

SENATO DELLA REPUBBLICA

-----XIV LEGISLATURA-----

10^a COMMISSIONE PERMANENTE

(Industria, commercio, turismo)

SEDUTA CONGIUNTA

CON LA

X COMMISSIONE PERMANENTE

(Attività produttive, commercio e turismo)

della Camera dei deputati

INDAGINE CONOSCITIVA SULLE RECENTI DINAMICHE DEI
PREZZI E DELLE TARIFFE E SULLA TUTELA DEI CONSUMATORI

6° RESOCONTO STENOGRAFICO

Seduta di martedì 21 gennaio 2003

Presidenza del presidente della 10^a Commissione permanente del Senato

PONTONE

indi del presidente della X Commissione permanente

della Camera dei deputati

TABACCI

IC 0663

INDICE**Audizione del professor Gustavo Ghidini e del professor Gian Maria Fara**

PRESIDENTE	<i>BIGGERI</i>
BARATELLA (DS-U), senatore	<i>FARA</i>
MORANDO (DS-U), senatore	<i>GHIDINI</i>
TABACCI UDC (CCD-CDU), deputato	<i>TRIPOLI</i>
TRAVAGLIA (FI), senatore	

N.B.: L'asterisco indica che il testo del discorso è stato rivisto dall'oratore.

Sigle dei Gruppi parlamentari del Senato della Repubblica: Alleanza Nazionale: AN; Democratici di Sinistra-l'Ulivo: DS-U; Forza Italia: FI; Lega Padana: LP; Margherita-DL-l'Ulivo: Mar-DL-U; Per le Autonomie: Aut; Unione Democristiana e di Centro: UDC: CCD-CDU-DE; Verdi-l'Ulivo: Verdi-U; Misto: Misto; Misto-Comunisti italiani: Misto-Com; Misto-Indipendente della Casa delle Libertà: Misto-Ind-CdL; Misto-Lega per l'Autonomia lombarda: Misto-LAL; Misto-Libertà e giustizia per l'Ulivo: Misto-LGU; Misto-Movimento territorio lombardo: Misto-MTL; Misto-MSI-Fiamma Tricolore: Misto-MSI-Fiamma; Misto-Nuovo PSI: Misto-NPSI; Misto-Partito repubblicano italiano: Misto-PRI; Misto-Rifondazione Comunista: Misto-RC; Misto-Socialisti democratici italiani-SDI: Misto-SDI; Misto Udeur-Popolari per l'Europa: Misto-Udeur-PE.

Sigle dei Gruppi parlamentari della Camera dei deputati: Alleanza Nazionale: AN; UDC (CCD-CDU): UDC; Forza Italia: FI; Lega Nord Padania: LNP; Democratici di Sinistra-l'Ulivo: DS-U; Margherita, DL-L'Ulivo: MARGH-U; Rifondazione Comunista: RC; Misto: Misto; Misto-Verdi-L'Ulivo: Misto-Verdi-U; Misto-Comunisti italiani: Misto-Com.it; Misto-Socialisti Democratici Italiani-SDI: Misto-SDI; Misto-Minoranze linguistiche: Misto-Min.linguist.; Misto Liberal-democratici, Repubblicani, Nuovo PSI: Misto-LdRN.PSI.

Intervengono il professor Gustavo Ghidini e il professor Gian Maria Fara; il dottor Tripoli, il dottor Ugo Girardi e la dottoressa Tiziana Pompei, rispettivamente segretario generale, vice segretario generale vicario e responsabile dell'ufficio legislativo dell'UNIONCAMERE, e, per l'ISTAT, il professor Luigi Biggeri, presidente, il dottor Andrea Mancini, capo dipartimento delle statistiche economiche, il dottor Gian Paolo Oneto, direttore centrale delle statistiche economiche congiunturali, la dottoressa Laura Leoni, dirigente del servizio statistiche sui prezzi, e la dottoressa Patrizia Cacioli, dirigente dell'ufficio della comunicazione.

I lavori hanno inizio alle ore 10,50.

**Presidenza del presidente della 10^a Commissione
permanente del Senato PONTONE**

PROCEDURE INFORMATIVE

Audizione del professor Gustavo Ghidini e del professor Gian Maria Fara

PRESIDENTE. L'ordine del giorno reca il seguito dell'indagine conoscitiva sulle recenti dinamiche dei prezzi e delle tariffe e sulla tutela dei consumatori, sospesa nella seduta del 19 dicembre 2002.

Comunico che, ai sensi dell'articolo 33, comma 4, del Regolamento, è stata chiesta l'attivazione dell'impianto audiovisivo e che la Presidenza del Senato ha già preventivamente fatto conoscere il proprio assenso. Se non ci sono osservazioni, tale forma di pubblicità è dunque adottata per il prosieguo dei lavori.

È oggi in programma l'audizione del professor Gustavo Ghidini e del professor Gian Maria Fara.

Do la parola al professor Ghidini.

GHIDINI. Signor Presidente, onorevoli senatori, onorevoli deputati, ringrazio vivamente per l'invito lusinghiero che mi è stato rivolto.

Mi presento brevemente: sono ordinario di diritto industriale all'Università LUISS di Roma; presiedo, come presidente onorario, un'associazione nazionale di consumatori, il Movimento dei consumatori (peraltro qui oggi presento opinioni personali che possono essere condivise ma che non impegnano l'associazione); sono stato per dodici anni esperto italiano, su designazione della Commissione delle Comunità europee, nel Comitato consultivo consumatori della Comunità europea. Inoltre, da circa trent'anni mi occupo di questioni afferenti alla difesa dei consumatori, prevalentemente in un'ottica giuridica, data la mia formazione.

Vorrei fare due osservazioni sulla materia generale dell'audizione. La prima riguarda gli osservatori dei prezzi, la seconda il regime delle vendite a prezzi ribassati nella disciplina attuale, come stabilita dalla normativa di riforma del settore del commercio (decreto legislativo 31 marzo 1998, n. 114).

Gli osservatori dei prezzi, come ben si sa, sono sia nazionali che provinciali e sono attuati dai comuni e dalle camere di commercio. Non entro nel merito, non avendo competenze specifiche ed esperienze di statistica, sulle differenze di metodo, nell'ampiezza dei rilevamenti e nei risultati dell'osservazione dei prezzi compiuta da istituti di cui oggi si discute molto per individuare la misura dei rincari succedutisi all'avvento dell'euro.

Desidero invece sottolineare ed argomentare la convinzione profonda circa l'inutilità di quel tipo di risultati statistici per orientare effettivamente e concretamente i consumatori a reperire sul mercato i prezzi più convenienti. Queste osservazioni che ora svolgo in sintesi sono comunque contenute in una breve nota, con tre allegati, che ho messo a disposizione della Commissione.

Le attuali statistiche esprimono dati aggregati: ci dicono, ad esempio, che il prezzo della pasta, o dell'olio d'oliva o dei detersivi, è salito in Italia (oppure a Roma o a Milano, a seconda del tipo di rilevamenti) di una data percentuale rispetto ad un

anno fa. Però mi chiedo: in concreto a che serve sapere questo ai consumatori? Mi dicono, quei dati, quale marca di pasta, o di olio o di detersivo, è salita di prezzo più delle altre? No, non lo dicono. E se risiedo e faccio la spesa in una certa città - oppure, se la città è grande, in un certo quartiere - mi dicono dove trovare quella pasta, quell'olio o quel detersivo che costano meno? No, neppure questo.

E - si noti - ciò non avviene, come dimostrano gli allegati, neanche quando le rilevazioni vengono fatte (in base ad un'indicazione della legge di riforma del commercio che, come è noto, stabilisce l'istituzione di osservatori avvalendosi dei comuni e delle camere di commercio, per monitorare i prezzi su base locale) da parte degli enti locali, i comuni in particolare, o appunto le camere di commercio. Anche in questo caso, infatti, i dati vengono riassunti in un'unica media cittadina o provinciale, senza indicazione delle differenze di prezzo riscontrate fra questo e quell'esercizio, in relazione a questo o a quel prodotto, identificati per nome e cognome. Per esempio, dall'osservatorio dei prezzi del comune di Milano dall'ultima rilevazione del mese di dicembre si evince che i *blue jeans* uomo costano un prezzo medio di 58,85 euro. Ma quali *jeans*, di quale marca e in quale negozio? A cosa mi serve tale informazione, se intendo comprare meglio?

Non posso non concludere che questi dati così aggregati ed anonimi, e come tali comunicati al pubblico, sono certamente utili sotto altri profili (per esempio alla classe politica, al Governo, al sindacato, alla Banca d'Italia per ragionare sul livello di inflazione del Paese) ma sono perfettamente inutili per i cittadini, cioè per le decine di milioni di consumatori che hanno l'esigenza di sapere di più non tanto per appagare un astratto bisogno di conoscenza, bensì per riuscire in concreto a spendere meno.

Ora, è chiaro che quel bisogno di informazione non può che riferirsi alla realtà specifica, alle tante e diverse situazioni territoriali ove i cittadini esercitano concretamente le loro scelte di consumatori. Se vivo a Parma mi toccano i prezzi di Parma; se vivo a Roma, all'EUR, mi interessano i prezzi di quel quartiere, non essendo realistico pensare che per la spesa quotidiana mi sposti magari sino a San Lorenzo, muovendomi per chilometri ed impiegando ore per andare e tornare. Inoltre,

devo essere ulteriormente informato a quali prezzi ed in quali esercizi della città vengono venduti i beni che compongono la mia spesa tipica, cioè devo conoscere le differenze di prezzo praticate nei diversi tipi di esercizio.

Solo questo può dare un'informazione utile al momento dell'acquisto, stimolando fra l'altro scelte preferenziali che possono premiare i più efficienti, i meno cari e soccorrere il consumatore nella difficile impresa di sbarcare il lunario che riguarda milioni di persone. Soltanto conoscendo questi dati, aggregati non su scala nazionale ma sulla scala specifica di un orizzonte concreto ed effettivo di acquisto, il consumatore potrà scegliere concretamente, se lo vorrà (perché potrà anche decidere, per comodità logistica, di fare acquisti nel negozio sotto casa), le offerte più convenienti.

Va notato il seguente paradosso: tutti questi dati vengono effettivamente rilevati da chi svolge le funzioni di monitoraggio. I rilevatori del comune di Milano (ma lo stesso vale per gli altri comuni, per le camere di commercio e per gli istituti nazionali), che ci fanno sapere che i *blue jeans* uomo costano 58,85 euro senza però dirci di quali *jeans* si tratta e dove vengono venduti, rilevano questi dati e osservano i prezzi nei singoli esercizi tenuti sotto controllo.

