

Liberalizzazioni: una strada da riprendere

23 miliardi il costo dei ritardi per il Paese

La mancata apertura di settori chiave (commercio, assicurazioni, banche, carburanti e farmaci) costa a famiglie e imprese l'1,4% del Prodotto Interno Lordo. Questi i risultati della seconda edizione dell' "Osservatorio sulle Liberalizzazioni", studio redatto dal Cermes-Bocconi per conto di Federdistribuzione

Milano 3 maggio 2010 – Il costo delle mancate liberalizzazioni e gli effetti dei ritardi strutturali del Paese si fanno sempre più pesanti per l'Italia. È questo il risultato della seconda edizione dell' "Osservatorio sulle Liberalizzazioni" realizzato dal Cermes, il Centro di Ricerche sui Mercati e sui Settori Industriali dell'Università Bocconi di Milano per conto di Federdistribuzione.

A livello complessivo, cioè sommando i sei settori analizzati (**Commercio al dettaglio alimentare e non alimentare; Distribuzione carburanti; Distribuzione farmaci; Servizi bancari; Servizi assicurativi**) e considerando l'intero sistema di famiglie e imprese, gli effetti dei ritardi strutturali del Paese e delle inefficienze evidenziate rispetto agli altri contesti europei presi come punto di riferimento, corrispondono a:

quasi 23 miliardi di euro
pari al
2,5% dei consumi annuali delle famiglie
e all'
1,4% del PIL

Risultati su cui riflettere, soprattutto in considerazione dell'attuale situazione di debolezza dei consumi e di lento percorso di uscita dalla crisi del Paese. Lo studio sottolinea che se per i mercati analizzati si perseguissero politiche di maggiore liberalizzazione i guadagni di efficienza potenziali raggiungibili sarebbero di rilievo.

Nel dettaglio:

Commercio al dettaglio alimentare:	8.427 milioni euro
Commercio al dettaglio non alimentare:	2.552 milioni euro
Servizi finanziari (banche):	7.100 milioni euro
Servizi assicurativi:	4.100 milioni euro
Distribuzione carburanti:	537 milioni euro
Distribuzione farmaci:	45 milioni euro
TOTALE:	22.761 milioni euro

Le voci più significative sono due: da un lato quella relativa al settore del commercio, alimentare e non alimentare, e dall'altro quella dei settori bancari e assicurativi. Sono entrambe voci importanti, che fanno riferimento a comparti strategici e vitali per lo sviluppo



del Paese e hanno un forte significato anche nei bilanci delle famiglie. Un'iniezione di maggiore apertura del mercato avrebbe quindi impatti estremamente rilevanti.

Minori impatti economici, ma tangibili effetti "psicologici" possono riscontrarsi anche nella distribuzione di carburanti e farmaci. Si tratta, infatti, di mercati molto sensibili per i consumatori, con prodotti di utilizzo regolare e sui quali l'effetto di una riduzione dei prezzi per maggiore liberalizzazione sarebbe immediatamente percepito.
(Per ulteriori dettagli vedi sintesi dei risultati allegata)

"Questa seconda edizione dell'Osservatorio conferma purtroppo quanto già emerso nel 2007: ogni anno che passa il sistema di famiglie e imprese paga un costo molto caro per i ritardi che il Paese sconta in termini di concorrenza e apertura dei mercati – dichiara Paolo Barberini, Presidente di Federdistribuzione.

"A quasi due anni di distanza ben poco si è mosso parlando di liberalizzazioni. Anzi, in alcuni casi come quello dei farmaci, c'è il pericolo di fare dei passi indietro, e questo è un rischio che dobbiamo assolutamente scongiurare – continua Barberini.

"Siamo ora in una fase cruciale per il nostro sistema economico: l'uscita dalla crisi è lenta, i cittadini sono preoccupati per il futuro e le scelte in materia di sviluppo economico sono ancora molto penalizzate dai vincoli di bilancio. Ma proprio per questo l'Italia deve fare tutto il possibile per recuperare il gap che ha accumulato nei confronti delle realtà estere in termini di efficienza e produttività, mettendosi nelle condizioni di avere aziende moderne e in grado di ravvivare la concorrenza interna e sostenere quella internazionale.

In questo processo – prosegue il Presidente di Federdistribuzione - non c'è dubbio che mantenere settori molto rilevanti della nostra economia ancora protetti dai venti della concorrenza non può che rappresentare un danno per cittadini e imprese, e quindi per l'intera comunità.

È questo per noi di Federdistribuzione un tema vitale. Il nostro è infatti un settore fortemente competitivo al proprio interno che però in molti ambiti si deve scontrare con settori che invece ancora godono di tutele e privilegi, ricavandone un significativo appesantimento dei costi che poi, in ultima analisi, si traduce in una minore capacità di contenere i prezzi di vendita e quindi di tutelare il potere d'acquisto dei cittadini.

Denunciare i costi del sistema per le mancate liberalizzazioni significa dunque anche affrontare il tema dei costi delle imprese, e in particolare di quelle della Distribuzione Moderna. Le aziende di Federdistribuzione hanno indicatori di efficienza interna che sono paragonabili, se non migliori, a quelli europei, ma il contesto nel quale devono muoversi in Italia produce costi più alti (trasporto, energia, lavoro), generando alla fine un risultato d'impresa inferiore a quello delle altre aziende distributive internazionali.

