



UNIONCAMERE



BMTI

# **INDICE DEI PREZZI UFFICIALI ALL'INGROSSO PER IL SETTORE AGROALIMENTARE**

---

**NOTA METODOLOGICA**

## INDICE

1) Gli obiettivi di un indice dei prezzi all'ingrosso _____	3
2) Il patrimonio informativo camerale: dai prezzi ufficiali locali all'indice nazionale _____	3
3) Il paniere _____	4
4) Costruzione degli indici _____	5
5) Struttura di ponderazione _____	7
6) Diffusione dei dati _____	8
APPENDICE 1 – Paniere Indice dei Prezzi Ufficiali all'Ingrosso - Anno 2019 _____	9

## 1) Gli obiettivi di un indice dei prezzi all'ingrosso

---

La costruzione di un indice dei prezzi all'ingrosso ha la finalità di colmare un vuoto informativo sulla fase precedente a quella del consumo, sfruttando la capillare e composita produzione informativa sui prezzi all'ingrosso realizzata dalle Camere di Commercio sul territorio nazionale, che garantisce un monitoraggio continuo dei prezzi dei prodotti agroalimentari nella fase di scambio dell'ingrosso.

L'impianto metodologico per la costruzione degli indici dei prezzi all'ingrosso è stato progettato in linea sia con le caratteristiche della rilevazione delle Camere di Commercio e dei Mercati all'ingrosso, sia mutuando parzialmente l'impostazione metodologica utilizzata dall'ISTAT per il calcolo dell'indice dei prezzi al consumo (NIC).

## 2) Il patrimonio informativo camerale: dai prezzi ufficiali locali all'indice nazionale

---

La formazione dei prezzi all'ingrosso dei prodotti agroalimentari da sempre ha rappresentato un ambito di osservazione specifico da parte del sistema camerale. Ogni settimana un ampio numero di Camere di Commercio si cura di accertare i prezzi ai quali sono stati scambiati sul mercato locale i principali prodotti agricoli ed agroalimentari.

- **I prezzi ufficiali delle Camere di Commercio**

Le camere di Commercio pubblicano periodicamente i listini prezzi all'ingrosso dei prodotti agricoli ed agroalimentari. Tali listini hanno valore legale (è il prezzo di riferimento in caso di controversie), sono utilizzati per le statistiche ufficiali e garantiscono la trasparenza dei mercati, essendo il principale punto di riferimento per gli operatori delle filiere agroalimentari.

- **Come vengono definiti i prezzi**

Indipendentemente dal "luogo" preposto alla rilevazione dei prezzi (Borse Merci, Sale di Contrattazione, Uffici Prezzi delle Camere di Commercio), il modo più utilizzato per la loro definizione è quello di affidarla ad una Commissione di esperti e rappresentanti della filiera. Meno frequente, ma comunque presente in diverse realtà, è la pratica di fare un'indagine diretta presso le imprese della provincia.

- **Le declaratorie dei listini prezzi**

Ogni listino camerale utilizza proprie declaratorie per definire i prodotti su cui rilevare i prezzi. Strettamente "locali" sono anche le definizioni delle caratteristiche del prodotto (ad es. per i cereali il contenuto proteico, il peso specifico, etc...; per il vino la tipologia, la denominazione, l'annata, la zona di produzione, ecc...), dell'unità di misura (ad es. €/t, €/kg, €/l, €/hl, €/ettogrado) e della fase di scambio (ad.es. franco arrivo, franco partenza, etc.). E' quindi tutt'altro che immediato andare a effettuare un confronto tra due prezzi dello stesso prodotto di due listini diversi. Tali "confronti" sono possibili solo con molta cautela e conoscendo nel dettaglio le conseguenze della costruzione di un livello di aggregazione intermedio.

