

COME SI RILEVANO I PREZZI AL CONSUMO

INDICE

1. Gli indici dei prezzi al consumo.....	pag. 3
1.1 Le caratteristiche degli indici.....	pag. 3
1.2 L'individuazione dei prodotti da rilevare.....	pag. 3
1.3 La raccolta dei dati	pag. 4
1.4 Il calcolo degli indici.....	pag. 5
2. La rilevazione territoriale dei prezzi al consumo.....	pag. 7
2.1 Caratteristiche generali.....	pag. 7
2.2 Il disegno della rilevazione.....	pag. 7
2.2.1 Organizzazione della rilevazione.....	pag. 7
2.2.2 Piano di campionamento dei punti di vendita.....	pag. 8
<i>Box: Classificazione degli esercizi e delle zone.....</i>	<i>pag. 10</i>
2.2.3 Referenze e numero di osservazioni.....	pag. 10
2.3 La rilevazione sul campo.....	pag. 11
2.3.1 Impiego dei rilevatori.....	pag. 11
2.3.2 Ruolo del rilevatore.....	pag. 12
2.3.3 Calendario della rilevazione.....	pag. 12
2.3.4 Modalità e tecniche di rilevazione.....	pag. 13
2.3.5 Casi di mancata rilevazione.....	pag. 13
2.3.6 Sostituzione delle referenze.....	pag. 14
2.3.7 Riduzioni temporanee di prezzo.....	pag. 14
2.4 Gli affitti delle abitazioni.....	pag. 16
2.4.1 Campo di osservazione.....	pag. 16
2.4.2 Selezione degli appartamenti.....	pag. 17
2.4.3 Modalità di rilevazione.....	pag. 17
2.4.4 Sostituzione degli appartamenti.....	pag. 18

3. La rilevazione centralizzata dei prezzi al consumo...	pag. 19
3.1 Introduzione.....	pag. 19
3.2 Le singole rilevazioni.....	pag. 19
• Tabacchi.....	pag. 20
• Operaio edile.....	pag. 20
• Energia elettrica.....	pag. 20
• Fiammiferi e cerini.....	pag. 21
• Medicinali.....	pag. 21
• Automobili.....	pag. 22
• Ciclomotori e motocicli.....	pag. 23
• Trasferimenti di proprietà.....	pag. 23
• Pedaggi autostradali.....	pag. 24
• Trasporti ferroviari.....	pag. 24
• Autolinee extraurbane.....	pag. 25
• Viaggi aerei.....	pag. 25
• Servizi di navigazione.....	pag. 26
• Servizi postali.....	pag. 27
• Apparecchi per la telefonia mobile.....	pag. 28
• Apparecchi per la telefonia fissa.....	pag. 28
• Telefonia fissa.....	pag. 29
• Telefonia mobile.....	pag. 29
• Telefonia pubblica.....	pag. 30
• Personal computer.....	pag. 30
• Motorcaravan.....	pag. 32
• Imbarcazioni.....	pag. 32
• Concorsi pronostici.....	pag. 32
• Parchi di divertimento.....	pag. 33
• Impianti di risalita.....	pag. 33
• Stabilimenti balneari.....	pag. 34
• Pay tv.....	pag. 34
• Canone tv.....	pag. 35
• Libri non scolastici.....	pag. 35
• Testi scolastici.....	pag. 35
• Periodici.....	pag. 36
• Pacchetti vacanza.....	pag. 36
• Istruzione universitaria.....	pag. 37
• Campeggi.....	pag. 37
• Agriturismi.....	pag. 38
• Servizi finanziari.....	pag. 39
• Tariffe forensi.....	pag. 40

1. Gli indici dei prezzi al consumo

1.1 Le caratteristiche degli indici

I numeri indici dei prezzi al consumo misurano le variazioni nel tempo dei prezzi di un paniere rappresentativo di tutti i beni e i servizi destinati al consumo finale delle famiglie, acquistabili sul mercato attraverso transazioni monetarie (sono escluse, quindi, le transazioni a titolo gratuito, gli autoconsumi, i fitti figurativi, ecc.). Gli indici dei prezzi al consumo sono calcolati utilizzando l'indice a catena del tipo Laspeyres in cui sia il paniere sia il sistema dei pesi vengono aggiornati annualmente.

In particolare, l'Istat produce tre diversi indici dei prezzi al consumo:

- 1) l'Indice dei prezzi al consumo per l'intera collettività (**NIC**);
- 2) l'Indice dei prezzi al consumo per le famiglie di operai e impiegati (**FOI**);
- 3) l'Indice dei prezzi al consumo armonizzato per i paesi dell'Unione europea (**IPCA**).

I tre indici hanno finalità differenti.

- Il **NIC** è utilizzato come misura dell'inflazione a livello dell'intero sistema economico, in altre parole considera l'Italia come se fosse un'unica grande famiglia di consumatori, all'interno della quale le abitudini di spesa sono ovviamente molto differenziate.
- Il **FOI** si riferisce ai consumi dell'insieme delle famiglie che fanno capo a un lavoratore dipendente (operaio o impiegato). E' l'indice usato per adeguare periodicamente i valori monetari, ad esempio gli affitti o gli assegni dovuti al coniuge separato.
- L'**IPCA** è stato sviluppato per assicurare una misura dell'inflazione comparabile a livello europeo. Infatti, viene assunto come indicatore per verificare la convergenza delle economie dei paesi membri dell'Unione Europea. Tale indice viene calcolato e pubblicato dall'Istat e inviato all'Eurostat mensilmente secondo un calendario prefissato. L'Eurostat, a sua volta, diffonde gli indici armonizzati dei singoli paesi dell'UE ed elabora e diffonde l'indice sintetico europeo, calcolato sulla base dei primi.

Il **NIC** e il **FOI** vengono calcolati anche nella versione che esclude il consumo dei tabacchi.

I tre indici hanno in comune, oltre che la metodologia di calcolo e la classificazione del paniere, anche la raccolta dei dati sui singoli prezzi.

1.2 L'individuazione dei prodotti da rilevare

La classificazione adottata per il calcolo degli indici dei prezzi al consumo è la COICOP95 (*Classification of Individual Consumption by Purpose*) nella versione Rev.1.

Il primo livello della classificazione dei prodotti considera 12 capitoli di spesa; il secondo è quello costituito da 38 categorie e il terzo è formato da 106 gruppi di prodotto.

Nella classificazione nazionale i 106 gruppi di prodotto si suddividono, poi, in 205 voci di prodotto che descrivono in maniera esaustiva l'insieme dei consumi considerati e rappresentano il massimo livello di dettaglio della classificazione per classi di consumo omogeneo. L'impossibilità di misurare le variazioni dei prezzi di tutti i singoli prodotti consumati dalle famiglie rende necessario selezionare un campione di specifici beni e servizi che prendono il nome di "posizioni rappresentative": queste ultime permettono una stima affidabile della dinamica dei prezzi della più ampia voce di prodotto. Ad esempio, per misurare la dinamica dei prezzi della voce di prodotto *Pesci surgelati*, vengono seguiti i prezzi delle posizioni rappresentative *Filetti di platessa surgelati*, *Bastoncini di pesce surgelati*, *Nasello surgelato*. Le "posizioni rappresentative" sono selezionate sulla base di una pluralità di fonti e tra le tipologie maggiormente consumate; inoltre devono poter essere agevolmente rilevate sul territorio. La loro individuazione, all'interno delle 205 voci di prodotto, si basa sul criterio di "prevalenza", ovvero vengono selezionati i prodotti cui corrispondono le maggiori quote di consumo. La scelta tiene anche conto del criterio del "peso medio", secondo il quale maggiore è il peso di una voce di prodotto sul totale dei consumi delle famiglie, maggiore deve essere il numero di posizioni rappresentative che contribuiscono a misurare l'evoluzione dei prezzi. Questo principio non vige in modo automatico in quanto va integrato da valutazioni specifiche riguardanti le caratteristiche dei prodotti inclusi in ciascuna voce.

Nel 2006 le posizioni rappresentative sono 562. Di queste, alcune sono di natura composita¹, cioè formate da più prodotti. Nel complesso, il paniere 2006 include 1041 prodotti.

1.3 La raccolta dei dati

La rilevazione dei prezzi al consumo prevede due diverse modalità di raccolta dei dati: la rilevazione territoriale, condotta dagli Uffici comunali di statistica, e la rilevazione centralizzata, effettuata direttamente dall'Istat.

- La rilevazione territoriale, che nel 2006 coinvolge 19 capoluoghi di regione e 67 capoluoghi di provincia, riguarda la maggior parte dei beni e dei servizi inseriti nel paniere. Complessivamente la copertura territoriale dell'indice, misurata in termini di popolazione residente nelle province i cui capoluoghi partecipano alla rilevazione, passa dal 91,1% del 2005 al 90,2% del 2006.
- La rilevazione centralizzata, invece, si riferisce ai prodotti che hanno prezzi uguali su tutto il territorio nazionale (tabacchi, periodici, medicinali, alcune tariffe), a quelli soggetti a continui cambiamenti tecnologici (computer, telefoni cellulari ecc.) e ai servizi il cui godimento non riguarda soltanto la popolazione del comune interessato (camping, stabilimenti balneari ecc.).

