

1556-60



ISTITUTO CENTRALE DI STATISTICA

ISTITUTO CENTRALE DI STATISTICA  
 BIBLIOTECA  
 0903 201181  
 N° 233/P

ISTAT - Biblioteca  
 Inventario S.B.N. R6229  
 Data 1000

# NORME TECNICHE

PER LA RILEVAZIONE STATISTICA DEI  
 PREZZI ALL'INGROSSO DELLE MERCI

11 78E

030.1.04.0  
Prezzi all'ingrosso

METODI E NORME

Serie B - N. 20

Ottobre 1980

4/



## I N D I C E

## PARTE PRIMA

## CONCETTI E DEFINIZIONI

Capo	I - Campo e oggetto della rilevazione .....	Pag. 7
Capo	II - Estensione merceologica e spaziale della rilevazione .....	" 7
Capo	III - Qualificazione dei prezzi .....	" 8
Capo	IV - Ponti di rilevazione .....	" 9

## PARTE SECONDA

## RILEVAZIONE ED ELABORAZIONI

Capo	V - Rilevazione dei prezzi nei centri di transazione .....	Pag. 13
Capo	VI - Rilevazione dei prezzi presso le unità produttive e commerciali .....	" 14
Capo	VII - Revisione critica dei dati .....	" 16

## PARTE TERZA

## ORGANI E PUBBLICAZIONI

Capo	VIII - Organi di rilevazione .....	Pag. 20
Capo	IX - Commissione nazionale dei prezzi all'ingrosso..	" 20
Capo	X - Pubblicazione e comunicazione dei prezzi .....	" 20
Capo	XI - Disposizioni finali .....	" 22