- **I listini di raccordo**

Unioncamere e Borsa Merci Telematica Italiana hanno avviato un lavoro di analisi dei listini camerali, inizialmente per il settore cerealicolo e poi per altri settori, finalizzato ad individuare dei listini di raccordo che consentissero di confrontare le declaratorie di prodotto e i relativi andamenti dei prezzi. Tale lavoro è stato poi ripreso dal Ministero delle Politiche Agricole, Alimentari e Forestali, che ha dato incarico a Borsa Merci Telematica Italiana di avviare un iter istituzionale per la creazione di listini con declaratorie omogenee per i comparti cerealicolo ed olivicolo-oleario.

- **L'Indice dei Prezzi Ufficiali all'ingrosso**

Il passaggio ulteriore che si è fatto in questa sede è stato quello di costruire – a partire dai prezzi ufficiali rilevati dalle Camere di Commercio e sfruttando i vari “listini di raccordo” – degli indici sintetici dei prezzi all'ingrosso (v. Figura 1).

Figura 1: Dalla produzione dei dati sui prezzi all'Indice dei Prezzi Ufficiali all'ingrosso



### 3) Il paniere

A partire dall'analisi del paniere dei prodotti utilizzato dall'ISTAT per la costruzione dell'indice dei prezzi al consumo (NIC) si è proceduto alla costruzione di un paniere di prodotti scambiati all'ingrosso, incentrato su un nucleo rappresentativo di prodotti agroalimentari per i comparti:

- Riso e Cereali
- Carni
- Lattiero-Caseari
- Oli e Grassi
- Vini

Come esaurientemente descritto nell'Appendice 1, il primo livello della classificazione considera 5 **classi** di prodotti; il secondo è costituito da 20 **sottoclassi** e il terzo è formato da 30 **segmenti** di consumo. I segmenti di consumo sono rappresentati da un insieme definito di prodotti denominati **posizioni rappresentative**, scelti sulla base del paniere del NIC, apportando le necessarie modifiche dovute alla differente fase di scambio. Le posizioni rappresentative considerate sono 52; di queste, alcune sono di natura composita, cioè formate da più voci di prodotto.

Per ogni voce di prodotto sono state analizzate le piazze che rilevano i listini camerati delle stesse; la scelta delle piazze da utilizzare è stata fatta sulla base di quelle maggiormente significative a seconda del prodotto.

Una volta scelti i prodotti-base del paniere si è proceduto alla raccolta e archiviazione dei prezzi all'ingrosso, rilevati dalle Camere di Commercio e dai Mercati all'ingrosso, a partire da gennaio 2011; successivamente si è passati alla costruzione degli indici temporali per voci di prodotto utilizzando come anno base il 2010.

Nel caso della classe del vino, a partire dai listini settimanali pubblicati dalle Camere di Commercio si è proceduto alla costruzione di un paniere di prodotti scambiati all'ingrosso, incentrato su un nucleo rappresentativo di varietà di "vino sfuso" (per vino sfuso si intende vino non ancora imbottigliato e non sigillato ermeticamente con il tappo in sughero o plastica, che i produttori vendono in damigiane, botti, cisterne), classificati in base a tipologia (bianchi, rossi e rosati), denominazione, annata, zona di produzione, fasce di prezzo (fascia bassa, media, alta e premium). Per quanto riguarda i vini frizzanti e spumanti è stato tenuto conto anche dei vini imbottigliati.

La composizione del paniere dei prodotti del vino viene aggiornata a cadenza annuale tenendo conto dei nuovi prodotti che iniziano ad essere rilevati nel periodo ottobre-dicembre<sup>1</sup> e di quelli che invece non vengono più rilevati (ad esempio per l'arrivo della nuova annata, eccetera). Le fasce di prezzo a valere per l'anno t sono individuate sulla base dei percentili (le soglie sono state determinate in corrispondenza dei percentili 30°, 60° e 90°) della distribuzione della media dei prezzi nel periodo ottobre-dicembre dell'anno t-1.