Il corto circuito informativo si verifica, quindi, allorché i dati vengono, per così dire, impastati assieme, per ottenere l'unico magico dato: quello statistico, nazionale o provinciale, anch'esso aggregato per generi, senza una trasparenza che giunga sino in fondo, ossia senza indicare la *performance* dei singoli esercizi rispetto ai singoli prodotti, omogenei per marca e per tipo. Come mai e perché? È un controsenso che solo dati aggregati ed anonimi siano portati a conoscenza dei consumatori, che vengono privati di conseguenza della sola – ripeto - informazione utile per combattere sul campo ed in concreto, orientandosi sugli esercizi e sui prodotti meno cari, l'ascesa dei prezzi.

Tutto questo è invece possibile, e da alcuni anni si è provato a realizzare, sia pure sulla scala limitata della sola città di Milano: il movimento consumatori – che, ripeto, non intendo impegnare con queste mie dichiarazioni - ha utilizzato e

sperimentato un diverso modello di osservatorio dei prezzi, i cui risultati vengono divulgati periodicamente da organi di stampa, in particolare da pagine locali dei quotidiani. I rilevatori del movimento ed i collaboratori dei giornali hanno sostanzialmente messo a punto un paniere essenziale di prodotti di largo consumo (alimenti, bevande, casalinghi essenziali) identificati per tipo, marca, misura della confezione, cioè con l'identificazione essenziale per comparare i prezzi di prodotti effettivamente omogenei. Hanno scelto una rosa di esercizi che vengono ruotati periodicamente, di vario tipo e natura (negozi di vicinato, piccoli supermercati, grandi drogherie e supermercati), dislocati in zone della città sufficientemente ampie, ma non troppo grandi, per rendere possibile lo spostamento dei consumatori da un esercizio all'altro. Quindi si rilevano i prezzi, per esempio, dei biscotti Oro Saiwa, confezione da 500 grammi, nell'esercizio SMA di piazzale Loreto, dove costano 1,86 euro, o al Punto Market di via Maggi, dove costano 2,10 euro, o alla drogheria Galli di via Canonica, dove costano 1,69: si esamina quindi il prezzo di quel prodotto in quegli esercizi, con nomi e cognomi dell'uno e degli altri. Solo questo orienta il consumatore, consentendogli di comprare meglio, solo questo lo aiuta concretamente.

Quindi, quello che si dovrebbe fare - e rinvio più ampiamente all'appunto che consegnerò agli uffici della Commissione gli ulteriori approfondimenti dell'argomento - è cambiare sostanzialmente non tanto il modo di rilevazione, quanto quello di elaborazione, di riaggregazione con nomi e cognomi e di comunicazione dei dati, elaborandoli su base di città, di grande quartiere, mantenendo l'identificazione delle singole marche e dei singoli esercizi che dovranno essere scelti e ruotati a campione per diverse tipologie distributive, per un lasso di tempo sufficiente, che stimo in almeno un quadrimestre, per identificare tendenze significative nel *trend* dei prezzi.

Naturalmente a tal fine sarà opportuno integrare le rilevazioni degli istituti nazionali con quelle degli osservatori locali sulla base di un *software ad hoc* che agevoli l'omogeneità delle rilevazioni, la riaggregazione su scala microterritoriale dei

dati, la specificità di riferimento merceologico e di identificazione degli esercizi commerciali osservati e, infine, la comunicazione all'utente dei dati rilevati, che oggi dovrebbe avvenire essenzialmente su Internet; vi assicuro che questi dati, quando non sono anonimi, ma con nomi e cognomi, tengono desta l'attenzione e le polemiche, quindi anche l'interesse dei *media* locali, per cui si può raggiungere un'effettiva diffusione della conoscenza.

Aggiungo anche un breve ricordo personale, visto che è presente il presidente della X Commissione della Camera Tabacci, dicendo che questi argomenti e queste considerazioni quasi vent'anni fa trovarono attenzione e consenso nell'allora Ministro dell'industria, il compianto onorevole Marcora, e spero lo ricordi anche il presidente Tabacci che del Ministro era allora giovane braccio destro.

Vorrei ora passare brevemente al secondo punto, riguardante la normativa vigente delle vendite a prezzi ribassati contenuta nel decreto legislativo n. 114 del 1998, concernente "Riforma della disciplina relativa al settore del commercio, a norma dell'articolo 4, comma 4, della legge 15 marzo 1997, n. 59". Anche questa osservazione riguarda la lotta per la trasparenza dei prezzi e soprattutto la lotta ai rincari.

Come è noto, secondo questa disciplina l'effettuazione di vendite a prezzi inferiori, significativamente inferiori a quelli praticati correntemente dagli esercizi, è soggetta a diverse limitazioni e restrizioni, anzitutto di ordine temporale, di formalità, di comunicazione amministrativa, di soggezione a vigilanza comunale; in particolare, le vendite promozionali si possono effettuare, come si sa, in determinati periodi, previa comunicazione, e via dicendo. Vorrei sottolineare il paradosso, cioè che tuttora nel nostro ordinamento, ed anche in una riforma che considero nettamente migliorativa della situazione precedente, sopravvive appunto il paradosso che per ribassare i prezzi ci sono limiti legali amministrativi che non sussistono invece per alzarli. È proprio così. È una stranezza normativa, una manifesta incongruità rispetto alla finalità di tutela del consumatore, del contenimento dei prezzi che sono

dichiaratamente alla base (articolo 1, comma 1, lettere *b*) e *c*) della riforma del commercio.

Ora, conosco benissimo - avendo anche in parte vissuto le discussioni che accompagnavano questa e le altre modifiche ricorrenti del regime delle vendite speciali - le preoccupazioni storiche alla radice di queste limitazioni, che si riassumono nell'esigenza di non far soccombere le piccole e medie imprese commerciali rispetto ai grandi distributori che, in quanto capaci di maggiori economie di scala, potrebbero agevolmente espellere le prime dal mercato. Si tratta di preoccupazioni che rifiuto di considerare meramente corporative, come qualcuno ha fatto e ancora fa; e non solo per ragioni - che peraltro considero assai serie - di carattere *lato sensu* sociale, connesse alla difesa di numerosissimi posti di lavoro; ragioni tanto più solide in congiunture di contrazione dell'occupazione industriale. Ma anche perché l'emarginazione della concorrenza del piccolo commercio indipendente, il cosiddetto commercio di vicinato, rischierebbe di costare caro ai consumatori nel medio-lungo termine, essendo facilmente prevedibile, anche alla luce di esperienze internazionali in paesi nei quali la distribuzione, in particolare la grande distribuzione ha quote di mercato maggiori, che anche al di là di ipotesi collusive in senso proprio, con i cartelli di prezzo, i gruppi oligopolisti, una volta dominato il mercato, tendano a praticare un pur tacito parallelismo di comportamenti (così si dice in gergo in termini di *antitrust*) anche per quanto riguarda i prezzi: un parallelismo che si traduce nella sostanziale eliminazione, quella volta per sempre, di una vera e vivace concorrenza.

Quindi ritengo giusto che la presenza attiva delle piccole e medie imprese venga sostenuta, in coerenza del resto con gli obiettivi dichiarati della riforma (lettera *d*) del citato articolo): "il pluralismo e l'equilibrio tra le diverse tipologie delle strutture distributive e le diverse forme di vendita, con particolare riguardo al riconoscimento e alla valorizzazione del ruolo delle piccole e medie imprese". Questo è sacrosanto; quello che invece non lo è - secondo me - in questo caso è lo strumento, ossia una disciplina limitativa dei ribassi che ponga al riparo l'inferiorità di quelle

imprese nel raggiungere più efficienti livelli marginali di costi rispetto ai livelli alla portata delle imprese maggiori.

Secondo me non si dovrebbero aiutare le imprese a porsi al riparo rispetto ad un'inefficienza strutturale, ma bisognerebbe aiutarle a superarla. E a tal fine, accanto ad altre misure agevolative, alcune delle quali contenute nella stessa legge di riforma, mi parrebbe molto più opportuno introdurre robusti incentivi di tipo fiscale e creditizio per consentire lo sviluppo più rapido e la maggiore estensione di prassi espressive di razionalizzazione di efficienza strutturale e, in particolare, la creazione e la gestione sia commerciale che logistica dei cosiddetti gruppi di acquisto collettivo, che potrebbero consentire alle piccole e medie imprese distributive, pur senza perdere la propria indipendenza e caratteristica di versatilità, specializzazione, flessibilità di servizio, che ne rappresentano il punto di maggior attrattiva, di accorciare significativamente le distanze in termini di economie complessive di scala e quindi di ottimizzazione dei costi marginali, garanzia strutturale, questa, di prezzi più convenienti.

Quindi – ripeto - non si tratta di porre al riparo da inefficienze, ma di aiutare a superare le stesse, che non dipendono da malvagità, ma da condizioni strutturali inferiori che si possono però compensare in altri modi. Questa a mio avviso è la correzione che si impone a questa normativa e che consentirebbe di armonizzare gli interessi delle piccole e medie imprese con la salvaguardia di un sistema differenziato di strutture distributive di mercato e gli interessi dei consumatori.

In sostanza, bisognerebbe abolire i vincoli e le limitazioni alla libertà dei ribassi equiparando i ribassi ai rialzi, in un'economia di mercato e in un regime di piena libertà, mantenendo però la restrizione attuale (e non il divieto) derivante dal decreto del Presidente della Repubblica 6 aprile 2001, n. 218, relativa alle vendite sotto costo.

In tal modo si eviterebbe che, al di là dei casi di effettiva necessità, il ribasso venga usato come arma predatoria per espellere dal mercato i piccoli concorrenti, incapaci di reggere finanziariamente la concorrenza di una politica commerciale in

perdita, che grazie alle sue forti risorse prima ti butta fuori dal mercato e poi resta sovrana, procedendo a rialzi compensativi secondo la pratica dei prezzi predatori ben nota al diritto *antitrust*.

Questo deve essere impedito, ma per far ciò basta mantenere la restrizione delle vendite sotto costo secondo l'attuale disciplina e abolire gli altri vincoli. Se voglio ribassare i prezzi dall'oggi al domani, perché non dovrei farlo? Se sono libero di alzarli, perché non devo poterli ribassare, nell'ambito di una disciplina che si prefigge la lotta al caro-vita e la tutela dei consumatori?

Questo "paletto" alle vendite sotto costo indiscriminate (da mantenere per i casi di vera necessità, ad esempio per i prodotti deperibili invenduti), unitamente alle misure di sostegno dell'efficienza strutturale delle piccole e medie imprese (ho alluso ai gruppi collettivi di acquisto, ma se ne possono agevolmente ipotizzare altre), consentirebbe di non privare i consumatori di un panorama più dinamico di offerte in concorrenza, aiutando contemporaneamente le piccole e medie imprese commerciali a migliorare l'efficienza delle proprie politiche di prezzo.

