

SENATO DELLA REPUBBLICA

— XIV LEGISLATURA —

10^a COMMISSIONE PERMANENTE

(Industria, commercio, turismo)

SEDUTA CONGIUNTA

CON LA

X Commissione permanente della Camera dei deputati

(Attività produttive, commercio e turismo)

INDAGINE CONOSCITIVA

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

7° Resoconto stenografico

SEDUTA DI MERCOLEDÌ 29 GENNAIO 2003

Presidenza del presidente della 10^a Commissione del Senato
PONTONE

I N D I C E

Audizione di rappresentanti della Confindustria

PRESIDENTE:		* <i>BILLÈ</i>	Pag. 3, 10
– PONTONE (AN), senatore	Pag. 3, 11	<i>LOMBARDINI</i>	8
BARATELLA (DS-U), senatore	9		
BASTIANONI (Mar-DL-U), senatore	10		

Audizione di rappresentanti della Confesercenti

PRESIDENTE:		* <i>VENTURI</i>	Pag. 11
– PONTONE (AN), senatore	Pag. 11, 15		

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-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; Democratici di sinistra-l'Ulivo: DS-U; Forza Italia: FI; Lega Nord Padania: LNP; Margherita, DL-L'Ulivo: MARGH-U; Rifondazione comunista: RC; UDC (CCD-CDU): UDC; Misto: Misto; Misto-Comunisti italiani: Misto-Com.it; Misto-Liberal-democratici, Repubblicani, Nuovo PSI: Misto-LdRN.PSI; Misto-Minoranze linguistiche: Misto-Min.linguist.; Misto-socialisti democratici italiani: Misto-SDI; Misto Udeur-Popolari per l'Europa: Misto-Udeur-PE; Misto-Verdi-L'Ulivo: Misto-Verdi-U.

Intervengono, in rappresentanza della Confcommercio, il dottor Sergio Billè, presidente, il dottor Luigi Taranto, direttore generale, il dottor Carlo Mochi, responsabile Centro Studi, il dottor Sergio De Luca, responsabile comunicazione, il dottor Tito Lombardini, presidente Faid-Federdistribuzione, il dottor Giovanni Pomarico, presidente Federcom, il dottor Riccardo Garosci, consigliere delegato Faid-Federdistribuzione, il dottor Bruno Milani, direttore generale Federcom, il dottor Roberto Dessì, segretario generale Ancd-Conad; in rappresentanza della Confesercenti, il dottor Marco Venturi, presidente, il dottor Mauro Bussoni, vice segretario nazionale, il dottor Giuseppe Fortunato, responsabile ufficio rapporti con il Parlamento, e i dottori Antonello Oliva e Guido Vaccaro, ufficio economico.

I lavori hanno inizio alle ore 8,40.

PROCEDURE INFORMATIVE

Audizione di rappresentanti della Confcommercio

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 21 gennaio scorso.

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 di rappresentanti della Confcommercio, che ringrazio per aver accolto il nostro invito. Sono presenti, in rappresentanza della Confcommercio, il dottor Sergio Billè, presidente, il dottor Luigi Taranto, direttore generale, il dottor Carlo Mochi, responsabile Centro Studi, il dottor Sergio De Luca, responsabile comunicazione, il dottor Tito Lombardini, presidente Faid-Federdistribuzione, il dottor Giovanni Pomarico, presidente Federcom, il dottor Riccardo Garosci, consigliere delegato Faid-Federdistribuzione, il dottor Bruno Milani, direttore generale Federcom, il dottor Roberto Dessì, segretario generale Ancd-Conad.

Do senz'altro la parola al dottor Billè.

BILLÈ. Signor Presidente, anche in considerazione delle notizie che vengono riportate dalla stampa, credo che la presente audizione giunga veramente a proposito; peraltro essa consente al sistema della distribuzione,

che ho l'onore di rappresentare insieme agli illustri colleghi presenti, di cercare di far luce su un argomento centrale per il Paese.

Nell'anno che si è appena concluso il dibattito sull'inflazione è risultato particolarmente acceso, non tanto in termini di cause, effetti e sostenibilità per il sistema della dinamica registrata, quanto sulla veridicità o meno delle statistiche ufficiali. Da più parti, utilizzando panieri «alternativi», si è voluto dimostrare l'inadeguatezza degli strumenti utilizzati nel registrare le variazioni dei prezzi, che sarebbero nettamente superiori a quelle ufficiali, sottolineando comportamenti speculativi e «scorretti» degli operatori commerciali responsabili di avere determinato il consistente aumento dei prezzi.

Senza entrare nel merito delle metodologie utilizzate dall'ISTAT per la rilevazione – che sono comunque le uniche allo stato attuale che permettono di effettuare valutazioni sulle dinamiche inflazionistiche registrate nel tempo e che rispondono a criteri definiti a livello internazionale, non dimentichiamolo – è opportuno sottolineare come gran parte del dibattito derivi dalle differenze riscontrate tra l'inflazione percepita dai consumatori e quella ufficiale. La percezione dell'inflazione è, per definizione, un fenomeno soggettivo e basato su sensazioni individuali che non sono puntualmente misurabili e quantificabili e che non sempre trovano un riscontro oggettivo.

