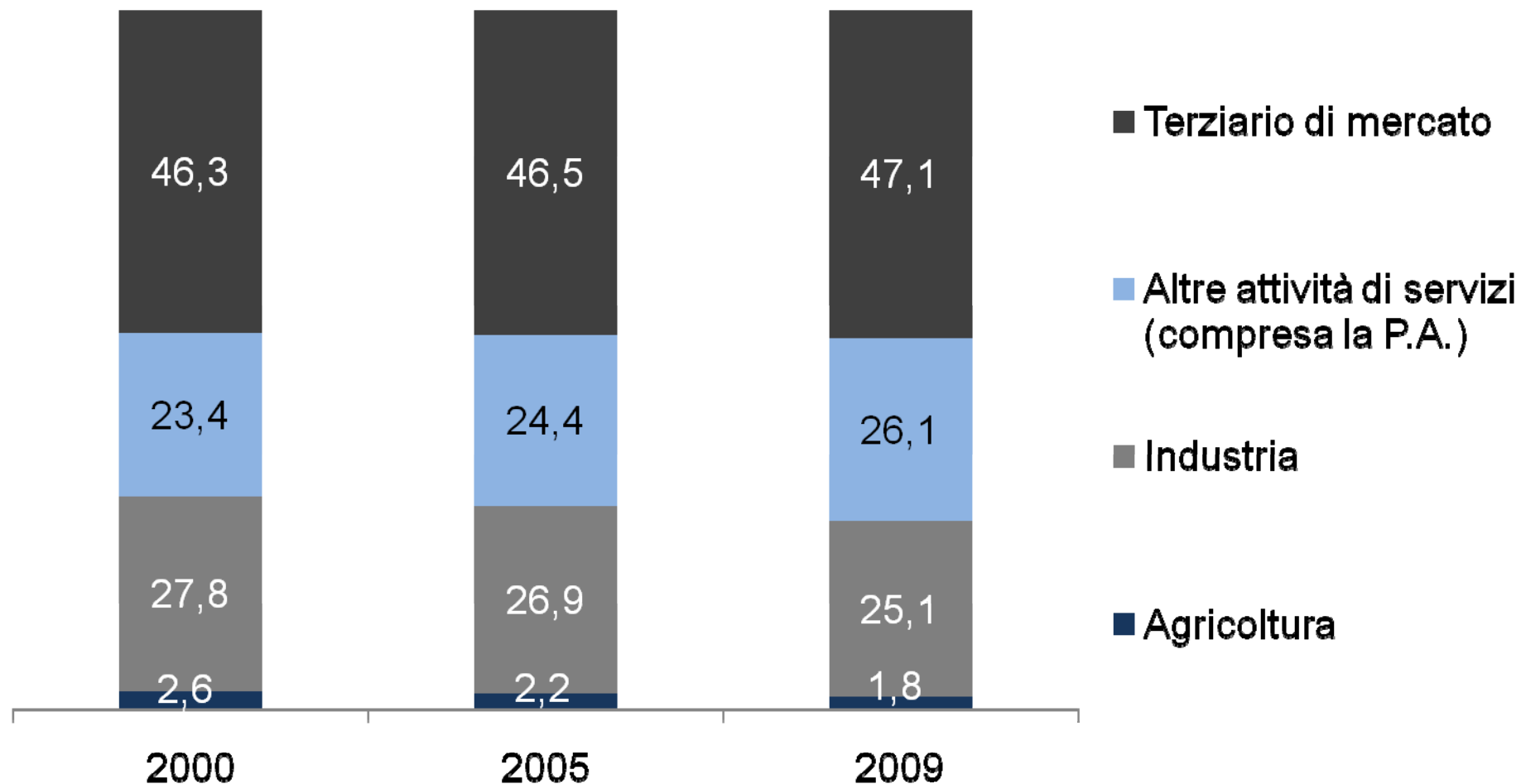
Convegno Indicod-Ecr



Teatro Strehler, Milano - 21 marzo 2011

Dinamica del Valore Aggiunto dei settori a prezzi base

- composizione % su valori correnti -



Fonte: elaborazioni Ufficio Studi Confcommercio (2010)