Nella tabella 1 è riportato il peso per ciascun capitolo di spesa delle due diverse modalità di rilevazione. L'incidenza delle posizioni rappresentative a rilevazione centralizzata, calcolata in base al peso che ciascuna di esse ha all'interno dell'indice NIC, è pari al 20,4%. Il capitolo "Comunicazioni" è interamente rilevato dall'Istat. D'altro canto, i prezzi delle posizioni rappresentative afferenti ai capitoli dei "Prodotti alimentari e bevande analcoliche" e dell'"Abbigliamento e calzature" vengono invece rilevati esclusivamente dagli Uffici comunali di statistica.

¹ Ad esempio gli ortaggi freschi, la frutta fresca, i servizi di deposito, pagamento e incasso, i concorsi pronostici.

Tabella 1 - Distribuzione dei pesi nell'indice Nic per capitolo di spesa e tipo di rilevazione - Anno 2006

Capitolo	Peso complessivo (in percentuale)	Incidenza percentuale		Distribuzione percentuale	
		rilevazione territoriale	rilevazione centralizzata	rilevazione territoriale (*)	rilevazione centralizzata
Prodotti alimentari e bevande analcoliche	15,4	100,0	-	19,4	-
Bevande alcoliche e tabacchi	2,7	27,9	72,1	1,0	9,7
Abbigliamento e calzature	9,8	100,0	-	12,3	-
Abitazione, acqua, elettricità e combustibili	9,5	84,7	15,3	10,1	7,1
Mobili, articoli e servizi per la casa	9,9	99,7	0,3	12,4	0,1
Servizi sanitari e spese per la salute	7,7	66,6	33,4	6,5	12,6
Trasporti	13,8	60,0	40,0	10,4	27,0
Comunicazioni	3,2	-	100,0	-	15,5
Ricreazione, spettacoli e cultura	8,0	49,0	51,0	4,9	20,1
Istruzione	1,1	76,0	24,0	1,1	1,3
Servizi ricettivi e di ristorazione	10,6	98,1	1,9	13,1	1,0
Altri beni e servizi	8,3	86,2	13,8	9,0	5,6
TOTALE	100,0	79,6	20,4	100,0	100,0

(*) La somma delle percentuali non risulta uguale a 100,0 a causa degli arrotondamenti.

1.4 Il calcolo degli indici

Nell'ambito della rilevazione territoriale, per ogni comune capoluogo di provincia le quotazioni di prezzo relative a ciascuna posizione rappresentativa (ad esempio i prezzi del pane rilevati nei diversi punti di vendita selezionati nell'ambito del comune) vengono trasformati in indici e successivamente aggregati, dando luogo all'indice provinciale di posizione rappresentativa.

Nell'ambito della rilevazione centralizzata, le singole quotazioni di prezzo (ad esempio i prezzi dei diversi telefoni cellulari rilevati) vengono elaborate e aggregate, dando luogo all'indice di posizione rappresentativa.

Al termine di questa prima fase di calcolo degli indici elementari, per ciascun comune capoluogo di provincia si dispone, quindi, di indici per ciascuna posizione rappresentativa, derivanti in gran parte dalla rilevazione territoriale ed in misura più contenuta dalla rilevazione centralizzata. Questi indici costituiscono l'aggregato elementare per le successive aggregazioni, basate sulla formula di Laspeyres, che danno luogo a tre distinte sintesi territoriali.

1. L'**indice nazionale** si ottiene nel seguente modo:

- si aggregano tra loro gli indici provinciali di posizione rappresentativa (aggregato elementare) per costruire l'indice regionale di posizione rappresentativa. I coefficienti di ponderazione utilizzati si basano sul peso di ciascun capoluogo di provincia in termini di popolazione residente;
- si aggregano tra loro gli indici regionali di posizione rappresentativa per costruire l'indice nazionale di posizione rappresentativa. I coefficienti di ponderazione utilizzati si basano sul peso di ciascuna regione in termini di consumi delle famiglie;
- l'indice generale nazionale dei prezzi al consumo si ottiene come media ponderata degli indici nazionali di posizione rappresentativa. I coefficienti di ponderazione utilizzati si basano sul peso di ciascuna posizione rappresentativa in termini di consumi delle famiglie.

2. L'**indice regionale** si ottiene aggregando tra loro gli indici regionali di posizione rappresentativa. I coefficienti di ponderazione utilizzati si basano sul peso di ciascuna posizione rappresentativa in termini di consumi delle famiglie.
3. L'**indice per capoluogo di provincia** si ottiene aggregando tra loro gli indici delle posizioni rappresentative calcolati per ogni capoluogo di provincia per costruire l'indice generale provinciale. I coefficienti di ponderazione utilizzati si basano sul peso di ciascuna posizione rappresentativa in termini di consumi delle famiglie. La struttura di ponderazione utilizzata è definita a livello regionale.

2. La rilevazione territoriale dei prezzi al consumo

2.1 Caratteristiche generali

La rilevazione ha per oggetto i prezzi elementari di prefissate tipologie di prodotti. Con riferimento all'insieme di beni e servizi sottoposti ad osservazione locale, ogni mese vengono raccolte approssimativamente 400.000 quotazioni di prezzo in circa 40.000 unità di rilevazione; inoltre vengono rilevati i canoni di locazione e le relative spese condominiali di circa 10.000 appartamenti. L'obiettivo della rilevazione è quello di raccogliere un ampio insieme di informazioni sui prezzi praticati a livello locale, per consentire il successivo calcolo degli indici dei prezzi al consumo.

Entro il giorno 15 del mese di riferimento dei dati, i rilevatori degli uffici di statistica dei comuni coinvolti (capoluoghi di provincia) effettuano il monitoraggio dei prezzi elementari dei prodotti a rilevazione locale inclusi nel paniere, secondo le procedure definite dall'Istat.

Fatte salve poche eccezioni, la metodologia di calcolo degli indici delle posizioni rappresentative i cui prezzi sono rilevati a livello locale, prevede due passaggi:

1. il calcolo dei microindici mediante il rapporto tra il prezzo del mese corrente della referenza² osservata in un determinato punto vendita ed il prezzo osservato della stessa referenza nello stesso punto vendita nel mese di base (dicembre dell'anno precedente);
2. la sintesi dei microindici mediante media geometrica, che dà luogo all'indice elementare di posizione rappresentativa per capoluogo.

Gli indici elementari delle posizioni rappresentative per capoluogo, insieme a quelli calcolati sulla base della rilevazione centralizzata, vengono ulteriormente sintetizzati seguendo i tre processi di aggregazione prima descritti.

2.2 Il disegno della rilevazione

2.2.1 Organizzazione della rilevazione

Gli Uffici Comunali di Statistica (UCS) sono gli organi che curano la rilevazione in ambito locale, secondo metodi e tecniche definiti dall'Istat; in tale veste, sono responsabili sia della predisposizione del piano di rilevazione sia delle operazioni di raccolta e controllo dei dati.

I dati raccolti mensilmente vengono inviati all'Istat in un formato elettronico predefinito; l'Istat procede a sua volta alle operazioni di controllo e correzione in collaborazione con gli UCS che effettuano le verifiche sul campo eventualmente richieste. I dati così corretti e revisionati vengono quindi utilizzati per il calcolo degli indici aggregati.

In occasione del ribasamento annuale dell'indice dei prezzi al consumo l'Istat invia agli Uffici comunali l'elenco dei prodotti da rilevare; ciascun prodotto è corredato da una serie di informazioni (descrizione) che ne specificano alcune caratteristiche necessarie

² Per il concetto di referenza si veda il § 2.2.3

ad orientare il lavoro degli UCS e dei rilevatori (ad es. confezione o alcune caratteristiche tecniche generali). Gli UCS, sulla base delle norme definite dall'Istat, definiscono il piano di campionamento dei punti vendita (si veda § 2.2.2). All'interno dei punti vendita selezionati nel piano locale di rilevazione, e tenendo presente l'elenco dei prodotti e le descrizioni fornite dall'Istat, devono poi individuare, sempre sulla base delle norme definite dall'Istat (si veda § 2.2.3) ed in collaborazione con i rilevatori, la referenza più venduta, cioè la combinazione di marca, varietà di prodotto e quantità (ad esempio confezione da 1 kg. o da 250 g.) che, sulla base dei dati relativi alle vendite dell'esercizio commerciale, risulti la più venduta per quel determinato prodotto.

Per ciascun prodotto, in ogni capoluogo, vengono quindi raccolte le quotazioni di prezzo, il cui numero varia in funzione: 1) della variabilità di prezzo del prodotto, 2) della sua importanza relativa, 3) dell'ampiezza demografica del comune e della relativa estensione territoriale, 4) delle caratteristiche della rete distributiva, 5) delle abitudini di spesa dei consumatori.

2.2.2 Piano di campionamento dei punti di vendita

La rilevazione dei prezzi si effettua sistematicamente presso punti vendita del commercio al minuto (negozi, mercati al dettaglio chiusi o all'aperto, banchi fissi, supermercati, ecc.) o presso artigiani, liberi professionisti, aziende, agenzie, ospedali, musei, ambulatori di analisi, centri sportivi, stadi, cinema, teatri, ecc..

