



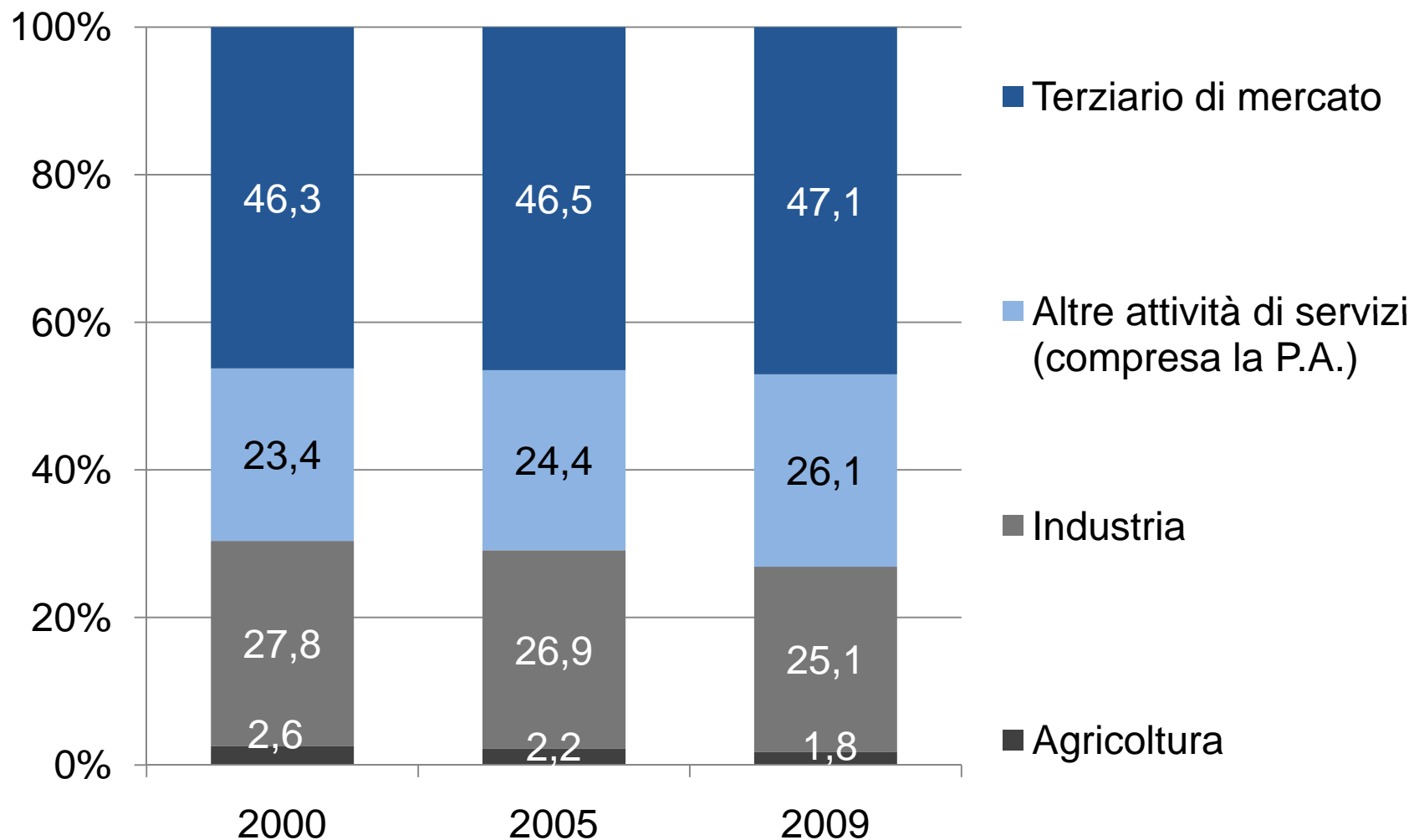
Liberare la concorrenza

Lo stato dell'arte delle liberalizzazioni
nel terziario in Italia

Milano, 4 aprile 2011

Dinamica del Valore Aggiunto dei settori a prezzi base

- composizione % su valori correnti -



Fonte: elaborazioni Ufficio Studi Confcommercio (2010)

Il “potere” della produttività nelle economie terziarie

- **Tutte le economie più avanzate si stanno terziarizzando** → come Sistema-Paese disporre di un terziario competitivo ed efficiente rappresenterà un fattore critico di successo nel confronto internazionale
- Chi avrà un terziario moderno e dinamico crescerà di più di chi non è stato in grado di facilitare lo sviluppo di un'industria dei servizi competitiva ed efficiente (*come è finora avvenuto in Italia...*)