La differenza tra l'inflazione percepita e quella ufficiale è, peraltro, un fenomeno che è sempre esistito, in quanto i panieri sui quali si basa il calcolo dell'inflazione sono rappresentativi di spese medie delle famiglie nei quali difficilmente il singolo individuo riesce a riconoscersi puntualmente, ma tutto ciò ha assunto dimensioni rilevanti nel corso del 2002.

L'introduzione dell'euro con l'azzeramento del sistema di valori individuali, che costituiscono il punto di riferimento per calcolare la convenienza o meno di un prodotto e gli incrementi dello stesso registrati nel tempo, il probabile riposizionamento del prezzo di alcuni prodotti e servizi (con un conseguente effetto scalino stimato per l'Italia nell'ordine dello 0,5 per cento) e le difficoltà poste in alcuni casi dalla conversione hanno amplificato la dimensione dello scarto.

Il corollario di questa situazione è stato in molti casi l'attribuzione di comportamenti speculativi al settore della distribuzione.

Se si guarda alle statistiche ufficiali, il tasso di inflazione registrato nel 2002 in Italia, forse più elevato rispetto a quanto riscontrato in altri Paesi della UEM, fenomeno peraltro non nuovo, può definirsi sostanzialmente sotto controllo ed in linea con le pressioni che si sono determinate a monte sia internamente, che esternamente al sistema e che hanno interessato prevalentemente le componenti volatili dell'inflazione.

Relativamente alle variabili esogene per tutto il 2002 le quotazioni delle materie prime petrolifere hanno evidenziato, pur con sensibili fluttuazioni, una tendenza all'aumento correlata all'inasprirsi della situazione internazionale con aumenti, nel corso dell'anno, dei prezzi dei prodotti energetici alle diverse fasi di commercializzazione.

A questo si è associato il susseguirsi di condizioni meteorologiche avverse che hanno comportato in diversi periodi dell'anno aumenti consistenti dei prezzi dei prodotti agricoli destinati al consumo delle famiglie.

Quanto ai prezzi alla produzione dei beni destinati al consumo finale, apro una breve parentesi. Per le differenze esistenti nella struttura degli indici alla produzione ed al consumo, confronti diretti tra le dinamiche risultano non corretti. Al di là dell'influenza dei petroliferi, alla produzione incidono per il 25 per cento sull'indice generale, bisogna considerare che i prezzi alla produzione si riferiscono ai prezzi di tutti i beni (consumo, produzione, investimento) prodotti dalla trasformazione sul territorio nazionale al netto dei costi del trasporto e dell'imposizione fiscale, mentre i prezzi al consumo si riferiscono ai prezzi di vendita rilevati, non tenendo conto peraltro di offerte promozionali o sconti, per tutti i prodotti (siano essi trasformati o non, di importazione o di produzione interna) che vengono acquistati dalle famiglie.

I prezzi alla produzione dei beni destinati al consumo finale hanno evidenziato, per buona parte del 2002, aumenti abbastanza significativi che hanno determinato nella media del periodo gennaio-novembre 2002 un incremento dei prezzi alla produzione dell'1,6 per cento, non dissimile da quanto riscontrato dalla analoga voce al consumo (1,8 per cento).

Un contributo alla ripresa del processo inflazionistico è peraltro derivato dalla dinamica registrata dai prezzi di alcuni servizi pubblici, in particolare quelli che fanno riferimento a decisioni di operatori locali e di pubblica utilità che hanno evidenziato aumenti superiori ai tetti di inflazione programmata.

Analizzando più nel dettaglio l'evoluzione dell'inflazione nell'arco dell'ultimo biennio si riscontra come dalla primavera del 2001 all'estate del 2002, sia pure in modo non particolarmente accentuato, il tasso di crescita tendenziale dei prezzi al consumo aveva evidenziato un progressivo rallentamento: dal 3,1 per cento di aprile del 2001 – un picco consistente – al 2,2 per cento di giugno e luglio del 2002.

A partire da agosto, anche in conseguenza della ripresa dei prezzi dei prodotti petroliferi sui mercati internazionali e di alcune tensioni sui prezzi alla produzione interni, la tendenza sembra essersi invertita o, meglio, direi che sembrava essersi invertita, dati i segnali che ieri sono arrivati dalle prime statistiche relative al mese di dicembre.

I prezzi al consumo hanno evidenziato una progressiva crescita in termini tendenziali, dinamica favorita anche dal confronto statistico, che ha portato a novembre e dicembre dello scorso anno ad un incremento su base annua del 2,8 per cento, il valore più elevato dall'agosto del 2001.

I dati relativi all'andamento di dicembre lasciano peraltro ipotizzare come le spinte inflazionistiche si vadano in parte esaurendo, anche se le incognite – le prospettive dopo il discorso tenuto dal presidente degli Stati Uniti Bush sono ancora più nebulose – legate al prezzo del petrolio continuano a determinare forti incertezze sull'evoluzione nel breve periodo di questa variabile, da tenere assolutamente presente. Considerazioni che sembrano avvalorate dai primi dati relativi al gennaio del 2003, che segna-

lano, nonostante la sensibile spinta derivante dall'aumento dei prezzi del comparto energetico, un contenuto ridimensionamento del tasso di crescita tendenziale sceso al 2,7 per cento.

