



Rapporto Prezzi

OTTOBRE 2008

Il presente **Rapporto** è stato elaborato con le informazioni disponibili al **15 ottobre 2008**

A cura di **Mariano Bella** - *Responsabile dell'Ufficio Studi*

Silvia Criscuolo

Francesco Lioci

Luciano Mauro

Livia Patrignani

Editing: **Francesco Rossi** - *Area Comunicazione e Immagine*

© 2008 Confcommercio

INDICE

INTRODUZIONE E SINTESI	1
Introduzione	3
I principali risultati	3
1. VALUTAZIONI PRELIMINARI SULL'INFLAZIONE	11
1.1 Definizione di inflazione, differenze rispetto al costo della vita e concetto di deflatore	13
1.2 Come viene misurata l'inflazione	14
1.3 I luoghi comuni e gli errori più diffusi sugli indici dei prezzi e sull'inflazione	17
1.4 Attualità e passato: le politiche di adeguamento salariale all'inflazione	19
2. LE DINAMICHE DEI PREZZI AL CONSUMO: I DATI UFFICIALI	23
2.1 Le quotazioni internazionali delle materie prime	25
2.2 L'indice armonizzato dei prezzi al consumo in Europa	26
2.3 Le dinamiche dei prezzi al consumo e dei deflatori per gruppi di prodotti in Italia	32
2.4 Le dinamiche dei consumi e del reddito	36
3. LE DINAMICHE RECENTI DEI PREZZI AL CONSUMO: ANALISI DEI DATI NIELSEN	39
3.1 Le dinamiche dei prezzi con l'introduzione dell'euro	41
3.2 Le dinamiche dei prezzi negli anni recenti	45
3.3 Le differenze attuali tra i prezzi nel dettaglio tradizionale e presso la grande distribuzione	47
4. LA PERCEZIONE DELL'INFLAZIONE ED IL SISTEMA DEI MEDIA	53
4.1 Premessa: realtà e percezione della realtà	55
4.2 L'inflazione percepita: criteri di misura ed evidenze empiriche nell'area euro e in Italia	58
4.3 L'affidabilità degli indici ufficiali per la misura dell'inflazione: alcuni contributi della letteratura economica	64
5. ALTRE ANALISI CHE SMENTISCONO LA DICERIA '1.000 LIRE = 1 EURO'	71
5.1 Analisi della Banca d'Italia sull'andamento dei prelievi Bancomat	73
5.2 Valutazioni sui dati dell'agenzia delle entrate	75
6. LA RIPARTIZIONE DEL VALORE AGGIUNTO LUNGO LA FILIERA AGRO-ALIMENTARE	77
6.1 Le agricolture di Spagna, Francia, Germania, Italia: confronti su produzione, input produttivi, valore aggiunto e dimensione d'impresa	79
6.2 Il ruolo dei sussidi all'agricoltura	81
6.2.1 L'evoluzione della spesa per l'agricoltura in Italia	81

6.3	La catena del valore della filiera agroalimentare	81
6.3.1	Metodologia di costruzione della catena agroalimentare	83
6.3.2	Scomposizione della produzione	85
6.3.3	Una corretta rappresentazione della catena del valore	87
	BIBLIOGRAFIA	103

INTRODUZIONE E SINTESI

Introduzione

Rapporto Prezzi riassume per il sistema Confcommercio, e per gli operatori interessati al tema, le questioni più rilevanti in materia di prezzi.

E' interesse del commercio in tutte le sue componenti effettuare una grande operazione verità sul sistema dei prezzi che ponga fine ai consueti balletti di cifre e alle polemiche. E' interesse del sistema economico e di ciascuno degli operatori che lo compongono. Soprattutto in un momento di congiuntura particolarmente negativa, il confronto tra le forze sociali e la coesione, almeno sui grandi obiettivi, sono ingredienti necessari per una rapida soluzione dei problemi più in questo frangente.

Nel corso degli anni si è consolidata nel nostro Paese una pessima abitudine: quella di sostituire le polemiche alle analisi. Le prime si basano su pregiudizi e non hanno obiettivi di migliorare la conoscenza. Le seconde, al contrario, partono da valutazioni scientifiche e controllabili e hanno l'obiettivo di migliorare la consapevolezza presso la pubblica opinione dei problemi e delle possibili soluzioni. Come si sia giunti allo stato attuale richiederebbe analisi politiche e sociologiche che vanno al di là degli scopi di questo Rapporto. Tuttavia, la mancanza di una matura coscienza consumeristica in Italia può essere individuata come l'anello debole del sistema produzione-distribuzione-comunicazione-percezione.

La ricerca di visibilità a ogni costo e la pigrizia mentale hanno fatto sì che da più parti si sia preferito dare corpo a paure, difficoltà, voci di popolo, piuttosto che informare. Sul tema dei prezzi, la debolezza delle argomentazioni ha reso il panorama dello scontro particolarmente confuso. I mezzi di comunicazione, parte in causa, hanno enfatizzato questo pensiero debole.

Questo rapporto vuole essere un contributo di Confcommercio a fare chiarezza sul tema. Non si tratta di difendere, di difendersi - che un sistema lo si trova sempre. La posta in gioco è più elevata: è il ripristino sul tema dei prezzi e dell'inflazione, di buone pratiche di analisi, ispirate alla sincerità e alla precisione dell'informazione, quale base insostituibile per una funzionante democrazia economica.

I principali risultati

Nel decidere se esista o meno un problema 'inflazione' specifico del nostro Paese, l'evidenza empirica ha un ruolo fondamentale. Non si può dirimere la controversia sulla base di sensazioni o pregiudizi. I dati rilevanti sono riportati in tab. A e dicono che:

- 1) l'inflazione italiana è simile a quella degli altri Paesi europei, sia in generale sia sugli alimentari (e anche nelle specifiche categorie di dettaglio); è simile nel breve periodo e anche nel lungo termine, come documentato nel capitolo 2;
- 2) il problema italiano è quello della scarsa crescita, nel breve termine e ancor più nell'ottica di medio termine, come si evince dalle differenze nella dinamica del Pil; oggi, si approfitta della crisi internazionale dei mercati finanziari per applicare alla condizione italiana l'assioma che 'di notte tutti i gatti sono neri'; la nostra crisi è

diversa e ben più profonda di quella degli altri partners; quando questi ultimi aggiusteranno il sistema delle regole del credito bancario, torneranno a crescere al 2,5-3%; l'Italia tornerà a crescere come ha fatto mediamente negli ultimi 20 anni, tra lo 0 e l'1,5%; sono differenze che poi si traducono nel benessere dei cittadini-consumatori e hanno impatto sulle loro aspettative e percezioni; questo punto è alla base dell'esagerata e crescente percezione del tasso di variazione dei prezzi, cui è dedicato il capitolo 4 del Rapporto;

- 3) ancora più precisamente, la tab. A chiarisce l'infondatezza dell'idea che i consumi siano in crisi a causa dell'inflazione: infatti, ciò accade esclusivamente in Italia; caso strano, abbiamo molteplici insiemi di dati, ufficiali e da nessuno contestati, che indicano l'anomalia italiana nell'insufficiente crescita del prodotto e del reddito, ma sui media si insiste sull'unico elemento - l'inflazione - simile al resto del mondo e ai nostri partner europei (IPCA di tab. A è l'indice dei prezzi al consumo armonizzato).

Tab. A - Pil, consumi, inflazione
var. % tendenziali

	2007			IPCA	IPCA Alimentari
	PIL	CONSUMI	Alimentari		
UEM 13	2,6			2,1	2,7
Italia	1,5	1,3	0,1	2,0	2,9
Francia	2,2	2,6	1,6	1,6	1,4
Spagna	3,7	3,8		2,8	3,7
Regno Unito	3,0	2,9	2,5	2,3	4,5
	I semestre 2008				
	PIL	CONSUMI	Alimentari	IPCA(*)	IPCA Alimentari (*)
UEM 13	1,7	0,8		3,6	6,1
Italia	0,1	-0,3	-2,2	3,7	5,7
Francia	1,6	1,5		3,5	5,5
Spagna	2,2	1,7		4,7	6,8
Regno Unito	1,9	3,0		3,5	8,7

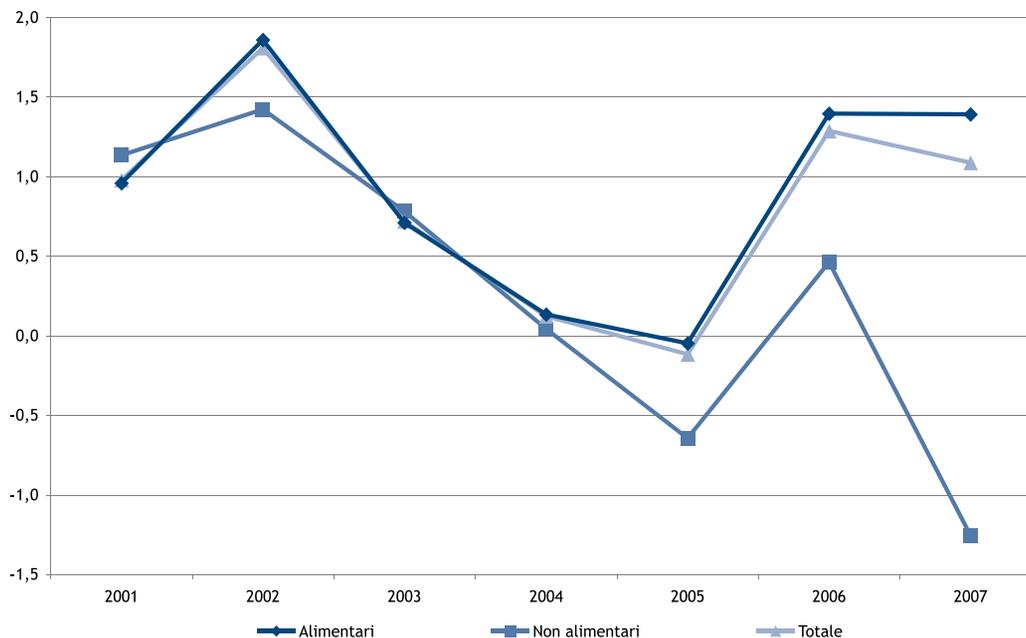
(*) Media gennaio-settembre.

Fonte: Elaborazioni Ufficio Studi Confcommercio su dati Eurostat

I pregiudizi contro il settore del commercio hanno tra le radici più recenti l'idea che nel momento del changeover si realizzò l'equazione '1.000 lire = 1 euro'. Alla confutazione di questa diceria sono dedicati ampia parte del secondo capitolo e tutto il terzo. Non c'è nessun conteggio che, sulla base dei dati ufficiali possa sostenere questa idea. I consumi avrebbero dovuto palesare un crollo che non c'è stato. L'inflazione computata dall'Istat avrebbe dovuto essere straordinariamente maggiore. Naturalmente si potrebbe sostenere che Nazioni Unite (che coordina gli standard contabili su base planetaria), Ocse, Fmi, Eurostat e Commissione Europea, Istat e tutti gli altri istituti nazionali di statistica sbagliano tutti i conteggi e tutti nella medesima direzione. Poiché

però non vi sono studi o evidenze in questa materia, è un'obiezione che sul piano scientifico non può essere accolta.

Fig. A - Panel Nielsen-Confcommercio
var. % dei prezzi



Fonte: Elaborazioni Ufficio Studi Confcommercio su dati Nielsen.

E' stata condotta, per completezza, un'analisi su circa 150 referenze sulla base di dati Nielsen. Il tasso d'inflazione prodotto per prodotto o per aggregazione di singoli prodotti non ha mai mostrato picchi particolari nel periodo 2001-2007. La traduzione paventata, '1.000 lire = 1 euro', che avrebbe dovuto raddoppiare i prezzi non c'è stata (fig. A), neppure a leggere queste statistiche dettagliate, basate su dati non ufficiali ma comunque utilizzati e condivisi dalla business community dei distributori e dei produttori. L'analisi, contenuta nel capitolo 3, suggerisce che i normali incrementi di prezzo, testimoniati sia dai dati Istat che da quelli di fonte Nielsen, sono stati omogenei sia nella grande distribuzione sia nel dettaglio piccolo e specializzato. D'altra parte in un sistema concorrenziale non avrebbe potuto essere che così. E' impossibile, infatti, senza una netta separazione fisica o legale dei mercati e/o dei consumatori, che un canale incrementi i prezzi relativi dei propri prodotti in modo indiscriminato e fuori dalla rigida auto-regolamentazione dettata dallo stesso mercato. In caso di separazione ciò avrebbe potuto accadere: per esempio, se si fosse imposto a un gruppo di consumatori, identificabili in qualche modo, di approvvigionarsi per un lungo periodo di tempo e senza avere contatti con altri negozianti o altri consumatori, per evitare arbitraggi, presso un unico negozio. Sono ipotesi, come si vede, del tutto distanti dalla realtà.

Certo, dimostrare l'infondatezza della diceria non esaurisce l'analisi e non dovrà esimere il complesso dell'economia dei servizi, e del commercio in particolare, da una riflessione

approfondita sulle cause prime di questo difetto di percezione. La questione non può essere affrontata nell'ambito di un Rapporto, di qualsiasi rapporto. E' infatti un tema di carattere sociale e politico.

Alla questione della misurazione della percezione dell'inflazione e del suo forte legame con le caratteristiche economiche delle famiglie è dedicato il capitolo 4. La Banca d'Italia ha prestato molta attenzione al tema. Alcuni studi riportano quanto segue. A un campione di frequentatori di due cinema di Roma è stato chiesto, alla fine del 2006, di indicare il prezzo del biglietto del cinema nel 2001: mediamente è stato indicato un prezzo tra 7.000 e 9.000 lire. Il prezzo in quelle specifiche sale era invece, nel 2001, pari a 13.000 lire. In un altro studio, sempre della Banca d'Italia, il ricordo del prezzo di un quotidiano è stato collocato al di sotto del 33% del suo prezzo effettivo prima del changeover. Queste evidenze empiriche sono di straordinaria importanza. La questione dell'inflazione percepita è innanzitutto e semplicemente un problema di ricordo. Se non si ricordano i prezzi, comunque, è impossibile parlare di inflazione (che è una variazione). Di più: le persone sembrano così convinte dell'equazione '1.000 lire = 1 euro' che fanno il conteggio opposto a quello che dovrebbero fare. In luogo di ricordare il prezzo in lire traducono il prezzo corrente in euro e lo trasformano in lire mediante l'equazione, falsa, appunto, '1.000 lire = 1 euro'. Infatti il prezzo del biglietto del cinema era nel 2006 tra 7 e 9 euro e i rispondenti, applicando la trasformazione, sostenevano che fosse nel 2001 tra 7.000 e 9.000 lire. Analogamente accade per il prezzo del quotidiano. Come fare per ricostituire processi mentali più aderenti alla realtà fattuale rimane un problema privo di soluzione. Azzardiamo: forse solo il ritorno alla crescita economica può rasserenare gli animi.

Quanto sia importante la condizione economica per la percezione dell'inflazione è testimoniato dall'evidenza, contenuta in molteplici ricerche, che la percezione d'inflazione è negativamente correlata con il livello del reddito disponibile. Meno si è benestanti, maggiore è l'inflazione percepita e, soprattutto, prevista. Il che equivale a dire che una larga parte della percezione del livello dei prezzi e dell'inflazione percepita è negli occhi di guarda, non presso gli scaffali dei negozi.

Per chi avesse bisogno di ulteriori conferme, uno studio recente, ancora della Banca d'Italia, dimostra con dovizia di particolari e mediante una incontestabile precisione scientifica che la percezione d'inflazione non è correlata con la composizione dei consumi effettuati né con i canali o formati distributivi frequentati. Questo distrugge ogni residua speranza di dimostrare qualche relazione tra percezione dell'inflazione, consumi e negozi. Il valore dei risultati di queste indagini è stato colpevolmente trascurato dalle istituzioni e dai mezzi di comunicazione italiani.

Per quanto riguarda questi ultimi, nel capitolo 4 sono documentate evidenze di una relazione stretta e positiva tra contenuti, qualità e frequenza dei titoli dei principali quotidiani italiani in tema d'inflazione, e percezione da parte dei cittadini-consumatori delle dinamiche dei prezzi: i fenomeni si rinforzano vicendevolmente, testimoniando la capacità dei media di

ascoltare le paure dell'opinione pubblica e di alimentarle, in un circuito pericoloso che tende ad enfatizzare gli input senza vaglio critico della loro fondatezza.

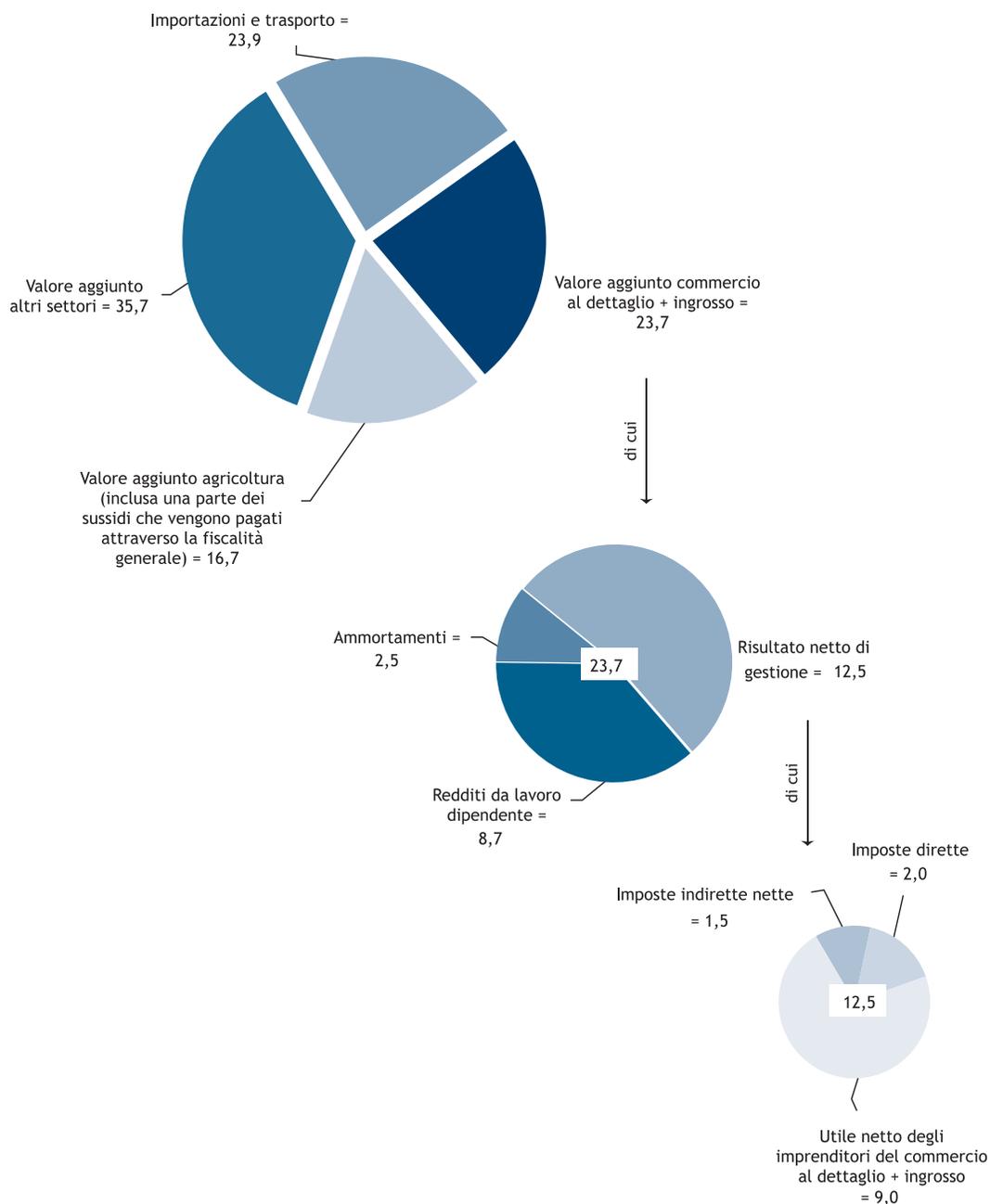
I pasticci generati dall'agire combinato di questi fattori hanno prodotto oggi un esempio di strumentalizzazione probabilmente senza precedenti nella nostra storia economica. Facciamo riferimento alla vulgata sulla distribuzione del valore lungo la filiera agro-alimentare. Il capitolo 6 analizza diffusamente il tema¹, senza celare l'oggettiva complessità, sotto il profilo contabile, che la questione presenta. In certi casi, la semplificazione eccessiva equivale a falsificazione. La voce, di recente circolata, che di un euro speso per prodotti alimentari ben 60 centesimi - sessanta! - vadano al commercio, nasce dall'uso strumentale delle statistiche e dalla sostanziale ignoranza delle definizioni, degli strumenti e dei metodi della Contabilità Nazionale. Quei sessanta centesimi - ammesso, ma purtroppo non concesso, che si scopra la fonte di un tale calcolo - in ogni caso includono i costi sostenuti dal commercio, la produzione del settore dei trasporti, le imposte indirette e una complicata valutazione dei sussidi all'agricoltura che dovrebbero essere scorporati dal provento del commercio e addebitati al settore che li riceve (l'agricoltura, ovviamente). A onor del vero, alcune definizioni della contabilità ufficiale non aiutano: la produzione del commercio vero e proprio è infatti definita 'margine lordo del commercio e del trasporto comprese le imposte indirette nette'. Una dicitura non proprio fortunata.

Una ricostruzione seria dei valori aggiunti generati dalla produzione di un prodotto alimentare, acquistato sul mercato interno da un consumatore finale per il valore di un euro, è presentata nella fig. B.

E' possibile che la corretta ripartizione del valore di un euro di consumo finale desti qualche perplessità, ad esempio per il fatto che il 35,7% sia valore aggiunto di altri settori. Tuttavia, il sistema economico moderno è organizzato proprio così, sulla base del principio della specializzazione e dell'interrelazione. Un agricoltore acquisterà strumenti e sementi; essi verranno almeno trasportati da un luogo all'altro. Un commerciante per vendere le merci pagherà almeno la luce del banco di refrigerazione oppure un affitto. E' certo che i vari attori chiederanno servizi bancari e assicurativi per svolgere la normale attività. Possiamo dunque immaginare che siano decine le branche la cui produzione è attivata dal consumo finale di un prodotto alimentare non trasformato. Anche questa dicitura 'non trasformato' andrebbe aggiornata: per tenere conto delle esigenze e delle pratiche che riguardano pulitura, stoccaggio, selezione calibrata delle derrate e così via, che un prodotto alimentare fresco subisce dal campo alla tavola del consumatore. Si potrebbe, insomma, dire che qualsiasi consumo incorpora nel proprio valore - nel prezzo di vendita - soprattutto conoscenze e idee, prodotte e applicate attraverso il lavoro dell'uomo. In una parola, servizi, i quali sono logicamente diffusi a tutta l'economia.

1 Il capitolo 6 è una rielaborazione di un documento interno dell'Ufficio Studi redatto in collaborazione con il Dottor Domenico Ciaccia dell'Istat, direzione centrale della Contabilità Nazionale, conti economici dell'agricoltura.

Fig. B - Filiera degli alimentari non trasformati
media anni 2005-2006



Il messaggio emergente attraverso i conteggi effettuati - per quanto soggetti a un certo grado di inevitabile approssimazione, anche se, realizzati secondo tecniche standard e su dati ufficiali - è che il valore generato sia appannaggio di una pluralità di soggetti. Tra essi, al commercio, intendendosi ingrosso più dettaglio, su un euro di venduto vanno meno di 24 centesimi. Se con questa cifra si retribuiscono sia gli ammortamenti che il lavoro dipendente, pagate imposte dirette e indirette, all'imprenditore del commercio, ancora una volta come figura virtuale dell'ingrosso più dettaglio, non restano che 9 centesimi. Ulteriori elaborazioni, ancora non completate, porterebbero ad attribuire una quota di poco più di 5 centesimi al comparto dell'ingrosso e di poco meno di 4 centesimi a quello del dettaglio. Quest'ultimo

riscontro quantitativo è, verosimilmente, il risultato di una media ponderata dei circa 2 centesimi di margine della grande distribuzione e di margini oscillanti tra i 6 e i 7 centesimi per il dettaglio tradizionale.

Questi conteggi si modificano se consideriamo una metrica di valutazione del valore aggiunto che comprenda ogni sorta di sussidio erogato ai soggetti partecipanti al processo produttivo. Se, infatti, si considerano le agevolazioni indirette erogate, attraverso il contributo di tutti i cittadini, agli agricoltori, il valore aggiunto della branca agricoltura cresce fino a rappresentare circa un quarto del valore generato nell'area degli alimentari non trasformati, contro un più esiguo 20% del commercio (che implica poi un'ulteriore riduzione della marginalità netta).

La questione dei sussidi all'agricoltura è rilevante. Il rapporto tra il complesso degli aiuti all'agricoltura e il valore aggiunto della branca, al netto di ogni contributo è superiore al 50%. Ciò vuol dire che la branca assorbe risorse pari alla metà del valore che genera. Dal 1999 al 2006 sono stati dati all'agricoltura italiana quasi 125 miliardi di euro, come sussidi diretti e indiretti. Sempre citando l'Istat, la superficie agricola utilizzata (SAU) si è ridotta di oltre il 15% e la produzione agricola, valutata ai prezzi concatenati (che vuol dire, più o meno, a prezzi costanti) si è ridotta di circa il 4,5%. Forse si dovrebbe suggerire una revisione delle politiche per l'agricoltura, nella direzione di un sostegno all'investimento e allo sviluppo della produttività.

La crisi internazionale, che si sovrappone a quella nostrana, accresce la confusione sui problemi e sulle soluzioni. Acuisce la difficoltà di fare analisi. Sviluppa la numerosità degli slogan. L'idea di rilanciare un consumo di prodotti locali - i chilometri zero - o quella di acquistare e consumare prodotti italiani o di stagione, la battaglia talebana sui *farmers' market* e sulla filiera corta, la demonizzazione esplicita o subdola delle importazioni di prodotti alimentari stranieri, l'attacco al commercio in quanto tale, le semplificazioni sulla finanza applicata alle commodities e, naturalmente, il falso mito della speculazione e dell'inflazione, sono tutti aspetti di uno stesso problema, quello di una sostanziale sfiducia nei meccanismi di mercato.

Il resto lo fa la preoccupante ignoranza di economia e statistica della nostra classe dirigente, istituzionale, professionale, mediatica. Ci sono evidenze genuine anche su questo fronte. In una recente indagine sul capitale umano e sulla meritocrazia, il 70% degli *opinion makers* italiani indicava nella cultura generale la qualità desiderata nel candidato dirigente ideale. Solo per il 4% era desiderabile una buona conoscenza della statistica. Come dire, le competenze contano poco.

Senza competenze è molto più facile la saldatura demagogica tra le istanze confusamente pauperiste di una parte di sedicenti rappresentanti del popolo, mezzi di comunicazione e istituzioni, che avranno generalmente la tendenza a dire ciò che il pubblico desidera piuttosto che fare ciò di cui la collettività ha bisogno.

Nel momento di chiudere il Rapporto vengono riviste al ribasso dai principali istituti di ricerca pubblici e privati le previsioni di crescita internazionale e italiana per il 2008 e per il 2009. Come al solito il nostro Paese ne esce - si fa per dire - peggio degli altri. L'ultimo numero di Newsweek, dal titolo eloquente 'The Bright Side' (il lato brillante, positivo, sottinteso della crisi), evidenzia che il ripristino di regole più stringenti sui mercati finanziari e una cultura orientata alla maggiore responsabilizzazione nel consumo possono costituire delle opportunità di crescita nel medio termine, da cogliere proprio nel momento peggiore della crisi. Sarebbe ora che anche nel nostro Paese si pensasse a un serio e vasto patto di produttività con il coinvolgimento consapevole e fattivo di tutte le componenti del sistema economico. Il primo pre-requisito, la prima regola, dovrebbe essere l'abbandono di pratiche scorrette e tendenziose di comunicazione e pressione istituzionale.

CAPITOLO 1

VALUTAZIONI PRELIMINARI SULL'INFLAZIONE

Il tema centrale riguarda lo studio delle variazioni di un indice di prezzo: al rialzo (inflazione) così come al ribasso (deflazione, termine che indica, dunque una variazione negativa dell'indice dei prezzi preso a riferimento). La nostra storia economica, essendo contraddistinta da lunghi periodi di incrementi di prezzo, talvolta molto consistenti, è una storia di inflazione. Pertanto, sovente, con questo termine si tende a identificare comunque la variazione dell'indice di prezzo.

Vale la pena di ricordare che un rallentamento nella variazione positiva dell'indice dei prezzi, cioè nel tasso d'inflazione, si definisce disinflazione: ad esempio se la variazione tendenziale dell'indice di prezzo mese dopo mese è 2,1, 1,8, 1,5, ... possiamo parlare di processo disinflazionistico, ciò che è accaduto dalla fine degli anni novanta fino all'inizio del 2007 in Italia e nelle principali economie avanzate in Europa. La variazione negativa dell'indice di prezzo, se prolungata nel tempo, identifica un processo deflazionistico (esattamente il contrario dell'inflazione). Trattandosi di questioni di natura tecnica, le definizioni sono opportune.

Vorremmo cercare, nel corso di questo capitolo e nei successivi, di sottolineare come la variazione positiva dei prezzi - e quindi l'inflazione - è un problema di misurazione, non di opinione o di consenso. Non si vota (almeno direttamente) per un tasso d'inflazione, né si può deciderlo per acclamazione. Su queste distinzioni, apparentemente evidenti, c'è ancora molta confusione presso tanti sedicenti esperti e osservatori.

1.1 Definizione di inflazione, differenze rispetto al costo della vita e concetto di deflatore

Nel dibattito degli ultimi anni sulle dinamiche inflazionistiche registrate in Italia si è fatta molto spesso confusione sui diversi concetti di inflazione e di costo della vita.

Secondo la definizione più comunemente utilizzata "l'inflazione è un processo di aumento del livello generale dei prezzi, o parimenti, di una progressiva riduzione del valore della moneta" (Laidler e Parkin, 1975). Tale definizione non considera le possibili cause ed effetti, ma solo i sintomi del fenomeno. Si è scelta perché nel presente rapporto non si vogliono esaminare in profondità le determinanti del fenomeno o i suoi effetti sul sistema economico, ma solo descrivere quanto accaduto negli anni più recenti sul versante delle dinamiche dei prezzi dell'insieme dei beni e servizi acquistati dalle famiglie.

Generalmente l'inflazione viene misurata attraverso la costruzione di indici le cui variazioni nel tempo ne forniscono la misura.

Gli indici ufficiali, per come sono costruiti e calcolati, sono in grado di cogliere le variazioni dei prezzi dei beni e dei servizi destinati al consumo finale acquistabili dalle famiglie sul mercato all'interno di un sistema Paese, ma non le differenze registrate nel livello dei prezzi e nelle variazioni dei medesimi riferiti a specifici gruppi omogenei di popolazione o singoli individui. Gli indici di prezzo e quindi le relative variazioni si riferiscono infatti

all'insieme dei consumi delle famiglie. In altre parole, l'Istat, per rilevare il fenomeno, considera il complesso della spesa sostenuta dai 59 milioni e oltre di abitanti sul territorio nazionale senza distinzioni nei gusti, nelle abitudini e nelle modalità di acquisto delle singole persone.

Il costo della vita, che viene spesso citato come sinonimo dell'indice dei prezzi al consumo, ma che non viene calcolato dagli organismi ufficiali di statistica per le complessità che pone la sua costruzione, considera invece specifici soggetti e specifici consumi, includendo anche il concetto di utilità. Inoltre, il costo della vita fa riferimento al livello dei prezzi oltre che alle variazioni.

L'indice dei prezzi al consumo serve a misurare i cambiamenti intervenuti, in due periodi di tempo, nel totale della spesa necessaria ad acquistare un determinato insieme di beni e servizi, mentre il costo della vita calcola le variazioni intervenute per sostenere i costi necessari a mantenere un determinato tenore di vita in differenti situazioni considerando, quindi, eventuali mutamenti nella scelta dei prodotti o della loro qualità (Hill, 1999; ILO, 2004).

In altre parole, l'indice dei prezzi al consumo considera le variazioni, intervenute nel tempo, dei prezzi di un paniere definito di beni e servizi contenuti in uno scaffale senza considerare le differenze nelle quantità che il singolo individuo acquista, le eventuali modifiche nel livello di reddito e nei bisogni delle famiglie e, conseguentemente, senza considerare se i beni ed i servizi scelti siano ancora adeguati a rappresentare un determinato tenore di vita e soddisfare le necessità dei consumatori (beni che in passato erano considerati necessari possono assumere un ruolo di minor rilievo nelle preferenze individuali o familiari e viceversa); non sono considerate, infine, le variazioni intervenute nel periodo di tempo trascorso in termini di scelte sulla qualità.

L'astrazione che si compie nell'elaborare l'indice dei prezzi al consumo, utile se si vuole guardare ad un fenomeno nel suo complesso, risulta difficilmente riconducibile alla realtà di tutti i giorni dei singoli individui o delle famiglie che acquistano mix sempre diversi di beni e servizi per soddisfare i propri bisogni variabili nel tempo e nello spazio, orientando la propria scelta in funzione del reddito disponibile e delle possibilità di volta in volta offerte dal mercato secondo una curva individuale che porta a massimizzare l'utilità dell'acquisto.

La mancata conoscenza degli aspetti tecnici legati all'inflazione è alla base della confusione che taluni fanno in merito a questo importante strumento di valutazione della salute del sistema economico nel suo complesso, rilevante, su base europea, anche per la determinazione degli orientamenti della politica monetaria.

1.2 Come viene misurata l'inflazione

Attualmente, il sistema degli indici dei prezzi al consumo rilevati dall'Istat è articolato secondo tre diversi strumenti, con finalità differenti:

- 1) l'indice Nazionale dei prezzi al consumo per l'Intera Collettività (nella terminologia tecnica comunemente chiamato **NIC**) è utilizzato come misura dell'inflazione per l'intero sistema economico;
- 2) l'indice dei prezzi al consumo per le Famiglie di Operai e Impiegati (comunemente chiamato **FOI**) si riferisce ai consumi dell'insieme delle famiglie che fanno capo a un lavoratore dipendente ed è normalmente utilizzato per la rivalutazione dei crediti, per l'adeguamento degli affitti ed assegni di mantenimento;
- 3) l'Indice dei Prezzi al Consumo Armonizzato per i Paesi dell'Unione Europea (indicato con la signa **IPCA**) è stato sviluppato per assicurare una misura dell'inflazione (o meglio della variazione dei prezzi) comparabile tra i diversi Paesi europei, attraverso l'adozione di un impianto concettuale, metodologico e tecnico condiviso da tutti i Paesi.

I tre indici hanno in comune: la rilevazione dei prezzi, la metodologia di calcolo, la base territoriale, la classificazione del paniere articolato in 12 capitoli di spesa.

I tre indici differiscono invece per i seguenti elementi: NIC e FOI si basano sullo stesso paniere e si riferiscono ai consumi finali individuali indipendentemente se la spesa sia a totale carico delle famiglie o, in misura parziale o totale, della Pubblica Amministrazione o delle istituzioni non aventi fini di lucro (ISP). E' il caso delle spese sanitarie o per l'istruzione, per le quali il peso attribuito nel paniere non è relativo alla quota sostenuta direttamente dalle famiglie, ma è dato dal consumo effettuato dalle stesse (e quindi comprensivo della spesa non sostenuta dalle famiglie). Il peso attribuito a ogni bene o servizio è diverso nei due indici, a seconda dell'importanza che i diversi prodotti assumono nei consumi della popolazione di riferimento. L'IPCA ha in comune con il NIC la popolazione di riferimento, ma si differenzia dagli altri due indici poiché si riferisce alla spesa monetaria per consumi finali sostenuta esclusivamente dalle famiglie; esclude inoltre, alcuni prodotti come, ad esempio, le lotterie, il lotto e i concorsi pronostici.

Un'ulteriore differenziazione fra i tre indici riguarda il concetto di prezzo osservato. Mentre il NIC e il FOI considerano sempre il prezzo pieno di vendita, l'IPCA si riferisce al prezzo effettivamente pagato dal consumatore. Prendendo ad esempio i medicinali, mentre per gli indici nazionali viene rilevato il prezzo pieno del prodotto, per quello armonizzato il prezzo di riferimento è rappresentato dalla quota effettivamente a carico delle famiglie. Inoltre, l'IPCA tiene conto, sia pure con determinati vincoli, anche delle riduzioni temporanee di prezzo (saldi, sconti e promozioni).

Le condizioni che debbono essere soddisfatte affinché il prezzo ridotto rientri nel calcolo dell'indice sono cinque: sia relativo all'acquisto di un bene o servizio individuale; sia valevole per tutti i potenziali consumatori senza condizioni; sia noto all'acquirente nel momento in cui si accorda con il venditore sul prezzo da pagare per l'acquisto di un bene; sia praticato al momento dell'acquisto o entro un periodo limitato di tempo tale che si possa presumere abbia una significativa influenza sulle quantità che i clienti acquisterebbero; abbia una durata non

inferiore a 14 giorni - per i prodotti ortofruttilicoli ed ittici, le riduzioni devono essere prese in considerazione anche se hanno la durata di un solo giorno, a patto che si verifichi la coincidenza fra la giornata degli sconti e le giornate prefissate per la rilevazione di tali prodotti (Istat, 2008; Eurostat, 2001, 2004).

Questi vincoli portano ad escludere dal calcolo i prezzi scontati effettuati per i possessori di carte fedeltà o legati a particolari forme di acquisto quale vendita abbinata, 3x2 ecc. Anche l'eventuale introduzione della cosiddetta carta acquisti non contribuirebbe direttamente alla riduzione dell'inflazione.

La rilevazione dei prezzi al consumo prevede due diverse modalità di raccolta dei dati: la rilevazione territoriale, condotta dagli Uffici comunali di statistica, e la rilevazione centralizzata, effettuata direttamente dall'Istat.

