

*"L'osservatorio comunale prezzi: il punto di vista degli statistici"*

*Como, 24 giugno 2005*

---

# **GLI OSSERVATORI SUI PREZZI**

*Uno strumento per il contenimento dell'inflazione*

*Enrico D'Elia (USCI e UCS Roma)*

*Novella Cecconi (UCS Roma)*



# Sommario

---

- I risultati degli accordi locali contro l'aumento dei prezzi
- Perché funzionano gli accordi
- L'importanza dell'informazione sui prezzi
- Il ruolo degli Osservatori

# Alcune esperienze di successo

---

ALESSANDRIA

COMO

FIRENZE

PALERMO

ROMA

SAVONA

TORINO

VENEZIA

“Stop ai prezzi”

“Osservatorio Comunale Prezzi”

“Firenz€ prezzo fresco”

“Palermo spende meglio”

“Roma spende bene”

“Spesa amica”

“Stop ai prezzi in corsa”

“Un prezzo in comune”

# Le principali caratteristiche delle campagne di contenimento dei prezzi

---

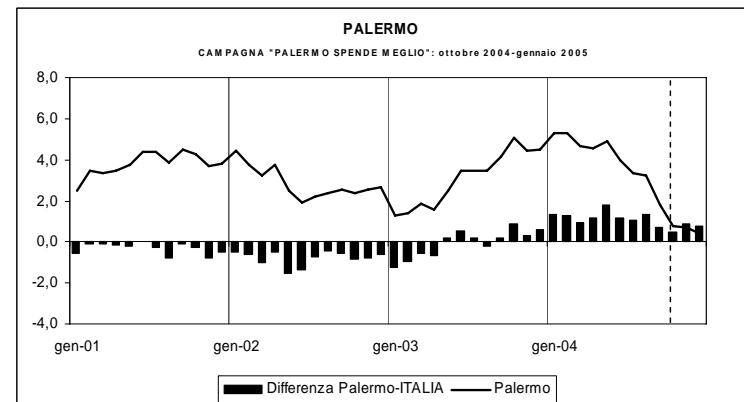
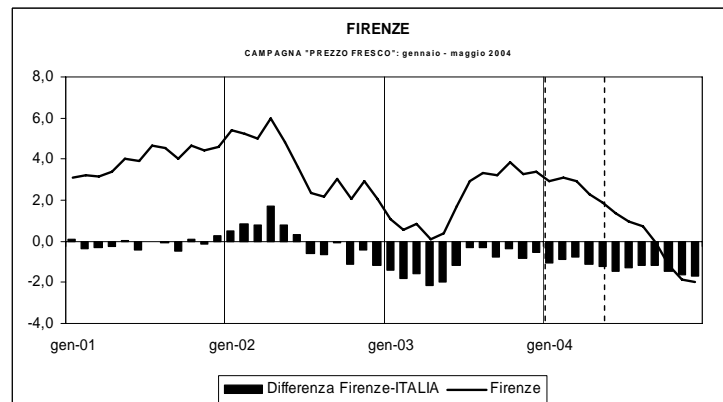
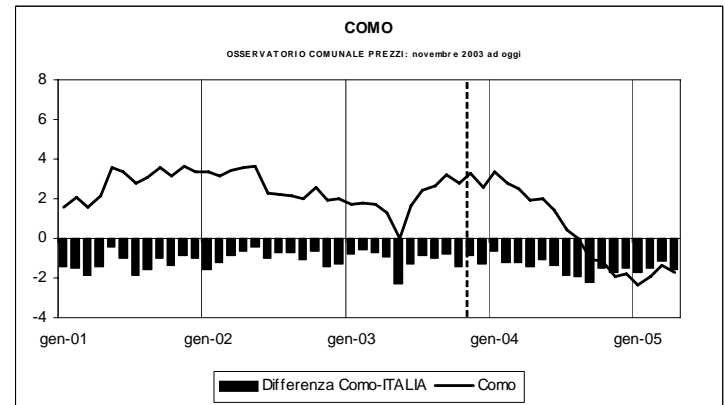
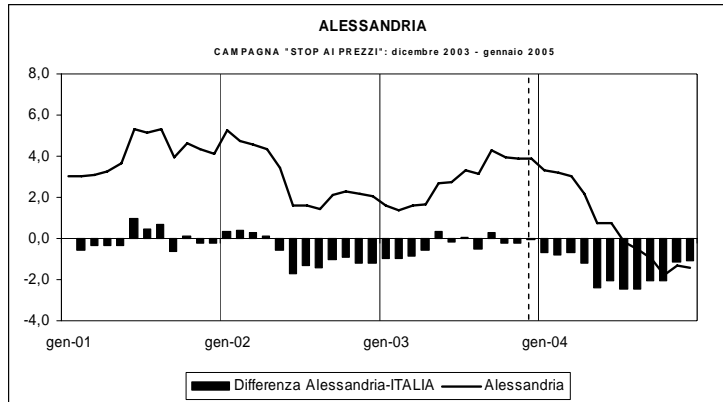
- Accordi su base ***volontaria*** con associazioni di categoria del commercio, della distribuzione, degli imprenditori e dei consumatori
- Prezzi bloccati o particolarmente convenienti su panieri di prodotti prevalentemente alimentari
- Campagne di informazione, comunicazione e orientamento sui prodotti e sui prezzi rivolte ai consumatori

