

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

2° Resoconto stenografico

SEDUTA DI MERCOLEDÌ 13 NOVEMBRE 2002

Presidenza del presidente della 10^a Commissione del Senato

PONTONE

INDICE

Audizione di rappresentanti dell'ISTAT

PRESIDENTE:		
* - PONTONE (AN), senatore	Pag. 3, 8, 9 e passim	* BIGGERI Pag. 4, 9, 10 e passim
* CHIUSOLI (DS-U), senatore 10, 11, 12	* ONETTO 8, 11, 12
* TABACCI (CCD-CDU), deputato 3, 13	
TRAVAGLIA (FI), senatore 10	

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 Democraticiana 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 il professor Luigi Biggeri, presidente dell'ISTAT; il dottor Gian Paolo Oneto, direttore centrale delle statistiche economiche congiunturali, e la dottoressa Laura Leoni, dirigente del servizio statistiche sui prezzi.

I lavori hanno inizio alle ore 8,30.

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

PROCEDURE INFORMATIVE

Audizione di rappresentanti dell'ISTAT

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 di ieri.

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 in programma oggi l'audizione di rappresentanti dell'ISTAT, che ringrazio per aver accolto il nostro invito.

Cedo la parola al Presidente della X Commissione della Camera dei deputati.

TABACCI (CCD-CDU). Abbiamo iniziato ieri quest'indagine conoscitiva con l'audizione di rappresentanti delle associazioni dei consumatori; oggi incontriamo i vertici dell'ISTAT. Credo che il presidente Biggeri conosca le ragioni della nostra iniziativa. L'Istituto nazionale di statistica costituisce una parte importante di questa verifica che le due Commissioni parlamentari congiuntamente intendono effettuare, anche alla luce delle polemiche recenti e molto vivaci in ordine al ruolo dell'ISTAT, alla composizione del paniere, alla capacità di registrare gli andamenti inflattivi. Quindi, l'incontro di oggi assume un'importanza rilevante.

Come sempre, ci attendiamo che vengano forniti dei dati per poi riflettere su questi alla luce delle ulteriori verifiche che effettueremo con gli altri soggetti uditi.

Ci attendiamo, da parte vostra, una serie di valutazioni sul programma dell'indagine conoscitiva, che è stato approvato dalla X Commissione della Camera dei deputati e che cercherò brevemente di illustrarvi. In quel documento si prevedeva di approfondire alcuni aspetti, come il funzionamento degli attuali strumenti di monitoraggio dei mercati, con particolare riferimento alle modalità di rilevazione statistica; l'adeguatezza di tali strumenti, anche in relazione al progressivo ampliamento dei mercati non più nazionale bensì a carattere europeo; la capacità di tali strumenti e di fornire ai cittadini adeguate informazioni sul funzionamento dei mercati nazionali e territoriali.

Questi sono i temi principali della nostra indagine, che tocca in modo particolare l'istituzione che presiede il professore Biggeri, al quale do la parola.

BIGGERI. Ringrazio i Presidenti per questa convocazione, perché credo serva a fare chiarezza sugli aspetti dell'informazione statistica, molto importanti per l'economia, lo sviluppo del nostro Paese e la comparazione con gli altri Paesi. Confesso che non ho ricevuto il documento a cui faceva riferimento il presidente Tabacci, ma questo non ha importanza, nel senso che più o meno conosciamo gli argomenti. Eventualmente, potrete formulare qualche ulteriore domanda di chiarimento su alcuni aspetti.

Permettetemi di svolgere una precisazione di carattere generale, che del resto ho svolto anche alla 6^a Conferenza nazionale di statistica che si è tenuta la settimana scorsa. L'ISTAT e tutti gli enti che rientrano nel Sistema statistico nazionale (SISTAN) fanno parte della statistica ufficiale del nostro Paese e per questo devono necessariamente seguire tutti i principi stabiliti dalle leggi italiane, ma anche dal regolamento (CE) n. 322 del 1997 e dalle Nazioni Unite. Tali principi presuppongono l'imparzialità, la trasparenza e la qualità delle informazioni statistiche; a queste ci atteniamo strettamente. Noi, infatti, operiamo con la massima trasparenza, siamo molto imparziali e curiamo oltremodo la qualità delle informazioni statistiche. Questo non vuol dire che siamo chiusi rispetto ad eventuali osservazioni e critiche che possano migliorare il nostro lavoro, ma certamente siamo chiusi quando le osservazioni e le critiche non si basano su dati scientifici, bensì su impressioni o addirittura su considerazioni solo di alcune parti. Sarebbe deleterio se noi seguissimo queste indicazioni, perché vorrebbe significare che non siamo imparziali nel produrre l'informazione statistica.