Se si guarda all'andamento dei prezzi nelle diverse fasi registrato nell'ultimo anno, pur con molte cautele in considerazione della disomogeneità tra gli indici al consumo e alla produzione e dei tempi di trasmissione degli impulsi inflazionistici – c'è sempre un effetto di trascinamento che va ponderato e calcolato – risulta evidente come le dinamiche al consumo abbiano riflesso sostanzialmente le pressioni che da quasi un anno si sono registrate dal lato dei prezzi all'origine.

Solo a novembre l'indice dei prezzi alla produzione ha segnalato un rallentamento con una variazione in termini congiunturali negativa, dinamica che ha comunque comportato un incremento in termini tendenziali dell'1,2 per cento, segnalando una decisa crescita rispetto all'inizio dell'anno, periodo nel quale la variazione era negativa per oltre un punto percentuale.

A determinare il rialzo riscontrato nel corso dell'anno hanno contribuito in larga parte i prezzi dei prodotti petroliferi, per i quali si è passati da una diminuzione tendenziale a gennaio dell'8,5 per cento ad un incremento a novembre del 3,5 per cento. La forbice, quindi, è davvero notevole.

La dinamica registrata da questa componente non spiega, comunque, integralmente la tendenza all'aumento registrata nel corso del 2002 dai prezzi alla produzione in quanto, al netto della componente petrolifera, energia elettrica, gas ed acqua, l'incremento su base annua era a novembre dell'1,4 per cento. In particolare, nell'ultimo anno è risultata abbastanza sostenuta la crescita registrata dal lato dei prezzi alla produzione per i beni di consumo, che segnalavano a novembre una variazione tendenziale dell'1,7 per cento e dell'1,6 per cento nella media degli ultimi undici mesi.

Il permanere di una dinamica in aumento dei prezzi alla produzione per i beni finali di consumo, unitamente alle pressioni che si sono registrate a settembre e ad ottobre dal lato dei prezzi dei prodotti agricoli all'origine, ha determinato – lo ricordavo poc'anzi – a partire dall'estate una tendenza all'aumento dei prezzi dei beni anche al consumo. Tale tendenza non sembra essersi completamente esaurita neanche a dicembre, mese in cui la variazione tendenziale si è attestata sul 2,3 per cento, con un incremento nella media dell'anno dell'1,8 per cento, valore peraltro non dissimile da quello registrato alla produzione, evidenziando ancora una volta come le dinamiche registrate dalla distribuzione riflettono, pur in presenza di una disomogeneità degli indici, sostanzialmente gli andamenti dei prezzi praticati dall'industria.

Analizzando l'evoluzione dei prezzi al consumo nell'ultimo anno si riscontra come vi sia stata una tendenza generalmente più dinamica della componente relativa ai servizi rispetto a quella relativa ai beni.

L'aggregato servizi, che pesa poco meno del 40 per cento, ha infatti contribuito, con una crescita del 3,5 per cento, a determinare quasi il 52

per cento dell'aumento registrato dall'indice dei prezzi al consumo nel 2002.

Dal lato dei beni, gli incrementi più rilevanti nel corso dell'anno che si è da poco concluso hanno interessato la voce relativa all'alimentazione, in particolare il comparto del fresco di origine agricola (per la frutta e gli ortaggi le variazioni tendenziali sono state in alcuni mesi anche superiori al 10 per cento) e in ultimo anche i prodotti ittici.

Tale andamento ha risentito delle pressioni registrate all'origine che, sulla base dell'indice calcolato dall'ISMEA, nei primi due mesi dell'anno hanno oscillato per gli ortaggi tra il 40 ed il 120 per cento.

D'altra parte, nella media del 2002, l'indice ISMEA segnala per la frutta e per gli agrumi una variazione del 7,4 per cento e per gli ortaggi addirittura del 13 per cento, valori non dissimili da quanto riscontrato per le corrispondenti voci al consumo, ad ulteriore conferma di come i prezzi finali siano determinati da quanto è avvenuto alle fasi precedenti.

Tra gli altri beni si segnala il contenuto andamento dei prezzi relativi al segmento dei mobili, per i quali la variazione tendenziale di dicembre è di poco superiore al 2 per cento, valore non molto distante dal dato medio del periodo gennaio-novembre (1,9 per cento).

Per quanto concerne i servizi, è importante sottolineare che all'interno di questo aggregato sono compresi molti servizi pubblici o di pubblica utilità.

Analizzando quanto accaduto da dicembre 2001 a dicembre 2002, si evidenzia come tra i prodotti che hanno registrato gli incrementi di prezzo più rilevanti vi siano, oltre alle assicurazioni (più 9,1 per cento) e ai servizi bancari (più 7,2 per cento), anche i trasporti urbani (più 4,9 per cento), la raccolta rifiuti (più 5,3 per cento), i taxi (più 4,9 per cento), i concorsi a pronostici (più 6,6 per cento), le spese per l'istruzione secondaria (più 8,2 per cento) e per le prestazioni dei medici specializzati (più 5,7 per cento).

