

LE POLITICHE DI PREZZO DEGLI ESPORTATORI ITALIANI: UN'ANALISI SU DATI DI IMPRESA

Roberto Basile, Sergio de Nardis, Alessandro Girardi, Carmine Pappalardo*

Negli anni duemila si è manifestata una crescita marcata dei valori medi unitari all'esportazione (VMU), a fronte di prezzi alla produzione, praticati sul mercato interno, sostanzialmente stabili. Tale fenomeno ha contraddistinto in modo particolare i settori tradizionali del *Made-in-Italy*. Se i VMU fossero una misura adeguata dei prezzi all'esportazione, queste dinamiche denoterebbero un'anomalia, essendosi verificate in un periodo di intensa crisi competitiva dell'export italiano (soprattutto nell'industria tradizionale). Il comportamento anomalo verrebbe in parte meno se, invece, fossero state modifiche qualitative nel *basket* di beni esportati ad avere sospinto la dinamica dei VMU al di sopra di quella dei prezzi interni. I dati ufficiali non consentono di indagare, oltre una certa misura, su questi andamenti. Si deve quindi ricorrere a fonti alternative. Quelle utilizzate nel presente lavoro sono costituite dalle inchieste ISAE presso le imprese esportatrici. Trimestralmente l'ISAE pone agli operatori la seguente domanda *"i prezzi all'esportazione dei vostri prodotti sono risultati rispetto ai prezzi interni dei prodotti stessi: superiori, uguali, inferiori?"*. Si tratta dell'informazione rilevante, anche se qualitativa, per analizzare le effettive politiche di prezzo. Nel lavoro si conduce una stima econometrica sui dati individuali di impresa per tenere conto delle eterogeneità dei comportamenti degli operatori. I risultati mostrano che le imprese manifatturiere del campione ISAE sono state in grado, nel periodo considerato, di differenziare il prezzo fissato per il mercato estero rispetto a quello interno. Tale discriminazione ha risposto tanto agli impulsi provenienti dalle variazioni della competitività (a un peggioramento della competitività percepita dall'azienda ha corrisposto una tendenza a contenere i listini esteri rispetto a quelli interni), quanto a quelle del ciclo internazionale (con un influsso positivo di quest'ultimo sul prezzo relativo estero/interno). Emerge, inoltre, che le imprese di taglia maggiore e più orientate all'esportazione hanno avuto, comparativamente, una più elevata capacità di fissare prezzi esteri superiori a quelli interni. Queste caratteristiche di comportamento sono nell'insieme confermate quando l'analisi viene riferita agli esportatori dei soli settori tradizionali (tessile - abbigliamento, cuoio-calzature, alimentare, altre industrie manifatturiere), quelli cioè maggiormente aggrediti dalla pressione competitiva dei paesi emergenti. Nel complesso, la capacità di perseguire politiche di prezzo e di differenziare i listini a seconda degli sbocchi commerciali, evidenziata da queste stime, indicano che le imprese italiane sono dotate di una dose di

* ISAE – Istituto di Studi e Analisi Economica

potere di mercato (in termini economici, fronteggiano funzioni di domanda la cui elasticità di prezzo è finita). Ciò è vero anche per gli esportatori delle industrie tradizionali del *Made-in-Italy*.

Quest'ultima constatazione ha alcune implicazioni di rilievo: date le caratteristiche tecnologiche dei settori tradizionali (scarsa rilevanza delle economie di scala e dei costi fissi, maggiore presenza di unità di piccole dimensioni, limitate possibilità di differenziazione orizzontale), il potere di mercato delle imprese che vi operano e la conseguente capacità di praticare prezzi distinti nelle varie destinazioni dovrebbero discendere dall'operare di barriere di tipo qualitativo, tendenti a contenere l'elasticità della domanda dei consumatori alle variazioni del prezzo rispetto a quanto ci si potrebbe attendere in strutture di mercato più prossime alla concorrenza.