Una prima considerazione riguarda la capacità degli indici che noi calcoliamo di registrare l'evoluzione dell'inflazione. Bisogna chiarire subito che l'evoluzione dell'inflazione a livello internazionale, di Nazioni Unite, di Fondo monetario internazionale, di Eurostat, viene definita in un certo modo, che non fa riferimento alla percezione dei cittadini, bensì attraverso un indice di variazione dei prezzi al consumo dell'intera collet-

tività nazionale. Ciò significa che si devono registrare i prezzi che si presentano sul mercato e che i cittadini e le famiglie pagano per acquisire tutti i beni e tutti i servizi sul mercato stesso, quindi riguarda l'intera collettività. Questa prima considerazione è estremamente importante e porta ad alcune esclusioni dalla rilevazione che noi operiamo proprio perché è stato definito convenzionalmente l'ambito della rilevazione per la misura dell'inflazione.

È evidente che una misura dell'inflazione così fatta riguarda l'intera collettività e si basa, quindi, su una varietà di beni e servizi che sicuramente non è percepibile dal singolo cittadino o dalla singola famiglia, che hanno una propria struttura dei consumi e acquistano sul mercato determinati beni e servizi. Quindi è chiaro che, quando vanno a confrontarsi con un indice di variazione dei prezzi, possono non riconoscersi in quella rilevazione. Ripeto che si tratta di un dato di misurazione stabilito a livello internazionale, utile per adottare decisioni a livello macroeconomico. Infatti, si tratta di una misura macroeconomica, non relativa a singoli cittadini o gruppi di cittadini, ma relativa all'andamento dei prezzi al consumo sul mercato. Secondo una definizione internazionale, i beni non presenti sul mercato, come ad esempio i fitti figurativi, non sono rilevati, perché non si riferiscono ad una contrattazione reale.

Quindi, misurando la variazione dei prezzi al consumo dell'intera collettività si possono offrire delle indicazioni con riferimento a questa evoluzione per politiche economiche di tipo congiunturale e strutturale. Naturalmente, la misura non si limita all'aggregato complessivo, ma fa riferimento anche ad una serie di beni e servizi, raggruppandoli in capitoli di spesa. Infatti gli indici che noi produciamo sono divisi per capitoli di spesa, come evidenziato dalle tabelle che abbiamo distribuito. Tra questi vari capitoli spesa, possiamo notare i settori in cui si presenta una diversa evoluzione dei prezzi. Ciò è estremamente importante, perché dal punto di vista dell'analisi dell'inflazione il solo dato aggregato potrebbe non essere sufficiente per attuare politiche economiche, magari di tipo disinflattivo.

In realtà, noi produciamo e rendiamo disponibili gli indici relativi alle voci di prodotto, oltre 500, nelle quali si può notare una forte differenziazione nell'andamento dei prezzi. Nelle tabelle distribuite si evidenzia come i prezzi di alcuni beni e servizi aumentano molto, mentre altri diminuiscono. Quando a volte i giornali o le associazioni dei consumatori parlano di aumenti del 20-30 per cento del prezzo di alcuni beni, possiamo notare, sulla base dei dati relativi alle 568 voci da noi utilizzate, se questi ci sono effettivamente stati. Alcuni beni e servizi sono aumentati anche più del 30 per cento. Ci sono stati, però, anche prezzi di beni e servizi che sono diminuiti. Ecco allora che la percezione dell'inflazione che hanno le persone, le famiglie come la mia o le nostre, non può essere assimilata alla misura dell'inflazione perché la percezione dipende dai beni e servizi che si acquistano e dalla frequenza con cui si acquista.