Una maggiore concorrenza nei mercati può essere dunque un fattore fondamentale per lo sviluppo del Paese e può aiutare l'Italia nell'uscita dalla crisi. Non una liberalizzazione "selvaggia", tuttavia, ma un percorso che preveda le necessarie tutele e le assistenze sociali per i lavoratori, ipotizzando quindi contestualmente forme di intervento per evitare che eventuali costi sociali siano divisi in modo non equo.



La presentazione di questo Osservatorio – conclude il Presidente di Federdistribuzione - vuole quindi rappresentare uno stimolo all'intero sistema economico, affinché riporti il tema delle liberalizzazioni al centro del dibattito, per valutarlo come impostazione strategica di una sana politica di sviluppo del Paese, centrato su modernizzazione e competitività”.

Federdistribuzione è l'organismo di coordinamento e di rappresentanza della distribuzione commerciale moderna: riunisce e rappresenta, nelle sedi istituzionali, sindacali e comunitarie la maggioranza delle imprese distributive operanti nei settori alimentare e non alimentare che svolgono la propria attività attraverso le più innovative formule del commercio moderno.

Federdistribuzione, che aderisce a Confcommercio, si compone di otto associazioni nazionali che rappresentano un universo articolato di imprese e di multicanalità che si differenziano per dimensioni, forme distributive e merceologie trattate.

Le aziende aderenti alle otto Associazioni di Federdistribuzione hanno realizzato nel 2008 un giro d'affari di 87,4 miliardi di euro, con una quota pari al 73,2% del totale fatturato della Distribuzione Moderna Organizzata; hanno una rete distributiva di 46.800 punti vendita (diretti e in franchising) e danno occupazione a circa 333.000 addetti. Rappresentano, infine, il 39,6% del valore dei consumi commercializzabili.

Per ulteriori informazioni

Federdistribuzione	Weber Shandwick
<i>Stefano Crippa - Relazioni Esterne</i>	<i>Enrico Nonino</i>
<i>Tel. 02 89075150 Cell. 335 5641415</i>	<i>Tel. 02 57378314</i>
comunicazione@federdistribuzione.it	enonino@webershandwick.com

OSSERVATORIO SULLE LIBERALIZZAZIONI IN ITALIA

Aggiornamento 2008 – 2009 Sintesi del Rapporto

Obiettivi e metodologia

L'Osservatorio ha l'obiettivo di definire e monitorare nel tempo il grado di concorrenza e di apertura di alcuni importanti settori di attività in Italia, verificando lo stato di avanzamento delle liberalizzazioni.

Si vuole in questo modo fornire uno strumento che presenti periodicamente una rassegna sintetica e ragionata su quanto sta avvenendo sul piano delle politiche del cambiamento, per stimolare le istituzioni verso una scelta strategica di sviluppo del Paese che porti a migliorare l'efficienza del sistema economico nazionale, ne incrementi la competitività e stimoli la domanda aumentando il potere d'acquisto delle famiglie.

L'Osservatorio si propone di stimare quanto costa alla collettività (famiglie e imprese) il ritardo strutturale accumulato nei settori investigati e quanto incidono le inefficienze generate dalle protezioni assicurate agli offerenti attuali a scapito di quelli potenziali.

L'edizione attuale rappresenta l'aggiornamento per il periodo 2008-2009 del primo appuntamento dell'Osservatorio, che raccoglieva dati e informazioni per l'anno 2007. **A quindi due anni di distanza si vuole capire se qualcosa è cambiato in tema di concorrenza nei mercati** e si cerca di dare ragione delle evoluzioni dei diversi settori, per valutare se e come si sia realizzato in questo periodo un processo di maggiore apertura dei mercati.

Per sviluppare questo percorso di ricerca sono stati analizzati 6 settori:

- commercio al dettaglio alimentare
- commercio al dettaglio non alimentare
- distribuzione di carburanti
- distribuzione di farmaci
- servizi finanziari (banche)
- servizi assicurativi

Per ogni settore si è cercato di qualificare la direzione, la diffusione e il tempo di realizzazione delle liberalizzazioni, individuando per ogni specifica attività la strada di più efficace apertura al mercato.

Sintesi dei risultati

A livello complessivo, cioè come somma dei sei settori analizzati e considerando l'intero sistema di famiglie e imprese, gli effetti dei ritardi strutturali del Paese e delle inefficienze evidenziate rispetto agli altri contesti europei presi come punto di riferimento, corrispondono ad un valore annuale di

quasi 23 miliardi di euro

pari al

2,5% dei consumi annuali delle famiglie

e all'

1,4% del PIL

Ciò significa che se per i mercati analizzati si perseguissero politiche di maggiore liberalizzazione come quelle indicate nel rapporto, si potrebbe ottenere un risparmio per il sistema di famiglie e imprese in grado di incidere del 2,5% sui consumi complessivi e dell'1,4% sul PIL. Risultati di grande rilievo, soprattutto in considerazione dell'attuale situazione di incertezza nell'uscita dalla crisi e di debolezza della domanda.