La rilevazione territoriale, che nel 2008 coinvolge 20 capoluoghi di regione e 64 capoluoghi di provincia, riguarda la maggior parte dei beni e dei servizi inseriti nel paniere (l'80,5%) e viene effettuata attraverso i rilevatori (personale degli uffici comunali di statistica o di società esterne adeguatamente formato). Essi effettuano il monitoraggio dei prezzi recandosi fisicamente presso il punto vendita. Il prezzo viene registrato mediante questionario cartaceo o attraverso computer portatili sui quali è attivo un apposito software sviluppato dall'Istat.

Il rilevatore ha anche il compito, in occasione della definizione o revisione annuale del piano di rilevazione di: individuare per ogni prodotto da monitorare la referenza che meglio corrisponde alla descrizione fornita dall'Istat, verificare con il gestore del punto vendita quali siano le referenze più richieste dai consumatori; per ogni prodotto, trascrivere sul modello di rilevazione o registrare sul computer portatile le caratteristiche delle referenza selezionata e quindi la marca, la varietà, la grammatura ed altre informazioni utili a cui far riferimento nelle rilevazioni future.

La rilevazione centralizzata, invece, si riferisce a beni e servizi che hanno prezzi uniformi su tutto il territorio nazionale o soggetti a normative nazionali o regionali (per esempio, i tabacchi, i servizi telefonici, i medicinali con obbligo di prescrizione, alcuni servizi di trasporto) o rappresentativi di mercati aventi caratteristiche peculiari dal lato della domanda e dell'offerta (per esempio, l'elettronica di consumo e i beni durevoli) o legati alla filiera turistica (per esempio, pacchetti vacanza, campeggi, stabilimenti balneari).

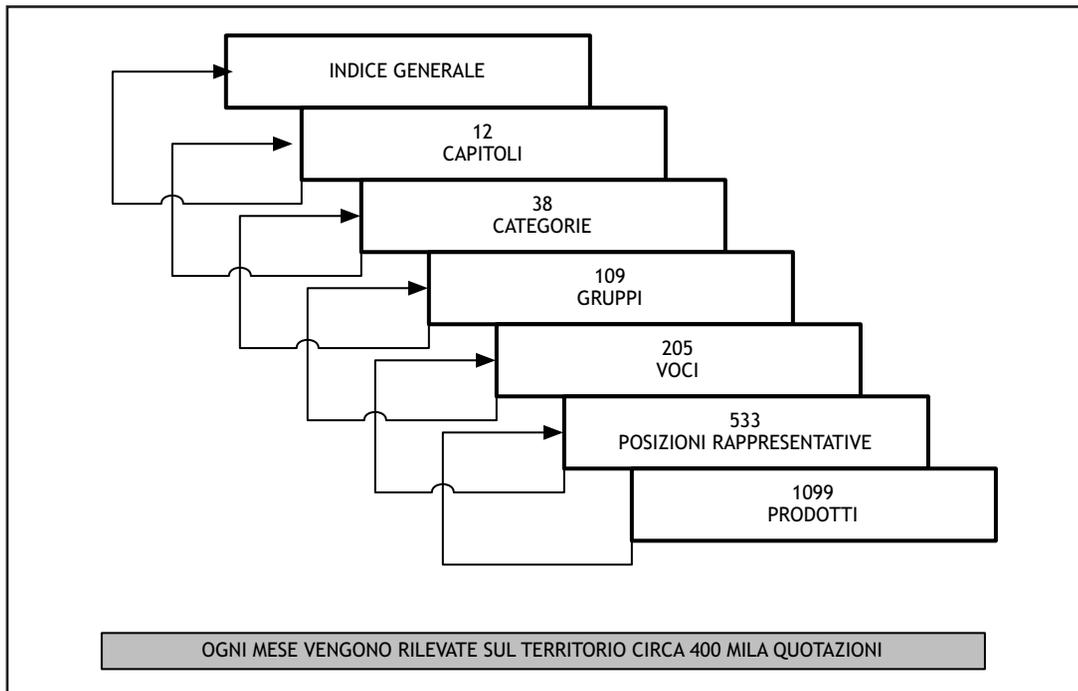
La rilevazione territoriale che avviene dal 1 al 21 di ogni mese presso 40mila punti vendita (che comprendono sia piccoli esercizi commerciali sia grande distribuzione sia mercati regionali), porta a monitorare ogni mese circa 400.000 prezzi elementari ai quali si aggiungono circa 10mila abitazioni per la parte che riguarda gli affitti. I punti vendita selezionati vengono aggiornati annualmente dai comuni sulla base dei cambiamenti intervenuti nelle abitudini di consumo, nella rete distributiva e nella struttura urbanistica del territorio.

I prezzi della maggior parte dei prodotti vengono rilevati una volta al mese. Quelli ad alta variabilità - come gli alimentari freschi e i carburanti - vengono registrati due volte nel mese.

La rilevazione, invece, è trimestrale per quei prodotti che presentano variabilità di prezzo più contenuta: gli affitti delle case, molti beni durevoli (mobili ed elettrodomestici) e alcuni servizi (Istat, 2008).

I prezzi rilevati e riferiti a 1099 prodotti vengono poi sintetizzati e aggregati in 533 posizioni rappresentative, 205 voci, 109 gruppi, 38 categorie e 12 capitoli.

Fig. 1.1 - La struttura della rilevazione dei prezzi per l'indice dei prezzi al consumo



Fonte: Istat

E' forse inutile ricordare come per complessità, precisione, coerenza con gli standard scientifici internazionali, non vi sono rilevazioni neppure lontanamente comparabili con quella dei prezzi al consumo dell'Istat. E' buona norma contestare tecniche e risultati con proposte alternative di uguale rigore e qualità sotto il profilo scientifico.

Non abbiamo contezza che tali critiche siano oggi presenti nel nostro Paese. Tutte le polemiche di cui sovente il sistema dei media dà conto non sono degne di essere prese in seria considerazione.

1.3 I luoghi comuni e gli errori più diffusi sugli indici dei prezzi e sull'inflazione

Come detto, nonostante la chiarezza tecnica delle rilevazioni condotte dall'Istat, emergono da parte di sedicenti rappresentanti dei consumatori appartenenti all'oscura schiera degli "esperti" alcune obiezioni riguardanti gli indici dei prezzi. In realtà, più che di obiezioni, si tratta di *boutade*, derivanti più dalla scarsa conoscenza dei temi piuttosto che da complesse analisi statistiche. Ne diamo qui conto per la rilevanza mediatica che hanno.

Le critiche più frequenti riguardano la scarsa attenzione prestata, in termini di rilevanza nel paniere o assenza dalla rilevazione, alle spese per la casa, acquisti e affitti, e alle assicurazioni sui mezzi di trasporto.

Per quanto concerne le spese sostenute dalle famiglie per l'acquisto della casa o per l'eventuale mutuo queste non sono contemplate nell'indice dei prezzi al consumo in quanto l'acquisto della casa rappresenta una spesa per investimenti e non per consumi; più precisamente l'acquisto dell'abitazione riguarda mutamenti negli asset patrimoniali e cioè 'meno cassa o più debiti' e 'più ricchezza immobiliare'. Allo stesso modo sono escluse le spese relative agli interessi e oneri simili in quanto considerati costi finanziari; in particolare si tratta di poste correttive (in riduzione) del reddito disponibile.

A differenza dei consumi di contabilità nazionale, nell'indice dei prezzi al consumo non sono considerati neanche i fitti figurativi - pari al costo che pagherebbe il proprietario per abitare in affitto la sua casa - che derivano dal godimento del bene casa. Essi, infatti, non si riferiscono a una transazione monetaria avvenuta sul mercato, ma rappresentano una forma di autoconsumo così come possono esserlo beni alimentari prodotti o raccolti direttamente e consumati dalla famiglia.

Relativamente al peso contenuto degli affitti sul paniere (2,1% nel 2008) va considerato che solo il 17,2% delle famiglie italiane vive in un'abitazione in affitto. L'indice generale, che considera l'Italia come un'unica famiglia, è condizionato da questo fenomeno: in pratica, una spesa sostenuta da meno del 20% della famiglia-Italia viene ripartita sull'intera popolazione, anche se chi paga l'affitto potrebbe avere una quota di spesa per la voce 'affitti effettivi' pari al 10-20% dell'intera spesa mensile per consumi.

Per quanto concerne le assicurazioni sui mezzi di trasporto, sulle quali negli anni si sono scatenate molte polemiche circa il peso relativamente basso attribuito nel paniere, va considerato che la spesa è sintesi dell'esborso sostenuto dalle famiglie e dei rimborsi pagati dalle assicurazioni.

E' evidente che il suo peso nel paniere risente di questa modalità di calcolo che, a prima vista, penalizza le famiglie che non hanno subito sinistri, poiché pagano il premio ma non incassano rimborsi. Anche in questo caso, il complesso delle famiglie italiane viene considerato come una sola famiglia che sostiene un'unica spesa (il premio dell'assicurazione) e riceve un unico rimborso. Questa metodologia di valutazione viene peraltro adottata nella maggior parte dei Paesi europei, in virtù di un regolamento comunitario (Eurostat 2001/2004).

La metodologia adottata dall'Istat, e stabilita e condivisa da tutti gli organismi internazionali competenti (ONU ed Eurostat) appare dunque perfettamente logica, appena se ne conoscano natura e, soprattutto, finalità. Sovente si vuole chiedere all'indice dei prezzi al consumo qualcosa che non può né vuole fornire: il costo del vivere delle singole specifiche famiglie, mentre è orientato a una valutazione complessiva della dinamica dei prezzi al consumo per la collettività di un Paese.

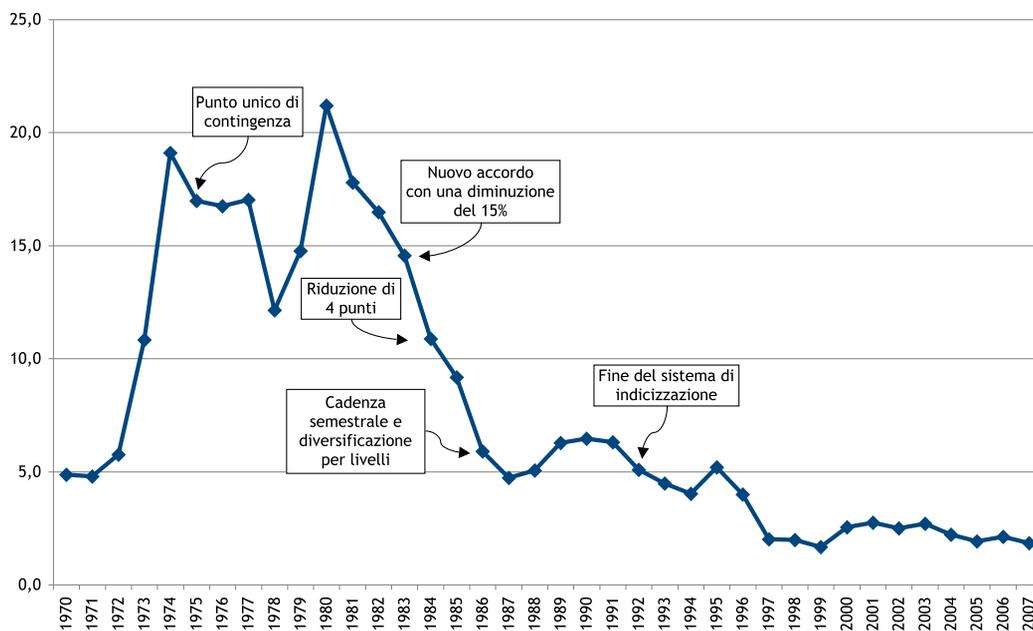
1.4 Attualità e passato: le politiche di adeguamento salariale all'inflazione

Negli ultimi anni si è richiamata da alcune parti la necessità di reintrodurre nel nostro sistema meccanismi atti ad adeguare automaticamente i salari alle variazioni che intervengono sul versante dei prezzi (indicizzazione salariale) al fine di tutelare i redditi dall'inflazione sul modello della scala mobile introdotta nel nostro Paese nel dopoguerra ed in vigore, sia pure con diverse modifiche, fino al 1992.

Il dibattito economico degli ultimi 20-30 anni ha visto nel meccanismo della scala mobile, uno degli elementi che hanno contribuito ad alimentare la dinamica inflazionistica italiana (fig. 1.2).

In un contesto di forti rialzi dei prezzi delle materie prime la presenza di un sistema automatico di adeguamento dei salari alle variazioni dei prezzi, slegato da miglioramenti sul versante della produttività, induceva le imprese a traslare sui prezzi i maggiori oneri indotti dall'aumento del costo del lavoro vanificando gli effetti dell'indicizzazione sui salari ed innescando ed alimentando la spirale inflazionistica.

Fig. 1.2 - Inflazione e scala mobile



Fonte: Elaborazioni Ufficio Studi Confcommercio su dati Istat.

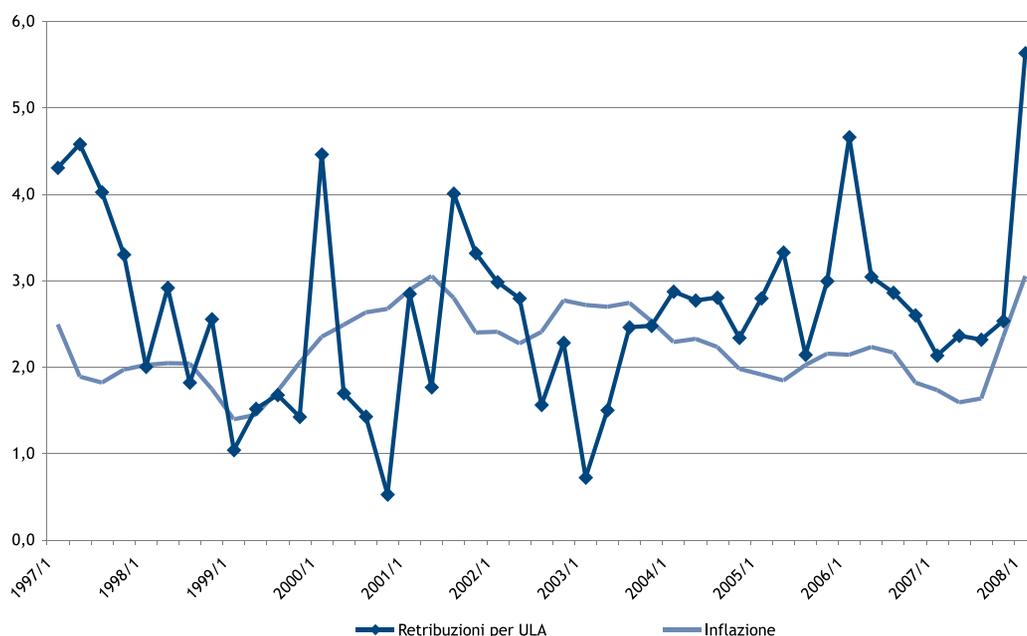
Il punto di "arrivo" del sistema, in termini di estensione a tutti i lavoratori di meccanismi di adeguamento sostanzialmente simili, è raggiunto nel 1975. In quell'anno viene introdotto il punto unico di contingenza.

Le modifiche intervenute dall'inizio degli anni '80 sono state progressivamente indirizzate ad un restringimento dei meccanismi automatici al fine di limitare gli effetti derivanti dalla spirale inflazionistica "prezzi-salari".

Il nostro sistema inizia a sperimentare una fase di relativa stabilizzazione della dinamica dei prezzi al consumo solo dall'inizio degli anni '90 con la fine del sistema d'indicizzazione salariale e l'avvio della politica dei redditi con l'accordo del 23 luglio 1993. Questa tendenza si realizza nonostante si siano succeduti nel periodo diversi shock quali la sospensione dell'Italia dallo SME (1992-1996) e la successiva svalutazione della lira, nonché il forte aumento delle quotazioni delle materie prime petrolifere degli ultimi anni.

L'assenza di un meccanismo automatico d'indicizzazione salariale non ha peraltro impedito alle retribuzioni lorde di adeguarsi all'inflazione: tra il 1996 ed il 2007 le retribuzioni di fatto per unità di lavoro dell'industria e dei servizi orientati al mercato sono cresciute del 31,8% a fronte di un incremento del 27,1% dei prezzi al consumo (fig. 1.3).

Fig. 1.3 - Retribuzioni per ULA e inflazione
var. % tendenziali



Fonte: Elaborazioni Ufficio Studi Confcommercio su dati Istat.

Nello stesso periodo le imposte sul reddito delle famiglie consumatrici sono aumentate del 66,7% determinando quell'erosione sui redditi disponibili che viene molto spesso, ed erroneamente, imputata all'aumento dei prezzi.

A questa situazione ha concorso anche il meccanismo del fiscal drag. In un contesto di aliquote progressive, gli aumenti nominali dei salari, determinati dall'adeguamento all'inflazione, hanno portato ad uno spostamento dei redditi verso aliquote via via superiori con aumento della tassazione ed una contemporanea erosione del potere d'acquisto.

In Italia, forme di restituzione della maggiore tassazione indotta non da una variazione del reddito reale del contribuente ma solo dal suo valore nominale sono state attuate fino al 1992 attraverso il credito di imposta o modifiche automatiche delle aliquote. Nel corso degli

anni '90 la restituzione è stata più volte sospesa e solo in alcuni anni le maggiori entrate derivanti dal fiscal drag sono state utilizzate per aumentare gli assegni al nucleo familiare. A partire dal 2001 non si è più fatto riferimento alla restituzione.

CAPITOLO 2
LE DINAMICHE DEI PREZZI AL CONSUMO:
I DATI UFFICIALI

In questo capitolo si evidenzia come non vi siano indizi concreti che il sistema distributivo italiano presenti connotazioni inflazionistiche particolari.

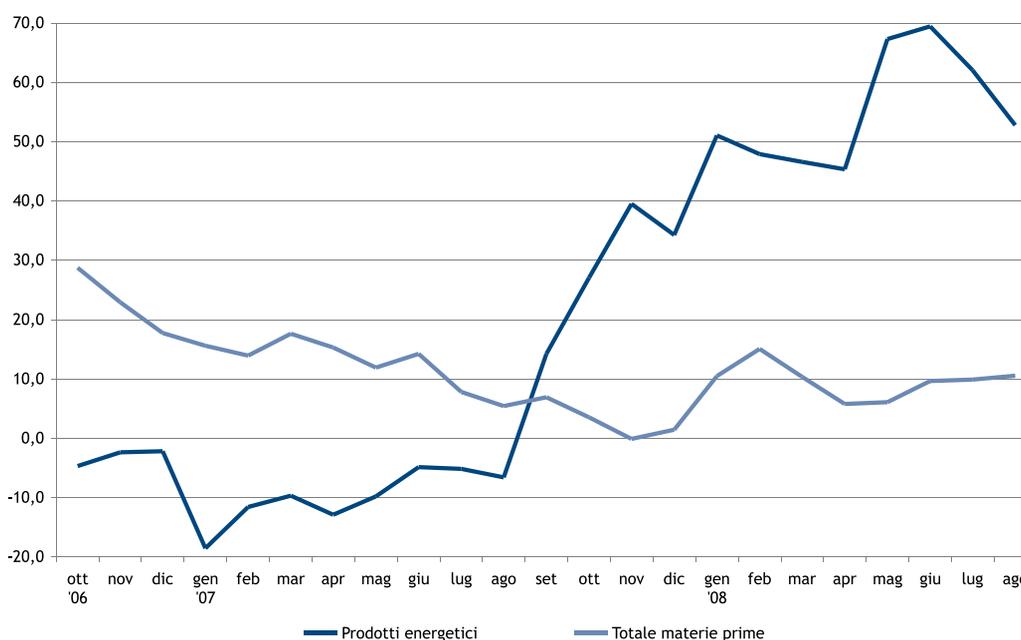
2.1 Le quotazioni internazionali delle materie prime

L'impennata inflazionistica che sta caratterizzando la nostra economia è direttamente connessa all'andamento al rialzo delle quotazioni delle materie prime, in particolare del costo dei prodotti energetici e dei prodotti alimentari, la cui domanda mondiale, soprattutto di molti Paesi emergenti come Cina ed India, è in continua crescita.

Il meccanismo che sta alla base di questa tendenza, i cui effetti si sono poi trasferiti sui prezzi finali di molti beni di largo consumo, risente sia dell'aumento del fabbisogno di energia dovuto alla globalizzazione dei mercati e, conseguentemente, all'intensificarsi della produzione e dei traffici commerciali, delle aspettative che si creano circa la disponibilità o meno nel prossimo futuro di petrolio. Non da meno la crescita delle quotazioni del greggio ha intensificato la ricerca di fonti energetiche alternative che sta producendo effetti anche sui prezzi delle materie prime agricole.

L'indice HWWI (Hamburg Institute of International Economics) che misura i costi delle materie prime ha evidenziato per l'area dell'euro una crescita costante a partire dalla fine del 2007 dei prodotti per l'energia il cui indice a giugno 2008 ha registrato un'impennata vicina al 70% rispetto allo stesso mese del 2007 per poi ridimensionarsi nei mesi successivi con un incremento che ad agosto 2008 è stato pari al 52,8% rispetto all'anno precedente (fig. 2.1)

**Fig. 2.1 - Indice HWWI dei prezzi delle materie prime per l'area dell'euro (in euro)
var. % tendenziali**

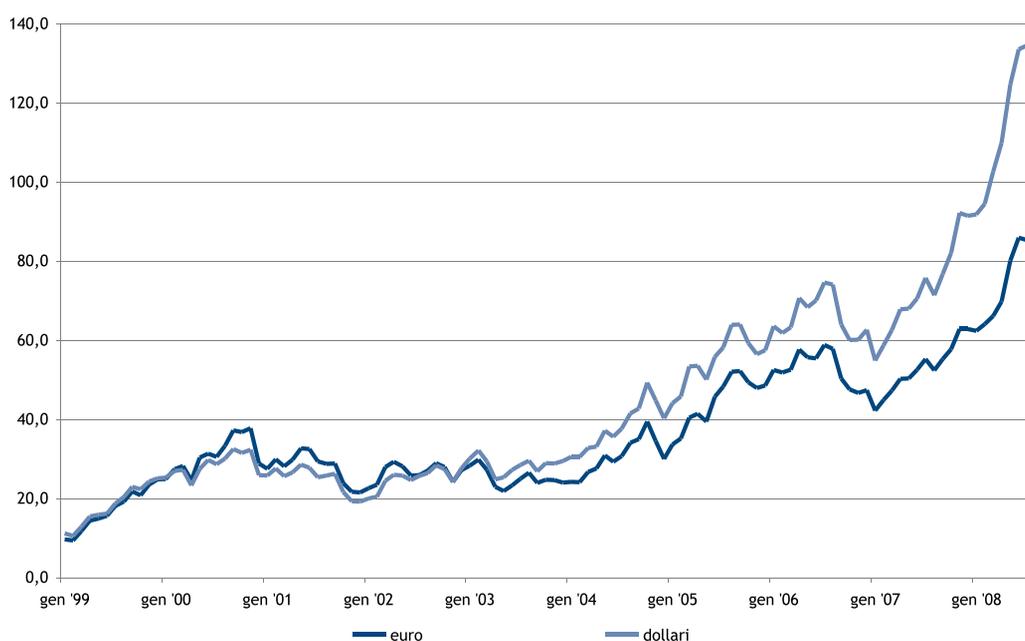


Fonte: Elaborazioni Ufficio Studi Confcommercio su dati HWWI.

In particolare il prezzo di un barile di petrolio di qualità Brent per consegne a termine di un mese è passato da 42,2 euro a gennaio 2007 a 77,0 euro a luglio 2008 dopo aver toccato 85,9 euro a giugno 2008 (fig. 2.2).

Va tenuto conto che per l'area dell'euro l'impatto degli aumenti registrati è stato mitigato in parte dal contestuale apprezzamento della nostra valuta nei confronti del dollaro che viene usato normalmente per le transazioni internazionali del greggio.

Fig. 2.2 - Quotazioni internazionali del greggio in euro ed in dollari al barile



Fonte: Elaborazioni Ufficio Studi Confcommercio su dati BCE.

E' impossibile, quindi, valutare le dinamiche dei prezzi alla produzione e al consumo senza tenere conto di questi recenti fenomeni di incremento generalizzato dei costi delle materie prime.

2.2 L'indice armonizzato dei prezzi al consumo in Europa

Per analizzare le dinamiche dei prezzi in Europa nel medio e breve periodo è stato utilizzato l'indice dei prezzi al consumo armonizzato per i Paesi membri dell'Unione europea (IPCA), calcolato a partire da gennaio 1997. Tale indicatore che risponde a criteri d'omogeneità nelle metodologie di rilevazione, mentre i pesi attribuiti ai diversi beni e servizi variano in funzione delle diverse abitudini di consumo delle famiglie dei singoli stati, consente la comparazione delle dinamiche dei prezzi tra Paesi e fornisce la misura sintetica di quanto avviene all'interno dell'area.

L'aspetto del confronto tra le dinamiche registrate nei singoli stati ha sicuramente rappresentato negli anni iniziali di produzione dell'indice il compito primario, in quanto necessario a verificare il rispetto di uno dei parametri di convergenza necessari per l'ingresso nell'UEM.

Attualmente assume un maggior rilievo la funzione attribuita ai singoli IPCA per la costruzione dell'indice dei prezzi al consumo per l'UEM. Il trattato di Maastricht ha indicato infatti la stabilità dei prezzi come obiettivo prioritario della politica monetaria e con l'avvio della terza fase della UEM questo obiettivo acquista un'importanza fondamentale per la BCE che dal 1° gennaio 1999 ha assunto il compito di gestire la politica monetaria unica nell'area dell'euro.

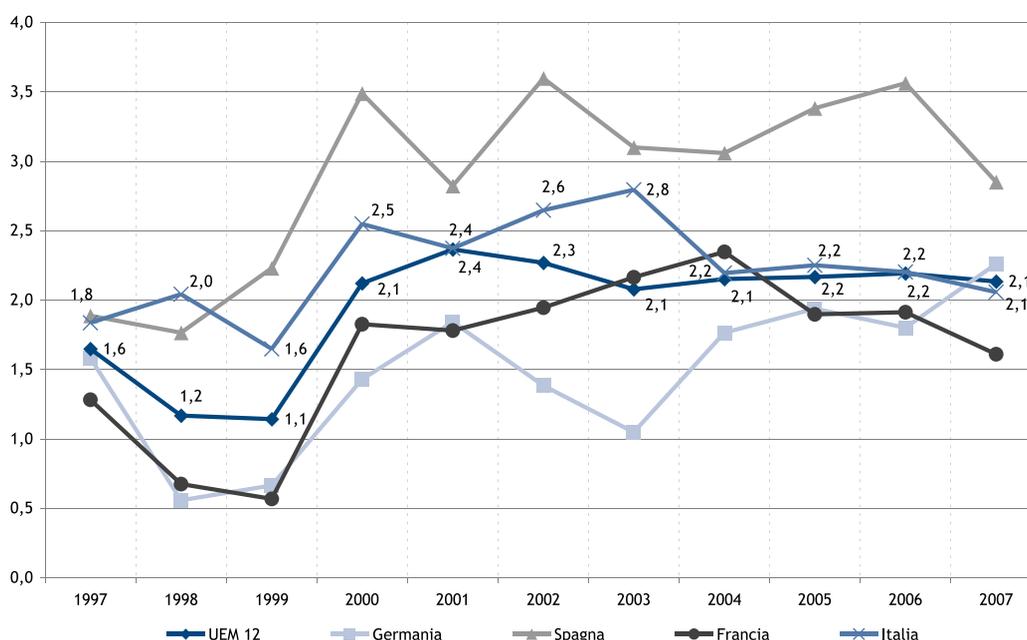
L'assenza di indici omogenei tra loro, e quindi comparabili, ha portato ad escludere dall'analisi tutti gli anni '80 ed i primi anni '90 nei quali si realizza, in realtà, una parte fondamentale del processo di convergenza nelle dinamiche dei prezzi dei Paesi che costituiscono quello che può essere considerato il nucleo storico dell'Unione Europea.

L'analisi riguarda Italia, Spagna, Francia e Germania, Paesi che concorrono per circa l'80% alla costruzione dell'indice sintetico dell'area.

Sulla base delle indicazioni provenienti dall'indice armonizzato dei prezzi al consumo si evidenzia come tra il 1997 ed il 2007, dopo aver toccato il suo punto di minimo nel 1999, quando si è attestata su un valore di poco superiore all'uno per cento, l'inflazione europea (UEM12) è tornata a salire fino a collocarsi su valori leggermente al di sopra del 2 per cento (fig. 2.3), in linea con l'obiettivo di inflazione che la BCE si era posta con la revisione del 2003 della definizione di stabilità dei prezzi: mantenere il tasso di inflazione su livelli prossimi al 2% nel medio periodo.

Occorre tuttavia sottolineare che nel periodo 2000-2003, in concomitanza di fattori esogeni (shock petrolifero 2000, 11 settembre 2001, crollo del mercato finanziario, guerra in Afghanistan) l'inflazione media europea ha registrato una dinamica più sostenuta.

**Fig. 2.3 - L'indice armonizzato dei prezzi al consumo nei principali Paesi UEM12
var. % 1997-2007**

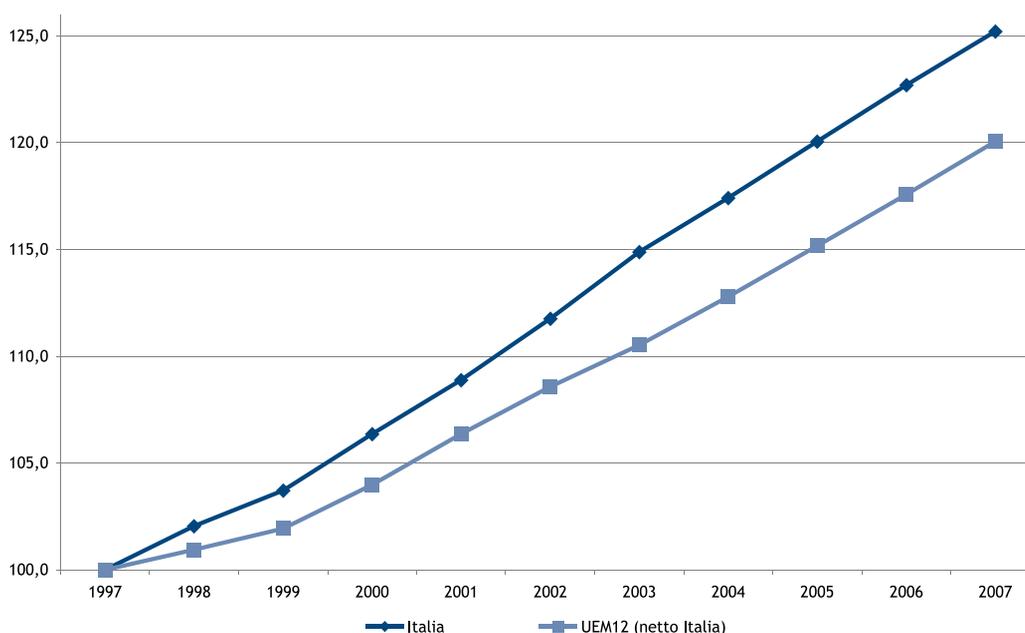


Fonte: Elaborazioni Ufficio Studi Confindustria su dati Eurostat.

L'evoluzione dell'inflazione italiana ha seguito da vicino la dinamica dei prezzi al consumo nei Paesi dell'area euro e il differenziale tra l'Italia e ed il resto dei Paesi della Uem che si è determinato tra la fine degli anni '90 ed i primi anni 2000, è ormai da alcuni anni inalterato.

La fig. 2.4 mostra il differenziale nel processo di determinazione dei prezzi al consumo tra l'Italia e la UEM12 al netto del nostro Paese.

Fig. 2.4 - L'indice armonizzato dei prezzi al consumo in Italia e nella UEM12 (al netto dell'Italia)
var. % 1997-2007



Fonte: Elaborazioni Ufficio Studi Confcommercio su dati Eurostat.

Tale differenziale vale il 5% ed è stato generato in 10 anni. In sostanza, nei dieci anni passati, come vedremo senza rilevanti differenze nei sottoperiodi, il tasso di variazione dei prezzi al consumo nel nostro Paese è stato superiore di 4 decimi di punto rispetto al resto del sistema dell'euro.

Ciò ha implicato una crescita dei prezzi al consumo del 20% nel resto del sistema dell'euro rispetto a una crescita del 25% in Italia. Se di anomalia italiana si tratta, questa è la misura di tale anomalia.

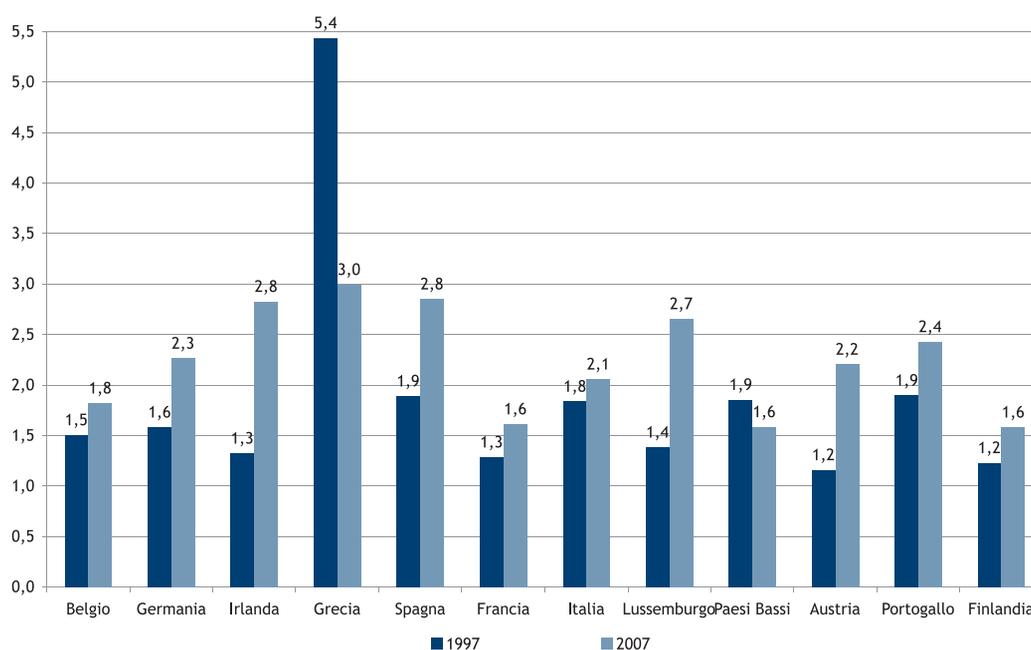
Poiché la dipendenza dell'Italia dal resto del mondo in termini di materie prime energetiche è superiore a quella dei partner europei, importiamo oltre l'80% dell'energia consumata, tale differenziale si spiega perfettamente.

Non vi è dunque alcuna patologia ascrivibile alla struttura distributiva del nostro paese.

La dispersione dell'inflazione tra i Paesi dell'area euro (fig. 2.5), misurata sulla base della deviazione standard (sintesi dello scostamento dei valori dei singoli Paesi rispetto alla variazione media), si è sostanzialmente ridotta dal 1997 al 2007 (dall'1,2 allo 0,5) confermando la presenza di un processo di convergenza. Il tendenziale allineamento dei singoli Paesi verso i

valori medi è ancora più significativo se si considera che in alcuni degli anni in esame si è registrata una ripresa dei prezzi guidata dai rialzi delle materie prime sui mercati internazionali con riflessi sostanzialmente comuni a tutti i Paesi dell'area.

Fig. 2.5 - L'indice armonizzato dei prezzi al consumo nei Paesi UEM12
var.% nel 1997 e nel 2007



Fonte: Elaborazioni Ufficio Studi Confcommercio su dati Eurostat.

Tab. 2.1 - Indice armonizzato dei prezzi al consumo 1997-2007
var. % sull'anno precedente

	1997	1998	1999	2000	2001	2002	2003	2004	2005	2006	2007	VMA 1997-1999	VMA 2000-2007
UEM 12	1,6	1,2	1,1	2,1	2,4	2,3	2,1	2,1	2,2	2,2	2,1	1,3	2,2
Belgio	1,5	0,9	1,1	2,7	2,4	1,6	1,5	1,9	2,5	2,3	1,8	1,2	2,1
Germania	1,6	0,6	0,7	1,4	1,8	1,4	1,0	1,8	1,9	1,8	2,3	0,9	1,7
Irlanda	1,3	2,1	2,6	5,2	3,9	4,8	4,0	2,3	2,1	2,7	2,8	2,0	3,5
Grecia	5,4	4,5	2,1	2,9	3,7	3,9	3,4	3,0	3,5	3,3	3,0	4,0	3,3
Spagna	1,9	1,8	2,2	3,5	2,8	3,6	3,1	3,1	3,4	3,6	2,8	2,0	3,2
Francia	1,3	0,7	0,6	1,8	1,8	1,9	2,2	2,3	1,9	1,9	1,6	0,8	1,9
Italia	1,8	2,0	1,6	2,5	2,4	2,6	2,8	2,2	2,2	2,2	2,1	1,8	2,4
Lussemburgo	1,4	1,0	1,0	3,8	2,4	2,1	2,5	3,2	3,8	3,0	2,7	1,1	2,9
Paesi Bassi	1,9	1,8	2,0	2,3	5,1	3,9	2,2	1,4	1,5	1,6	1,6	1,9	2,5
Austria	1,2	0,8	0,5	2,0	2,3	1,7	1,3	2,0	2,1	1,7	2,2	0,8	1,9
Portogallo	1,9	2,2	2,2	2,8	4,4	3,7	3,3	2,5	2,1	3,0	2,4	2,1	3,0
Finlandia	1,2	1,3	1,3	3,0	2,7	2,0	1,3	0,1	0,8	1,3	1,6	1,3	1,6

Fonte: Elaborazioni Ufficio Studi Confcommercio su dati Eurostat.

Al netto della Grecia, Paese che più a lungo è stato caratterizzato da un elevato tasso di inflazione, nel 1997 la deviazione standard (calcolata sugli 11 Paesi che hanno adottato l'euro

dal 1999) si riduce allo 0,3, facendo emergere come il processo di convergenza fosse già stato in parte realizzato dagli inizi degli anni novanta.