FARA. Signor Presidente, onorevoli parlamentari, vi ringrazio per l'opportunità di incontro che mi è stata offerta.

Ho ascoltato con molto interesse quanto ha appena dichiarato il professor Ghidini, ma le questioni di cui mi vorrei occupare stamattina sono più pregnanti, meno di sistema e di carattere più contingente. Credo di essere stato convocato dalla Commissione a seguito delle polemiche che sono sorte.

PRESIDENTE. Non per le polemiche, ma come tecnico.

FARA. Benissimo. Intanto, se mi è consentito, vorrei spendere due parole sull'istituto che presiedo, l'EURISPES, che è nato nel 1982.

La documentazione che ho consegnato alla Presidenza contiene l'elenco dei membri del consiglio direttivo e del comitato scientifico, le finalità dell'istituto e l'elenco dei committenti. Ho messo a disposizione anche il testo integrale dell'indagine statistica condotta sul caro-scuola nel novembre scorso, con la scheda di rilevazione dei prezzi, in modo che la Commissione possa avere un'idea chiara delle metodologie utilizzate nel rilevamento, nonché dell'indagine statistica sui prezzi dei prodotti alimentari che è stata al centro delle polemiche di questi giorni, assieme alla scheda di rilevazione dei prezzi di tali prodotti.

Ritengo che possa interessare il Parlamento sapere cosa pensano gli italiani. Tra le migliaia di lettere, di *e-mail* e di *fax* che ci sono stati inviati negli ultimi giorni, ne abbiamo presi a caso 100 e li abbiamo allegati affinché possiate prenderne nota, anche se non ci sfugge il fatto che ciascuno di voi ha la possibilità di conoscere direttamente gli orientamenti dell'opinione pubblica.

Per finire, ho messo a disposizione della Presidenza un *dossier* relativo alle polemiche che si sono registrate nel corso degli anni e che hanno messo in discussione le metodologie di rilevamento dell'ISTAT. Noi non siamo nuovi alle polemiche con l'ISTAT: le prime risalgono addirittura alla metà degli anni Ottanta.

Vorrei spendere due parole sull'istituto, perché nelle scorse settimane la nostra credibilità scientifica è stata messa in discussione.

PRESIDENTE. Mi scusi se la interrompo, ma siccome abbiamo tempi ristretti la pregherei di entrare nel merito dell'argomento per il quale è stato convocato.

FARA. Non ho problemi a farlo, ma francamente a questo punto mi sfugge quale sia l'argomento. Se non devo entrare nelle polemiche di queste settimane, se il tema non è la rilevazione compiuta dall'EURISPES sul caro-scuola, né la rilevazione dei prezzi in generale non riesco a capire a cosa possa servire la mia presenza in questa sede.

PRESIDENTE. La nostra indagine conoscitiva si svolge "sulle recenti dinamiche dei prezzi e delle tariffe e sulla tutela dei consumatori".

FARA. Benissimo. L'istituto ha costituito nei mesi scorsi un osservatorio permanente sui prezzi e i consumi insieme a otto associazioni dei consumatori (Adiconsum, Assoutenti, Cittadinanzattiva, Confconsumatori, Lega consumatori, Movimento consumatori, Movimento difesa del cittadino e Unione nazionale consumatori). L'obiettivo è quello di seguire e monitorare l'andamento dei prezzi nel nostro Paese.

La prima iniziativa dell'osservatorio si è concentrata sulla rilevazione dell'incremento dei prezzi nella scuola. A novembre sono stati diffusi i primi dati, che presentano una situazione completamente diversa da quella descritta dall'ISTAT. Per l'EURISPES l'incremento dei prezzi nel settore, rispetto all'anno precedente, è stato dell'8,5 per cento. In quell'occasione abbiamo monitorato 175 comuni (l'ISTAT effettua il monitoraggio su 74 comuni), controllato 476 punti vendita (non sappiamo quanti ne rilevi l'ISTAT), monitorato 41 voci di spesa (l'ISTAT ne osserva 13), impegnando 150 rilevatori. Il risultato finale indica appunto che, rispetto ai prezzi del 2001, nel 2002 c'è stato un incremento pari all'8,5 per cento.

Successivamente abbiamo condotto una rilevazione esclusivamente sui prodotti alimentari e sulle bevande. Il nostro rilevamento è stato effettuato su 134 comuni (l'ISTAT lo fa su 80), i punti vendita controllati sono stati 304 (per l'ISTAT non sappiamo), le voci monitorate sono state 147 (quelle dell'ISTAT 164) e i rilevatori impegnati sono stati 204. Il risultato finale è che per l'EURISPES l'aumento dei prezzi dei prodotti alimentari e delle bevande è stato del 29,2 per cento.

Dopo le nostre rilevazioni sono scattate le polemiche, ma esse risalgono ad agosto, quando il nostro istituto stimò l'inflazione complessiva all'8 per cento, come poi è stato confermato da eminenti studiosi. Proprio nei giorni scorsi il professor Fabris, che non è certamente un collaboratore dell'EURISPES ma è un'autorità indipendente in materia, ha detto testualmente: «E' inutile che ci nascondiamo la verità: l'inflazione generale è dell'8 per cento». Ho allegato nella documentazione anche il testo di tale intervista.

Quale è problema che noi segnaliamo? È che, pur essendo i tecnici dell'ISTAT stimabilissimi dal punto di vista tecnico (è inutile nasconderselo, l'ISTAT ha senz'altro i migliori tecnici in circolazione, perché evidentemente gli statistici hanno nell'ISTAT un punto di riferimento essenziale), noi contestiamo i metodi di rilevamento dell'Istituto nazionale di statistica, che in periferia affida in buona parte il rilevamento ad impiegati dei comuni, i quali svolgono il proprio lavoro con spirito assolutamente burocratico; quindi non sono i tecnici dell'ISTAT che rilevano i dati.

Siamo convinti che la pesatura all'interno del paniere sia profondamente errata, che produce quindi effetti distorsivi sul calcolo finale. Ad esempio, all'interno del paniere, fatto questo 100, attribuire alle spese per la casa una quota del 9 per cento significa essere al di fuori della realtà: con una famiglia di reddito medio di 4 milioni di vecchie lire, si affermerebbe in questa maniera che la spesa per la casa è di 360.000 lire al mese. Sfido chiunque a trovare una famiglia italiana che per la casa (affitto, condominio, riscaldamento e utenze varie) possa spendere questa cifra.

Lo stesso discorso vale per il calcolo del peso che si attribuisce alle assicurazioni, con un misero 0,5 per cento. Questo avviene perché l'ISTAT calcola il

peso delle assicurazioni sul differenziale tra quello che i cittadini pagano alle assicurazioni e quello che le assicurazioni stesse rimborsano ai cittadini. È facile capire che il peso reale per le famiglie non sta nel differenziale, ma in quello che veramente esse pagano.

Noi abbiamo deciso di continuare nel nostro lavoro, nonostante i diversi ed anche duri tentativi di delegittimazione. Stiamo preparando un paniere complessivo alternativo e queste prime due operazioni di misurazione sono propedeutiche alla messa a punto di un paniere alternativo; contiamo già da marzo-aprile di essere in condizione di effettuare i rilevamenti ed i calcoli relativi all'inflazione generale.

Noi speriamo di poter portare avanti il nostro lavoro in santa pace, in assoluta tranquillità. Difendiamo evidentemente la nostra libertà di ricerca e la nostra libertà, così come garantito dalla Costituzione, di produrre informazioni e di diffonderle. Non abbiamo evidentemente la pretesa di sostituirci a nessuno, ma crediamo che in un paese democratico possa esserci posto anche per voci non ufficiali. Quello che mi sembra stia passando in queste settimane è l'idea che le notizie sono scientifiche, vere, solo quando sono ufficiali. A me sembra questa un'affermazione veramente pericolosa.

Proprio stamattina i giornali riportano un dato molto interessante. È in corso un convegno all'Università di Roma-Tor Vergata e c'è un confronto abbastanza duro tra il Fondo monetario internazionale e l'ISTAT sul sommerso. Ebbene, noi siamo stati forse il primo istituto ad occuparci di sommerso, e due anni fa, e poi ancora un anno fa e poi nuovamente nel giugno di quest'anno (ho portato quella ricerca, che lascerò a disposizione dei Presidenti), avevamo quantificato l'incidenza del sommerso sul PIL nel 28,5 per cento. Ebbene, proprio i giornali di stamani riportano le stime del Fondo monetario internazionale che coincidono perfettamente con le nostre e che sono distanti di 12-13 punti da quelle dell'ISTAT.

Nel 1984 aprimmo una vertenza ed un confronto anche duro con l'ISTAT sul fenomeno dell'alcolismo. L'ISTAT allora censiva 750 morti per alcool e noi dicemmo che erano 30.000. Oggi, a distanza di circa 15 anni, secondo un articolo

pubblicato sul “Corriere della sera” di quattro giorni fa, l'ISTAT dice che sono esattamente quelli che noi aveva indicato allora.

PRESIDENTE. Per cortesia, atteniamoci però all'argomento iscritto all'ordine del giorno. Se noi andiamo indietro di quindici anni, non la finiamo più.

FARA. Signor Presidente, sto parlando di cose di oggi. Si tratta di questioni che sono state riprese dalla stampa in questi ultimi tre o quattro giorni.

Infortuni stradali: è lo stesso Ministero a contestare i metodi di rilevamento. Con tutto questo voglio dire che c'è un confronto in atto nel paese tra l'Istituto nazionale di statistica e istituti di ricerca privati che pretendono di fare ricerca. Questo è il dato. Evidentemente questo confronto è legato anche agli strumenti, alle metodologie, alle tecniche di rilevamento e di analisi e quindi i nostri dati, i dati degli istituti privati di ricerca, dell'EURISPES in particolare, non potranno mai coincidere con i dati dell'ISTAT.