Questa evidenza rappresenta il risultato di contributi molto diversi da parte dei singoli settori di attività. Nel dettaglio questi sono i guadagni di efficienza potenziali raggiungibili grazie alle liberalizzazioni:

Commercio al dettaglio alimentare:	8.427 mio euro
Commercio al dettaglio non alimentare:	2.552 mio euro
Distribuzione carburanti:	537 mio euro
Distribuzione farmaci:	45 mio euro
Servizi finanziari (banche):	7.100 mio euro
Servizi assicurativi:	4.100 mio euro

Due sono quindi le voci più significative: da un lato quella relativa al settore del commercio, alimentare e non alimentare, e dall'altro quella dei settori bancari e assicurativi. Sono entrambe voci importanti, che fanno riferimento a comparti strategici e vitali per lo sviluppo del Paese e hanno un forte significato anche nei bilanci delle famiglie. Un'iniezione di maggiore apertura del mercato avrebbe quindi impatti estremamente rilevanti.

Minori impatti economici ma tangibili effetti "psicologici" possono riscontrarsi anche nella distribuzione di carburanti e farmaci. Si tratta, infatti, di mercati molto sensibili per i consumatori, con prodotti di utilizzo regolare e sui quali l'effetto di una riduzione dei prezzi per maggiore liberalizzazione sarebbe immediatamente percepito.

Osservazioni

Questi dati risultano particolarmente allarmanti perché danno testimonianza del **costo che sostiene la collettività per un processo di apertura dei mercati ancora insufficiente** e, soprattutto, che non mostra alcun percorso di evoluzione positiva.

Infatti, a due anni di distanza dalla prima edizione dell'Osservatorio Cermes-Federdistribuzione, **le distanze dell'Italia dai principali Paesi europei in termini di concorrenza non si sono ridotte** e producono ancora quelle inefficienze che danno luogo al costo stimato dallo studio in 23 miliardi di euro, un macigno che pesa sulla competitività del Paese e che rallenta quella politica di rilancio che tutti si aspettano per uscir rapidamente dalla crisi.

Va anzi osservato che nell'intervallo tra la prima e la seconda edizione dell'Osservatorio **non si è affatto creato un terreno fertile per guardare al futuro con ottimismo:**

lo sviluppo della Distribuzione Moderna non è stato certo incentivato dalle normative locali che continuano a porre limiti quantitativi anziché ragionare maggiormente in termini qualitativi. Negli ordinamenti regionali permangono contingentamenti e vincoli all'espansione della Distribuzione Moderna, così come pesanti adempimenti burocratici che rallentano un ammodernamento complessivo del sistema commerciale anche in aree territoriali (ad esempio il Mezzogiorno) dove ci potrebbe essere ancora una grande potenzialità di crescita con evidenti effetti positivi per i cittadini, in termini di convenienza, servizio e disponibilità di prodotti. E questo fatto è tanto più grave in questo momento di difficoltà economica del Paese che si riflette anche nelle strategie di sviluppo della DMO, che sta rallentando i propri progetti di espansione proprio a causa della debolezza dei consumi e dell'incertezza sul cammino di uscita dalla crisi dell'Italia, rischiando così di ridurre il ruolo propulsivo che ha invece sempre avuto finora, continuando a investire, a creare occupazione e a muovere un importante indotto. La Distribuzione Moderna andrebbe invece sostenuta e incentivata a proseguire nella sua crescita, semplificando gli oneri amministrativi e burocratici legati alla creazione di nuovi punti vendita o al loro ampliamento e consentendo complessivamente una maggiore libertà d'impresa, con l'eliminazione dei vincoli allo sviluppo e alla propria capacità di adeguamento dell'offerta di servizio alla clientela in relazione ai nuovi stili di vita, come accade ad esempio per ciò che riguarda gli orari di apertura dei punti vendita. E' questo infatti un altro capitolo delicato per il quale sarebbe necessario permettere ad ogni impresa di poter calibrare orari e giorni di apertura in relazione ai bisogni dei propri clienti, senza dover invece sottostare a limiti che finiscono per penalizzare l'intera economia locale, impedendo un'evoluzione in grado di portare maggiore sviluppo e occupazione.

La liberalizzazione del mercato dei farmaci è rimasta a metà strada e ha prodotto risultati ben al di sotto di ciò che avrebbe potuto realizzare se fosse stata portata avanti con più coraggio. I 270 corner nella Grande Distribuzione Organizzata e le 2700 parafarmacie che vendono farmaci OTC e SOP non sono riusciti a intercettare che un 6% del mercato disponibile, lasciandone ancora una quota dominante in capo alle farmacie, e i limiti alle categorie di farmaci proponibili al di fuori delle farmacie (appunto solo OTC e SOP) uniti al vincolo della presenza del farmacista non possono produrre risultati molto diversi in futuro. Peraltro non sono mancate in Parlamento proposte che tenderebbero anzi a limitare ulteriormente ciò che è stato raggiunto con i provvedimenti del 2006, rischiando di far fare al Paese addirittura un passo indietro, ritornando su modelli di distribuzione dei farmaci ormai superati in tutti i maggiori Paesi avanzati.