# Alcuni tratti comuni

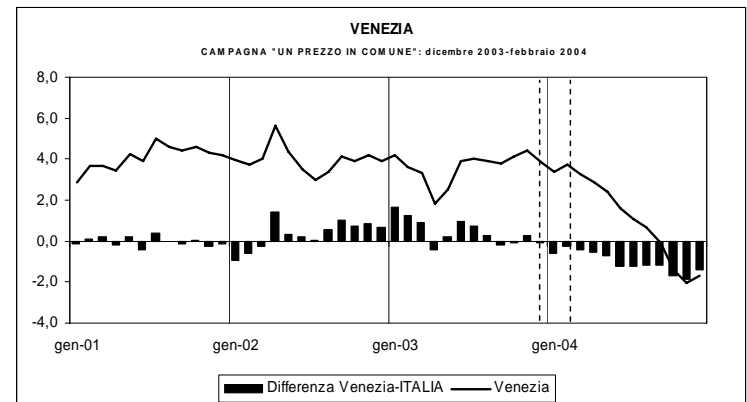
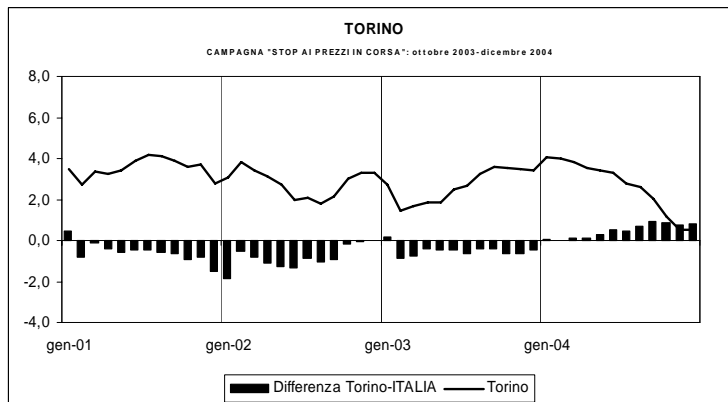
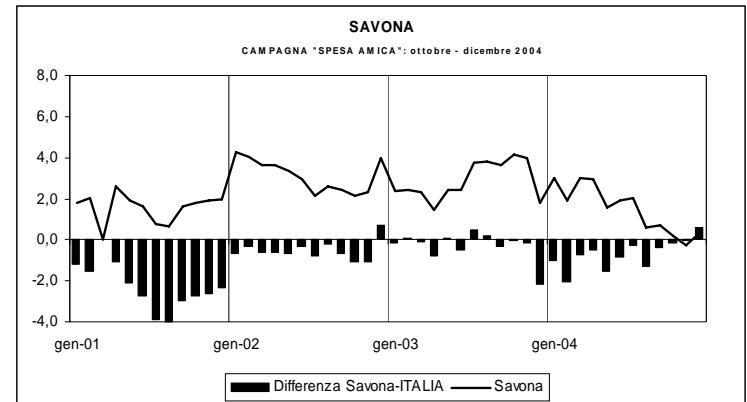
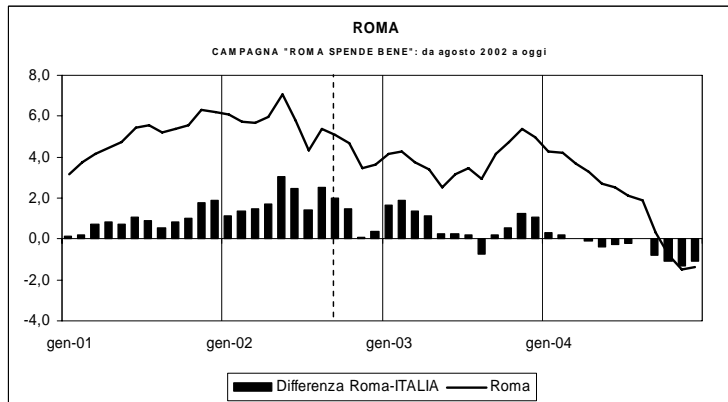
---