Tanto per fare un esempio banale, non vi è dubbio che se aumenta il prezzo dei pomodori, ci si renderà conto più facilmente che vi è un forte aumento, visto che li acquistiamo quotidianamente; nel caso dell'acquisto

di una lavatrice o di un altro elettrodomestico, che viene sostituito una volta ogni due anni o più, non ci si rende conto della diminuzione del prezzo, e lo stesso vale per i *computers* che non vengono acquistati tutti i giorni o per le bollette del gas o di altre utenze che magari sono pagate attraverso addebito sul conto corrente bancario. Una cosa, quindi, è la percezione dell'inflazione, che noi non misuriamo non essendo nostro compito (la percezione è un fatto soggettivo che dipende dalla struttura dei propri consumi di beni e servizi), altra cosa è una misura reale della variazione dei prezzi dei beni e servizi che riguardano i consumi dell'intera collettività.

Per quanto riguarda la misurazione, non solo rileviamo con dettaglio e rappresentiamo tutte le categorie di beni e servizi che fanno parte dell'insieme dei consumi delle famiglie italiane, ma forniamo anche informazioni di analisi che poi analizzeremo.

Mi sembra importante, in questo intervento iniziale, richiamare la vostra attenzione sulla composizione del paniere, anche perché su questo punto vi è stata molta polemica. La composizione del paniere non è definita in maniera soggettiva, con riferimento alla propria struttura dei consumi, di ciò che si acquista al mercato, al supermercato o al negozio, ma fa riferimento, come ho già ricordato, a tutte le spese effettuate sul mercato da tutte le famiglie italiane. Per questo motivo, effettuiamo una rilevazione su un campione di 30.000 famiglie. Come è stato riconosciuto da tutti gli organismi internazionali che hanno controllato le nostre rilevazioni, si tratta di un campione altamente rappresentativo, che dà molta fiducia sulla stima delle voci di consumi di beni e servizi delle famiglie, consentendoci di stabilire i pesi da attribuire ai vari gruppi di beni e servizi. Per essi viene effettuata una rilevazione, come del resto voi avrete sentito e saprete, nelle città che si sono rese disponibili. Tale rilevazione è effettuata dai comuni, e fa quindi capo agli uffici statistici comunali, su punti di vendita differenziati; è pertanto un campione ragionato di punti di vendita (grande e piccola distribuzione, localizzata in centro o in periferia), presso i quali sono rilevati i prezzi di tutti i beni e servizi resi.

La rilevazione riguarda ben 28.000 punti di vendita rappresentativi all'interno di ciascun comune; successivamente, il comune, o più comuni, vengono considerati rappresentativi all'interno della Regione di appartenenza. Presso questi 28.000 punti di vendita sono rilevate ogni mese circa 300.000 quotazioni che, confrontate con le quotazioni del periodo o dei periodi precedenti, consentono di calcolare l'indice; per aggregazione successiva, si arriva alla determinazione degli indici per le 568 voci menzionate in precedenza, che si aggregano prima a 209 voci e poi ai capitoli di spesa che trovate indicati nelle tabelle distribuite.

Questa è la metodologia di costruzione. Il controllo della rilevazione è effettuato dai comuni, molti dei quali hanno già migliorato notevolmente le loro tecniche di rilevazione (nel passato si faceva tutto su cartaceo, ora i comuni sono dotati di un *software* da noi messo a disposizione); in molti casi, i rilevatori inseriscono i dati direttamente nei palmari ed un *software*

controlla subito la coerenza della variazione dei dati rilevati rispetto al periodo precedente o rispetto ad altri tipi di variazioni. Una volta immagazzinati, i dati, evidentemente elementari, sono inviati all'ISTAT che ne verifica la coerenza a livello comunale e tra comuni per tipo di bene e servizio. Oltre a ciò, vi sono prezzi che vengono rilevati centralmente, perché in genere le loro variazioni sono uguali su tutto il territorio nazionale ed è pertanto inutile effettuare rilevazioni a livello locale.