Il piano di campionamento, ovvero la selezione delle unità di rilevazione, è un'operazione particolarmente delicata e complessa che viene effettuata dagli UCS sulla base delle informazioni desumibili dal censimento, dai piani commerciali, dalle anagrafi delle imprese e da eventuali altre fonti disponibili. Gli ambulanti che operano nei mercati con carattere di saltuarietà non devono essere inclusi tra le unità di rilevazione. Il piano di campionamento deve essere più o meno esteso a seconda dell'importanza demografica della città e della maggiore o minore variabilità dei prezzi dei generi considerati; deve garantire un'adeguata distribuzione degli esercizi nei vari quartieri, con particolare riguardo alle zone più densamente popolate, e far riferimento ai negozi maggiormente frequentati dai consumatori; deve tenere conto, inoltre, delle abitudini dei consumatori e, quindi, rispecchiare la proporzione tra le quantità di prodotto vendute nella distribuzione moderna e quelle vendute nella distribuzione tradizionale.

Così, ad esempio, se risulta che la quota di mercato del settore della distribuzione moderna ammonta a circa il 40% e quella dei negozi tradizionali a circa il 60% e si devono rilevare 10 quotazioni per un prodotto (ad esempio olio di semi), 4 quotazioni (pari, appunto al 40%) dovranno essere raccolte presso supermercati, ipermercati, minimercati, hard discount, ecc. e 6 presso negozi di tipo tradizionale.

L'ufficio comunale di statistica può inserire nel piano di campionamento anche punti vendita della distribuzione moderna situati in zone limitrofe qualora non ve ne siano nel territorio comunale, a patto che il bacino d'utenza sia in prevalenza quello del comune che effettua la rilevazione. D'altra parte, lo stesso ufficio ha la possibilità di includere un ipermercato o negozio specializzato localizzato in zona limitrofa, ritenendolo rappresentativo delle abitudini di acquisto della propria popolazione, anche se ha già selezionato un analogo punto vendita sul proprio territorio comunale, a condizione che l'inserimento non alteri l'equilibrio fra il numero di osservazioni condotte nella distribuzione moderna e il numero di osservazioni effettuate nella distribuzione tradizionale.

Riassumendo, il campione deve riflettere:

- l'importanza relativa dei prodotti nell'ambito del paniere;
- l'estensione del territorio;
- l'importanza demografica del comune e la distribuzione territoriale della popolazione residente;
- la tipologia e l'articolazione degli esercizi commerciali sul territorio comunale;
- le modalità di approvvigionamento delle famiglie e quindi la proporzione fra il volume delle vendite nella distribuzione moderna e quello nella distribuzione tradizionale;
- la preferenza per i negozi maggiormente forniti e frequentati;
- la variabilità dei prezzi dei prodotti.

Nella fase di selezione è fatto obbligo ai rilevatori di compiere sondaggi preliminari presso i punti prescelti per verificare l'effettiva presenza dei prodotti da rilevare.

Il piano di campionamento deve essere inviato all'Istat previa approvazione della Commissione Comunale di controllo. Quest'ultima, basandosi sulle competenze specifiche dei membri che la compongono, deve valutare la correttezza delle scelte effettuate e fornire i suggerimenti atti a migliorarle.

Annualmente, il piano va sottoposto a verifica ed aggiornato alla luce dei cambiamenti che possono essere intervenuti sia nelle abitudini di consumo della popolazione che nella struttura urbanistica. Ad esempio, l'apertura di un magazzino specializzato in articoli per la casa in un nuovo quartiere residenziale può produrre un mutamento anche radicale nelle modalità di acquisto della popolazione. Il piano di rilevazione non può non tenerne conto.

I cambiamenti nel piano di rilevazione possono essere apportati in occasione del ribasamento degli indici, che l'Istat effettua ogni anno nel mese di dicembre in base a una metodologia in uso dal 1999. Tutti i comuni coinvolti nella rilevazione debbono inviare all'Istat, secondo le modalità indicate dallo stesso Istituto, informazioni relative ai punti vendita da cancellare e da inserire, e alle eventuali quotazioni aggiuntive.

In generale, l'indicazione è quella di non sostituire, nel corso dell'anno, le unità di rilevazione selezionate. Tuttavia, in caso di sostituzione forzata (chiusura di un negozio o eliminazione delle referenze tenute in osservazione), bisogna tenere presente che:

- a) la selezione di un punto vendita in sostituzione di un altro cessato può essere proposta dal rilevatore, ma deve essere decisa dal responsabile della rilevazione presso l'Ufficio Comunale di Statistica;
- b) il nuovo punto vendita deve avere le stesse caratteristiche del precedente relativamente alla tipologia e alla zona di ubicazione (per la cui specificazione si veda il riquadro "Classificazione degli esercizi e delle zone", presentato di seguito).

Classificazione degli esercizi e delle zone

Le *tipologie* in base alle quali vengono classificati i punti vendita inclusi nel piano di rilevazione sono:

Grande magazzino. Esercizio al dettaglio operante nel campo non alimentare, che dispone di una superficie di vendita superiore a 400 mq. e di almeno 5 reparti distinti (oltre l'eventuale annesso reparto alimentare) appartenenti a settori merceologici diversi ed in massima parte di largo consumo.

Supermercato. Esercizio di vendita al dettaglio operante nel campo alimentare (autonomo o reparto di grande magazzino) organizzato prevalentemente a libero servizio e con pagamento all'uscita, che dispone di: una superficie di vendita normalmente superiore a 250 mq.; un vasto assortimento di prodotti alimentari, in prevalenza preconfezionati; articoli del settore non alimentare per l'igiene e la pulizia della casa, della persona e degli animali.

Minimercato. Esercizio di vendita al dettaglio in sede fissa che offre prodotti (quasi) esclusivamente alimentari, la cui superficie non supera i 250 mq..

Ipermercato. esercizi di vendita al dettaglio su grande superficie (normalmente superiore a 2.500 mq), articolati in reparti (alimentare e non alimentare) ciascuno dei quali presenta, rispettivamente, le caratteristiche di supermercato e di grande magazzino

Hard discount. Esercizio di vendita al dettaglio in sede fissa di superficie medio - grande che, attuando una politica di abbattimento dei costi di impianto, gestione e servizio, offre in self-service una gamma limitata di prodotti, generalmente non di "marca", a prezzi contenuti rispetto alla media di mercato.

Grande magazzino specializzato. Esercizio di vendita al dettaglio in sede fissa che attua la vendita di una varietà unica o prevalente di prodotti non alimentari, su una superficie di vendita generalmente superiore ai 400 mq.

Impresa con succursali o con catene di negozi. Impresa dalla quale dipendono sei o più unità locali operative (negozi) che praticano la vendita al pubblico di prodotti al dettaglio.

Negozio tradizionale.

Cooperativa di consumo.

Mercato rionale.

Unità diverse. Laboratori di analisi, studi professionali, aziende di pubblici esercizi e così via.

Esercizi non classificabili altrove.

La *tipologie di zona* sono le seguenti: Zona agricola. Zona edificata periferica. Zona edificata compresa tra quella periferica e il centro storico. Centro storico. Zona di particolare pregio sita nella zona edificata periferica o agricola. Extracomunale.

2.2.3 Referenze e numero di osservazioni

Con riferimento allo stesso prodotto e nello stesso istante temporale, è possibile osservare differenti livelli di prezzo. Tale variabilità è imputabile a diverse ragioni che possono essere sintetizzate nei seguenti parametri:

- la varietà; in generale la varietà può essere definita una più dettagliata descrizione del prodotto osservato dal rilevatore, all'interno della più generale descrizione fornita dall'Istat³. Ad esempio, nel caso degli elettrodomestici, tale descrizione più dettagliata si concretizza nella descrizione del modello (lavatrice modello x, classe energetica y, giri di centrifuga la minuta z). Nel caso dell'ortofrutta si risolve nella varietà naturale: tipico esempio è quello della frutta (mele golden, delicious, annurche);
- la marca - ovvero la denominazione del produttore;
- la dimensione, in termini di peso, volume e numero di unità con la quale il prodotto viene presentato sul mercato.

La specificazione attraverso tali parametri delle caratteristiche identificative di un prodotto osservato, insieme con il punto vendita dove è presente, dà luogo ad una **referenza**. Ad esempio una referenza può essere la pasta di semola di grano duro (una delle 562 posizioni rappresentative), varietà k, marca q, confezione da n grammi venduta presso il punto vendita s. Per ciascuna referenza vengono raccolte una o due quotazioni al mese o una ogni tre mesi a seconda della frequenza di rilevazione del prodotto.

Per cogliere appieno la realtà dei prezzi e misurarne la dinamica temporale con adeguata precisione, è necessario che ogni prodotto presente nel paniere venga rilevato in più punti vendita, identificando, con riferimento al medesimo comune, un certo numero di referenze e che, di conseguenza, venga raccolto un certo numero di quotazioni mensili.

In generale la selezione delle referenze all'interno di ciascun punto vendita presente nel piano di campionamento locale, segue il criterio del "prodotto più venduto".

Ne consegue che :

- 1) per ogni prodotto del paniere deve essere individuato in fase preliminare il numero delle quotazioni da rilevare nell'ambito del territorio comunale;
- 2) il numero delle referenze e quindi di quotazioni da rilevare deve essere suddiviso in proporzione alla quota di mercato di ciascuna forma distributiva presente sul territorio (distribuzione moderna, distribuzione tradizionale, ecc.).

L'ufficio comunale di statistica che ritenesse opportuno rilevare, in un punto vendita classificabile nell'ambito della distribuzione moderna come supermercato o ipermercato, due o più quotazioni per lo stesso prodotto riferite però a referenze diverse (determinate, ad esempio, da diverse marche di pasta), può farlo a condizione che non si alteri, per la rilevazione di quel prodotto, l'equilibrio tra distribuzione moderna e negozi tradizionali.