- Quasi nessuna città ha diffuso le liste dei prezzi praticate nei diversi esercizi, ma solo prezzi “di riferimento” (p.es: minimi, “convenienti”, medi, massimi, ecc.) e liste degli operatori commerciali aderenti alle campagne
- Spesso l’adesione agli accordi si è limitata inizialmente a pochi punti vendita
- All’inizio le campagne hanno avuto un effetto modesto ma in seguito si è assistito ad un netto miglioramento
- Con l’intensificazione del processo di informazione si è osservato un rallentamento dei prezzi (o almeno una riduzione del differenziale rispetto alla media italiana)
- Sia prima dell’adesione alle campagne, sia dopo il loro termine, i commercianti si sono impegnati a mantenere stabili i prezzi di alcuni prodotti (anche nell’accordo nazionale con il MIPA)

# I risultati (1)



# I risultati (2)



**In base ad alcune stime econometriche, in queste 8 città, gli accordi hanno consentito di ridurre la crescita dei prezzi degli alimentari dello **0,4%** l'anno rispetto alla media nazionale (a parità di altre condizioni). Questo corrisponde ad un risparmio di circa **9 €** pro capite l'anno.**

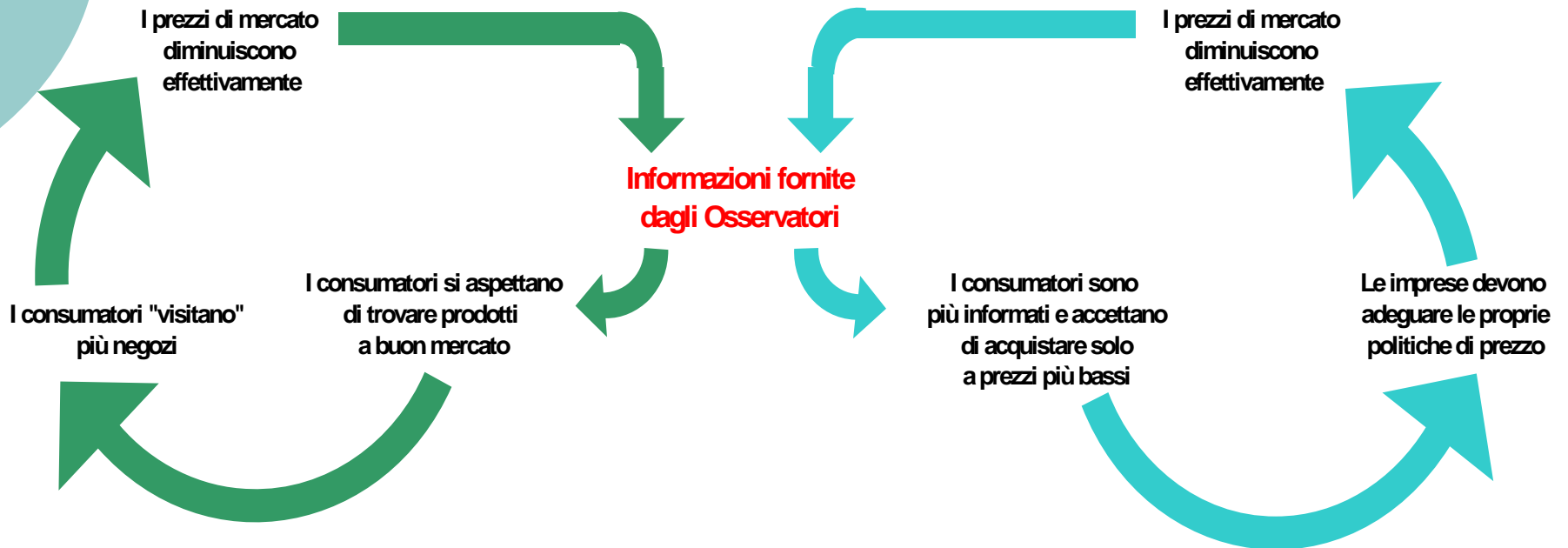
# L'economia degli accordi anti-inflazionistici

---

- In un mercato reale (imperfetto) uno stesso prodotto può essere venduto a prezzi differenti
- Pertanto i prezzi di mercato dipendono, in larga misura, dalle risorse (tempo, spostamenti, ecc.) dedicate dai consumatori alla ricerca dei prodotti più convenienti
- Diffondere informazioni tra i consumatori rende meno costosa e più efficiente la ricerca dei prodotti
- **Pertanto gli Osservatori possono svolgere un ruolo fondamentale per il contenimento dell'inflazione**