Questo procedimento ci garantisce la qualità della rilevazione ed anche un'informazione adeguata al compito della misura dell'inflazione; come ho già sottolineato all'inizio del mio intervento, non possiamo che convenirne tutti, visto che anche a livello internazionale, dopo lunghissimi dibattiti, questa è stata la definizione attribuita alla misura dell'inflazione. Da questo punto di vista, posso quindi fornire massime assicurazioni sia sulla capacità di registrare gli andamenti inflattivi, sia nel misurare correttamente il paniere della spesa delle famiglie italiane. Solo per chiarezza voglio ricordare che il paniere viene rinnovato ogni anno; siamo uno dei pochi Paesi al mondo a farlo. Gli Stati Uniti d'America, ad esempio, lo hanno tenuto invariato per dodici anni ed ora, come altri Paesi, effettuano un rinnovo quinquennale. Noi, proprio a fronte dell'indagine campionaria sui consumi delle famiglie che conduciamo, lo rinnoviamo ogni anno, ricostituendo la base e la struttura dei pesi. A dicembre prossimo predisporremo nuovamente la struttura dei pesi per il 2003 (a dicembre 2001 abbiamo predisposto la struttura utilizzata per tutto questo anno).

Da questo punto di vista, siamo molto tranquilli che le misure da noi rilevate siano corrette. Ripeto quanto già affermato perché ritengo sia un punto importante: se avete intenzione di esaminare insieme a noi le tabelle fornite, potremmo fare alcune analisi dell'inflazione, per vedere in quali settori l'inflazione, se esiste, si manifesta, come si diffonde, quali sono le relazioni tra i prezzi al consumo e quelli alla produzione.

Tengo a precisare un elemento, che è stato oggetto di polemiche. Come voi sapete, abbiamo avuto incontri con le associazioni dei consumatori sia a settembre, di carattere maggiormente politico, sia ieri pomeriggio, di carattere tecnico. Anche in quelle sedi abbiamo sottolineato che sono al nostro studio molti miglioramenti del sistema, proprio perché questo è uno degli obiettivi della statistica ufficiale: la statistica ufficiale non si può fermare, deve migliorare sempre.

I due obiettivi che ci siamo posti, riportati anche nei documenti che abbiamo consegnato, sono i seguenti: a medio-lungo termine avere misure dei prezzi anche a livello territoriale; non tanto, quindi, misure dell'inflazione, che già abbiamo, ma dei prezzi (perché quelli a nostra disposizione non sono misure di livello ma indici di variazione dei prezzi). Dal momento che qualcuno è interessato a sapere se il livello dei prezzi a Caltanissetta è diverso rispetto a quello di Milano, è giusto muoverci anche su questa linea. Il nostro secondo obiettivo di miglioramento, che riguarda più direttamente l'inflazione, è relativo alla possibilità di verificare l'impatto dell'inflazione sui bilanci e sulla spesa delle famiglie per tipologie

differenziate. Questo non significa costruire indici diversi di inflazione (l'indice deve essere unico) ma verificare, sulla base delle strutture e dei consumi delle famiglie (con differenti livelli di reddito), oppure sulla base di tipologie di famiglie (senza prole, costituite da marito e moglie con due o più figli, pensionati e così via), attraverso apposite metodologie di calcolo, quale sarà (o quale è stato finora) il possibile impatto dell'inflazione, vedendo, cioè, come ha inciso l'evoluzione dei prezzi sui bilanci delle famiglie. Anche questa è un'analisi che stiamo conducendo e che credo produrremo abbastanza presto, ma ripeto che non si tratterà di indici nuovi, bensì di una diversa valutazione.

D'altra parte, quando qualcuno dice che la misura dell'inflazione che l'ISTAT fornisce sembra bassa, basti pensare che nei primi mesi del 2001 era del 3 per cento, in questo periodo è del 2,7 per cento; poiché la spesa media annua delle famiglie italiane è appena superiore ai 25.000 euro, è facile calcolare che anche solo il 2,7-3 per cento fa diminuire di fatto la disponibilità di reddito delle famiglie di circa 750 euro. Questa cifra non è certo piccola; se fosse più alta, le famiglie non avrebbero più non solo i soldi per arrivare alla fine del mese, ma nemmeno per uscire di casa. Già così, con una misura ritenuta dagli economisti tutto sommato non eccessiva, la diminuzione reale del reddito disponibile presso le famiglie si attesta ogni anno intorno ai 700-750 euro. Anche questo significa indirettamente che la misura che forniamo, anche se ci potrà essere un decimo in più o in meno, certamente non è sballata.