2.3 La rilevazione sul campo

2.3.1 Impiego dei rilevatori

L'Ufficio comunale di statistica deve disporre di adeguate risorse umane per la raccolta dei dati. E' possibile il ricorso a personale esterno all'amministrazione ma ogni eventuale onere economico derivante da tale scelta è a carico dei singoli comuni.

³ Eurostat Compendium of HICP, dicembre 2001

Il numero ottimale di rilevatori deve essere definito in funzione dell'estensione del territorio e del grado di dispersione sullo stesso territorio delle unità di rilevazione prescelte.

In linea generale, all'Ufficio comunale di statistica spetta il compito di: accertare preventivamente l'idoneità del personale selezionato in ordine alla delicatezza che caratterizza la rilevazione; curare la formazione dei rilevatori; controllare la correttezza tecnica e formale del loro operato durante la raccolta dei dati.

E' compito della Commissione comunale di controllo vigilare affinché il numero di rilevatori sia sempre commisurato alle esigenze reali e intervenire presso le Autorità comunali nel caso in cui si manifesti una situazione di carenza.

2.3.2 Ruolo del rilevatore

Il rilevatore effettua il monitoraggio dei prezzi recandosi fisicamente presso il punto vendita. Il prezzo viene registrato mediante questionario cartaceo o con l'utilizzo di computer portatili.

L'attività del rilevatore richiede una preparazione di base che implica la conoscenza degli obiettivi e delle problematiche inerenti l'indagine (merceologia dei prodotti e specifiche regole di rilevazione dei prezzi).

2.3.3 Calendario della rilevazione

La natura di alcuni beni e servizi considerati nella rilevazione e la variabilità più o meno accentuata dei relativi prezzi richiedono periodicità di osservazione differenziate.

Ad esempio, i prezzi dei prodotti ortofrutticoli e ittici, o i prezzi dei carburanti, possono variare anche quotidianamente ed è quindi opportuno osservarli con una frequenza maggiore rispetto ad altre tipologie di prodotto; i prezzi dei mobili o delle analisi cliniche sono molto meno variabili e, quindi, se ne può cogliere la dinamica in modo adeguato anche attraverso dati raccolti in un intervallo temporale più lungo.

Le periodicità di rilevazione si differenziano nel modo seguente:

- Bimensile con cadenza fissa nei giorni 1 e 12 di ogni mese per i prodotti ortofrutticoli e ittici; 1 e 15 per i carburanti auto ⁴;
- mensile per gli altri generi alimentari freschi come le carni, per gli alimentari lavorati, per i beni non durevoli come gli articoli per l'igiene della casa, per i beni semi durevoli come gli articoli di abbigliamento, per alcuni beni durevoli come gli elettrodomestici, per alcuni servizi come il cinema, le tariffe (gas, acqua, ecc);
- trimestrale in corrispondenza dei mesi di febbraio, maggio, agosto e novembre per alcuni beni durevoli come i mobili e per alcuni servizi, in particolari legati a prestazioni mediche; in corrispondenza dei mesi di gennaio, aprile, luglio e ottobre per i canoni di affitto delle abitazioni e per le spese condominiali.

La raccolta dei dati di un determinato mese va effettuata nel periodo che va dal giorno 16 del mese precedente al giorno 15 del mese di riferimento.

E' importante che in ogni unità di rilevazione la raccolta dei dati venga sempre effettuata lo stesso giorno del mese, in maniera tale che fra due registrazioni successive relative allo stesso bene o servizio intercorrano trenta giorni per i prodotti a rilevazione mensile, novanta per i prodotti osservati con cadenza trimestrale.

⁴ Qualora le date convenute coincidessero con una festività, la rilevazione dovrà essere programmata per il giorno feriale precedente.

Sarà pertanto necessario che l'Ufficio comunale di statistica definisca il calendario della raccolta dei dati distinto per unità di rilevazione.

I canoni di affitto delle abitazioni devono essere rilevati entro il giorno 5 del mese di rilevazione.

Per alcuni prodotti quali: acqua per utenza domestica, gas di rete e trasporti urbani (biglietto e abbonamento), deve essere considerato il prezzo applicato il giorno 15 del mese a cui si riferisce la rilevazione.

2.3.4 Modalità e tecniche di rilevazione

In occasione della definizione o revisione annuale del piano di rilevazione il rilevatore ha il compito di:

1. individuare per ogni prodotto da monitorare la tipologia che meglio corrisponde alla descrizione fornita dall'Istat;
2. verificare con il gestore del punto vendita quali siano le referenze più richieste dai consumatori;
3. trascrivere per ogni prodotto, sul modello di rilevazione o sul computer portatile, la marca, la varietà, la grammatura ed altre informazioni utili a cui far riferimento nelle rilevazioni future.

Compiuta tale operazione preliminare, il rilevatore può iniziare l'osservazione del prezzo effettivo di vendita registrandolo sul modello cartaceo o sul computer. Deve procedere in questo modo per tutti i prodotti e in tutte le unità di rilevazione che gli sono state assegnate.

Nelle rilevazioni successive dovrà:

1. attenersi attentamente alle referenze: marca, varietà, confezione e grammatura, così come le ha definite in occasione della prima registrazione;
2. al momento della registrazione del prezzo, valutare la compatibilità fra il dato appena acquisito e quello precedente.

Nel caso in cui riscontrasse una differenza troppo rilevante tra i due dati, dovrà controllare se il prodotto osservato abbia le stesse caratteristiche identificative di quello monitorato precedentemente e una volta accertato che si tratti della stessa referenza, annotare, con l'ausilio del gestore del punto vendita, le motivazioni di tale anomala variazione.

2.3.5 Casi di mancata rilevazione

Il rilevatore può trovarsi di fronte all'assenza di una delle referenze selezionate e pertanto essere impossibilitato a rilevarne il prezzo. In tal caso, per i prodotti ortofrutticoli e ittici il prezzo non viene registrato, indicando con apposita segnalazione che l'assenza del prezzo è dovuta a mancata rilevazione: l'osservazione, pertanto, non concorre all'elaborazione dell'indice. Per i prodotti mensili e trimestrali il prezzo viene momentaneamente ripetuto, indicando con apposita segnalazione che si tratta di prezzo ripetuto per mancata rilevazione. Per i carburanti, il prezzo va stimato utilizzando le variazioni percentuali calcolate sui prezzi consigliati ai propri gestori dalle diverse compagnie petrolifere così come indicati sul sito del Ministero della attività produttive.

L'assenza di una referenza può avere una durata temporale più o meno ampia a seconda della causa che la motiva. Può trattarsi di un'assenza temporanea, dovuta ad una ragione contingente come la chiusura per ferie di un punto vendita o come la mancanza occasionale della referenza stessa oppure può trattarsi di un'assenza duratura causata, ad esempio, dalla chiusura definitiva di un punto vendita. Per tutti i

prodotti, qualora l'assenza della referenza sia dovuta alla chiusura definitiva del punto vendita o alla sua definitiva esclusione dai prodotti commercializzati in una determinata unità di rilevazione, è necessario procedere o alla sostituzione del punto vendita o alla sostituzione della referenza nel mese o nel trimestre immediatamente successivo. Per i prodotti mensili, qualora l'assenza sia temporanea e si riproponga per più di due mesi, in occasione del terzo mese la referenza o l'unità di rilevazione devono essere sostituiti. Per i prodotti trimestrali, è necessario procedere alla sostituzione nel trimestre immediatamente successivo. Nel caso in cui l'assenza della referenza sia dovuta a ragioni stagionali, la mancata osservazione del prezzo potrà prolungarsi per un periodo variabile a seconda del prodotto in questione e comunque per un periodo non superiore agli 11 mesi.

2.3.6 Sostituzione delle referenze

Alla luce di quanto illustrato nel paragrafo precedente, la sostituzione delle referenze si rende necessaria quando quelle precedentemente osservate non sono più presenti nell'esercizio commerciale. Anche quando la referenza selezionata ha perso il requisito della rappresentatività, pur essendo ancora venduta, è necessario procedere alla sua sostituzione.

Nel primo caso, quando l'assenza sia ritenuta temporanea in quanto difficile valutarne la durata, per i prodotti rilevati mensilmente è necessario che il rilevatore individui sin da subito una referenza che eventualmente possa essere utilizzata per la sostituzione e registrarne il prezzo, nel mese o nei due mesi di assenza della precedente al fine di poterne individuare correttamente le effettive variazioni di prezzo nel tempo. Per i prodotti trimestrali è necessario registrare il prezzo dell'eventuale referenza sostitutiva nel trimestre di assenza della precedente. Quando l'assenza di una referenza sia ritenuta definitiva, il rilevatore, quando nel mese o nel trimestre successivo procederà alla sostituzione, deve ricostruire la dinamica del prezzo della nuova referenza.

Nel secondo caso (perdita del requisito della rappresentatività da parte delle referenze) il rilevatore, constatata anticipatamente la necessità di dover procedere a breve termine ad una sostituzione, sceglie, rivolgendosi all'esercente, la referenza sostitutiva e ne annota le caratteristiche identificative e il prezzo. Nella rilevazione successiva potrà effettuare la sostituzione, avendo già disponibile il prezzo del periodo precedente da attribuire alla referenza sostitutiva.