Tab. 2.2 - Indice armonizzato dei prezzi al consumo per capitoli
vma % 1997-1999

	Generale	Alimentari	Alcolici	Vestiario	Casa	Mobili	Sanità	Trasporti	Comunica-	Tempo	Istruzione	Alberghi	Altro
	(1)	(1)	e tabacchi	(2)	(3)	(4)	(5)		zione	libero (6)		e P.E. (7)	(8)
UEM 12	1,3	0,9	2,9	1,1	1,7	1,1	3,3	1,3	-2,2	0,9	2,7	2,3	1,4
Belgio	1,2	1,3	2,4	0,9	1,3	0,9	0,9	1,4	-0,7	0,6	-	1,8	1,0
Germania	0,9	0,4	1,7	0,4	1,7	0,4	1,7	1,3	-4,4	1,0	4,1	1,2	1,0
Irlanda	2,0	2,9	3,7	-6,1	0,6	2,3	4,4	2,1	-5,0	2,2	2,9	3,6	3,6
Grecia	4,0	3,7	7,0	5,4	2,1	4,6	-5,2	2,1	0,1	4,3	6,1	7,1	5,5
Spagna	2,0	0,6	7,2	2,2	2,3	1,9	2,4	1,6	1,5	2,2	3,2	3,3	2,3
Francia	0,8	1,2	3,5	0,1	0,7	0,6	2,0	0,7	-2,0	0,0	1,3	1,8	0,5
Italia	1,8	0,5	3,3	2,4	2,6	1,7	6,0	1,6	-0,2	1,1	1,8	2,7	2,1
Lussemburgo	1,1	1,6	2,4	0,8	1,4	1,1	0,9	0,5	-3,0	0,9	3,3	1,7	1,1
Paesi Bassi	1,9	1,7	3,1	1,4	3,5	1,2	1,3	1,4	-1,3	1,0	2,7	2,5	1,9
Austria	0,8	0,8	1,1	-0,2	1,8	0,5	0,2	0,6	-1,4	0,1	3,3	1,7	0,7
Portogallo	2,1	2,0	4,6	-1,5	2,5	2,1	3,9	3,3	-1,6	0,5	4,1	2,7	3,6
Finlandia	1,3	0,9	1,7	-0,3	2,1	0,6	1,9	1,5	-0,6	0,8	4,0	2,4	1,6

- (1) Comprende le bevande non alcoliche
 (2) Comprende abbigliamento e calzature
 (3) Comprende abitazione, acqua, elettricità e combustibili
 (4) Comprende mobili, articoli e servizi per la casa
 (5) Comprende servizi sanitari e spese per la salute
 (6) Comprende ricreazione spettacoli e cultura
 (7) Comprende servizi ricettivi e di ristorazione
 (8) Comprende Altri beni e servizi

Fonte: Elaborazioni Ufficio Studi Confcommercio su dati Eurostat.

Tab. 2.3 - Indice armonizzato dei prezzi al consumo per capitoli
vma % 2000-2007

	Generale	Alimentari	Alcolici	Vestiario	Casa	Mobili	Sanità	Trasporti	Comunica-	Tempo	Istruzione	Alberghi	Altro
	(1)	(1)	e tabacchi	(2)	(3)	(4)	(5)		zione	libero (6)		e P.E. (7)	(8)
UEM 12	2,2	2,2	4,2	0,8	3,2	1,3	2,6	2,9	-2,7	0,3	3,8	3,1	2,4
Belgio	2,1	2,3	2,9	0,1	3,4	1,4	1,5	3,0	-1,5	0,6	-	2,9	2,6
Germania	1,7	1,2	4,3	-0,2	2,6	0,4	3,2	2,8	-2,5	-0,1	4,7	1,7	1,8
Irlanda	3,5	2,2	5,0	-3,4	6,4	0,2	6,2	3,3	-0,7	2,9	7,6	5,0	4,2
Grecia	3,3	3,2	5,0	3,1	5,2	1,9	3,7	3,1	-3,8	2,3	4,0	4,4	2,7
Spagna	3,2	3,9	4,2	2,0	3,9	2,2	1,3	3,7	-2,0	1,0	4,3	4,5	3,2
Francia	1,9	2,0	4,5	0,3	2,8	1,2	1,9	2,7	-2,1	-0,5	2,7	2,7	2,2
Italia	2,4	2,4	4,4	1,6	3,5	1,9	2,1	2,9	-3,9	1,5	2,7	3,3	3,0
Lussemburgo	2,9	2,7	4,9	1,0	3,9	1,8	1,6	3,4	-4,5	1,6	3,5	3,3	2,4
Paesi Bassi	2,5	1,3	3,8	-0,2	4,7	1,6	4,3	3,2	-1,9	0,6	0,3	3,5	2,7
Austria	1,9	2,0	2,8	-0,1	3,6	0,8	2,7	2,5	-2,1	0,2	6,4	2,4	2,4
Portogallo	3,0	2,2	4,4	0,8	3,7	2,0	3,1	4,4	-1,4	1,6	5,7	3,7	3,7
Finlandia	1,6	1,7	-0,4	-0,3	3,1	1,0	2,2	1,7	-2,3	1,2	3,8	2,4	2,5

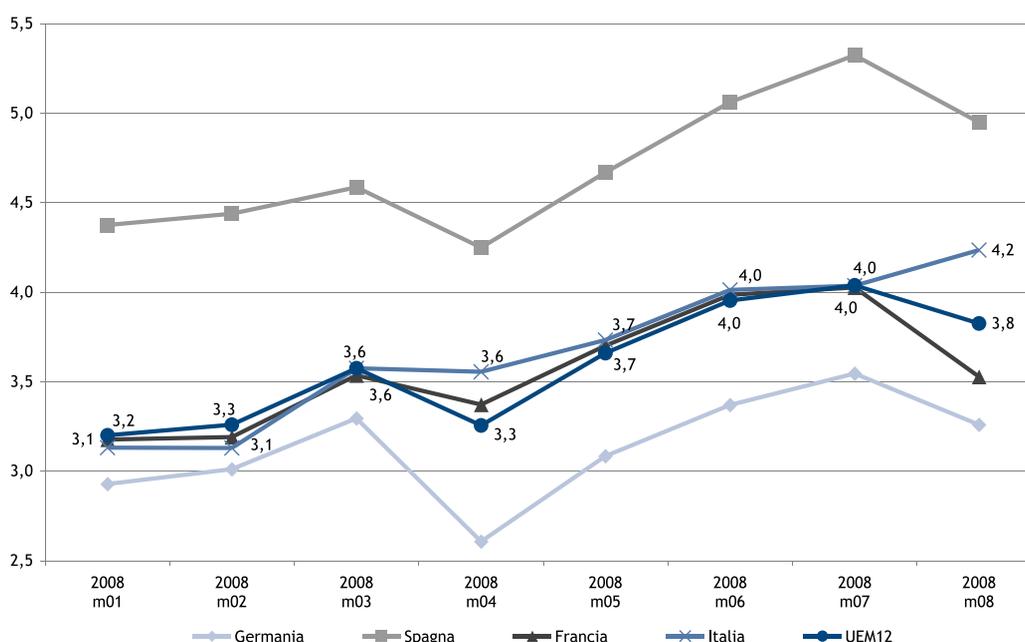
(*) Cfr. nota Tab.2.2

Fonte: Elaborazioni Ufficio Studi Confcommercio su dati Eurostat.

Appurato che il sistema della produzione, della distribuzione e dei consumi in Italia non ha manifestato patologie strutturali durante e dopo il *changeover* sotto il profilo è opportuno valutare passa ad osservare le dinamiche congiunturali, con riferimento ai mesi più recenti.

Il tasso d'inflazione nei Paesi della UEM12 ad agosto 2008 (+3,8%) ha mostrato una leggera flessione in termini tendenziali dal 4% registrato in giugno e luglio, il livello massimo raggiunto dall'introduzione dell'euro (fig. 2.6).

**Fig. 2.6 - Indice armonizzato dei prezzi al consumo
var. % tendenziali 2008**



Fonte: Elaborazioni Ufficio Studi Confcommercio su dati Eurostat.

Dopo aver raggiunto il 3% alla fine del 2007, l'indice armonizzato dei prezzi al consumo quest'anno è rimasto sempre al di sopra di questa soglia mostrando un andamento crescente, in ragione dalle dinamiche dei prezzi delle materie prime: 3,2% a gennaio, 3,3% a febbraio, 3,6% a marzo, 3,3% ad aprile, 3,7% di maggio, fino al livello record del 4% di giugno e luglio.

Secondo le previsioni intermedie di settembre della Commissione nel 2008 la media annua dell'inflazione nella zona euro si attesterà al di sopra del 3,2% previsto nella scorsa primavera (raggiungendo il 3,6%), "anche se l'inflazione potrebbe aver raggiunto un punto di svolta, e nei prossimi mesi l'impatto dei passati aumenti dei prezzi di energia e prodotti alimentari dovrebbero gradualmente venir meno".

Il dato di settembre sembra confermare un moderato rientro dei prezzi: secondo la stima flash di Eurostat l'indice generale armonizzato ha registrato una crescita del 3,6%.

L'inflazione europea nel corso del 2008 è cresciuta in tutti i principali Paesi (Francia, Spagna e Germania). In Italia il tasso di inflazione armonizzato ha subito una marcata accelerazione a partire dalla primavera, ma la dinamica dei prezzi si è mantenuta fino a luglio

in linea con quella media dei Paesi dell'UEM12. Il rialzo al 4,2% registrato ad agosto, che ha riaperto il differenziale di inflazione del nostro Paese, sembra essere rientrato: a settembre la stima provvisoria dell'Istat dell'indice armonizzato registra una variazione del 3,7% rispetto allo stesso mese dello scorso anno, in linea con la media europea.

Nella media dei primi 8 mesi di quest'anno la variazione dell'indice armonizzato dei prezzi al consumo nella UEM12 è stata del 3,6%, contro l'1,8% registrato nello stesso periodo del 2007 (tab. 2.4).

I capitoli di spesa che hanno maggiormente influito sull'ultimo dato dell'inflazione dell'area euro sono stati ancora una volta i prodotti alimentari (+6,1%), i trasporti (+6,3%) e le spese per alloggio, acqua, elettricità, gas e altri combustibili (+6,2%).

Tab. 2.4 - Indice armonizzato dei prezzi al consumo per capitoli
var. % tendenziali agosto 2008

	agosto					gennaio-agosto				
	UEM12	Germania	Spagna	Francia	Italia	UEM12	Germania	Spagna	Francia	Italia
GENERALE	3,8	3,3	4,9	3,5	4,2	3,6	3,1	4,7	3,6	3,7
Alimentari e bevande non alcoliche	6,1	5,9	6,8	5,4	6,2	6,1	6,4	6,9	5,5	5,7
Bevande alcoliche e tabacchi	3,3	2,2	4,0	2,4	5,2	3,3	1,7	3,9	4,4	3,7
Abbigliamento e calzature	0,4	0,7	0,4	0,3	0,7	0,6	0,0	0,7	0,6	1,3
Abitazione, acqua, elettricità e gas	6,2	5,3	7,9	5,5	8,3	5,2	4,5	6,5	5,2	6,2
Mobili, articoli e servizi per la casa	2,1	1,6	2,5	1,8	2,7	2,1	1,3	2,5	1,5	3,2
Servizi sanitari e spese per la salute	2,0	1,9	0,5	3,3	1,9	1,7	1,7	0,0	3,7	0,3
Trasporti	6,3	4,6	8,9	6,6	7,5	6,0	4,8	8,7	6,5	6,2
Comunicazioni	-2,5	-3,0	-0,2	-0,6	-4,0	-2,2	-2,0	0,0	0,2	-4,4
Ricreazione, spettacoli e cultura	0,5	1,4	0,2	-1,4	1,4	0,1	1,1	-0,3	-1,5	1,1
Istruzione	3,0	1,6	3,9	3,4	3,2	5,7	12,0	3,9	3,4	2,8
Servizi ricettivi e di ristorazione	3,5	2,3	4,9	3,2	2,4	3,4	1,7	4,8	3,0	2,5
Altri beni e servizi	2,5	1,8	3,6	2,1	2,7	2,4	1,8	3,3	1,9	2,9

Fonte: Elaborazioni Ufficio Studi Confcommercio su dati Eurostat.

2.3 Le dinamiche dei prezzi al consumo e dei deflatori per gruppi di prodotti in Italia

Nell'ultimo decennio l'andamento dell'inflazione al consumo, misurata dall'indice dei prezzi per l'intera collettività, è stato caratterizzato da una stabilità di fondo con rialzi più accentuati circoscritti al periodo 2001-2003.

L'analisi delle tendenze di lungo periodo mette in evidenza, tuttavia, comportamenti diversificati tra i diversi capitoli di spesa. Il dato più rilevante è sicuramente la spinta deflazionistica registrata dal capitolo comunicazioni, una voce di spesa di primo piano per la spesa delle famiglie, che comprende le apparecchiature per la comunicazione, i servizi di telefonia e i servizi postali. L'evoluzione contenuta dei prezzi dei prodotti ad alto contenuto tecnologico, provenienti da Paesi con minori costi di produzione, la massiccia diffusione sul mercato di nuovi modelli e la svalutazione del dollaro degli ultimi anni hanno condizionato

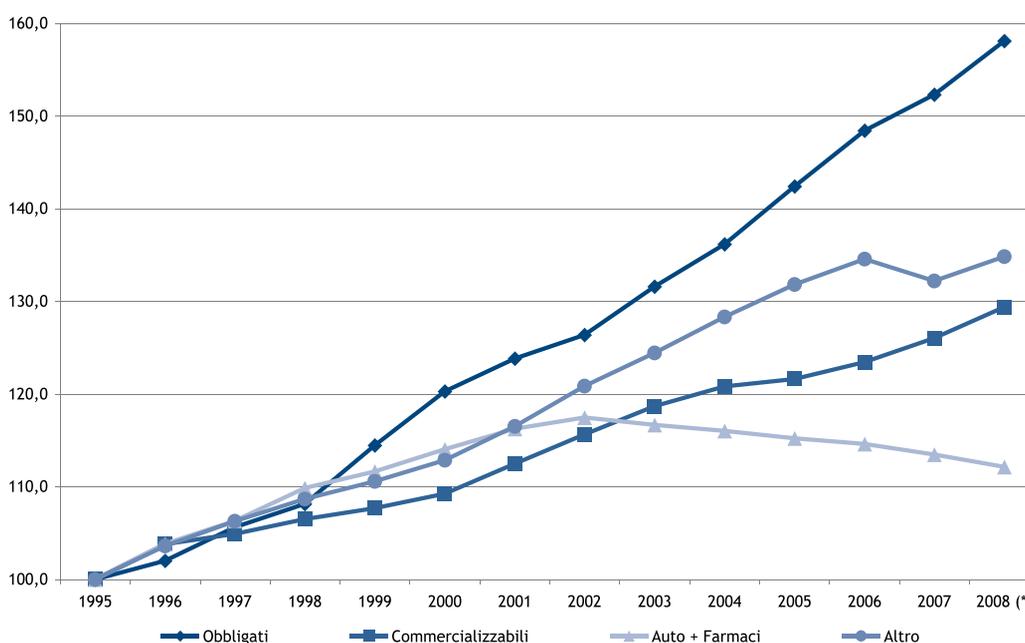
l'andamento dell'inflazione per questo settore, nel quale i prezzi sono diminuiti del 28,3% tra il 1995 e il 2007.

Se la discesa dei prezzi nelle comunicazioni ha rappresentato negli ultimi anni un sostegno al potere d'acquisto delle famiglie, altri importanti settori sono andati nella direzione opposta facendo registrare forti rincari. E' il caso, escludendo le bevande alcoliche e i tabacchi delle spese riferibili all'ambito domestico, ovvero delle spese per l'abitazione, l'acqua, l'elettricità e i combustibili, il cui incremento dei prezzi tra il 1995 e il 2007 è stato il più elevato dei 12 capitoli di spesa (tab. 2.5).

L'insieme di queste voci rappresenta una quota significativa delle spese cosiddette obbligate (cfr. nota fig. 2.7) che hanno costituito negli ultimi anni, e costituiscono tuttora, una voce rilevante di spesa nei bilanci delle famiglie.

Proprio questa componente ha evidenziato dinamiche accentuate dei prezzi rispetto a quelle osservate per i prezzi dei beni commercializzati, cioè quelli di largo e generale consumo che le famiglie acquistano presso i diversi format distributivi (fig. 2.7).

Fig. 2.7 - Indice dei prezzi dei beni e servizi commercializzabili e delle spese obbligate
1995 = 100



Nota - Consumi obbligati: tabacchi, affitti, manutenzione della casa, acqua, smaltimento rifiuti, altri servizi per l'abitazione, energia, servizi ambulatoriali ed ospedalieri, trasferimento di proprietà, spese di esercizio per i mezzi di trasporto, canone tv, spese di assistenza, servizi assicurativi e finanziari.

Beni commercializzabili: alimentari e le bevande, abbigliamento e calzature, mobili e articoli di arredamento (escluse le riparazioni ed i servizi di pulizia della casa), apparecchi per la telefonia, apparecchi per la riproduzione di suoni e immagini, altri beni durevoli, fiori, piante e animali, giornali libri, riviste, articoli di cancelleria, prodotti per l'igiene personale, apparecchi elettrici per la cura della persona, effetti personali.

I diversi aggregati sono stati ricostruiti utilizzando l'indice dei prezzi al consumo per l'intera collettività e ponderati con la struttura dei pesi relativa al 2007. (*) Media gennaio-maggio 2008.

Fonte: Elaborazioni Ufficio Studi Confcommercio su dati Istat.

Pesanti ripercussioni sulla spesa delle famiglie sono derivate anche dall'aumento dei costi di trasporto sui quali ha inciso soprattutto il caro-petrolio.

Per l'insieme dei prodotti con un'elevata frequenza di acquisto, che oltre ai carburanti e alle spese per la ristorazione comprende anche gli alimentari, i tabacchi e l'affitto della casa, il processo inflazionistico è stato nel periodo considerato più accentuato (+36,7% la variazione cumulata 1995 - 2007) rispetto sia ai prodotti di media frequenza (+35,0%) che di bassa frequenza (+19,9%).

Tab. 2.5 - La variazione dei prezzi nel lungo periodo per capitoli di spesa
var. % medie annue

	1996	1997	1998	1999	2000	2001	2002	2003	2004	2005	2006	2007	95-07
Alimentari e bevande alcoliche	4,0	-0,1	1,0	0,9	1,6	4,1	3,6	3,2	2,2	0,0	1,7	2,9	27,9
Bevande alcoliche e tabacchi	6,7	3,7	4,6	2,0	1,3	2,6	2,1	6,9	7,9	6,9	4,9	3,4	67,5
Abbigliamento e calzature	3,9	2,5	2,6	2,2	2,2	2,9	2,9	3,0	2,2	1,6	1,3	1,4	32,7
Abitazione, acqua, elettr. e comb.	4,2	4,1	2,1	1,5	5,8	3,0	0,3	3,3	2,0	4,9	5,7	2,6	47,4
Mobili, articoli e servizi per la casa	3,9	2,1	1,7	1,3	1,8	2,1	1,9	2,1	2,0	1,7	1,5	2,4	27,6
Servizi sanitari e spese per la salute	3,9	3,6	2,9	2,5	2,9	2,2	1,6	0,3	1,2	-0,9	-0,1	-0,4	21,5
Trasporti	4,4	1,7	1,2	2,3	4,1	1,5	2,0	2,6	3,2	4,4	3,0	2,2	37,7
Comunicazioni	-0,1	0,5	0,7	-1,8	-3,6	-2,2	-1,4	-1,7	-6,4	-4,6	-3,5	-8,3	-28,3
Ricreazione, spettacoli e cultura	3,4	1,3	1,4	0,6	0,5	3,3	3,1	1,4	1,7	0,9	1,0	1,1	21,5
Istruzione	2,6	2,5	2,3	2,1	2,5	3,2	2,9	2,8	2,3	3,5	2,7	2,3	36,6
Servizi ricettivi e di ristorazione	4,1	2,8	2,9	2,6	3,2	4,0	4,5	4,0	3,2	2,3	2,3	2,6	46,2
Altri beni e servizi	4,4	2,6	1,9	2,2	2,4	3,4	3,3	3,6	2,7	2,8	2,7	2,4	40,3
Indice generale con tabacchi	4,0	2,0	2,0	1,7	2,5	2,8	2,5	2,7	2,2	2,0	2,1	1,8	32,2
Indice generale senza tabacchi	4,0	2,0	1,9	1,7	2,6	2,8	2,5	2,6	2,1	1,8	2,0	1,8	31,7

Fonte: Elaborazioni Ufficio Studi Confcommercio su dati Istat.

Un quadro di sostanziale stabilità dei prezzi è quello che emerge se si prende in considerazione l'andamento della sola inflazione di fondo, ottenuta eliminando le componenti più volatili come gli alimentari freschi e i beni energetici (tab. 2.6). Questa componente si è mantenuta, nel periodo considerato, in linea o al di sotto del valore dell'indice generale sul quale, invece, hanno pesato i rincari nei prezzi dei prodotti energetici e degli alimentari lavorati (rispettivamente +44,2% e 33,6%).

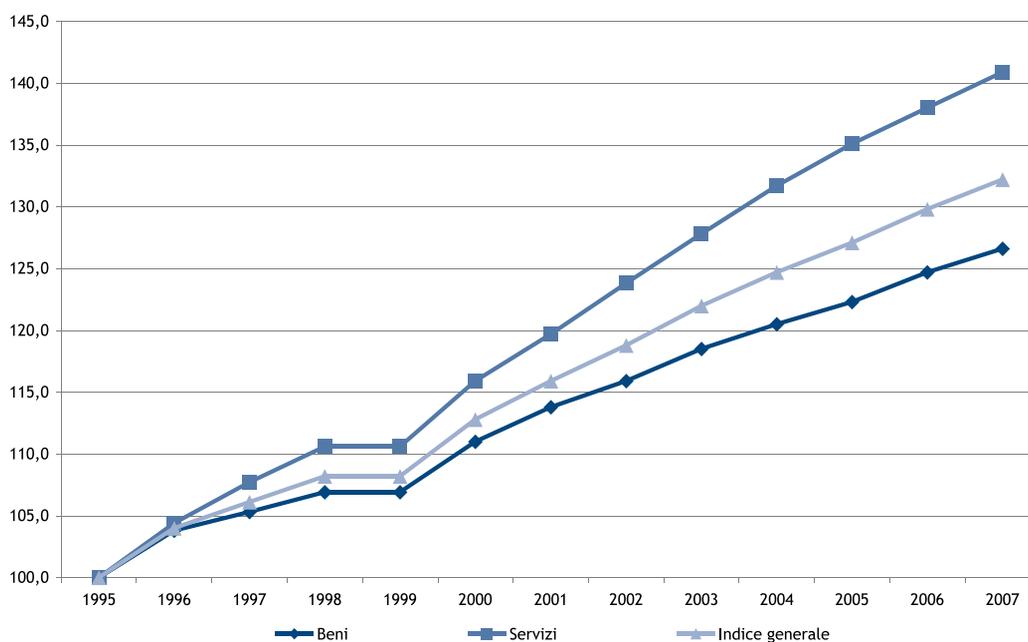
In particolare, tra i prodotti energetici i maggiori rincari hanno interessato i carburanti per autoveicoli, sulla scia del continuo aumento dei prezzi dei prodotti petroliferi causato dallo squilibrio a livello mondiale tra una domanda che continua a crescere ed una produzione che negli ultimi anni non è aumentata in maniera significativa; nel gruppo dei prodotti energetici anche i prezzi dei beni regolamentati come l'energia elettrica e il gas per usi domestici e da riscaldamento hanno registrato aumenti a ritmi sostenuti.

Tab. 2.6 - Dinamica dei prezzi per tipologie di prodotti

	1996	1997	1998	1999	2000	2001	2002	2003	2004	2005	2006	2007	95-07
Alimentari non lavorati	3,7	-0,8	1,6	1,1	2,1	6,4	5,2	4,2	2,0	-0,9	1,4	3,5	33,6
Energetici	2,0	2,0	-1,3	1,1	11,6	1,6	-2,7	3,2	2,4	8,8	8,1	1,4	44,2
Componente di fondo	4,2	2,4	2,2	1,8	1,9	2,7	2,7	2,5	2,2	1,7	1,7	1,7	31,5
Indice generale	4,0	2,0	2,0	1,7	2,5	2,7	2,5	2,7	2,2	1,9	2,1	1,8	32,2

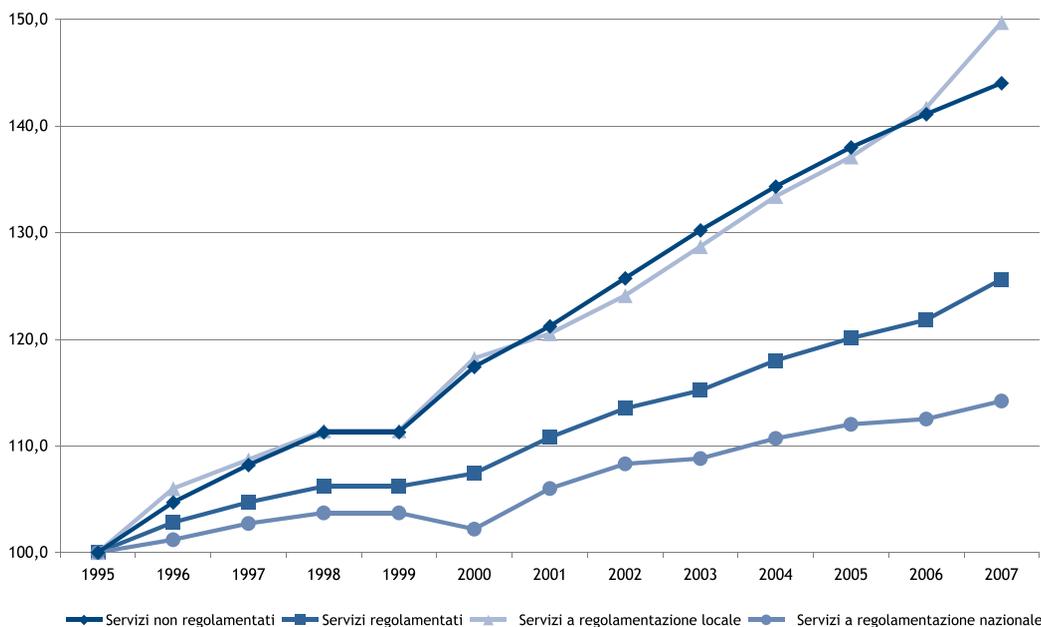
Fonte: Elaborazioni Ufficio Studi Confcommercio su dati Istat.

Fig. 2.8 - Dinamica dei prezzi dei beni e dei servizi
1995 = 100



Fonte: Elaborazioni Ufficio Studi Confcommercio su dati Istat.

Fig. 2.9 - Servizi regolamentati e non
1995 = 100



Nota - I servizi regolamentati comprendono quelle tipologie di servizio i cui prezzi sono stabiliti da amministrazioni nazionali e locali e da servizi di pubblica utilità soggetti a regolamentazione da parte di specifiche Authority.

I servizi a regolamentazione locale includono i certificati anagrafici, la tariffa per i rifiuti solidi, l'istruzione secondaria, i musei, i trasporti urbani multimodali (biglietti e abbonamenti), i taxi, le autolinee extraurbane e i trasporti ferroviari regionali.

I servizi a regolamentazione nazionale comprendono i concorsi pronostici, i pedaggi autostradali, i trasporti ferroviari nazionali, i servizi di navigazione, il trasporto marittimo di auto, il canone tv, i servizi di telefonia fissa, i servizi postali, le tasse per il trasferimento della proprietà delle autovetture e motoveicoli.

Fonte: Elaborazioni Ufficio Studi Confcommercio su dati Istat.

Anche i servizi acquistati dalle famiglie (fig. 2.8) in questi anni hanno spinto in alto l'inflazione (+40,9% dal 1995 al 2007) registrando un distacco di oltre 14 punti percentuali rispetto ai beni (+26,6%) e di oltre 8 punti rispetto all'indice generale (+32,2%).

Si tratta di un aggregato composito che comprende i servizi pubblici di competenza degli enti locali (trasporti urbani, taxi, prestazioni ospedaliere, asili nido, acqua, gas, raccolta rifiuti) e quelli a regolamentazione nazionale.

Tra i servizi, quelli a regolamentazione locale hanno evidenziato una forte accelerazione nel periodo considerato (+49,7%) causata soprattutto dall'aumento delle tariffe relative alla raccolta dei rifiuti e al consumo di acqua potabile.

Rispetto all'incremento generale dei prezzi, sono cresciuti meno i servizi a regolamentazione nazionale (+14,2%) che comprendono tra l'altro i concorsi pronostici, i pedaggi autostradali, i trasporti ferroviari nazionali, il canone tv, i servizi di telefonia fissa, i servizi postali. Alcune di queste voci come i trasporti ferroviari e il canone rai hanno mostrato nel 2007 un'accelerazione rispetto agli anni precedenti.

Tab. 2.7 - Dinamica dei prezzi per tipologie di prodotti
var. % medie annue

	1996	1997	1998	1999	2000	2001	2002	2003	2004	2005	2006	2007	95-07
Servizi non regolamentati	4,7	3,3	2,9	2,7	2,7	3,2	3,7	3,6	3,1	2,8	2,2	2,1	44,0
Servizi regolamentati, di cui:	2,8	1,8	1,4	0,8	0,4	3,2	2,4	1,5	2,4	1,8	1,4	3,1	25,6
Servizi a regolamentaz. locale	6,0	2,5	2,5	3,0	3,1	1,9	3,0	3,7	3,7	2,8	3,4	5,6	49,7
Servizi a regolamentaz. nazionale	1,2	1,5	1,0	-0,5	-1,0	3,7	2,2	0,5	1,7	1,2	0,4	1,5	14,2
Servizi	4,4	3,2	2,7	2,4	2,4	3,3	3,4	3,2	3,1	2,6	2,1	2,1	40,9
Indice generale	4,0	2,0	2,0	1,7	2,5	2,7	2,5	2,7	2,2	1,9	2,1	1,8	32,2

Fonte: Elaborazioni Ufficio Studi Confcommercio su dati Istat.

2.4 Le dinamiche dei consumi e del reddito

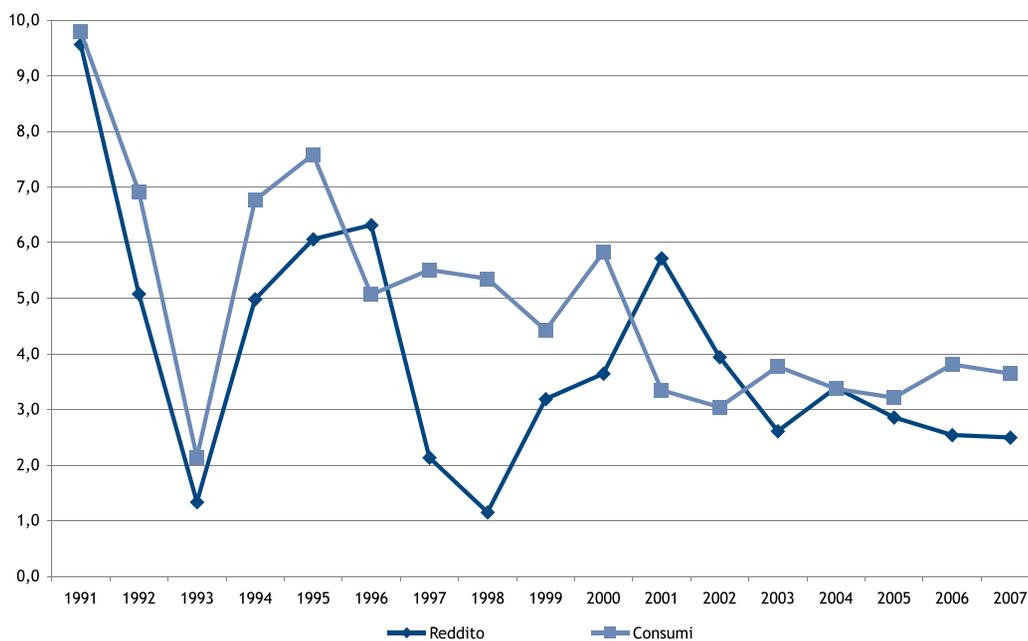
La presenza di un'inflazione più elevata di quanto rilevato ufficialmente dall'Istat negli ultimi anni, pari al 100% se fosse vero l'assioma '1.000 lire = 1 euro' od anche al 25-30% come più volte indicato dalle associazioni dei consumatori, deve necessariamente essere compatibile con una crescita elevata del valore delle risorse a disposizione delle famiglie italiane e/o ad un sostenuto ricorso al risparmio detenuto dalle stesse.

Per supportare un incremento dei prezzi delle dimensioni indicate e mantenere sostanzialmente inalterato il tenore di vita è infatti necessario poter disporre di risorse adeguate a meno di un crollo della domanda per consumi, in termini reali, di dimensioni tali da indurre, data l'elevata incidenza dei consumi nella determinazione del Pil, una recessione di dimensioni eccezionali.

Stando alle informazioni rilevabili dal sistema dei conti dei settori istituzionali elaborato dall'Istat, le dinamiche in valore del reddito disponibile delle famiglie consumatrici hanno evidenziato negli anni più recenti un'evoluzione abbastanza contenuta a cui si è associata una

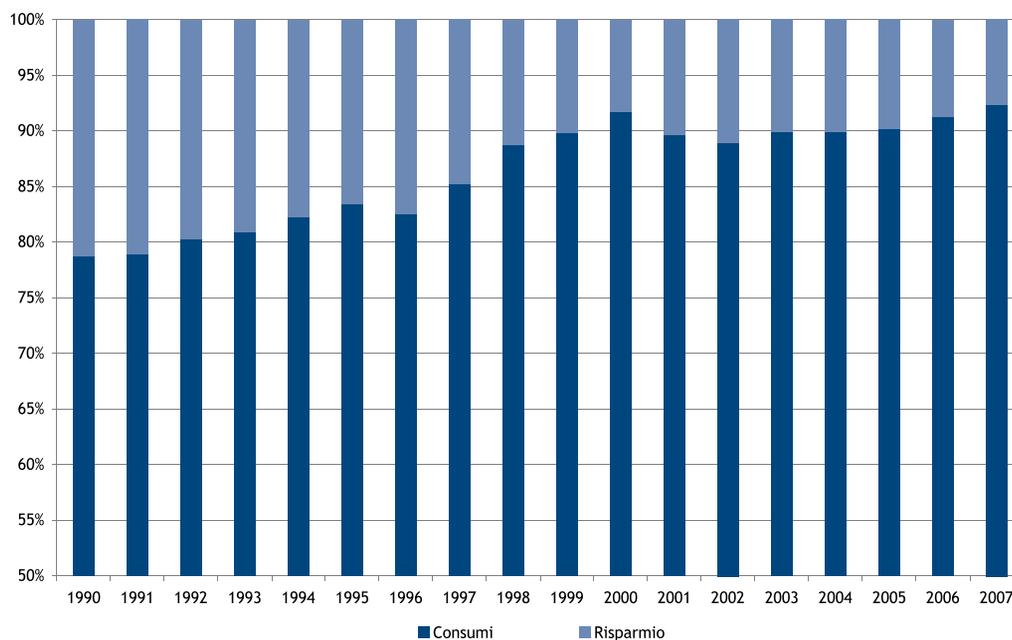
crescita, in valore, delle spese per consumi lievemente più sostenuta, situazione che ha portato ad un rallentamento del tasso di risparmio (figg. 2.10-2.11).

Fig. 2.10 - Dinamica del reddito e dei consumi delle famiglie consumatrici
variazioni % in valore



Fonte:Elaborazioni Ufficio Studi Confcommercio su dati Istat.

Fig. 2.11 - Incidenza dei consumi e dei risparmi sul reddito delle famiglie consumatrici



Fonte:Elaborazioni Ufficio Studi Confcommercio su dati Istat.

La tendenza a consumare una quota maggiore delle risorse disponibili, fenomeno che appare particolarmente evidente negli anni '90, presenta il suo minimo nel periodo 2002-2004, proprio negli anni sui quali si è concentrata principalmente l'attenzione relativamente ad una presunta sottostima delle dinamiche inflazionistiche.

Un altro elemento che può contribuire a chiarire se effettivamente le famiglie abbiano dovuto sopportare un tasso d'inflazione significativamente più elevato di quanto registrato dalle fonti ufficiali, è l'analisi delle consistenze delle attività e delle passività rilevate dalla Banca d'Italia (tab. 2.8).

Le dinamiche relative al periodo 2002-2004 segnalano, coerentemente con il tendenziale rallentamento della crescita del reddito disponibile, un aumento delle consistenze attive nei conti finanziari delle famiglie abbastanza contenuto e nettamente inferiore a quanto registrato alla fine degli anni '90 a cui si è accompagnato un incremento delle passività a tassi non dissimili rispetto a quanto registrato negli anni precedenti.

Va anche sottolineato come l'aumento delle passività derivi in larga parte da un maggior ricorso a crediti a medio e lungo termine utilizzati per finanziare l'acquisto di immobili da parte delle famiglie. La tendenza ad acquistare immobili, prevalentemente abitazioni, ha portato negli stessi anni ad un aumento della ricchezza reale, non solo in termini di valore ma anche di mq posseduti.

Tab. 2.8 - Attività e passività finanziarie delle famiglie

	Consistenze (Milioni di euro)			Variazioni %		
	Attività	Passività	Saldo	Attività	Passività	Saldo
1997	2.211.906	317.761	1.894.145			
1998	2.484.451	339.390	2.145.061	12,3	6,8	13,2
1999	2.811.935	374.638	2.437.297	13,2	10,4	13,6
2000	2.988.205	420.374	2.567.831	6,3	12,2	5,4
2001	2.964.256	440.135	2.524.121	-0,8	4,7	-1,7
2002	3.016.694	474.965	2.541.729	1,8	7,9	0,7
2003	3.117.124	514.576	2.602.548	3,3	8,3	2,4
2004	3.319.910	567.783	2.752.127	6,5	10,3	5,7
2005	3.527.376	624.768	2.902.608	6,2	10,0	5,5
2006	3.676.176	680.559	2.995.617	4,2	8,9	3,2
2007	3.697.370	736.755	2.960.615	0,6	8,3	-1,2

Fonte: Elaborazioni Ufficio Studi Confcommercio su dati Banca d'Italia.