Tale evoluzione sembra confermare l'utilizzo, più volte fatto negli ultimi anni, della leva dell'aumento dei prezzi da parte degli enti pubblici per sopperire alle difficoltà di finanziamento derivanti in molti casi dal limitato grado di autonomia impositiva degli enti locali.

Le prospettive sull'evoluzione dell'inflazione nel breve periodo, pur confortate dalla dinamica registrata a gennaio, continuano a rimanere però molto incerte in considerazione del permanere di tensioni sui mercati internazionali dei prezzi delle materie prime petrolifere.

A queste pressioni, che sono di origine esogena al sistema, si associano anche le preoccupazioni relative all'evoluzione dei prezzi di alcuni servizi, in particolare di quelli gestiti a livello locale, che potrebbero essere utilizzati per ovviare alle difficoltà finanziarie derivanti dalle manovre di contenimento della spesa.

Il permanere di un'inflazione più elevata rispetto agli obiettivi potrebbe indurre le famiglie a proseguire nei comportamenti di consumo evidenziati nell'ultimo anno. La presenza di una dinamica sostenuta dal lato dei prezzi, che ha interessato in larga misura beni e servizi di prima ne-

cessità, si è tradotta in presenza di una dinamica reddituale più contenuta rispetto all'inflazione (sia dal lato delle retribuzioni che da quello dei redditi da lavoro autonomo e da capitale) in un contenimento della spesa per consumi.

Il ridimensionamento della domanda, pur interessando tutti i capitoli di spesa, ha colpito in misura rilevante gli acquisti di beni durevoli e non solo per la componente relativa alle autovetture.

In considerazione del fatto che la bassa crescita della domanda interna è tra le cause del contenuto sviluppo economico italiano, in quanto pregiudica le intenzioni di investimento delle imprese e le dinamiche occupazionali, è evidente come sia necessario attivare tutte le misure necessarie alla ripresa di questa componente. Credo che la sede sia opportuna anche per sottolineare questa non derogabile necessità.

Si tratta di azioni che non si devono concentrare solo sul contenimento delle dinamiche dei prezzi ma, proprio per le cause che sono all'origine del processo inflazionistico (aumento dei costi e non della domanda), debbono passare anche attraverso interventi diretti, mirati e specifici, di stimolo ai consumi.

LOMBARDINI. Ringrazio per l'opportunità che ci viene fornita di ribadire alcuni punti, nell'ambito dell'intervento svolto dal presidente Billé.

Innanzitutto, voglio sottolineare che ricaviamo i nostri dati dalla società IRI-Infoscan, che da anni ci segue, per analizzare gli andamenti dei prodotti, le dinamiche e le quote di mercato.

Sono dati sui quali tutte le nostre aziende fanno grande affidamento, anche perché tengono conto dei volumi distribuiti, non dei singoli prodotti, e sono rilevati alle casse.

Seguendo questo ragionamento, gli ipermercati ed i supermercati rappresentano il 73,3 per cento del mercato alimentare italiano ed esprimono un aumento dei prezzi sui prodotti confezionati di largo consumo del 2,46 per cento.

Il 31 gennaio 2003 pubblicheremo sui giornali questi dati, perché vogliamo mettere un tampone alle numerose informazioni deformanti e deviate. Magari, signor Presidente, i valori comunicati fossero stati veri! Se le nostre cifre di affari (poiché noi compriamo e vendiamo) fossero lievitare fino a raggiungere quelle dimensioni, sarebbe stata proprio una pacchia, ma – ahimé – non è così, perché i dati di sviluppo delle cifre di affari delle aziende a noi associate si attestano intorno al 2 per cento per l'inflazione cui si deve sommare un altro 3-5 per cento per lo sviluppo, dato da aperture, acquisizioni ed affiliazioni. Quindi, la controprova di certi ragionamenti e di certi dati l'abbiamo da questa riflessione, che può essere considerata banale: se avessimo avuto un'inflazione del 28-29 per cento, avremmo bilanci non ricchi ma ricchissimi, però nella professione che svolgiamo tutti i giorni queste sono chimere, non fatti reali. E poi bisognerebbe svolgere un'altra serie di considerazioni.

I dati che abbiamo fornito non sono espressione delle nostre comunicazioni, ma sono frutto di uno studio compiuto da una società che da anni

ci segue, quindi sono del tutto credibili. All'interno di questa cifra, poi, bisogna vedere le varie *performance*, secondo le aziende e i canali distributivi; infatti, le formule dell'ipermercato, del *discount*, del *cash & carry* per forza di cose, per loro natura sono più aggressive sul mercato, mentre la formula dei supermercati (essendo caratterizzata da vicinanza e sviluppo di un servizio) non ha bisogno di questa aggressività. In ogni caso, questi dati rientrano nell'ambito delle cifre che ho comunicato e che mettiamo a disposizione di tutti i consumatori italiani, sperando che ci ascoltino.