La sostituzione di una unità di rilevazione si rende necessaria nei casi in cui un punto vendita cessi l'attività o non sia più rappresentativo. In entrambi i casi il rilevatore deve ricostruire, al momento della sostituzione, per il periodo nel quale non è stato rilevata alcuna quotazione, la dinamica del prezzo della nuova referenza individuata nella nuova unità di rilevazione. L'operazione di sostituzione dell'unità di rilevazione non spetta al rilevatore (questi può solo proporre un punto vendita sostitutivo), ma all'Ufficio comunale di statistica che, ponendo attenzione a non alterare l'equilibrio dell'intero piano di campionamento, deve selezionare un altro punto vendita avente le stesse caratteristiche del precedente in ordine alla zona ed alla tipologia distributiva.

2.3.7 Riduzioni temporanee di prezzo

Il Regolamento della Commissione Europea n° 2602/2000 del 17 novembre 2000, entrato in vigore il 18 dicembre dello stesso anno, ha introdotto le riduzioni temporanee di prezzo nell'indice dei prezzi al consumo armonizzato (IPCA).

Per vendite straordinarie (d.lgs. 31 marzo 1998, n° 114 -Legge Bersani- art.15) si intendono le vendite di liquidazione, le vendite di fine stagione e le vendite

promozionali nelle quali l' esercente offre condizioni favorevoli, reali ed effettive, di acquisto dei propri prodotti (comma 1).

Le vendite di liquidazione vengono effettuate al fine di esaurire in breve tempo tutte le merci, a seguito di: cessazione dell'attività commerciale, cessione dell'azienda, trasferimento dell'azienda in altro locale, trasformazione o rinnovo dei locali. Possono essere effettuate in qualunque momento dell'anno, previa comunicazione al comune dei dati o degli elementi comprovanti tali fatti (comma2).

Le vendite di fine stagione riguardano i prodotti, di carattere stagionale o di moda, suscettibili di notevole deprezzamento se non vengono venduti entro un certo periodo di tempo (comma 3).

Le vendite promozionali sono effettuate dall' esercente per tutti o per una parte dei prodotti, per periodi di tempo limitati (comma 4).

La riduzione di prezzo è temporanea se, dopo un periodo di tempo limitato, l'offerta si conclude e il prezzo ritorna al suo livello standard, detto "prezzo pieno".

Ai fini del calcolo dell'indice dei prezzi al consumo armonizzato europeo (IPCA) le riduzioni temporanee di prezzo devono essere rilevate purché ricorrano le seguenti condizioni:

1. siano relative all'acquisto di un bene o servizio individuale⁵ (regolamento CE n° 2602/2000, art.2, comma a);
2. siano valide per tutti i potenziali consumatori senza condizioni⁶ (regolamento CE n° 2602/2000, art.2, comma b);
3. siano note all'acquirente nel momento in cui si accorda con il venditore sul prezzo da pagare per l'acquisto di un bene (regolamento CE n°2602/2000, art.2, comma c);
4. siano praticate al momento dell'acquisto o entro un periodo limitato di tempo tale che si possa presumere abbiano una significativa influenza sulle quantità che i clienti acquisterebbero (regolamento CE n° 2602/2000, art.2, comma d);
5. abbiano una durata non inferiore a 15 giorni⁷.

Se almeno una delle cinque condizioni sopra citate non è soddisfatta, la riduzione di prezzo non deve essere rilevata.

Per ciascuna **referenza**, oggetto di osservazione, il rilevatore dovrà discernere, sulla base della casistica indicata, quali forme di sconto si debbano considerare nella rilevazione e quali non debbano essere assunte: per esempio, lo sconto legato alla "fidelity card", diffusa in molti punti vendita della distribuzione moderna, non va considerato perché la tessera è discriminatoria rispetto all'acquirente. Il rilevatore dovrà quindi considerare il prezzo pieno applicato ai clienti ordinari e, se il prodotto viene venduto esclusivamente ai possessori di tessera, dovrà effettuare una sostituzione con un'altra referenza.

Anche lo sconto legato all'acquisto di particolari quantitativi (ad es.: 3 x 2) deve essere ignorato, perché tale sistema è discriminatorio nei confronti della quantità da acquistare. Il rilevatore pertanto dovrà considerare il prezzo pieno relativo all'acquisto

⁵ Vale a dire che deve essere possibile per tutti i consumatori avvalersi della riduzione senza alcuna condizione; una condizione si porrebbe invece se per ottenere lo sconto sul prezzo unitario di un prodotto, si fosse costretti ad acquistarne quantitativi maggiori non programmati.

⁶ Vale a dire che non siano discriminatorie rispetto all'acquirente: un elemento discriminante è, per es., il possesso di una tessera "fedeltà".

⁷ Per i prodotti ortofruttili ed ittici, le riduzioni devono essere prese in considerazione anche se hanno la durata di un solo giorno, a patto che si verifichi la coincidenza fra la giornata degli sconti e le giornate prefissate per la rilevazione di tali prodotti.

di una unità di prodotto; se i prodotti sono confezionati in maniera tale che l'acquisto singolo non sia possibile, dovrà procedere a sostituire quella **referenza** con un'altra.

Il requisito dell'assortimento rispetto alla misura, al colore e ad altre caratteristiche determinanti la decisione di acquisto dei consumatori, deve essere applicato anche alle vendite a prezzo scontato. Vale a dire che se la riduzione di prezzo risulta applicata ad articoli di fine serie, per i quali non sussiste più il requisito dell'assortimento (ad esempio un capo di abbigliamento di un solo colore o di una sola taglia, una bicicletta di un modello vecchio non più richiesto) la riduzione non va considerata e, quindi, deve essere ripetuto il prezzo precedente o effettuata una sostituzione di prodotto. Nel caso di ripetizione del prezzo, il rilevatore dovrà selezionare un'altra **referenza** e annotarne al margine della scheda il prezzo praticato; potrà così attuare nella rilevazione successiva la sostituzione di prodotto secondo i criteri vigenti.

Se un'offerta relativa ad una determinata **referenza** oggetto di rilevazione risponde ai principi stabiliti, il rilevatore dovrà registrare almeno due delle seguenti informazioni: prezzo pieno⁸, prezzo ridotto⁹, sconto¹⁰.

Se l'informazione sullo sconto non risulta espressa in percentuale ma in valore assoluto, il rilevatore dovrà sommare la cifra al prezzo scontato per ottenere il prezzo pieno, o sottrarla al prezzo pieno per ottenere quello scontato¹¹.

Gli sconti hanno una natura temporanea e, comunque, non devono essere più considerati tali dopo un periodo di tre mesi.

2.4 Gli affitti delle abitazioni

2.4.1 Campo di osservazione

La rilevazione degli affitti ha lo scopo di raccogliere informazioni sull'andamento nel tempo dei prezzi delle locazioni, limitatamente agli immobili utilizzati dalle famiglie ad uso abitativo.

Oggetto della rilevazione sono l'affitto vero e proprio (**canone netto**) e le spese di registrazione del contratto (*imposta di registro*). A parte vanno poi rilevate le *spese accessorie*: spese condominiali per portierato, giardinaggio, pulizia, riscaldamento ed illuminazione scale, manutenzione degli ascensori e dei collettori di rifiuti per gravità. Non vengono conteggiate tra le spese accessorie le spese per il riscaldamento centralizzato, la fornitura di acqua potabile, l'assicurazione sull'immobile, le riparazioni e manutenzioni non ordinarie degli immobili o gli interessi dovuti per qualsiasi motivo, in quanto considerate in altri raggruppamenti della classificazione COICOP o estranee al campo di osservazione degli indici dei prezzi al consumo.

⁸ Il prezzo pieno è il prezzo per l'acquisto di un bene o servizio, fissato dall'offerente in una situazione standard in cui non è in vigore alcun tipo di offerta promozionale (il comma 5 dell'art.15 della Legge Bersani definisce il prezzo pieno come *prezzo normale di vendita*).

⁹ Il prezzo ridotto o scontato è il prezzo per l'acquisto di un bene o servizio fissato temporaneamente dall'offerente ad un prezzo inferiore rispetto al prezzo pieno.

¹⁰ Lo sconto è la percentuale di riduzione da applicare al prezzo pieno per ottenere il prezzo scontato (il comma 5, art.15 Legge Bersani stabilisce *che lo sconto o il ribasso effettuato deve essere espresso in percentuale sul prezzo normale di vendita*).

¹¹ La percentuale di sconto sarà calcolata dalla procedura informatica al momento dell'immissione del prezzo.

2.4.2 Selezione degli appartamenti

L'unità di rilevazione a cui si fa riferimento è l'appartamento, inteso come un insieme di ambienti, ossia stanze con o senza vani accessori, ammobiliate e non, adibito ad uso locazione, con entrata indipendente e occupato esclusivamente dal locatario e dalla sua famiglia.

Di conseguenza, non devono essere considerati:

- appartamenti locati ad uso diverso dall'abitazione, né quelli per cui sia corrisposto un canone comprensivo di locali destinati, anche per la loro ubicazione, ad uso diverso dall'abitazione (come negozi, studi professionali, ecc.);
- appartamenti per cui siano corrisposti canoni ridotti a motivo di particolari accordi con il proprietario (parenti, guardiani, portieri, ecc.);
- appartamenti in subaffitto;
- appartamenti in cui coabitino più famiglie.

Per stanza deve intendersi ogni vano utile, provvisto di almeno una finestra, che per natura o destinazione venga adibito ad uso di abitazione come stanza da letto, da pranzo, da soggiorno, ecc.; come tale deve essere considerata anche la cucina allorché riceva luce ed aria diretta e la parete più stretta misuri non meno di due metri. I vani accessori non devono essere considerati nel computo del numero delle stanze.