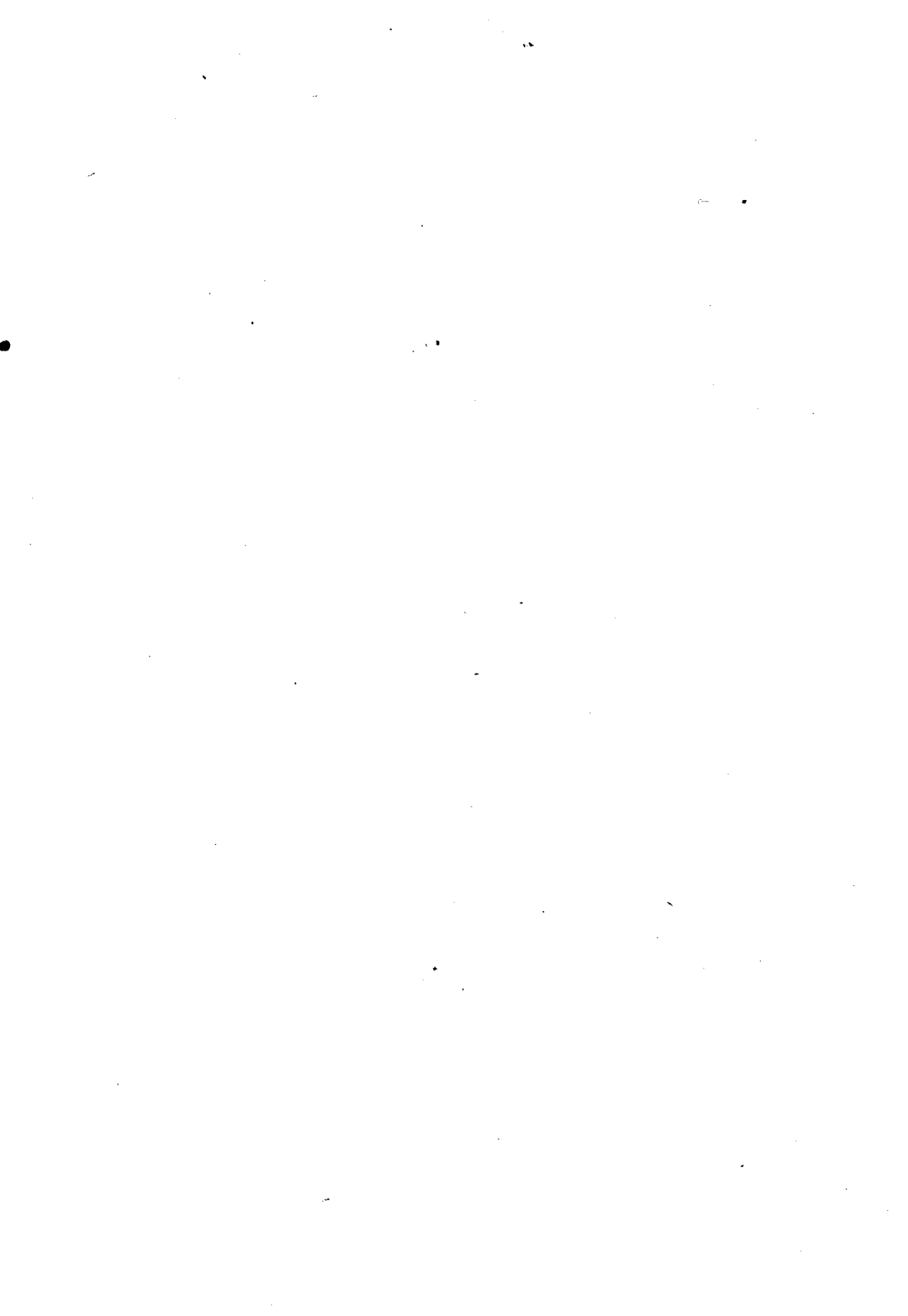
## APPENDICE

Elenco di prodotti a larga rappresentatività nazionale pre disposto dall'Istituto (art. 27 delle presenti Norme) ....	Pag. 23
--	---------



**P A R T E   P R I M A**

**CONCETTI E DEFINIZIONI**



## CAPO I

### CAMPO E OGGETTO DELLA RILEVAZIONE

#### Art. 1

Ai fini delle presenti Norme si intendono per prezzi all'in grosso di una merce i prezzi praticati nelle transazioni, relative al la merce considerata, intercedenti tra operatori economici.

#### Art. 2

Per transazione si intende l'atto economico - giuridico che pone in essere l'obbligo da parte del venditore di trasferire al com pratore la libera disponibilità di una determinata merce, al prezzo pat tuito.

#### Art. 3

Le unità statistiche di rilevazione dei prezzi sono le tran sazioni, di cui agli articoli precedenti, relative alle merci naziona li e nazionalizzate che formano oggetto di scambio interno.

## CAPO II

### ESTENSIONE MERCEOLOGICA E SPAZIALE DELLA RILEVAZIONE

#### Art. 4

La rilevazione dei prezzi all'ingrosso, come sopra definiti, concerne, in linea di massima, le merci (materie prime e prodotti, se milavorati e finiti) che entrano a costituire i vari aggregati reali dei conti economici sia nazionali, sia territoriali.

Un elenco generale indicativo di tali merci viene predispo sto e aggiornato dall'Istituto Centrale di Statistica, sentite le Ca mere di Commercio, Industria, Artigianato e Agricoltura, per guida de gli organi di rilevazione.

## Art. 5

In ciascuna provincia la rilevazione deve essere estesa alme no alle merci per le quali vi sia una produzione locale che rappresenti una quota significativa della produzione nazionale ovvero vi sia una alta densità di contrattazioni.

## CAPO III.

## QUALIFICAZIONE DEI PREZZI

## Art. 6

I prezzi, oggetto di transazione, sono quelli percepiti dai venditori delle merci, vale a dire i prezzi che, moltiplicati per le quantità vendute, forniscono un elemento di ricavo nel conto effettivo o ideale dell'impresa venditrice.

I prezzi debbono essere, pertanto, intesi come effettivo valore di scambio della merce nelle condizioni di tempo e di luogo in cui le transazioni si verificano.