Comunque, il dato che vi ho fornito ha un segno positivo e questo ovviamente ci preoccupa, non ne siamo contenti. Per capire il motivo per cui tutto ciò avviene, ricordo che quest'anno ci sono state tolte alcune armi commerciali, come il sottocosto e la legge sui pagamenti. Potrei fare una lunga lista e, se lei lo riterrà opportuno, signor Presidente, potrò essere più dettagliato.

BARATELLA (*DS-U*). Rispetto alle dinamiche che sono state descritte, la percezione di un aumento del dato inflattivo (non solo da parte delle associazioni dei consumatori, ma in generale) è dimostrata dal fatto che le famiglie medie hanno difficoltà ad arrivare alla fine del mese. Mi sembra fuori discussione che si è verificato un aumento non controllabile e non verificabile, non soltanto nella distribuzione delle merci, ma anche nei servizi. È quindi un problema che riguarda sia la distribuzione, sia i servizi. In particolare, nella catena della distribuzione deve essere successo qualcosa al di fuori dell'ordinario con l'avvento dell'euro.

La considerazione del volume e del movimento complessivo delle merci può non essere determinante, nel senso che un aumento contenuto può significare che, nel volume complessivo dei prezzi, ci sono stati minori consumi ma entrate maggiori o pari a quelle precedenti. La differenza è confermata dalla sensazione che il consumatore ha di essere costretto a risparmiare, nella propria spesa, su beni di un certo tipo. Ad esempio, nel settore dell'abbigliamento (parlo di un bene di largo e generale consumo però non certificato, non compreso nel paniere, non soggetto a controlli) qualcosa deve essere successo: i commercianti mi hanno segnalato che nella catena della distribuzione all'ingrosso ci sono problemi, perché i 10 euro hanno sostituito le vecchie 10.000 lire. Questo non lo dice il consumatore finale, ma chi deve distribuire la merce, il quale riscontra una evidente contrazione dei consumi, cioè riesce a vendere meno pur incassando in euro quanto aveva incassato l'anno precedente in lire, e quindi incontra una difficoltà oggettiva nel far fronte alle esigenze della propria impresa.

Allora, sarebbe molto interessante effettuare una verifica delle dinamiche di formazione dei prezzi. Del resto, a noi interessa non tanto trovare un colpevole, quanto capire in che modo i consumatori possono far fronte ai loro bisogni sia di beni alimentari, sia di beni voluttuari (che poi tanto voluttuari non sono!).

BASTIANONI (*Mar-DL-U*). Il presidente Billè ha detto che l'inflazione percepita, rispetto a quella ufficiale, registra una sensazione individuale e soggettiva. Tuttavia, quando tale sensazione diventa generalizzata, significa che qualche problema c'è. Se l'inflazione percepita diviene un fenomeno di massa, a questo punto è opportuno interrogarsi perché ciò avviene.

Nella sua puntuale relazione introduttiva, abbiamo riscontrato molti elementi di oggettività che hanno dato un'interpretazione corretta del fenomeno inflattivo. Il collega che mi ha preceduto ha ricordato che c'è un rallentamento della propensione al consumo da parte delle famiglie italiane e questo è un fenomeno che preoccupa tutti, non solo i commercianti. Mi chiedo quindi se una grande associazione di distributori, di commercianti – quale voi siete – non ritenga di fare la propria parte rispetto a questa preoccupazione generalizzata. Penso infatti che anche il vostro contributo possa essere utile a rilanciare la domanda nel Paese per garantire migliori livelli di sviluppo e di crescita. Avete dunque pensato ad alcune iniziative e misure per ricreare un rapporto più amichevole con il consumatore?

BILLÈ. C'è un filo molto consistente che unisce le due domande che sono state poste. Vorrei sottolineare prima di tutto che il problema non è tanto l'inflazione. Stiamo tutti a interrogarci e discutere su questo tema, e a tale fine ci avete anche invitati qui oggi, ma il problema non è registrare l'aumento dell'inflazione, quella percepita o meno; il problema è che quello attuale è un periodo di bassa crescita del nostro sistema economico. Questa bassa crescita è un fattore esogeno che però poi è diventato interno al sistema, probabilmente con l'uso dell'euro. Continuo a sostenere che certamente l'affermazione dell'euro – alla quale tutti abbiamo puntato e che resta un grande obiettivo raggiunto – dopo l'11 settembre si è complicata, soprattutto a causa della situazione economica e dei mercati finanziari estremamente difficoltosa.

Anche per rispondere alla seconda domanda, mi permetto di sottolineare che il problema non è cercare il colpevole. Noi oggi siamo venuti con la forte consapevolezza di essere la parte civile da ascoltare, perché i primi a subire le conseguenze di questa bassa crescita – lo ha ricordato molto bene il dottor Lombardini – siamo proprio noi. Se il Paese non gira, non consuma (la crescita dei consumi è stata addirittura inferiore allo zero lo scorso anno), i primi a pagarne le conseguenze siamo noi.