TRAVAGLIA (FI). Signor Presidente, intendo riferirmi ad entrambi gli interventi dei nostri illustri ospiti. Ho l'impressione, per quanto riguarda le osservazioni del professor Ghidini, che forse ci sia un equivoco di base - almeno per quanto attiene alle mie conoscenze - sul ruolo dell'ISTAT, perché non ritengo che tale istituto sia al servizio dei consumatori. È al servizio delle istituzioni, delle realtà del paese, e le prospettive di poter addirittura in qualche modo spingere l'ISTAT a fare rilevazioni così settoriali e specifiche, come suggerito, anche in relazione all'illustrazione che ci è stata fatta tempo fa della complessità delle rilevazioni dell'ISTAT, mi sembrano sostanzialmente abbastanza irrealistiche. Non so se questo sarà possibile, ma forse l'ISTAT potrebbe mettere a disposizione delle organizzazioni dei consumatori determinati dati in suo possesso, per cui, il compito di effettuare rilevazioni più mirate potrebbe passare alle stesse organizzazioni dei consumatori, nei confronti delle quali - ripeto la mia antica convinzione - non nutro molta fiducia perché ho l'impressione che la loro consistenza sia più di facciata che reale.

Per quanto riguarda la parte dei prezzi ribassati, anche su questo credo ci possa essere un certo di equivoco. Ritengo che a sia vietato ribassare i prezzi. Ci sono certo delle normative che vietano di praticare la consuetudine dei "prezzi civetta", cioè di abbassare un unico prezzo per attirare i consumatori in un negozio praticando sugli altri prodotti prezzi più elevati. Quindi si tratta di una specie di accorgimento anche non molto morale, se vogliamo, e che rappresenta sostanzialmente quello che nel gergo del commercio si è usi definire come *dolus bonum*.

Lei stesso ha citato, professor Ghidini, tutta una serie di prezzi diversificati in vari esercizi commerciali, il che significa che alcuni praticano prezzi differenziati, quindi che rispetto ad un certo livello ideale sono riusciti a praticare un prezzo inferiore senza che nessuno intervenisse per impedirlo. Mi chiedo se nel quadro delle nostre audizioni sia stato previsto di ascoltare anche una controparte, il soggetto che generalmente è considerato il portavoce principale di questi interessi, mi riferisco all'organizzazione di Centromarca, che dispone di tutta una serie di dati, di

informazioni e di statistiche molto utili, che io personalmente suggerirei di convocare per conoscere anche l'altra faccia della medaglia.

Per quanto riguarda l'intervento del professor Fara, noi abbiamo sentito a più riprese l'illustrazione dell'attività dell'ISTAT e abbiamo avuto l'impressione che si tratti di un'organizzazione prestigiosa e collaudata. Fra l'altro, l'ISTAT fa parte di un *network* europeo nel cui ambito vengono confrontate le diverse metodologie, e quindi ci dà una garanzia più generale rispetto a quella che possono offrirci istituzioni certamente pregevolissime, ma che, avendo scopi commerciali, se non sono gestite in modo opportuno e discreto, possono creare qualche turbativa. Le ripercussioni generali sono molto più profonde di quanto si potrebbe pensare.

Mi lascia un po' perplesso il fatto che per questo tipo di investigazioni l'EURISPES ricorra anche ad ausiliari delle organizzazioni dei consumatori, la cui realtà ho esplorato a suo tempo. Non li considero molto validi, in quanto, pur essendo forti a livello di immagine pubblica e di ripercussione sulla stampa, come realtà organizzativa - a quanto mi consta - sono piuttosto deboli.

MORANDO (DS-U). Intendo ringraziare i nostri ospiti perché ritengo abbiano dato, ovviamente da punti di vista diversi, un contributo importante allo sviluppo di un'iniziativa che potrebbe competere al Parlamento, a fronte di un fenomeno che sta creando sconcerto e gravissime difficoltà nel rapporto tra la pubblica amministrazione e il Paese. Mi riferisco all'effetto dell'introduzione dell'euro sul sistema dei prezzi, su certi prezzi in particolare, tema oggetto di grandissima attenzione, sul quale la versione della realtà delle cose fornita dall'amministrazione è molto lontana dalla percezione dell'opinione pubblica. Il problema è serio e non è per nulla semplice stabilire quale sia la realtà.

E' chiaro che parte della difficoltà nasce dall'assimilazione del concetto di inflazione di sistema al concetto di aumento dei prezzi. Non possiamo pretendere che tutti diventino economisti affinché sia chiara questa differenza, quindi bisognerà che ci rassegniamo al fatto che tale diversità di percezione è dovuta in certa misura alla circostanza che il concetto di inflazione di sistema è più complesso di quello costruito

meramente sull'aumento dei prezzi, in particolare dei beni riguardanti la componente quotidiana della spesa da parte dei consumatori.

Il professor Ghidini mi sembra non abbia contestato il ruolo dell'ISTAT per quanto attiene all'utilizzo delle rilevazioni. Ha però evidenziato che le rilevazioni eseguite consentirebbero un trattamento dei dati anche in chiave di attività di informazione per i cittadini. La costruzione di un dato aggregato, naturalmente, è importantissima e va mantenuta. La domanda è la seguente: è possibile ipotizzare un intervento che, dal momento che i dati vengono rilevati con precisione e puntualità sul territorio e con riferimento alle singole merci, alla marca, al tipo di prodotto e di negozio, costruisca un'attività di informazione utile anche per il cittadino?

Non mi sembra un'indicazione di poco conto, anche perché si tratterebbe di un intervento assolutamente rispettoso del mercato. Non si farebbe altro che fornire informazioni *ex post* (ma si tratterebbe di un periodo breve), sulla base dei rilevamenti eseguiti con un livello di capillarità che poi si perde nell'attività successiva. Quei dati, che sono funzionali alla costruzione di un qualcosa assolutamente rilevante (che deve continuare ad essere elaborato), potrebbero essere utilizzati anche per informare il consumatore ed aiutarlo nelle sue scelte concrete.

Mi domando se esiste un modello di intervento che dal punto di vista organizzativo ci consenta di fare un passo avanti in tale direzione. Lei, professor Ghidini, ha fatto riferimento ad un'attività di tipo volontario, immagino utilissima, che segnala la potenzialità del metodo di cui ha parlato. Ritiene che si potrebbe intervenire da parte della pubblica amministrazione, o magari in sede legislativa, per fondare su quelle rilevazioni, parallelamente e senza impegnare in ciò l'ISTAT, un'opera di informazione dei consumatori che risulti efficace?

Sarebbe utilissimo provare a fare in modo che la politica corrisponda a questa percezione del fenomeno con una sua iniziativa. Non possiamo continuare a ripetere un dato, mentre la gente ne ha in testa un altro perché la pratica quotidiana suggerisce un'altra realtà: così il fossato che si è creato non potrà che allargarsi. Ognuno di noi, credo, andando in giro e dialogando con la gente, sente parlare di un aumento dei

prezzi (in particolare dei prodotti alimentari) decisamente superiore, non tanto al tasso di inflazione - questo è ovvio -, ma in genere a quello che viene indicato nei dati ufficiali.

Al direttore dell'EURISPES vorrei invece rivolgere la seguente domanda: la rilevazione che avete effettuato dove vi suggerisce che sia avvenuto l'abuso? Dentro il sistema distributivo nel suo complesso o in componenti del sistema medesimo, che più di altre hanno contribuito a determinare l'esito da voi rilevato? In proposito vorrei chiarire che noi assumiamo i dati da voi elaborati come tali. Almeno personalmente, non mi metto a discutere dell'attendibilità scientifica dell'EURISPES; non ho la capacità né la competenza per farlo né mi permetterei mai di farlo.

Il dato di fatto è che i prezzi industriali sono fermi, quindi se l'aumento è molto significativo è chiaro che la difficoltà si è determinata a livello del settore distributivo. E allora la domanda è la seguente: ciò è avvenuto in tutto il settore distributivo o solo in una parte di esso? E' rilevante saperlo anche ai fini della determinazione delle nostre politiche.

BARATELLA (DS-U). Dagli interventi dei nostri auditi, che ci hanno affetto un contributo molto importante, emergono alcuni elementi.

Vi è un primo dato di fatto: il nostro Paese era scarsamente preparato all'ingresso nell'euro, nonostante il lavoro svolto sul territorio dai vari comitati per l'euro, e ciò non tanto perché questi non abbiano funzionato, quanto perché non avevamo predisposto contromisure nel caso in cui si rilevassero aumenti dei prezzi, più o meno prevedibili, in alcuni settori.

Ritengo che i dati dell'EURISPES abbiano una loro attendibilità. I diretti interessati, i commercianti al dettaglio, ci spiegano che il fenomeno dipende dal fatto che, ad esempio nel settore dell'abbigliamento, nella stragrande maggioranza dei casi, le vecchie 10.000 lire sono diventate 10 euro. Ad opera del grossista in questo caso. Il rivenditore sostanzialmente afferma che il suo grossista ha tradotto il prezzo di 10.000 lire in 10 euro e che quindi lui stesso è costretto a dover ricaricare tale maggiorazione sul consumatore, l'utente finale, ovviamente a seconda della base di partenza, che è molto diversa.

Questo avviene in una parte molto importante del settore dell'abbigliamento. Non si tratta di un dato rilevabile da fonti particolari, ma dalle mie conoscenze, visto che per 25 anni ho lavorato nel settore del commercio e quindi qualche dato lo conosco; anche rispetto al mondo dell'organizzazione d'impresa del settore commerciale, laddove non si esprime quasi mai la fonte certa, ci sono dati disponibili di carattere generale, e da lì si evince una situazione un po' particolare. È vero, per quanto concerne la parte che dovremmo prendere in considerazione per intervenire, signor Presidente, che dobbiamo mettere le mani in gran parte sui costi primari, sui bisogni primari per la persona, quindi sulla casa, il settore alimentare e il settore dell'abbigliamento, che sono poi quelli che non casualmente vengono citati. Per il resto, nelle tariffe, anch'esse relative a bisogni primari (cioè luce, acqua e gas), si sono registrati aumenti, ma questi sono relativi, cioè siamo nell'ambito di un tasso d'inflazione più o meno programmata. Il dato si può anche certificare, verificare,

bloccare per tre mesi; si possono assumere iniziative anche legislative cogenti, cosa che invece non si può fare su elementi strutturali di tipo diverso.

Per quanto riguarda la necessità di incentivare il sistema dei gruppi di acquisto, devo dire che sono 25 anni che se ne parla, però di fatto, al di là dello spontaneismo delle ditte commerciali, non è successo assolutamente nulla. È una necessità per il settore del commercio, del cosiddetto libero commercio, che poi tanto libero non è perché è in settore di monopolio. Lo sanno tutti che ci sono delle regole, però è evidente che non è perché esiste una disposizione che stabilisce che ci sia libera concorrenza che automaticamente questa di fatto si verifica. Le situazioni sono poi abbastanza evidenti. Anche in questo caso, esistono forme distributive diverse, come si accennava prima, a partire dall'ambulantato, che è settore cui tradizionalmente si rivolgono alcuni ceti, alcune famiglie, ma che poi alla fine è un settore che - se non ricordo male - occupa dal 18 al 20 per cento del complessivo sistema distributivo, una fetta di mercato che non è stata erosa più di tanto (10 punti in trent'anni), qualcosa che in un regime di concorrenza può essere anche comprensibile.