Le tipologie di proprietario considerate sono:

- privato, persona fisica;
- privato, persona giuridica (impresa bancaria o assicuratrice; impresa di costruzioni o immobiliare; altra impresa industriale, commerciale, ecc; cooperativa edilizia di abitazione);
- Enti pubblici (Stato, Regione, Provincia, Comune, Ente Previdenziale);
- Istituto Autonomo Case Popolari.

Il complesso degli appartamenti prescelti dovrà essere rappresentativo di tutti quelli soggetti a locazione nell'ambito di ciascun comune Capoluogo; la scelta dovrà essere effettuata, pertanto, in modo da sottoporre a rilevazione appartamenti:

- rappresentativi dei diversi quartieri della città, adeguatamente ripartiti fra centro e periferia;
- compresi in costruzioni di 2-3 piani o in costruzioni intensive di oltre tre piani o in palazzine e casette isolate, secondo la diffusione dei vari tipi di costruzioni nell'agglomerato cittadino;
- sia di recente, sia di vecchia costruzione;
- di ciascuna categoria (popolari, economici, signorili, ecc.), con esclusione di quelli classificati di lusso o extralusso ai sensi del D.M. 7 gennaio 1950 (G.U. n°13 del 17 gennaio 1950);
- rappresentativi di diversi assetti proprietari (privati, enti, IACP ecc.).

La scelta degli appartamenti da includere nel campione spetta all'Ufficio comunale di statistica, che sottopone all'approvazione della Commissione comunale di controllo un particolareggiato piano di rilevazione, contenente le caratteristiche e la distribuzione topografica degli appartamenti.

2.4.3 Modalità di rilevazione

1) La rilevazione dei dati deve essere effettuata trimestralmente mediante intervista diretta dei locatari.

Vanno acquisite informazioni su:

- importo dell'ultimo canone di affitto pagato;

- spese accessorie sostenute durante l'anno;
- imposta di registro versata.

L'ammontare del canone d'affitto e delle spese ulteriori è quello effettivamente corrisposto dal locatario al locatore; deve essere annotato anche il periodo (mese, bimestre, ecc.) al quale si riferisce l'ammontare dell'affitto, in modo da poter effettuare il ragguglio di tali dati ad un anno. Le spese accessorie sono quelle risultanti dalle bollette di pagamento, riferite all'anno, e comprensive dei pagamenti effettuati negli ultimi dodici mesi, incluse quote di spesa per anticipi o conguagli. L'ammontare dell'imposta di registro deve essere riferita all'anno e riguardare la sola quota a carico del locatario.

Il rilevatore ha l'obbligo di acquisire i prezzi senza mostrare all'intervistato i dati dell'ultima rilevazione.

2) La rilevazione può essere effettuata direttamente presso gli Enti nel caso in cui il proprietario sia una persona giuridica, un ente pubblico o l'Istituto per le case popolari.

In tal caso il comune prenderà accordi con l'Ente proprietario o lo IACP e richiederà il nominativo di un referente al quale il rilevatore potrà rivolgersi periodicamente per raccogliere i dati. Le informazioni andranno prelevate dalla documentazione amministrativo-contabile.

2.4.4 Sostituzione degli appartamenti

Il campione di appartamenti selezionato secondo i criteri indicati dovrà restare inalterato nel corso dell'anno. Si procederà alla sostituzione di un appartamento soltanto quando esso non corrisponderà più ai requisiti in base ai quali era stato prescelto, scegliendone un altro della medesima categoria (stessa tipologia di proprietario e uguale grandezza), possibilmente con le stesse caratteristiche (zona, tipo d'abitazione, anno di costruzione).

Nel caso di abitazioni il cui proprietario sia una persona giuridica, ente pubblico o Istituto per le case popolari, la sostituzione sarà facilitata dalla disponibilità, presso l'Ufficio del locatore, di una lista di appartamenti tra i quali poter scegliere quello avente caratteristiche simili.

La sostituzione di appartamenti comporta:

- l'obbligo di aggiornare l'archivio con le nuove caratteristiche identificative dell'abitazione;
- l'esigenza di rilevare e comunicare all'Istat anche l'importo del canone di locazione, delle spese accessorie e dell'imposta di registro riferiti allo stesso mese nel quale era stata effettuata l'ultima rilevazione per l'appartamento sostituito, onde consentire la connessione nella serie dei dati.

3. La rilevazione centralizzata dei prezzi al consumo

3.1 Introduzione

Nelle pagine che seguono vengono illustrate le principali caratteristiche di tutte le rilevazioni centralizzate dei prezzi al consumo. Si tratta delle rilevazioni per le quali la raccolta delle quotazioni non è delegata agli Uffici comunali di statistica ma viene condotta direttamente dall'Istat. Si tratta prevalentemente di rilevazioni relative a prodotti che hanno prezzi uguali su tutto il territorio nazionale – come i tabacchi, i periodici, i medicinali (esclusi i prodotti da banco), alcune tariffe), o soggetti a continui cambiamenti tecnologici – ad esempio, i computer, e gli apparecchi telefonici - o il cui godimento non riguarda soltanto la popolazione del comune interessato – come i camping, gli agriturismi, gli stabilimenti balneari.

Dal 2003 le rilevazioni centralizzate hanno subito significative modificazioni, relative agli aspetti organizzativi, alle fonti utilizzate per la ponderazione e per la raccolta delle quotazioni, al numero di osservazioni considerate, alle metodologie di calcolo degli indici.

Per il ciclo degli indici del 2006, queste innovazioni sono state ulteriormente consolidate con interventi di manutenzione ordinaria che hanno generalmente portato a un incremento della numerosità campionaria e all'affinamento dei criteri di stratificazione. Interventi innovativi di più ampia portata hanno invece riguardato, in particolare, la rilevazione dei medicinali, quella dei servizi finanziari e quella dei personal computer. Nel caso dei medicinali è stato completamente rivisto il disegno campionario con un significativo ampliamento della dimensione e della rappresentatività del campione. Un notevole incremento della numerosità delle osservazioni accompagnato, peraltro, dall'introduzione di un nuovo disegno campionario ha, riguardato anche la rilevazione dei servizi finanziari, per i quali questi interventi sono stati accompagnati da una completa revisione del sistema degli indici e delle procedure di stima. Nel caso dei personal computer è stata ampliato il numero dei prodotti dei quali viene seguita l'evoluzione dei prezzi, con un significativo incremento delle quotazioni rilevate.

3.2 Le singole rilevazioni

Per ogni rilevazione viene presentata una breve scheda nella quale sono riportate alcune informazioni relative alla composizione dei panieri sulla base dei quali vengono condotte le stime degli indici dei prezzi, ai dati utilizzati per la ponderazione e alla metodologia di calcolo degli indici. Ogni scheda è preceduta da una tavola che riepiloga, per ogni posizione rappresentativa stimata attraverso la rilevazione, il rispettivo peso all'interno del paniere e la posizione all'interno della classificazione utilizzata per il calcolo dell'indice dei prezzi al consumo¹².

La successione delle schede segue l'ordine della classificazione dei consumi adottata per il calcolo dell'indice armonizzato europeo¹³.

¹² I pesi sono riferiti alla struttura di ponderazione utilizzata per la stima dell'indice NIC e sono espressi in milionesimi.

¹³ Il riferimento è alla classificazione COICOP-HICP (Classification of Individual Consumption by Purpose Adapted to the Needs of Harmonized Indices of Consumer Prices (2000)). Può essere consultata seguendo il link con il server Eurostat delle classificazioni proposto sul sito internet dell'Istat (www.istat.it/strumenti/definizioni/). Il codice Coicop riportato in ciascuna scheda corrisponde a questa classificazione.

Tabacchi

Codice Coicop	02.2.0	02.2.0	02.2.0	02.2.0
Posizione rappresentativa	Sigarette italiane	Sigarette estere	Sigari e sigaretti	Altri tabacchi
Voce di prodotto	Sigarette italiane	Sigarette estere	Sigari e sigaretti	Altri tabacchi
Gruppo	Tabacchi	Tabacchi	Tabacchi	Tabacchi
Categoria	Tabacchi	Tabacchi	Tabacchi	Tabacchi
Capitolo	Bevande alcoliche e tabacchi	Bevande alcoliche e tabacchi	Bevande alcoliche e tabacchi	Bevande alcoliche e tabacchi
Peso (totale = 1.000.000)	3.784	15.616	216	84

La rilevazione dei tabacchi viene utilizzata per il calcolo degli indici di quattro posizioni rappresentative, relative alle "Sigarette italiane", alle "Sigarette estere", ai "Sigari e sigaretti" e agli "Altri tabacchi" (trinciati per pipa e sigaretta e tabacco da fiuto). Nel paniere sono incluse nel complesso 210 referenze: in particolare, 35 di esse sono relative alle sigarette italiane, 89 a quelle estere, 47 a sigari e sigaretti e 39 ad altri tabacchi.

Ai fini del calcolo dell'indice, il paniere è stato stratificato per marca. Gli indici delle singole posizioni rappresentative sono calcolati in due fasi: l'indice di marca si ottiene come media aritmetica ponderata degli indici delle singole confezioni, l'indice della posizione rappresentativa come media aritmetica ponderata degli indici di marca. In ambedue i casi i pesi sono proporzionali al valore delle vendite. Per il calcolo dell'indice degli altri tabacchi la procedura è analoga, ma la stratificazione utilizzata è per funzione (es.: trinciato per pipa o per sigaretta) anziché per marca. I dati per la ponderazione sono stati forniti dall'Amministrazione Autonoma dei Monopoli di Stato (AAMS).