Gran parte delle polemiche si è concentrata sui prezzi dei prodotti alimentari. Il senatore Baratella ha fatto una considerazione relativamente al settore tessile; ebbene, l'ISTAT registra che l'incremento del settore tessile è stato più o meno in linea con l'aumento del costo, cioè del 3,1 per cento. Ma nelle voci di spesa di un cittadino italiano l'acquisto di beni alimentari ha un'incidenza del 18 per cento, rispetto al 20 per cento delle spese per la casa e al 18 per cento delle spese per i trasporti.

Allora, dire che la distribuzione è la sola colpevole di questa situazione significa proporre (mi piace ribadirlo anche in questa sede, che

del resto è quella più adatta per farlo) un teorema che non regge, proprio per le percentuali che compongono i dati sulla ricchezza prodotta e gli indici su come si produce questa ricchezza.

Desidero svolgere una considerazione conclusiva. Credo che quanto si è verificato nel 2002 dovrebbe definitivamente convincerci dell'opportunità del completamento di alcune riforme che, anche per quanto riguarda il settore dei servizi, riteniamo assolutamente necessarie, onde consentire a tutti di accedere agli stessi servizi ad uguali condizioni di mercato. Infatti, nell'ambito dei servizi, ma non solo (mi riferisco ad esempio al settore delle assicurazioni), esistono condizioni per cui il rischio di cartelli o di disparità di trattamento tra imprese è molto forte. Se, ad esempio, i costi dell'energia elettrica per un ipermercato sono assai maggiori di quelli sostenuti da uno stabilimento industriale è segno evidente che ancora qualcosa non funziona nel nostro sistema.

Ciò mi induce a ritenere che il Parlamento più che un'indagine sui prezzi, dovrebbe condurre un'analisi sulle ragioni del notevole incremento dei prezzi dei servizi registrato quest'anno (pari quasi al doppio rispetto all'indice previsto) a fronte di un rallentamento dell'economia e di un determinato tasso di inflazione programmata.

PRESIDENTE. Ringrazio gli intervenuti per il loro contributo e dichiaro conclusa l'audizione.

Audizione di rappresentanti della Confesercenti

PRESIDENTE. Procediamo ora con l'audizione di rappresentanti della Confesercenti, che saluto e ringrazio per la loro presenza anche a nome dei colleghi.

Sono presenti in rappresentanza della Confesercenti, il dottor Marco Venturi, presidente, il dottor Mauro Bussoni, vice segretario nazionale, il dottor Giuseppe Fortunato, responsabile ufficio rapporti con il Parlamento, e i dottori Antonello Oliva e Guido Vaccaro, ufficio economico.

Do la parola al dottor Venturi.

VENTURI. Signor Presidente, ringrazio le Commissioni per averci dato questa opportunità. Ci scusiamo per avervi costretto a svolgere due differenti audizioni pur trattandosi della stessa categoria, anche se tengo a sottolineare che ciò non è dipeso da nostre responsabilità.

Desideriamo in primo luogo manifestare il nostro disappunto per la campagna pubblicitaria che è stata orchestrata riguardo ai prezzi, che – tengo a precisarlo – non intendiamo in alcun modo pagare con la chiusura di negozi o contribuendo a creare altra disoccupazione. A nostro avviso ci troviamo infatti in presenza di esigenze di visibilità di una ventina di associazioni di consumatori che hanno per questo teso a drammatizzare la situazione.

Mi premeva precisare tale aspetto prima di entrare nel merito della discussione e quindi tentare di spiegare le ragioni delle nostre valutazioni.

Innanzitutto ritengo necessario ed utile chiarire che quando parliamo di inflazione e di aumenti dei prezzi in questa fase intendiamo riferirci in particolar modo al settore alimentare. Gli altri settori risultano infatti sostanzialmente in linea con l'inflazione media, ovviamente con qualche eccezione verso l'alto ma anche verso il basso.

Condivido pienamente la sottolineatura del professor Padoa Schioppa, che a questo proposito ha parlato di aneddoti che ognuno di noi tenderebbe a raccontare quando, andando dal macellaio o dall'artigiano, verifica aumenti di varia natura.

Registriamo inoltre una difformità dei dati che sono stati forniti dai vari osservatori e a cura delle associazioni dei consumatori, sempre per quanto attiene al settore alimentare. Per l'ISTAT gli aumenti sono pari al 3,7 per cento; il dato fornito dall'INDIS-Unioncamere è del 4,1 per cento, mentre quello dell'AC Nielsen è del 3 per cento. Per quanto riguarda invece le associazioni: l'Intesa dei consumatori riferisce di aumenti pari all'8 per cento, mentre l'EURISPES e la Coalizione dei consumatori parlano addirittura di aumenti dell'ordine del 29 per cento. E' utile avere questo quadro perché come vedete ognuno fornisce i suoi numeri e quando discutiamo di aumenti dobbiamo tenere presente che non facciamo riferimento solo ai dati dell'ISTAT, ma anche a quelli forniti da due gruppi di associazioni di consumatori di cui, ripeto, uno riferisce di aumenti pari all'8 per cento e l'altro del 29 per cento. E' pertanto evidente la divaricazione tra i dati che provengono dagli istituti che effettuano delle rilevazioni scientifiche e le approssimazioni e le drammatizzazioni delle associazioni. Queste ultime si dichiarano interpreti della percezione del prezzo che hanno i consumatori, ma sono gli stessi consumatori a smentire questa asserzione: mentre – ripeto – un gruppo di associazioni parla dell'8 per cento e l'altro del 29 per cento, i consumatori, singolarmente intervistati, lamentano addirittura aumenti del 100 per cento, visto che affermano che le mille lire in termini di potere di acquisto si sono trasformate in un euro. Assistiamo quindi ad una confusione di dati che vengono quotidianamente gettati sul tavolo del dibattito.