Anche per quanto riguarda i carburanti, dopo la legge del 2008 che recepiva le indicazioni della Commissione Europea eliminando i vincoli legati a distanze e superfici minime, l'apertura del mercato a nuovi operatori prosegue più lentamente di quanto potrebbe per l'obbligo imposto da molte regioni di installare impianti a metano o gpl nelle nuove stazioni, provvedimento giusto dal punto di vista della tutela ambientale ma che di fatto crea nuove disparità tra chi opera già nel mercato e chi vi vuole entrare, costretto a sostenere pesanti investimenti aggiuntivi rispetto a quelli programmati che inevitabilmente ne rallentano l'espansione. Il contributo della Grande Distribuzione Organizzata all'ammodernamento del settore è quindi ancora modesto, molto lontano da ciò che è stato in altri paesi e destinato a crescere lentamente.

Il sistema di banche e assicurazioni è stato posto negli ultimi due anni sotto particolarmente attenzione, a causa del ruolo avuto nell'esplosione della crisi finanziaria. Molto si è detto a proposito dell'eccessiva libertà di cui godeva il sistema creditizio prima dell'emergere della crisi e la tendenza attuale di molti governi, a cominciare da quello americano, è orientata a ristabilire nuove regole all'interno delle quali possa muoversi il mondo bancario, al fine di offrire in questo modo maggiori tutele al cittadino e quindi all'intero sistema economico. In Italia la crisi finanziaria si è fatta sentire con intensità minore rispetto a quanto avvenuto ad esempio nei Paesi anglosassoni e il sistema bancario, meno esposto che altrove e meno soggetto ad un comportamento speculativo, ha retto maggiormente l'urto. Non siamo stati quindi sommersi dall'onda ma certamente nulla è stato fatto per muoversi nella direzione di introdurre una maggiore concorrenza nel mercato e le attività delle autorità di politica economica sono state rivolte all'attenzione verso l'attuazione delle politiche approvate negli anni precedenti. Le banche e le assicurazioni hanno anzi accentuato il loro comportamento "di cautela" nei confronti dei rapporti con i clienti e nell'erogazione del credito e gli unici interventi istituzionali che si devono registrare sono stati quelli dell'Autorità Garante delle Comunicazioni, intervenuta più volte a tutela delle informazioni che devono essere garantite ai fruitori dei servizi finanziari. In buona sostanza a distanza di due anni dalla precedente edizione dell'Osservatorio anche per quanto riguarda il sistema bancario e assicurativo non ci si trova di fronte ad una situazione diversa, con ancora l'applicazione delle ultime norme a tutela dei cittadini sempre complicata e le distanze con le condizioni offerte negli altri paesi tuttora rilevanti.

Sono così passati altri due anni, e per ognuno di questi il Paese ha subito un freno alla propria crescita di oltre 20 miliardi, mentre una scelta politica più orientata al mercato potrebbe migliorare l'efficienza complessiva del sistema economico nazionale, incrementandone la competitività e stimolando la domanda aumentando il potere d'acquisto delle famiglie. Si avvierebbe in questo modo un percorso virtuoso in grado di riportare l'Italia ai livelli di competitività che le competono, recuperando il gap che ha accumulato nei confronti delle realtà estere in termini di efficienza e produttività, mettendosi nelle condizioni di avere aziende moderne e in grado di ravvivare la concorrenza interna e sostenere quella internazionale.

Aprire il dibattito sui costi del sistema per le mancate liberalizzazioni significa infatti anche **affrontare il tema dei costi delle imprese**, e tra queste quelle della Distribuzione Moderna. Vengono fatti da più parti richiami costanti sui livelli dei prezzi, ma raramente si discute dei costi generali che un'azienda sostiene, costi che incidono, ad esempio per le aziende della GDO, per il 25% del fatturato, quando in un confronto con quattro grandi operatori internazionali europei questa voce si ferma al 17%.

Le aziende di Federdistribuzione hanno indicatori di efficienza interna che sono paragonabili, se non migliori, a quelli europei, ma il contesto nel quale devono muoversi le imprese in Italia produce costi più alti (trasporti, servizi, lavoro), e quindi un utile netto finale, dopo le tasse, pari a circa la metà di quanto realizzato dalle altre aziende distributive internazionali.

La presentazione dei dati di questo Osservatorio vuole quindi rappresentare uno stimolo all'intero sistema economico, affinché riporti il tema delle liberalizzazioni al centro del dibattito, per valutarlo come impostazione strategica di una sana politica di sviluppo del Paese, centrato su modernizzazione e competitività.

Risultati dei singoli settori

Commercio al dettaglio alimentare

La distribuzione commerciale alimentare italiana soffre di un ritardo evolutivo rispetto gli altri Paesi europei evidente e ormai noto a tutti, che si manifesta attraverso una radicata presenza del dettaglio tradizionale e di altre formule commerciali (ad esempio, gli ambulanti) e, per converso, con una penetrazione della Distribuzione Moderna Organizzata (DMO) ancora lontana dai livelli raggiunti altrove in Europa (soprattutto sulle grandi superfici degli ipermercati) e con dimensioni d'impresa che non consentono forti economie di scala.