Di norma non sono da includere nel prezzo elementi a questo estranei inerenti a condizioni di consegna o di pagamento, imballaggio, oneri tributari e simili, i quali attengono non tanto al prezzo di vendita quanto al costo della merce per l'acquirente.

## Art. 7

I prezzi debbono essere qualificati, per ciascuna merce oggetto di transazione, dalla natura, varietà, qualità e altre caratteristiche fisiche della merce considerata, rilevanti ai fini della formazione del prezzo.

Le suddette caratteristiche qualitative debbono essere completate col riferimento quantitativo delle transazioni cui il prezzo si riferisce, laddove l'entità della merce contrattata interviene nella formazione del prezzo. La scelta del riferimento quantitativo deve coincidere con le modalità più ricorrenti.



## Art. 8

Ogni prezzo, oltre agli elementi di cui all'articolo precedente, deve essere caratterizzato dalla localizzazione della vendita da cui esso ha avuto origine e dalla settorizzazione della transazione.

Per localizzazione della vendita si intende il luogo di consegna della merce che ha formato oggetto della transazione, normalmente costituito dal luogo in cui si trova l'azienda agricola, la fabbrica o il magazzino del produttore o del commerciante rivenditore.

Per settorizzazione si intende la specificazione del ramo di attività del venditore e, se possibile, dell'acquirente.