Tutti gli indici dei prodotti del vino sono espressi sia in base di calcolo sia in base di riferimento: la prima è per convenzione riferita al mese di dicembre dell'anno t-1 (i.e. per l'anno 2018, base dicembre 2017=100); gli indici in base di calcolo per classe, sottoclasse e segmento vengono quindi concatenati per ottenere indici in base di riferimento (base dicembre 2015=100).

#### 4) Costruzione degli indici

---

Gli indici all'ingrosso sono basati sulla rilevazione dei prezzi svolta dalle Camere di Commercio a livello provinciale e su quella ufficiale dei mercati all'ingrosso.

Più nel dettaglio, nell'ambito della rilevazione provinciale, sono state scelte le piazze significative per ogni posizione rappresentativa; per ciascuna piazza considerata le rilevazioni dei prezzi sono state trasformate in numeri indice (rapporto fra il prezzo corrente del prodotto e il prezzo dello stesso prodotto rilevato nell'anno base). Una volta ottenuti gli indici per piazza/provincia questi sono stati aggregati con media geometrica ottenendo così l'indice nazionale per ciascun prodotto/posizione rappresentativa. Nel caso della classe del vino non sono state operate distinzioni per piazza. Per ciascun prodotto le rilevazioni dei prezzi sono state trasformate in numeri indice (rapporto fra il prezzo

---

<sup>1</sup> I mesi tra ottobre e dicembre sono tipicamente quelli nei quali giungono sul mercato le nuove produzioni e l'offerta registra un assestamento. Tale periodo dell'anno t-1 è il riferimento per la determinazione delle fasce di prezzo per l'anno t.

corrente del prodotto e il prezzo dello stesso prodotto nel periodo base). Questi sono stati successivamente aggregati mediante medie geometriche ottenendo così l'indice per ciascuna posizione rappresentativa.

Il metodo di calcolo degli indici delle singole posizioni rappresentative ( $h$ ) prevede quindi tre passaggi:

1. calcolo dei microindici ( $I$ ) per piazza ( $i$ ), mediante il rapporto tra il prezzo della settimana corrente ( $s, m, a$ ) ed il prezzo della stessa voce di prodotto osservata sulla stessa piazza nel mese di base;

$$iI_h^{s,m,a} = \frac{iP_h^{s,m,a}}{iP_h^{base,a}}$$

2. sintesi dei microindici provinciali, mediante media geometrica, che dà luogo all'indice elementare di posizione rappresentativa nazionale;

$$I_h^{s,m,a} = \left[ \prod_{i=1}^n iI_h^{s,m,a} \right]^{\frac{1}{n}}$$

3. l'aggregazione per posizione rappresentativa dei microindici settimanali, tramite media aritmetica semplice, al fine di ottenere l'indice mensile.

$$I_h^{m,a} = \frac{1}{4} \sum_{s=1}^4 I_h^{s,m,a}$$

- 4a. ottenuti gli indici mensili per posizione rappresentativa, questi vengono aggregati con media aritmetica ponderata ottenendo l'indice per il livello subito precedente, il **segmento** ( $z$ ).

$$I_z^{m,a} = \sum_h f_h * I_h^{m,a}$$

Con questa stessa formula – media aritmetica ponderata - vengono calcolati anche gli indici per i livelli superiori (sottoclasse e classe).

- 4b. Nel caso della classe del vino una volta ottenuti gli indici mensili per posizione rappresentativa questi vengono aggregati con media aritmetica semplice ottenendo gli indici di livello superiore, ovvero per segmento ( $z$ ).

$$I_z^{m,a} = \frac{1}{n} \sum_{h=1}^n I_h^{m,a}$$

Una volta ottenuti gli indici mensili per segmento questi vengono aggregati con media aritmetica ponderata ottenendo l'indice per i livelli superiori (sottoclasse e classe).

$$I_q^{m,a} = \sum_h f_h * I_z^{m,a}$$

fino ad arrivare ad un unico indice nazionale dell'agroalimentare tramite media ponderata.