Gli effetti di benessere prodotti dalle liberalizzazioni

Più libertà economica



Più concorrenza



Aumento efficienza

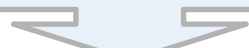


Riduzione dei prezzi

Maggiori consumi / miglior utilizzo delle risorse destinate



Crescita economica

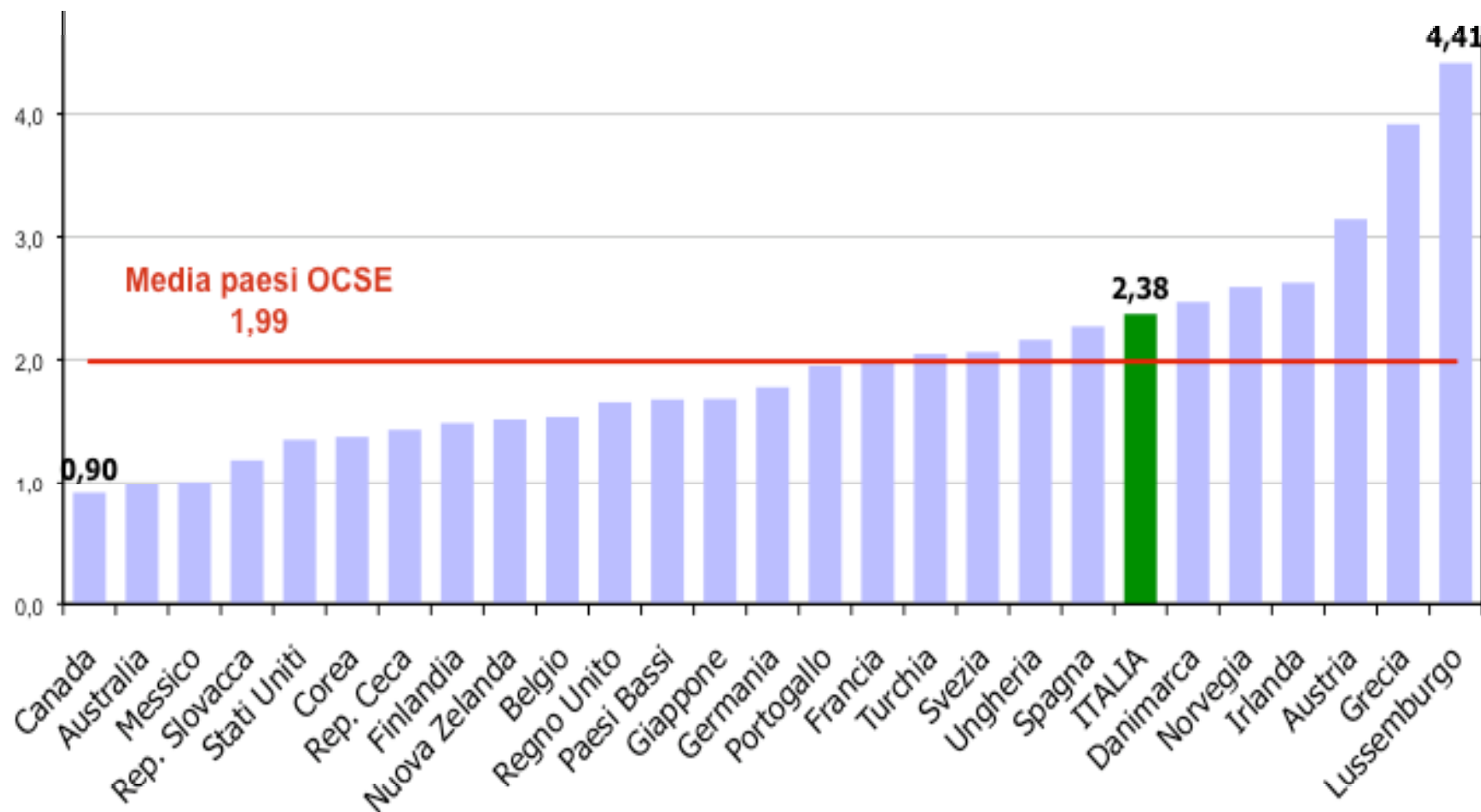


Aumento occupati

Aumento PIL procapite

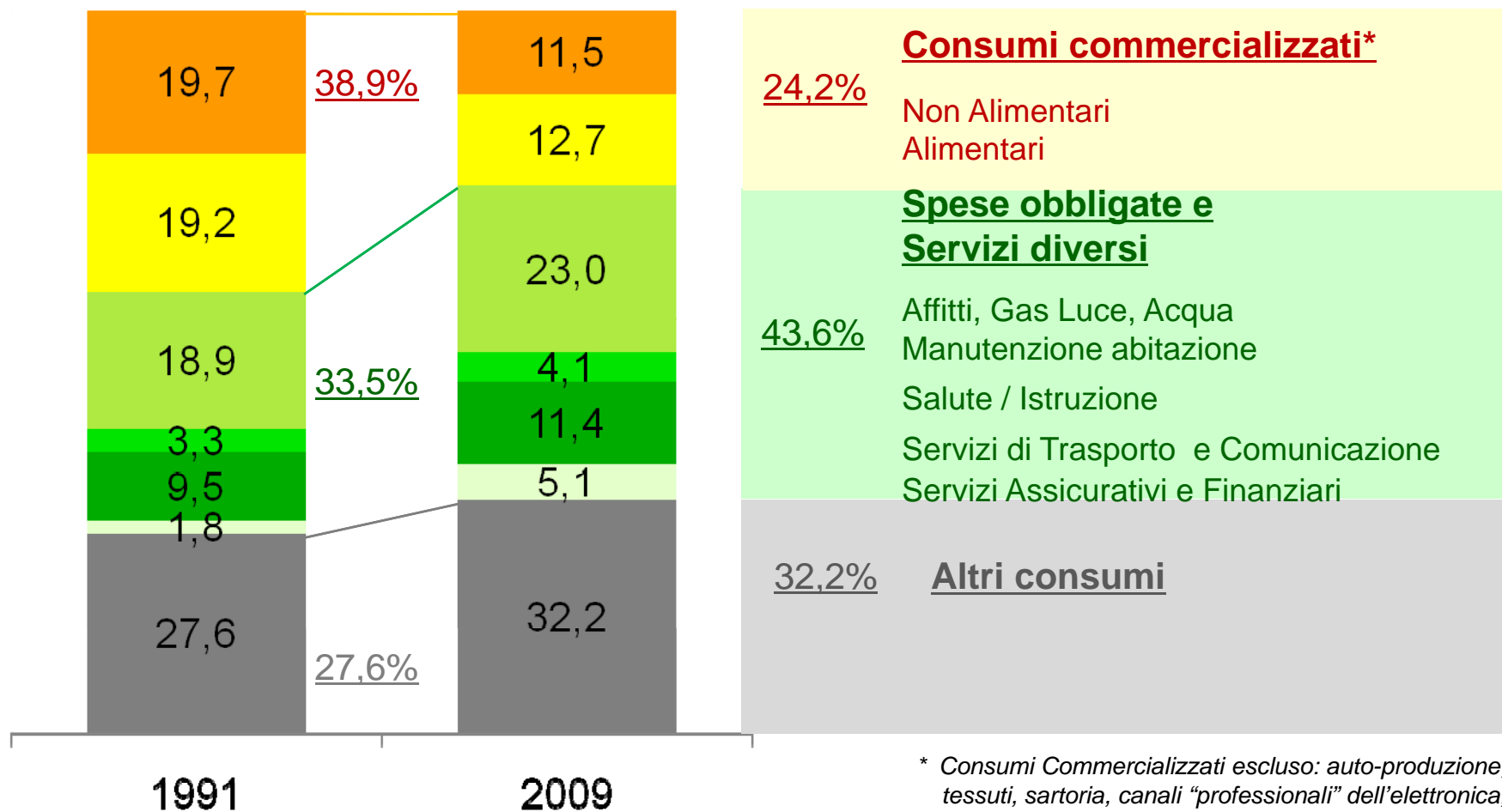