# Il circolo virtuoso informazione-prezzi



Modelli di "search"

Modelli con "reservation price"

# Alcune linee guida per gli Osservatori

---

- Gli Osservatori non devono limitarsi a condurre “studi di settore”, ma devono svolgere un ruolo attivo nella diffusione delle informazioni presso i consumatori, incoraggiando la ricerca dei punti vendita più economici
- E' meglio evitare la diffusione di liste complete dei prezzi per scongiurare il pericolo di collusione tra gli operatori a danno dei consumatori
- Gli osservatori dovrebbero diffondere “prezzi di riferimento” preferibilmente inferiori alla media dei prezzi di mercato (altrimenti i consumatori non ricevono informazioni aggiuntive rispetto a quelle già possedute e quindi non sono incoraggiati ad intensificare la ricerca dei prodotti più convenienti)
- L'attività degli Osservatori può essere utile anche se, inizialmente, coinvolge pochi consumatori e pochi esercizi commerciali (è sufficiente un piccolo impulso per attivare il circolo virtuoso informazioni-prezzi)
- Gli effetti anti-inflazionistici degli Osservatori possono essere inizialmente modesti, ma col tempo tendono a rafforzarsi (grazie al circolo virtuoso informazioni-prezzi)
- E' bene evitare che i prezzi scendano troppo o troppo rapidamente per lasciare alle imprese margini sufficienti per investire in nuove tecnologie e forme organizzative che riducono i costi (e i prezzi) nel medio periodo

# Riferimenti

---

D'Elia E., "The Economics of Anti-Inflation Agreements", in via di pubblicazione su *Economia, società e istituzioni*, LUISS, 2005.

ISAE, "Gli accordi per il contenimento dei prezzi", in *Le previsioni per l'economia italiana*, Febbraio 2005.