## 5) Struttura di ponderazione

Nella fase di aggregazione degli indici per i livelli superiori è stato utilizzato un sistema di pesi che - a seconda della fase, del comparto e della disponibilità dei dati - si è basato sui seguenti criteri:

- a) pesi dell'ISTAT (laddove disponibili e replicabili);
- b) consumo apparente (produzione + importazione – esportazione, al lordo delle scorte);
- c) produzione;
- d) valutazioni di esperti (indagine qualitativa presso operatori ed esperti dei singoli mercati);
- e) nel caso della classe del vino, sono stati utilizzati anche i dati sulle vendite a valori di iper, super e libero servizio piccolo (anno 2018) di fonte IRI per costruire i pesi utilizzati per il calcolo degli indici per sottoclasse.

Tabella 5.1 – Pesi utilizzati per il calcolo degli indici dei Prezzi Ufficiali all'ingrosso, per classi di prodotto Anno 2015, valori percentuali (Fonte: Istat)

Classi di prodotto	Pesi
Riso e Cereali	27,6829
Carni	38,5367
Latte, Formaggi e Uova	22,0079
Oli e Grassi	5,3608
Vini	6,4117
<b>Indice Generale</b>	<b>100,0000</b>

Tabella 5.2 – Pesi utilizzati per il calcolo degli indici per sottoclasse della classe del vino Anno 2018, valori percentuali (Fonte: IRI)

		Pesi
<b>Sottoclasse</b>	<b>Vini comuni</b>	<b>100,0000</b>
Segmento	Vini comuni bianchi	41,5739
Segmento	Vini comuni rossi	53,4914
Segmento	Vini comuni rosati	4,9347

<b>Sottoclasse</b>	<b>Vini di qualità</b>	100,0000
Segmento	Vini di qualità bianchi	41,5739
Segmento	Vini di qualità rossi	53,4914
Segmento	Vini di qualità rosati	4,9347
<b>Sottoclasse</b>	<b>Vini spumanti/frizzanti</b>	100,0000
Segmento	Vini spumanti/frizzanti metodo charmat	76,5635
Segmento	Vini spumanti/frizzanti metodo classico	23,4365

## 6) Diffusione dei dati

---

Gli indici dei Prezzi Ufficiali all'ingrosso vengono calcolati e pubblicati mensilmente per classi, sottoclassi e segmenti.



**APPENDICE**

**INDICE DEI PREZZI UFFICIALI ALL'INGROSSO - ANNO 2019  
STRUTTURA GERARCHICA E PANIERE**

Codice	Livello	Denominazione
01	<b>Classe</b>	<b>Riso e Cereali</b>
01.1	<b>Sottoclasse</b>	<b>Riso</b>
01.1.1	<b>Segmento</b>	<b>Riso</b>
01.1.1.1	<i>Posizione Rappresentativa</i>	Risi per consumo interno
01.2	<b>Sottoclasse</b>	<b>Farine e Sfarinati</b>
01.2.1	<b>Segmento</b>	<b>Farine di frumento tenero</b>
01.2.1.1	<i>Posizione Rappresentativa</i>	Farine di frumento tenero "tipo 00"
01.2.1.2	<i>Posizione Rappresentativa</i>	Farine di frumento tenero "tipo 0"
01.2.2	<b>Segmento</b>	<b>Sfarinati di frumento duro</b>
01.2.2.1	<i>Posizione Rappresentativa</i>	Semola
02	<b>Classe</b>	<b>Carni</b>
02.1	<b>Sottoclasse</b>	<b>Carne Bovina</b>
02.1.1	<b>Segmento</b>	<b>Carne di bovino adulto</b>
02.1.1.1	<i>Posizione Rappresentativa</i>	Carne bovina (mezzene)
02.1.1.2	<i>Posizione Rappresentativa</i>	Carne bovina (quarto posteriore)
02.2	<b>Sottoclasse</b>	<b>Carne Suina</b>
02.2.1	<b>Segmento</b>	<b>Carne suina</b>
02.2.1.1	<i>Posizione Rappresentativa</i>	Carne suina (coscia per produzione tipica)
02.2.1.2	<i>Posizione Rappresentativa</i>	Carne suina (lombo Modena)
02.3	<b>Sottoclasse</b>	<b>Carne Ovina</b>
02.3.1	<b>Segmento</b>	<b>Carne ovina</b>
02.3.1.1	<i>Posizione Rappresentativa</i>	Carne ovina
02.4	<b>Sottoclasse</b>	<b>Carni avicunicole</b>
02.4.1	<b>Segmento</b>	<b>Pollo</b>
02.4.1.1	<i>Posizione Rappresentativa</i>	Polli a busto
02.4.2	<b>Segmento</b>	<b>Tacchino</b>
02.4.2.1	<i>Posizione Rappresentativa</i>	Tacchini eviscerati
02.4.3	<b>Segmento</b>	<b>Coniglio</b>
02.4.3.1	<i>Posizione Rappresentativa</i>	Conigli macellati