Liberare la concorrenza nei servizi: quanto potrebbe crescere il PIL pro-capite

- variazioni % -



Fonte: elaborazioni Ufficio Studi Confcommercio su dati OCSE, Going for Growth (2008)

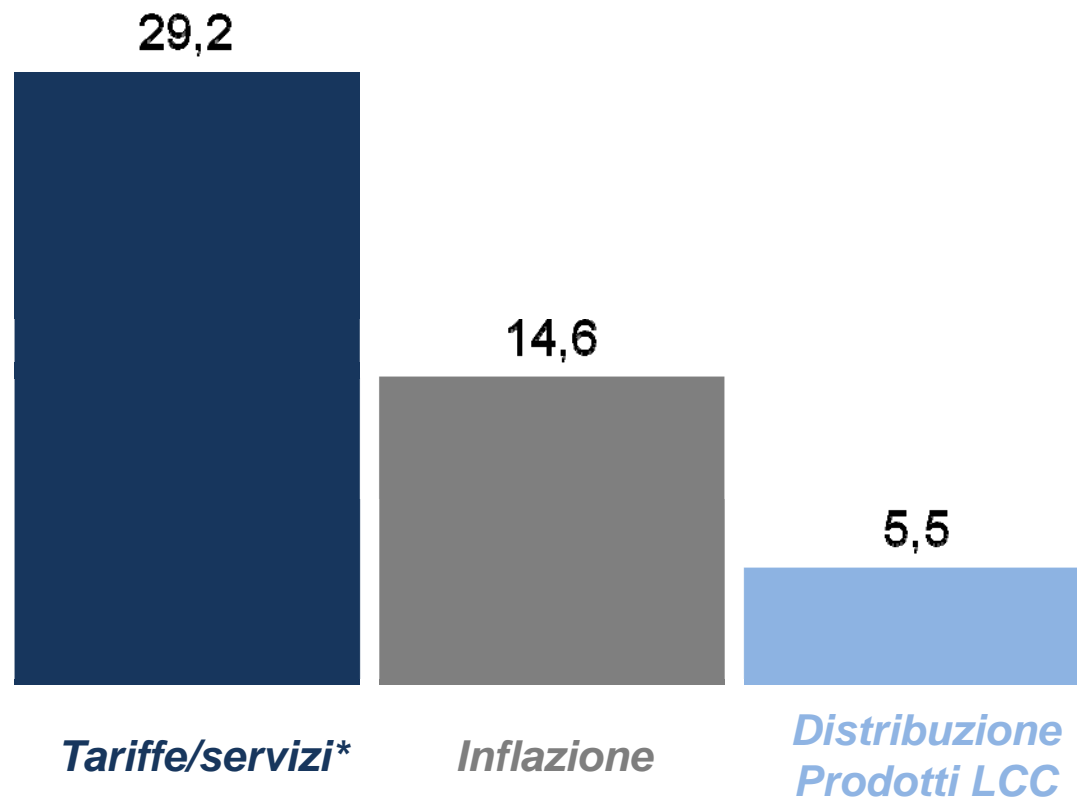
Com'è cambiata la Spesa delle Famiglie in Italia: *dai prodotti ai servizi*



* Consumi Commercializzati escluso: auto-produzione, tessuti, sartoria, canali "professionali" dell'elettronica, prodotti farmaceutici, carburanti, veicoli.