Gli effetti di benessere prodotti dalle liberalizzazioni

Più libertà economica



Più concorrenza



Aumento efficienza



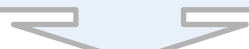
Riduzione dei prezzi



Maggiori consumi / miglior utilizzo delle risorse destinate



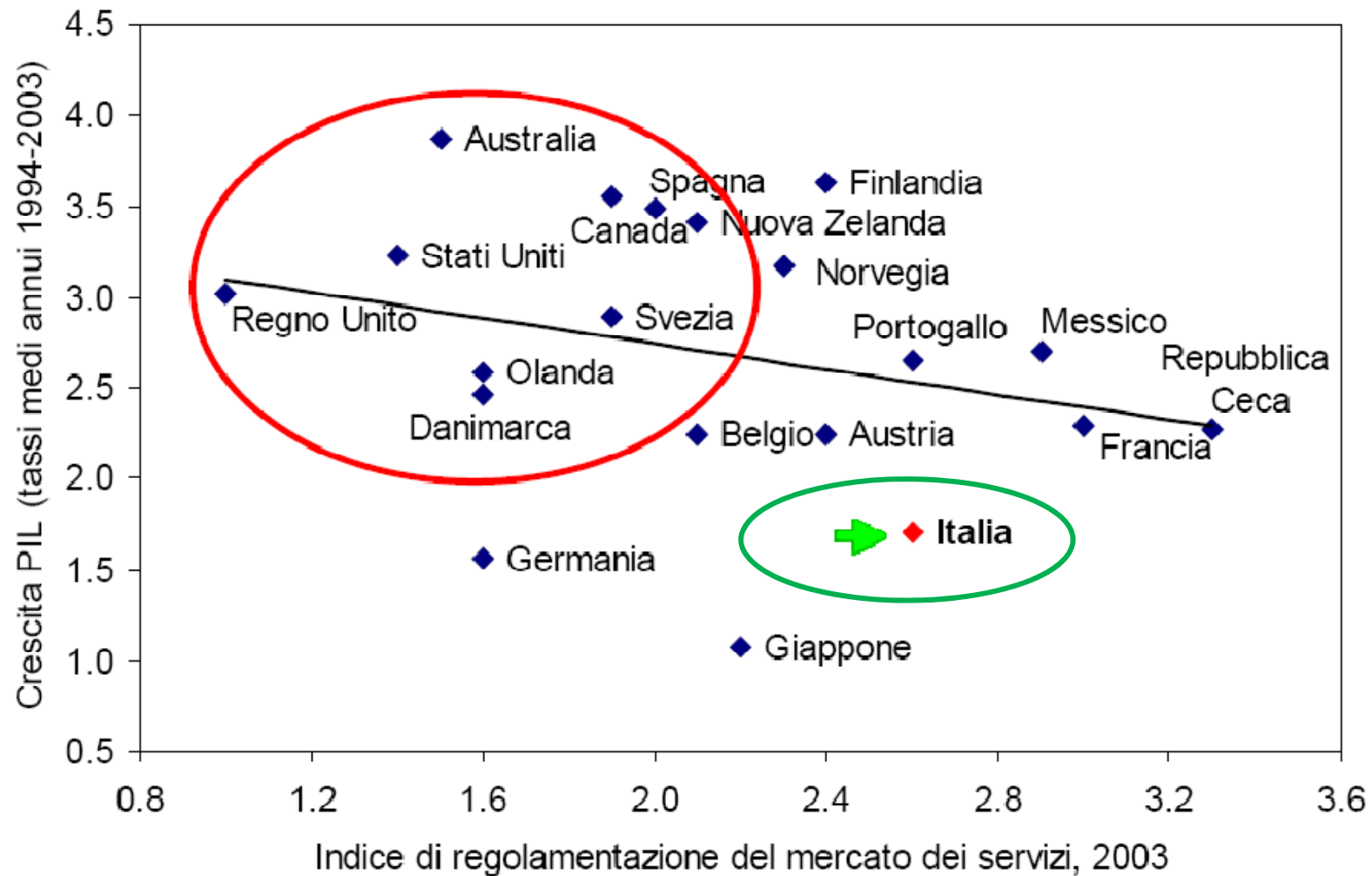
Crescita economica



Aumento occupati

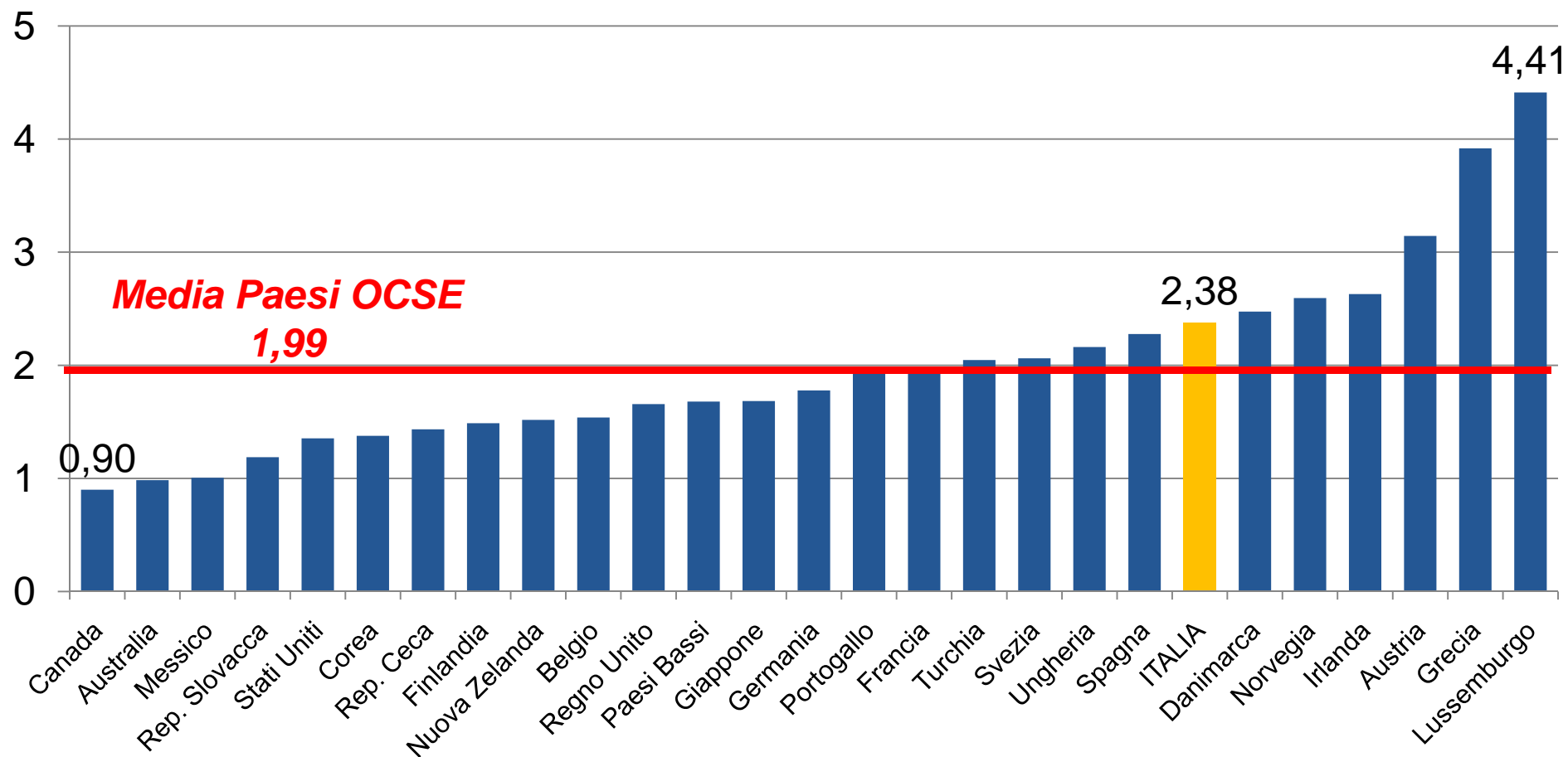
Aumento PIL procapite

MERCATO DEI SERVIZI: PIÙ CONCORRENZA = PIÙ CRESCITA



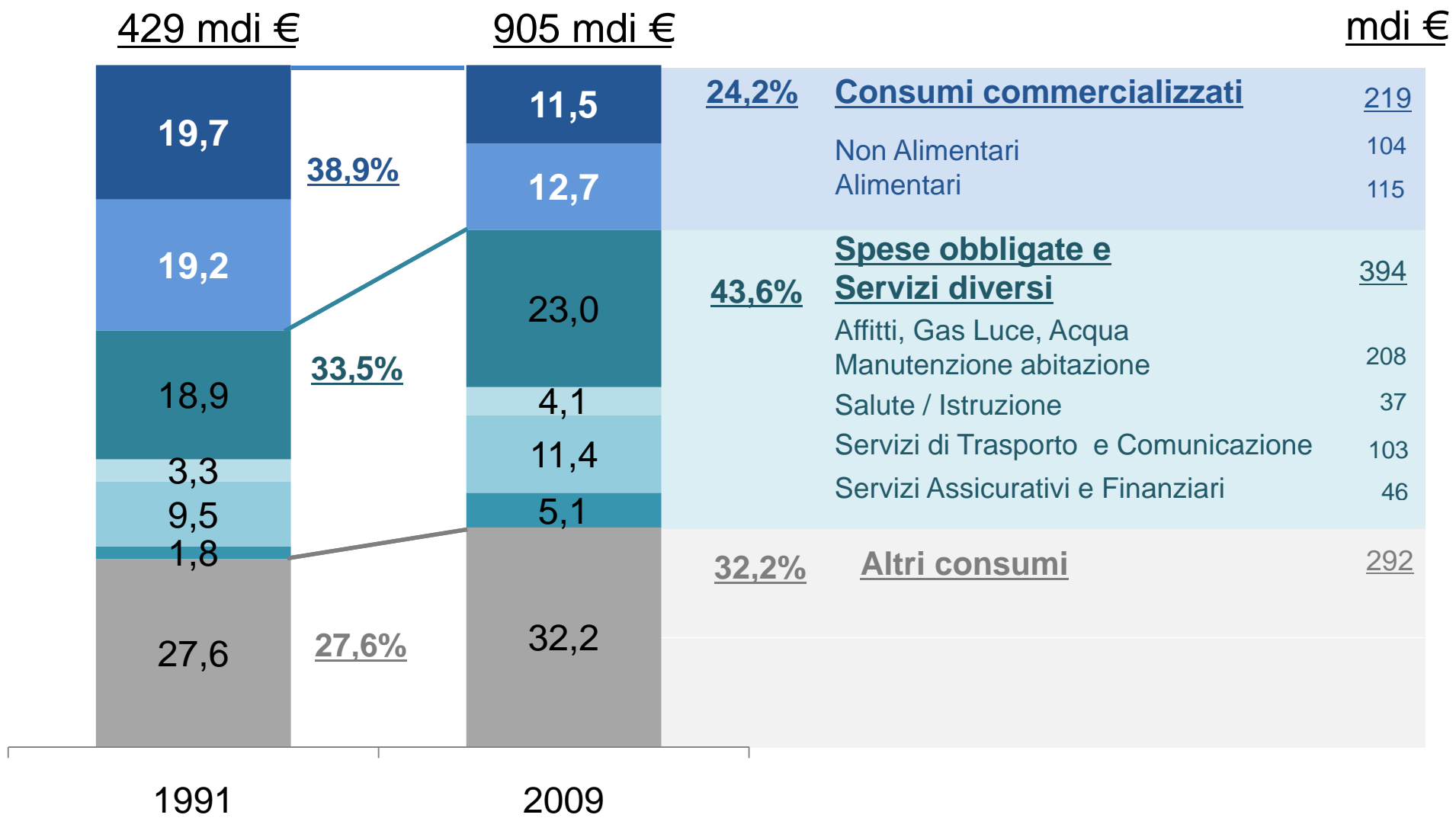
Liberare la concorrenza nei servizi: quanto potrebbe crescere il PIL pro-capite