Molte sono le ragioni di questo ritardo: alcune vanno ricercate nella configurazione del territorio, nell'aggregazione della popolazione in numerosi comuni di dimensioni piccole e medie, nella difficile viabilità, nelle tradizioni socio-culturali degli Italiani che sono abituati al piccolo negozio; ma **molto è dipeso da normative che poco hanno incentivato un processo di modernizzazione del settore**, spesso proponendo, soprattutto a livello locale, modelli di evoluzione del commercio più orientati a tutelare interessi corporativi che a soddisfare i bisogni della maggioranza dei cittadini.

Prendendo infatti il numero di mq di superficie di ipermercati e supermercati per 1000 abitanti in Italia rispetto agli altri principali Paesi europei (Francia, Germania, Inghilterra e Spagna) si può calcolare che **l'Italia soffre un ritardo strutturale nella dotazione di servizi commerciali moderni rispetto alla media continentale di 6 anni e di ben 13 anni rispetto al Paese con la maggiore presenza di Distribuzione Moderna, cioè la Germania.**

Per valutare il costo per il sistema economico di questa arretratezza della distribuzione commerciale alimentare italiana, lo studio ha considerato alcuni fattori, valutandone il differenziale rispetto alla media europea: il gap strutturale (la minore presenza della Distribuzione Moderna) e lo sviluppo contenuto dei discount, la bassa penetrazione delle marche commerciali (cioè le marche dei distributori) e un generale fattore di inefficienza dovuto a un contesto complessivo di freno, a sua volta imputabile alle difficoltà logistiche, alla rigidità del mercato del lavoro, agli alti costi energetici, ecc.

Riportare questi indicatori sui valori medi dei Paesi europei assunti come benchmark (Francia, Germania, Uk, Spagna), attraverso un processo di liberalizzazione del mercato che consenta alla Distribuzione Moderna di crescere ed esprimere tutto il suo potenziale in favore del potere d'acquisto del consumatore, significherebbe

un minor costo per il sistema economico di 8.426,9 mio euro,
pari 7,38% dei consumi commercializzabili alimentari,
allo 0,91% dei consumi finali delle famiglie e allo 0,54% del PIL.

Il contributo maggiore al risultato finale proviene dalla riduzione del gap strutturale, cioè dal fatto di eliminare i vincoli allo sviluppo della DMO: 5.834,4 mio euro pari al 5,11% dei consumi commercializzabili alimentari; segue il recupero di efficienza dovuto alla riduzione dei limiti di contesto (1909,8 mio euro, pari all' 1,67% dei consumi alimentari) e infine l'incremento del peso delle marche private (682,7 mio euro, pari allo 0,6% dei consumi alimentari).

Commercio al dettaglio non alimentare

E' un settore estremamente diversificato al proprio interno: ogni comparto ha proprie specificità e caratteristiche.

Esistono tuttavia connotazioni strutturali comuni che lo differenziano chiaramente rispetto agli altri Paesi europei. In particolare questi elementi fanno riferimento **all'elevato numero di punti vendita** (in assoluto e per abitante), **al basso peso della Distribuzione Moderna** (secondo le stime Federdistribuzione pari solo al 38,2%), **al basso livello di concentrazione distributiva** (la quota delle prime 5 aziende è di poco superiore al 5% mentre altrove è sempre superiore al 10%, con punte oltre il 25% nei Paesi Scandinavi). E' quindi anch'esso un settore che sconta un ritardo di modernizzazione rispetto ai benchmark europei.

Per stimare i costi di questo ritardo lo studio ha valutato le potenzialità di ricanalizzazione delle vendite dai negozi più tradizionali verso quelli moderni, ossia Grandi Superfici Specializzate e Ipermercati/Superstore, nell'ipotesi che siano eliminati i vincoli all'espansione della DMO, fatto che garantirebbe ai consumatori maggiori opportunità d'acquisto a prezzi convenienti, restituendo così capacità di spesa.

L'intero mondo non alimentare è stato segmentato in **10 fondamentali macro-comparti**: Abbigliamento e calzature, Elettronica di consumo, Mobili e arredamento, Bricolage, Articoli per lo sport, Prodotti di profumeria, Edutainment, Prodotti di ottica, Tessile, Giocattoli.

Esaminando i prevalenti comportamenti di acquisto dei consumatori, mediante un'indagine ad hoc su un campione di shoppers, per ciascuno di questi macro-comparti è stata effettuata una classificazione analitica dei prodotti in beni problematici (prevalentemente venduti nei negozi tradizionali specializzati), beni in via di banalizzazione (venduti sia nei negozi tradizionali specializzati che nelle Grandi Superfici Specializzate) e beni banalizzati (venduti anche in ipermercati e superstore); successivamente, attraverso il calcolo di un "coefficiente di banalizzazione", è stata stimata la potenziale ricanalizzazione verso la DMO ed il corrispondente risparmio dal punto di vista del prezzo d'acquisto per i consumatori.

Ne è risultato un

potenziale risparmio per le famiglie di 2.552 mio euro

(è il costo sostenuto dal sistema per il ritardo strutturale del settore),
pari al 2,38% dei consumi commercializzati non alimentari,
pari allo 0,3% dei consumi complessivi delle famiglie.