## CAPO IV

## FONTI DI RILEVAZIONE

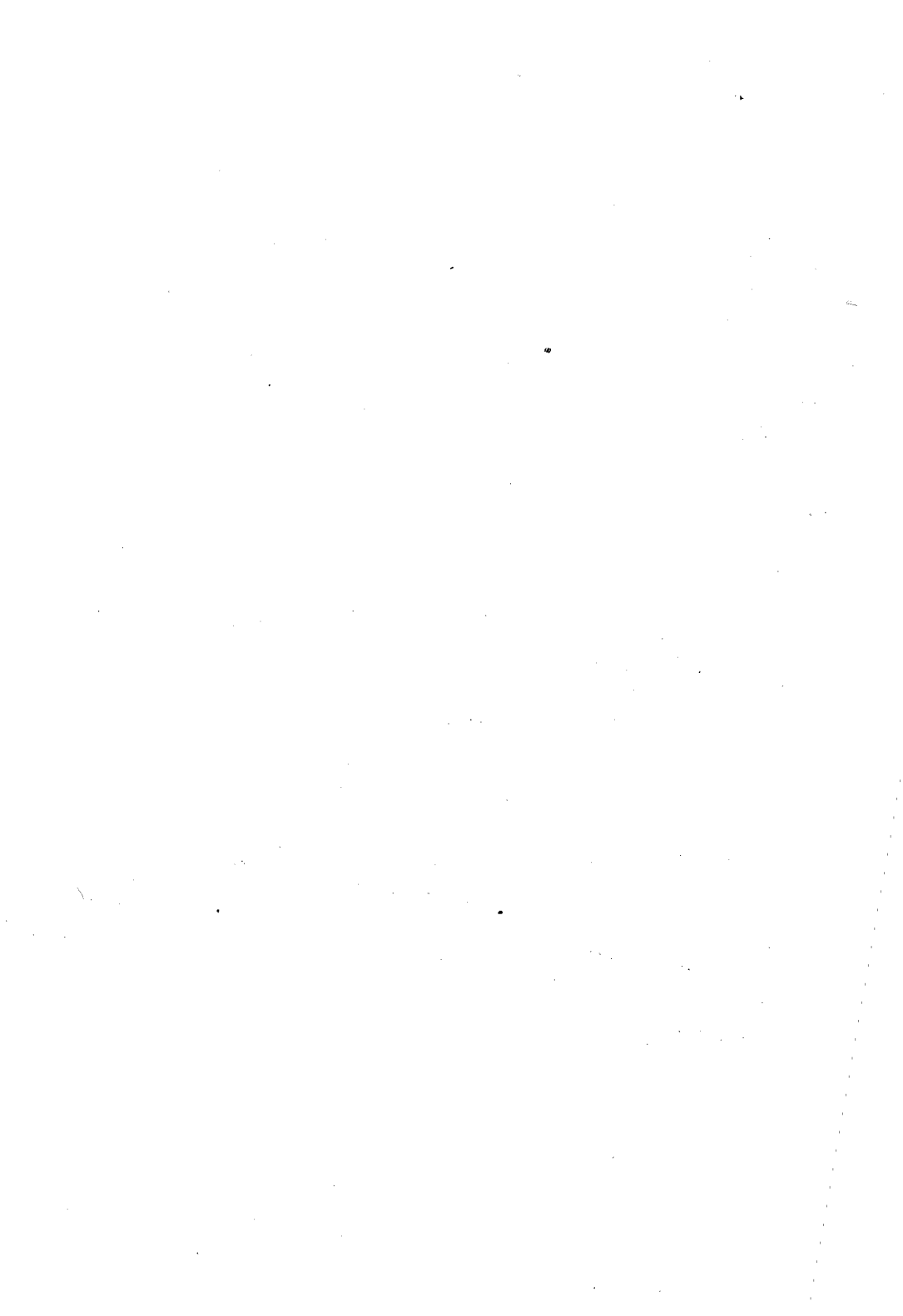
## Art. 9

La rilevazione dei prezzi dei prodotti agricoli e non agricoli viene effettuata, di regola, nei "centri di transazione", intendendo per tali le istituzioni o i luoghi in cui gli operatori sogliono riunirsi per le contrattazioni.

Ai fini della rilevazione costituiscono centro di transazione:

- a) le Borse merci e le Sale di contrattazione;
- b) i Mercati all'ingrosso;
- c) le Fiere e i Mercati rurali.

Nei casi in cui i centri di transazione non esistono o le transazioni in essi effettuate non rappresentano sufficientemente la totalità delle transazioni che si effettuano nella provincia, la rilevazione può essere effettuata o integrata presso le unità produttive o commerciali.



**PARTE SECONDA**  
**RILEVAZIONI ED ELABORAZIONI**



## CAPO V

## RILEVAZIONE DEI PREZZI NEI CENTRI DI TRANSAZIONE

## Art. 10

Nelle Borse merci o nelle Sale di contrattazione vengono rilevati i prezzi delle merci effettivamente trattate nei singoli giorni di mercato.

La rilevazione potrà essere effettuata da apposito incaricato su modelli predisposti dalle singole Camere di Commercio o mediante l'opera di organi collegiali composti da esperti scelti dalle Camere stesse e tali da garantire il contraddittorio.

Nel primo caso ogni modello deve contenere l'indicazione del prezzo ricevuto dal venditore, del settore economico cui questi appartiene, del luogo di consegna e delle condizioni di pagamento della merce.

Il modello di rilevazione deve riportare il nominativo dello operatore e, possibilmente, essere da questi firmato.

Gli operatori che lo desiderano possono compilare essi stessi i modelli di rilevazione.

## Art. 11

Nei mercati all'ingrosso alla rilevazione dei prezzi deve provvedere la direzione del mercato, secondo le norme contenute nel regolamento di mercato, in conformità alle disposizioni dell'Istituto Centrale di Statistica. La rilevazione viene effettuata a mezzo di intervistatori scelti tra i dipendenti all'uopo qualificati i quali, durante tutto il periodo delle vendite, intervisteranno gli operatori per raccogliere dagli stessi i prezzi praticati. Gli intervistatori dovranno registrare, inoltre, anche la qualità e la varietà della merce cui il prezzo si riferisce, e il nome dell'operatore che ha fornito l'indicazione.

## Art. 12

I prezzi praticati nelle Fiere e nei Mercati rurali sono rilevati, a mezzo di appositi modelli, da rilevatori all'uopo designati dalla Camera di Commercio, Industria, Artigianato e Agricoltura.