- 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*

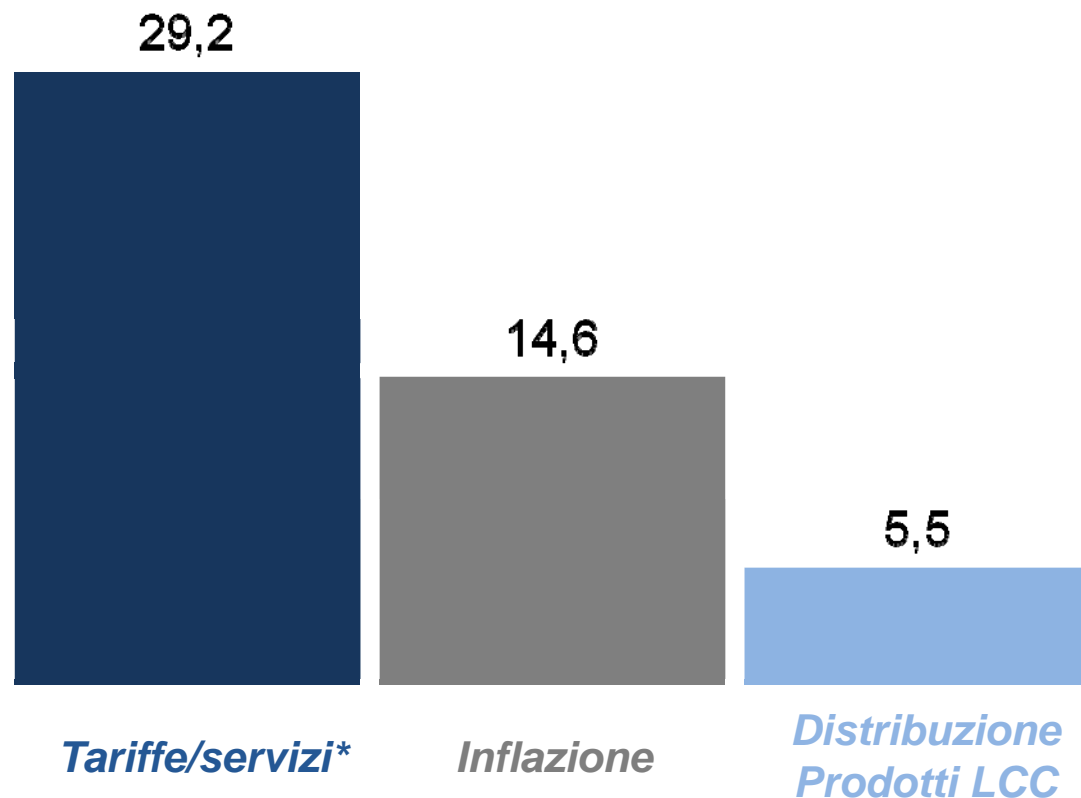


Fonte: Federdistribuzione (2010)



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**

I tempi e i modi di produrre le liberalizzazioni: una tassonomia dei settori

Settori in cui necessitano **nuovi impianti** di produzione e/o di erogazione



con vincoli strutturali
→ tempi più lunghi per i benefici

Settori in cui è sufficiente facilitare una **ricanalizzazione** delle merci / servizi e delle vendite



senza vincoli strutturali
→ modifica regole e riduzione prezzi più rapide e facili

Settori in cui è del tutto sufficiente togliere i vincoli che “soffocano” il mercato



Liberalizzazione quasi immediata e conseguente riduzione dei prezzi/tariffe

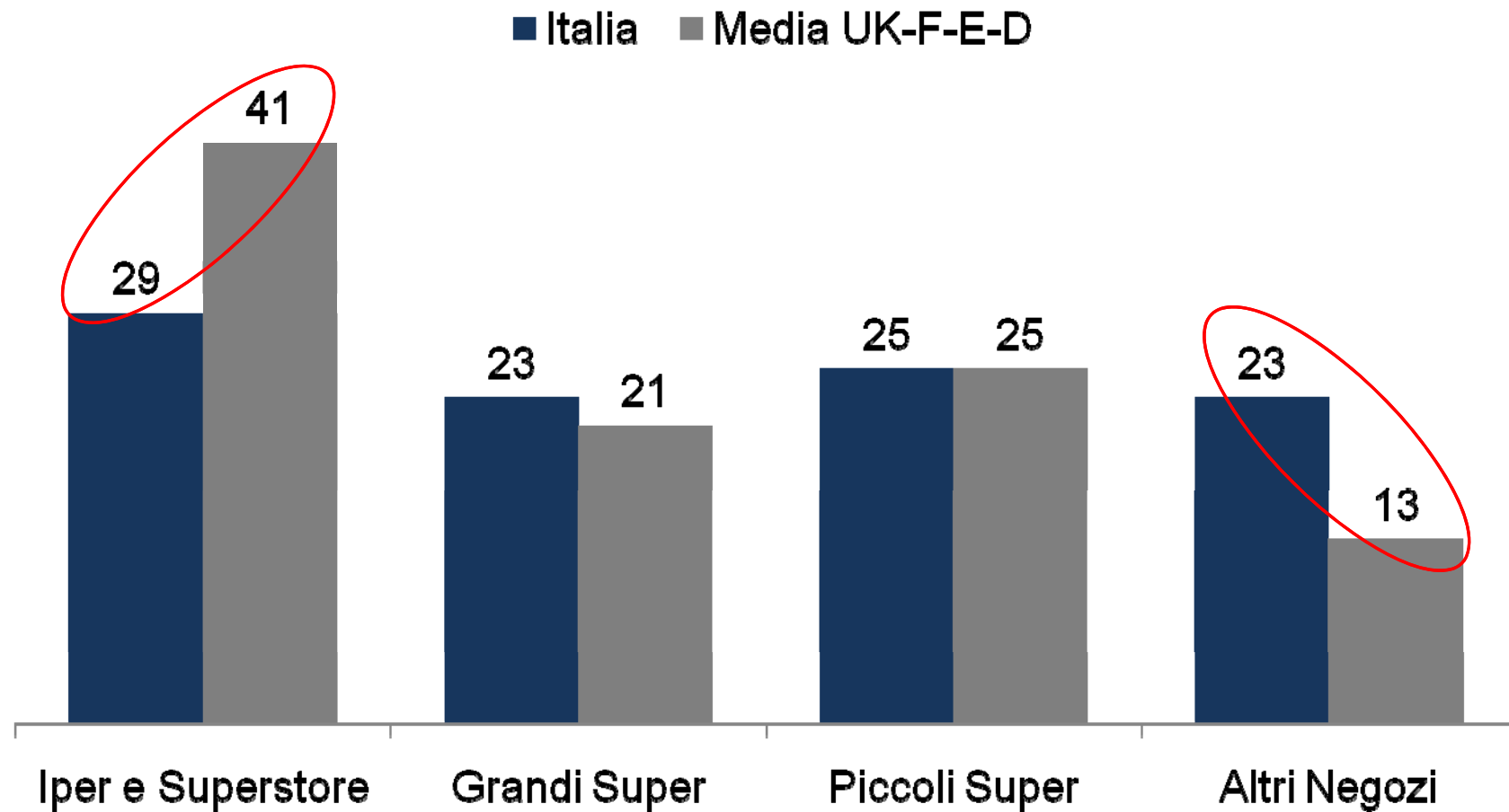
Settori di **pubblica utilità** che transitano su Rete (elettricità, gas, telecomunicazioni, trasporti, ...)
→ vs. nuovi modelli di governance



Pubblico: proprietà delle Reti
Privato: gestione ed erogazione dei Servizi

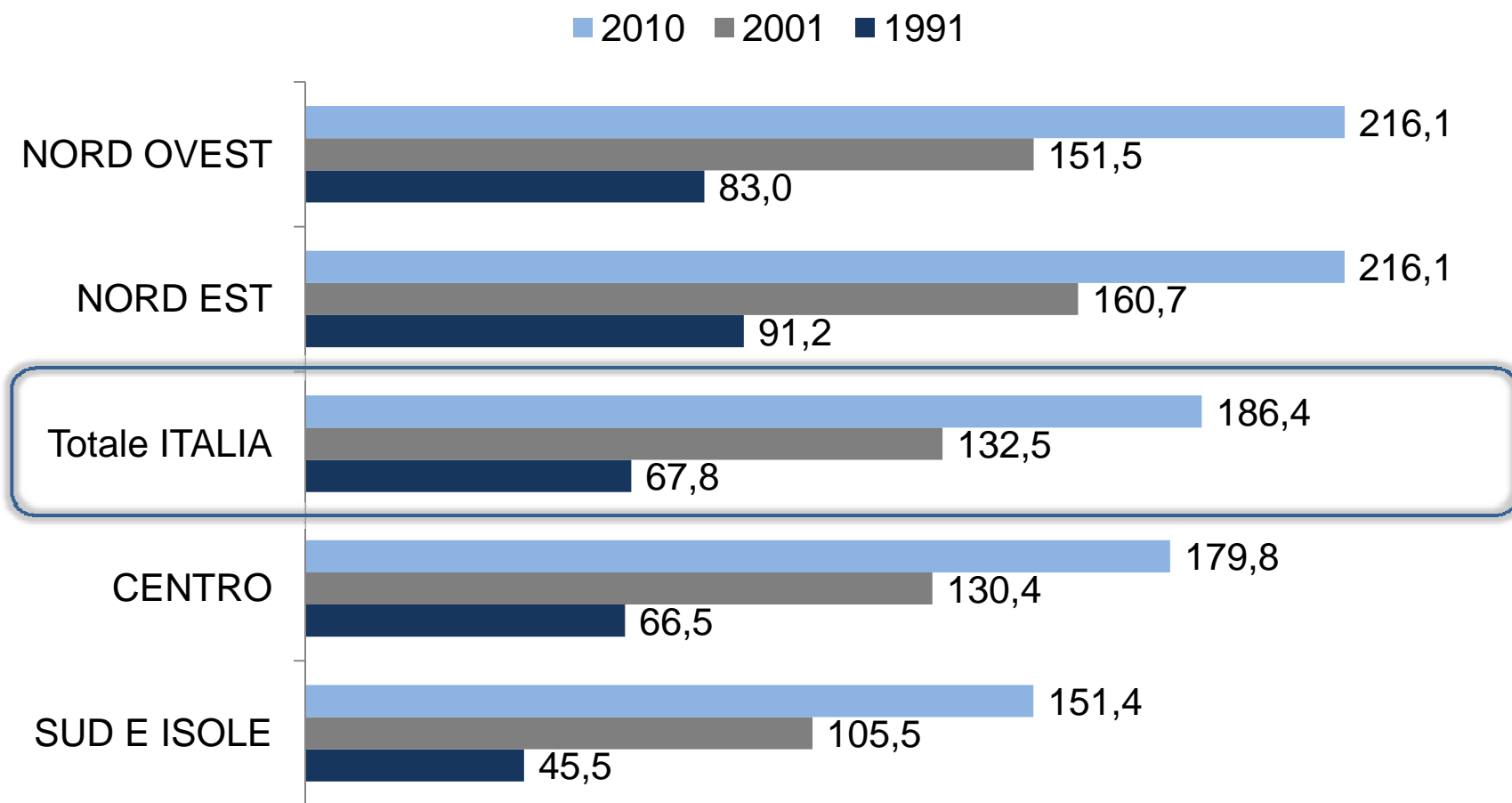
La canalizzazione delle vendite grocery in alcuni paesi europei