02.5	<b>Sottoclasse</b>	<b>Salumi</b>
02.5.1	<b>Segmento</b>	<b>Salumi</b>
02.5.1.1	<i>Posizione Rappresentativa</i>	Prosciutto crudo
02.5.1.2	<i>Posizione Rappresentativa</i>	Prosciutto cotto
02.5.1.3	<i>Posizione Rappresentativa</i>	Salame
02.5.1.4	<i>Posizione Rappresentativa</i>	Bresaola
02.5.1.5	<i>Posizione Rappresentativa</i>	Mortadella
02.6	<b>Sottoclasse</b>	<b>Altri preparati a base di carne</b>
02.6.1	<b>Segmento</b>	<b>Preparati con carne macinata</b>
02.6.1.1	<i>Posizione Rappresentativa</i>	Salsiccia
02.6.1.2	<i>Posizione Rappresentativa</i>	Wurstel
03	<b>Classe</b>	<b>Latte, Formaggi e Uova</b>
03.1	<b>Sottoclasse</b>	<b>Latte spot</b>
03.1.1	<b>Segmento</b>	<b>Latte spot</b>
03.1.1.1	<i>Posizione Rappresentativa</i>	Latte spot
03.2	<b>Sottoclasse</b>	<b>Yogurt</b>
03.2.1	<b>Segmento</b>	<b>Yogurt</b>
03.2.1.1	<i>Posizione Rappresentativa</i>	Yogurt
03.3	<b>Sottoclasse</b>	<b>Formaggi e latticini</b>
03.3.1	<b>Segmento</b>	<b>Formaggi a stagionatura lunga</b>
03.3.1.1	<i>Posizione Rappresentativa</i>	Pecorino Romano
03.3.1.2	<i>Posizione Rappresentativa</i>	Parmigiano Reggiano
03.3.1.3	<i>Posizione Rappresentativa</i>	Grana Padano
03.3.2	<b>Segmento</b>	<b>Formaggi a stagionatura media</b>
03.3.2.1	<i>Posizione Rappresentativa</i>	Asiago
03.3.2.2	<i>Posizione Rappresentativa</i>	Gorgonzola
03.3.2.3	<i>Posizione Rappresentativa</i>	Fontina
03.3.2.4	<i>Posizione Rappresentativa</i>	Taleggio
03.3.2.5	<i>Posizione Rappresentativa</i>	Emmentaler
03.3.3	<b>Segmento</b>	<b>Formaggi freschi e latticini</b>
03.3.3.1	<i>Posizione Rappresentativa</i>	Mozzarella di latte vaccino
03.4	<b>Sottoclasse</b>	<b>Altri prodotti a base di latte</b>
03.4.1	<b>Segmento</b>	<b>Altri prodotti a base di latte</b>
03.4.1.1	<i>Posizione Rappresentativa</i>	Panna (crema di latte)