Chiudo il mio intervento su questo discorso del decimo in più o meno, perché non vorrei che pensaste che l'informazione statistica sia esatta al 100 per cento. Essa fornisce una misura che tiene sotto controllo l'errore, quindi non ci deve essere distorsione, ma potrebbe esserci un errore casuale in più o in meno, che però certamente non dipende dal fatto che abbiamo distorto la rilevazione e che non siamo stati imparziali. Mi scuso se mi sono troppo dilungato, ma volevo chiarire bene alcuni aspetti.

PRESIDENTE. Per quanto riguarda il costo delle assicurazioni, rileviamo che gli aumenti sono piuttosto importanti, mentre nel paniere l'indice di valutazione è piuttosto basso.

ONETO. Si tratta di una questione che, come sapete, è stata ampiamente dibattuta negli ultimi mesi. Noi abbiamo cercato di chiarire il metodo per misurare la quota di spesa di un servizio particolare come quello delle assicurazioni (per chiarezza farò poi anche l'esempio delle lotterie e dei concorsi a pronostico, che hanno un trattamento simile), metodo che non è solo nostro, ma è europeo e deriva dalle convenzioni internazionali.

Quando un consumatore compra il servizio assicurativo, non spende quell'importo di denaro per comprare un servizio come quello telefonico, di trasporto, di viaggio, nei quali ciò che si paga corrisponde a tutto il servizio che si ottiene, non torna indietro nulla. Se, ad esempio, compro un pacchetto di viaggio, farò le vacanze e non avrò indietro nulla se non, giu-

stamente, le vacanze stesse che ho pagato. Invece, per quanto concerne le assicurazioni, pago la possibilità di avere un rimborso in caso di incidente. Quindi, secondo le convenzioni internazionali, con una logica piuttosto ferrea, anche se, come in tutte le convenzioni statistiche, ci possono essere evoluzioni e cambiamenti, nel momento in cui compro un pacchetto assicurativo, acquisto la possibilità di ottenere un rimborso in caso di danno. Pertanto, dal punto di vista statistico, il servizio che si ottiene è la differenza fra quanto pago e quanto avrò in media di rimborso.

L'obiezione che viene sempre formulata dai singoli è di pagare l'assicurazione e di non avere in cambio nulla; se fosse vero per tutti, sarebbe una mera truffa. Invece, come è ben noto, non è vero per tutti, perché in media ciascuno di noi avrà un rimborso, che noi consideriamo spesa per riparazione, dato che nel momento in cui un soggetto ha un incidente e fa riparare l'automobile – ma questo si può estendere ad altre tipologie di assicurazione – la spesa del consumatore rientra nella voce riparazioni e, quindi, ciò che rileva è l'andamento dei prezzi di quel settore, però ottengo un rimborso che fa sì che in realtà la spesa dell'assicurazione sia molto più bassa. Dunque, il consumatore non paga un milione o un milione e mezzo di vecchie lire l'anno per non avere nulla in cambio, ma per avere dei rimborsi. Dal punto di vista statistico, si tiene conto della differenza.

Un caso simile è quello del lotto, delle lotterie, dei concorsi a pronostico. Noi consideriamo come peso di questa voce la differenza fra ciò che l'insieme della collettività paga per lotterie e pronostici e quanto ottiene indietro come premi. La spesa effettiva per le famiglie italiane è pari a tutte le giocate, meno i premi che tornano indietro, perché il servizio comprato è la possibilità di giocare, mentre la spesa effettiva è la differenza fra le giocate e i rimborsi.

Si tratta di convenzioni contabili. Nel caso dell'assicurazione, la spesa per riparazioni da qualche parte si deve allocare. In realtà, è molto ampio il peso per le riparazioni rispetto a quello delle assicurazioni.

PRESIDENTE. È un'alchimia.

BIGGERI. Non è così. Vorrei fare un esempio banale. Mettiamo che lei, il presidente Tabacci ed io siamo le sole persone che sottoscrivono un'assicurazione. Tutti e tre paghiamo il premio, poi però solo il presidente Tabacci ha un lieve incidente e solo a lui rimborsano la spesa che effettua presso il carrozziere. Nel complesso noi tre abbiamo pagato il premio, ma solo lui ha ottenuto un rimborso. Non è un'alchimia dell'I-STAT, altrimenti non ci sarebbe questa convenzione internazionale.

