

Consumi

Perché chi fa la spesa
misura l'inflazione
meglio dell'Istat

■ di GIAMPAOLO FABRIS

Il tema della qualità percepita avrebbe ben dovuto insegnare qualcosa. Le aziende, da tempo, si sono infatti accorte che ciò che motiva o dissuade l'acquisto non è la definizione di qualità di cui sono depositari i tecnici al suo interno. Bensì la qualità così come viene percepita e declinata dai consumatori. Tutto il vasto impianto metodologico delle indagini di *customer satisfaction* - una fra le tipologie di ricerca a cui le imprese fanno più spesso ricorso - si fonda appunto sulla percezione soggettiva della qualità. E' a questa dimensione che viene riconosciuto un indiscutibile valore. La percezione dell'inflazione invece - chiamata sovente in causa per giustificare il gap sempre più elevato, e francamente imbarazzante, tra il sentire comune e i dati ufficiali - è stata per lo più declassata ad una sorta di effetto visionario, di valutazione emotiva e superficiale. Tale da non scalfire la scientificità dei calcoli del nostro Istituto di Statistica. Che invece, proprio in quest'area, conduce le sue battaglie di retroguardia e fornisce così - continuando ad indulgere in anacronistiche valutazioni medie, nell'arrogante difesa del proprio operare - un pessimo servizio al Paese.

Perché la società italiana è estremamente diversificata, socialmente e come capacità di spesa, ed il pacchetto di beni consumati dai differenti strati sociali è profondamente dissimile. L'incidenza della spesa alimentare, tanto per fare un esempio, varia fortemente a seconda dei livelli di reddito. Chi scrive è solo marginalmente toccato dall'aumento del prezzo del pane ma la valutazione varia drammaticamente se ci si riferisce ad una famiglia a basso reddito con tanti figli. E' singolare che, mentre si riconosce che il consumatore disponga di un diffuso sapere

- che finalmente le nuove tecnologie, e in particolare il Web 2.0 consentono di esprimere, un sapere che rappresenta la più avanzata frontiera con cui il marketing deve adesso confrontarsi - venga poi invece irriso quando si parla di inflazione.

I dati forniti in questi giorni sull'inflazione - che sfiora il 5% - per gli acquisti ad alta frequenza rendono giustizia all'opinione, plebiscitaria come ci indicano le ricerche, che i dati Istat abbiano costantemente sottovalutato i tassi di

inflazione. Anche se si riferiscono al 40% del totale budget familiare appare difficile pensare che il livello di inflazione per le altre spese (tra cui le tariffe pubbliche e dei servizi che hanno fatto registrare gli incrementi maggiori) incida con valori tanto bassi sul calcolo del tasso generale.

Ritengo che esaurire il dibattito sulla composizione del paniere - che si riaccende ogni volta che l'Istat inserisce o elimina in maniera tanto fantasiosa beni o servizi - non porti lontano. Il paniere ormai è composto da così tante voci che l'aggiunta o la soppressione di alcune risulta del tutto irrilevante. Estremamente significativi invece i pesi ponderali che i singoli capitoli rivestono sui bilanci delle famiglie: che devono essere calcolati sulla base dell'effettiva incidenza del bene sul budget familiare, non su valori medi. Il dato più clamoroso è la sottovalutazione dell'incidenza delle spese per l'abitazione sui bilanci familiari. La produzione di un unico indice - a fronte della forte sperequazione nei redditi delle famiglie italiane - diviene un'operazione politicamente e socialmente scorretta.

C'è da chiedersi inoltre se la rilevazione dei prezzi, nei punti vendita campionati da Istat, sia davvero rappresentativa delle nuove formule distributive, dei forti mutamenti intervenuti nelle abitudini di shopping degli italiani. Infine il peso che rivestono le marche nella composizione del paniere - le aziende vendono prodotti ma i consumatori (anche se a taluni dispiace ammetterlo) acquistano marche che, come sappiamo, sono fortemente diverse nel prezzo e discriminanti per quanto riguarda gli acquisti - dovrebbe essere ben più esplicito.

Credo che l'Istat debba rinunciare a un ruolo storico di tipo notarile, ad indulgere in comportamenti inerziali per sviluppare invece una nuova sensibilità sociologica. Anche per scongiurare che, a fronte dei suoi confusivi ed inattendibili dati, riemergano pericolosissime tentazioni - siamo in clima di rinnovo di contratti - di reintroduzione della scala mobile.

*L'idea di un unico
paniere di beni
uguale per tutti
è completamente
anacronistica
e i danni si vedono*

inflazione. Anche se si riferiscono al 40% del totale budget fa-