La dinamica dei prezzi nei mercati terziari nel periodo 2003-2010

- incrementi cumulati (%) -



* **Tariffe/servizi** comprende: benzine, gas, combustibili liquidi, tariffa rifiuti solidi, acqua potabile, riparazione mezzi di trasporto, pedaggi autostradali, trasporti urbani, assicurazioni mezzi di trasporto, servizi postali, trasporti stradali extraurbani, trasporti aerei.

Il *mark up* nel settore dei servizi in Italia

	<i>Mark up</i> medio (%)
Terziario italiano	61
Terziario (<i>media Eurozona</i>)	35
Settori esposti alla concorrenza internazionale	17

Osservatorio CERMES - Federdistribuzione sulle liberalizzazioni in Italia

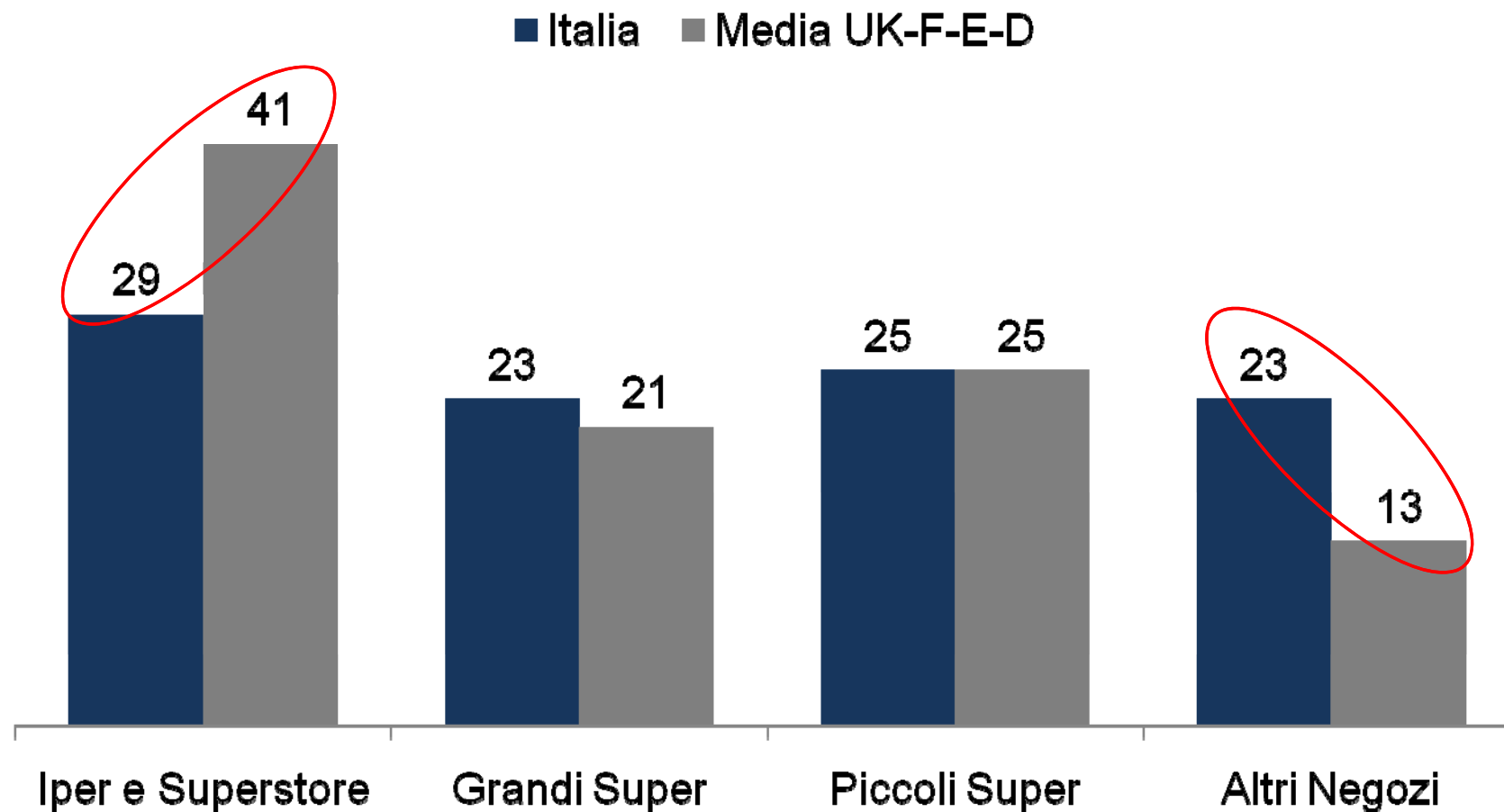
- **I settori esaminati** in profondità:

- 1. Commercio al dettaglio alimentare
- 2. Commercio al dettaglio non alimentare
- 3. Distribuzione di carburanti
- 4. Distribuzione di farmaci
- 5. Assicurazioni
- 6. Servizi finanziari

- L'Osservatorio ha stimato **quanto costa alla collettività** (→ *Famiglie e Imprese*) **il ritardo strutturale accumulato** nei settori investigati e **quanto incidono le inefficienze generate dalle protezioni tuttora esistenti**
- Per ciascun settore considerato si è cercato anche di **qualificare la direzione, la diffusione e i tempi di realizzo delle auspicate liberalizzazioni**

La canalizzazione delle vendite grocery in alcuni paesi europei

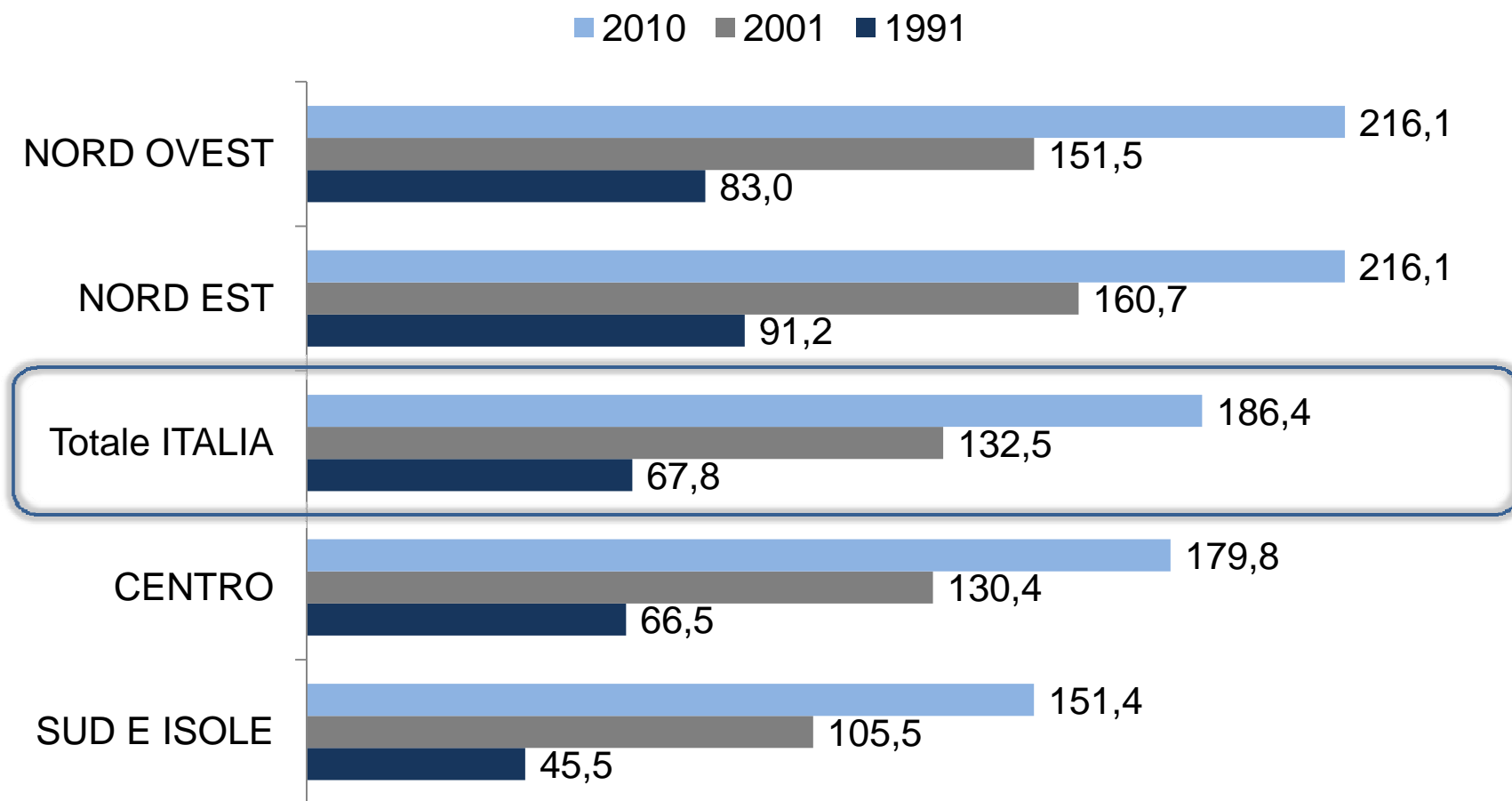
- valori % sul totale vendite grocery, 2009 -



Fonte: ns. elab. su Nielsen European Universe (2010)