Totale commercio al dettaglio non alimentare 2.552 mio euro, così composto:

Bricolage	572 mio euro
Elettronica di consumo	558 mio euro
Abbigliamento e calzature	545 mio euro
Mobili e arredamento	431 mio euro
Articoli per lo sport	160 mio euro
Edutainment	101 mio euro
Tessile	73 mio euro
Prodotti di profumeria	60 mio euro
Prodotti di ottica	39 mio euro
Giocattoli	13 mio euro

Distribuzione carburanti

Il sistema distributivo dei carburanti in Italia appare ancora arretrato rispetto ad altri Paesi europei. Questo determina un prezzo industriale e finale del prodotto più alto, con conseguente danno per consumatori e imprese.

Le caratteristiche del settore sono:

- elevato numero di impianti (22.500 rispetto ai 9.000 della Spagna, ai 9.300 del Regno Unito, ai 12.700 della Francia e ai 14.900 della Germania);
- bassa penetrazione del self-service (29% rispetto alla quasi totalità per Francia, Germania e Regno Unito);
- bassa penetrazione delle vendite di prodotti non-oil, che altrove costituiscono un'importante fonte alternativa di guadagno per i gestori;
- ridotta presenza della GDO, con una quota di mercato di circa l'1% a fronte di più del 50% in Francia, del 28% nel Regno Unito e del 7% in Germania.

L'intera filiera è poi connotata dalla presenza di operatori integrati verticalmente, le compagnie petrolifere, che hanno quote di mercato dominanti nelle diverse fasi di raffinazione, stoccaggio, logistica e distribuzione.

Questa situazione deriva dal fatto che sotto l'aspetto normativo per molti anni **le disposizioni emanate dalle Regioni hanno nei fatti introdotto una serie di vincoli all'apertura di nuovi impianti** (principalmente bacini e contingentamenti numerici, distanze minime tra impianti e superfici minime), contraddicendo in questo modo lo spirito della legge Bersani del 1998 che era invece finalizzata ad un ammodernamento complessivo della rete distributiva.

Proprio alla luce di questo quadro, nel dicembre 2005 **la Commissione Europea ha aperto una procedura di infrazione nei confronti dell'Italia**, imputata di non rispettare, a causa dei vincoli normativi, l'ordinamento europeo per quanto riguarda la libertà di stabilimento di ogni impresa europea in qualunque Paese dell'unione. Di fronte all'immobilismo italiano, il procedimento europeo è proseguito fino al deferimento dell'Italia alla Corte di Giustizia nel febbraio 2008.

Di fronte a questi passi della Commissione, **nell'agosto 2008 il Parlamento ha approvato un provvedimento che ha risposto punto per punto ai rilievi della Commissione Europea**. In particolare il testo dichiara inammissibili per le nuove aperture di distributori i vincoli legati a contingentamenti numerici, alle distanze tra gli impianti, alle superfici minime o a qualsiasi altra restrizione o obbligo circa la possibilità di offrire attività e servizi alternativi.

In questo modo si è reso più aperto il mercato all'ingresso di nuovi operatori, tra i quali la GDO. Tuttavia nel recepire a livello regionale i principi stabiliti dalla legge 133/2008 **gli enti locali stanno progressivamente introducendo l'obbligo di erogazione di metano e/o gpl per i nuovi distributori**, lasciando invece inalterati gli obblighi per gli impianti già esistenti. Questa politica, se da un lato risulta condivisibile dal punto di vista della tutela ambientale, dall'altro si presenta come inevitabilmente discriminatoria nei confronti di nuovi operatori che volessero entrare nel mercato, costretti in questo modo a sostenere costi incrementali rispetto a quelli pianificati e a rallentare il loro programma di espansione. Altro sarebbe invece se esistesse una autentica politica di incentivazione all'installazione di impianti per carburanti eco-compatibili rivolta a tutti gli operatori, quelli già presenti e i nuovi: una politica così impostata coinvolgerebbe un numero molto maggiore di posizioni e si porrebbe nelle condizioni di produrre risultati più rilevanti.

La stima dei benefici per il sistema economico è stata fatta ipotizzando che la GDO possa aprire 500 nuovi impianti presso le sue strutture commerciali, garantendo ai clienti uno sconto del 10% sul prezzo finale. In questo modo arriverebbe ad avere una quota di mercato pari al 10,0%, ancora contenuta ma in grado di portare uno stimolo anche all'ammodernamento dell'intera rete distributiva.

Il risparmio per i cittadini sarebbe così quantificabile in 537 mio euro,
pari all'1,11% del valore del mercato.

Distribuzione farmaci da banco

In Italia la distribuzione dei farmaci è sempre stata limitata alle sole farmacie e il prezzo dei prodotti determinato dalle case farmaceutiche.

Nel 2005 il decreto Storace ha consentito al farmacista di poter effettuare uno sconto sul prezzo consigliato dal produttore fino a un massimo del 20%. Nel 2006 il decreto Bersani ha introdotto diverse novità, tra le quali **la possibilità di vendere farmaci da banco (OTC) e farmaci non soggetti a prescrizione medica (SOP) al di fuori delle farmacie, purché in spazi appositi e con la presenza di un farmacista.** Inoltre è stata data la possibilità di poter applicare liberamente sconti su questi prodotti, quindi anche superiori al 20%.

Il mercato di OTC + SOP pesa circa l' 11% dell'intero settore dei farmaci, per una valorizzazione di poco superiore ai 2,1 miliardi di euro.