Le merci da rilevare in tali centri di contrattazione sono stabilite dalla Camera stessa.

Nelle Fiere e nei Mercati rurali la rilevazione viene effettuata, di norma, con riferimento al mercato del giorno più prossimo al 15 del mese.

## CAPO VI

### RILEVAZIONE DEI PREZZI PRESSO LE UNITA' PRODUTTIVE E COMMERCIALI

#### Art. 13

La rilevazione dei prezzi alla produzione dei prodotti agricoli viene effettuata, a completamento o in mancanza delle rilevazioni dei prezzi nei centri di transazione, presso centri di raccolta di cooperative agricole, o direttamente presso le Aziende agricole rappresentative ubicate in "aree di vendita".

Per azienda rappresentativa si intende l'unità per la quale il prodotto, il cui prezzo è soggetto a rilevazione, rappresenta una quota apprezzabile della produzione.

Per "aree di vendita" si intendono zone agrarie, individuate nell'ambito del territorio provinciale, caratterizzate da una maggiore densità e significatività di contrattazioni, generalmente circoscritte a determinati prodotti agricoli.

Dette "aree di vendita" possono coincidere con le "aree di produzione" degli stessi prodotti.

La rilevazione deve essere effettuata, a mezzo di appositi modelli, mensilmente - con riferimento alla settimana comprendente il 15 del mese - o con più breve periodicità nel caso di prodotti particolarmente importanti o di prodotti stagionali.

La rilevazione può avvenire mediante invio a mezzo posta alla Camera dei modelli, debitamente compilati e firmati da persona responsabile dell'azienda, o mediante intervista ad opera di incaricato della Camera stessa.

## Art. 14

La rilevazione dei prezzi dei prodotti agricoli - con esclusione dei prezzi alla produzione disciplinati dal precedente articolo 13 - e di quelli dei prodotti non agricoli, a completamento o in mancanza delle rilevazioni dei prezzi nei centri di contrattazione, viene effettuata presso le aziende industriali o commerciali rappresentative.

Si considerano rappresentative le aziende che trattano con continuità le vendite delle merci alle quali si riferiscono i prezzi.

## Art. 15

La rilevazione dei prezzi presso le unità produttive o commerciali avviene a mezzo di modelli di rilevazione redatti dalla Camera di Commercio.

La rilevazione può avvenire a mezzo di una o più delle seguenti modalità:

- a) mediante invio a mezzo posta alla Camera dei modelli debitamente compilati e firmati da persona responsabile della azienda;
- b) mediante intervista ad opera di incaricato della Camera;
- c) mediante valutazione da parte di apposito comitato formato da operatori del settore interessato e composto in modo da garantire il contraddittorio.

## Art. 16

La rilevazione viene effettuata mensilmente, con riferimento alla settimana comprendente il giorno 15 del mese o con diversa periodicità nel caso di prodotti particolarmente importanti, secondo le disposizioni dell'Istituto Centrale di Statistica.

## Art. 17

Nel caso di aziende aventi unità locali anche fuori della provincia, i prezzi debbono riferirsi alle merci vendute presso le unità locali della provincia.

## CAPO VII

## REVISIONE CRITICA DEI DATI

## Art. 18

I prezzi rilevati sono soggetti a revisione critica da parte degli uffici della Camera di commercio che, all'uopo, si avvarranno di ogni possibile forma di collaborazione, quale l'opera di esperti, sia pubblici che privati, in grado di valutare le tendenze generali in atto nei mercati.

## Art. 19

La revisione critica tende a verificare:

- a) che i prezzi accertati per una determinata merce si riferiscano a transazioni omogenee dal punto di vista della specificazione qualitativa della merce trattata e del settore di vendita della merce stessa, nonché delle altre modalità che possono influire sulla comparabilità dei prezzi, quali le condizioni di consegna, l'imballaggio, ecc.;
- b) che i prezzi accertati non si discostino, senza giustificati motivi, in modo sensibile dai valori rilevati presso le altre piazze o nel precedente periodo di rilevazione: ciò in particolare per quei prezzi che si trovano agli estremi del campo di variazione.

