



## **Abstract della presentazione del 25 ottobre 2010**

*I risultati del progetto Istat - Unioncamere -Istituto Guglielmo Tagliacarne per il calcolo delle parità di potere d'acquisto tra i capoluoghi delle regioni italiane  
di Rita De Carli*

L' intervento è stato finalizzato all'analisi dei risultati ottenuti nel calcolo di un indicatore statistico che misura i differenziali nel livello dei prezzi tra le diverse realtà regionali italiane.

Considerato il carattere sperimentale della ricerca, i risultati sono stati presentati come un tentativo di approfondimento della base informativa del sistema statistico italiano, volto a meglio analizzare le specificità delle realtà territoriali.

L'intervento è stato pertanto illustrativo delle fonti utilizzate e della metodologia di stima dell'indicatore, sottolineando le principali evidenze messe in luce dai dati pubblicati. In definitiva, si voluto offrire uno spunto di riflessione sui possibili sviluppi del lavoro in ambito sia metodologico sia applicativo.

Sono quindi state enucleate le caratteristiche generali dell'indagine, chiarendo come e che cosa ha costituito l'oggetto del confronto (il paniere), facendo luce sui criteri che hanno portato alla selezione dei prodotti nel paniere e alla valutazione della sua rappresentatività. Si è inoltre fatto cenno alla metodologia di stima dell'indicatore e di validazione dei risultati. Infine, sono stati commentati i risultati ottenuti per il 2009, sottolineando le questioni rimaste aperte sia sulla metodologia sia sui possibili utilizzi dell'indicatore in ambito di analisi economica.

Per quanto riguarda i risultati, dopo aver commentato le stime ottenute a livello aggregato, con Bolzano e Bologna che spiccano come città più care e si contrappongono a Napoli, Campobasso e Potenza, che mostrano livelli di prezzo distanti dalle prime di circa il 10%, sono state analizzate più nel dettaglio le specificità relative a ciascun raggruppamento di spesa.

In conclusione, quattro sono stati i punti su cui si è indirizzato il dibattito successivo: la necessità di tener conto dei differenziali di prezzo tra prodotti identici ovvero del

differenziale di prezzo medio calcolato su categorie omogenee di prodotto; la valutazione sui diversi possibili investimenti futuri, da rivolgere alternativamente al rafforzamento delle indagini dirette ovvero al rafforzamento del livello qualitativo delle informazioni di archivio; la copertura territoriale dell'indagine e l'estensione del paniere di spesa.