- valori % sul totale vendite grocery, 2009 -



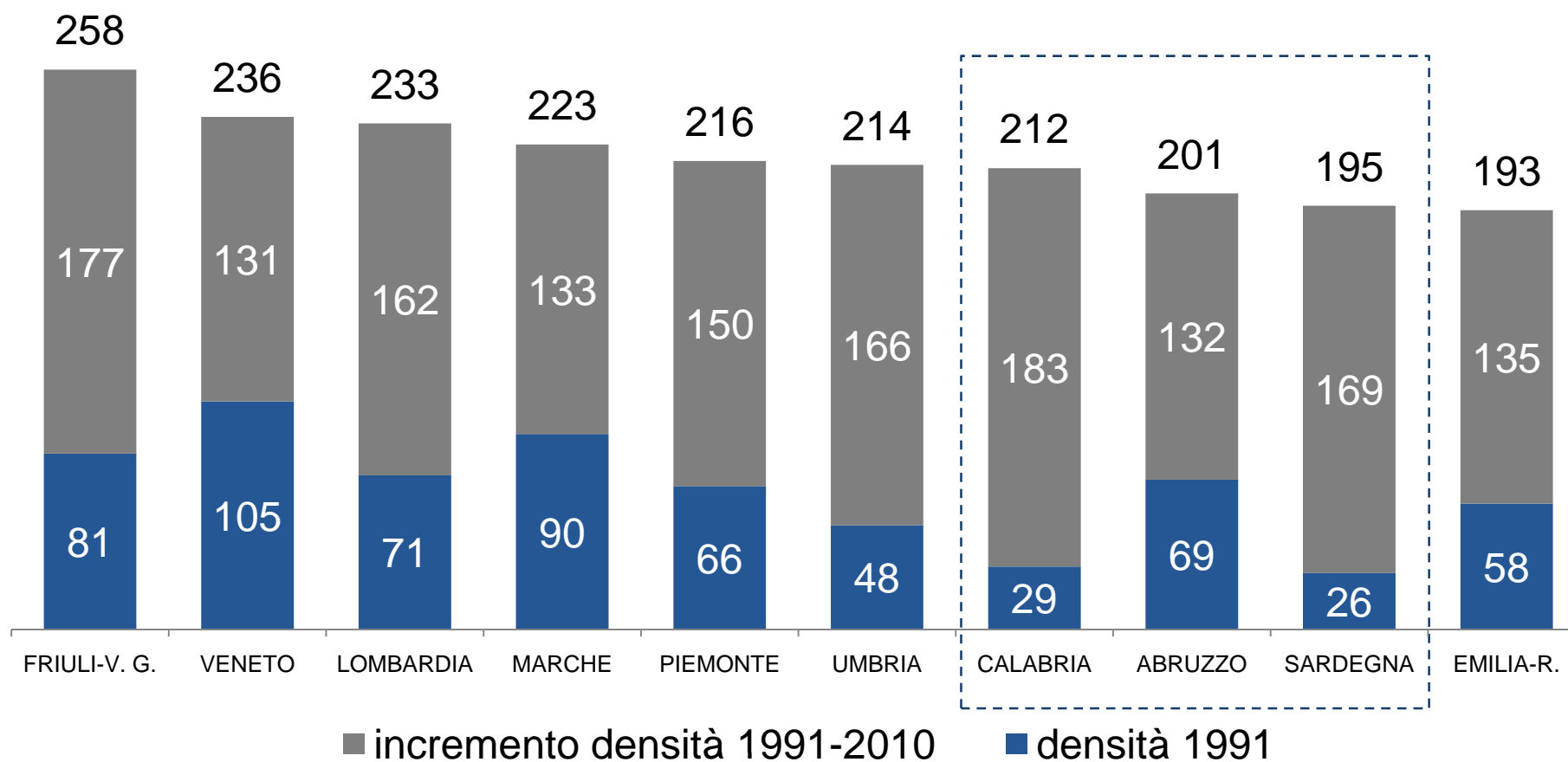
Supermercati e Ipermercati: densità per Macro - Area

mq vendita x 1.000 ab.



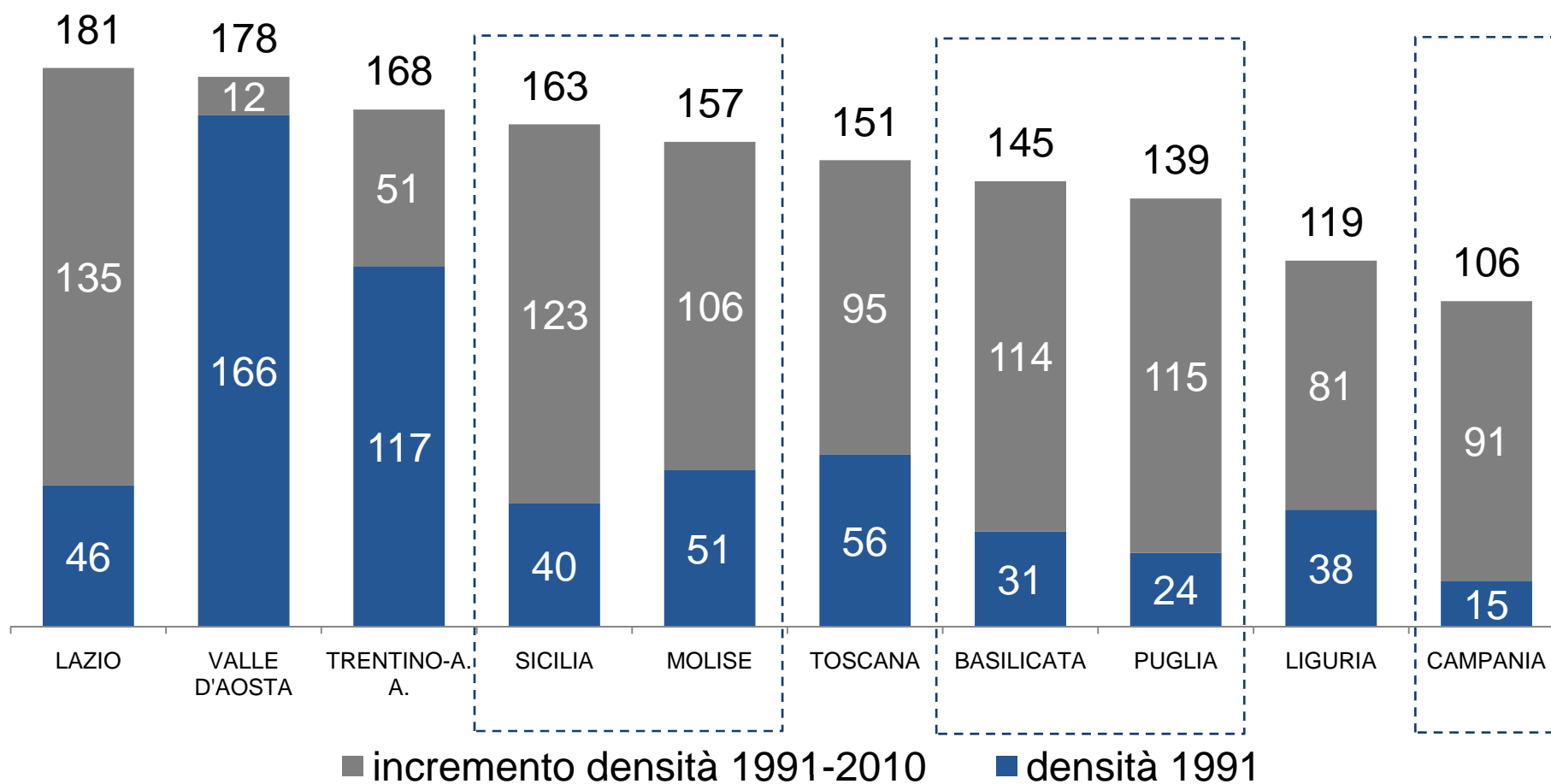
Le regioni italiane a maggior dotazione di superfici moderne

mq vendita x 1.000 ab.