Al quadro di insieme che emerge dalla lettura di questi dati appare - a meno di non ipotizzare la costruzione a tavolino di informazioni statistiche di fonti diverse tra loro coerenti - del tutto fantasioso immaginare la sostenibilità per il sistema di una inflazione pari a circa il 25-30% come più volte indicato dalle associazioni consumatori. D'altra parte, l'Istat è soggetto, come gli altri istituti nazionali di statistica, a severi controlli da parte delle istituzioni internazionali. Esse hanno sempre segnalato la perfetta coerenza del lavoro svolto con gli standard contabili fissati e condivisi su scala planetaria.

CAPITOLO 3

**LE DINAMICHE RECENTI DEI PREZZI AL
CONSUMO: ANALISI DEI DATI NIELSEN**

3.1 Le dinamiche dei prezzi con l'introduzione dell'euro

Per valutare l'andamento dei prezzi nel periodo di introduzione dell'euro, con strumenti differenti dalle statistiche dell'ISTAT, si sono utilizzate le rilevazioni Nielsen relative ai prezzi bimestrali di 1120 referenze riferite a 164 categorie di beni di largo e generale consumo che transitano per ipermercati, supermercati e strutture a libero servizio relativamente agli anni 2000-2007.

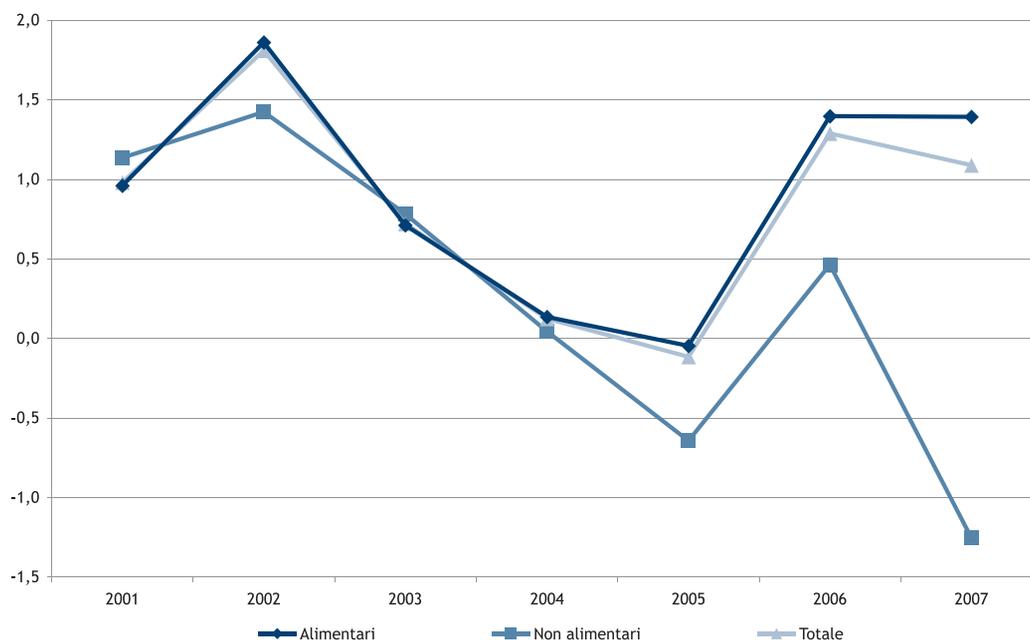
La scelta è stata effettuata sulla base delle categorie più rappresentative, in termini del valore del venduto, all'interno delle quali sono stati individuati fino a 10 prodotti leader sulla base delle risultanze dell'ultimo bimestre 2001.

All'interno di questo 'paniere' i prodotti alimentari rappresentano, in valore, oltre l'84% a fronte del 16% circa del non alimentare.

Dalla rilevazione sono esclusi i discount, in considerazione della disomogeneità delle marche vendute, ed i prodotti freschi. Il prezzo, basato sulle rilevazioni scanner, è quello effettivamente pagato dal consumatore includendo tutte le diverse tipologie di offerte promozionali. Queste caratteristiche rendono il panel di prodotti monitorati sostanzialmente diverso da quanto rilevato dall'Istat per l'indice dei prezzi al consumo.

Il primo elemento che emerge dall'analisi delle variazioni dei prezzi medi delle referenze prese in esame nel periodo 2001-2007, la cui sintesi è stata effettuata attribuendo ad ogni prodotto il peso relativo al valore nella media del 2000, è la presenza di un'inflazione abbastanza contenuta che si attesta, anche nel 2002, su valori inferiori al 2% sia per i prodotti alimentari sia per i non alimentari (fig. 3.1).

Fig. 3.1 Panel Nielsen-Confcommercio
variazioni % dei prezzi



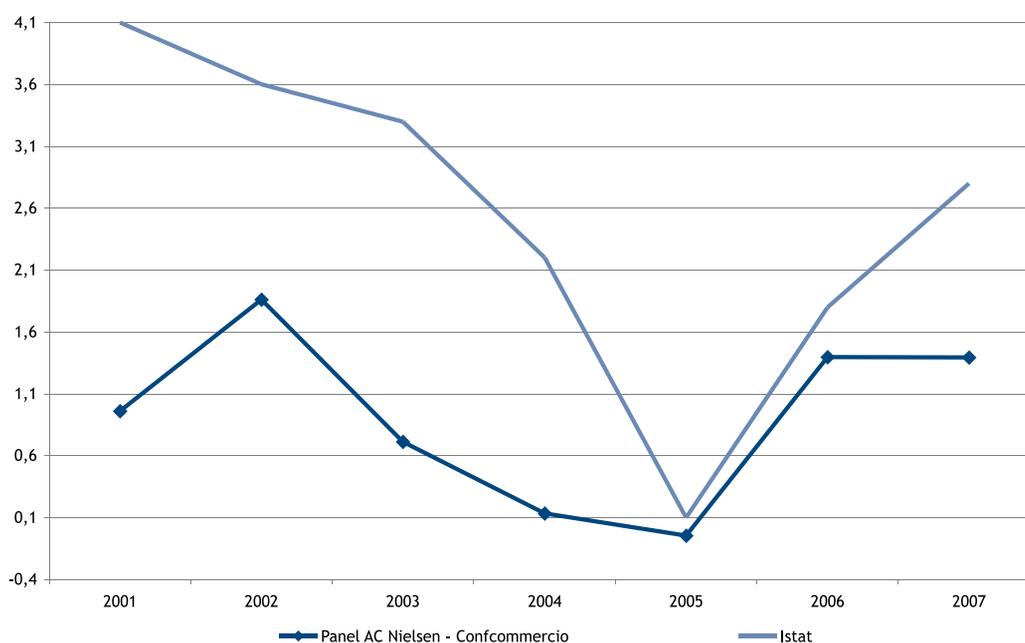
Fonte: Elaborazioni Ufficio Studi Confcommercio su dati Nielsen.

Per verificare la 'qualità' della scelta effettuata si sono messi a confronto i risultati ottenuti sulla base del panel Nielsen-Confcommercio relativo agli alimentari con l'indice elaborato dall'Istat relativamente agli alimentari lavorati (fig. 3.2).

I due aggregati, pur diversi tra loro nelle metodologie di rilevazione e per costruzione del dato di sintesi evidenziano dinamiche complessivamente simili, con una variazione per l'Istat più elevata derivante anche dalla esclusione delle offerte promozionali.

Questa analisi, che vede i prezzi dell'Istat variare in misura superiore rispetto al nostro aggregato, non vuole mettere in discussione le statistiche ufficiali, ma solo evidenziare come fonti non ufficiali, ma basate su metodologie che sono comunemente accettate dalla business community, non mettano in risalto aumenti di dimensioni analoghe a quelle indicate dai consumatori (25-30%) e che hanno portato spesso a parlare di speculazioni generalizzate da parte del settore della distribuzione.

Fig. 3.2 - Variazioni % dei prezzi degli alimentari lavorati

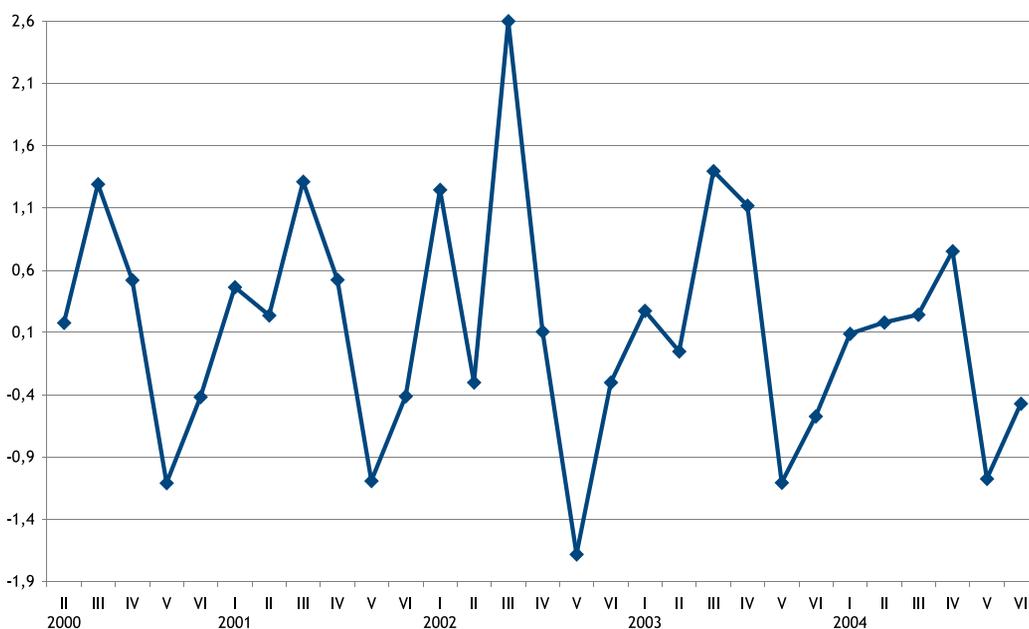


Fonte: Elaborazioni Ufficio Studi Confcommercio su dati Nielsen.

Focalizzando l'attenzione sulle variazioni congiunturali registrate dai prezzi medi nel periodo 2000-2004, si riscontra come il 2002 non presenti particolari anomalie rispetto agli anni precedenti e successivi, con una stagionalità nelle variazioni tra bimestri sostanzialmente analoga. Il picco nei mesi di maggio e giugno risulta, infatti, una costante come si evince anche dagli andamenti negli anni successivi (fig. 3.3).

Anche le variazioni tendenziali registrate dal panel Nielsen-Confcommercio nel periodo 2002-2004 non mettono in luce comportamenti, sul versante dei prezzi medi praticati dalle imprese della moderna distribuzione, che possano essere considerati anomali (fig.3.4).

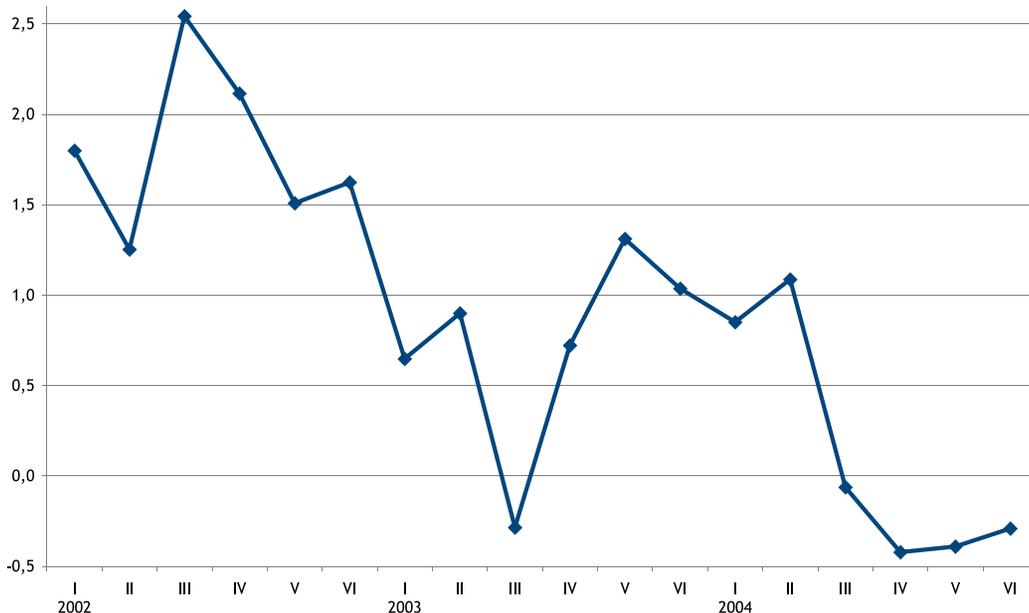
Fig.3.3 - Panel Nielsen-Confcommercio 2000-2004
variazioni % dei prezzi sul bimestre precedente



Fonte: Elaborazioni Ufficio Studi Confcommercio su dati Nielsen.

L'incremento più elevato si registra sì nel terzo bimestre 2002, il primo periodo in cui era cessata l'esposizione del doppio prezzo e la circolazione della lira, ma è sostanzialmente contenuto (2,5%) e riflette anche gli effetti sui prodotti trasformati dei significativi aumenti che si sono registrati dalla fine del 2001 sui prodotti freschi.

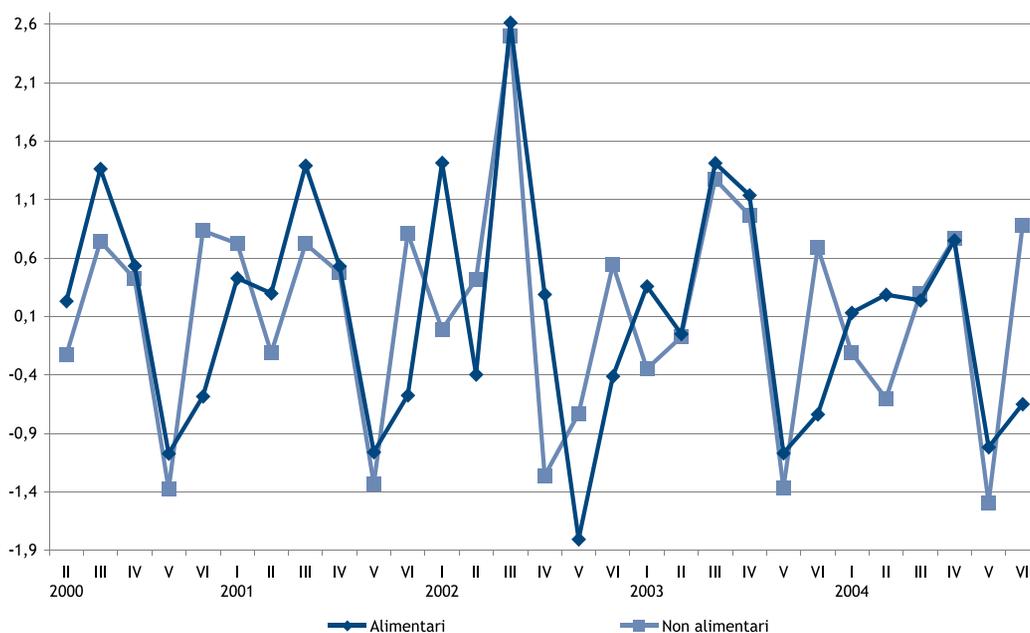
Fig. 3.4 - Panel Nielsen-Confcommercio 2002-2004
variazioni % dei prezzi sul bimestre corrispondente



Fonte: Elaborazioni Ufficio Studi Confcommercio su dati Nielsen.

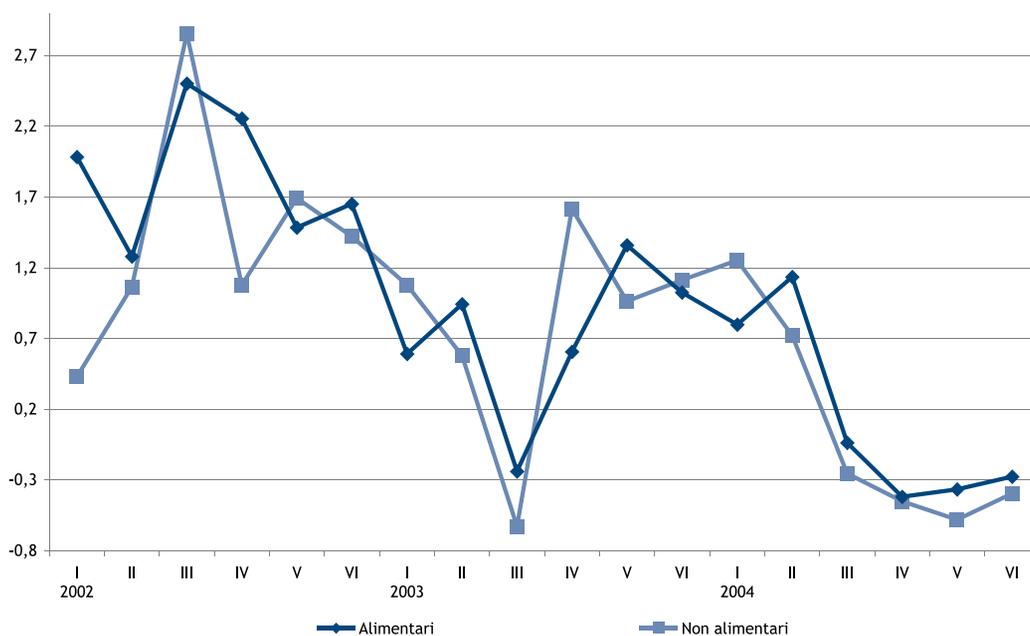
Analizzando l'evoluzione registrata nel periodo 2000-2004 dai prezzi relativi alla componente alimentare e non alimentare del panel di prodotti individuati si riscontra come non vi siano particolari discordanze negli andamenti congiunturali e come non vi siano state dinamiche nei prezzi alimentari, verso i quali i consumatori sono più sensibili, particolarmente diverse da quanto registrato negli analoghi periodi degli anni precedenti e successivi al 2000 (fig. 3.5).

Fig. 3.5 Panel Nielsen-Confcommercio 2000-2004
variazioni % dei prezzi alimentari e non alimentari sul bimestre precedente



Fonte: Elaborazioni Ufficio Studi Confcommercio su dati Nielsen.

Fig. 3.6 - Panel Nielsen-Confcommercio 2000-2004
variazioni % dei prezzi alimentari e non alimentari sul bimestre corrispondente



Fonte: Elaborazioni Ufficio Studi Confcommercio su dati Nielsen.

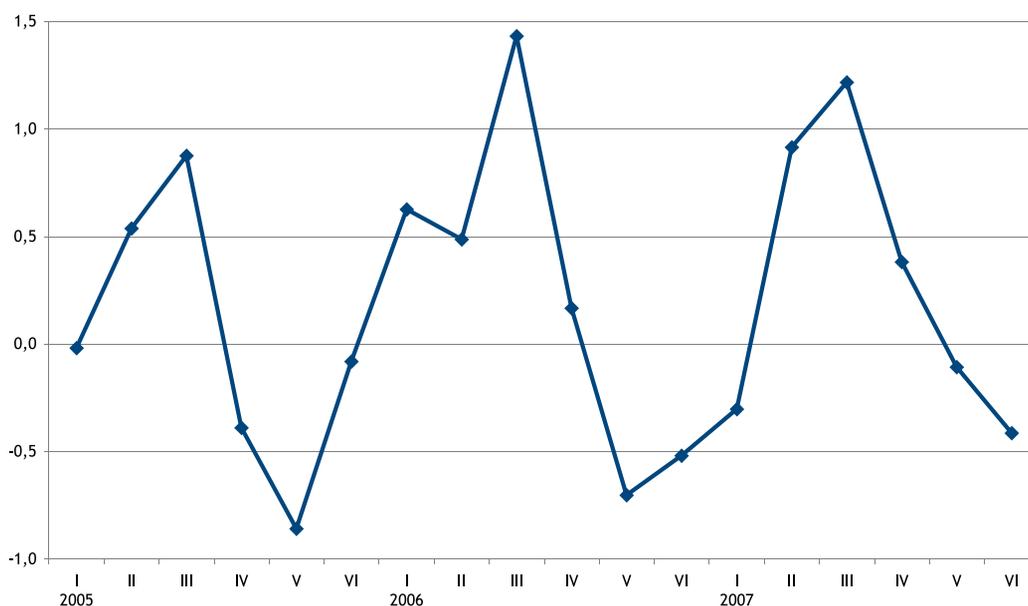
In particolare, per l'alimentare sembra essere stata rispettata la stagionalità nei trimestri (confermata anche nel periodo 2005-2007).

Anche in termini tendenziali non sembrano emergere particolari anomalie nelle dinamiche relative ai prezzi medi, i quali, bisogna ricordarlo, sono calcolati su un insieme di prodotti la cui composizione è costante nel tempo (fig. 3.6).

3.2 Le dinamiche dei prezzi negli anni recenti

Le polemiche su presunti comportamenti non corretti da parte del settore della distribuzione nell'ambito della determinazione dei prezzi sono proseguite anche negli anni successivi ed hanno ripreso vigore alla fine dello scorso anno in conseguenza dei sensibili aumenti che hanno interessato il comparto alimentare soprattutto per la componente legata ai cereali.

Fig. 3.7 - Panel Nielsen-Confcommercio 2005-2007
variazioni % dei prezzi sul bimestre precedente

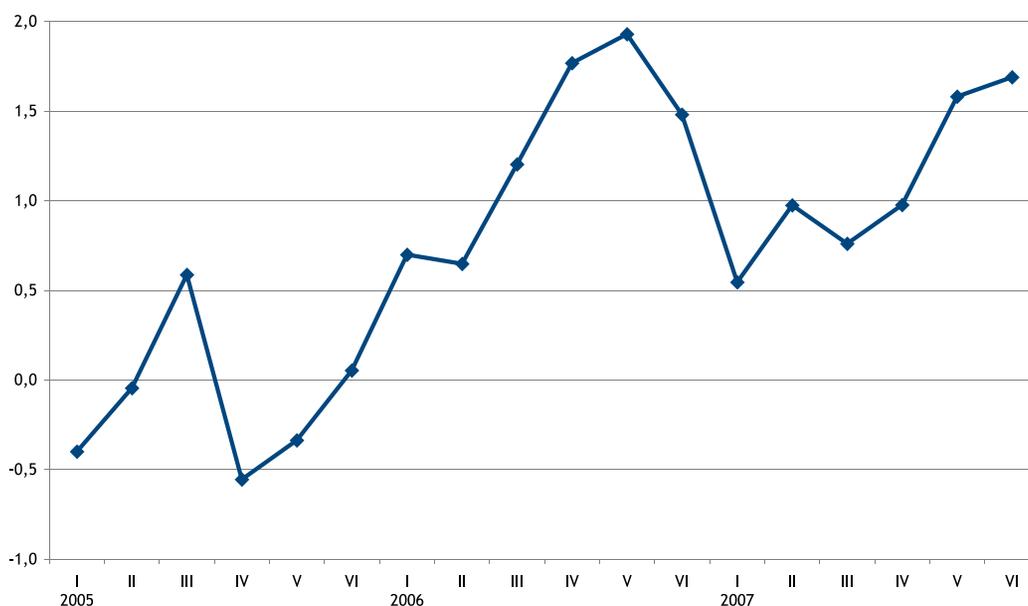


Fonte: Elaborazioni Ufficio Studi Confcommercio su dati Nielsen.

I dati relativi all'evoluzione dei prezzi medi delle oltre 1100 referenze analizzate evidenziano come in termini di variazioni congiunturali tra bimestri non si siano registrate nel corso del 2007 andamenti anomali, in quanto vengono rispettate le stagionalità emerse negli anni precedenti (fig. 3.7).

Più significativo appare il confronto in termini tendenziali dal quale si riscontra un progressivo aumento a partire dal quarto bimestre del 2007, dinamica che non ha comunque determinato variazioni su base annua particolarmente elevate (fig. 3.8).

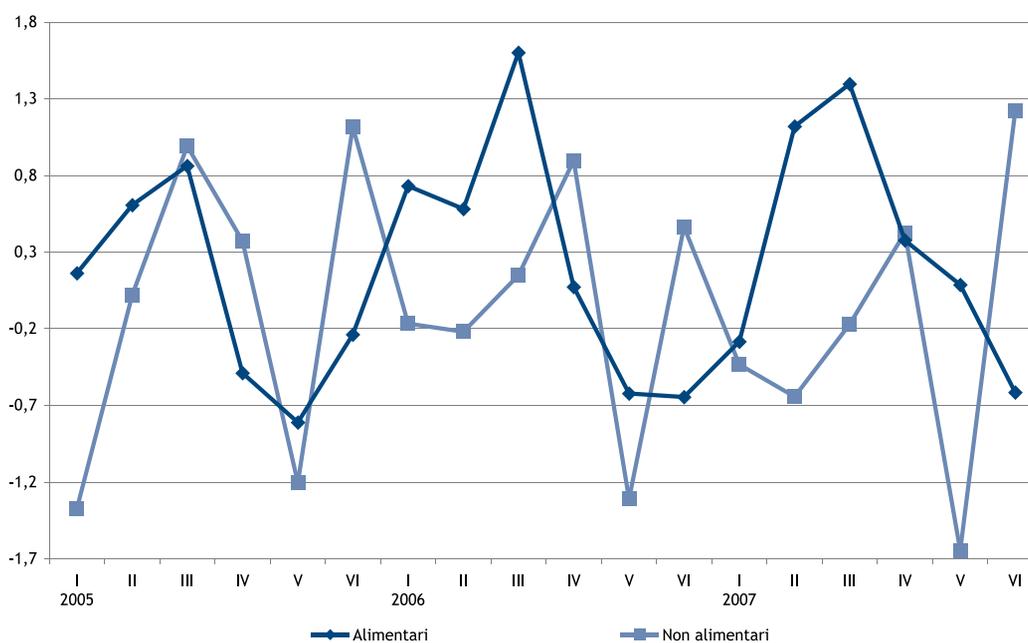
Fig. 3.8 - Panel Nielsen-Confcommercio 2005-2007
variazioni % dei prezzi sul bimestre corrispondente



Fonte: Elaborazioni Ufficio Studi Confcommercio su dati Nielsen.

Analizzando l'evoluzione dei prezzi medi degli alimentari e non alimentari si riscontra come in termini congiunturali le variazioni abbiano rispettato anche nella parte finale del 2007 gli andamenti 'tradizionali' con una tendenza nella parte finale dell'anno alla diminuzione dei prezzi, rispetto ai bimestri precedenti (fig. 3.9).

Fig. 3.9 - Panel Nielsen-Confcommercio 2005-2007
variazioni % dei prezzi alimentari e non alimentari sul bimestre precedente

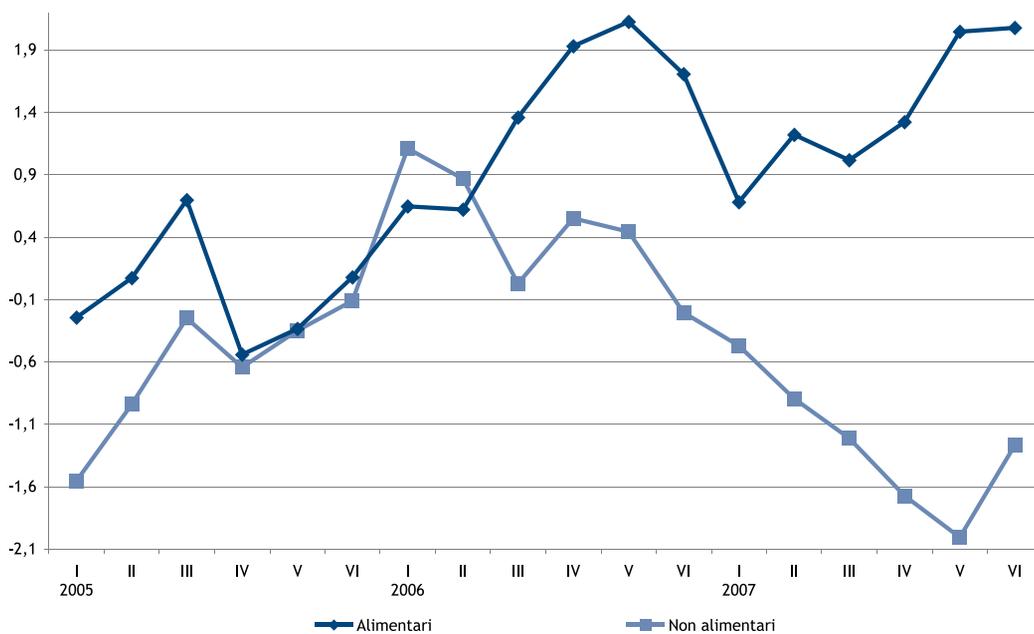


Fonte: Elaborazioni Ufficio Studi Confcommercio su dati Nielsen.

E' peraltro vero che gli andamenti registrati in termini congiunturali nella parte finale dello scorso anno sono risultati meno favorevoli rispetto al 2006 determinando un innalzamento del tasso di crescita tendenziale dei prezzi degli alimentari, che almeno fino alla fine del 2007, si è mantenuto su valori contenuti (fig. 3.10).

Nel corso del 2007 emerge, invece, il progressivo ampliamento della forbice tra alimentare e non alimentare, andamento che non si era riscontrato nelle osservazioni dal 2001.

Fig. 3.10 - Panel Nielsen-Confcommercio 2005-2007
variazioni % dei prezzi alimentari e non alimentari sul bimestre corrispondente



Fonte: Elaborazioni Ufficio Studi Confcommercio su dati Nielsen.

3.3 Le differenze attuali tra i prezzi nel dettaglio tradizionale e presso la grande distribuzione

Le dinamiche registrate dai prezzi medi praticati dalla GDO nel periodo 2000-2007 pur in linea con un'inflazione sostanzialmente contenuta ed inferiore per tutto il periodo analizzato al 3%, non escludono la presenza di fenomeni inflazionistici particolari e localizzati presso altre tipologie distributive.

Per monitorare eventuali differenze nei comportamenti delle diverse tipologie della distribuzione si sono analizzate le dinamiche e le relative differenze di prezzo per 150 referenze presso la distribuzione moderna ed il dettaglio tradizionale nel periodo ottobre 2006 - ottobre 2007. Le referenze scelte sono le più rappresentative di 30 categorie vendute presso gli esercizi tradizionali.

Il panel di prodotti osservato esclude la componente del fresco e non considera discount e specialisti per la casa, ma rappresenta circa il 32% del valore del grocery (41% nel caso del dettaglio tradizionale).

Le referenze scelte rappresentano, in termini di valore, una quota particolarmente significativa sulle 30 categorie nel tradizionale con una incidenza che supera in 5 casi il 50% (tab. 3.1).

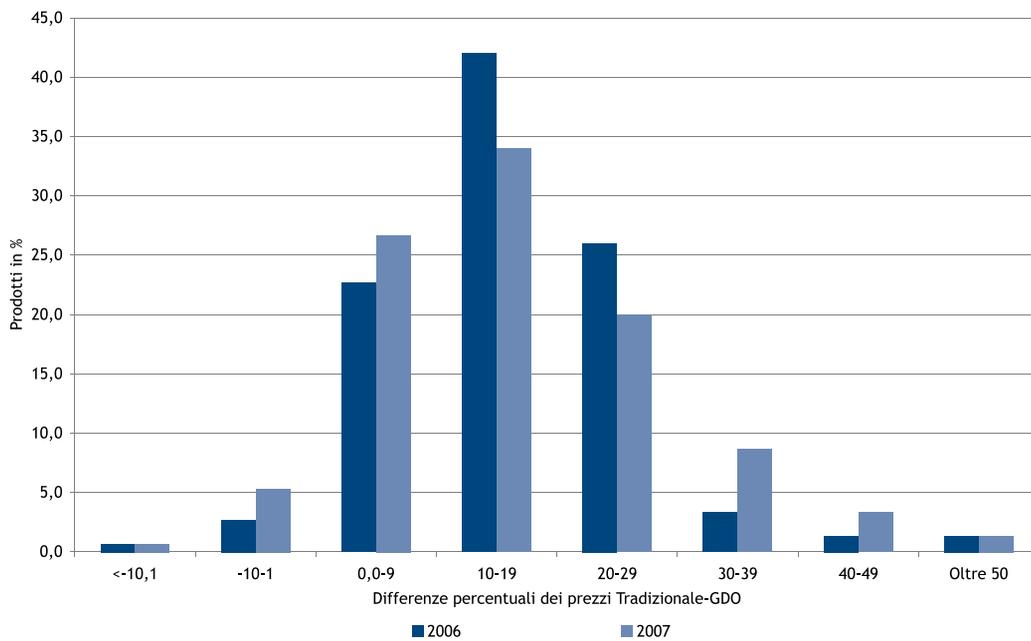
Tab. 3.1 - Incidenza delle 5 referenze top sul totale del valore della categoria

	Tradizionale	Iper + Super + Libero servizio
Acqua Effervescente Naturale	58,5	45,9
Acqua Non Gassata	25,4	16,8
Aranciate	56,9	38,5
Birre Alcoliche	38,6	14,4
Biscotti Frollini	21,6	10,7
Burro	30,6	27,6
Caffè Tostato Macinato	29,0	20,3
Carta Igienica	27,0	18,5
Cole	50,3	28,1
Detergenti Piccole Superfici	22,1	12,7
Detersivi Lavatrice Polvere	32,3	14,2
Fette Biscottate	62,0	47,7
Formaggi Pi Mozzarelle Vaccine	32,2	21,0
Formaggi Pi Spalmabili Freschi	59,9	41,5
Gelati Multipack	22,7	10,0
Gomme da Masticare	31,7	6,6
Latte Fresco	35,4	23,6
Latte Uht	28,2	27,5
Merendine	29,8	26,8
Nettari	13,5	10,3
Olio di Oliva Vergine ed Extravergine	23,6	20,5
Pasta Secca Semola/Altre	9,5	7,7
Pasticceria Unitipo	22,4	20,7
Riso Confezionato	24,2	18,8
Snacks di Cioccolato	27,1	19,4
Tea Pronto Normale	41,7	27,1
Tonno Sottolio	27,8	24,8
Vino D.o.c. e D.o.c.g.	19,9	0,6
Vino I.g.t. e da Tavola	27,9	12,6
Yogurt ai Gusti	9,6	4,8

Fonte: Elaborazioni Ufficio Studi Confcommercio su dati Nielsen.

L'incidenza più bassa si registra nel caso della pasta e dello yogurt, prodotti per i quali sono presenti sul mercato molte referenze a carattere locale che rendono meno omogeneo e più frammentato il mercato.

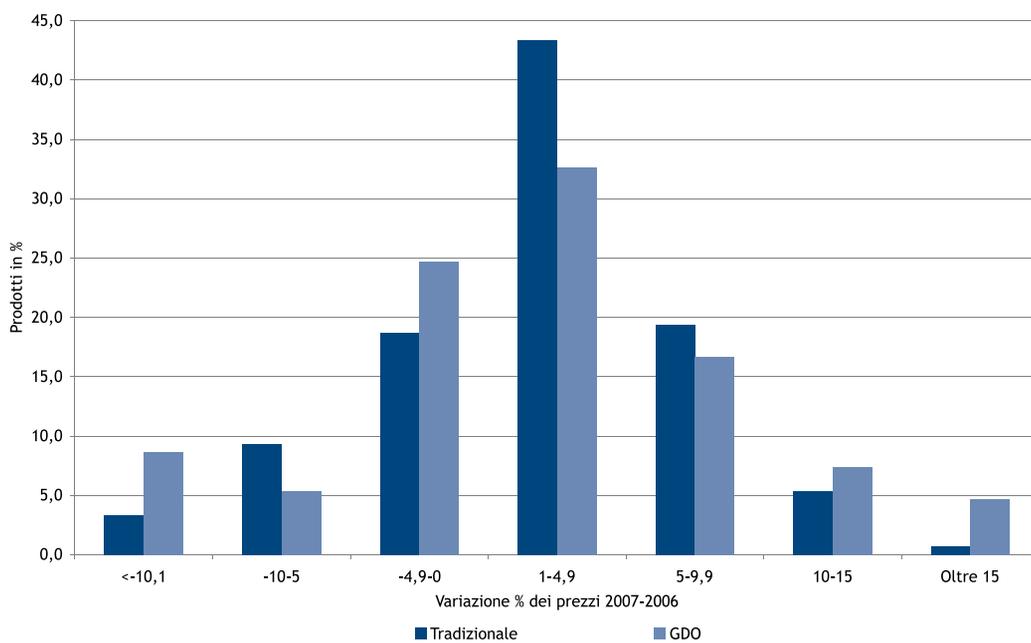
Fig. 3.11 - Distribuzione delle frequenze delle differenze percentuali dei prezzi tra dettaglio tradizionale e GDO



Fonte: Elaborazioni Ufficio Studi Confcommercio su dati Nielsen.

La prima analisi riguarda la differenza nei livelli di prezzo (fig 3.11). Dai dati risulta come nell'ottobre del 2006 il 42% delle referenze osservate sia venduto presso le strutture del dettaglio tradizionale ad un prezzo mediamente più elevato del 10-19% rispetto alla distribuzione moderna.

Fig. 3.12 - Distribuzione di frequenza degli aumenti percentuali dei prezzi nel tradizionale e nella GDO 2007-2006



Fonte: Elaborazioni Ufficio Studi Confcommercio su dati Nielsen.

Questa percentuale scende al 34% nell'ottobre del 2007 anno in cui si segnala una maggiore articolazione delle differenze, che hanno portato anche ad un aumento delle referenze il cui prezzo è più conveniente nel dettaglio tradizionale.