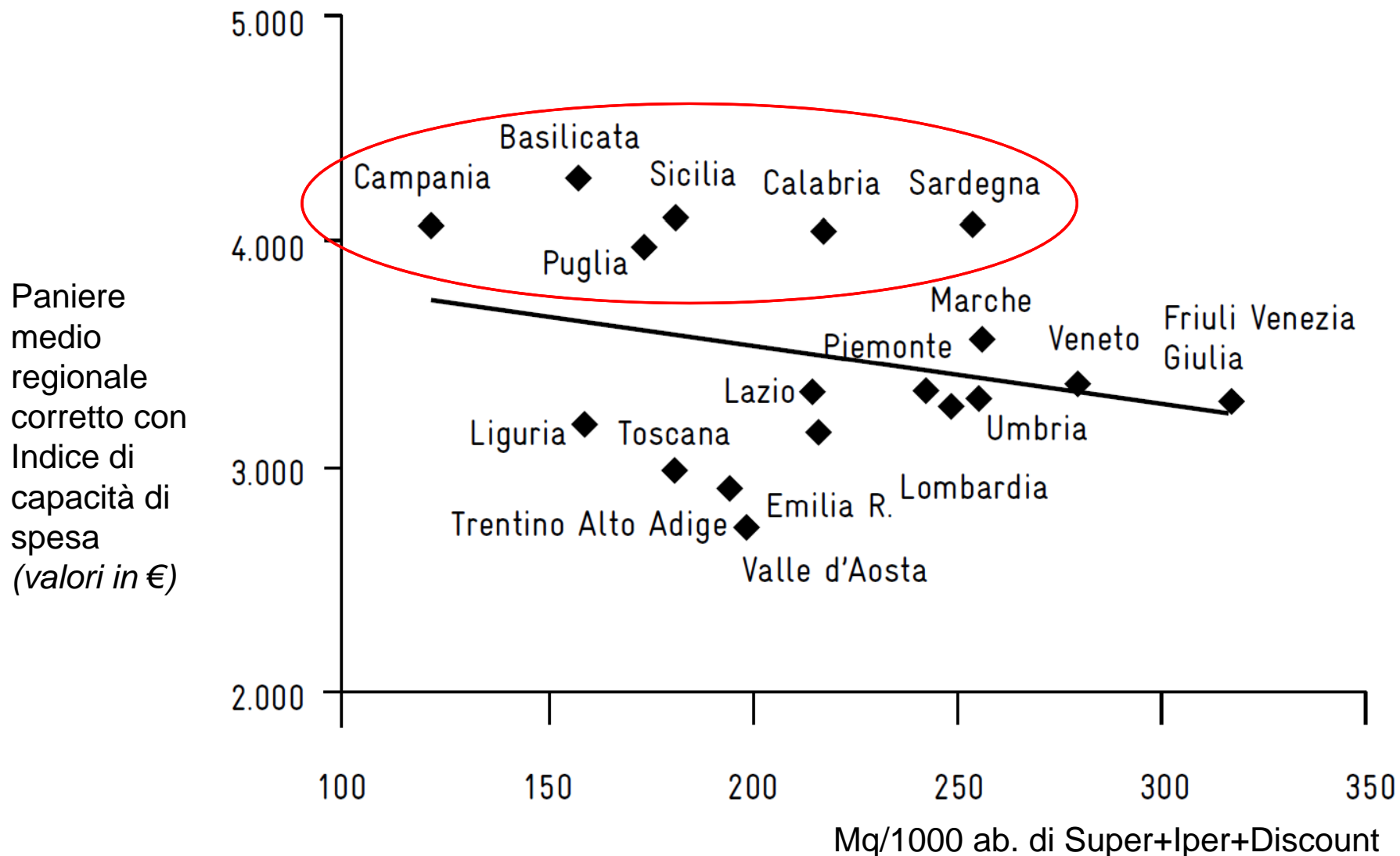
Supermercati e Ipermercati: densità per Macro - Area

mq vendita x 1.000 ab.



Fonte: ns. elab. su Nielsen (2010)