È evidente che laddove i consumatori sottolineano percentuali di aumento di questo tipo fanno riferimento soprattutto ai prodotti alimentari, ed in generale ai beni ad alta frequenza di acquisto, quelli che hanno un peso maggiore, in particolar modo per le famiglie meno abbienti, e al riguardo abbiamo sottolineato l'opportunità di effettuare due o anche più rilevazioni dell'inflazione. A mio avviso, se ci si attenesse al criterio che prende in considerazione il campione dei prodotti acquistati dalle famiglie meno abbienti, probabilmente otterremmo un risultato leggermente diverso; nel senso che il peso degli acquisti alimentari per le famiglie meno abbienti risulta più alto, però questo vale per l'anno passato, per il 2002, nell'ambito del quale si è verificata una serie di situazioni contingenti cui accennerò più avanti. Bisogna tuttavia tenere presente che questa

tipologia di rilevazione, qualora adottata anche per i prossimi anni, potrebbe rivelarsi svantaggiosa.

È stato detto che l'ISTAT può operare meglio, anche se gli va riconosciuto che dal 1999 provvede annualmente all'aggiornamento del paniere. Ad esempio, si potrebbe incrementare il numero dei negozi oggetto di rilevazione (circa 29.000) o delle verifiche mensili dei prezzi (circa 300.000). In questo ambito, quindi, si può sicuramente migliorare; tuttavia, non mi pare che altri istituti stiano facendo di meglio o di più, e questo è il caso ad esempio dell'EURISPES – uno dei soggetti che in questa fase si sono posti al centro del dibattito – che ha effettuato una rilevazione dei prezzi su un campione di soli 182 negozi, con confronti impropri rispetto al 2001, utilizzando gli scontrini fiscali, da cui però non risulta una serie di elementi importanti quali il tipo di prodotto, le quantità o il peso. Ebbene, mi sembra che non si sia in presenza di una rilevazione scientifica. Per di più per un settore come quello ortofrutticolo non ha senso effettuare un confronto dei prezzi su base annua, giacché in questo ambito le quotazioni sono quotidiane e non annuali.

La nostra impressione è in realtà quella di un pesante attacco alle piccole e medie imprese commerciali, considerato che, ad esempio, non emergono le responsabilità della grande distribuzione per ciò che attiene agli aumenti nel comparto dell'ortofrutta, che pure, in base allo stesso osservatorio EURISPES, sembrerebbe avere aumentato i prezzi più della piccola e media impresa. A tutto questo va poi ad aggiungersi il *referendum* sull'articolo 18 dello Statuto dei lavoratori e quello che conseguirà dalla sua eventuale celebrazione, nonché la strumentalizzazione che è stata fatta delle parole del governatore della Banca d'Italia Fazio. Quest'ultimo ha infatti sottolineato una percezione dell'inflazione da parte dei consumatori maggiore di quella calcolata dall'ISTAT, però non mi sembra che questa sia una novità, considerato che i consumatori parlano addirittura del 100 per cento di aumenti. Il governatore della Banca d'Italia, inoltre, ha fatto riferimento ad aumenti dell'ordine del 10 per cento per quanto riguarda alcuni prodotti alimentari, laddove l'ISTAT ha riscontrato un incremento dei prezzi del 13,6 per cento per quanto riguarda gli ortaggi e del 9 per cento relativamente alla frutta.

Quindi, non mi pare che in questo caso vi sia una distonia tra il Governatore e l'ISTAT, però ciò è stato sottolineato.

Lo stesso vale per l'arrotondamento: il Governatore ha ribadito quanto ha affermato Prodi, vale a dire che in Italia c'è stato un arrotondamento dello 0,5 per cento rispetto allo 0,2 per cento dell'Europa. Non capisco perché anche in questo caso l'EURISPES esulti, visto che Fazio ha dato ragione a Prodi.

Si ignora, inoltre, che nel settore alimentare la grande distribuzione controlla circa il 50 per cento del mercato e nel Nord Italia circa il 70 per cento. Il salto dei prezzi del settore alimentare, allora, non può essere dovuto alle piccole e medie imprese commerciali, che con queste condizioni di mercato certamente non possono determinare il prezzo, visto che il mercato del settore alimentare – ripeto – è controllato soprattutto

dalla grande distribuzione. Mi riferisco alle affermazioni fatte da Giam-paolo Galli di Confindustria.