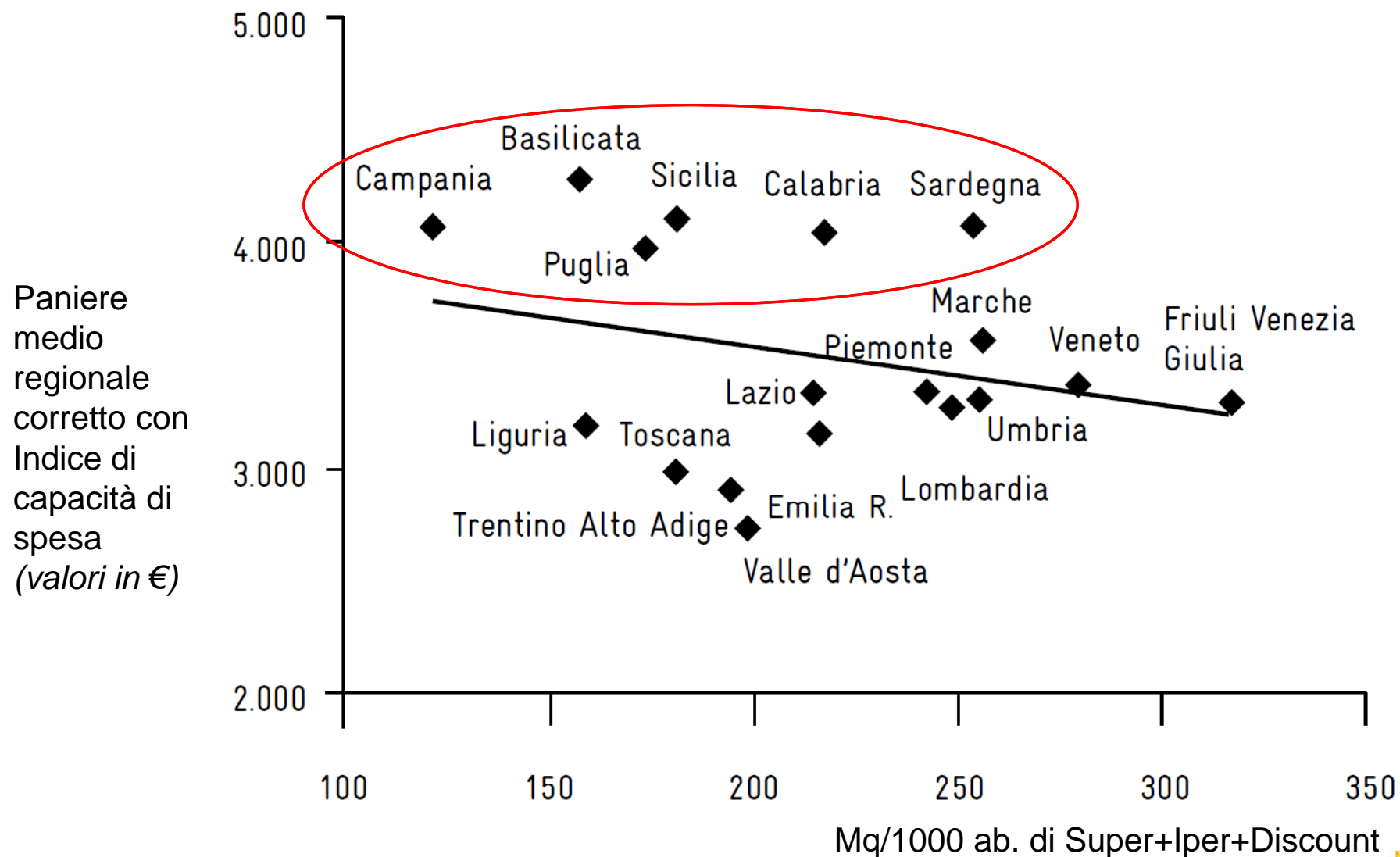


Le regioni italiane a minor dotazione di superfici moderne

mq vendita x 1.000 ab.

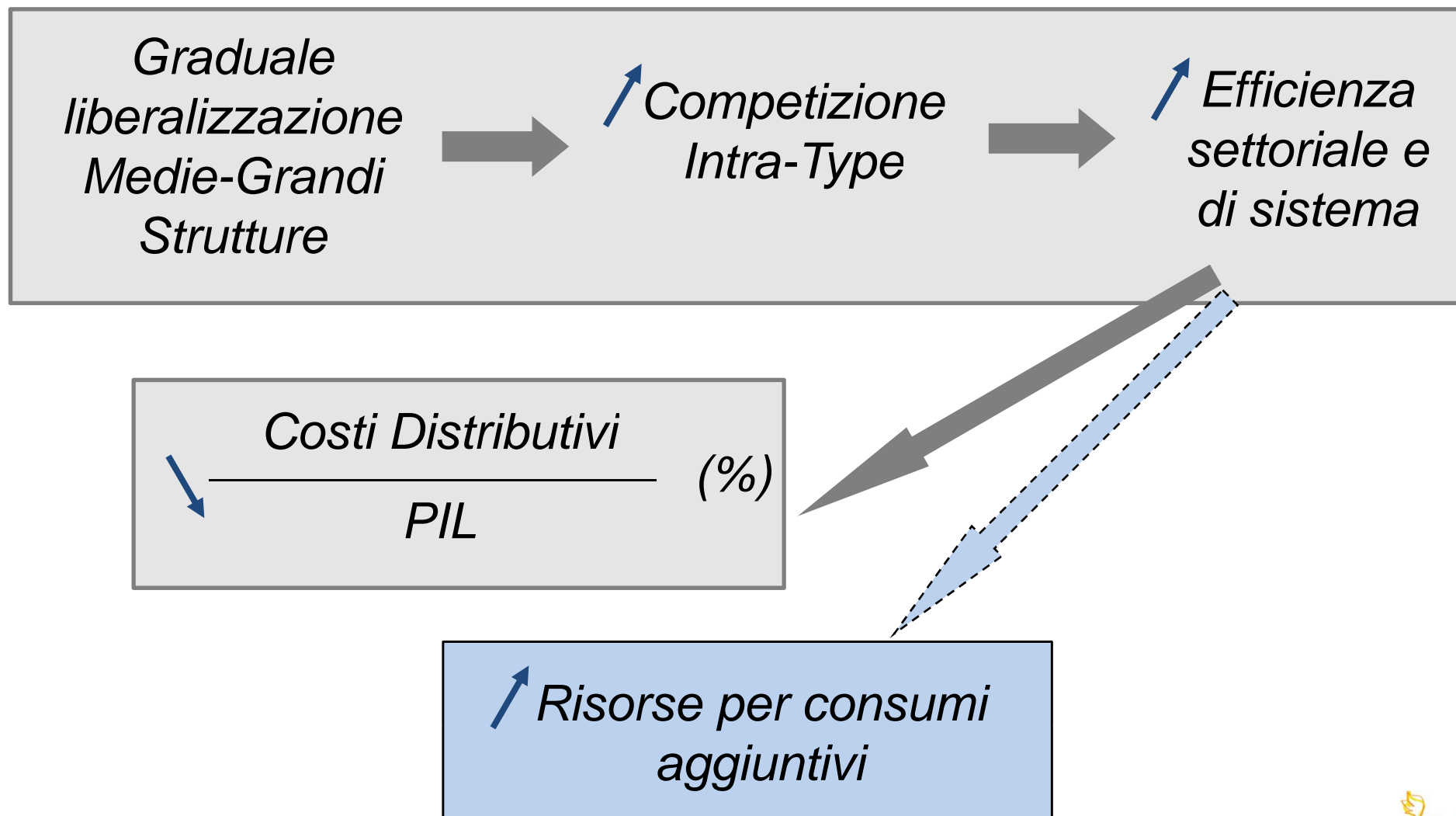


Densità della distribuzione moderna e paniere di spesa corretto: un'analisi a livello regionale