Tornando all'inizio del nostro ragionamento, il problema è che, rispetto a bisogni primari che non sono più soddisfatti, noi abbiamo una serie di conseguenze. La prima - e la dovrà verificare il Ministro del lavoro e quant'altri - riguarda i costi salariali, perché è evidente che, se la cosiddetta famiglia media con un reddito mensile di 4 milioni di vecchie lire non ha lo stesso potere d'acquisto di prima, ma di un 8 per cento in meno, da qualche parte deve cercare di rifarsi; e non è solo contraendo i propri costi familiari che lo può fare.

Quindi vi è una richiesta di aumenti salariali che non è dovuta al fatto che il sindacato c'è l'ha contro questo o quel Governo, ma al fatto che oggettivamente la base sociale, che sono poi i lavoratori, si trova in grande difficoltà. Anche una serie di conflitti sociali non deriva dall'aumento significativo di un prezzo piuttosto che di un altro, ma dal sistema complessivo che noi abbiamo in essere e che non ha paracadute, non ha sistemi sociali non solo di rilevazione, ma soprattutto, una volta rilevato quale sia il sistema (che sia quello dell'ISTAT piuttosto che quello dell'EURISPES, o una

media comparata dei due), non ha un sistema sociale di elaborazione, per cui alla fine il problema oggettivo resta, e rispetto ad esso le risposte non sono sufficienti in relazione agli elementi strutturali.

Quindi la responsabilità non è da imputare al passaggio all'euro: l'euro non c'entra nulla, è un pretesto come un altro anche per scaricare parte di quel lavoro nero che pesa nell'ambito della concorrenza con quelle aziende che lavorano non con il sommerso, ma con quanto è nelle regole del gioco, nazionale e internazionale. In questo settore evidentemente occorrono dei sistemi non solo di monitoraggio, ma anche di intervento. Sta poi al Governo in questa fase, nonché al Parlamento - ancora meglio se ci fosse questa disponibilità - individuarli, con il contributo di autorevoli esperti come i professori Ghidini e Fara che abbiamo ascoltato oggi.

TABACCI (UDC (CCD-CDU)). Ho ascoltato considerazioni molto interessanti e mi compiaccio. Ritengo che questa sia un'occasione assai utile e che sia ovvio ribadire che un'indagine conoscitiva di questo tipo non è un consesso di statistici; la finalità che ci siamo proposti non è quella di approfondire dal punto di vista scientifico gli obiettivi di questo o di quell'istituto. Vorrei che fosse chiaro a tutti che la consapevolezza, il modo con il quale l'ISTAT raccoglie i dati, il paniere che ne determina la raccolta possono tutt'al più registrare una tendenza ai fini statistici, dati utili ai fini macroeconomici e contrattuali, e in tal senso può vi può essere un miglioramento perché non vi è dubbio che l'interesse è che si sia il più vicino possibile alla realtà. Però ha ragione il professor Ghidini: il consumatore ha secondo me bisogno di ben altro. Non è che, una volta che ha accertato che l'andamento dell'inflazione è di un certo livello piuttosto che di un altro, ha il cuore in pace ed è soddisfatto.

In realtà noi viviamo all'interno di un mercato che è profondamente truccato, ma lo è nei suoi dati fondamentali. Quando quasi un terzo dell'economia è in nero, vorrei capire come pretendiamo di essere in grado di tradurre statisticamente in maniera corretta elementi che sono fondamentali a diversi fini.

Credo sia giusto quanto rilevato dal professor Ghidini, in quanto il consumatore ha bisogno di una vasta e diffusa informazione per poter scegliere al meglio. Però qui arriviamo ad un punto dolente che è rappresentato dalla struttura della realtà distributiva del paese.

Il senatore Morando fa una considerazione secondo me molto corretta: se i prezzi alla produzione non sono cresciuti, e dai dati che ci sono a disposizione si capisce che non sono cresciuti neanche quelli del commercio all'ingrosso, vuol dire che c'è una qualche stortura. Perché è chiaro che i commercianti all'ingrosso i calcoli in applicazione dell'euro erano in grado di farli fin dall'inizio, utilizzando una calcolatrice, mentre chi si recava dal dettagliante questo calcolo lo faceva quanto meno in maniera abbastanza superficiale, moltiplicando per 2.000, il che già di per sé

incorporava un'inflazione pari a circa il 3 per cento, se i miei calcoli non sono errati; e questi aspetti incidono.

Tutte queste polemiche hanno finito per portare a dei paradossi: qualcuno ha anche detto che abbiamo sbagliato ad entrare nell'euro, il che la dice lunga su come la mente umana spesso sia fragile e si avvii a conseguenze opposte rispetto all'interesse del paese. Per fortuna che siamo entrati nell'euro e per fortuna che siamo in Europa!

MORANDO (DS-U). Anche per l'inflazione.

TABACCI (UDC (CCD-CDU)). Guardando alle nostre radici, devo dire che per fortuna furono compiute scelte importanti che ora abbiamo tradotto in essere concretamente. Quindi cerchiamo di non rovesciare i termini del problema. Lo devo dire perché ho letto anche affermazioni del genere e mi sembra che siano decisamente paradossali.

Ora, il nostro interesse è - e in questo senso i professori qui convocati possono darci una mano - capire come possiamo aiutare anche l'ISTAT a migliorare il suo paniere: questo è un compito per il quale possiamo indicare degli orientamenti, non certo fissare da un punto di vista legislativo come debba essere la raccolta dei dati. Ciò che invece tocca il legislatore è come migliorare la qualità e la struttura del commercio e della distribuzione, posto che ci sono dei contrasti evidenti tra il ruolo della grande distribuzione e la sua efficienza, il ruolo della piccola distribuzione e, talvolta, la sua inefficienza.

L'esempio che ha fatto il professor Ghidini in ordine al tema della libertà delle vendite sottocosto rappresenta certo una questione molto delicata e aperta, perché rischia, rendendo usuale una pratica di questa natura, di mettere fuori mercato la parte di vendita al dettaglio.

L'altra faccia della medaglia è però che i costi dell'inefficienza non possono essere scaricati sul consumo finale; diversamente, si deve registrare che vi è una struttura della distribuzione altamente inadeguata e inefficiente. Se non si deve

rendere consolidato il prevalere della gran distribuzione, non si può pensare di rendere stratificata tale articolazione (per dirlo in termini più eleganti) della distribuzione commerciale, che pesa direttamente sulle spalle del consumatore. È questo il punto che tocca il consumatore ed è questa la vera ragione dell'indagine: come aggiornare la legislazione sul commercio e aiutare le regioni a realizzare interventi che non siano a macchia di leopardo, perché si correrebbe il rischio di differenziazioni temporali delle procedure necessarie per aprire un negozio da regione a regione.

Sono un regionalista che non ha portato il cervello all'ammasso. La mia idea è che questo Paese debba ragionare sempre di più in termini europei e dovrà armonizzarsi con la legislazione comunitaria. Questo è il tipo di riflessione che dovremmo essere messi in condizioni di sviluppare. Penso a un documento finale ottimale che riesca ad entrare nel merito di queste considerazioni e a dare orientamenti precisi, collocando, tra l'altro, in quel contesto anche il ruolo e la funzione delle associazioni dei consumatori, sul cui grado di rappresentanza nutro anch'io moltissimi dubbi e non ne ho mai fatto mistero; peraltro, la loro proliferazione non è indice di serietà; questo però è un argomento che affronteremo in seguito.

Il problema è contenere questo fenomeno attraverso un'azione che organizzi nel migliore dei modi il ruolo di tali associazioni a tutela del consumo. All'uopo sarebbe opportuno verificare il tipo di informazione da dare, con quali modalità le istituzioni pubbliche possano supportare tale impegno. Sono queste le domande sulle quali le Commissioni congiunte hanno motivato la loro iniziativa, che non è legata alle polemiche di questi giorni, ma è frutto di una decisione assunta nei mesi scorsi. Infatti, siamo stati colti con un'indagine conoscitiva già in corso e solo la prontezza di riflessi del Presidente, peraltro nel pieno delle vacanze, ha consentito questo ulteriore aggiornamento di consultazione: ci eravamo già spinti oltre, non stavamo dormendo né tanto meno ci stavamo occupando di altro.

Affermo ciò per mettere le cose al loro posto con riferimento non ai presenti ma soprattutto a certe polemiche giornalistiche per cui il Parlamento sembrava

disinteressato o dormiente, mentre non era così poiché stavamo adottando l'argomento, anche se ovviamente con gli strumenti di cui disponiamo. Una cosa è ciò che fa il Governo, altro è quello che facciamo noi; ad ogni modo, eravamo già stati avvertiti e allertati in proposito.

GHIDINI. In merito alle prime domande, non ho dichiarato che le rilevazioni di tipo nazionale, statistico o aggregato siano inutili, ho anzi scritto che sono utili, per ragionare sul livello di inflazione del Paese, al Governo, alla classe politica, ai sindacati e alla Banca d'Italia, in altre parole sono utili per quei rilievi di tipo macroeconomico e contrattuale (specie per il rinnovo dei contratti), cui ha alluso anche il presidente Tabacci.

Come rilevava il senatore Morando, attraverso questi dati si potrebbe dare anche quell'altro tipo d'informazione. In tal senso sono d'accordo sul fatto che le rilevazioni non spettino tanto e soltanto agli istituti nazionali ma che debbano essere integrate da quelle svolte dagli enti locali, dai comuni e dalle camere di commercio. Ho letto che bisognerebbe buttare via i dati raccolti con le rilevazioni effettuate sugli esercizi controllati dall'ISTAT, che mi sembra siano pari a 29.000: mi sembrerebbe sinceramente uno spreco di denaro pubblico. Bisognerebbe invece unire tali dati con gli altri più capillari e numerosi, comporre quindi una massa critica e poi disgregare i dati su base territoriale.

Sotto quest'aspetto, senatore Morando, nella normativa attualmente vigente esiste un punto d'attacco per migliorare questo genere d'osservazione. L'articolo 6 della legge di riforma del commercio prevede che le regioni definiscano gli indirizzi generali perseguendo determinati obiettivi, fra i quali è indicato quello di assicurare, avvalendosi dei comuni e delle camere di commercio, industria e artigianato, un sistema coordinato di monitoraggio riferito all'entità e all'efficienza della rete distributiva, attraverso la costituzione di appositi osservatori ai quali partecipano anche enti locali, consumatori, imprese del commercio, lavoratori dipendenti, e via discorrendo, coordinati da un osservatorio nazionale costituito presso il Ministero dell'industria del commercio e dell'artigianato.