Ripeto quanto ho detto prima, noi non misuriamo l'inflazione di una singola famiglia, ma quella di tutta la collettività nazionale. Il singolo può sostenere giustamente di non aver mai avuto incidenti – come nel mio caso – e di aver pagato il premio assicurativo, ma qualcun altro invece ha ottenuto dei rimborsi.

TRAVAGLIA (*FI*). In pochissimo tempo ci avete fornito un'idea dell'enorme complessità del problema. Penso che questa di per sé sia già un'acquisizione, perché ci rendiamo conto che per i non addetti ai lavori possono sussistere perplessità forse non giustificate, dato che la tecnicità della materia è molto rilevante e ha una sua giustificazione.

Vorrei capire uno dei tanti aspetti variegati di fronte a cui ci troviamo. All'inizio del suo intervento, il professore Biggeri ha detto che il confronto si opera sugli indici di aumento. Questo introduce un elemento di difficoltà di interpretazione per il profano. Se facciamo l'esempio del pomodoro, questo nei negozi ha un prezzo, se però ci si riferisce all'indice, rappresenta una realtà più complessa. Qual è la realtà dell'indice rispetto alla pura e semplice variazione dei prezzi?

BIGGERI. Cercherò di essere più chiaro. Nella Tavola S.8, con riferimento al mese di settembre 2002, sono riportati gli indici dei prezzi al consumo dei 10 prodotti a più alto tasso di variazione tendenziale, quelli cioè che nell'ultimo anno sono aumentati di più. Tra questi prodotti, ci sono i giornali per i quali nei vari mesi dell'anno è effettuata la rilevazione del prezzo. La prima colonna riguarda i pesi, cioè quanto le famiglie italiane spendono in media, rispetto al totale della loro spesa, per acquistare giornali. Il valore è pari a 2.760, ma rispetto ad un milione; pertanto, le famiglie italiane, pur leggendo, non spendono molto per i giornali. Dal confronto dei mesi di settembre e di agosto 2002, risulta che il prezzo è rimasto invariato; il confronto tra i mesi di settembre 2002 e gennaio 2002, invece, fa rilevare un aumento del 2,9 per cento, probabilmente a causa di un aumento dei prezzi di alcuni giornali. Se si prende in considerazione il confronto fra settembre 2002 e settembre 2001, si vedrà che la variazione è pari al 14,1 per cento, cioè a settembre 2002 il prezzo è aumentato del 14,1 per cento. Ovviamente, si tratta di un indice, della media dei vari giornali presi in considerazione.

Allo stesso modo, si può osservare che in un anno (settembre 2001-settembre 2002) i trasporti marittimi sono aumentati del 13,6 per cento, il prezzo dei crostacei dell'11,5 per cento e via dicendo.

CHIUSOLI (*DS-U*). Vorrei comprende meglio.

Per restare ai prodotti indicati nella Tavola S.8, il riferimento ai giornali è abbastanza chiaro. Per quanto concerne, invece, gli ortaggi e i legumi freschi o un prodotto come il latte, il rilevatore che effettua le rilevazioni con il palmare, che cosa rileva? Se deve rilevare il prezzo dei biscotti o del vino, a quale marca si riferisce?

BIGGERI. Vorrei fornirle un'indicazione di carattere generale, poi passerò la parola ai miei colleghi che hanno una maggiore esperienza diretta. Personalmente, ho esperienza nel settore perché a livello internazionale tratto questo argomento ormai da 30-40 anni, mi convocano anche al *Bureau of labor statistics* per consulenze, pertanto credo di poter fornire indicazioni precise. Innanzitutto, non si tratta di rilevare il prodotto speci-

fico che consumano tutte le famiglie italiane: dobbiamo misurare la variazione del prezzo. Per tornare all'esempio del latte, se il prezzo del latte, di tutti i tipi di latte, aumentasse nello stesso modo proporzionalmente, basterebbe rilevarne uno qualsiasi. Normalmente, cerchiamo di prendere in considerazione un prodotto che sia rappresentativo, non perché maggiormente consumato (il peso poi lo attribuiremo) ma perché maggiormente rappresentativo delle variazioni di prezzo che in media ci saranno in quel gruppo di prodotti. Scegliamo delle voci che, a seconda delle città, siano rappresentative delle variazioni del prezzo del latte.