03.5	<b>Sottoclasse</b>	<b>Uova</b>
03.5.1	<b>Segmento</b>	<b>Uova</b>
03.5.1.1	<i>Posizione Rappresentativa</i>	Uova
04	<b>Classe</b>	<b>Oli e Grassi</b>
04.1	<b>Sottoclasse</b>	<b>Burro</b>
04.1.1	<b>Segmento</b>	<b>Burro</b>
04.1.1.1	<i>Posizione Rappresentativa</i>	Burro
04.2	<b>Sottoclasse</b>	<b>Margarina</b>
04.2.1	<b>Segmento</b>	<b>Margarina</b>
04.2.1.1	<i>Posizione Rappresentativa</i>	Margarina
04.3	<b>Sottoclasse</b>	<b>Olio di oliva</b>
04.3.1	<b>Segmento</b>	<b>Olio di oliva</b>
04.3.1.1	<i>Posizione Rappresentativa</i>	Olio extravergine di oliva
04.3.1.2	<i>Posizione Rappresentativa</i>	Olio vergine di oliva
04.4	<b>Sottoclasse</b>	<b>Altri oli alimentari</b>
04.4.1	<b>Segmento</b>	<b>Altri oli alimentari</b>
04.4.1.1	<i>Posizione Rappresentativa</i>	Olio di semi di girasole
04.4.1.2	<i>Posizione Rappresentativa</i>	Olio di semi di mais
05	<b>Classe</b>	<b>Vini</b>
05.1	<b>Sottoclasse</b>	<b>Vini comuni</b>
05.1.1	<b>Segmento</b>	<b>Vini comuni bianchi</b>
05.1.1.1	<i>Posizione Rappresentativa</i>	Vini comuni bianchi
05.1.2	<b>Segmento</b>	<b>Vini comuni rossi</b>
05.1.2.1	<i>Posizione Rappresentativa</i>	Vini comuni rossi
05.1.3	<b>Segmento</b>	<b>Vini comuni rosati</b>
05.1.3.1	<i>Posizione Rappresentativa</i>	Vini comuni rosati
05.2	<b>Sottoclasse</b>	<b>Vini di qualità</b>
05.2.1	<b>Segmento</b>	<b>Vini di qualità bianchi</b>
05.2.1.1	<i>Posizione rappresentativa</i>	Vini di qualità bianchi di fascia bassa
05.2.1.2	<i>Posizione rappresentativa</i>	Vini di qualità bianchi di fascia media
05.2.1.3	<i>Posizione rappresentativa</i>	Vini di qualità bianchi di fascia alta
05.2.1.4	<i>Posizione rappresentativa</i>	Vini di qualità bianchi di fascia premium
05.2.2	<b>Segmento</b>	<b>Vini di qualità rossi</b>
05.2.2.1	<i>Posizione rappresentativa</i>	Vini di qualità rossi di fascia bassa
05.2.2.2	<i>Posizione rappresentativa</i>	Vini di qualità rossi di fascia media
05.2.2.3	<i>Posizione rappresentativa</i>	Vini di qualità rossi di fascia alta
05.2.2.4	<i>Posizione rappresentativa</i>	Vini di qualità rossi di fascia premium
05.2.3	<b>Segmento</b>	<b>Vini di qualità rosati</b>
05.2.3.1	<i>Posizione rappresentativa</i>	Vini di qualità rosati
05.3	<b>Sottoclasse</b>	<b>Vini spumanti/frizzanti</b>

05.3.1	<b>Segmento</b>	<b>Vini spumanti/frizzanti metodo charmat</b>
05.3.1.1	<i>Posizione rappresentativa</i>	Vini spumanti/frizzanti metodo charmat
05.3.2	<b>Segmento</b>	<b>Vini spumanti/frizzanti metodo classico</b>
05.3.2.1	<i>Posizione rappresentativa</i>	Vini spumanti/frizzanti metodo classico