Concordo con il presidente Tabacci sul fatto che debba essere un regolamento quadro a disciplinare la materia per evitare che i sistemi di prezzi siano disomogenei tra regioni e regioni. Peraltro, poiché esiste già (e almeno in base alle mie conoscenze

molti comuni lo applicano) un regolamento quadro, si potrebbe prevedere che l'articolo 6, lettera g), vada attuato ricorrendo anche a forme di osservazione disaggregata con determinati osservatori - di cui indicare nome e cognome - dei prezzi e dei generi.

Richiamo un altro esempio tra quelli che ho allegato al mio appunto. Il comune di Milano rileva il prezzo degli aperitivi ma in che modo? Il dato rilevato dice che in dicembre l'aperitivo alcolico costa 2,27 euro. Ma di quale aperitivo si tratta? Il Campari, il Punt e Mes o il Cinzano? E in quale bar? A cosa serve questa rilevazione? A spendere meno? Ecco, è questo che è assurdo. La rilevazione è quindi effettuata sui singoli bar, sui singoli esercizi e sui singoli tipi di prodotto e poi tutto è rimpastato in una media "trilussiana".

In merito al regime dei prezzi, è stato rilevato che la disciplina attuale, che limita i ribassi, è diretta a regolamentare e ad escludere le cosiddette vendite civetta, *cachage*, ossia la vendita sottocosto di un prodotto per richiamare il consumatore, salvo però aumentare il prezzo di altri prodotti per recuperare il denaro perduto. Non sono del tutto d'accordo sul piano dell'analisi della disciplina.

La disciplina delle vendite straordinarie di cui alla legge sul commercio stabilisce che per vendite straordinarie si intendono liquidazioni di fine stagione o promozionali, nelle quali l'esercente dettagliante offre reali ed effettive condizioni favorevoli di acquisto dei propri prodotti; dunque, disciplina l'improvviso, rapido e forte scarto del prezzo di un proprio prodotto e non la differenza tra i prezzi dall'uno all'altro prodotto. Se si vende un prodotto oggi a cento e domani a cinquanta, sono necessarie tutte le autorizzazioni previste. Il sottocosto, vendere cioè al di sotto di quanto si è comperato, è disciplinato ed è giustamente vietato.

La vendita civetta, invece, ormai per pacifica giurisprudenza, è oggetto di un divieto specifico normativo come un fatto pacificamente illecito di concorrenza sleale, ai sensi della normativa sulla concorrenza sleale prevista nel codice civile all'articolo 2598, come atto contrario alla correttezza professionale. La nostra disciplina - ripeto - pone dei limiti alla vendita dei propri prodotti e al mutamento di

politica rapida, repentina e sostanziale, anche prima e indipendentemente dalla vendita sottocosto, molto giustamente disciplinata in termini restrittivi. Considero non solo assurdo ma anche un controsenso che si possa ribassare il prezzo di un prodotto in certi periodi con comunicazioni e controlli, mentre per rialzarlo viga un regime di totale libertà. Ai fini della tutela dei consumatori non mi sembra corretto un regime del genere.

FARA. Cercherò di essere rapidissimo fornendo innanzi tutto alcune precisazioni. Poiché si è fatto riferimento a possibili interessi di una società, mi corre l'obbligo di specificare che l'EURISPES non è una società di capitali: è un ente senza fini di lucro, con un consiglio direttivo composto da rappresentanti ed esponenti di tutte le aree politiche e culturali, che svolge il suo lavoro da vent'anni con assoluta imparzialità. Certamente avremo qualche volta scontentato una parte, accontentato l'altra, e viceversa, ma così va il mondo.

Il senatore Morando ha chiesto dove sono aumentati i prezzi. Dalle verifiche che abbiamo effettuato, i prezzi non sono aumentati alla produzione ma neanche nella gran distribuzione, lascio dunque a voi trarre le conseguenze.

Riguardo poi al fatto che l'EURISPES si avvale di ausiliari delle associazioni dei consumatori, vorrei ricordare che l'istituto ha una rete propria di 140 rilevatori sul territorio e che in alcune città, con l'obiettivo di mettere a punto delle verifiche incrociate, abbiamo utilizzato volontari di associazioni, ma l'indagine è stata condotta dai nostri rilevatori. Aggiungo che le rilevazioni dell'EURISPES non sono sostenute economicamente dalle associazioni dei consumatori, le quali, come sapete benissimo, non hanno grandi mezzi e possibilità.

Mi avvio a concludere. Devo confessarvi - e non vorrei sembrarvi irrispettoso - la mia parziale delusione, perché sono venuto qui con l'idea di dover parlare di alcune questioni e mi ritrovo invece ad occuparmi di altre.

PRESIDENTE. È una scelta che ha fatto lei, parlando solo di EURISPES.

FARA. Non vorrei apparire puntiglioso, ma la convocazione è giunta nel bel mezzo di una polemica e io penso di essere stato rispettoso delle istituzioni interrompendo immediatamente qualsiasi diatriba con l'ISTAT. La sensazione che ho è che si stia perdendo di vista l'obiettivo.

Vorrei richiamare l'attenzione degli onorevoli parlamentari su un documento (che non è dell'EURISPES, ma della Commissione delle Comunità europee) che recita testualmente: «La povertà e l'esclusione dalla società continuano ad essere fenomeni diffusi nell'Unione europea, ma l'entità e la natura del problema variano significativamente tra gli Stati membri. Tuttavia, poiché continuano a mancare statistiche tempestive e comparabili, non è possibile fare un quadro completo delle tendenze recenti».

Il problema vero, a mio avviso, è quello di ragionare su quali strumenti e metodologie utilizzare per conoscere meglio la realtà, per dare anche al Parlamento e al Governo la possibilità di agire in maniera informata e con un'approfondita conoscenza dei fatti.

PRESIDENTE. Ringrazio i nostri ospiti e dichiaro conclusa l'audizione.

**Presidenza del presidente della X Commissione permanente
della Camera dei deputati TABACCI**

Audizione di rappresentanti dell'UNIONCAMERE

PRESIDENTE. Passiamo ora all'audizione di rappresentanti dell'UNIONCAMERE.

Sono presenti il dottor Tripoli, il dottor Ugo Girardi e la dottoressa Tiziana Pompei, rispettivamente segretario generale, vice segretario generale vicario e responsabile dell'ufficio legislativo dell'UNIONCAMERE, che ringrazio per aver accolto il nostro invito.

Lo scopo di questa indagine conoscitiva va ben oltre le polemiche delle ultime settimane, ed è quello di valutare le dinamiche dei prezzi e delle tariffe e la tutela dei consumatori, anche al fine di aggiornare la legislazione del settore. Tra i soggetti da audire abbiamo indicato altresì la struttura camerale, che - per la sua distribuzione sul territorio e per la sua autorevolezza - avrà sicuramente cose interessanti da dirci.

Do la parola al segretario generale, dottor Tripoli, per una breve illustrazione.

TRIPOLI. La ringrazio, signor Presidente, per questa audizione, che ci consente di illustrare le nostre attività e le nostre iniziative, nonché di svolgere alcune osservazioni che da esse emergono in relazione al tema dei prezzi e più in generale del ruolo dei consumatori sul versante delle dinamiche inflattive.

Nel documento che abbiamo messo a vostra disposizione è raccolta una sintesi delle valutazioni sui temi oggetto dell'audizione odierna, quindi le riprenderò solo sommariamente. Come voi sapete, le camere di commercio hanno una lunga tradizione di osservatorio economico rispetto alla formazione dei prezzi e, in particolare, al rapporto fra le varie fasi della formazione del prezzo all'interno dei diversi mercati. I monitoraggi sono effettuati sia a livello locale che a livello nazionale.

Innanzitutto, i nostri osservatori, utilizzando i dati delle rilevazioni compiute ordinariamente dall'ISTAT sui 568 indici elementari, ricompongono le valutazioni relative a sei comparti principali (beni alimentari, distinto nelle parti "fresco" e "non fresco"; beni non alimentari; servizi privati; beni energetici; tariffe; affitti), in modo da consentire più facilmente di cogliere le tendenze che si esprimono all'interno dei comparti medesimi.

Per ciascuno di essi svolgiamo un'attività di monitoraggio periodica tesa ad evidenziare gli elementi della domanda e dell'offerta, il peso della normativa, la variazione del prezzo delle materie prime e dei beni energetici, il rilievo che assumono le politiche tariffarie, eccetera. Questo ci consente di rileggere i dati che emergono dalle valutazioni dell'ISTAT componendoli in un'analisi più complessiva.

Un secondo osservatorio, di cui trovate abbondantemente conto nel documento che abbiamo consegnato, provvede poi - analogamente a quanto fa l'ISTAT, ma sotto un diverso profilo - ad una rilevazione dei prezzi alla produzione dei beni finali di consumo, esclusi i settore ortofrutticolo e itticolo. L'ISTAT rileva il prezzo di questi beni dal lato dell'offerta, cioè a partire dai listini fatti dalle industrie che producono i beni medesimi; le camere di commercio, invece, fanno la rilevazione dal lato della

domanda, ossia del prezzo che spuntano le centrali di acquisto della distribuzione organizzata.

Abbiamo un tavolo periodico, che si riunisce presso l'UNIONCAMERE, che esprime le sue valutazioni in relazione a tali prezzi. Il paniere è più ristretto di quello dell'ISTAT: si tratta di 39 beni alimentari di grande consumo e di 15 beni non alimentari. Trimestralmente pubblichiamo un bollettino, un notiziario che probabilmente avrete già avuto occasione di esaminare, che si chiama "Tendenze dei prezzi", che raccoglie le nostre valutazioni anche per quanto riguarda gli aspetti previsionali.

I settori ortofrutticolo e ittico, come dicevo, non rientrano nel paniere dei 39 prodotti alimentari. Qui si inserisce un terzo sistema di rilevazione delle camere di commercio, cioè il sistema di rilevazione dei mercati all'ingrosso, secondo una lunga tradizione che abbiamo recentemente rilanciato con particolare attenzione ai mercati al dettaglio (ad esempio, rileviamo i prezzi dei prodotti ortofrutticoli nel mercato di Milano, rivolto al dettaglio, piuttosto che in quello di Vittoria, rivolto all'ingrosso).