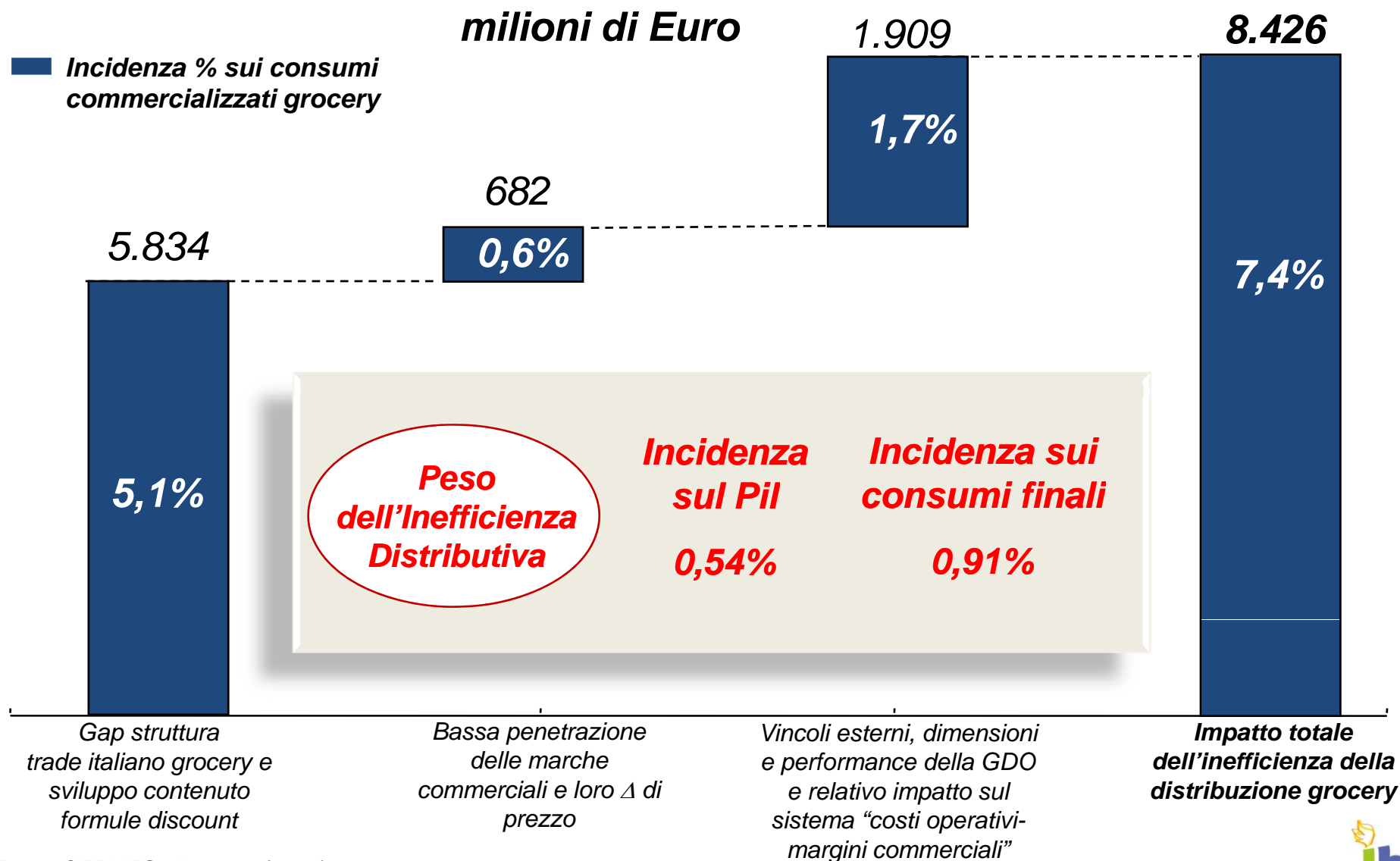
Fonte: elab. Federdistribuzione su dati Istat, Nielsen e Il Sole 24 Ore (2009)

Il modello di riferimento: il circolo virtuoso della modernizzazione commerciale



- ESEMPLIFICATIVO -

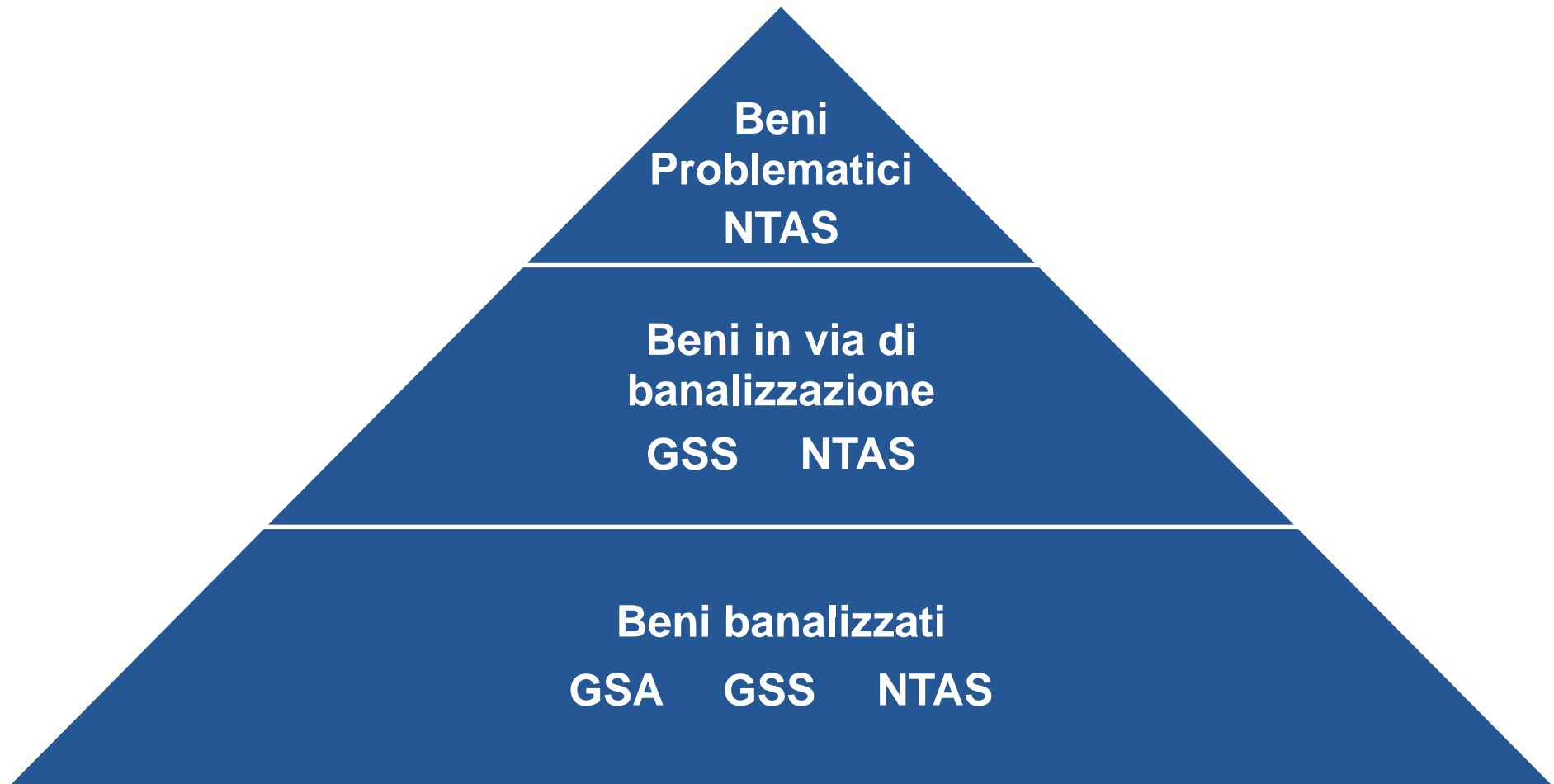
Una stima dei recuperi di efficienza nella distribuzione grocery italiana



Fonte: CERMES - Bocconi (2009)