Il collega Oneto vi spiegherà come il rilevatore effettua la scelta della singola marca.

ONETO. Restando all'esempio del latte, in un'altra delle nostre tabelle (ciascuno dei capitoli è abbastanza disaggregato) risulta che il latte che a settembre è aumentato del 2,8 per cento.

CHIUSOLI (DS-U). Preferirei l'esempio di quei prodotti per i quali accanto alla grande marca vi è il corrispondente prodotto che il supermercato si fa confezionare per sé, ad esempio i piselli CIRIO, i piselli Conad o Coop.

ONETO. Non sono un esperto del settore, ma credo di poterle rispondere.

L'evoluzione che ha interessato i prodotti, ha coinvolto anche il latte. Venti anni fa esisteva essenzialmente il latte di centrale, mentre oggi le tipologie si stanno diversificando sempre di più; è infatti una tendenza naturale delle economie di mercato procedere ad una forte diversificazione dei prodotti, anche di quelli più standardizzati come, appunto, il latte di cui oggi esistono varie tipologie, come i latti microfiltrati o di altro genere.

Il senatore Chiusoli ha fatto riferimento ai piselli ma lo stesso discorso vale per i detersivi e per tutti quei prodotti per i quali, accanto alla marca nota, compaiono marche più economiche o, addirittura, assenza di marca. Questi meccanismi servono ad abbassare il prezzo.

Il nostro meccanismo essenzialmente si affida molto, per questo genere di prodotti, sulla capacità e sulla percezione degli uffici comunali di statistica – e, all'interno di questi, dei rilevatori – di individuare la varietà, così viene definita in termini statistici, del prodotto esatto. All'interno di un insieme, che può essere rappresentato dal latte oppure dalla scatola di detersivo o di piselli, partiamo da una definizione abbastanza generica che fissa alcuni parametri (come, ad esempio, la quantità, perché è importante definire una quantità *standard* – il litro di latte piuttosto che la scatola da 400 grammi di prodotto). Vengono cioè fornite delle definizioni che, in questo difficile equilibrio, devono mantenere una certa genericità per lasciare spazio agli uffici comunali di scegliere la varietà di prodotto più diffusa in quella realtà locale. Ciò è vero dappertutto, ma forse in Italia ancora più che in altri Paesi: vi è un grande amore per la diversificazione

e per la varietà. Pensiamo agli alimentari: in ogni Regione, se non addirittura in ogni città, si rispecchiano le abitudini e le preferenze del luogo, per cui anche il pane può variare enormemente da un'area all'altra del Paese. È necessario mantenere, pertanto, sufficientemente generica la definizione, in maniera che non identifichi un prodotto così preciso molto diffuso a Milano ma non a Palermo, proprio perché esistono abitudini differenti. Il fatto poi che i prodotti vengano individuati in maniera differente da una città all'altra non rappresenta un problema, perché non si comparano i livelli (questa è un'altra possibile obiezione ragionevole), non si vuole sapere se il pane a Milano costa più che a Palermo; si vuole seguire la dinamica del pane, del latte o di qualsiasi altro prodotto a Milano, a Palermo e in tutte le altre città, per poi operare delle medie opportune che forniscano un'idea generale.

Si definisce quindi il prodotto in maniera sufficientemente precisa per evitare un eccesso di discrezionalità da parte degli uffici comunali che, insieme ai rilevatori, individuano all'interno di quella definizione le marche più vendute e le situazioni più rappresentative. Questo non può che essere un lavoro basato preminentemente sulla conoscenza del mercato, dei punti commerciali; in realtà, ci si affida molto all'esperienza del rilevatore che viene opportunamente seguito dal coordinatore dell'ufficio comunale che, a sua volta, ha contatti con noi e da noi viene istruito (noi stessi operiamo dei corsi di formazione per rilevatori). L'individuazione del prodotto, pur all'interno di indicazioni chiare che provengono dal suo ufficio comunale, è essenzialmente affidata al rilevatore. Quel prodotto deve poi essere seguito nel tempo.