Il quarto sistema di monitoraggio è quello che, a partire dalle rilevazioni che facciamo sulla base delle tariffe nazionali e locali, abbiamo di recente inserito valorizzando il ruolo che il Parlamento ha dato alle camere di commercio quali punto di osservazione e di valutazione delle scelte a favore o contro gli utenti ed i consumatori a livello locale. L'osservatorio è partito dalla valutazione delle tariffe del servizio idrico: rileviamo la formazione, la composizione e la congruità delle tariffe per quei soggetti che gestiscono il servizio non in economia, quindi consorzi e società cooperative, non quando il servizio è gestito direttamente dal comune.

Questa serie di strumenti si aggiunge a quello che le camere di commercio realizzano poi sul territorio. Lo fanno tenendo conto di un dato che a mio avviso è importante anche nelle scelte di politiche e strumenti che possono essere attivati su questo versante, cioè il fatto che nelle camere di commercio - come senz'altro vi è noto - siedono in rappresentanza permanente le associazioni dei consumatori. Questo

fa sì che ad una serie di strumenti territorialmente attivati dalle camere di commercio partecipino in larga misura anche le associazioni dei consumatori.

Detto questo, vorrei fare due sottolineature a mio avviso di particolare rilievo, ovviamente lasciando all'eventuale dibattito - e comunque facendo riferimento al documento che abbiamo consegnato - gli approfondimenti di dettaglio e di carattere più economico. Un primo elemento ci sentiamo di sottolineare: dai nostri osservatori originari, cioè da quelli che recuperano e valutano dati relativi alla formazione dei prezzi a livello di prezzi originari, dati nostri propri, risulta sicuramente una conferma del valore delle indicazioni che vengono dall'Istituto nazionale di statistica. Le nostre fonti dirette, che sono quelle della rilevazione dei prezzi alla produzione, la rilevazione dei mercati e questo osservatorio sulle tariffe, danno per convincenti e per corretti i dati e le valutazioni statistiche che l'ISTAT ha dato e fornito in questi mesi. Abbiamo affrontato questi temi anche all'interno delle camere di commercio, perché in più di un'occasione dagli stessi consumatori ci è stato fatto rilevare che i consumatori avvertivano un'inflazione differente da quella percepita dall'ISTAT, come evidentemente è emerso dai *media* nei mesi scorsi in maniera diffusa. È ovvio che da questo punto di vista vi è un fenomeno di percezione differente dell'inflazione reale, un fenomeno di inflazione percepita su certi beni e servizi che in questi mesi si è sicuramente spostata verso l'alto in modo evidente, percepita in modo accentuato rispetto al paniere complessivo dei beni e servizi sottoposti a monitoraggio. Faccio un esempio: un certo tipo di servizi come è noto nel corso dell'anno precedente è salito abbondantemente (mi riferisco ai servizi delle assicurazioni e ai costi dei servizi bancari), attestandosi a livelli vicini alle due cifre di inflazione. Questi elementi inducono ovviamente i consumatori a percepire un fenomeno di aumento dei prezzi molto più vistoso ed evidente di quello che in realtà è dato appurare.

Ci siamo posti su questo fronte la questione, e questo è anche un contributo che in qualche modo vorremmo dare ai lavori della Commissione. In base alla nostra esperienza, riteniamo, di poter valutare le possibilità esistenti per realizzare politiche e strumenti che intervengano efficacemente su questi temi. Sicuramente vi è una

scelta di politiche dal lato dell'offerta, e una scelta di politiche che vadano nella direzione importante della liberalizzazione di certi settori. Allo stesso modo, dalle nostre rilevazioni sono apparse utili, sia pure da non estendere come misure ordinarie, quelle misure di blocco delle tariffe nazionali o di determinazione del prezzo di certi beni, come i medicinali, al fine di tenere più a freno il fenomeno dell'inflazione.

Quello che però vorremmo sottolineare riguarda soprattutto il lato della domanda, in quanto su questo fronte vi è la possibilità di fare molto attivando proprio le energie dei consumatori. Si può fare molto soprattutto su due versanti, su quello dell'informazione e su quello di quell'attività che si chiama *moral suasion*, che a livello territoriale può essere svolta in modo efficace per contenere e tenere sotto controllo fenomeni di questo tipo.

Noi abbiamo avuto un'esperienza nel periodo del *change over* che ha prodotto, laddove è stata realizzata, come ad esempio in tutte le camere di commercio, buoni risultati, tenendo conto che l'adesione da parte delle imprese era volontaria: mi riferisco all'esperienza dell'euro-logo, cioè un sistema in base al quale si verificava un fenomeno di autoregolazione nella determinazione dei prezzi. Abbiamo tratto una valutazione assai positiva da questa esperienza.

Su questo versante si è irrobustita negli scorsi mesi una serie di strumenti che, con denominazioni varie, ha però avuto un fondamento unico: definire a livello territoriale, all'interno della singola camera di commercio, una serie di strumenti di osservazione, una sorta di "cruscotto" della formazione dei prezzi nei diversi mercati locali, creando un contatto tra le associazioni, le istituzioni locali e le camere di commercio. Questo fenomeno, cui oltre la metà delle camere di commercio ha dato vita, denominandolo in vario modo (paniere, borsa della spesa, osservatorio), consiste fondamentalmente in un'attività di *moral suasion* nei confronti delle imprese, che serve a decongestionare, laddove presenti, e a segnalare, laddove ci fossero in ipotesi, casi di crescita ingiustificata dei prezzi.

L'altro versante che mi sembra di dover sottolineare come possibilità di intervento efficace è quello dell'informazione. I consumatori gradiscono, laddove lo

abbiamo realizzato sperimentalmente, che vi sia uno strumento, un sistema di informazione sui prezzi praticati nell'area territoriale di loro competenza, cui loro sono direttamente interessati; da ciò, per quello che ci riguarda, è venuta fuori una valutazione più complessiva dell'utilità di strumenti di questo tipo anche a livello nazionale, strumenti cioè che orientino, che informino i consumatori, in modo che loro possano orientarsi su una serie di fenomeni che riguardano i prezzi, in modo da potersi indirizzare verso quei prodotti che, salvaguardando certi criteri, certi principi, possano essere di utilizzo ad un prezzo più basso di quelli invece coinvolti in fenomeni di crescita dei prezzi. Faccio un esempio: nel settore alimentare molto spesso ci sono prodotti equivalenti quanto a valore energetico, a qualità, a valore nutrizionale; pertanto potrebbe essere assai utile individuare strumenti che rilevino quelle stagionalità dei prezzi legate ad eventi climatici, per esempio, orientando i consumatori verso un tipo di prodotto piuttosto che un altro, cioè una sorta di "onda verde" di informazione sulla formazione dei prezzi e sui prodotti. In questo caso il grande soggetto da evocare è la possibilità che i consumatori compiano scelte il più possibile consapevoli ed informate. E da questo punto di vista il sistema delle camere di commercio a livello territoriale, ma con strumenti anche a livello nazionale, potrebbe essere messo a disposizione per un servizio di questo tipo.

Nel documento che vi abbiamo consegnato vi è tutta una serie di riflessioni che ora tralascio ma che sono documentate con tabelle e con dati relativi all'inflazione dello scorso anno, alla crescita delle tariffe, al tema del *change over*, eccetera.

Dovendo riassumere, sono possibili importanti iniziative di informazione, di *moral suasion* e, dal lato dell'offerta, è necessaria una politica mirata soprattutto alla liberalizzazione.

PRESIDENTE. Se in sede di elaborazione del documento conclusivo della presente indagine conoscitiva avremo necessità di qualche vostro ulteriore contributo, provvederemo a farvene richiesta.

Ringrazio i nostri ospiti e dichiaro conclusa l'audizione.

Presidenza della presidente della 10^a Commissione permanente del Senato

PONTONE

Audizione di rappresentanti dell'ISTAT

PRESIDENTE. Procediamo all'audizione dei rappresentanti dell'ISTAT, che ringrazio per avere accolto questo nostro ulteriore invito, resosi necessario a seguito dei più recenti avvenimenti.

Sono presenti, per l'ISTAT, il professor Luigi Biggeri, presidente, il dottor Andrea Mancini, capo dipartimento delle statistiche economiche congiunturali, la dottoressa Laura Leoni, dirigente del servizio statistiche sui prezzi, e la dottoressa Patrizia Cacioli, dirigente dell'ufficio della comunicazione.

Do quindi la parola al professor Biggeri, che svolgerà una relazione introduttiva.

BIGGERI. Signor Presidente, per la verità, più che illustrare una relazione pensavo di dover rispondere a domande specifiche. Ad ogni modo, posso ripetere quanto ho già riferito. Gli unici punti importanti sono emersi alla luce delle polemiche che ci sono state dopo la presentazione del rapporto diffuso dall'EURISPES, In proposito vorrei svolgere alcune brevi considerazioni con riferimento ai risultati di tale indagine. Sia nella relazione ma soprattutto nelle affermazioni oggetto delle polemiche di questi giorni sembrerebbe che qualcuno contesti il monopolio dello Stato e degli enti di ricerca. In tutti i Paesi, e anche in Italia, la ricerca scientifica, che è libera, è quella che si pubblica sulle riviste scientifiche che verificano se la stessa è valida e può essere pubblicata. In caso contrario non si tratta di ricerca scientifica. Questa la prima considerazione che voglio esprimere: non vi è monopolio della ricerca scientifica.

Seconda considerazione. Monopolio dell'ISTAT per la statistica pubblica o, meglio, ufficiale: questa regola trae origine da principi delle Nazioni Unite che i membri delle Commissioni conoscono. In particolare, un principio delle Nazioni Unite stabilisce che in ogni Paese debba esserci un istituto nazionale di statistica autonomo ed indipendente per fornire al Paese, al Governo e alla collettività dati e informazioni statistiche di alta qualità e imparziali.

Come ho già avuto modo di riferire alle Commissioni congiunte, questo principio generale delle Nazioni Unite è riportato nella dichiarazione del 1994 e vale in tutti i Paesi proprio per lo sviluppo della democrazia. Chiunque si può rendere conto che se non vi fosse un ente autonomo e indipendente che certifica e che è a sua volta certificato da parte di organismi internazionali in merito alla qualità delle statistiche che produce, per ogni informazione statistica si presenterebbero almeno dieci alternative.