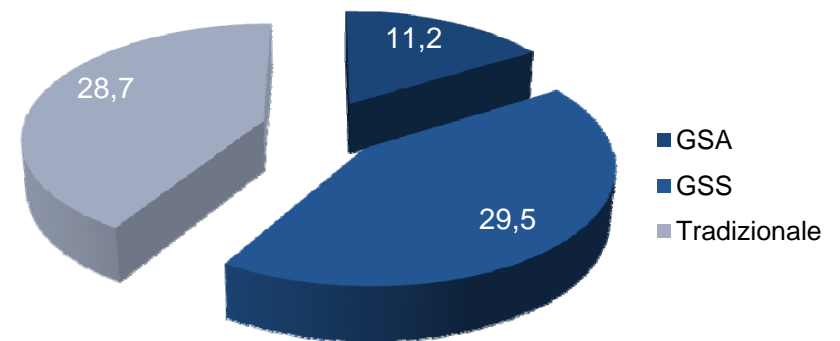
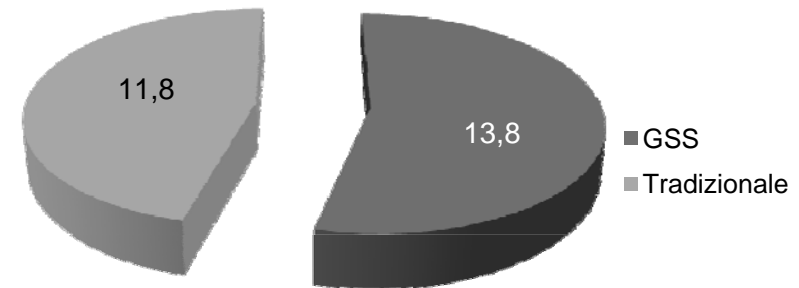
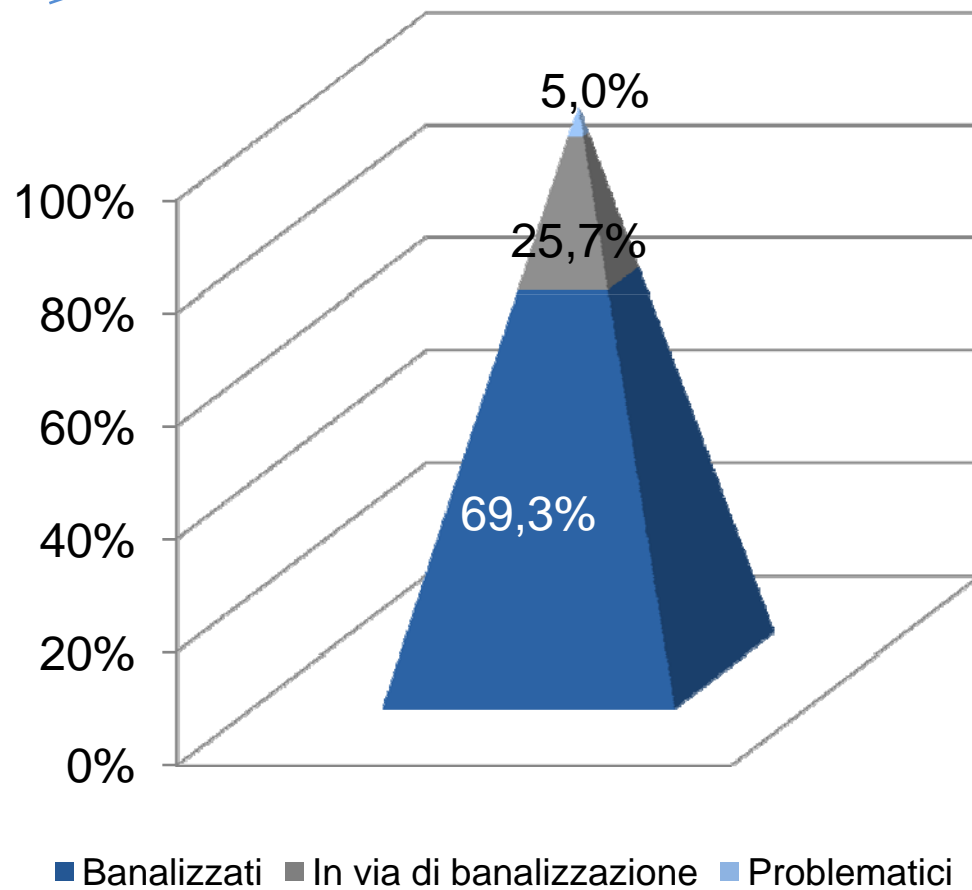
Beni problematici: la piramide del processo di banalizzazione



La piramide della MODERNIZZAZIONE OGGI

- ESEMPLIFICATIVO -

SETTORE ELETTRONICA DI CONSUMO



Una stima dei risparmi per la collettività nei settori indagati della Distribuzione Non-Food*

	<i>Coefficiente di Banalizzazione</i>	<i>Risparmi potenziali per la collettività (mio€)</i>
Elettronica di consumo	0,54	558
Abbigliam. - calzature	0,32	545
Mobili e arredamento	0,32	431
Bricolage	0,51	572
Articoli per lo sport	0,44	160
Prodotti di profumeria	0,33	60
Edutainment	0,77	101
Prodotti di ottica	0,43	39
Tessile	0,53	73
Giocattoli	0,45	13
Totale Settori esaminati		2.552

**I settori indagati nell'Osservatorio rappresentano complessivamente 107 mln € di consumi commercializzati Non Food su un totale di 168 mln € → si tratta quindi di una stima al minimo perché riguarda meno dei 2/3 del mercato.*

pari al 2,38% sul totale dei consumi commercializzati Non Food

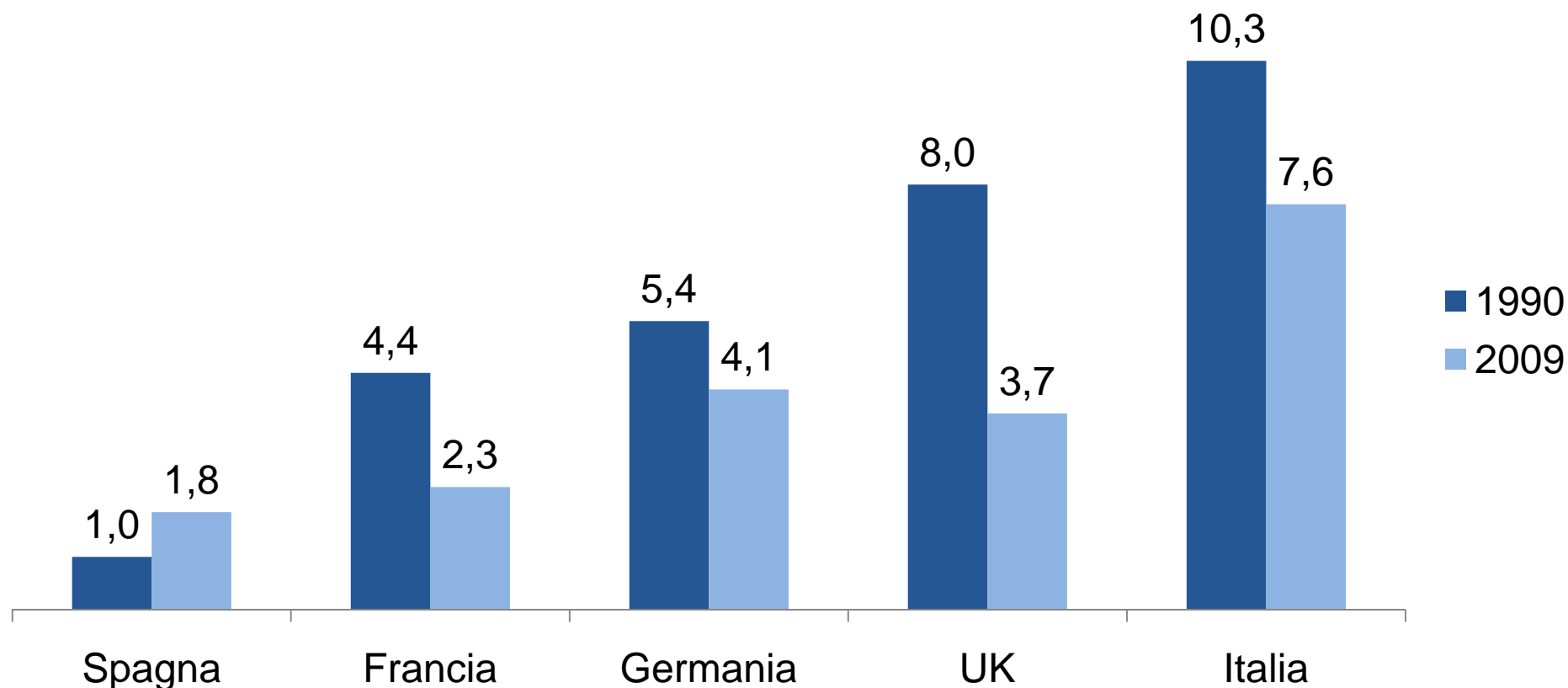
La rete distributiva di carburanti nei principali paesi europei nel 2009

	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

La densità della rete di distribuzione di carburanti nei principali paesi europei

- numero Punti Vendita/100 kmq -



Fonte: ns. elab su fonti diverse (2010)

Una stima dei recuperi di efficienza nella distribuzione dei carburanti

Ipotesi di base = erogato medio della GDO > 10 volte all'erogato medio della rete tradizionale

200 pdv trattanti

Sconto= 5% sul prezzo al pubblico

Quota di mercato potenziale = 8,4%

Risparmio per la collettività = 215 milioni di Euro



Ipotesi di base = erogato medio della GDO > 5 volte all'erogato medio della rete tradizionale

500 pdv trattanti

Sconto=10% sul prezzo al pubblico

Quota di mercato potenziale = 10,0%

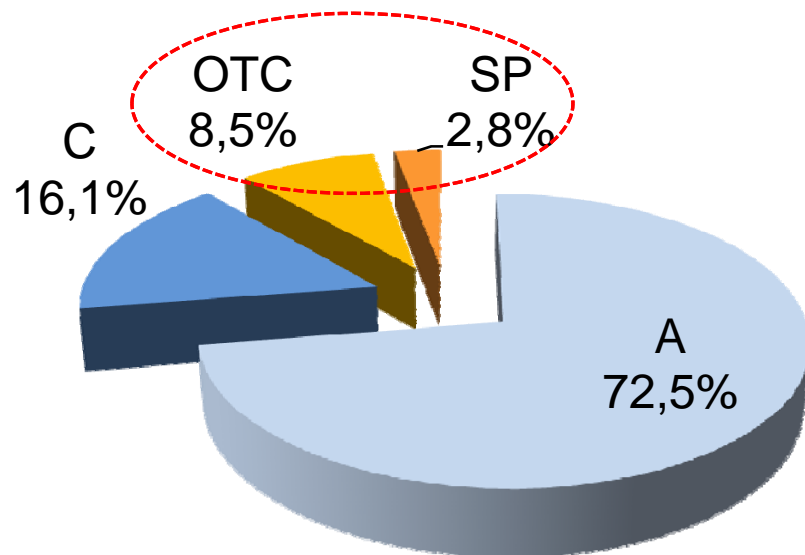
Risparmio per la collettività = 537 milioni di Euro