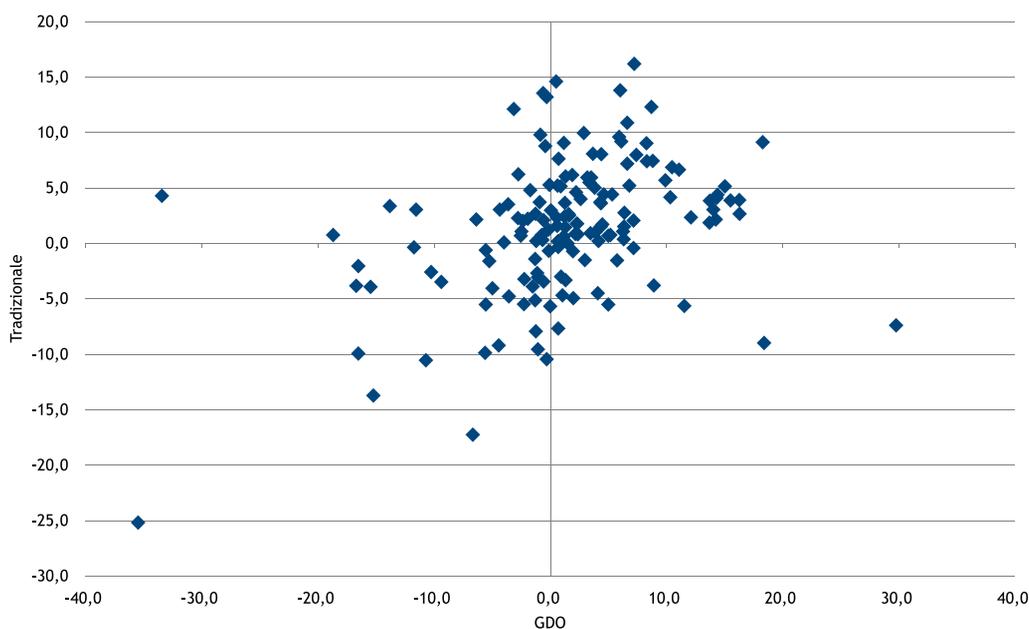
Quest'ultimo dato va letto peraltro con molta cautela considerando i differenti tempi di reazione dei singoli format distributivi alle modifiche intervenute nei prezzi di acquisto e delle strategie di prezzo messe in atto. Va anche segnalato come differenze superiori al 50% riguardino solo una parte minimale dei prodotti

L'altro aspetto che si è osservato è quello relativo alle variazioni intervenute tra ottobre 2006 ed ottobre 2007 nei prezzi nei due aggregati (fig. 3.12).

Dall'analisi dei dati risulta come oltre il 40% delle referenze evidenzi nel dettaglio tradizionale, in un anno, variazioni comprese tra l'1 ed il 4,9% segnalando una più elevata concentrazione rispetto alla GDO. La distribuzione moderna sembra assumere comportamenti più articolati che attengono alle specifiche policy di prezzo di questi format.

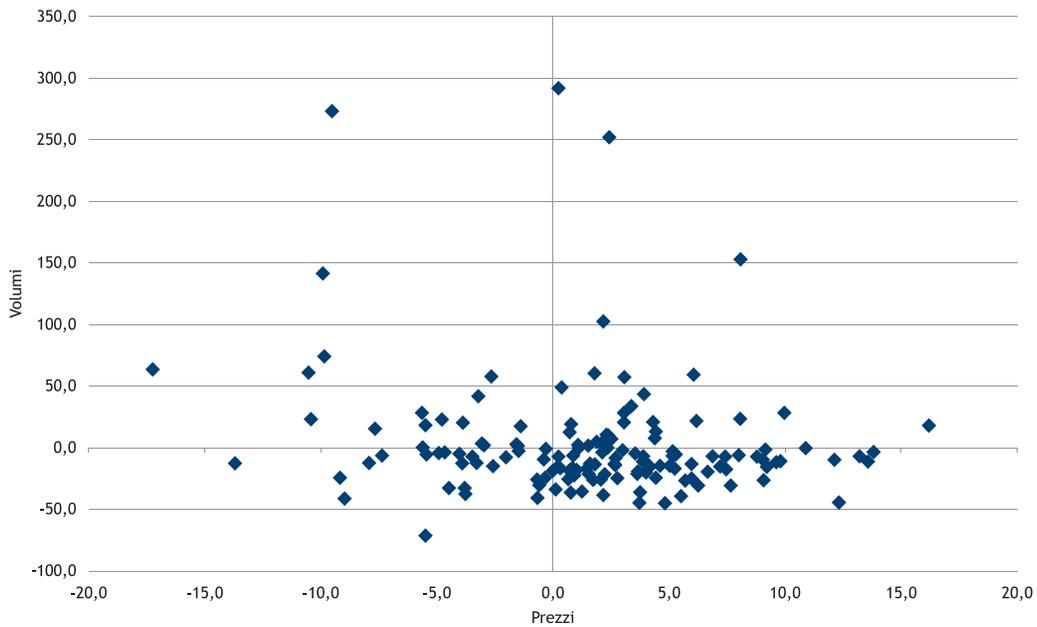
Incrociando le dinamiche relative ai prezzi delle singole referenze nelle due tipologie distributive si riscontra come nella maggioranza dei casi vi sia stata omogeneità nei comportamenti, con alcune eccezioni che riguardano sia il tradizionale che la GDO (fig. 3.13).

Fig. 3.13 - Variazioni percentuali dei prezzi nella GDO e nel tradizionale



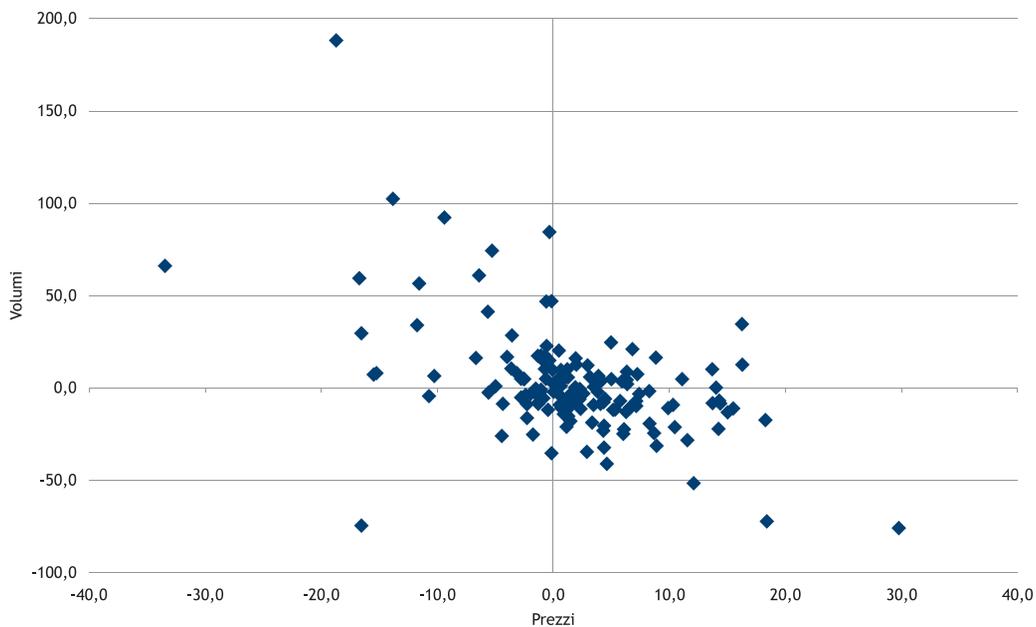
Fonte: Elaborazioni Ufficio Studi Confcommercio su dati Nielsen.

Le differenze di prezzo medio di vendita tra piccoli e grandi distributori è del tutto accettabile. Se questi ultimi non hanno applicato l'equazione '1.000 lire = 1 euro', non lo ha fatto neanche il dettaglio tradizionale. Viceversa sarebbero emerse differenze sostanziali nei prezzi di vendita.

Fig. 3.14 - Variazione percentuale 2007-2006 dei volumi e dei prezzi nel tradizionale

Fonte: Elaborazioni Ufficio Studi Confcommercio su dati Nielsen.

Tra le altre cose si è voluto verificare se i due format evidenziassero in termini di comportamento del consumatore dinamiche diverse per l'elasticità della domanda al prezzo (figg. 3.14-3.15).

Fig. 3.15 - Variazione percentuale 2007-2006 dei volumi e dei prezzi nella GDO

Fonte: Elaborazioni Ufficio Studi Confcommercio su dati Nielsen.

Ponendo in relazione le variazioni di prezzo per la singola referenza con le variazioni intervenute, in termini tendenziali, dei volumi venduti, si è riscontrata, per il panel osservato,

che rappresenta comunque solo una quota, seppur significativa, di quanto viene intermediato, una minor reazione della domanda al variare del prezzo rispetto a quanto avviene nella GDO.

Dal complesso delle analisi presentate, indipendenti, per basi di dati e tecniche, rispetto ai risultati ottenuti su dati artificiali, non emerge traccia alcuna di comportamenti opportunistici di piccoli o grandi distributori nel corso degli ultimi anni.

CAPITOLO 4
LA PERCEZIONE DELL'INFLAZIONE
ED IL SISTEMA DEI MEDIA

4.1 Premessa: realtà e percezione della realtà

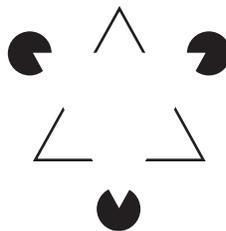
Come possiamo definire la percezione? Nel linguaggio corrente, molto spesso percezione, sensazione, intuizione vengono utilizzati come termini fungibili, ma si tratta di fenomeni distinti che afferiscono in modo diverso alla sfera psicologica dell'individuo.

La percezione, infatti, corrisponde all'organizzazione dei dati sensoriali in un'esperienza complessa, cioè al prodotto finale di un processo di elaborazione dell'informazione sensoriale da parte dell'intero organismo (Ponticelli, 2006, Mecacci, 2001 e BCE, 2007)², laddove per sensazione intendiamo gli effetti immediati ed elementari del contatto dei recettori sensoriali con i segnali provenienti dall'esterno ed in grado di suscitare una risposta, mentre, l'intuizione indicherebbe quel tipo di conoscenza immediata che non si avvale del ragionamento o della conoscenza sensibile.

Da diverso tempo, l'aggettivo percepito viene chiamato in causa nel nostro Paese per qualificare in modo diverso o contrapposto alla definizione normalmente accettata, fenomeni che vengono misurati e rappresentati secondo metodologie scientifiche ufficiali e concordate.

Sempre più spesso si sente parlare, ad esempio, di insicurezza percepita come reazione emotiva agli episodi di cronaca della cosiddetta criminalità predatoria che colpiscono normalmente soggetti più esposti o deboli (donne, anziani, minori) e che, a causa della enfattizzazione mediatica, forniscono una rappresentazione della realtà che si discosta da quella

2 Nel triangolo di Gaetano Kanizsa (1955), uno dei principali esponenti italiani della teoria della Gestalt, non si percepiscono tre cerchi incompleti e tre segmenti ad angolo, ma si ha una vivida percezione di un triangolo più luminoso che si stacca da uno sfondo costituito da tre cerchi neri completi e da un triangolo con i contorni neri completi. Questo è un esempio di figura dai contorni illusori e di come la mente tenda a percepire la forma anche se mancano alcuni elementi sensoriali.



Secondo la psicologia cognitiva la percezione è il risultato di una serie di processi complessi di elaborazione che si realizzano in modo implicito e automatico. Ciò che noi percepiamo è un "prodotto cognitivo" che, pur essendo fondato sull'informazione sensoriale, va al di là di questa stessa informazione di base. Partendo da questi assunti gli psicologi cognitivisti interpretano il riconoscimento delle figure illusorie come il triangolo di Kanizsa secondo un'ipotesi costruzionista: "la mente "vede" le figure in base a schemi e tracce mnestiche, [cioè collegate ad elementi precedentemente codificati e immagazzinati nella memoria], che essa "sovrappone" sugli elementi [visibili] o, in altri termini, la figura è "costruita" dalla mente sulla base degli elementi sensoriali disponibili" (Mecacci, 2001, p. 130).

Si può, quindi, concludere che sia l'impostazione Cognitivista, postulando processi di elaborazione cognitiva sull'informazione sensoriale, sia l'impostazione Gestaltica, postulando tendenze innate all'organizzazione degli elementi percettivi, ammettono un cambiamento dell'informazione sensoriale operato dal soggetto e, quindi, relativamente indipendente dalla realtà. Dal che si può dedurre che, contrariamente a quanto appare al senso comune, non esiste una corrispondenza diretta tra le caratteristiche della realtà fisica, oggettiva e quelle della realtà percettiva, soggettiva o fenomenica. In alcune situazioni, per esempio, le realtà fisiche non hanno il loro corrispondente percettivo (situazioni di "assenza fenomenica"). Se, ad esempio, mettiamo in corrispondenza lo spettro delle radiazioni elettromagnetiche, quale ci è dato dalla fisica, con lo spettro visivo, vediamo come le nostre possibilità percettive coprono solo una minima parte di queste realtà fisiche. Viceversa ci possono essere situazioni di presenza fenomenica in assenza di oggetti fisici. Una situazione tipica di questo fenomeno è data proprio dalle figure illusorie come il triangolo di Kanizsa sopra descritto.

ricavabile dall'analisi di indicatori sintetici di criminalità, basati sul numero, il tipo, la diffusione dei reati sul territorio e in rapporto alla popolazione, elaborati con criteri statistici rigorosi e condivisi, tali da consentirne anche una comparazione a livello internazionale³.

Oppure, per limitarsi ad esemplificazioni meno allarmanti, spesso nel corso dei mesi estivi si sente parlare di temperatura percepita, diversa da quella oggettivamente misurata dagli strumenti di rilevazione, in quanto dipendente dalle caratteristiche psico-fisiche dell'individuo, dal suo stato di salute, dalla situazione contingente, come ad esempio la presenza o meno di un elevato livello di umidità relativa⁴, che può condurre ad una sovrastima soggettiva anche significativa della temperatura reale.

Questi esempi meramente casuali e non collegati tra loro, evidenziano come la realtà e la sua percezione si inseriscano a volte in un quadro dicotomico o di reciproca contrapposizione, tale da condurre ad una forma di indeterminazione, cioè a situazioni nelle quali il campo di osservazione di un evento viene modificato dalla presenza stessa dell'osservatore che, con le proprie percezioni, può alterare l'oggetto e il risultato dell'osservazione e sollevare il dubbio su quale sia il modo più corretto di rappresentare l'evento osservato, se attraverso un indicatore oggettivo che sintetizzi in termini medi i comportamenti dell'intera popolazione statistica o, invece, attraverso un insieme di suggestioni e impressioni aneddotiche derivante dalle esperienze e dalle percezioni dei singoli soggetti che costituiscono quella popolazione, come accade nella divulgazione abituale dei mass-media.

Ne discende, che la percezione relativa ad un determinato fenomeno appare condizionata da due distinti elementi:

- l'acquisizione dell'informazione;
- la soggettività del contesto di riferimento.

Gli individui sembrano attribuire maggiore valore alle informazioni acquisibili o desumibili da esperienza diretta, piuttosto che da fonti "terze", ancorché scientificamente

3 Una recente ricerca dell'Ufficio Studi Confcommercio (disponibile sul sito <http://www.confcommercio.it> accedendo alla pagina Sala stampa ed alla sezione Iniziative ed eventi) suggerisce che la distanza tra percezione e valutazione oggettiva dei crimini predatoria relativamente esigua o, meglio, che i due fenomeni hanno dinamiche concordi. Se, invece, il tasso medio di devianza viene calcolato eventi rari come gli omicidi - per i quali è difficile per i soggetti valutare la probabilità di accadimento - percezione e rischio criminalità appaiono divergenti.

4 Nelle giornate estive, con temperatura oltre i 33 gradi, il corpo umano deve mantenere la sua temperatura entro certi limiti fisiologici, attraverso la traspirazione. La successiva evaporazione del sudore sottrae calore, raffreddando così l'epidermide. L'evaporazione è un fenomeno endotermico che richiede calore. L'umidità relativa dell'ambiente dove si vive può interferire con questo processo, limitando a volte in misura eccessiva, la possibilità di evaporazione. Nel caso di umidità elevata, cioè superiore al 70-80%, l'organismo non ha modo di eliminare il calore in eccesso e quindi in pratica la sensazione è la stessa di quella provocata da una temperatura maggiore, proprio perché il meccanismo fisiologico di raffreddamento viene ostacolato o addirittura neutralizzato. Ci sono vari modi di valutare questa temperatura più elevata avvertita dall'organismo o temperatura percepita, utilizzando appositi Indici di calore:

- Heat Index o Apparent Temperature (Steadman, 1979).
- Summer Simmer Index (Pepi, 1987).
- Humidex (introdotto originariamente in Canada, 1965).

Questi Indici rappresentano un valore termico da associare al valore in percentuale dell'umidità relativa dell'aria. Si misurano quindi in gradi Centigradi o Celsius, almeno nei Paesi europei. Vengono calcolati con formule piuttosto empiriche che non sono applicabili in modo generalizzato, ma che possono essere utili per essere al corrente della sensazione fisiologica o patologica avvertita. Cfr. Università degli Studi di Milano, Centro di Ricerche in Bioclimatologia Medica, Biotecnologie e Medicine Naturali su http://www.naturmed.unimi.it/biometeolab_C.html.

affidabili e istituzionalmente deputate alla raccolta, l'elaborazione e la diffusione delle informazioni, così come sono indotti a ritenere che il proprio contesto soggettivo sia applicabile a qualunque altro contesto e condivisibile da tutti gli altri soggetti. Si tratta di una regolarità che trascende il caso italiano.

In pratica, informazione e soggettività rappresentano due aspetti strettamente collegati alla formazione dei processi decisionali degli individui e, quindi, degli agenti economici, perché è rispetto a tali elementi che diventa possibile valutare se l'*assioma della razionalità*, su cui si basa la teoria economica delle scelte individuali, abbia o meno ragione d'essere.

L'assioma della razionalità, infatti, richiede che gli agenti economici utilizzino tutte le informazioni disponibili per assumere le proprie decisioni e ciò richiama immediatamente il problema della percezione collegata all'inflazione - che sembra aver rimesso in discussione per intero il collaudato apparato statistico di rilevazione e misurazione dei prezzi di beni e servizi e della loro evoluzione nel tempo - in quanto la presenza o meno di comportamenti razionali è fondamentale per alcune decisioni di *policy*, in particolare di politica monetaria, i cui modelli decisionali sono appunto basati sull'assunto della razionalità delle aspettative di inflazione (ISAE, 2007).

A partire dal gennaio 2002, con il *cash changeover*, cioè l'effettiva e materiale circolazione di banconote e monete denominate in euro sul territorio dei Paesi aderenti all'Unione Economica e Monetaria, si è gradualmente e sempre più intensamente diffusa tra i cittadini europei dell'eurozona l'impressione che il livello dei prezzi di un numero assai elevato di beni e servizi fosse cresciuto e continuasse a crescere ad una velocità molto più elevata (inflazione) di quanto evidenziato dagli indici di prezzo elaborati dai singoli Istituti di statistica dei Paesi membri o dall'Indice armonizzato dei prezzi al consumo elaborato dall'Eurostat.

Occorre inoltre considerare che la storicità dell'evento legato all'introduzione del contante in euro ha accresciuto enormemente la copertura mediatica sulla dinamica dei prezzi al consumo e ciò, in corrispondenza di consistenti incrementi di prezzo di alcuni prodotti, ha condotto i consumatori verso forme di *overshooting* (iper-reazione o reazione eccessiva) ad ogni aumento osservato dei prezzi stessi. Alle misurazioni ufficiali si è così affiancata - anche per il fiorire di indagini episodiche ma ad elevatissimo impatto mediatico condotte da Istituti di ricerca sociale o demoscopica, basate su interviste di campioni ridottissimi di consumatori e di punti di vendita (dell'ordine di qualche centinaio di unità) - una pletora di inflazioni alternative. Sempre con scarsissimo rigore scientifico, sono state calcolate anche pseudo-inflazioni percepite, tutte misurazioni che hanno evidenziato una sostanziale sfiducia dei soggetti-agenti economici verso le informazioni statistiche sull'andamento dell'inflazione, ritenute inaffidabili, non aderenti alla realtà o, quanto meno, distorte.

Il punto centrale è quindi verificare se esista un metodo corretto e rispondente a criteri scientifici di misurare l'inflazione percepita e se l'indicatore così ottenuto consenta di individuare errori di misura o di costruzione, all'interno di procedure collaudate, negli indici di

prezzo abitualmente diffusi dagli Istituti di statistica, considerati fino ad oggi correttamente rappresentativi dell'evoluzione dei prezzi nel tempo.

4.2 L'inflazione percepita: criteri di misura ed evidenze empiriche nell'area euro e in Italia

La Commissione Europea, attraverso la Direzione generale degli Affari economici e finanziari, da oltre vent'anni si avvale di un Programma Congiunto Armonizzato delle Indagini sulle imprese e i consumatori, nell'ambito del quale viene condotta un'indagine con cadenza mensile su un campione, estratto casualmente, di 23.000 consumatori diffuso su tutto il territorio dell'Unione. L'inchiesta congiunturale contiene, tra le tante, la seguente domanda: "Come pensate che i prezzi al consumo si siano evoluti nel corso degli ultimi 12 mesi?" Gli interpellati hanno la possibilità di scegliere una tra le sei categorie di risposta proposte: (1) "aumentati molto", (2) "aumentati moderatamente", (3) "aumentati lievemente", (4) "rimasti pressoché invariati", (5) "ridotti", (6) "non so". L'indicatore di inflazione percepita, non corretto per i fattori stagionali, corrisponde alla differenza ponderata tra la percentuale di quanti hanno risposto affermando che i prezzi sono "aumentati molto" o "aumentati moderatamente" nel corso degli ultimi dodici mesi e la quota, anch'essa ponderata, attribuita agli intervistati a giudizio dei quali i prezzi sono "diminuiti" o "rimasti pressoché invariati" rispetto allo stesso periodo. Il criterio di ponderazione prescelto dalla Commissione prevede una differenziazione tra le categorie di risposte più moderate e più estreme, attribuendo alle risposte (2) e (4), metà del peso delle risposte estreme (1) e (5). Le risposte (3) "aumentati lievemente" e (6) "non so", non vengono considerate. Denotando con $P_{[i]}$ (dove $i = 1, 2, 4, 5$), la percentuale di risposte, la misura aggregata delle opinioni dei consumatori per indicare l'inflazione percepita è ottenuta dal seguente calcolo:

$$(P_{[1]} + 0,5P_{[2]}) - (0,5P_{[4]} + P_{[5]}).$$

Poiché in termini percentuali le risposte considerate sommano a 100, il saldo ottenuto dal calcolo varia in un intervallo di valori compreso tra -100 e +100 e quindi gli estremi si raggiungono solo se l'intero campione sceglie una sola delle risposte estreme, che hanno peso pari ad 1.

In realtà, l'indicatore così elaborato ha una valenza meramente qualitativa non scevra da arbitrarità, sia perché i rispondenti possono interpretare in modo diverso nel tempo le categorie di risposta proposte, sia perché il criterio di ponderazione adottato non ha una giustificazione di tipo scientifico, né è stato testato con metodi quantitativi che abbiano condotto ad una evidenza empirica a supporto della scelta.

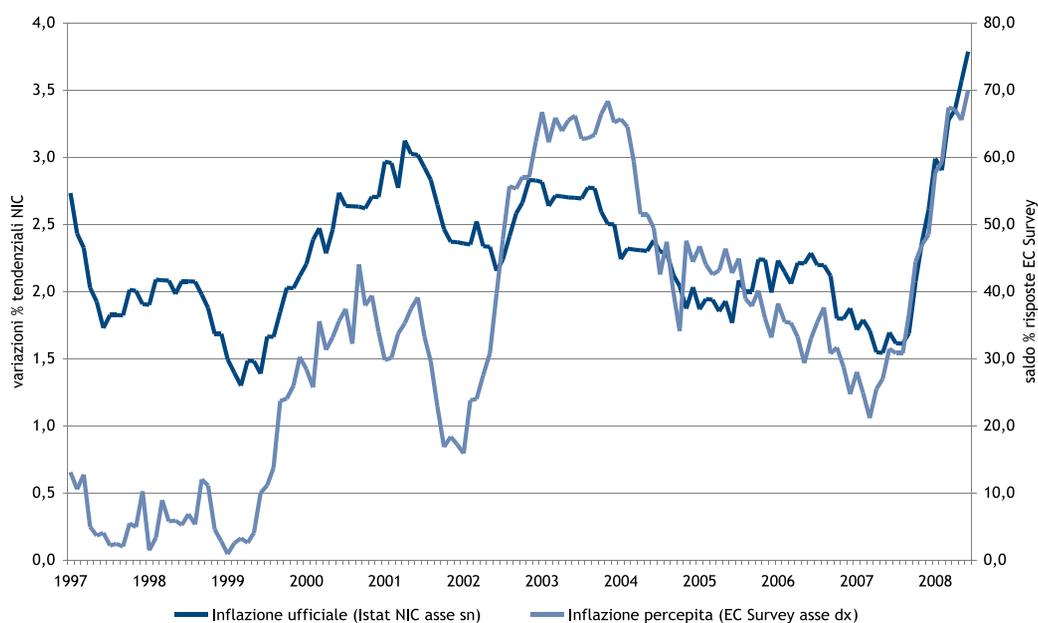
La Commissione stessa, riconosce che è legittimo dubitare dell'attribuzione di un peso doppio alle risposte più estreme rispetto a quelle più moderate, anche a causa del fatto che un ulteriore grado di arbitrarità discende dal non considerare la risposta (3), cioè "aumentati

lievemente”, che pure rappresenta la terza categoria di risposte in ordine di rilevanza, risultando il suo peso in media, dal gennaio 1999 ad oggi, pari al 24% (BCE, 2007).

In realtà, non è noto di “quanto” siano cresciuti i prezzi secondo il parere degli intervistati, nel senso che non sappiamo “quanto” vale l’inflazione percepita: alla domanda formulata nell’indagine si può rispondere “aumentati molto” avendo come valore di riferimento tanto il 4%, ad esempio, quanto il 30%, proprio perché la scala di valori è meramente soggettiva.

Pur con le descritte limitazioni dell’indicatore così costruito, la fig. 4.1 mostra in modo netto e inequivocabile come in Italia a partire dal *cash changeover*, in particolar modo tra la fine del 2002 e gli inizi del 2004, il numero dei cittadini italiani a giudizio dei quali i prezzi risultavano fortemente aumentati superasse di poco meno del 70% quelli che ritenevano invece che fossero rimasti stabili o diminuiti. Ne è seguita una fase, fino al 2007 di sostanziale ridimensionamento della percezione di inflazione, sebbene quel saldo tra percezione di prezzi crescenti e prezzi decrescenti non sia più tornato ai livelli della seconda metà degli anni novanta (attorno al 5-10%). Dai primi mesi del 2008 rapidamente il saldo è peggiorato tornando su livelli elevati, fino a toccare il 70% di giugno.

Fig. 4.1 - Inflazione ufficiale e inflazione percepita in Italia
dati mensili gennaio 1997 - giugno 2008



Fonte: Elaborazioni Ufficio Studi Confcommercio su dati Istat e European Commission, Business and Consumer Survey.

In realtà, anche in periodo anteriori alla circolazione dell’euro, l’inflazione percepita ha fatto registrare livelli piuttosto elevati, come negli ultimi mesi del 2000 quando il saldo raggiunse valori prossimi al 45%. L’impressione è che alla formazione della percezione

concorrano elementi collegati a shock temporanei sui prezzi⁵, che successivamente danno luogo a forme di isteresi della memoria, in quanto il ricordo degli incrementi di prezzo si mantiene più vivido e duraturo rispetto alle riduzioni o alla stabilità, episodi che spesso non vengono registrati né percepiti.

Tab. 4.1 - Percezione d'inflazione e caratteristiche s-e-d degli individui - Indagine Commissione Europea
saldo % ponderato tra risposte estreme⁶

	media 2002-2008		2008	
	UEM	Italia	UEM	Italia
Reddito familiare				
I quartile	49,4	52,9	70,0	72,6
II quartile	46,3	47,0	67,5	67,6
III quartile	43,7	40,8	65,5	63,1
IV quartile	40,1	40,4	60,5	56,8
Condizione lavorativa				
Professionisti e lavoratori autonomi	41,0	38,4	63,0	59,8
Imprenditori	42,0	45,3	64,2	62,1
Funzionari e impiegati	42,0	38,7	64,0	61,3
Operai qualificati	47,0	47,9	65,7	64,1
Altri lavoratori manuali	48,5	50,5	67,8	66,1
Occupati totali	46,1	42,0	65,9	62,5
Altre occupazioni	45,9	48,0	65,9	66,0
Lavoro a tempo pieno	43,4	40,2	64,1	61,3
Lavoro part-time	47,2	47,3	69,8	66,5
Disoccupati	49,9	52,1	67,9	66,7
Istruzione				
Fino alla scuola media	49,0	49,4	67,7	67,2
Fino alla scuola superiore	44,2	39,9	65,0	61,9
Università o più	39,8	41,0	62,3	58,2
Età (anni)				
16-29	40,2	43,5	57,6	57,2
30-49	45,1	44,5	65,3	62,8
50-64	46,4	42,7	67,9	65,2
65+	47,1	48,8	67,7	66,5
Sesso				
Maschi	42,6	40,7	63,6	61,2
Femmine	47,8	49,1	67,3	67,5
Totale campione	45,3	45,1	65,5	64,5

Fonte: Elaborazioni Ufficio Studi Confcommercio su dati Commissione Europea.

- 5 Il 2000 ad esempio fu un anno con una significativa fiammata sui corsi dei materie prime energetiche, con ricadute negative sui prezzi finali dei prodotti raffinati come le benzine (la variazione media tendenziale fu dell'ordine del 13% circa), o con temporanee restrizioni dal lato dell'offerta nei prodotti alimentari non lavorati e relativi incrementi della dinamica inflazionistica, che nell'ultimo quadrimestre di quell'anno si attestò su un tasso prossimo al 4%.
- 6 Alla domanda: "Come pensate che i prezzi al consumo si siano evoluti nel corso degli ultimi 12 mesi?" gli interpellati hanno la possibilità di scegliere una tra le sei categorie di risposta proposte: (1) "aumentati molto", (2) "aumentati moderatamente", (3) "aumentati lievemente", (4) "rimasti pressoché invariati", (5) "ridotti", (6) "non so". Le risposte (3) "aumentati lievemente" e (6) "non so", non vengono considerate. Denotando con $P_{[i]}$ (dove $i = 1, 2, 4, 5$), la percentuale di risposte, la misura aggregata delle opinioni dei consumatori per indicare l'inflazione percepita è ottenuta dal seguente calcolo: $(P_{[1]} + 0,5P_{[2]}) - (0,5P_{[4]} + P_{[5]})$.

L'indagine del Progetto armonizzato della Commissione Europea consente di valutare l'indicatore dell'inflazione percepita anche rispetto alle diverse caratteristiche s-e-d (socio-economico-demografiche) dei rispondenti che fanno parte del campione.

È emerso, infatti, che nel formulare le proprie risposte gli intervistati utilizzino anche altre indicazioni in loro possesso, come le variabili collegate alla situazione economica personale/familiare, la variazione del reddito disponibile o del potere d'acquisto, nonché quelle connesse alla situazione finanziaria e patrimoniale. L'indagine ha dimostrato che in tutti i Paesi dell'eurozona, il forte incremento dell'inflazione, percepito con il *changeover*, è risultato concomitante alla percezione di un improvviso peggioramento della situazione finanziaria personale e delle condizioni economiche generali, per effetto, probabilmente, anche del sensazionale risalto mediatico attribuito allo scoppio della bolla azionaria nel 2000 sui mercati internazionali - i cui effetti si sono manifestati pesantemente sul risparmio gestito e quindi sulla componente finanziaria della ricchezza delle famiglie - e agli episodi terroristici del settembre 2001 negli Stati Uniti, fonte di incertezze e timori sull'evoluzione della situazione geopolitica mondiale. Peraltro, il disinvestimento massiccio da parte delle famiglie delle attività finanziarie, riconvertite in tutto o in parte in attività reali, ha anche determinato il formarsi in tutta Europa di quella bolla immobiliare - grazie anche a livelli dei tassi di interesse sui mutui persistentemente bassi, altro dato contraddittorio rispetto alla elevata percezione di inflazione - che ha contribuito a sua volta, con andamenti crescenti delle quotazioni degli immobili ad uso abitativo e quindi anche degli affitti, a consolidare ed accrescere quella percezione di impoverimento e di riduzione del potere d'acquisto dopo la circolazione dell'euro.

La percezione più elevata di inflazione si registra, sia mediamente nel periodo 2002-08, sia nel primo semestre dell'anno in corso, tra le categorie s-e-d più deboli, vale a dire le famiglie appartenenti al 25% con più basso reddito (I quartile), tra coloro che hanno un lavoro part-time o sono disoccupati o tra gli occupati a bassa qualifica, con l'Italia che si colloca su valori in alcuni casi più bassi rispetto alla media dell'eurozona. Anche un modesto livello di istruzione e un'età superiore ai 65 anni - corrispondente in linea di massima ai ritirati dal lavoro e quindi a coloro che vivono di reddito da pensione, maggiormente esposto a perdite di potere d'acquisto - sono all'origine di una inflazione percepita più elevata della media del campione. Le differenze riscontrabili in relazione al sesso dei rispondenti, con un livello di inflazione percepita più elevato per le donne rispetto agli uomini e alla media campionaria, potrebbero, invece, spiegarsi con la gestione quotidiana delle spese domestiche e dei cosiddetti acquisti *out-of-the-pocket*, effettuati più frequentemente dalle donne nella loro duplice funzione di lavoratrici-casalinghe.

L'indagine della Commissione resta, come già sottolineato, uno strumento meramente qualitativo, che non fornisce alcuna indicazione sull'entità o la quantificazione del tasso di inflazione percepita. Anche i tentativi realizzati, in ambito teorico, per trasformare le stime

qualitative sulla percezione dell'inflazione in valori quantitativi misurabili non hanno per ora fornito risultati soddisfacenti, poiché tali risultati appaiono ancora notevolmente influenzati dalle particolari ipotesi tecniche su cui tali approcci si fondano (BCE, 2007).

Tuttavia, a partire dal febbraio 2003 l'ISAE, su base sperimentale e su iniziativa della Commissione Europea, ha introdotto nella sua tradizionale inchiesta mensile sul clima di fiducia delle famiglie due domande dirette ad ottenere una più precisa informazione sull'inflazione percepita, misurando la *percezione quantitativa* dell'inflazione da parte dei consumatori italiani. Agli intervistati, cioè, viene chiesto direttamente - in modo puntuale e senza riferimento ad intervalli o classi di valori - di indicare l'aumento dei prezzi al consumo in Italia nei 12 mesi precedenti all'intervista e l'aspettativa del loro aumento nei successivi 12 mesi. Il valore indicato dagli intervistati può oscillare nell'intervallo [-100%, +100%], nel senso che la quantificazione può variare tra un azzeramento ed un raddoppio dei prezzi. Viene anche inserita una domanda di controllo di coerenza, quando l'incremento indicato risulta superiore al 20% (in positivo o in negativo) (ISAE, 2007).

Dai risultati di questa indagine, è emerso che mediamente nel periodo febbraio 2003 - giugno 2007 l'inflazione percepita indicata dai consumatori italiani è stata pari ad oltre il 24% annuo. L'entità della variazione è fuori misura, risultando all'incirca otto-dieci volte più grande della variazione media annua dei prezzi nello stesso periodo misurata dall'Indice generale dei prezzi al consumo o dall'Indice armonizzato relativo all'Italia.

I valori rappresentati nella tab. 4.2 non si discostano, non già sotto il profilo strettamente quantitativo, ma delle caratteristiche s-e-d degli intervistati, dalle risultanze di indagini analoghe condotte ad esempio negli Stati Uniti, dove emerso che le percezioni inflazionistiche risultano significativamente elevate fra coloro che hanno un'istruzione modesta o un basso reddito, o fra gli anziani e i più giovani e le donne.

L'inchiesta dell'ISAE, nonché della Banca d'Italia, conferma queste evidenze anche per il nostro Paese (Del Giovane *et al.*, 2008)⁷, in quanto è possibile costruire una sorta di identikit dell'italiano medio ad altissima percezione di inflazione. Si tratta cioè di un soggetto:

- che risiede in una regione del Sud;
- di sesso femminile;
- di età compresa tra i 18 e i 50 anni;
- con un'istruzione modesta;
- disoccupato o non appartenente alle forze di lavoro;
- appartenente allo scaglione con più basso reddito (I quartile).

Il soggetto in questione ritiene che l'inflazione sia cresciuta mediamente nel nostro Paese ad un ritmo annuo prossimo al 27%, anche se il valore della mediana, in alcuni casi decisamente inferiore (generalmente intorno al 20%), lascia ritenere che molti dei rispondenti si collochino

⁷ A risultati pressoché identici sotto il profilo della correlazione tra caratteristiche s-e-d degli intervistati ed elevata inflazione percepita, perviene anche un recentissimo sondaggio condotto dalla Banca d'Italia su un campione rappresentativo di 1.000 consumatori italiani.

nelle code della distribuzione, rappresentando così i casi più estremi o anomali, seppur in grado di influire sul risultato sintetico della media.