Qualora i prezzi rilevati non vengano ritenuti plausibili, verranno disposti ulteriori accertamenti.

I prezzi medi dovranno essere inviati all'Istituto Centrale di Statistica accompagnati da annotazioni esplicative che illustrino i motivi delle variazioni registrate.

## Art. 20

I prezzi medi mensili di ciascun prodotto sono ottenuti dalla media aritmetica semplice dei prezzi settimanali o quindicinali rilevati e sottoposti a revisione critica, come indicato nei precedenti articoli.



**PARTE TERZA**

**ORGANI E PUBBLICAZIONI**



## CAPO VIII

## ORGANI DI RILEVAZIONE

## Art. 21

In ogni provincia la rilevazione dei prezzi è demandata alla Camera di Commercio, Industria, Artigianato e Agricoltura, la quale, per i prodotti venduti nell'ambito dei mercati all'ingrosso, riceverà i prezzi rilevati dalla direzione dei mercati stessi in base al precedente articolo 11.

## Art. 22

Il Segretario Generale della Camera di Commercio, Industria, Artigianato e Agricoltura è responsabile degli adempimenti inerenti la raccolta, la elaborazione e la revisione critica dei dati.

Il direttore del Mercato all'ingrosso è responsabile della rilevazione nell'ambito del mercato stesso.

## CAPO IX

## COMMISSIONE NAZIONALE DEI PREZZI ALL'INGROSSO

## Art. 23

Presso l'Istituto centrale di statistica è istituita una Commissione nazionale dei prezzi all'ingrosso per l'esame delle questioni inerenti la rilevazione statistica dei relativi prezzi.

## CAPO X

## PUBBLICAZIONE E COMUNICAZIONE DEI PREZZI

## Art. 24

I prezzi rilevati dalla Camera di Commercio, Industria, Artigianato e Agricoltura vengono riportati in apposita pubblicazione denominata "Listino dei prezzi all'ingrosso" con l'indicazione della periodicità del Listino stesso (settimanale, quindicinale, mensile, ecc.).

Il listino dei prezzi all'ingrosso può costituire una pubblicazione o più pubblicazioni, distinte mediante sottotitoli; può, inoltre, essere pubblicato come parte di altra eventuale pubblicazione periodica della Camera.

I listini dei prezzi all'ingrosso possono riportare in apposite rubriche i prezzi di riferimento, i prezzi ufficiali stabiliti per alcune merci del Comitato interministeriale dei prezzi, nonché i prezzi rilevati nei Mercati all'ingrosso.

I prezzi rilevati nei Mercati all'ingrosso vengono pubblicati, a cura delle stesse direzioni, in appositi "Listini" che possono avere la stessa periodicità di quelli pubblicati dalle Camere di Commercio, Industria, Artigianato e Agricoltura.

#### Art. 25

I prezzi rilevati in conformità alle presenti Norme costituiscono, anche se non pubblicati, la base per le certificazioni richieste alle Camere di Commercio, Industria, Artigianato e Agricoltura e per ogni altro fine di interesse pubblico.

#### Art. 26

Per finalità di carattere statistico, nel Listino dei prezzi all'ingrosso, oltre ai prezzi considerati per la determinazione del campo di osservazione di cui all'art. 19, designati, per comodità, come prezzi minimi e prezzi massimi, possono essere pubblicati anche i prezzi medi.

#### Art. 27

L'ordinamento della materia nel Listino dei prezzi all'ingrosso viene stabilito dall'Istituto Centrale di Statistica d'intesa con le Camere di Commercio, Industria, Artigianato e Agricoltura, al fine di realizzare la necessaria uniformità nella presentazione dei dati e nella qualificazione settoriale e merceologica dei prezzi.