Il senatore Chiusoli ha fatto riferimento alla fattispecie in cui vi sono marche diverse. In una città di medie dimensioni ci sarà il supermercato, il piccolo esercizio e l'*hard discount*. Nell'*hard discount* sarà individuata la scatola senza marca; nel grande magazzino la scatola di una marca *standard*; nel piccolo esercizio che abbia comunque una sua rilevanza locale sarà magari individuato un prodotto di più alta marca. Tutto il processo consiste nel seguire un numero abbastanza elevato di prodotti in maniera che la media dei prezzi di questi sia sufficientemente rappresentativa.

CHIUSOLI (DS-U). I rilevatori sono vostri dipendenti o sono dipendenti comunali?

BIGGERI. La rilevazione viene effettuata dagli uffici di statistica dei comuni.

CHIUSOLI (DS-U). Hanno dei vincoli, come quello di partecipare periodicamente a dei corsi di aggiornamento e formazione gestiti da voi?

ONETO. Certo, ma non solo. *A posteriori* tutte le singole osservazioni, questi 300.000 dati che ogni mese ci pervengono dai comuni, ci arrivano sul serio. Quel *software* generalizzato che abbiamo diffuso a tutti i comuni ci consente di acquisire facilmente tutti i dati. Naturalmente, non

vogliamo sostenere che studiamo ogni singolo dato di quei 300.000 ma, all'interno di questa miriade di rilevazioni, utilizziamo dei metodi statistici per individuare rapidamente osservazioni fuori campo, stranezze, incoerenze ed anomalie. Utilizziamo poi parametri che ci permettono di osservare se in quella determinata città le rilevazioni stanno funzionando abbastanza bene o se ci sono troppe mancate rilevazioni che possono dar luogo alla ripetizione del prezzo. Infatti, ci può essere sempre il caso del rilevatore che quel mese è assenteista o gli è accaduto qualcosa e non rileva il prezzo, limitandosi a ripetere quello del mese precedente. Può succedere una volta, alla seconda l'ufficio deve intervenire. Attraverso dei parametri di qualità, noi monitoriamo questi meccanismi e, se un ufficio ci sembra inadempiente da questo punto di vista, nel senso che non controlla abbastanza i suoi rilevatori e ci invia dati problematici, cerchiamo di intervenire.

BIGGERI. Vorrei fare un esempio, per trasparenza, perché quando si parla di controlli non vorrei che si pensasse a delle operazioni nascoste.

Prendiamo come esempio il prezzo dei piselli. Siccome rileviamo la variazione del prezzo per tante tipologie di punti di vendita differenziati e in tante città, se troviamo che la distribuzione di queste variazioni è molto diversificata, in qualche caso addirittura in diminuzione e in altri con un aumento del 20 per cento, è ovvio che questo mette in evidenza delle incoerenze che dobbiamo verificare.

TABACCI (CCD-CDU). Le osservazioni statistiche riguardano tutte le città capoluogo di provincia?

BIGGERI. No, si tratta di 76 città, cui se ne stanno aggiungendo altre. Ovviamente, è interesse che tutte le città capoluogo di provincia aderiscano, anche perché per legge dovrebbero farlo, però l'adesione o meno dipende dai comuni. Noi abbiamo sempre effettuato un'opera di sensibilizzazione, tant'è che all'inizio l'adesione era inferiore, poi le città interessate sono aumentate e adesso se ne stanno inserendo altre (se volete, vi possiamo fornire l'elenco completo).

Vorrei chiarire, però, anche se i dati non riguardano tutti i capoluoghi di provincia, questo non influenza assolutamente il risultato, perché si tratta di una rilevazione che deve essere rappresentativa della zona nella quale viene operata. Anche un solo comune potrebbe essere rappresentativo di tutta una Regione. Spesso così non è e quindi cerchiamo di avere più comuni per ciascuna Regione; però siccome poi si perviene al dato nazionale, il peso che gli diamo è quello della Regione di appartenenza; non facciamo una media aritmetica semplice, ma ponderata in funzione del peso dei singoli comuni. È evidente che i comuni di Roma e Milano, per esempio, hanno un maggior peso rispetto ad altri.

PRESIDENTE. Vi ringrazio per le vostre informazioni. Il meccanismo da voi illustrato è molto complesso, però siete stati molto chiari e non abbiamo alcun dubbio sulla trasparenza del vostro lavoro. Approfondiremo le tematiche che ci avete sottoposto con la documentazione che gentilmente ci avete fornito.

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

I lavori terminano alle ore 9,15.