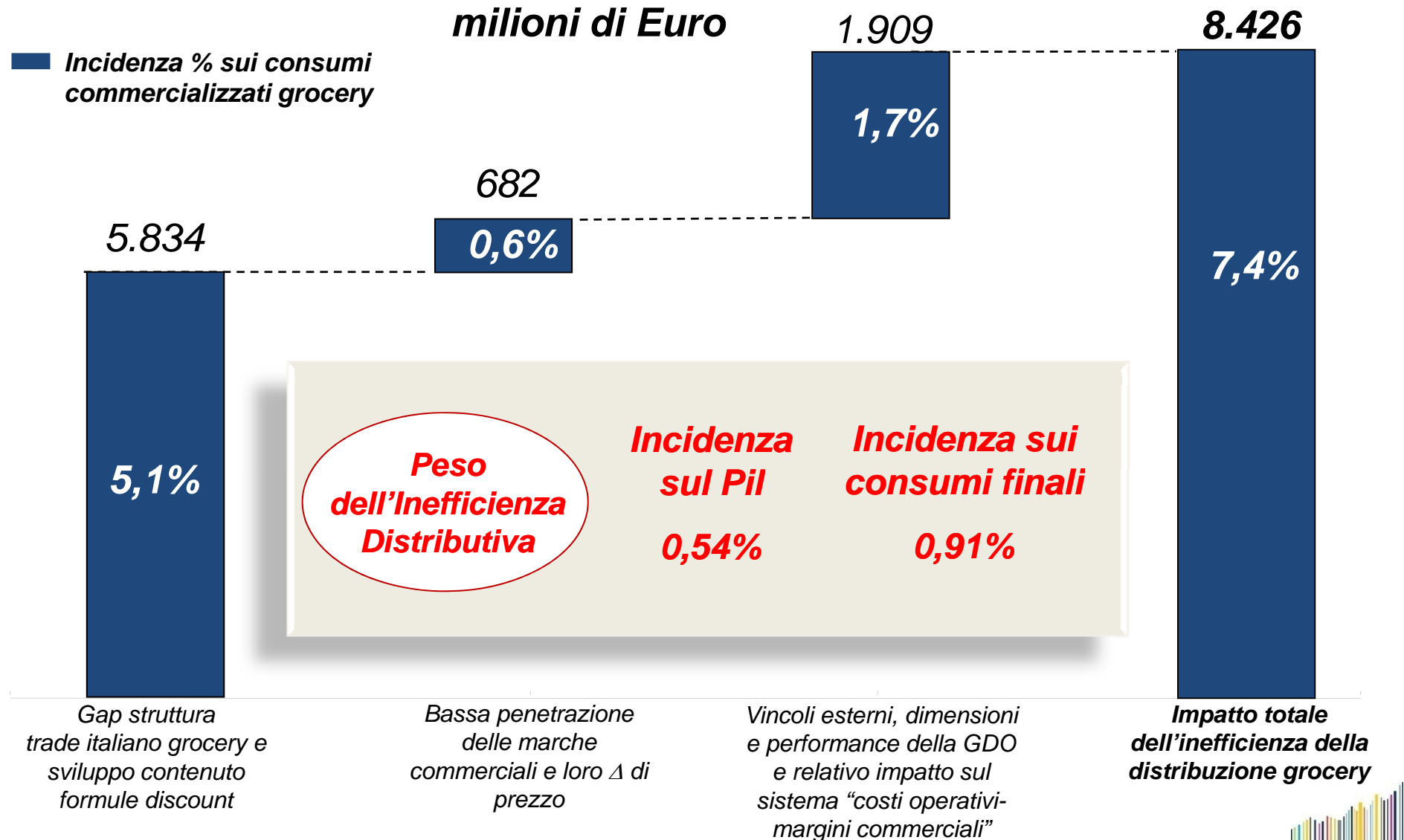
Densità della distribuzione moderna e paniere di spesa corretto: un'analisi a livello regionale



Fonte: elab. Federdistribuzione su dati Istat, Nielsen e Il Sole 24 Ore (2009)

- ESEMPLIFICATIVO -

Una stima dei recuperi di efficienza nella distribuzione grocery italiana



Fonte: CERMES - Bocconi (2009)

La rete distributiva di carburanti nei principali paesi europei nel 2009

	Rete punti vendita	Vendita di benzina rete (migliaia m. cubi)	Vendita gasolio auto rete (migliaia m. cubi)	Percentuale punti vendita con self-service	Erogato medio per Punto Vendita in metri cubi
Francia	12.522	11.177	30.577	99	3.335
Germania	14.785	25.975	18.910	99	3.036
Italia	22.900	14.244	20.465	33	1.516
UK	8.921	20.952	15.183	95	4.051
Spagna	9.226	7.800	21.120	34	3.135

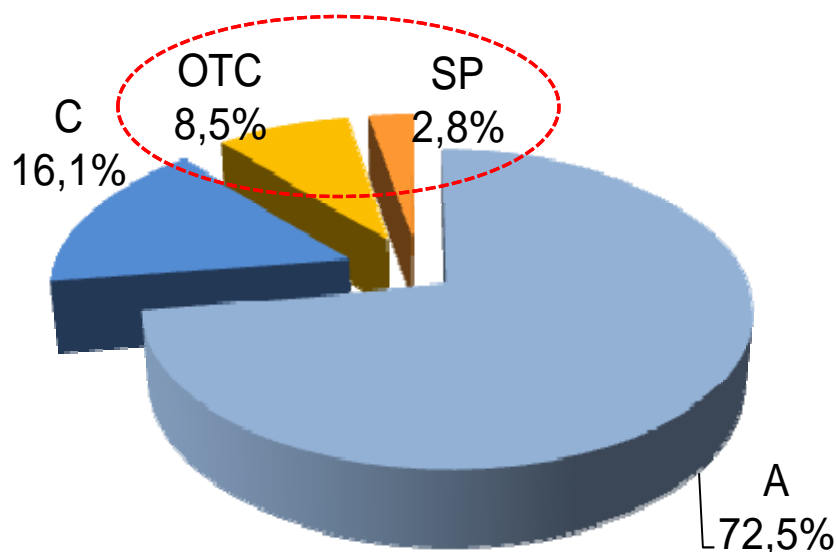
→ l'Italia presenta ancora un servizio estremamente capillare se confrontato con quello dei principali Paesi europei benchmark