Gli effetti del decreto Bersani, a 3 anni di distanza dalla sua emanazione, hanno prodotto **l'apertura di poco più di 2700 parafarmacie e di oltre 260 corner nella GDO**, questi ultimi prevalentemente nelle grandissime superfici, le uniche in grado di sostenere i costi dello spazio dedicato e dei farmacisti (2 o 3 per punto vendita per sostenere gli orari di apertura) per un fatturato finora molto contenuto.

Quindi una liberalizzazione ancora molto limitata, sia dal punto di vista dei farmaci coinvolti che da quello dei nuovi punti vendita. Infatti, in termini di quota di mercato a valore, secondo i dati IRI e IMS Health relativi ai primi 7 mesi del 2009, il peso della GDO negli OTC e SOP non supera il 2,7% e le parafarmacie sono al 4,1%. Il 93,3% di questo segmento di mercato rimane dunque ancora nelle mani dei farmacisti.

Nell'arco del 2008 il risparmio per le famiglie dovuto agli acquisti di OTC e SOP al di fuori delle farmacie può essere stimato in 16,4 mio euro.

Per fare un'ipotesi di quale potrebbe essere in futuro il vantaggio per le famiglie italiane di questa parziale liberalizzazione si è valutato, in un quadro di permanenza dell'attuale status normativo, una crescita naturale del numero di corner GDO e parafarmacie sulla base delle indicazioni finora mostrate dal mercato, allineando la crescita dello stesso mercato dell'autocura a quella degli altri Paesi europei. Per i prodotti venduti nella GDO è stato ipotizzato uno sconto rispetto alle farmacie del 20,1% e per le parafarmacie del 3,6%.

Ne risulta un possibile risparmio per la collettività di 45,4 mio euro.

Risparmi significativamente maggiori potrebbero provenire se si togliesse il vincolo della presenza del farmacista, perlomeno per quanto riguarda gli OTC. In questo caso un numero molto più consistente di punti vendita della GDO potrebbe trattare questi prodotti, con il risultato di aumentare la concorrenza e quindi la riduzione del prezzo, migliorando al tempo stesso la diffusione del prodotto e il servizio offerto al cittadino.

Servizi finanziari (banche)

Nel sistema bancario nazionale esistono condizioni svantaggiose per la clientela rispetto a quanto avviene negli altri Paesi. Ciò vale sia per le famiglie che per le imprese e sia per la gestione della liquidità che per il credito.

Per misurare la concorrenza nel settore bancario gli indicatori più rilevanti sono il turnover dei clienti e il peso del retail banking: più sono bassi e meno il sistema è permeato da concorrenza. In Italia in un anno (febbre 2007 – mag 2008) solo l'8% delle famiglie ha cambiato banca e la quota del retail banking sul PIL è nel 2008 circa del 2%, rispetto al 4,5% del Regno Unito, al 3,3% della Spagna e al 2,5% della Francia (solo la Germania ha una percentuale inferiore: 1,7%).

E' quindi un settore nel quale occorre ancora incentivare la competitività tra operatori, come più volte riscontrato dall'Antitrust e dalla Banca d'Italia.

Gli svantaggi per famiglie e imprese sono relativi sia al livello di interessi passivi e i costi di finanziamento che alla gestione dei conti correnti e delle liquidità. Alcune esemplari evidenze in merito:

- Tassi sul credito al consumo: nella prima metà del 2009 Italia ancora con quasi due punti in più rispetto all'area europea: 10% rispetto a 8,1% (elaborazioni Cermes)
- Spesa annua di gestione di un c/c. L'Italia è il Paese della UE nel quale costa di più mantenere un conto corrente: 253 € per un utente tradizionale e 831€ per un utente attivo (Commissione Europea "Restoring Customer Trust in Retail Financial Services" - 2009)
- Costo dei mutui a tasso fisso: differenziale con il tasso medio europeo di circa 1 punto a inizio 2008 ma ora quasi annullato.

Va detto che queste differenze delle condizioni offerte dal sistema bancario nazionale rispetto a quanto si registra in Europa erano presenti in modo molto marcato nel periodo pre-crisi e lo sono ancora adesso, anche se in taluni casi, come il costo del mutuo a tasso fisso, tendono a ridursi.

A questi maggiori costi diretti per i clienti del sistema bancario si sommano anche costi indiretti:

- inefficienza nello screening dei progetti imprenditoriali, dovuto proprio alla modesta concorrenza effettiva presente sul mercato;
- complessità delle forme contrattuali: maggiore probabilità di sopportare costi non necessari o riducibili; forte difficoltà di comparazione di prodotti offerti da banche diverse, che comporta elevati costi di ricerca che rendono improbabile lo spostamento da una banca all'altra;
- costi connessi a pratiche di tying (vendita di un prodotto condizionata alla vendita di un altro, ad esempio la concessione di un mutuo subordinata all'apertura di un conto), che determinano costi aggiuntivi e maggiori difficoltà di uscita *versus* spostamento di banca.

Il sistema appare inoltre relativamente inefficiente anche per situazioni di contesto:

- costo di gestione del contante più elevato che negli altri Paesi,
- squilibrata distribuzione territoriale degli sportelli (60% al Nord, 20% al Centro e 20% al Sud),

- alti costi generati dalla risoluzione dei contenziosi, per i quali andrebbero cercate soluzioni più pratiche,
- elevati costi della sicurezza: il 50% delle rapine in tutta Europa avviene in Italia.