Permettetemi di fare una battuta: in Italia, come tutti gli uomini - e forse ormai anche le donne - si sentono commissari tecnici, purtroppo anche tanti istituti, che non hanno certe caratteristiche, si sentono in grado di sostituire l'Istituto nazionale di

statistica. È soltanto una battuta, ma non credo debba essere questo il senso del nostro incontro. Bisogna ricondursi invece ad un aspetto scientifico. Se esistono motivi scientifici per criticare l'ISTAT, accettiamo volentieri le critiche, ma solo se scientifiche e non basate su rilevazioni, a nostro avviso, inadeguate. Ripeto, non esiste monopolio; è un monopolio stabilito in tutti i Paesi per determinate - e non tutte quindi - informazioni statistiche. L'indice dei prezzi al consumo per la misura dell'inflazione è una di queste informazioni statistiche approvata come rilevazione statistica attraverso il programma statistico nazionale, secondo una decisione assunta annualmente. Ogni anno si stabilisce quali sono le rilevazioni obbligatorie che devono essere assoggettate al cosiddetto monopolio. Da parte nostra quindi non vi è alcun monopolio scientifico e vorrei che questo concetto fosse chiaro; vi è anzi ampia disponibilità, come peraltro abbiamo dimostrato alle associazioni dei consumatori incontrate per discutere sul merito scientifico delle problematiche.

Mi corre l'obbligo di fare un'ulteriore precisazione sulla ricerca compiuta, che credo sia stata consegnata a tutti voi. Alcuni punti fondamentali necessitano di un chiarimento: chi ha effettuato la rilevazione; quali erano i relatori e se sono membri delle associazioni dei consumatori (aspetto quest'ultimo che potrebbe non essere importante ma che è certamente da tenere in considerazione); infine, e soprattutto, quali sono le procedure seguite per effettuare le rilevazioni.

TABACCI (*UDC (CCD-CDU)*). A quali rilevazioni si riferisce?

BIGGERI. A quelle effettuate dall'EURISPES.

TABACCI (*UDC (CCD-CDU)*). Mi scusi, ma in questo momento non siamo interessati a conoscere il vostro giudizio sull'indagine dell'EURISPES. Certamente la ricerca è libera e quanto lei ha riferito ci conforta perché aiuta ad essere più sereni nei giudizi, dal momento che ognuno è libero di effettuare le ricerche che vuole. La questione di fondo però è la seguente: alla luce delle più recenti polemiche e anche di

quelle risalenti a quest'estate, l'Istituto di statistica nazionale del nostro Paese deve essere in grado di trasmettere all'opinione pubblica un dato che tenda a mettere in sintonia la percezione con la realtà, sapendo che vi è una distanza non sempre colmabile tra l'una e l'altra e sapendo, noi, che il lavoro statistico ha delle finalità istituzionali quali, ad esempio, quelle relative ai grandi agglomerati della macroeconomia e quelle riferite alla contrattualistica. Si tratta di compiti istituzionali validi.

I fatti in discussione si sono verificati però quest'anno in occasione dell'ingresso dell'Italia nell'euro. Ciò non significa che si sia sbagliato ad entrare nell'euro, che è un punto di forza oltre che la nostra salvezza, e lo affermo proprio per rilevare che da più parti si sono ascoltate sciocchezze di varia natura. La realtà è un'altra ed è questa la ragione della vostra presenza oggi qui. Peraltro, fino a che non sarà predisposto il documento conclusivo dovrete sentirvi parte del lavoro che queste Commissioni congiunte intendono svolgere.

Il problema vero è come si possa organizzare dal punto di vista scientifico una statistica che tenda ad interpretare nel modo migliore possibile una sensazione diffusa nel Paese, e cioè che l'inflazione percepita è superiore a quella che è stata censita.

Non essendo uno statista, ho dichiarato che i panieri sono modificabili, come è naturale che sia; non esiste un paniere esemplare di per sé. Non era però questo l'oggetto della nostra indagine; non vogliamo certo spiegarvi come si modifica il paniere, sarete voi eventualmente a dircelo. Il nostro interrogativo è come ridurre il *gap* che esiste tra l'una e l'altra valutazione dell'inflazione.

BIGGERI. La differenza tra inflazione percepita e inflazione misurata non è tipica dell'Italia ma è presente in tutti i Paesi. Peraltro, nel 2002 tale differenza è stata superiore negli altri Paesi europei, dove si è manifestato un divario più forte, rispetto a quella registrata in Italia. Perché l'inflazione percepita è superiore a quella misurata? È facilmente dimostrabile come alla base di ciò vi siano alcuni motivi per i quali l'inflazione è percepita come superiore. Il primo motivo è di natura psicologica: si ricordano con maggiore facilità i prezzi più alti. Abbiamo distribuito alcune tabelle dalle quali, facendo riferimento agli indici per i singoli prodotti si evince chiaramente che, in un determinato periodo dell'anno, per la frutta, per gli ortaggi (cipolle, pomodori) e anche per singoli beni (ad esempio, prodotti della pesca) si sono registrati aumenti fino al 40 per cento. In altre parole, l'incremento tendenziale dell'indice dei prezzi per questi prodotti è stato fino al 40 per cento. In particolare, se non vado errato, per la frutta vi è stato un aumento medio di circa il 12 per cento, mentre per gli ortaggi addirittura di quasi il 16 per cento. Chiaramente aumenti così forti sono percepiti come un aumento di tutti i beni e servizi di cui usufruisce il cittadino nel mercato e quindi come aumenti generalizzati. Da quelle stesse tabelle si evince invece che per molti beni e servizi i prezzi sono diminuiti o rimasti costanti.

In secondo luogo, la percezione si basa sugli acquisti più frequenti. Alcuni acquisti vengono fatti da una famiglia o da una persona una volta ogni due mesi, o addirittura una volta all'anno, altri invece giornalmente. Guarda caso, dalle analisi che abbiamo eseguito e che abbiamo presentato risulta che gli incrementi maggiori dei prezzi li hanno avuti proprio quei beni e quei servizi che si acquistano giornalmente, ma che non è detto pesino sul bilancio complessivo della famiglia allo stesso modo di altri per i quali l'acquisto si fa invece più raramente.

Questo è un elemento che piano piano sta riducendo la sua influenza. Le ultime rilevazioni fatte nei vari Paesi europei ci dicono che, mentre l'inflazione percepita era molto distante dall'inflazione rilevata a partire dal mese di maggio fino a settembre, ora invece questo *gap* sta rientrando, perché appunto si sta riassorbendo l'ondata di

aumenti che sembravano elevatissimi ma che in media lo erano solo per alcuni beni e servizi, e non per il complesso della spesa per consumi. Da tale punto di vista - e così rispondo al presidente Tabacci - si può giungere ad un avvicinamento dei due dati solo quando l'inflazione percepita tende a smorzare le punte di aumento, che a poco a poco si vanno attenuando.

Per quanto riguarda la misura dell'inflazione (mi sembra di averlo già detto durante la scorsa audizione, ma posso cercare di essere più preciso ora), è evidente che essa vale in termini macroeconomici, quindi per l'economia nel suo complesso e non per le singole famiglie. Nessuna famiglia, singolarmente presa, è rappresentata in un indice dei prezzi al consumo, perché l'indice dei prezzi al consumo riguarda le variazioni dei prezzi per i consumi dell'intera collettività che transitano per il mercato. Questa è la definizione che viene data a livello internazionale e che noi seguiamo. È quindi chiaro che la singola famiglia non ci si ritrova, perché non avrà l'ampiezza dei consumi di tutta la collettività nazionale. La singola famiglia deve farsi i conti da sola, non può certo farlo l'ISTAT.

Se ricordate, abbiamo anche parlato di indici differenziati per tipologie di famiglie. Teoricamente si possono costruire, ma dal punto di vista pratico ciò richiederebbe una mole di lavoro attualmente non sopportabile dall'ISTAT, con i fondi che ha a disposizione. Infatti, quando vogliamo indicare una misura, non più di inflazione, ma di variazione dei prezzi per una singola famiglia o per una tipologia di famiglie, dovremmo sapere dove si va a comperare, non solo cosa si acquista. Una cosa è se si va a fare la spesa presso la grande distribuzione, altra cosa è se si va sotto casa, oppure in un mercato all'aperto: i risultati sarebbero completamente diversi. Tenere conto di tutto ciò richiederebbe però un dispendio di energie veramente notevole.

Noi ci siamo impegnati a compiere una verifica dell'impatto della variazione dei prezzi su alcune tipologie di famiglie. Non si tratta di un indice dei prezzi, ma semplicemente di un tentativo di stima approssimativa. Ammettiamo che queste famiglie abbiano una certa struttura di bilancio: se vanno ad acquistare beni e servizi

indifferentemente in tutti i posti che ci sono in Italia, in media questo quanto influenzerebbe la loro variazione di spesa? Ripeto, è semplicemente una valutazione d'impatto, abbastanza approssimativa, che ci dà un'idea circa la misura dell'incidenza della variazione dei prezzi (superiore o inferiore) per diverse tipologie di famiglie.

Abbiamo già iniziato l'elaborazione in riferimento a famiglie con diversi livelli di spesa, in modo da tener conto di quelle più povere, sino ad arrivare alle più ricche, che hanno un bilancio più consistente. Abbiamo inoltre considerato tipologie di famiglie rispetto alla loro composizione: singoli (giovani, anziani o pensionati), famiglie con un solo figlio, con due figli, e così via. Lo scopo è quello di verificare se l'impatto è diverso per ciascuna categoria, ma, ripeto, si tratta solo una stima - che in breve saremo in grado di diffondere - che non rappresenta un indice per categorie di famiglie, giacché per elaborare questo dato dovremmo sapere anche dove le singole famiglie vanno a fare la spesa.

PRESIDENTE. L'inflazione percepita come viene rilevata?

BIGGERI. L'ente che la rileva per l'Italia è l'ISAE. Si chiede alle persone quale pensano sia stata la variazione dei prezzi, o se ritengano che questa sia aumentata più o meno di una certa percentuale. E' una rilevazione molto soggettiva, basata su impressioni. Spesso gli interrogati riferiscono di aumenti molto forti, in base a quanto da loro registrato; ripeto, se l'incremento per un singolo bene è stato magari del 40 per cento, l'inflazione percepita risulta molto elevata.

PRESIDENTE. Dunque, viene elaborato anche un dato relativo a famiglie o a categorie di famiglie.

BIGGERI. Per il momento no. Possiamo anche rivolgere le domande specificamente ai pensionati, ai giovani, ma si tratta sempre di inflazione percepita. Per fare un calcolo sicuro, dobbiamo conoscere non solo i bilanci di queste famiglie, ma anche i

punti vendita presso i quali si recano a fare i propri acquisti e i soggetti dei cui servizi usufruiscono (assicurazioni, banche, e così via). E' una rilevazione quasi impossibile da fare. Spero comunque che il materiale lasciato a disposizione della Commissione possa chiarire meglio questi punti.

PRESIDENTE. Ringrazio gli ospiti per il contributo dato ai nostri lavori e dichiaro conclusa l'audizione.

Rinvio il seguito dell'indagine conoscitiva ad altra seduta.

I lavori terminano alle ore 12,50.