I prezzi utilizzati per il calcolo degli indici sono quelli in vigore il giorno 15 del mese di riferimento.

Operaio edile

Codice Coicop	04.3.2
Posizione rappresentativa	Operaio edile
Voce di prodotto	Servizi di riparazione e manutenzione della casa
Gruppo	Servizi di riparazione e manutenzione della casa
Categoria	Riparazione e manutenzione della casa
Capitolo	Abitazione, acqua, elettricità e combustibili
Peso (totale = 1.000.000)	3.462

Vengono calcolati 103 indici provinciali. I dati necessari al calcolo degli indici sono raccolti nell'ambito della rilevazione effettuata mensilmente dall'Istat e relativa alle retribuzioni orarie lordi contrattuali per provincia degli operai specializzati nel settore edile.

Energia elettrica

Codice Coicop	04.5.1
Posizione rappresentativa	Energia elettrica
Voce di prodotto	Energia elettrica
Gruppo	Energia elettrica
Categoria	Elettricità, gas e altri combustibili
Capitolo	Abitazione, acqua, elettricità e combustibili
Peso (totale = 1.000.000)	11.094

L'indice dei prezzi al consumo dell'energia elettrica viene realizzato sulla base delle comunicazioni dell'Autorità per l'Energia Elettrica.

Il paniere è stratificato per tipo di contratto (residenti e non residenti), potenza installata e fascia di consumo. All'interno di ogni strato vengono distinte le seguenti voci di spesa: quota fissa, tariffa, imposta erariale e addizionale comunale.

Vengono rilevate le tariffe per ogni tipologia di spesa e, sulla base di esse, viene calcolato l'indice elementare per strato. Dagli indici elementari si passa all'indice regionale con la media aritmetica ponderata, con pesi proporzionali ai consumi fatturati.

Fiammiferi e cerini

Codice Coicop	05.6.1	12.3.2
Posizione rappresentativa	Fiammiferi	Cerini
Voce di prodotto	Altri prodotti non durevoli per la casa	Altri articoli personali
Gruppo	Beni non durevoli per la casa	Altri effetti personali
Categoria	Beni e servizi per la manutenzione ordinaria della casa	Effetti personali n.c.a.
Capitolo	Mobili, articoli e servizi per la casa	Altri beni e servizi
Peso (totale = 1.000.000)	272	272

Viene rilevato mensilmente il prezzo di alcune confezioni di fiammiferi e di cerini. Il calcolo dei rispettivi indici ha luogo tramite media geometrica degli indici di prezzo relativi alle referenze rilevate. La rilevazione avviene tramite consultazione delle Gazzette Ufficiali. Il prezzo rilevante ai fini del calcolo dell'indice è quello in vigore il giorno 15 del mese di riferimento.

Medicinali

Codice Coicop	06.1.1
Posizione rappresentativa	Medicinali
Voce di prodotto	Medicinali
Gruppo	Medicinali
Categoria	Medicinali e prodotti farmaceutici
Capitolo	Servizi sanitari e spese per la salute
Peso (totale = 1.000.000)	28.999 (di cui 25.761 a rilevazione centralizzata)

Per la stima dell'indice di prezzo dei medicinali viene utilizzato un campione di 1.392 confezioni, di cui 802 relative a farmaci di fascia A e 590 relative a farmaci di fascia C con obbligo di prescrizione. Si tratta di un campione a tre stadi, stratificato sulla base delle 14 classi terapeutiche, per principio attivo e tipo di farmaco (generico e non). Un ulteriore campione di 21 farmaci viene utilizzato per la stima dell'indice dei farmaci di fascia C senza obbligo di prescrizione (SOP e OTC), ed è oggetto di rilevazione territoriale da parte degli Uffici comunali di statistica.

Per i farmaci di fascia A vengono calcolati tre indici distinti riferiti ad altrettanti aggregati di spesa:

- 1) la spesa a carico dei cittadini per farmaci consumati nell'ambito delle prestazioni del SSN. Questo aggregato viene utilizzato per il calcolo dell'indice IPCA. Il prezzo di riferimento è in questo caso il prezzo al pubblico al netto delle quote regionali di rimborso e al lordo di eventuali ticket regionali e viene utilizzato per il calcolo di indici di prezzo regionali.
- 2) la spesa complessiva per farmaci consumati nell'ambito delle prestazioni del Servizio sanitario nazionale (SSN), inclusiva sia della quota a carico dei cittadini sia

di quella erogata dal SSN. Si tratta dell'aggregato valido ai fini del calcolo degli indici NIC e FOI. Per il calcolo dell'indice viene preso come riferimento il prezzo al pubblico di ciascuna confezione.

- 3) la spesa per farmaci consumati dai cittadini al di fuori delle prestazioni del SSN. L'indice di prezzo riferito a questo aggregato entra nel calcolo di tutti gli indici prodotti dall'Istat e ha come riferimento il prezzo al pubblico di ciascuna confezione.

Gli indici di prezzo riferiti a questi aggregati vengono calcolati sulla base del medesimo campione di farmaci ma con diversi sistemi di ponderazione.

In particolare, per il calcolo degli indici regionali dei farmaci di fascia A - di cui al punto 1) - sulla base delle informazioni di prezzo rilevate e delle quantità vendute viene stimata mensilmente la spesa media regionale per l'acquisto di farmaci, aggregando in successione la spesa media per tipo di farmaco, per principio attivo e per classe terapeutica. Sulla base del confronto con la spesa media regionale stimata nel mese precedente si procede quindi al calcolo degli indici di prezzo regionali.

Per il calcolo degli indici del prezzo associato agli aggregati di cui ai punti 2) e 3), e per il calcolo dell'indice dei farmaci di fascia C con obbligo di prescrizione, si parte dagli indici relativi a ciascuna confezione, i quali vengono aggregati con media aritmetica ponderata per ottenere in sequenza indici per principio attivo, per classe terapeutica e totale. In questo caso, la struttura di ponderazione di ciascuno strato è proporzionale alla rispettiva quota rispetto all'aggregato di spesa di riferimento.

Per il calcolo dell'indice di prezzo complessivo dei medicinali si procede infine alla media aritmetica ponderata degli indici relativi a tutti gli aggregati di spesa che compongono gli indici nazionali: Fascia A nell'ambito del SSN, Fascia A al di fuori del SSN, Fascia C con obbligo di prescrizione e Fascia C senza obbligo di prescrizione.

I sistemi di ponderazione utilizzati per il calcolo di tutti gli indici sono stati ricavati sulla base delle informazioni di fonte Osmed-Agenzia italiana per il farmaco, e sulla base dei dati forniti da Farindustria e da Federfarma.

Le confezioni incluse nel campione sono rappresentative del 67% e del 73% della spesa per farmaci nel 2004 rispettivamente di fascia A e C (con obbligo di prescrizione). I farmaci rappresentati nel campione rappresentano il 90% e l'86% di tale spesa, mentre i principi attivi rappresentati ne esprimono rispettivamente il 97 e il 91%.

I prezzi rilevanti ai fini del calcolo degli indici, sono quelli in vigore il giorno 15 del mese di riferimento.

Automobili

Codice Coicop	07.1.1	07.1.1	07.1.1	07.1.1
Posizione rappresentativa	Auto a benzina fino a 4 mt.	Auto diesel fino a 4 mt.	Auto a benzina oltre 4 mt.	Auto diesel oltre 4 mt.
Voce di prodotto	Automobili fino a 4 mt.	Automobili fino a 4 mt.	Automobili oltre 4 mt.	Automobili oltre 4 mt.
Gruppo	Acquisto automobile	Acquisto automobile	Acquisto automobile	Acquisto automobile
Categoria	Acquisto mezzi di trasporto	Acquisto mezzi di trasporto	Acquisto mezzi di trasporto	Acquisto mezzi di trasporto
Capitolo	Trasporti	Trasporti	Trasporti	Trasporti
Peso (totale = 1.000.000)	9.754	7.426	4.161	15.826

Il campione utilizzato per la stima dell'indice di prezzo degli autoveicoli è costituito da 236 modelli di 37 case costruttrici: 26 modelli a benzina e 21 diesel per le autovetture

fino a 4 mt., 101 a benzina e 88 diesel per quelle oltre i 4 mt.. Tutti i modelli devono possedere, come dotazioni minime, il doppio *air bag*, l'*abs* e il climatizzatore. Il paniere è stratificato per regione, casa costruttrice e per complessivi 18 segmenti di mercato. Per la ponderazione sono stati utilizzati i dati forniti dall'Automobile Club d'Italia (ACI) e relativi alle immatricolazioni di autoveicoli (distinti per regione, casa costruttrice, modello e alimentazione) da parte di persone fisiche. Per ciascun modello viene rilevato il prezzo di riferimento indicato dalla casa costruttrice, comprensivo dell'Iva, della messa su strada e dell'importo medio regionale dell'Imposta provinciale di trascrizione (Ipt).

Il metodo adottato per il calcolo degli indici delle posizioni rappresentative è strutturato in maniera gerarchica. Viene calcolato un indice di prezzo per ciascuno degli strati ottenuti dall'incrocio di regione, segmento e casa costruttrice,, ottenuto attraverso una media geometrica semplice degli indici di ciascun modello appartenente allo strato. Gli indici di strato vengono successivamente aggregati con medie aritmetiche ponderate: sono così prodotti, in sequenza, gli indici per segmento e casa costruttrice, gli indici per segmento e infine quelli relativi alle singole posizioni rappresentative.