In ogni caso dovrà essere garantita la presenza nel listino stesso dell'elenco di prodotti a larga rappresentatività nazionale predisposto dall'Istituto.

## CAPO XI

## DISPOSIZIONI FINALI

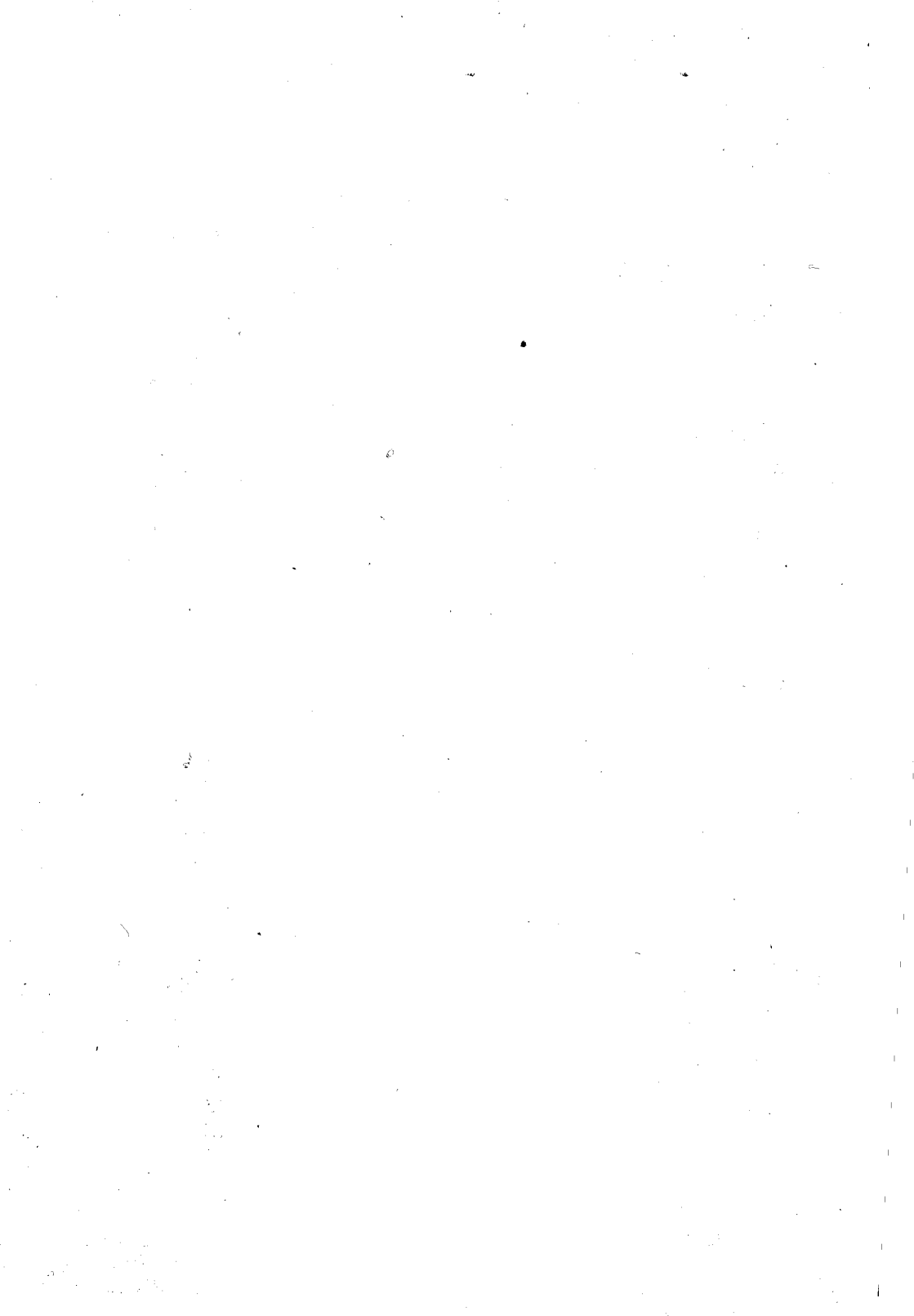
## Art. 28

Le presenti Norme hanno carattere vincolante per tutte le Camere di Commercio, Industria, Artigianato e Agricoltura.