Misure volte ad incrementare la concorrenza tra banche sono state inserite dai decreti Bersani, soprattutto per accrescere la concorrenza nel banking per le famiglie, intervenendo sulla portabilità dei mutui e sulla simmetria tra variazioni dei tassi attivi e passivi. Gli effetti di questi provvedimenti sono ancora in discussione, anche se qualche risultato dal punto di vista del calmieramento dei costi bancari sembra che sia stato ottenuto.

Ulteriori interventi attuabili per ridurre i prezzi dei servizi bancari possono essere il **favorire l'ingresso delle banche straniere**, già parzialmente avvenuto, e **l'individuazione di contratti base standard**, da rendere obbligatori nell'offerta formulata ai singoli clienti e che dovrebbero contenere condizioni e caratteristiche molto semplici e predeterminate e – come tali – del tutto note e confrontabili.

Per capire quale potrebbe essere il risparmio per famiglie e imprese nel caso di maggiore concorrenza tra operatori è stata formulata l'ipotesi di riallineamento di alcune condizioni di mercato a quelle dell'area euro.

In particolare, sono stati corretti gli interessi bancari per famiglie (+0,7 p.p.) e imprese (+0,5 p.p.) ed è stato ridotto il costo di gestione di un c/c di 65 euro.

Ne è risultato un risparmio per le famiglie di 3,1 miliardi di euro

pari allo 0,35% della spesa delle famiglie e allo 0,2% del PIL

e un risparmio per le imprese di 4 miliardi di euro

pari allo 0,3% del PIL.

Servizi assicurativi

E' un settore estremamente importante: il totale dei premi corrisposti (90 milioni di euro) è pari al 6,0% del PIL nel 2008. Il valore complessivo deriva per il 60% dal ramo vita e per il 40% dal ramo danni, all'interno del quale il 50% circa è determinato da RC auto e natanti, che da sola rappresenta l'1,2% del PIL.

Il settore è stato oggetto di interventi da parte del legislatore in quanto **presentava vincoli alla concorrenza ed elementi distorsivi delle scelte dei consumatori, oltre a un incremento del differenziale tra premi e costi.**

Il settore appare molto concentrato: le prime 5 imprese rappresentano il 56% del mercato nel ramo vita e il 70% del mercato nel ramo danni.

Solo il 3,5% degli assicurati ogni anno cambia compagnia (meno della metà rispetto al settore bancario). E' questa l'immagine di un mercato ingessato nel quale è difficile muoversi per il cliente, con contratti di lunga durata e scarse informazioni per poter confrontare prodotti, in cui i vincoli a recedere (ora parzialmente rimossi) hanno sempre rappresentato un freno alla mobilità.

La profittabilità del settore è in crescita: il ROE (Return On Equity) è passato dal 4,8% del 1998 al 12,4% del 2007.

Per dare testimonianza di questa maggiore profittabilità si può osservare che esaminando solo il ramo danni (40% del totale) nel decennio 1998-2007 i premi sono saliti del 54% mentre i costi (oneri per sinistri) sono cresciuti solo del 28%. Nella RC auto (vale circa la metà del ramo danni) nello stesso periodo i premi sono saliti del 55% e i costi del 22%.

Negli ultimi due anni (2006 e 2007) secondo il Garante dei Prezzi i costi per le compagnie assicurative sono diminuiti del 10%, per l'introduzione dell'indennizzo diretto e per una maggiore virtuosità degli automobilisti, mentre le tariffe sarebbero aumentate del 2,5%.

Il settore assicurativo è stato tra quelli più interessati dai decreti Bersani, che hanno previsto:

- indennizzo diretto RCA,
- divieto di esclusiva per l'intero ramo danni,
- preventivatore unico on line RCA,
- possibilità di chiusura contratti di lunga durata

Gli effetti di questi provvedimenti devono ancora realizzarsi completamente e alcuni sono oggi in discussione. In particolare se pare che il rimborso diretto abbia abbassato i costi per le compagnie e abbreviato i tempi di rimborso per gli assicurati, più controversa è la questione sul divieto di esclusiva, che ha introdotto la figura del broker. Si tratta di una soluzione evolutiva nuova, densa di opportunità in termini di welfare effects, ma che potrebbe anche ereditare il potere di mercato finora in mano alle compagnie, se non accompagnata da alcuni ben precisi obblighi di informativa all'utente.

Per considerare i possibili effetti positivi per il sistema economico di famiglie e imprese generati da una maggiore liberalizzazione del mercato si è valutato **l'annullamento dell'incremento del gap tra sinistri e premi registrato negli ultimi 6 anni**, cioè dal 2001: il rapporto tra sinistri e premi (definito "Loss ratio") era infatti pari al 79% nel 2001 ed è arrivato al valore del 70% nel 2007, proprio per il maggiore aumento dei premi rispetto ai costi dei sinistri.

Nell'ipotesi che riesca a riportare questo rapporto "Loss ratio" sul valore del 79%

il risparmio per gli assicurati risulta pari a 4,1 miliardi di euro, equivalente allo 0,3% del PIL.