**Tab. 4.2 - Percezioni di inflazione e caratteristiche s-e-d degli individui -
Indagine ISAE febbraio 2003 - giugno 2007**
variazioni % medie annue dell'inflazione percepita

	Giudizi	Previsioni	
	Media	Mediana	Media
Ampiezza del comune di residenza (n. abitanti)			
<5.000	24,6	20,0	6,3
5.001-20.000	24,8	20,0	6,3
20.001-100.000	25,2	20,0	6,3
100.000-500.000	23,1	20,0	5,9
>500.000	24,2	20,0	5,9
Zona di residenza			
Nord ovest	22,3	20,0	6,0
Nord est	22,0	15,0	5,7
Centro	23,9	20,0	5,7
Sud	28,3	20,0	7,1
Sesso			
Uomini	22,1	15,0	5,8
Donne	27,4	20,0	6,6
Età (anni)			
18- 30	25,5	20,0	6,6
31-50	25,2	20,0	6,6
51-65	23,0	20,0	5,9
>65	24,5	20,0	5,5
Istruzione			
Fino alla scuola media	26,4	20,0	6,4
Fino alla scuola superiore	22,5	20,0	6,1
Università o più	20,5	15,0	5,4
Condizione lavorativa			
Lavoratore dipendente	22,4	15,0	5,3
Lavoratore indipendente	24,0	20,0	6,4
Disoccupato	31,6	28,0	8,4
Al di fuori delle forze di lavoro	25,2	20,0	6,1
Reddito			
I quartile	29,4	20,0	7,1
II quartile	25,8	20,0	6,7
III quartile	22,7	20,0	6,5
IV quartile	22,0	15,0	6,0
Totale	24,6	20,0	6,2

Fonte: ISAE.

Colpisce tuttavia che anche nel caso di soggetti con livello di istruzione di tipo universitario, lavoro stabile, residenza nelle aree più ricche del Paese e appartenenza allo scaglione di reddito più elevato, la percezione dell'inflazione sia di incrementi medi annui dei

prezzi vicini al 22%, cioè di poco inferiori alla media campionaria e decisamente più elevati dei tassi d'inflazione effettivi calcolati dall'Istat, a testimonianza del fatto che i "timori da impoverimento" risultano estesi a tutta la popolazione e diffusi sul territorio piuttosto che legati a caratteristiche specifiche di gruppi di individui.

Resta il fatto che, considerando le differenze di percezione in funzione del reddito o del livello di istruzione dei rispondenti, distanze attorno al 25-30% tra le indicazioni dell'inflazione percepita si spiegano esclusivamente immaginando che larga parte del fenomeno percettivo non ha a che fare con i prezzi osservati realmente, ma, bensì, con il soggetto osservatore.

4.3 L'affidabilità degli indici ufficiali per la misura dell'inflazione: alcuni contributi della letteratura economica

Dopo il *changeover*, il rilascio mensile degli indici di prezzo per i diversi capitoli di spesa e delle relative variazioni elaborate dall'Istat, è divenuto in Italia fonte continua di polemiche sulla correttezza di tali dati, spesso amplificate da un apparato mediatico che tratta l'argomento prezzi nelle forme di comunicazione più diverse - dagli articoli delle testate giornalistiche e dei magazine, ai notiziari televisivi, per arrivare ai *talk show* e ai programmi di intrattenimento - coinvolgendo le associazioni dei consumatori ma anche i Governi *pro tempore* e le parti sociali e confermando nel pubblico la convinzione che ci sia una qualche pesante distorsione nei dati ufficiali sull'inflazione.

A tale proposito, occorre però ribadire che un recente Rapporto dell'ISAE (2007), più volte richiamato in questa sede, ha evidenziato quanto la conoscenza dei dati statistici ufficiali, relativi alle principali variabili macroeconomiche - cioè crescita del PIL, tasso d'inflazione, tasso di disoccupazione e rapporto deficit/PIL - diffusi ampiamente dai mass-media (carta stampata e televisione), sia in Italia non solo assai limitata, ma anche decisamente lontana dai valori effettivi misurati secondo le metodologie convenzionali. È emerso infatti, con riferimento ai dati del 2006, che "... più del 70% dei consumatori è incapace di indicare il più recente dato pubblicato dall'Istat circa l'andamento dell'inflazione, del PIL e del tasso di disoccupazione; la percentuale di consumatori incapaci di fornire tale informazione sale addirittura all'85% nel caso del rapporto deficit/PIL. Tra quanti sono disponibili a rispondere [cioè il residuo 28% circa per le prime tre variabili e poco meno del 13% per il rapporto deficit/PIL] emerge, peraltro, una notevole sovrastima dei dati reali: in media i consumatori italiani pensano che nel 2006 il PIL sia aumentato del 2,5% (valore vero 1,9%), che l'inflazione sia attualmente pari al 3,8% (contro l'1,7% effettivo), che il tasso di disoccupazione ammonti al 14,5% (contro il 6,8% reale) e che il rapporto deficit/PIL sia pari all'8,5% (4,4% il dato Istat per il 2006)".

Si è poi visto nei paragrafi precedenti, quanto specifici aspetti delle tecniche di misurazione e meccanismi squisitamente psicologici, in molti casi legati alle caratteristiche s-e-d degli individui, concorrano a spiegare la discrepanza tra percezione e statistiche ufficiali sull'inflazione. Studi ed analisi rigorosi hanno dimostrato che non vi è necessariamente

incoerenza tra percezione di inflazione elevata e correttezza dell'Indice dei prezzi al consumo di fonte Istat, anzi chiunque volesse cimentarsi in una semplice analisi di correlazione tra variazioni tendenziali dell'Indice dei prezzi al consumo e variazioni tendenziali dell'inflazione percepita secondo l'indagine qualitativa della Commissione Europea⁸, troverebbe un coefficiente di valore elevato e statisticamente significativo, a dimostrazione che esiste comunque una dipendenza delle percezioni di inflazione, anche se non quantificata in misura puntuale, ma solo valutata intermini di maggiore/minore, dall'evoluzione nel tempo dell'Indice generale dei prezzi al consumo.

Fino ad oggi, tuttavia, non è stato possibile affrontare la questione degli eventuali errori di misura negli indici dei prezzi al consumo, in quanto non risultano disponibili misurazioni affidabili alternative a quelle ufficiali e i pochi tentativi seguiti fino ad oggi in Italia per documentare "scientificamente" aumenti dei prezzi superiori a quelli rilevati dall'Istat non offrono garanzie sul piano dei criteri metodologici adottati, che sembrano difettare di adeguata documentazione a supporto delle caratteristiche del campione e delle procedure di rilevazione dei prezzi. In altre parole, nessuno è riuscito a fare qualcosa di quantitativamente comparabile con le rilevazioni dell'Istat.

Un altro filone derivante dalle problematiche del *changeover* e della presunta sottostima dell'inflazione da parte degli indicatori ufficiali, è quello della "memoria" dei prezzi relativo alla percezione dell'inflazione, che è stato oggetto di analisi in alcuni studi, seppur in forma aneddotica. Tra le tante cause dell'eccessiva inflazione percepita, uno dei principali effetti distorsivi sembra infatti rappresentato dall'erroneo ricordo dei prezzi passati e cioè dal fatto che i consumatori ricordino livelli di prezzo, nelle fasi immediatamente precedenti l'introduzione e la circolazione dell'euro, inferiori a quelli realmente praticati e vigenti e probabilmente corrispondenti a valori osservati in periodi più distanti nel tempo.

Per esaminare la capacità dei consumatori di ricordare correttamente il livello dei prezzi, è stato scelto il prezzo degli spettacoli cinematografici, somministrando nel 2006 un apposito questionario agli spettatori di due noti cinema della Capitale (Cestari *et al.*, 2007). La scelta è stata dettata da due ordini di motivazioni: l'esatta ricostruibilità per il passato e l'assenza di differenze per qualità, marca etc.; la possibilità di una rilevazione mirata, cioè limitata a coloro che certamente consumano, anche se occasionalmente, questo particolare servizio. Agli intervistati è stata posta sia una domanda relativa all'indicazione del prezzo del biglietto nel periodo immediatamente precedente il *changeover*, sia una domanda - ma solo ad una parte del campione - sul prezzo nel biglietto 2003, in modo da raccogliere elementi per valutare l'eventuale influenza del cambiamento della moneta sul ricordo dei prezzi.

8 Sarebbe comunque opportuno procedere prima alla normalizzazione delle variabili considerate, utilizzando le corrispondenti standardizzate, in quanto l'indicatore dell'inflazione percepita, calcolato come saldo percentuale tra le risposte estreme, varia all'interno di un intervallo chiuso e limitato [-100, +100], a differenza delle variazioni dell'Indice dei prezzi al consumo.

L'evidenza che ne è scaturita fa emergere una consistente distorsione nel richiamare alla mente il corretto livello. Soltanto il 25% degli intervistati ricorda il prezzo esatto o uno ad esso vicino, che alla fine del 2001 era di 13.000 lire. Infatti, sia la media, sia la moda, cioè il valore associato alla massima frequenza, si collocano rispettivamente a 9.000 e 7.000 lire, vale a dire rispettivamente il 31% ed il 46% al di sotto del prezzo realmente vigente. I prezzi con media e moda indicati con maggiore frequenza corrispondono a livelli praticati oltre dieci anni prima dell'introduzione dell'euro. L'ultimo elemento di rilievo è che gli intervistati sia per il prezzo intero, sia per il prezzo ridotto, hanno applicato all'indietro, al fine di indicare il vecchio prezzo in lire, un tasso di cambio implicito corrispondente a 1.000 lire per 1 euro.

La distorsione del ricordo dei prezzi antecedenti al *changeover* è emersa anche in un altro studio (Del Giovane *et al.*, 2008), dove oggetto dell'inchiesta è stato il prezzo dei quotidiani. Mentre si è riscontrata una sostanziale accuratezza nel ricordo del prezzo dei giornali al momento dell'inchiesta e per quello riferito all'anno precedente - nel primo caso ben l'86% degli intervistati ha indicato un prezzo di 1 euro o di poco inferiore - per il prezzo relativo al 2001, cioè l'anno immediatamente precedente l'introduzione dell'euro, solo il 16 % del campione ha indicato il prezzo corretto di 1.500 lire e circa il 60% degli intervistati un prezzo inferiore o uguale a 1.000 lire, cioè in pratica più basso di un terzo. Anche in questo caso, come per i prezzi del cinema, il prezzo più frequentemente richiamato per il 2001, vale a dire 1.000 lire, corrisponde al prezzo corrente al tempo dell'indagine, cioè 1 euro, convertito al tasso di cambio implicito di 1.000 lire per 1 euro.

Un ultimo aspetto che merita di essere analizzato è quello relativo al ruolo dei massmedia rispetto alla contrapposizione tra percezioni dei consumatori e statistiche ufficiali: come è stato ben evidenziato, "... bruschi aumenti delle percezioni hanno coinciso con picchi senza precedenti nella numerosità degli articoli in cui compaiono parole chiave strettamente connesse con il dibattito sul caro-vita. Ciò suggerisce un ruolo rilevante per il legame di reciproca influenza tra le percezioni d'inflazione e la copertura mediatica del fenomeno" (Del Giovane e Sabbatini, 2004).

Lo studio da cui è tratta la precedente citazione, ha concentrato l'attenzione sugli articoli pubblicati da due testate, *Il Sole 24 Ore*, cioè il quotidiano economico-finanziario a maggior tiratura nazionale e *La Stampa*, quotidiano non specialistico anch'esso a diffusione nazionale. Pur con i *caveat* connessi alla limitatezza del campione, sia sotto il profilo di numero di testate, sia sotto il profilo del numero, contenuto per varie ragioni (istruzione, reddito, etc.), dei fruitori dell'informazione, sia per l'assenza dell'informazione radiotelevisiva, un'indicazione sufficientemente netta che emerge è quella di un incremento del 57% nel 2003 rispetto al 2000 del numero di articoli annuali de *Il Sole 24 Ore* che presentano nella titolazione i termini "inflazione" o "caro-vita" e "consumatori" nel testo; mentre, con le stesse parole chiave, l'incremento per *La Stampa* nello stesso periodo risulta del 100%.

Indicazioni più precise derivano dai dati mensili sulla pubblicazione degli articoli aventi le predette parole chiave nella titolazione. Per Il Sole 24 Ore rispetto a La Stampa, si nota una correlazione piuttosto accentuata, nel periodo 2002-2003, tra articoli pubblicati e inflazione percepita (misurata con il criterio del saldo % tra risposte estreme). Ne emerge una enfaticizzazione delle frequenti polemiche sulle responsabilità degli incrementi di prezzo lungo la filiera dalla fasi all'origine sino a quella consumo finale, tra le diverse organizzazioni di categoria, o tra Istituti demoscopici e Istat riguardo alla metodologia di rilevazione dei prezzi e la veridicità delle statistiche ufficiali, nonché di quell'errore di misurazione nel febbraio 2003, ammesso dall'Istat, dell'ordine di appena lo 0,1% di sottostima dell'inflazione di gennaio a causa dell'erronea attribuzione a quel mese della riduzione del prezzo dei farmaci, a cui fu riservata un'attenzione sproporzionata rispetto all'entità dell'errore, stante il perdurante clima di polemiche accese tra l'Istituto e le associazioni dei consumatori.

In realtà, questo tipo di analisi descrittive, pur evidenziando una qualche relazione tra inflazione percepita e copertura mediatica, non possono dare alcuna indicazione sui nessi di causalità, in quanto, come sottolineano gli autori dello studio "... da un lato, un forte peggioramento delle percezioni d'inflazione ha una valenza giornalistica rilevante, tale da giustificare un forte interesse dei media, dall'altro quest'ultimo potrebbe avvalorare le percezioni individuali, rafforzandole ulteriormente" (Del Giovane e Sabbatini, 2004).

In conclusione, si possono accogliere le istanze a cui pervengono i ricercatori dell'ISAE quando affermano che i risultati delle indagini sulle percezioni d'inflazione e l'acquisizione corretta di informazioni statistiche da parte degli individui "... mostrano una apparente "irrazionalità" dei consumatori, che non sarebbero in grado di acquisire informazioni statistiche su variabili economiche fondamentali - quali l'andamento del reddito nazionale e dei prezzi - abbondantemente disponibili sui mezzi di comunicazione di massa; in mancanza di un'adeguata conoscenza, i consumatori tenderebbero inoltre ad imputare all'andamento dell'inflazione difficoltà economiche riconducibili ad altri fattori, e segnatamente in questo caso ad una crescita modesta del reddito disponibile [...] Curtin (2007) avanza però l'ipotesi che i consumatori non sarebbero del tutto "irrazionali": è vero che il costo di acquisire le informazioni è basso, ma i dati stessi potrebbero essere percepiti come "lontani" dai propri interessi e inadeguati a descrivere con esattezza la propria situazione specifica; in altri termini, ad un basso costo di acquisizione corrisponderebbe anche un ritorno modesto dell'informazione, cosa che giustificerebbe - secondo Curtin - una "disattenzione razionale" verso le statistiche ufficiali. Il problema emergerebbe con più forza nel periodo recente, in relazione al crescente grado di eterogeneità e complessità delle moderne economie avanzate, che avrebbe determinato una parziale inadeguatezza delle tradizionali statistiche (fornite in genere informa aggregata) a cogliere le interrelazioni esistenti tra i vari fenomeni, la loro dinamica e le diversità individuali" (ISAE, 2007).

In conclusione, alla base della esagerata percezione di una crescita dei prezzi, collegata al *changeover*, superiore alle misurazioni ufficiali, sussistono diversi fattori.

I fattori soggettivi sono difficilmente valutabili, proprio perché connessi alle differenti situazioni di ciascun agente economico, ma tra i fattori oggettivi che influiscono decisamente sul fenomeno, occorre ricordare la scarsissima conoscenza dei dati statistici ufficiali da parte degli individui, caratteristica comune tanto ai Paesi europei, quanto agli Stati Uniti o ad altre economie avanzate, come dimostrato dalla convergenza di alcune indagini più volte citate in questa analisi. Quando percentuali tra il 70 e l'80% degli intervistati dichiarano di non conoscere le più recenti indicazioni statistiche sulle più importanti variabili macroeconomiche, diffuse dai principali mass-media, significa che esiste un serio problema di mancata comunicazione o di erronea comunicazione, se si considera che la percentuale residua dei rispondenti sovrastima in misura consistente i dati reali.

È dunque irrealistico pensare che a partire dal 2002, improvvisamente in tutti gli stati europei, gli istituti di statistica siano incorsi in vistosi errori di misura sui livelli e la dinamica dei prezzi, soprattutto a parità di metodologie sostanzialmente immutate nel corso dei decenni. Applicando a ritroso la dicotomia percezione/realità, e considerando che, in Italia, una stima "quantitativa" dell'inflazione percepita la colloca attualmente su valori pari a circa 8-10 volte quella ufficiale, si potrebbe azzardare un ragionamento per assurdo e provare a "falsificare" il passato, ritenendo che nel periodo degli shock petroliferi, vale a dire tra la metà degli anni settanta e la metà degli anni ottanta, quando il tasso d'inflazione ufficiale era superiore al 20%, la "vera" inflazione sarebbe stata pari ad oltre il 1.600%, cioè un fenomeno di iperinflazione o inflazione galoppante da manuale di economia, come quella verificatasi nella Repubblica di Weimar e che contribuì così fortemente a sensibilizzare sul tema i cittadini tedeschi e la Bundesbank.

È ben noto che un'inflazione di quell'entità in Italia non si è mai verificata, perché sarebbe risultata incompatibile con tutti gli altri indicatori che concorrono al sistema di statistiche dalle quali desumere le dinamiche economiche di un sistema produttivo, dai tassi d'interesse, ai tassi di disoccupazione, all'andamento della spesa pubblica, della spesa delle famiglie, del valore aggiunto delle imprese e così via.

Anche oggi, un'inflazione effettiva vicina a quella percepita secondo la quantificazione dell'indagine ISAE del 2007, e cioè mediamente superiore al 20%, sarebbe del tutto incompatibile, ad esempio, con i livelli dei tassi d'interesse bancari realmente praticati o con l'andamento delle retribuzioni nominali: con una crescita di queste ultime del 3-4% medio annuo, si avrebbe una flessione in termini reali prossima al 17%, con conseguenze dirimenti sulla domanda interna per consumi e quindi sull'attività produttiva delle imprese e quindi sui livelli occupazionali, in una spirale negativa sempre più drammatica, tale da condurre il Paese dalla recessione alla depressione.

Tutto questo non si è verificato dopo il 2002 e non si sta verificando a dimostrazione che i metodi di misurazione statistica dei fenomeni economici, basati su convenzioni scientificamente comprovate e condivise a livello internazionale, sono affidabili e corretti, sebbene il fenomeno della percezione d'inflazione debba indurre i costruttori di dati statistici a migliorarne l'affidabilità, la tempestività, la capillarità e la diffusione, in modo da renderli più facilmente comprensibili e fruibili da parte degli agenti economici, per aiutarli nella formazione il più possibile corretta dei propri processi decisionali. Non bisogna dimenticare, che l'economia è la scienza della scelta, in un contesto di non perfetta informazione e razionalità limitata.

CAPITOLO 5

ALTRE ANALISI CHE SMENTISCONO LA DICERIA

‘1.000 LIRE = 1 EURO’

5.1 Analisi della Banca d'Italia sull'andamento dei prelievi Bancomat

Partendo dalla palese incoerenza tra la quantificazione dell'inflazione percepita e i principali dati macroeconomici - un'inflazione media annua al 24% sarebbe incompatibile con la crescita media del PIL, dei consumi e del reddito disponibile nello stesso arco temporale - e soprattutto dall'utilizzo degli strumenti di pagamento finanziari, è possibile verificare, ad esempio, se il prelievo di contante dagli sportelli automatici Bancomat (ATM, *Automatic Teller Machine*), essenzialmente utilizzato come strumento di pagamento nelle transazioni al dettaglio o *out-of-the-pocket*, confermi o neghi la presenza di eventuali errori nelle statistiche sull'inflazione, in quanto una siffatta inferenza si baserebbe su dati rilevati dalla Banca d'Italia in maniera indipendente ed autonoma rispetto a quelli raccolti e acquisiti dall'Istat sui prezzi.

In altri termini, l'ipotesi da testare è se la domanda di contante e l'utilizzo di strumenti di pagamento come il bancomat abbiano subito o meno incrementi in corrispondenza o dopo il *changeover* per effetto di un sensibile incremento del livello dei prezzi.

Dalla verifica di questa ipotesi (Angelini e Lippi, 2006), è emerso che le serie storiche degli importi medi unitari e della frequenza dei prelievi dagli sportelli ATM sono rimasti sostanzialmente immutati prima e dopo il *changeover*. Gli autori sostengono che, pur considerando l'obiezione secondo cui l'andamento "normale" dei prelievi avrebbe potuto seguire un'evoluzione "normale" della spesa in valore come risultato di un forte incremento dei prezzi, ma di una altrettanto elevata riduzione delle quantità acquistate - e questo contrasterebbe con la dinamica della spesa delle famiglie in quantità, confutando così le statistiche ufficiali sia sui prezzi, sia sui consumi - il modello econometrico messo a punto avrebbe consentito di cogliere questo tipo di anomalia.

Sotto questo aspetto, gli autori si sono avvalsi di un esercizio controfattuale per testare l'ipotesi nulla relativa alla corretta misura della variazioni di prezzo nelle statistiche ufficiali, introducendo nelle serie storiche del deflatore dei consumi (si tratta di un indice di prezzo implicito, cioè calcolato e non rilevato) un incremento artificioso, diverso da quello realmente verificatosi, a partire dal 2002.

In questa sede ci limitiamo ad un approccio meramente descrittivo dell'analisi dei due autori, rinviando alla lettura dello studio citato in bibliografia, coloro che fossero interessati agli approfondimenti tecnici del modello utilizzato.

Considerando i dati annuali (per la stima del modello gli autori hanno utilizzato dati trimestrali, ma in termini di importi e numero medio di operazioni, non sussistono differenze), è emerso che nella prima metà degli anni duemila, cioè quelli interessati dal cash *changeover*, il numero medio di operazioni annuali per carta di debito si è mantenuto stabile intorno ad un valore di 24 prelievi (compatibile con il dato dello studio, che evidenzia un numero medio di circa 6 operazioni per trimestre), così come il valore del prelievo medio per ciascuna operazione su ATM è risultato pari a circa 161 euro.

In primo luogo, appare sorprendente che i possessori di carte di debito non abbiano sostanzialmente modificato nel tempo l'ammontare del prelievo medio, per adeguarlo almeno alla perdita di potere d'acquisto misurata con i dati ufficiali (il deflatore dei consumi). Probabilmente, esiste nei comportamenti degli agenti economici una componente inerziale che prescinde da fattori di razionalità, come esigerebbe invece l'acquisizione di informazioni continuamente aggiornate sulla dinamica dei prezzi.

In secondo luogo, se si altera volutamente il profilo del deflatore implicito dei consumi delle famiglie residenti, come nel semplice esercizio svolto nella tab. 5.1, ipotizzando come vera nel 2002 quell'inflazione media di circa il 24% quantificata nell'indagine ISAE sulla percezione, e generando un profilo di crescita del deflatore che emula l'andamento di quello ufficiale, ma ovviamente con tassi d'incremento dell'ordine della doppia cifra, si può generare una serie dei prelievi medi in termini reali a sua volta fittizia e confrontarne la dinamica con quella della spesa delle famiglie residenti in quantità.

Tab. 5.1 - Operazioni su ATM con carte di debito
numero operazioni e importo in euro

	Operazioni per carta di debito (N.)	Prelievo medio per operazione (in euro)	Deflatore dei consumi delle famiglie residenti ufficiale	Prelievo medio in termini reali (a)	Deflatore dei consumi delle famiglie residenti simulato	Prelievo medio in termini reali (b)	Spesa delle famiglie residenti in termini reali (2000=100)
2000	24,9	162,7	100,0	162,7	100,0	162,7	100,0
2001	24,7	161,9	102,6	157,8	122,1	132,7	100,7
2002	24,2	160,9	105,6	152,4	151,3	106,3	100,8
2003	24,6	162,2	108,5	149,5	186,3	87,1	101,8
2004	23,3	162,3	111,3	145,8	226,8	71,6	102,6
2005	21,9	164,1	113,8	144,1	269,5	60,9	103,6
2006	21,5	167,6	116,9	143,4	330,0	50,8	104,7
2007	22,4	169,6	119,4	142,0	389,8	43,5	106,2
variazioni %							
2001	-0,7	-0,5	2,6	-3,1	22,1	-18,5	0,7
2002	-2,1	-0,6	2,9	-3,4	24,0	-19,9	0,2
2003	1,8	0,8	2,8	-1,9	23,1	-18,1	1,0
2004	-5,3	0,1	2,6	-2,5	21,7	-17,8	0,7
2005	-6,0	1,1	2,3	-1,1	18,9	-15,0	0,9
2006	-1,9	2,2	2,7	-0,5	22,4	-16,6	1,1
2007	3,8	1,2	2,2	-0,9	18,1	-14,3	1,4

(a) Calcolato in base al deflatore ufficiale della Contabilità nazionale.

(b) Calcolato in base al deflatore simulato mediante la quantificazione dell'inflazione percepita ISAE.

Fonte: Elaborazioni Ufficio Studi Confcommercio su dati Banca d'Italia e Istat.

Se davvero l'inflazione in questi anni duemila denotasse gli andamenti desumibili dalle percezioni "quantificate", cioè non meramente qualitative di tipo comparativo (maggiore/minore), la perdita di potere d'acquisto misurata dalla variazione negli anni dei prelievi medi in termini reali sarebbe allarmante: mediamente dell'ordine del 14%.

Ora, la dinamica dei consumi delle famiglie residenti, nello stesso periodo, è certamente debole e insufficiente ed è all'origine anche del modesto ciclo economico che il nostro Paese sta sperimentando da alcuni anni. Si tratta comunque sempre di una crescita, seppur modesta, che si attesta intorno all'1% medio in termini reali, cioè un valore assolutamente incompatibile con quello emergente dalla grossolana simulazione rappresentata nella tabella, assumendo come indicatore l'ammontare medio dei prelievi presso gli ATM.

La conclusione è che l'assenza di anomalie nella serie storica dei prelievi dagli ATM in Italia nel biennio 2002-03, porta a ritenere scarsamente attendibile l'ipotesi che l'inflazione abbia evidenziato un profilo di crescita superiore a quanto emerso dalla serie ufficiali diffuse dall'Istat e quindi l'ipotesi relativa alla correttezza di queste misurazioni non può essere statisticamente rifiutata, come ben evidenziato dallo studio della Banca d'Italia.

5.2 Valutazioni sui dati dell'agenzia delle entrate

Un'ulteriore fonte da controllare con attenzione è costituita dai dati sugli studi di settore dell'Agenzia delle Entrate. Le informazioni di fonte amministrativa presentano diversi aspetti problematici, quando usati per finalità di analisi economica. Per esempio, i dati di seguito presentati risentono senz'altro delle differenze del campione e della popolazione di riferimento degli aderenti agli studi di settore nel corso del tempo. Interventi legislativi ne hanno infatti modificato l'eleggibilità.

Tuttavia, con queste cautele, è di qualche utilità l'ispezione dei contenuti di questa fonte. E' stato dunque elaborato un insieme di dati per verificare, a complemento delle informazioni di contabilità, la plausibilità dell'ipotesi di un eccezionale incremento dei prezzi di vendita in concomitanza dell'introduzione dell'euro o in periodi vicini. La base dati riguarda il solo commercio al dettaglio.

La tab. 5.2 riporta alcune statistiche sintetiche. Da esse si evince che pur tenendo conto delle variazioni nella numerosità del gruppo dei soggetti aderenti agli studi di settore, non ci sono variazioni rilevanti nelle rese per metro quadrato dei negozi al dettaglio oppure riguardo al fatturato per addetto.

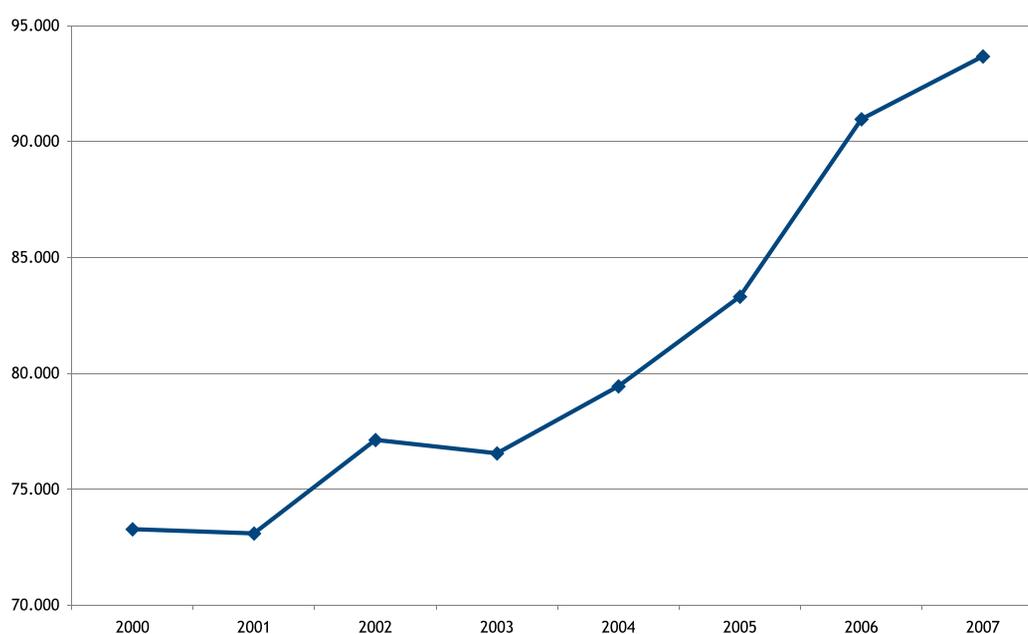
Tab. 5.2 - Alcuni dati tratti dagli archivi dell'Agenzia delle Entrate

		Periodo d'imposta					
		2000	2001	2002	2003	2004	2005
Numero soggetti	<i>numero</i>	293.517	405.731	448.866	477.547	480.577	483.599
Ricavi (mgl euro)	<i>ammontare</i>	72.316.005	95.574.083	106.390.664	115.049.111	119.872.909	122.322.882
	<i>media</i>	248	236	237	241	250	253
Superf. di vendita dell'esercizio (mq)	<i>totale</i>	19.217.250	30.883.688	33.197.876	35.690.521	36.843.485	38.441.265
	<i>media</i>	67	76	75	76	78	81
Addetti	<i>somma</i>	528.305	733.118	820.704	916.508	937.634	951.250
	<i>media</i>	1,8	1,81	1,83	1,92	1,95	1,97
ricavo per mq (euro)		3763	3095	3205	3224	3254	3182
ricavo per addetto (euro)		136883	130367	129633	125530	127846	128592

Fonte: Elaborazioni Ufficio Studi Confcommercio su dati Banca d'Italia e Istat.

L'eventuale ipotesi che i suddetti dati, derivanti dalle dichiarazioni, non siano veritieri, cioè che scontino una cospicua evasione fiscale è, a dire poco, zoppicante. Infatti la fig. 5.1 mostra l'andamento del gettito IVA, largamente attribuibile ai consumi finali e quindi, almeno in parte, transitante dal commercio al dettaglio. Tale andamento è del tutto regolare a cavallo del 2002. L'ipotesi di incremento indiscriminato dei prezzi dunque dovrebbe implicare non soltanto anche un'elevatissima evasione fiscale ma anche il fatto che essa sia raddoppiata proprio nel 2002 e che si sia mantenuta poi costante fino a oggi.

Fig. 5.1 - Andamento del gettito IVA



Fonte: Elaborazioni Ufficio Studi Confcommercio su dati Istat.

In altre parole, quasi 500.000 commercianti si sarebbero accordati per mettere in atto una serie di comportamenti così precisi da evadere il fisco esattamente nella misura necessaria a mostrare una dinamica di ricavi per addetto e per metro quadrato compatibile con la storia pregressa e in misura compatibile con una crescita lineare del gettito IVA. Anche prescindendo dalle conclusive analisi presentate nei capitoli precedenti, tale ipotesi supera abbondantemente qualsiasi scenario frutto della più fervida e maliziosa immaginazione.

CAPITOLO 6

**LA RIPARTIZIONE DEL VALORE AGGIUNTO
LUNGO LA FILIERA AGRO-ALIMENTARE**

Il tentativo di mettere un po' di ordine nell'analisi dei prezzi al consumo e dell'inflazione giunge, infine, al tema della distribuzione del valore corrispondente alla produzioni necessarie per offrire al consumatore finale un certo ammontare di consumi alimentari.

La prima parte del capitolo contiene materiale oggettivamente complesso. Le definizioni correnti di produzione, di valore aggiunto, di risorse necessarie per la produzione di un certo bene, devono essere organizzate all'interno di una precisa struttura contabile, definita secondo criteri concordati a livello internazionale. E accade sovente che non siano del tutto intuitive.

Gli schemi contabili, poi, sono stati talmente raffinati e complicati negli ultimi anni da risultare ostici anche agli addetti ai lavori. Si cercherà di offrire una visione semplificata dei fenomeni ma è necessario sempre ricordare che in certi contesti un eccesso di semplificazione porta a conclusioni fuorvianti o addirittura false. Un grado di difficoltà nella trattazione, dunque, permane.

Per inquadrare al meglio il tema della distribuzione - ma sarebbe meglio dire formazione - del valore nell'ambito dei prodotti alimentari, viene anteposta una descrizione sintetica del sistema dell'agricoltura in Italia, con qualche riferimento alla situazione europea.

6.1 Le agricolture di Spagna, Francia, Germania, Italia: confronti su produzione, input produttivi, valore aggiunto e dimensione d'impresa

L'agricoltura europea è stata al centro della politica della commissione fin dalla sua nascita, sia per il livello di protezione, sia per i primi importanti passi di politica comune tra i Paesi membri dell'Unione europea. L'agricoltura italiana è la seconda a livello comunitario sia in termini di produzione, sia di valore aggiunto (tab. 6.1).

Essa risulta, inoltre, meno sovvenzionata delle agricolture degli altri paesi. Infatti, nel 2005, mentre in Italia il rapporto tra totale contributi e valore della produzione, si attesta intorno al 10 per cento, in Francia supera il 15 per cento. La Francia da sola ottiene oltre il 22 per cento dei contributi a livello comunitario, l'Italia una quota di poco inferiore al 10 per cento, mentre Germania e Spagna si attestano su valori prossimi al 15 per cento, per restare nell'ambito dell'Unione a 15 membri (tab. 6.2).

Il valore aggiunto dell'agricoltura italiana è pari al 20 per cento di quello dell'Europa a 15. Tale valore sale al 22,5 per cento, il primo in Europa, se riferito al valore aggiunto ai prezzi al produttore (al netto quindi dei contributi ai prodotti). Il sistema produttivo italiano presenta ancora una notevole frammentazione aziendale, dal momento che la Superficie agricola utilizzata (Sau) media è di 7,1 ettari contro i 21 del resto d'Europa.

Nel passato, gli aiuti europei si sono indirizzati particolarmente su alcune produzioni quali cereali, semi oleosi e foraggiere e, quindi, su grandi superfici, finendo così per avvantaggiare le grandi agricolture del nord Europa. La Francia presenta un livello di aiuti quasi doppio rispetto al nostro: 10,4 migliaia di euro per unità di lavoro contro 3,5 dell'Italia (tab. 6.1).

Tab. 6.1 - Confronti internazionali del settore agricoltura - anno 2005
milioni di euro dove non altrimenti indicato

	Italia	Germania	Francia	Spagna	UE 15
Produzione	43.714	38.640	63.567	39.599	280.354
Consumi	17.766	25.925	34.846	15.062	150.780
Valore aggiunto prezzi di base	25.948	12.716	28.721	24.537	129.573
Valore aggiunto prezzi alla produzione	24.404	13.001	21.252	20.345	112.389
Contributi ai prodotti	1.628	9	7.509	4.192	17.774
Contributi alla produzione	2.687	6.084	2.237	2.358	26.069
Totale contributi	4.315	6.093	9.746	6.551	43.843
Imposte ai prodotti	84	294	39	0	590
Imposte alla produzione	604	501	1.386	171	3.754
Contributi/Produzione %	9,9	15,8	15,3	16,5	15,6
Contributi/Valore aggiunto %	16,6	47,9	33,9	26,7	33,8
SAU (1000 ha)	14.710	17.035	29.584	25.835	-
n. aziende (000)*	1.729	390	567	1.079	5.843
UL dipendenti (000)	424	206	298	378	1.768
UL indipendenti (000)	783	376	638	639	4.130
UL totali (000)	1.207	583	936	1.017	5.898
Contributi/UL %	3,6	10,5	10,4	6,4	7,4
Contributi/ha SAU (euro ha)	293	358	329	254	-

Fonte: Elaborazioni Ufficio Studi Confcommercio su dati Eurostat.

Tab. 6.2 - Composizioni percentuali UE15 - Anno 2005

	Italia	Germania	Francia	Spagna	UE 15
Produzione	15,6	13,8	22,7	14,1	100,0
Consumi	11,8	17,2	23,1	10,0	100,0
Valore aggiunto prezzi di base	20,0	9,8	22,2	18,9	100,0
Valore aggiunto prezzi alla produzione	21,7	11,6	18,9	18,1	100,0
Contributi ai prodotti	9,2	0,1	42,2	23,6	100,0
Contributi alla produzione	10,3	23,3	8,6	9,0	100,0
Totale contributi	9,8	13,9	22,2	14,9	100,0
Imposte ai prodotti	14,2	49,9	6,6	0,0	100,0
Imposte alla produzione	16,1	13,3	36,9	4,6	100,0

Fonte: Elaborazioni Ufficio Studi Confcommercio su dati Eurostat.

Nel 2005, il rapporto contributi su valore aggiunto ai prezzi al produttore rappresenta quasi il 17 per cento per l'Italia, ma sale a quasi il 48 per cento per la Germania, al 34 per cento per la Francia e a circa il 27 per cento per la Spagna. La media comunitaria Ue15 è al 34 per cento e quindi un terzo del valore aggiunto è assicurato dagli aiuti. Senza aiuti il settore agricolo europeo, difficilmente riuscirebbe a garantire degli standard sociali confrontabili con gli altri settori economici e a mantenere sul territorio e nelle aree rurali accettabili condizioni di vita. Gli aiuti, almeno in teoria, hanno un'alta valenza ambientale e sono collegati con la sicurezza alimentare. I consumatori europei e la collettività sostengono il reddito agricolo in cambio di produzioni attente ai principi salutistici e ambientali.

6.2 Il ruolo dei sussidi all'agricoltura

La Politica agricola comune (Pac) è stata l'elemento fondamentale del processo di integrazione comunitaria e di costruzione europea. Il suo peso all'interno del bilancio europeo è, da sempre, preponderante anche se negli ultimi anni l'incidenza si è ridotta a poco meno del 50 per cento dell'intero bilancio Ue.

