Competizione e prezzi: cosa ci insegnano le isole greche?

Mario Pagliero

*Un problema fondamentale in economia è come i produttori reagiscono ad aumenti dei costi, per esempio dovuti ad aumenti delle tasse, fluttuazioni dei tassi di cambio, o dei costi dell’energia. Che cosa determina il modo in cui aumenti dei costi sono passati (o traslati) ai consumatori attraverso maggiori prezzi? Per indagare la relazione tra competizione e traslazione sui prezzi abbiamo esplorato le isole greche.*

Lo studio di come le imprese traslano variazioni dei costi sui prezzi è uno dei temi fondamentali dello studio dell’economia, che tocca ambiti diversi come l’economia pubblica e della tassazione, l’economia internazionale e gli effetti dei tassi di cambio e dei dazi, l’economia monetaria e gli effetti delle variazioni dei tassi di interesse. Da un punto di vista teorico sappiamo che il livello di competizione tra imprese è una delle determinanti principali della traslazione. Tuttavia l’evidenza su questo tema è limitatissima. La ragione principale è la difficoltà di definire in pratica i confini di un mercato, cioè di isolare insiemi di imprese che competono nel fornire uno stesso bene o servizio.

Cosa meglio di andare sulle isole greche, sulle quali le imprese sono naturalmente isolate? Abbiamo quindi raccolto dati giornalieri sui prezzi al dettaglio dei prodotti petroliferi (benzina, gasolio, e gasolio per riscaldamento) sulle 33 isole più piccole della Grecia. Alcune di queste isole sono così piccole da avere solamente un distributore, altre due, tre o più. Quindi la variabilità nella dimensione delle isole ci fornisce variabilità nel numero di imprese che competono tra loro, cioè nel livello di competizione.

La Grecia ci offre anche un esperimento interessante. Durante il 2010, il governo ha cambiato tre volte le accise sui prodotti petroliferi, in modo diverso per ognuno dei prodotti, ma mantenendo inalterato il prezzo del gasolio da riscaldamento. Questo esperimento ci mette in condizioni ideali per studiare l’impatto di un aumento dei costi (accise) sui prezzi al dettaglio in mercati con diverso livello di competizione.

I nostri risultati mostrano che la traslazione aumenta (in modo non lineare) all’aumentare del numero delle imprese. La traslazione è del 43% per un monopolio e arriva al 100% nei mercati con 4 o più imprese. Inoltre, gli aggiustamenti dei prezzi sono più rapidi nei mercati più competitivi. Infine, lo studio delle isole greche ci permette di valutare le conseguenze di definizioni del mercato basate sulla distanza geografica tra imprese (misurata in Km o tempo di guida), che sono quelle tipicamente usate delle agenzie antitrust (e dai ricercatori) di tutto il mondo. In generale, usare queste definizioni convenzionali di mercato portano a sovrastimare la traslazione dei costi sui prezzi nei mercati più concentrati.

Christos Genakos e Mario Pagliero, Competition and Pass-Through: Evidence from Isolated Markets, *American Economic Journal: Applied Economics*, 2021, forthcoming.

https://benny.aeaweb.org/articles?id=10.1257/app.20200863

Competizione e traslazione sui prezzi.



Nota: la figura riporta i valori stimati e l’intervallo di confidenza (95%) per la relazione tra competizione e traslazione sui prezzi al dettaglio.