Inoltre, vi è una forte diversità tra il peso dei beni di consumo e i servizi (45 contro 55 per cento) e si riscontrano aumenti molto significativi. Innanzi tutto, l'inflazione media è del 2,3 per cento per i beni e del 3,6 per cento per i servizi; inoltre, come ormai è noto, per le assicurazioni è dell'11,8 per cento, per i servizi bancari è del 7,2 per cento, per l'istruzione secondaria è del 6,6 per cento, per i giornali è del 13 per cento, per i trasporti aerei è del 6,3 per cento, e così via anche per l'energia e la nettezza urbana, e potrei continuare con una lunga lista.

Di fatto, si tenta di escludere da questa responsabilità quella della produzione: questo è un altro dei punti che voglio sottolineare. Affermano che non hanno aumentato la produzione industriale ed i prezzi; invece sappiamo che nel 2001 c'è stato un aumento del 2,5 per cento e nel 2002 dell'1,6 per cento. Lo stesso affermano gli agricoltori, ma poi l'ISMEA denuncia (si può leggere sui comunicati, come ad esempio quello di gennaio) cali della produzione per le gelate anche del 50 o dell'80 per cento in alcune zone ed aumenti di prezzo tra l'80 e il 100 per cento alla produzione: questo è quanto rileva l'ISMEA rispetto a quanto è accaduto nel settore ortofrutticolo.

Non voglio tediarvi, ma se visiterete il sito dell'ISMEA ne vedrete delle belle sul raffronto dei dati. Ne cito soltanto qualcuno per chiarire ulteriormente il quadro, il che ritengo sia utile rispetto alla polemica che si è sviluppata. Ad esempio, la variazione dei prezzi nel 2002 per le arance è stata del 20,8 per cento all'origine contro il 9,5 per cento al dettaglio; per le clementine è stata di circa il 23 per cento contro il 12 per cento al dettaglio; per la famosa zuccina è stata del 28,2 per cento contro l'8,3 per cento al dettaglio.

Quindi, bisogna fare giustizia e guardare ai fatti e ai dati reali. Infatti, quando si fa riferimento ai prezzi, si parla di numeri e non di filosofia. Per tale motivo, ritengo sia giusto sottolineare questi dati.

Un'altra considerazione riguarda il prezzo. Una volta si parla di inflazione ed un'altra, quando non conviene più (come nel caso dei prodotti agricoli), si dichiara che, ad esempio, si vende a 0,30 ma al dettaglio si trova ad 1,5 euro. Bisogna, però, considerare l'intermediazione, il trasporto, i grossisti e le spese dei commercianti (affitto, tasse, costo del personale, e così via). Il prezzo è un'altra cosa e crediamo che non si debba fare demagogia intorno a questa impostazione.

Ritengo, pertanto, che dobbiamo isolare chi spara numeri senza fondamento. Proprio ieri abbiamo chiesto al Governo che si faccia garante, rivolgendosi all'Unione europea, affinché EUROSTAT certifichi i dati reali italiani, perché ci siamo realmente stufati di questo continuo gioco al rialzo. In ballo vi sono cose importanti: la fiducia dei consumatori e il conseguente aumento dei consumi, che ha una azione diretta sulla crescita dell'economia del nostro Paese. I consumatori temono per il loro futuro, per la loro condizione economica, per i venti di guerra e per una manovra economica (quella appena approvata) che non viene considerata suf-

ficiente e che quindi avrà sicuramente bisogno di passaggi importanti, soprattutto per superare le varie *una tantum* che sono state varate.

Infine, a completamento dell'elenco dei problemi, sottolineo telegraficamente la questione (che è all'ordine del giorno del dibattito pubblico) delle monete da uno e da due euro. Sono uno degli scettici circa la reale necessità di passare al foglio di carta da 1 e da 2 euro: innanzi tutto questa trasformazione costerebbe ed inoltre ci vorrebbero anni prima di arrivarci. Cominciamo ad abituarci solo ora e, pertanto, se lo facessimo adesso, sarebbe un passo indietro. Inoltre, l'Europa non è d'accordo, perché tre quarti della popolazione europea già usava monete di valore consistente.

Considero una proposta assurda anche quella dei mini assegni: l'esperienza degli anni Settanta è stata negativa e chi la ricorda sa che è stata del tutto inutile e un insuccesso clamoroso; se venisse ripetuta, rappresenterebbe anche un segnale di sfiducia nei confronti dell'euro.

Non credo siano utili neanche i doppi prezzi: avremmo dovuto inserirli prima. Abbiamo cominciato a ragionare in euro e adesso, per un contordine, non possiamo tornare a ragionare in lire. Sarebbe un segnale pessimo.

In ogni caso, anche se non lo condividiamo, siamo pronti a farlo, se ci viene richiesto (come c'è stato chiesto dal Ministro delle attività produttive), semplicemente per sottolineare che i commercianti non hanno nulla da occultare e che sono disponibili ad intraprendere qualunque azione – anche inutile – per dimostrare di voler affrontare i problemi percepiti dai consumatori.

PRESIDENTE. Ringrazio tutti gli intervenuti per avere accolto il nostro invito.

Dichiaro conclusa l'audizione odierna e rinvio il seguito dell'indagine conoscitiva ad altra seduta.

I lavori terminano alle ore 9,30.