6.2.1 L'evoluzione della spesa per l'agricoltura in Italia

La spesa pubblica destinata all'agricoltura è realizzata sia sotto forma di trasferimenti diretti sia di agevolazioni fiscali.

I trasferimenti diretti sono somme che il settore pubblico eroga a favore di quello agricolo, al fine di sostenere il reddito degli agricoltori.

Le agevolazioni fiscali, previdenziali e contributive, si estrinsecano in deroghe alle normative generali che consentono all'agricoltura di pagare meno tributi rispetto agli operatori economici in altri settori.

Intorno a queste due definizioni si è attivata la ricerca dell'Istituto nazionale di economia agraria (Inea), tesa ad individuare le linee di spesa del settore pubblico per l'agricoltura.

Numerosi studi, al riguardo hanno condotto ad un'analisi della spesa molto dettagliata, utilizzando varie fonti sia di natura statistica (Istat, Eurostat), sia di natura fiscale e previdenziale (Agenzia delle entrate, Inps, Inail).

I trasferimenti diretti sono in gran parte elargiti dalla Politica agricola comune (Pac).

Sul fronte nazionale il Ministero delle politiche agricole e forestali (Mipaf) e le Regioni, sono gli attori principali della spesa pubblica in Italia. Molti finanziamenti anche a seguito della riforma sul federalismo, sono erogati strettamente dalle Regioni, sia come organismi pagatori ex Agea, sia come attori e finanziatori del Programma di sviluppo agricolo (Psa).

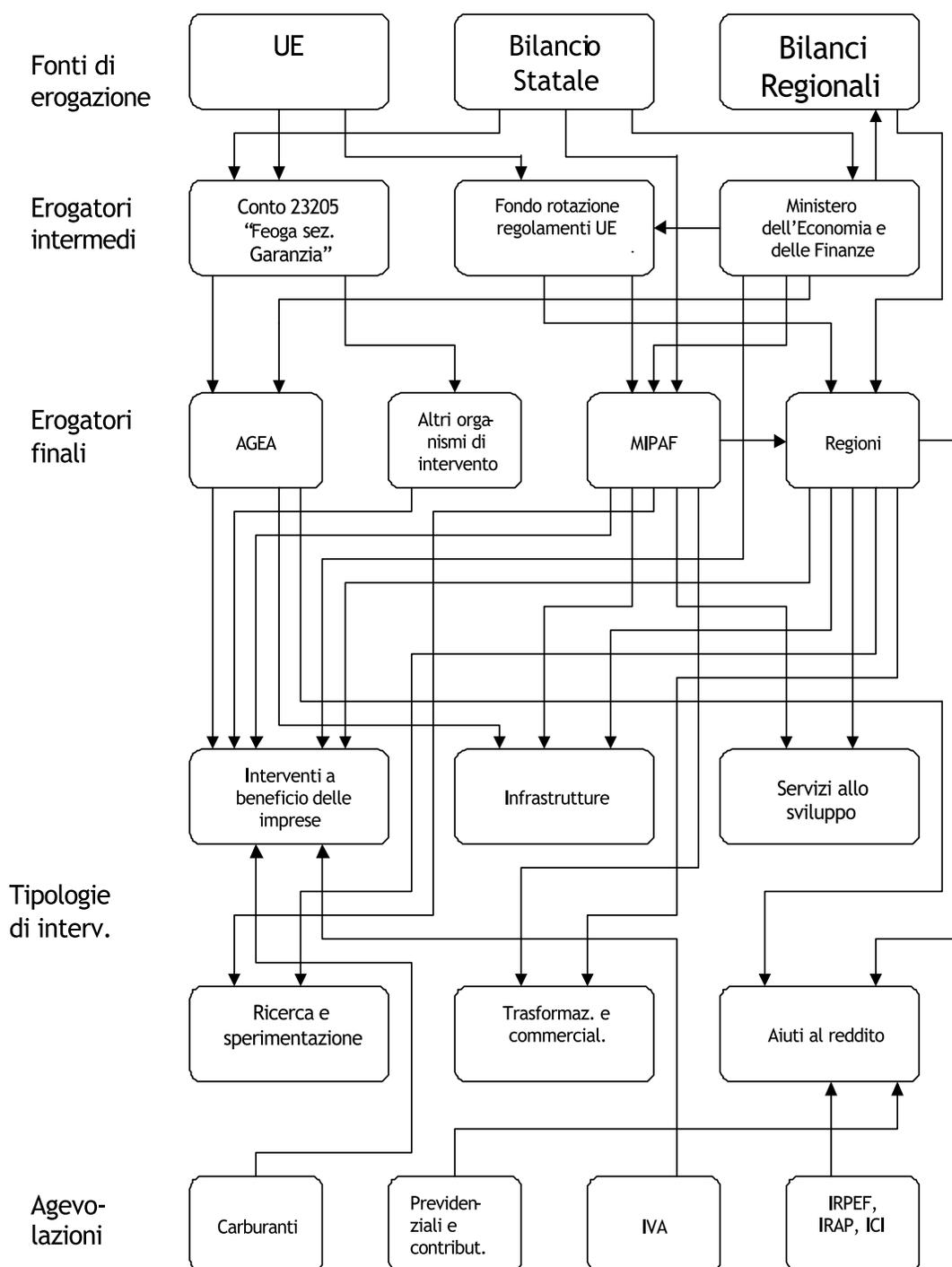
Il principale ente erogatore è l'Agea, che è l'agenzia per le erogazioni in agricoltura (ex Aima), che, per conto dello stato italiano, gestisce direttamente i pagamenti degli aiuti agli agricoltori o in collaborazione con gli organismi regionali pagatori. L'Agea funge anche da organismo pagatore sia per la parte finanziata dalla Ue, sia per quella gestita direttamente dallo stato italiano.

Per meglio sintetizzare le erogazioni nel comparto agricolo, è interessante riproporre la mappa degli interventi (fig. 6.1)

6.3 La catena del valore della filiera agroalimentare

Negli ultimi anni molte delle polemiche che si sono innescate in materia dei prezzi hanno interessato la differenza esistente tra i prezzi a cui gli agricoltori vendono il loro prodotto ed il prezzo pagato dal consumatore finale. I consumatori e gli agricoltori hanno sovente, ed impropriamente, considerato il risultato di questa banale sottrazione come il guadagno ottenuto dal commerciante riuscendo ad avere molto spesso ampia risonanza mediatica.

Fig. 6.1 - La mappa dei sussidi e delle agevolazioni al comparto agricolo



Fonte: rielaborazione dello schema pubblicato in R. Finuola (1995) "Presentazione della ricerca e sintesi dei risultati" in R. Finuola (a cura di), La spesa pubblica in agricoltura. INEA.

Il calcolo della distribuzione del valore lungo la filiera alimentare è in realtà molto più complesso ed articolato, in quanto necessita dell'utilizzo di tecniche statistiche raffinate e mirate ad enucleare il contributo, in termini di valore aggiunto, fornito dai diversi soggetti che partecipano al processo produttivo e la loro effettiva remunerazione.

Per fare chiarezza su questo argomento, di forte attrazione mediatica ma di non facile intuizione, si è partiti dalla spesa sostenuta dalle famiglie per i prodotti agricoli, trasformati e non, e con l'ausilio delle tavole Input-Output si è giunti, attraverso la metodologia indicata nel paragrafo 6.3.1, a calcolare la ripartizione del prezzo pagato dai consumatori tra i diversi soggetti economici che hanno partecipato al processo produttivo.

6.3.1 Metodologia di costruzione della catena agroalimentare

I dati utilizzati per i confronti internazionali (Tavole intersettoriali, supply/use, e “Symmetric input-output-table” Siot) sono di fonte Eurostat.

Le modalità tecniche utilizzate per la stima della “catena del valore” sono illustrate nel paragrafo seguente.

Il metodo tende a scomporre il valore dei consumi finali di qualsiasi settore o prodotto di interesse. Questo metodo, basato sull'elaborazione di tavole Input-Output, può essere visto come una ripartizione del prezzo pagato dai consumatori finali tra gli agenti economici che hanno contribuito a realizzare il bene o il servizio consumato. Ogni prodotto, per essere realizzato, utilizza beni intermedi provenienti da altre branche. In tal modo il prezzo è il risultato del valore aggiunto dato da ciascun settore che entra nel ciclo produttivo. L'unica parte non scorporata è la differenza tra il prezzo base e il prezzo di acquisto, denominata margine di distribuzione lordo.

Calcolo con i contributi diretti

- I Consumi finali di prodotti agricoli ai prezzi d'acquisto, stante il vincolo del bilanciamento tra impieghi (consumi) e risorse (produzione interna e importazioni) sono pari alla somma dei consumi finali nazionali ai prezzi di base⁹, più l'importazione di beni finali agricoli per consumo, più il margine di distribuzione e di trasporto, più le imposte indirette nette sui prodotti. Queste ultime due componenti sono generalmente definite come margine lordo.

9 I “prezzi di base” sono una misura convenzionale del valore della produzione introdotta appositamente dal SEC95 per valutare l'output nella sua versione più pulita o, meglio, più vicina al prezzo di vendita che il produttore fissa compatibilmente con la struttura del suo mercato di sbocco e con il rispetto della condizione di massimizzazione del profitto, e quindi includendo soltanto le imposte sulla produzione e i contributi ai prodotti. Per ricorrere ad una esemplificazione, il “prezzo base” di 1 kg. di pomodoro potrebbe essere di 20 centesimi, inteso come prezzo di vendita sul mercato realmente ottenuto dal produttore, maggiorato di un x% di imposte indirette e di un y% di contributi al prodotto. L'ammontare così ottenuto sarebbe il ricavo unitario che il produttore iscriverrebbe a bilancio, sebbene il prezzo unitario effettivamente incassato sia solo di 20 centesimi, poiché l'y% di contributi al prodotto sono un trasferimento che non grava sul prezzo d'acquisto del consumatore finale del kg. di pomodoro. Questo è il motivo per il quale il margine lordo del commercio e dei trasporti, ottenuto appunto come differenza tra la produzione ai prezzi d'acquisto e la produzione ai prezzi di base, sia inclusiva delle imposte indirette nette, che rappresentano il saldo tra l'ammontare delle imposte indirette ed i contributi ai prodotti (questa scomposizione è possibile soltanto mediante passaggi tecnicamente complessi delle tavole *supply and use*, e delle tavole input-output).

$$[1] \text{CFApa} = \text{CFApipb} + \text{CFAmpb} + (\text{MC} + \text{MT} + \text{IIN}),$$

dove CFApa sono i consumi finali di prodotti agricoli ai prezzi di acquisto, CFApipb i consumi finali di prodotti agricoli derivanti dalla produzione interna ai prezzi di base, CFAmpb i consumi finali di prodotti agricoli importati ai prezzi di base e MC, MT e IIN, rispettivamente, i margini di commercio, trasporti e le imposte indirette nette che, sommati, rappresentano appunto il margine lordo di distribuzione

- Viene misurata la produzione totale agricola nazionale diretta ed indiretta, associata al dato livello di consumi finali nazionali ai prezzi di base, attraverso i coefficienti di attivazione totali di produzione interna, calcolati, a partire dalle tavole SIOI dei vari Paesi (fonte Eurostat), come rapporto tra il prodotto *i*-esimo utilizzato dalla branca *j*-esima e la produzione totale della branca *j*-esima, costruendo la matrice A, mentre I è la matrice identità:

$$[2] \text{PRNA} = (\text{I} - \text{A})^{-1} * \text{CFApipb},$$

dove PRNA è la produzione agricola nazionale e $(\text{I} - \text{A})^{-1}$ è la consueta inversa¹⁰ di Leontief.

10 I coefficienti di attivazione o di fabbisogno utilizzati in questa metodologia di scomposizione, non sono coefficienti tecnici, cioè espressi in unità fisiche, ma coefficienti di spesa, in quanto i flussi al numeratore e al denominatore del rapporto sono espressi in valori monetari. Le matrici A e I sono entrambe quadrate e la differenza tra la matrice identità [I] e la matrice dei fabbisogni diretti degli input di produzione interna, ad es. [pA], è nota in letteratura come matrice di Leontief e può essere scritta come $[\text{I} - \text{pA}] \text{pX} = \text{pZ}$, dove pX rappresenta il vettore dei flussi totali di beni e servizi prodotti internamente e pZ il vettore degli impieghi finali dei flussi di produzione interna. Per esprimere le produzioni totali delle branche di origine interna in funzione delle domande finali ad esse rivolte, è necessario che la matrice di Leontief sia invertibile, cioè risulti $\text{Det}[\text{I} - \text{pA}] \neq 0$, altrimenti il sistema non ammetterebbe soluzione, con l'ulteriore restrizione di elevato significato economico che $\text{Det}[\text{I} - \text{pA}] > 0$. In caso contrario, infatti, cioè < 0 , la matrice di Leontief, pur ammettendo soluzioni, descriverebbe un sistema economico privo di senso, nel quale l'impiego di una unità di prodotto *i*-esimo produrrebbe esattamente la quantità di prodotto *j*-esimo necessaria a produrre il prodotto *i*-esimo, senza che il processo dia luogo ad un prodotto netto positivo. Ora, la matrice inversa di Leontief, che consente di esprimere, ad esempio, il flusso di produzione totale di origine interna in funzione della domanda finale, definibile brevemente [pA], è anche la matrice dei coefficienti di fabbisogno diretto e indiretto dei flussi di produzione interna, così rappresentata nella sua forma generale:

$${}^p\text{A} = \begin{bmatrix} {}^p\text{A}_{11} \cdot \dots \cdot {}^p\text{A}_{1j} \cdot \dots \cdot {}^p\text{A}_{1n} \\ {}^p\text{A}_{i1} \cdot \dots \cdot {}^p\text{A}_{ij} \cdot \dots \cdot {}^p\text{A}_{in} \\ {}^p\text{A}_{n1} \cdot \dots \cdot {}^p\text{A}_{nj} \cdot \dots \cdot {}^p\text{A}_{nn} \end{bmatrix}.$$

L'elemento generico ${}^p\text{A}_{ij}$ della matrice, sta ad indicare il fabbisogno globale di beni e servizi prodotti internamente dalla branca *i* necessari direttamente e indirettamente a sostenere una domanda finale unitaria (beni o servizi) originata dalla branca *j*. In pratica, il coefficiente ${}^p\text{A}_{ij}$ esprime l'impulso o attivazione trasmesso da un incremento unitario della domanda finale della branca *j* sull'output totale della branca *i*, sintetizzando tutta la catena di azioni e reazioni indotta dalla produzione finale della merce *j*. Spesso, quindi, la matrice [pA] è definita anche come matrice dei coefficienti di attivazione. A titolo esemplificativo, per maggiore chiarezza, se il valore di ${}^p\text{A}_{11}$, che si riferisce agli input di prodotti agricoli forniti alla branca dell'agricoltura, fosse pari a 1,1327, ciò significherebbe che per consentire all'agricoltura italiana di sostenere una domanda finale, si supponga di 1.000 euro, il fabbisogno globale (diretto e indiretto) di input di prodotti agricoli di origine interna ammonterebbe a 1.132,7 euro, un valore che ricomprende al suo interno sia il fabbisogno diretto di input agricoli derivante dalla matrice [pA], cioè ad esempio, con un coefficiente a_{11} pari a 0,110, di 110 euro per 1.000 euro di prodotto finale, sia il fabbisogno indiretto relativo ai prodotti agricoli incorporati negli input intermedi della branca agricoltura. (Guarini e Tassinari, 1990).

- Utilizzando il rapporto valore aggiunto di branca su produzione di branca, si perviene alla stima del valore aggiunto per branca associato alla produzione prima calcolata.

$$[3] VAA = VA / PRN * PRNA,$$

dove VAA è il valore aggiunto agricolo, VA è il valore aggiunto.

- Analogamente possono essere calcolate le imposte indirette nette sui prodotti.

$$[4] IIA = II_t / PRN_t * PRNA,$$

dove IIA rappresentano le imposte indirette sui prodotti agricoli.

- Infine vengono calcolate, per differenza, le importazioni di beni intermedi per produrre i prodotti agricoli. Oppure con metodo diretto:

$$[5] MA = (1 - m)^{-1} * PRNA,$$

dove MA rappresenta i prodotti intermedi agricoli impiegati come input.

Poiché vale la relazione:

$$[6] CFApipb = VAA + IIA + MA,$$

dalla [1] e dalla [6] si perviene

$$[7] CFAPA = VAA + IIA + MA + CFAMPB + (MC + MT + IIN)$$

Calcolo inclusivo anche dei contributi indiretti

- Stimati i contributi indiretti al settore agricolo, vengono sommati al valore aggiunto ai prezzi di base.
- I consumi nazionali di prodotti agricoli vengono rivalutati utilizzando lo stesso rapporto (valore aggiunto ai prezzi base rivalutato/valore aggiunto ai prezzi base).
- Si riapplica la procedura descritta precedentemente.

6.3.2 Scomposizione della produzione

Un primo approfondimento dei rapporti esistenti tra i tre settori, teso ad evidenziare il risultato netto di gestione attraverso le varie componenti del valore aggiunto è quello presentato in questo paragrafo.

Nelle tabelle successive viene proposto uno schema dei tre settori economici, agricoltura, industria alimentare e commercio, a partire dalla produzione.

La tab. 6.3 mette in relazione le varie grandezze: produzione al costo dei fattori, costi intermedi (Cpp), redditi da lavoro dipendente (Rld), ammortamenti e risultato netto di gestione (RNG).

Si tratta di uno schema semplificato che permette un'ulteriore analisi della catena del valore alimentare attraverso un approccio di tipo diverso.

A partire dal valore della produzione dei tre comparti, si perviene al risultato netto di gestione.

Questo metodo consente di evidenziare il livello dei costi intermedi, necessari per produrre quel risultato netto di gestione del commercio (fig. 6.2).

I costi intermedi rappresentano la prima voce di spesa per tutti e tre i settori. Nel caso dell'industria alimentare, l'incidenza dei costi intermedi sale al 77,9 per cento del valore della produzione, il commercio si colloca al 59,4 per cento e l'agricoltura si attesta al 38,7 per cento (tab 6.4).

La seconda voce di scomposizione della produzione riguarda i redditi da lavoro dipendente che assorbono oltre il 20 per cento della produzione. Il commercio si attesta al 14,9 per cento, mentre l'agricoltura raggiunge il 17,7 per cento.

La terza voce riguarda gli ammortamenti, che nel caso dell'agricoltura assorbono una quota consistente della produzione, 22,2 per cento, mentre il commercio si colloca intorno al 4 per cento.

Il risultato netto di gestione per la branca agricoltura, silvicoltura e pesca si attesta sul 21,5 per cento. Lo stesso risultato si ottiene per il commercio all'ingrosso e al dettaglio mentre è pari al 6,1 per cento per l'industria alimentare. Tale valore va sostanzialmente a remunerare l'attività indipendente che, nel caso dell'agricoltura (64,3 %) e del commercio (50,5 %), è preponderante rispetto all'attività derivante da lavoro dipendente.

Tab. 6.3 - Scomposizione del valore della produzione al costo dei fattori - Valori correnti
milioni di euro - anno 2005

	Prod. Cdf	Costi pp	Redditi	Ammort.	Rng
Agricoltura, silvicoltura e pesca	49.549	19.154	8.751	10.984	10.661
Agricoltura, caccia e silvicoltura	47.336	18.451	8.134	10.640	10.111
Pesca, piscicoltura e servizi connessi	2.213	703	616	345	549
Industrie alimentari delle bevande e del tabacco	105.974	82.575	11.417	5.495	6.487
Industrie alimentari	91.602	71.844	10.014	-	9.744
Industria delle bevande e del tabacco	14.372	10.732	1.403	-	2.238
Commercio all'ingrosso, al dettaglio e riparazioni	356.115	211.367	52.967	15.191	76.590
Commercio di automoveicoli, loro riparazione e manutenzione; vendita al dettaglio di carburante	65.371	41.686	9.368	-	-
Commercio all'ingrosso esclusi automoveicoli; intermediari del commercio	164.690	96.623	21.168	-	-
Commercio al dettaglio, esclusi automoveicoli; riparazione di beni personali e per la casa	126.054	73.058	22.431	-	-
Altri settori	2.238.080	1.196.539	508.861	189.366	343.315
TOTALE	2.749.718	1.509.635	581.996	221.036	437.052

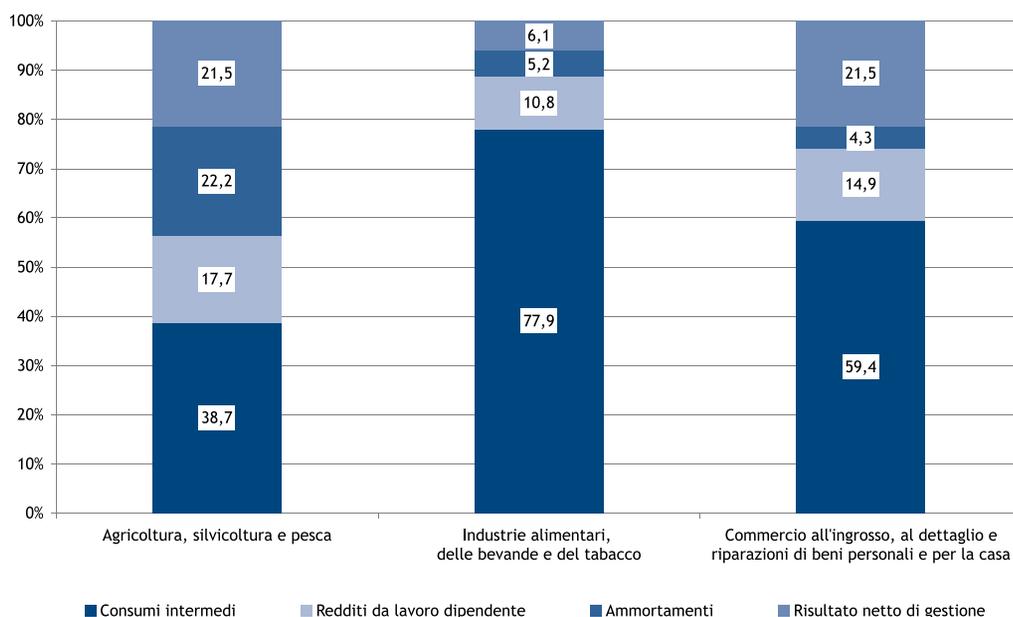
Fonte: Elaborazioni Ufficio Studi Confcommercio su dati Istat.

Tab. 6.4 - Scomposizione del valore della produzione - Composizione percentuale
anno 2005

	Prod. Cdf	Costi pp	Redditi	Ammort.	Rng
Agricoltura, silvicoltura e pesca	100,0	38,7	17,7	22,2	21,5
Agricoltura, caccia e silvicoltura	100,0	39,0	17,2	22,5	21,4
Pesca, piscicoltura e servizi connessi	100,0	31,8	27,8	15,6	24,8
Industrie alimentari delle bevande e del tabacco	100,0	77,9	10,8	5,2	6,1
Industrie alimentari	100,0	78,4	10,9	0,0	10,6
Industria delle bevande e del tabacco	100,0	74,7	9,8	0,0	15,6
Commercio all'ingrosso, al dettaglio e riparazioni	100,0	59,4	14,9	4,3	21,5
Commercio di automotoveicoli, loro riparazione e manutenzione; vendita al dettaglio di carburante	100,0	63,8	14,3	0,0	0,0
Commercio all'ingrosso esclusi automotoveicoli; intermediari del commercio	100,0	58,7	12,9	0,0	0,0
Commercio al dettaglio, esclusi automotoveicoli; riparazione di beni personali e per la casa	100,0	58,0	17,8	0,0	0,0
Altri settori	100,0	53,5	22,7	8,5	15,3
TOTALE	100,0	54,9	21,2	8,0	15,9

Fonte: Elaborazioni Ufficio Studi Confcommercio su dati Istat.

Fig. 6.2 - Scomposizione della produzione per branca di attività
anno 2005



Fonte: Elaborazioni Ufficio Studi Confcommercio su dati Istat.

6.3.3 Una corretta rappresentazione della catena del valore

In forma ricorrente, viene proposta una misura della distribuzione del valore prodotto nell'ambito della filiera agricola o agrolimentare che ingenera nel pubblico confusione, alimentando un clima di risentimento, verso il comparto della distribuzione commerciale,

accusato di appropriarsi, sotto forma di margine, di ben oltre la metà del prezzo unitario pagato sul mercato di consumo finale.

In altri termini, la domanda cui dobbiamo rispondere correttamente è: di 1 euro speso in Italia dai consumatori finali per un prodotto alimentare, quanta parte va a remunerare ciascuna delle branche produttrici che hanno concorso a generare l'oggetto di quella vendita?

La vulgata, diffusa da alcuni rappresentanti di associazioni di consumatori e produttori agricoli e pedissequamente amplificata dai media, afferma che di quell'euro, 23 centesimi vanno all'industria, 17 all'agricoltura (i produttori, cosiddetti) e 60 centesimi vanno al commercio.

L'affermazione è oggettivamente falsa e deriva dalla lettura approssimativa di un documento Ismea (Outlook dell'agroalimentare italiano, 2007).

D'altra parte, come visto, nel linguaggio della Contabilità Nazionale il termine "margine lordo" non indica una qualche forma di utile o di profitto, ma esattamente il contrario, cioè la produzione vendibile lorda del commercio e dei trasporti, dalla quale vanno poi i sottratti i costi intermedi, per arrivare al valore aggiunto, ad un indicatore cioè che dal punto di vista aziendale è assimilabile al margine operativo lordo. Una parte di esso andrà a remunerare l'input di lavoro (dipendenti e/o costo-opportunità dell'imprenditore), una parte sarà versata sotto forma di imposte e solo la parte residua rappresenterà il profitto economico o margine netto che dir si voglia.

Il procedimento sviluppato è quello descritto nel paragrafo 6.3.1. Dati e procedimenti sono comunque standard (cfr. paragrafo 6.3.1) e non sono materia di opinione.

6.3.3.1 Un primo confronto con l'Ismea: i prodotti agricoli non trasformati

La prima sezione o, meglio, il primo significativo anello della catena del valore, è per l'appunto il valore aggiunto dell'agricoltura (cioè il guadagno degli agricoltori, gli ammortamenti e i redditi da lavoro dipendenti, componenti che appaiono sommate): tale cifra ammonta al 18% del valore del consumo nel computo Ismea, mentre nella nostra ricostruzione compare con una quota leggermente più bassa (16,7%; fig. 6.3). Questo dovrebbe essere qualcosa di simile al 17 della terna mediatica 17-23-60 (cioè agricoltura, industria, commercio, che in realtà non si trova da nessuna parte).

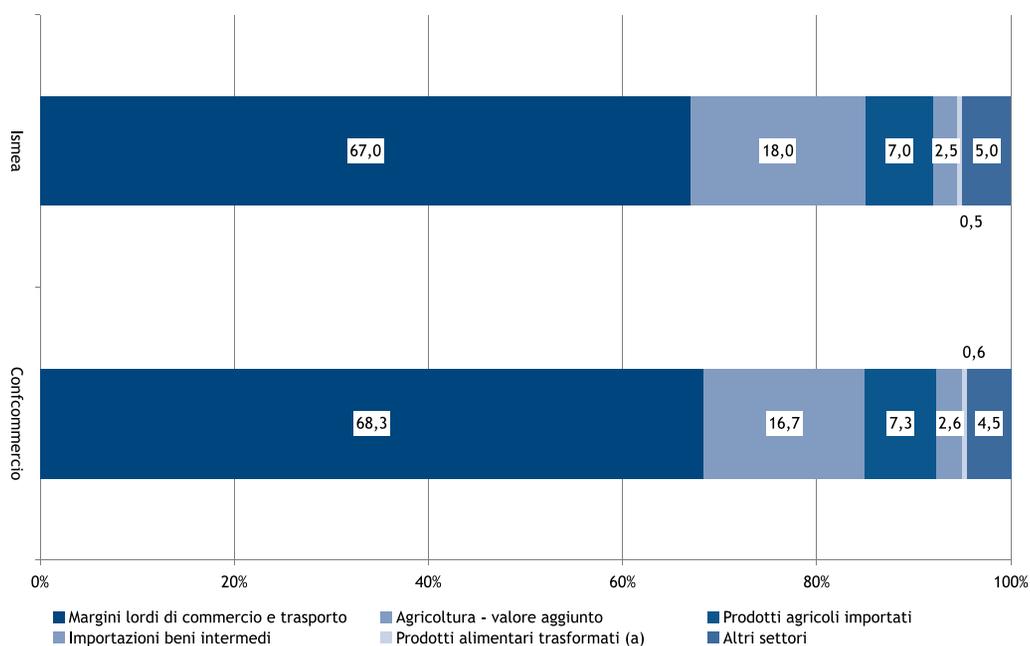
La seconda componente è quella relativa ai valori aggiunti di altri settori che entrano attraverso la generazione del valore aggiunto dell'agricoltura a creare quell'euro. Le importazioni dirette e di input intermedi sono un'altra componente.

A questo punto la sottrazione dall'euro iniziale di queste voci fornisce una quantità che si può definire margine lordo della distribuzione comprese le imposte indirette nette. Questo sarebbe il 60 della terna 17-23-60: in realtà la terna per Ismea è 18-15-67 e per noi è 17-15-68.

In ogni caso dobbiamo verificare il significato del 68% relativo al commercio. Una lettura attenta del documento cui ci riferiamo avrebbe fatto sorgere il legittimo dubbio sul significato della quota attribuita al commercio, visto che secondo le stesse legende del grafico, il margine

loro è comprensivo delle imposte indirette nette e che quindi certamente non è un 'guadagno'.

Fig. 6.3 - Filiera agricola - Catena del valore 2005
quote %; totale filiera = 100



(a) Nel computo Ismea è inclusa la lavorazione dei tabacchi.

Fonte: Elaborazioni Ufficio Studi Confcommercio su dati Istat e Ismea.

Rappresenta, infatti, tutto quello che c'è, come detto, tra il valore del consumo finale e la prima scrematura del valore aggiunto dell'agricoltura e delle attività ad essa direttamente connesse.

Da questo 68 si deve immediatamente detrarre il margine del trasporto, come indicato dalla medesima definizione tecnica. Esso, nella filiera analizzata, ammonta al 14%, ottenuto applicando lo stesso metodo di scomposizione attraverso la matrice dei coefficienti di attivazione della matrice di Leontief integrata con le informazioni provenienti dalle imprese del settore. Pertanto, la quaterna da considerare è, volendo continuare a rispettare la convenzione di stile della sequenza "agricoltura-industria-trasporti-commercio", (circa) 17-15-14-54, in cui il 54 è il margine lordo della distribuzione (o del commercio) comprese le imposte indirette nette.

A questo punto ci si deve chiedere quali costi intermedi sopporti il commercio per produrre la sua produzione, al fine dunque di poterli dedurre da questa per ottenere il valore aggiunto (valore aggiunto uguale a valore della produzione meno i costi intermedi degli input utilizzati).

Il commercio, secondo le tavole della contabilità analitica ha una quota di costi intermedi pari al 32,5%: essi riguardano gli affitti, l'energia, le assicurazioni e così via, cioè tutto quello necessario per la produzione.

Si perviene dunque alla cinquina: 17-15-14-32-22, nella quale l'ultimo termine rappresenta sempre ciò che residua al commercio. Quindi, 22 è il valore aggiunto generato dal commercio e che va al commercio in percentuale della spesa finale da parte dei consumatori in prodotti alimentari non trasformati. Prima di proseguire per individuare quanta parte di questi 22 centesimi vadano al commercio è opportuna una breve riflessione di carattere generale.

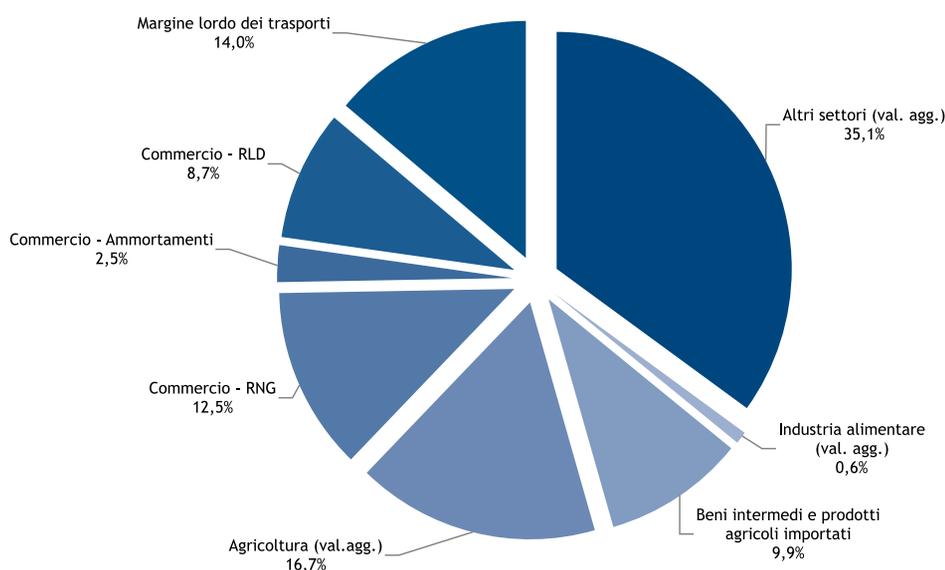
Il valore dei consumi finali di prodotti agricoli è inferiore alla somma dei valori aggiunti appannaggio di commercio, industria alimentare (meno dell'1,0%) e agricoltura. Infatti, questi tre settori domandano input ad altre branche produttrici, i quali input, a loro volta, per essere prodotti, generano valore aggiunto appartenente, appunto, ad altre branche. Se avessimo parlato del valore aggiunto nella branca dell'acciaio esso invece sarebbe risultato molto superiore ai consumi finali delle famiglie di acciaio (praticamente zero). Esistono, infatti, branche che direttamente producono per i consumi finali ed altre no, essendo tutte interconnesse dalle matrici Input-Output.

Attraverso le tavole Supply and Use si è cercato di individuare quanta parte dei costi intermedi del settore commerciale (ingrosso e dettaglio) alimentare si traduca in via primaria in valore aggiunto di altri settori e quanto dagli stessi ne derivi al commercio.

Attraverso questo esercizio si è arrivati ad una distribuzione che porta il valore aggiunto della distribuzione a poco meno di 24 e quello relativo agli altri settori a 35.

Il valore di 24 è maggiore del precedente perchè le branche che offrivano i 32 centesimi di input per produrli hanno dovuto chiedere produzione, e quindi valore aggiunto, anche al commercio. In pratica si sono trasformati, a questo punto, i costi intermedi del commercio, in valori aggiunti delle relative branche produttrici.

Fig. 6.4 - Catena del valore - Agricoltura 2005



Fonte: Elaborazioni Ufficio Studi Confcommercio su dati Istat.

Il 24% di valore aggiunto del commercio è ancora al lordo delle imposte indirette nette. Si intendono nette nel senso che sono calcolate come differenza tra le imposte indirette e i contributi sui prodotti.

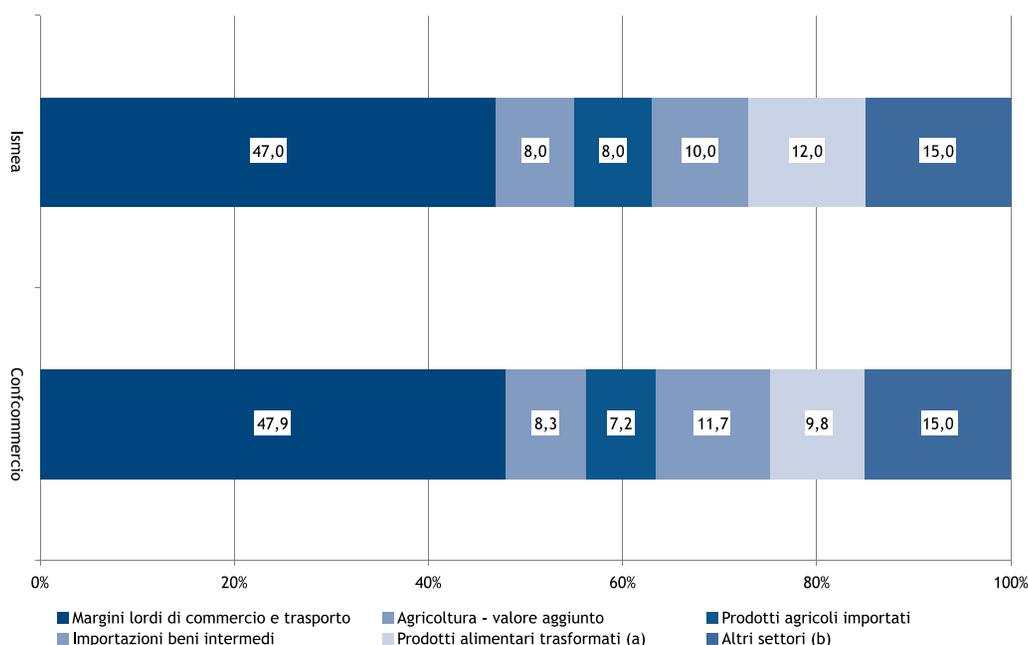
Sulla base delle proporzioni in cui il valore aggiunto - e quindi il reddito prodotto - va a remunerare i fattori della produzione, cioè lavoro e capitale, si devono sottrarre al valore aggiunto del commercio i redditi da lavoro dipendente e gli ammortamenti, pervenendo al guadagno degli imprenditori del commercio - sia ingrosso che dettaglio - al lordo delle imposte indirette nette e prima delle imposte dirette: il risultato netto di gestione del commercio è quindi il 12,5%.

6.3.3.2 Un secondo confronto con l'Ismea: i prodotti alimentari trasformati

A differenza della ricostruzione dell'Ismea (fig. 6.5), nella nostra analisi sono stati esclusi dai prodotti alimentari trasformati quelli derivanti dalla lavorazione dei tabacchi. Quest'ultimo, infatti, è un comparto produttivo dove l'imposizione fiscale gioca un ruolo preponderante, che finisce per essere una componente distorsiva nell'ambito di una corretta rappresentazione della catena del valore.