## Art. 29

Gli operatori economici, comunque interessati alla rilevazione dei prezzi, sono tutelati dal segreto d'ufficio ai sensi delle vigenti disposizioni legislative sull'ordinamento dell'Istituto Centrale di Statistica.

I prezzi comunicati dai singoli operatori o comunque riguardanti i singoli operatori, non possono essere comunicati, per nessuna ragione, ad altri Uffici o Enti sia pubblici sia privati.



**APPENDICE**

**ELENCO DI PRODOTTI A LARGA RAPPRESENTATIVITA'  
NAZIONALE PREDISPOSTO DALL'ISTITUTO**

**(Art. 27 delle presenti Norme)**





## PRODOTTI AGRICOLI

## C E R E A L I:

Frumento tenero

Frumento duro

Grano turco

Orzo

Avena

## LEGUMI SECCHI:

Fagioli

Fave

Ceci

Lenticchie

## LEGUMI FRESCHI E ORTAGGI

PATATE

## FRUTTA FRESCA E SECCA

## V I N O

## OLIO D'OLIVA NON RAFFINATO

## BESTIAME D'ALLEVAMENTO:

Vitelli da latte

Manze

Vacche

Tori

Suinetti

Equini

Ovini

Volatili

Conigli

## BESTIAME DA MACELLO:

Bovini

Ovini e caprini

Suini

Pollame

Conigli

## UOVA FRESCHE

## LATTE FRESCO

## CAFFE' CRUDO

## T H E'

## PRODOTTI LEGNOSI

Legname da lavoro

Legname per pasta

Altri assortimenti legnosi

## PRODOTTI NON AGRICOLI

## METALLI FERROSI:

Ghisa

Acciai

Lamiere

Travi e profilati vari

Ferri per c.a.

Tubi di acciaio

## METALLI NON FERROSI:

Rame

Alluminio

Piombo

Zinco

Stagno

Nichelio

**MATERIALI DA COSTRUZIONI:**

Marmi

Pietre

Sabbia

Laterisi

Cemento

Calce

Gesso

Mattonelle in cemento

Tubi in calcestruzzo

Lastre di vetro e di cristallo

Mattonelle in maiolica

**PRODOTTI CHIMICI:**

Pitture, vernici e smalti

Saponi, detersivi e altri prodotti

Altri prodotti chimici

**PRODOTTI DESTINATI ALL'AGRICOLTURA:**

Solfato di rame

Antiperonosporici acuprici

Insetticidi

Fertilizzanti

**CARNI MACELLATE:**

Carni bovine (in quarti compensati)

Carni equine

Carni suine

Carni ovine

Pollame macellato

**S A L U M I:**

Salami

Prosciutto

Mortadella

**PRODOTTI LATTIERO-CASEARI:**

Burro

Formaggi da condimento

Formaggi da tavola

**ALTRI PRODOTTI ALIMENTARI:**

Oli di oliva raffinati

Oli di semi

Margarina

Conserven di pomodori

Marmellate

Succhi di frutta

Baccalà-stoccafisso

Tonno all'olio

Riso

Farina di frumento

Semola

Paste alimentari

Biscotti

Cioccolato

Mangimi per bestiame

Alcool etilico

**PRODOTTI TESSILI:**

Filati

Tessuti di cotone

Tessuti di lana

Altri tessuti

**CUOIO E PELLI:**

Cuoi

Pelli conciate

Legname segato

Legname compensato

Pannelli fibro-legnosi

**LEGNO E MANUFATTI IN LEGNO:**

CARTE E CARTONI

**ISTITUTO CENTRALE DI STATISTICA**  
**PD/B - CENTRO STAMPA - ( 161080 )**

**n. 1.300**

C8