Il mercato farmaceutico italiano nel 2010

VALORE:

19.481,0 MILIONI DI EURO

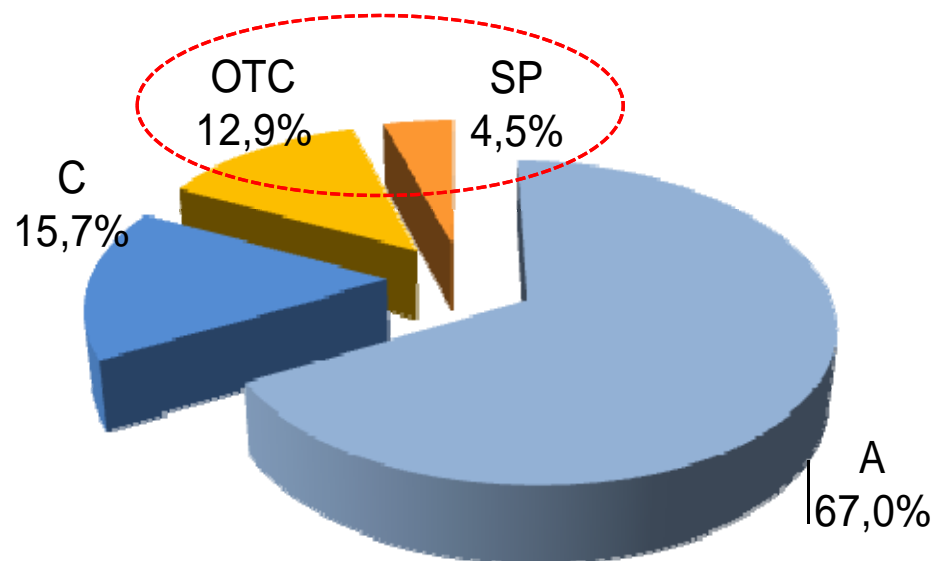
di cui 2.212,5 relativi all'autocura (OTC+SP)



VOLUME:

1.833,7 MILIONI DI CONFEZIONI

di cui 318,5 relativi all'autocura (OTC+SP)



Da dicembre 2006 a dicembre 2009 il numero di Parafarmacie è passato **da 830 a 2.791**; i corner della GDO **da 57 a 275**

Una stima prudentziale degli effetti delle liberalizzazioni nei settori considerati

✓ Distribuzione alimentare	8.427 mio €
✓ Distribuzione non alimentare	2.552 mio €
✓ Distribuzione carburanti	537 mio €
✓ Distribuzione farmaci	45 mio €
✓ Banche	7.100 mio €
✓ Assicurazioni	4.100 mio €

Totale 22.761 mio €

pari al

1,4% del Pil

2,5% dei consumi delle famiglie

Proposte di cambiamento

Distribuzione commerciale

Nessun vincolo quantitativo ex-ante nella Programmazione Commerciale

Armonizzazione delle normative regionali

Maggiore autonomia imprenditoriale su orari e aperture festive

Nessun vincolo su iniziative promozionali e maggiore coordinamento del timing dei saldi

Carburanti

Facilitare l'ingresso di nuovi Players: GDO su tutti

Più Self-service e Prodotti Non-Oil

Libertà orari di apertura

Più trasparenza sui prezzi finali e accisa "mobile"

Maggiore autonomia del dettaglio e rafforzamento dell'extra-rete

Adeguate livello di servizio di prossimità

Farmaci

Maggior servizio di varietà e prossimità ai consumatori

Presenza del farmacista differenziata:

- non obbligatoria, nel caso di vendita solo di farmaci OTC*
- obbligatoria, per la vendita di farmaci SP oltre a OTC*

Al limite, in caso di mantenimento dell'obbligatorietà, consentire anche la vendita della Fascia C

Come produrre le liberalizzazioni?

Alcune linee-guida per i *Policy Maker*

- Definire poche, chiare ed efficaci **regole del gioco** prima di **liberare la concorrenza**
- Privilegiare una forma di “**evoluzione controllata**” nel nuovo **contesto “federale”** anche per **tutelare le specificità** del nostro sistema di offerta
- Prevedere dei **meccanismi di compensazione** “mirati”: la concorrenza “costa” (→ *bisogna superare le protezioni associative*)
- Conferire **maggior potere** alle Autorità di Controllo indipendenti
- **Bloccare i trasferimenti** Stato-Regioni / Enti Locali *versus* introdurre dei **Premi pro-efficienza**

Una moderna politica del cambiamento deve assicurare
forme di sviluppo co-evolutivo,
nel rispetto della **varietà** e del **pluralismo dell’offerta,**
a tutela del cittadino-consumatore

Liberalizzazioni: prima comunicarle o prima attuarle?

- La diversa percezione delle liberalizzazioni: USA e Italia a confronto
- Occorre una classe politica di governo (centrale *versus* locale) davvero molto coraggiosa per **LIBERARE LA CONCORRENZA** e ...



Buona Fortuna Italia !