La quota del margine lordo del commercio e dei trasporti risulta di circa un punto più elevata nella valutazione della Confcommercio, così come risulta ridimensionata la quota di valore aggiunto propria dell'industria della trasformazione alimentare.

Fig. 6.5 - Filiera alimentare trasformato - Catena del valore 2005
quote %; totale filiera = 100



(a) Nel computo Ismea è inclusa la lavorazione dei tabacchi.

(b) Nel computo Ismea sono sommati servizi, commercio, trasporti e altri settori.

Fonte: Elaborazioni Ufficio Studi Confcommercio su dati Istat e Ismea.

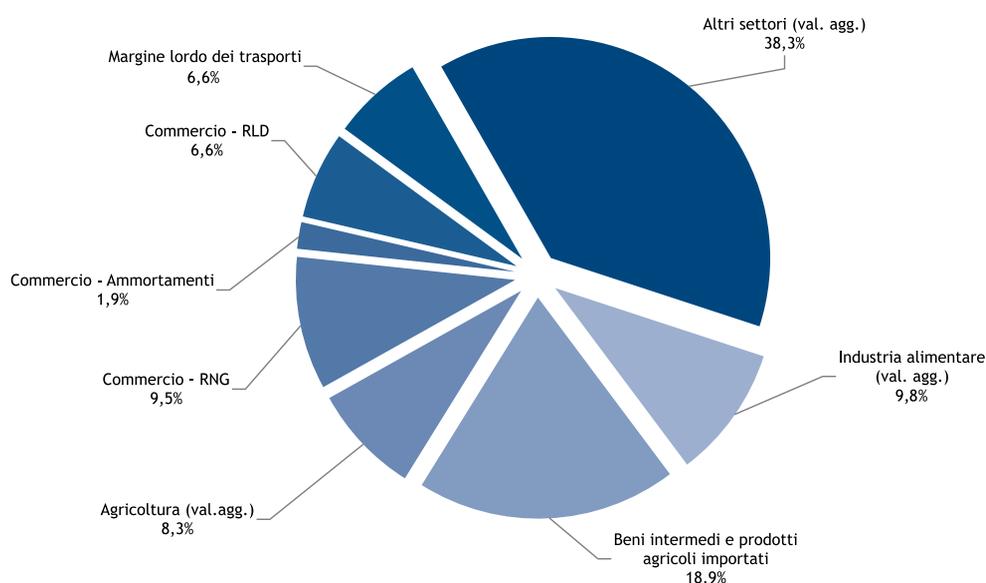
Le altre componenti della catena del valore, cioè i prodotti agricoli importati, le importazioni di beni intermedi e i valori aggiunti di altre branche generati, appunto, dalla domanda di input intermedi provenienti dalla trasformazione dei prodotti alimentari, presentano quote che

differiscono in misura contenuta conseguenza dell'applicazione dello stesso termine di calcolo (la somma dei "pezzi" di filiera diversi dai margini lordi del commercio e dei trasporti e dal valore aggiunto dell'industria alimentare, è pari a 41 nel computo Ismea e a 42 in quello Confcommercio).

Come già visto per la filiera agricola, anche in questo caso il 48% circa di margine lordo del commercio va depurato del margine dei trasporti, valutabile intorno al 6,6% secondo le indicazioni della tavola input-output e un'analisi dei costi intermedi della branca della trasformazione alimentare integrate, anche in questo caso, con informazioni provenienti dalle imprese.

Seguendo la sequenza "altri settori-industria-trasporti-commercio" nella nostra analisi la quaterna diventa 42-10-7-41, dove 41% è il margine della sola distribuzione commerciale, sempre comprensivo delle imposte indirette nette.

Fig. 6.6 - Catena del valore - Industria alimentare 2005



Fonte: Elaborazioni Ufficio Studi Confcommercio su dati Istat.

Ripetendo la procedura di sottrazione dei costi intermedi del commercio dalla sua produzione (il margine) per la filiera dell'alimentare trasformato, che ammontano in quota al 25% circa, si perviene al valore aggiunto ed alla nuova cinquina 42-10-7-25-17 dove 17% è il valore aggiunto generato dal commercio che fluisce al commercio in % della spesa finale dei consumatori in prodotti alimentari trasformati. Lo stesso esercizio effettuato per i prodotti agricoli non trasformati, volto a scorporare la quota di valore aggiunto generato dal commercio su altri settori, consente di stimare in circa il 18% la quota di valore aggiunto del commercio all'ingrosso e al dettaglio. Questo 18% è ancora al lordo delle imposte indirette nette e va ulteriormente decurtato della quota che va a remunerare il lavoro dipendente sotto forma di redditi e l'accantonamento per la sostituzione del capitale (ammortamenti), pervenendo finalmente ad una sorta di utile delle

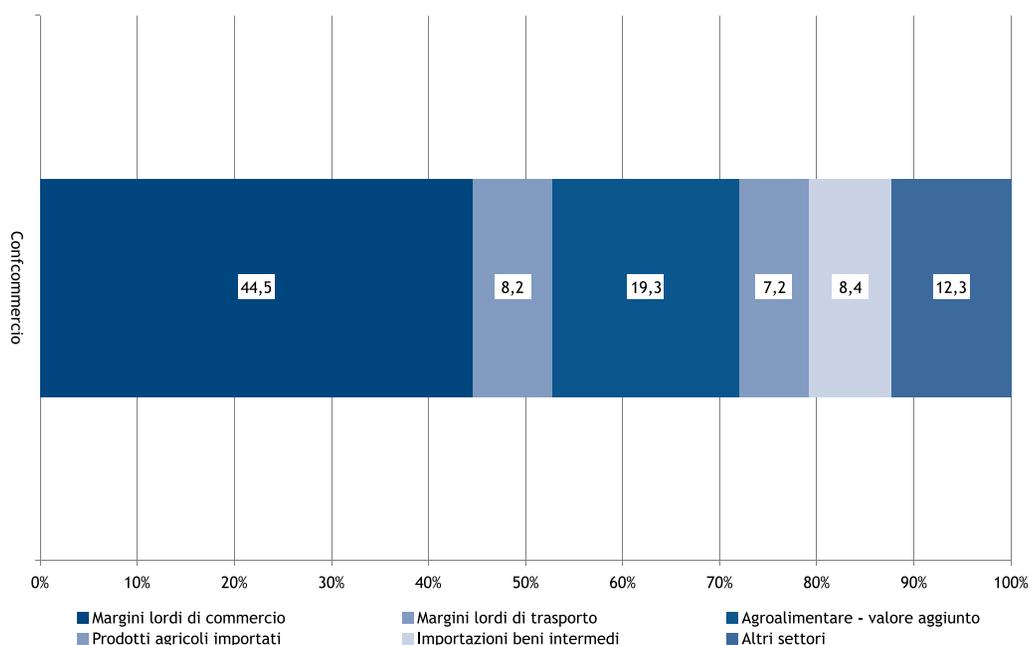
imprese commerciali all'ingrosso e al dettaglio prima delle imposte dirette e al lordo di quelle indirette, che può essere identificato con il risultato netto di gestione pari a circa il 10%.

6.3.3.3 Un'elaborazione di sintesi: la filiera agroalimentare

L'analisi di Confcommercio presenta un passaggio successivo rispetto allo studio dell'Ismea, proponendo una terza rappresentazione della catena del valore, relativa all'intera filiera agroalimentare, considerando cioè le branche produttive primarie e secondarie come un unico comparto.

Concettualmente non ci sono differenze rispetto ai casi precedenti. La terzina iniziale nella sequenza "altri settori-industria agroalimentare-commercio e trasporti" è 28-19-53, dove 19 circa è appunto la quota percentuale del valore aggiunto dell'intero comparto agroalimentare. Escludendo il margine dei trasporti che vale circa 8, il margine lordo del commercio scende intorno al 45% e quindi la quartina diventa 28-19-8-45, per poi arrivare, una volta considerati i costi intermedi da sottrarre, pari al 27% circa, alla cinquina 28-19-8-27-18, dove il valore aggiunto del commercio è rappresentato approssimativamente da quel 18%, di poco inferiore, in quota, al valore aggiunto del comparto agroalimentare.

Fig. 6.7 - Filiera agroalimentare - Catena del valore 2005
quote %; totale filiera = 100

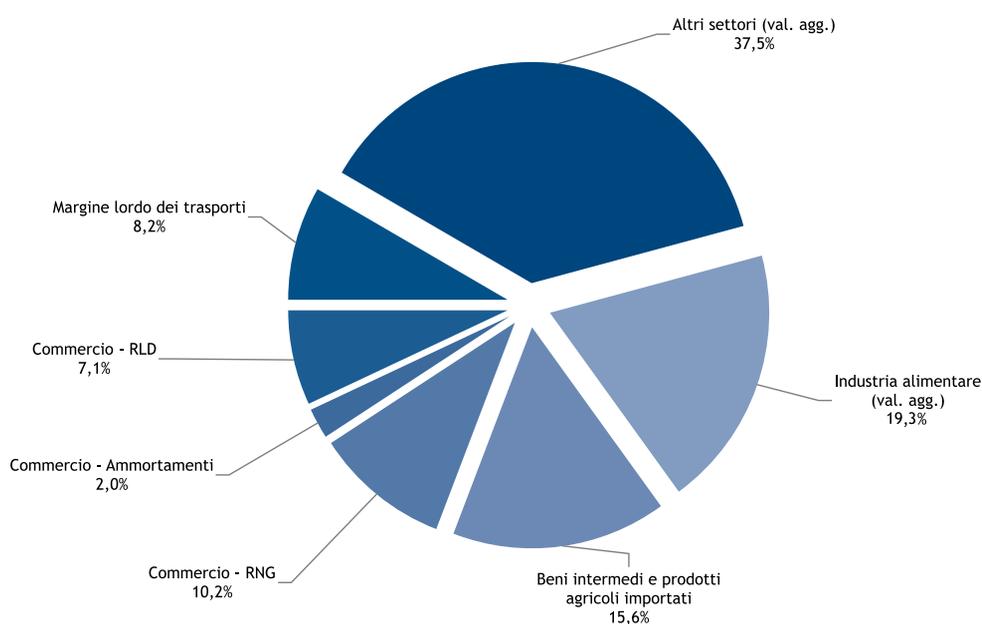


Fonte: Elaborazioni Ufficio Studi Confcommercio su dati Istat.

Proseguendo nell'analisi volta ad enucleare l'effettiva quota di valore aggiunto del commercio all'interno della filiera alimentare e la sua distribuzione tra i diversi fattori, si sono calcolati gli effetti diretti su altri settori degli input domandati dal commercio per la produzione del servizio.

Le risultanze di queste ulteriori elaborazioni portano ad indicare nel 19% circa il valore aggiunto del commercio e nel 10,2% il risultato netto di gestione ancora al loro delle imposte.

Fig. 6.8 - Catena del valore - Agroalimentare 2005



Fonte: Elaborazioni Ufficio Studi Confcommercio su dati Istat.

6.3.3.4 La catena del valore ricalcolata: un esercizio che include le agevolazioni indirette (fiscali e contributive) al comparto agricolo

Nella produzione di un euro di prodotti alimentari trasformati o meno, sono coinvolte anche ingenti risorse pubbliche che emigrano direttamente o attraverso la fiscalità generale alla branca dell'agricoltura. Nei conteggi fin qui presentati non abbiamo considerato i contributi indiretti. Prima di rifare i conteggi inclusivi di questa posta si passano in rassegna tali poste.

Contributi previdenziali

Riguardo ai contributi previdenziali, va ribadito che, in agricoltura, oltre ai coadiuvanti famigliari operano i dipendenti (fissi o stagionali) e gli indipendenti (Coltivatori diretti e imprenditori agricoli a titolo principale).

Nel corso del tempo, la normativa di pagamento di questi contributi previdenziali, è cambiata più volte, così come è cambiata l'entità degli importi, in funzione sia del numero più esiguo di giornate per i lavoratori occasionali, sia per le parziali o totali esenzioni per calamità naturali sia per particolari aziende ricadenti nella aree del Mezzogiorno. C'è da segnalare che secondo le varie leggi che si sono susseguite nel tempo, sgravi contributivi sono previsti per le aziende operanti in territorio montano o in zone agricole svantaggiate non del Mezzogiorno, in misura variabile dal 60 all'80 per cento dell'importo dovuto.

Questo sistema di parziale esenzione, è proseguito per molti anni, ma dal 1992, con la riforma del sistema previdenziale, i contributi versati dagli agricoltori all'erario sono andati man mano aumentando nel tempo.

Alcune aziende si sono regolarizzate prontamente, altre lo hanno fatto in questi ultimi tempi, grazie anche al recente condono previdenziale agricolo che ha quasi sanato le situazioni pregresse. Tutto questo ha comportato un esborso abbastanza consistente nell'ordine di due miliardi di euro, da pagare ratealmente per le aziende in debito con l'amministrazione centrale o con l'Inps.

IVA

Anche sul fronte dell'Imposta sul valore aggiunto (Iva), vanno ricordati i regimi fiscali a cui è stato sottoposto, nel corso degli anni, il settore agricolo: esonero totale, semplificato, speciale a regime ordinario o normale, che hanno concorso alla categoria un piccolo vantaggio fiscale in termini di aliquota media versata.

Sul fronte dell'Irpef il settore agricolo non è gravato da aliquote inferiori a quelle di altri settori, ma lo sgravio è dovuto ad una diversa modalità di calcolo dell'imponibile. Infatti i redditi imponibili sono il reddito dominicale e il reddito agrario. Il primo è il reddito imputabile al proprietario del terreno destinato all'attività agricola, il secondo rappresenta il reddito generato dalla remunerazione del capitale di esercizio o del lavoro di organizzazione.

Il settore agricolo è l'unico tassato sulla base della rendita catastale e non sul reddito effettivamente prodotto.

ICI

Di un certo rilievo hanno assunto negli ultimi anni le agevolazioni ai fini dell'Imposta comunale sugli immobili, per i terreni agricoli, per le costruzioni rurali e per i fabbricati strumentali alle aziende agricole, quando sono condotti da coltivatori diretti o da imprenditori agricoli. L'importo di tale agevolazione non è elevato, ma costituisce sempre un esborso in meno da effettuare per le aziende agricole.

Irap

Le stesse considerazioni fatte per l'Ici valgono anche per l'Imposta regionale sulle attività produttive, la cui base imponibile è costituita dal valore aggiunto al netto degli ammortamenti, realizzato da società di persone, da imprese individuali e società di capitali. Nella fattispecie agricola, l'aliquota Irap per l'agricoltura è prevista all'1,9 per cento in forma transitoria, mentre per gli altri settori economici è al 3,9 per cento.

Qualche parola, infine, riguardo all'agevolazione sull'imposta di fabbricazione sugli oli minerali, ovvero la quota di carburante agricolo a prezzo agevolato, calcolato sulla base dei terreni lavorati e dalle macchine aziendali utilizzate. Queste agevolazioni sono cresciute nel

tempo a causa di una più alta meccanizzazione dell'agricoltura che ha comportato anche un maggior consumo di carburanti.

Tutte queste agevolazioni fiscali, previdenziali e contributive in agricoltura, sono state, negli anni, osservate e analizzate da diversi studiosi del settore e hanno trovato posto stabilmente in un'indagine, ormai a carattere annuale, dell'Inea, contenuta nell' "Annuario dell'agricoltura italiana dell'Inea".

6.3.3.5 Sintesi dei contributi all'agricoltura

Sommando i contributi diretti e indiretti è possibile effettuare un'analisi allargata delle agevolazioni alla branca che si estende oltre i dati presenti nei Conti nazionali (tab. 6.5).

Secondo la sequenza delle voci descritte, dei capitoli precedenti nell'ultimo triennio (2004-2006; tab 6.5), il 26,8 per cento del sostegno è derivante dalla gestione Agea che cura gran parte dei fondi comunitari, seguita dalle regioni con il 25,1 per cento e dagli organismi pagatori regionali con il 14,5 per cento. Questo sul versante dei trasferimenti, che rappresentano il 73,3 per cento del totale, mentre sul fronte delle agevolazioni, quelle di natura previdenziale e contributiva, rappresentano l'11,7 per cento. Seguono, con percentuali inferiori, l'agevolazione sull'Irpef (5,0 per cento) e sui carburanti (5,6 per cento), gli interventi per Irap (2,1 per cento), Ici (0,7 per cento).

Tab. 6.5 - Consolidamento del sostegno al settore agricolo in Italia
milioni di euro e composizione %

Tipologia di intervento	2004	%	2005	%	2006	%	Media '04-'06	%
AGEA	4.629	29,5	4.468	28,6	3.227	21,9	4.108	26,8
SAISA - Ente nazionale risi	435	2,8	133	0,9	17	0,1	195	1,3
Organismi regionali pagatori	1.587	10,1	2.458	15,7	2.633	17,9	2.226	14,5
Mipaaf	757	4,8	654	4,2	592	4,0	667	4,4
Ministero attività produttive	174	1,1	174	1,1	137	0,9	161	1,1
Sviluppo Italia - ISA	52	0,3	51	0,3	21	0,1	41	0,3
Regioni ²	3.700	23,6	3.810	24,4	4.040	27,4	3.850	25,1
Totale trasferimenti di politica agraria	11.333	72,3	11.747	75,2	10.665	72,4	11.248	73,3
Credito di imposta per investimenti	148	0,9	-	-	-	-	49	0,3
Iva	221	1,4	199	1,3	198	1,3	206	1,3
Agevol. su imposte di fabbricazione (carburanti)	840	5,4	858	5,5	859	5,8	852	5,6
Agevolazioni su Irpef	1.024	6,5	656	4,2	599	4,1	760	5,0
Agevolazioni su Irap	336	2,1	310	2,0	308	2,1	318	2,1
Agevolazioni su Ici	109	0,7	111	0,7	113	0,8	111	0,7
Agevolazioni previdenziali - contributive	1.655	10,6	1.740	11,1	1.981	13,5	1.792	11,7
Totale agevolazioni	4.333	27,7	3.874	24,8	4.058	27,6	4.088	26,7
TOTALE	15.666	100,0	15.621	100,0	14.723	100,0	15.337	100,0
Valore aggiunto Agricoltura e silvicoltura	30.116	-	26.536	-	25.600	-	27.417	-
% sostegno/valore aggiunto	52,0	-	58,9	-	57,5	-	55,9	-
Produzione agricoltura e silvicoltura	49.217	-	44.968	-	44.401	-	46.195	-
sostegno/produzione	31,8	-	34,7	-	33,2	-	33,2	-

Fonte: Elaborazioni Ufficio Studi Confcommercio su dati Istat.

Se si passa poi ad analizzare la ripartizione del sostegno per tipologia di interventi (tab. 6.6), si può notare che alcuni interventi, seppur afferenti in linea di massima al settore agricolo, non sono strettamente riconducibili al sistema e tra queste spese troviamo quelle per la ricerca e la sperimentazione (1,5 per cento del totale), i servizi allo sviluppo (2,7 per cento), trasformazione e commercializzazione (3,1 per cento), un po' impropria è la spesa per infrastrutture pari all'10,9 per cento, e quella relativa agli aiuti alla produzione che sono già compresi nel valore aggiunto ai prezzi di base. È da rilevare, inoltre, che tra le spese regionali e nazionali, una quota riguarda il funzionamento degli enti stessi che erogano servizi all'agricoltura. In definitiva, una stima più corretta dell'importo dei contributi indiretti totali si attesterebbe a circa 10 miliardi di euro che si vanno ad aggiungere virtualmente al valore aggiunto ai pezzi di base che viene utilizzato per il calcolo della catena del valore agroalimentare.

Tab. 6.6 - Ripartizione del sostegno al settore agricolo in Italia per tipologia di interventi - 2005

Tipologia di intervento	Ricerca e sperimentazione	Servizi allo sviluppo	Trasformazione e commercializzazione	Aiuti agli investimenti aziendali	Aiuti alla gestione produzione	Aiuti alla produzione	Infra-strutture	Sostegno non mirato	Totale interventi a benefici imprese	Totale
milioni di euro correnti										
AGEA		69	63	159	2	3.609	125	442	3.770	4.469
SAISA		-	11	-	-	122	-	-	122	133
Organismi regionali pagatori		82	72	156	0	1.812	92	245	1.967	2.458
MIPAAF	134	38	142	58	204	0	126		263	704
MAP	-	-	-	174	-	-	-	-	-	174
Sviluppo Italia		11	40	-	-	-	-	-	-	50
Regioni	95	212	135	562	372		1.295	819	935	3.490
Credito d'imposta	-	-	-	0	-	-	-	-	-	0
Agevolazioni carburanti	-	-	-	-	857	-	-	-	857	857
Agevolaz. previd. e contrib.	-	-	-	-	-	-	-	1.287	-	1.287
IVA	-	-	-	-	-	210	-	-	210	210
IRPEF IRAP ICI	-	-	-	-	-	-	-	1.206	-	1.206
TOTALE	229	411	463	1.109	1.436	5.752	1.638	3.998	8.123	15.037
valori percentuali										
AGEA	-	0,5	0,4	1,1	-	24,0	0,8	2,9	25,1	29,7
SAISA	-	-	0,1	-	-	0,8	-	-	0,8	0,9
Organismi regionali pagatori	-	0,5	0,5	1,0	0,0	12,0	0,6	1,6	13,1	16,3
MIPAAF	0,9	0,3	0,9	0,4	1,4	0,0	0,8	-	1,7	4,7
MAP	-	-	-	1,2	-	-	-	-	-	1,2
Sviluppo Italia	-	0,1	0,3	-	-	-	-	-	-	0,3
Regioni	0,6	1,4	0,9	3,7	2,5	-	8,6	5,4	6,2	23,2
Credito d'imposta	-	-	-	0,0	-	-	-	-	-	0,0
Agevolazioni carburanti	-	-	-	-	5,7	-	-	-	5,7	5,7
Agevolaz. previd. e contrib.	-	-	-	-	-	-	-	8,6	-	8,6
IVA	-	-	-	-	-	1,4	-	-	1,4	1,4
IRPEF IRAP ICI	-	-	-	-	-	-	-	8,0	-	8,0
TOTALE	1,5	2,7	3,1	7,4	9,5	38,3	10,9	26,6	54,0	100,0

Fonte: Elaborazioni Ufficio Studi Confcommercio su dati Istat.

Dall'esame dei dati e degli importi (circa 15 miliardi di euro nel corso del 2005, tab 6.6), si è stabilito che da alcuni di essi, per evitare sovrapposizioni con i contributi ai prodotti e alla produzione già contabilizzati nei Conti nazionali e nei Cea, si escludono gli aiuti di fonte Agea e organismi regionali, in particolare quelli che riguardano gli aiuti alla produzione, alla trasformazione e commercializzazione e all'industria alimentare di trasformazione.

Tab. 6.7 - Ripartizione del sostegno al settore agricolo in Italia per tipologia di interventi - 2005
depurata di alcune voci già presenti nei conti nazionali

Tipologia di intervento	Totale interventi a benefici imprese	Aiuti agli investimenti aziendali	Aiuti alla gestione	Aiuti alla produzione	Sostegno non mirato	Totale
milioni di euro correnti						
AGEA	161	159	2	0	442	603
SAISA	122	-	-	122	-	122
Organismi regionali pagatori	156	156	0	0	245	401
MIPAAF	263	58	204	0	-	263
MAP	174	174	-	-	-	174
Sviluppo Italia	0	-	-	-	-	0
Regioni	935	562	372	-	819	1.753
Credito d'imposta	0	0	-	-	-	0
Agevolazioni. carburanti	857	-	857	-	-	857
Agevolazioni previdenza e contributi	0	-	-	-	1.287	1.287
IVA	210	-	-	210	-	210
IRPEF IRAP ICI	0	-	-	-	1.206	1.206
TOTALE	2.876	1.109	1.436	332	3.998	6.875
AGEA	26,7	26,4	0,3	0,0	73,3	100,0
SAISA	100,0	0,0	0,0	100,0	0,0	100,0
Organismi regionali pagatori	38,9	38,9	0,0	0,0	61,1	100,0
MIPAAF	100,0	22,2	77,8	0,0	0,0	100,0
MAP	100,0	100,0	0,0	0,0	0,0	100,0
Sviluppo Italia	-	-	-	-	-	-
Regioni	53,3	32,1	21,2	0,0	46,7	100,0
Credito d'imposta	-	-	-	-	-	-
Agevolazioni. carburanti	100,0	0,0	100,0	0,0	0,0	100,0
Agevolazioni previdenza e contributi	0,0	0,0	0,0	0,0	100,0	100,0
IVA	100,0	0,0	0,0	100,0	0,0	100,0
IRPEF IRAP ICI	0,0	0,0	0,0	0,0	100,0	100,0
TOTALE	41,8	16,1	20,9	4,8	58,2	100,0

Fonte: Elaborazioni Ufficio Studi Confcommercio su dati Istat.

Si sono detratti, dal totale stimato dall'Inea, gli aiuti alle infrastrutture legati più al territorio in generale che agli agricoltori, quindi, non necessariamente da imputare a carico del settore agricolo.

Gli aiuti indiretti così ricalcolati, pari a 6.875 milioni di euro nel 2005 (tab. 6.7), sono stati aggiunti a quelli già contabilizzati nella branca agricoltura, sotto la voce di contributi ai prodotti e contributi alla produzione, che ammontano rispettivamente a 1.628 e 2.687 milioni di euro, per un totale di 11.190 milioni di euro (tab. 6.8). Tale importo, calcolato per la sola componente agricola (escludendo, cioè silvicoltura e pesca) si riduce a 9.562 milioni di euro e viene sommato al valore aggiunto agricolo tout court ai prezzi di base pari a 26.368 nel 2005, raggiungendo l'ammontare di 35.930 milioni di euro (sempre tab. 6.8).

Tavola 6.8 - Riepilogo contributi totali al settore agricolo - 2005

Tipologia di intervento	Milioni di euro
Contributi ai prodotti di contabilità nazionale	1.628
Contributi alla produzione di contabilità nazionale	2.687
Totale contributi afferenti al settore agricolo allargato (con silvicoltura e pesca)	11.190
Totale produzione agricola dei conti nazionali ai prezzi di base	44.727
Costi intermedi	18.359
Valore aggiunto ai prezzi di base	26.368
Totale contributi afferenti al settore agricolo in senso stretto	9.562
Valore aggiunto complessivo dei sostegni diretti e indiretti	35.930

Fonte: Elaborazioni Ufficio Studi Confcommercio su dati Istat.

Dopo aver calcolato il valore dei contributi diretti ed indiretti afferenti all'agricoltura, e che non siano già compresi nelle stime del valore aggiunto elaborate in sede di Contabilità nazionale, si è proceduto ad un nuovo calcolo della distribuzione del valore lungo la filiera alimentare seguendo lo schema teorico descritto nel paragrafo 6.3.1 e le evidenze del paragrafo 6.3.3.

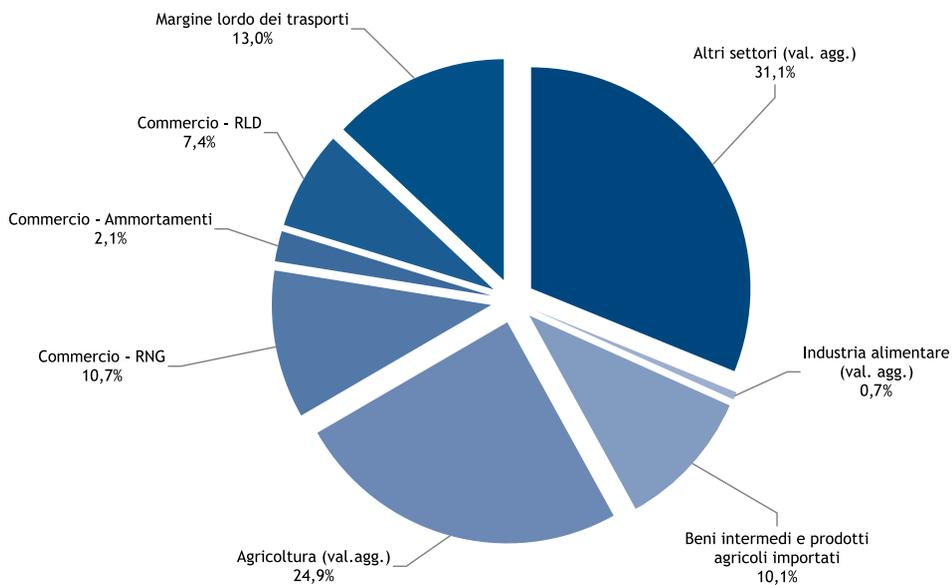
La risultante di tale esercizio è quella descritta nei grafici a torta (figg. 6.9a, 6.9b, 6.9c), che conduce ad una rivalutazione del 49 per cento attraverso il passaggio dal 16,7 per cento al 24,9 per cento, dei margini afferenti al settore agricolo, comprensivo degli aiuti e ad una riduzione dal 12,7 al 10,7 del risultato netto di gestione del commercio al dettaglio ed all'ingrosso.

Cifra che si riduce ulteriormente se si guarda al complesso della filiera agroalimentare.

Questi sono, in sintesi, accanto alla metodologia di calcolo, i criteri e le fonti utilizzate nel realizzare i margini della catena alimentare, comprensiva dei sussidi diretti e indiretti al settore agricolo.

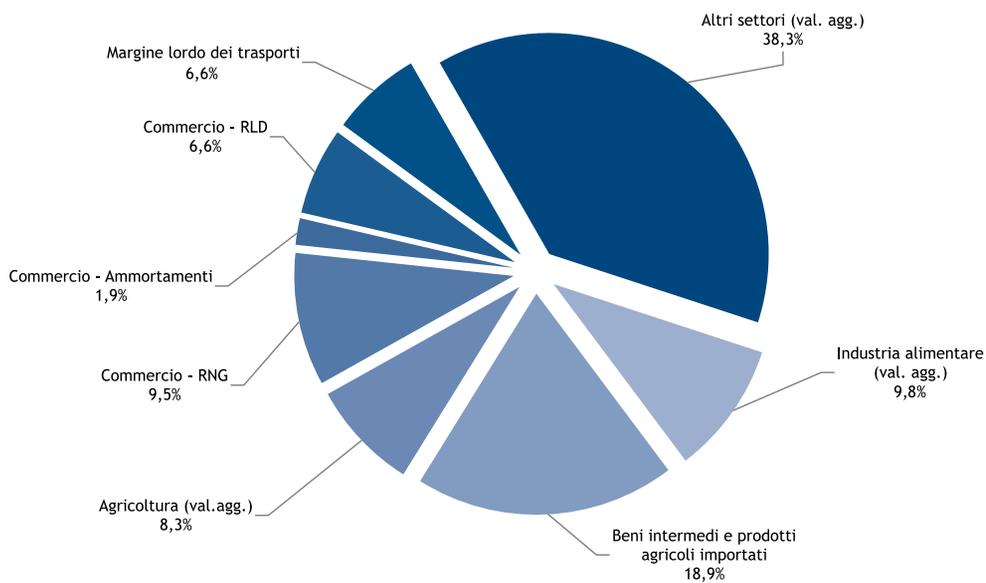
Da queste elaborazioni risulta evidente come le cifre che sono spesso ed impropriamente diffuse a livello mediatico sono molto diverse dalla realtà, che segnala una distribuzione del valore all'interno della filiera agroalimentare che non avvantaggia il commercio.

Fig. 6.9a - Catena del valore con aiuti indiretti - Agricoltura 2005



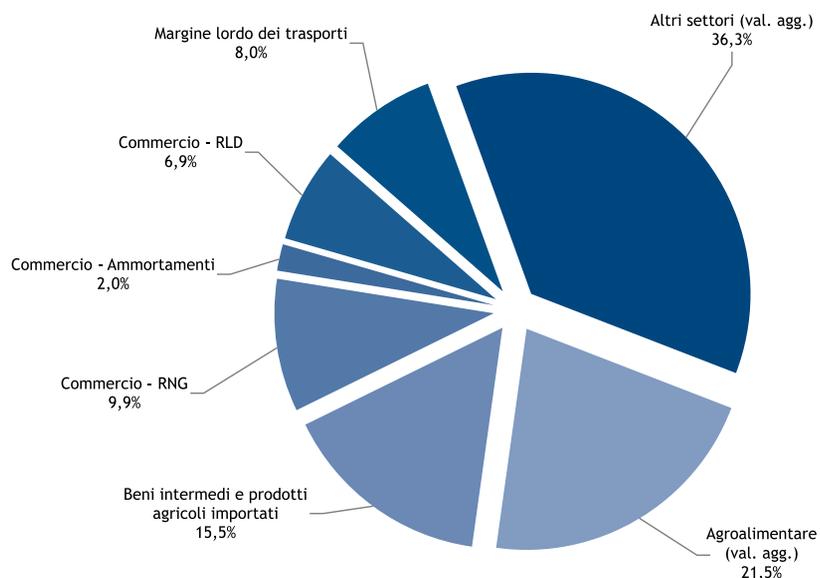
Fonte: Elaborazioni Ufficio Studi Confcommercio su dati Istat.

Fig. 6.9b - Catena del valore con aiuti indiretti - Industria alimentare 2005



Fonte: Elaborazioni Ufficio Studi Confcommercio su dati Istat.

Fig. 6.9c - Catena del valore con aiuti indiretti - Agroalimentare 2005



Fonte: Elaborazioni Ufficio Studi Confcommercio su dati Istat.

6.3.3.6 Un esempio della distribuzione del valore lungo la filiera

Ritornando a quella che era la domanda iniziale del paragrafo 6.3.3 vale a dire “come si distribuisce un euro speso dalle famiglie per consumi di prodotti agricoli tra i diversi soggetti che operano all’interno della filiera?” le conclusioni a cui si giunge attraverso l’utilizzo di metodologie più sofisticate rispetto alla banale sottrazione tra il prezzo a cui viene ceduto il bene dall’agricoltore e quello a cui viene acquistato dal consumatore finale è che il commercio al dettaglio ed all’ingrosso trattiene poco più di 12 centesimi nel calcolo della catena del valore nella branca non trasformati, nella versione che non considera aiuti indiretti.

Questa cifra, come sottolineato in precedenza, include ancora le imposte indirette nette (1,5 centesimi) e le imposte dirette (2 centesimi).

Dunque, secondo queste stime, che devono ancora essere raffinate, agli imprenditori restano circa 9 centesimi, sommando la quota del dettaglio con quella dell’ingrosso.

Ulteriori elaborazioni porterebbero ad attribuire una quota di poco più di 5 centesimi al comparto dell’ingrosso e di poco meno di 4 centesimi a quello del dettaglio. Quest’ultimo riscontro quantitativo è, verosimilmente, il risultato di una media ponderata dei circa 2 centesimi di margine unitario sul venduto della grande distribuzione e di margini attorno ai 6-7 centesimi per il dettaglio tradizionale.

BIBLIOGRAFIA

- Angelini P. e Lippi F., «È davvero cresciuta l'inflazione dopo l'introduzione dell'euro? Le indicazioni fornite dai prelievi di contante», *Banca d'Italia, Temi di discussione*, n. 581, marzo 2006.
- BCE, «Inflazione misurata e percepita nell'area dell'euro», *Bollettino Mensile*, maggio 2007.
- Cestari V. et al., La memoria dei prezzi e il passaggio all'euro: un'analisi per i prezzi del cinema in Italia, *Banca d'Italia, Temi di discussione*, n. 619, febbraio 2007.
- Commissione Europea, Eurostat Compendium of HICP reference documents (2/2001/b/5), *Working Documents*, Tema 2 Economia e Finanza, 2001, <http://epp.eurostat.ec.europa.eu>.
- Commissione Europea, Eurostat Indice dei Prezzi al Consumo Armonizzati (IPCA). Breve guida per gli utenti, *Metodi Nomenclature*, Tema 2 Economia e Finanza, 2004, <http://epp.eurostat.ec.europa.eu>.
- Curtin R., What US Consumer Know About Economic Condition, Workshop OECD *Measuring and Fostering the Progress of Societies*, Istanbul, June 2007.
- Del Giovane P. e Sabbatini R., L'introduzione dell'euro e la divergenza tra inflazione rilevata e percepita, *Banca d'Italia, Temi di discussione*, n. 532, dicembre 2004, p. 62.
- Del Giovane P. et al., Cosa determina le "percezioni di inflazione"? Evidenza da un'indagine presso i consumatori italiani, *Banca d'Italia, Temi di discussione*, n. 655, gennaio 2008.
- Eurostat, *Agriculture. Statistical Yearbook*, Lussemburgo, Ufficio delle comunicazioni ufficiali delle Comunità Europee, vari anni.
- Eurostat, *Manual on economic accounts for agriculture and forestry EAA/EAF*, 2000.
- Finuola R., Il sostegno complessivo al settore agricolo, il volume ed i flussi, *La dinamica territoriale della spesa per l'agricoltura*, Roma, Inea, 2002.
- Finuola R. e Cristofaro A., *L'intervento pubblico: l'agricoltura e le altre attività economiche a confronto*, Roma, Ismea, 2004
- Guarini R. e Tassinari F., *Statistica economica. Problemi e metodi di analisi*, Bologna, Il Mulino, 1990.
- Hill P., Inflation, the Cost of Living and the Domain of a Consumer Price Index, *Meeting on Consumer Price Indices*, Ginevra, November 1999;
- ILO, Consumer Price Index Manual: Theory and Practice, 2004, www.ilo.org.
- ISAE, Informazione, percezioni e conoscenza dei dati statistici, *Rapporto previsionale per l'economia italiana*, luglio 2007.
- ISAE, Percezioni e attese di inflazione dei consumatori italiani, *Nota Mensile*, giugno 2007.
- ISMEA, Outlook dell'agroalimentare italiano, 2007.
- Istat, Come si rilevano i prezzi al consumo; Informazioni dati e analisi sull'inflazione, 2008, www.istat.it.
- Laidler D. e Parkin M., Inflation: a survey, *Economic Journal*, 85, 1975.
- Mecacci L., *Manuale di psicologia generale*, Firenze, Giunti, 2001, p. 130.
- Ponticelli B., Percezione Visiva e Design Come la Mente Vede le Forme, Firenze, PsicoLAB, 2006, <http://www.psicolab.net>.