Il mercato farmaceutico italiano nel 2010

VALORE:

19.481,0 MILIONI DI EURO

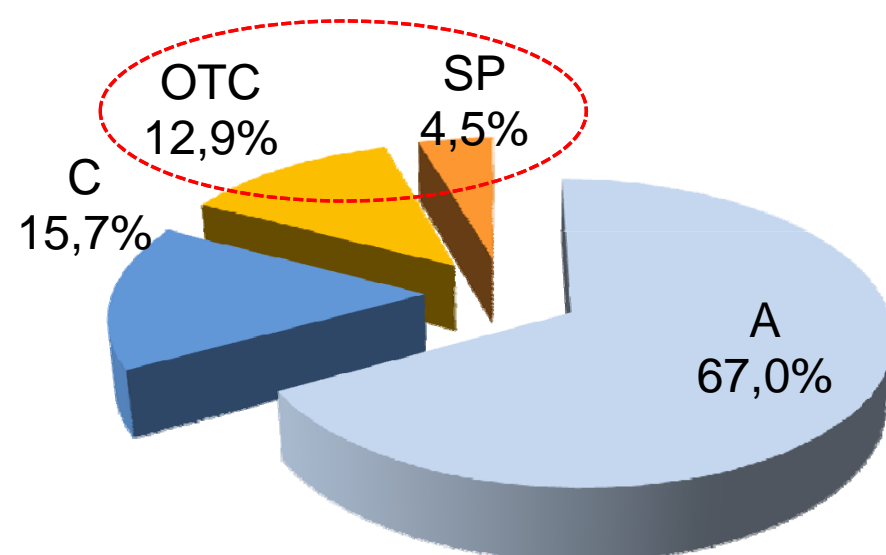
di cui 2.212,5 relativi all'autocura (OTC+SP)



VOLUME:

1.833,7 MILIONI DI CONFEZIONI

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

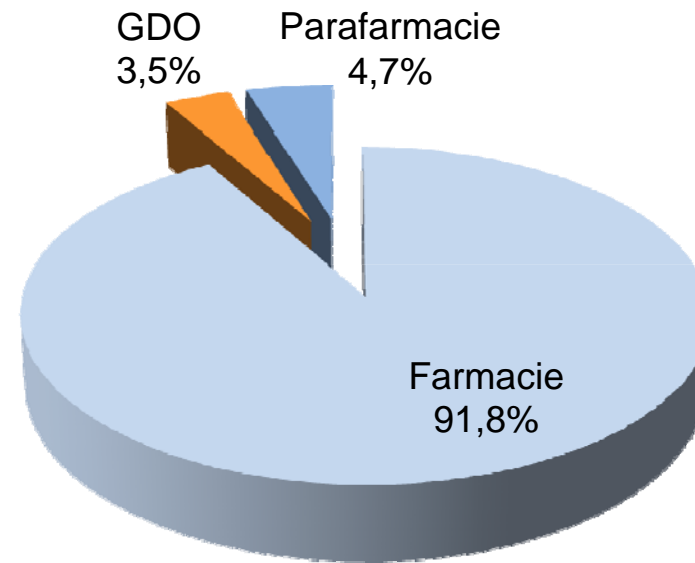
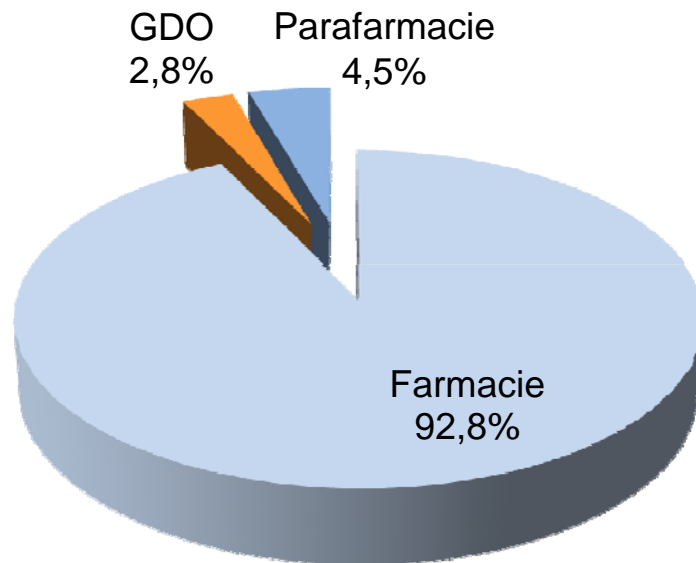


Da dicembre 2006 a dicembre 2009 il numero di Parafarmacie è passato **da 830 a 2.791**; i corner della GDO **da 57 a 275**

Il fuori canale nel 2010

VALORE: 2.212,5 MIO EURO

VOLUME: 318,5 MIO CONFEZIONI



- Nel corso del 2010 si consolidano le quote di mercato del Fuori Canale, sebbene la loro crescita sia più contenuta rispetto agli anni precedenti. La farmacia continua a detenere oltre il 90% del mercato dei farmaci senza obbligo di prescrizione

Le proiezioni al 2012 dei possibili risparmi per le famiglie italiane legati alla liberalizzazione distributiva dei farmaci da autocura

Le stime dei possibili risparmi si riferiscono allo scenario più favorevole per il Fuori Canale, in cui GDO e Parafarmacie hanno quota di mercato pari a quella massima stimata

Ipotesi SOFT

1. Permanenza dell'attuale status normativo

*1.1
crescita
autonoma
del mercato
dell'autocura*

35,4 milioni di euro

***1.2
Sviluppo del mercato
dell'autocura
(allineamento alla
media europea)***

45,4 milioni di euro

Ipotesi HARD

2. Modificazione dell'attuale status normativo

*2.1
Fascia C – OP
Fuori canale*

52,5 milioni di euro

*2.2
Abolizione obbligo
presenza del
farmacista*

*Incremento del
numero di esercizi
trattanti*

Una stima prudenziale 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

Distribuzione Commerciale: quantità e qualità nella programmazione commerciale nelle Regioni

- ESEMPLIFICATIVO -

PROGRAMMAZIONE QUALITATIVA (1)	Lombardia (*)
PROGRAMMAZIONE QUALI-QUANTITATIVA (2)	Piemonte, Veneto, Emilia Romagna, Toscana (**), Marche, Puglia, Sicilia
PROGRAMMAZIONE QUANTITATIVA (3)	Umbria, Valle d'Aosta, Provincia Autonoma di Trento, Provincia Autonoma di Bolzano, Friuli Venezia Giulia, Liguria, Lazio, Abruzzo, Molise, Basilicata, Campania, Calabria, Sardegna

(1) Programmazione solo qualitativa legata ad obiettivi di sostenibilità urbanistica ed ambientale, senza più riferimenti a obiettivi di sviluppo o meccanismi simili

(2) Sono mantenuti gli obiettivi di sviluppo o altri meccanismi simili, anche se in forza di modifiche successive, si riscontra un certo grado di innovazione in direzione della sostenibilità urbanistica ed ambientale

(3) Programmazione legata a criteri solo quantitativi, compresi gli obiettivi di sviluppo

(*) Mantiene la possibilità di "limiti dimensionali" per medie strutture di vendita in determinati contesti svantaggiati

(**) Introduce criteri qualitativi, ma mantiene il concetto di superficie massima autorizzabile, ancora più restrittivo degli obiettivi di sviluppo

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 percezione delle liberalizzazioni: Usa e Italia a confronto

- Negli **Usa**, secondo alcuni economisti, i benefici delle liberalizzazioni di diversi settori effettuate a cavallo tra gli anni settanta e ottanta sono quantificabili nell'ordine del **7-9%** del PIL ad essi riferito.
- Ebbene, nonostante i principali soggetti a beneficiarne siano stati i **consumatori**, dopo 7-8 anni dalle riforme introdotte, più del **50%** degli intervistati sosteneva di non averne tratto vantaggio ...

- Il **90%** degli **italiani** ha dichiarato di conoscere le liberalizzazioni. Tra essi il **66%** ritiene positivo l'impatto delle liberalizzazioni sull'economia; il **58%** ha percepito positivamente tale impatto sulle condizioni della propria famiglia.
- Il **74%** dei **manager** ritiene positivo l'impatto delle liberalizzazioni sull'economia; il **54%** ha percepito positivamente tale impatto sulle condizioni della propria azienda.
(fonte: Ispo per Consumers' Forum, 2007)

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 ... **TORNARE A CRESCERE**

“... riformista è chi preferisce il poco al tutto, il realizzabile all’utopico, il gradualismo delle trasformazioni a una sempre rinviata trasformazione radicale del sistema”

(Federico Caffè, “La solitudine del riformista”, 29 gennaio 1982)

Buona Fortuna Italia !