Ciclomotori e motocicli

Codice Coicop	07.1.2	07.1.2
Posizione rappresentativa	Ciclomotori	Motocicli
Voce di prodotto	Acquisto ciclomotori	Acquisto motocicli
Gruppo	Acquisto motocicli e ciclomotori	Acquisto motocicli e ciclomotori
Categoria	Acquisto mezzi di trasporto	Acquisto mezzi di trasporto
Capitolo	Trasporti	Trasporti
Peso (totale = 1.000.000)	193	1.685

Complessivamente sono inclusi nel paniere 188 modelli di 14 case costruttrici: 133 modelli di motocicli e 55 di ciclomotori. Nel caso dei ciclomotori il paniere è stratificato per casa costruttrice (11 strati). Nel caso dei motocicli, i modelli selezionati appartengono a 18 case costruttrici e il paniere è stratificato per marca, tipo di veicolo (es.: scooter, moto da turismo, moto naked, ecc.) e cilindrata. Per la ponderazione sono stati utilizzati i dati sulle immatricolazioni forniti dall'Associazione Nazionale Ciclo Motociclo Accessori (ANCMA).

Gli indici sono ottenuti attraverso due passaggi: dapprima viene calcolato l'indice relativo a ciascuno strato elementare, con una media geometrica semplice degli indici relativi a ciascun modello incluso nello strato. Successivamente vengono calcolati, con media aritmetica ponderata, gli indici per classe di cilindrata (solo per i motocicli) e l'indice della posizione rappresentativa.

I prezzi considerati ai fini della costruzione degli indici sono tratti dai listini delle case costruttrici ("chiavi in mano").

Trasferimenti di proprietà

Codice Coicop	07.1.1	07.1.2
Posizione rappresentativa	Trasferimenti proprietà auto	Trasferimenti proprietà moto
Voce di prodotto	Trasferimento proprietà	Trasferimento proprietà
Gruppo	Trasferimento proprietà	Trasferimento proprietà
Categoria	Acquisto mezzi di trasporto	Acquisto mezzi di trasporto
Capitolo	Trasporti	Trasporti
Peso (totale = 1.000.000)	399	51

Per il calcolo dell'indice dei trasferimenti di proprietà di autoveicoli viene considerato il prezzo relativo alle pratiche svolte presso gli sportelli telematici STA, presenti in ciascuna sede provinciale dell'ACI. Tale prezzo è costituito dalla somma di due componenti. Una prima componente è uniforme sul territorio nazionale, ed è data dalla somma degli emolumenti ACI, dell'imposta di bollo per la trascrizione al Pubblico Registro Automobilistico (Pra), dei diritti Mctc, dell'imposta di bollo per l'aggiornamento della carta di circolazione e della quota fissa dell'Imposta provinciale di trascrizione (Ipt). La seconda componente è costituita dalla maggiorazione provinciale dell'Ipt. Gli importi provinciali vengono successivamente ponderati, sulla base delle trascrizioni per provincia. Nel caso dei motocicli, il prezzo è invece unico sul territorio nazionale.

Per entrambe le posizioni rappresentative, il prezzo considerato ai fini della rilevazione è quello in vigore il giorno 15 del mese di riferimento dell'indice.

Pedaggi autostradali

Codice Coicop		07.2.4
Posizione rappresentativa		Pedaggio autostradale
Voce di prodotto		Pedaggi autostradali
Gruppo		Altri servizi relativi ai mezzi di trasporto
Categoria		Spese di esercizio mezzi di trasporto
Capitolo		Trasporti
Peso (totale = 1.000.000)		3.322

Il paniere è stratificato in base alla società concessionaria e alla fascia tariffaria e offre una copertura pressoché totale della rete autostradale italiana. Vengono raccolte mensilmente 36 quotazioni. L'indice è ottenuto come media aritmetica ponderata degli indici di ciascuno strato. Per la ponderazione, sono utilizzati i dati complessivi di traffico - in termini di veicoli-km - relativi a ciascuna delle 24 società concessionarie operanti in Italia, riferiti ai veicoli di classe A e distinti in base alle fasce tariffarie, identificate generalmente dalle tipologie di percorso (di "pianura" o di "montagna"). Per ciascuno strato, viene effettuato l'aggiornamento mensile delle tariffe al chilometro.

I prezzi considerati ai fini del calcolo dell'indice sono quelli in vigore il giorno 15 del mese di riferimento.

Trasporti ferroviari

Codice Coicop	07.3.1	07.3.1	11.2.0
Posizione rappresentativa	Trasporti ferroviari nazionali	Trasporti ferroviari regionali	Cuccetta e vagone letto
Voce di prodotto	Trasporti ferroviari	Trasporti ferroviari	Altri servizi di alloggio
Gruppo	Trasporti ferroviari	Trasporti ferroviari	Alberghi ed altri servizi di alloggio
Categoria	Servizi di trasporto	Servizi di trasporto	Alberghi ed altri servizi di alloggio
Capitolo	Trasporti	Trasporti	Alberghi, ristoranti e pubblici esercizi
Peso (totale = 1.000.000)	1.586	969	120

Nel corso del 2006 l'evoluzione del prezzo dei servizi di trasporto ferroviario passeggeri viene seguita attraverso due posizioni rappresentative, una relativa ai servizi di media e lunga percorrenza ("Trasporti ferroviari nazionali") e l'altro relativo ai servizi di "Trasporto ferroviario regionale".

Per i trasporti ferroviari nazionali viene utilizzato un paniere stratificato per tipo di servizio: treni con biglietto generico (Espressi, Diretti e Interregionali), Eurostar,

Intercity (biglietti e abbonamenti), Intercity Notte. Gli indici per tipo di servizio vengono calcolati sulla base di un campione totale di circa 11 mila percorrenze, come media aritmetica ponderata degli indici relativi a ciascuna percorrenza: l'indice complessivo si ottiene come media aritmetica ponderata degli indici per tipo di servizio.

Per i trasporti ferroviari regionali vengono considerate le tariffe di corsa semplice e degli abbonamenti applicate per fascia chilometrica in ciascuna regione italiana. Per ciascuna regione viene calcolato un indice regionale.

Tutti i prezzi considerati ai fini del calcolo di questi indici sono quelli in vigore il giorno 15 del mese di riferimento.

Autolinee extraurbane

Codice Coicop	07.3.2
Posizione rappresentativa	Autolinee extraurbane
Voce di prodotto	Trasporti stradali extraurbani
Gruppo	Trasporti stradali
Categoria	Servizi di trasporto
Capitolo	Trasporti
Peso (totale = 1.000.000)	1.336

Il paniere comprende oltre 220 tratte extraurbane servite da circa 30 aziende di trasporto distribuite sull'intero territorio nazionale. Il paniere è stratificato per regione.

Il calcolo dell'indice avviene in due fasi: dapprima si calcolano gli indici per regione attraverso una media geometrica semplice delle tratte regionali presenti nel paniere; successivamente si calcola l'indice nazionale mediante media aritmetica degli indici regionali, ponderata sulla base dei dati di traffico diffusi dal Ministero delle infrastrutture e dei trasporti.

Il prezzo considerato ai fini del calcolo dell'indice è quello in vigore il giorno 15 del mese di riferimento.

Viaggi aerei

Codice Coicop	07.3.3	07.3.3	07.3.3
Posizione rappresentativa	Viaggio aereo nazionale	Viaggio aereo europeo	Viaggio aereo intercontinentale
Voce di prodotto	Trasporti aerei	Trasporti aerei	Trasporti aerei
Gruppo	Trasporti aerei	Trasporti aerei	Trasporti aerei
Categoria	Servizi di trasporto	Servizi di trasporto	Servizi di trasporto
Capitolo	Trasporti	Trasporti	Trasporti
Peso (totale = 1.000.000)	2.640	2.599	1.735

Il paniere è stratificato per direttrici geografiche di traffico e include 35 rotte nazionali, 51 rotte europee e 27 rotte intercontinentali, che collegano fra loro e con l'estero 13 aree aeroportuali italiane. Le rotte sono state scelte sulla base delle informazioni desunte dalle statistiche sul trasporto aereo e sui viaggi all'estero degli italiani per scopi turistici prodotte dall'Istat. Queste informazioni sono state utilizzate anche per la ponderazione delle direttrici e delle rotte.

Mensilmente vengono raccolte circa 800 quotazioni: per ogni rotta vengono in particolare rilevati mensilmente i prezzi finali (comprensivi di tasse aeroportuali e diritti di agenzia) per l'acquisto, una settimana e quattro settimane prima della

partenza, di un biglietto di andata e ritorno per un adulto su voli di linea, corrispondente a una permanenza di una settimana nel caso delle destinazioni nazionali ed europee e di due settimane nel caso di quelle intercontinentali. Per 74 rotte la rilevazione è bimensile.

I prezzi rilevati per ciascuna rotta vengono aggregati con media geometrica semplice per il calcolo degli indici di rotta. Nel caso dei voli nazionali, gli indici di rotta sono aggregati con media aritmetica ponderata per il calcolo degli indici di 17 direttrici di traffico che collegano fra loro 7 aree regionali esaustive del territorio italiano. Gli indici delle rotte europee e intercontinentali sono analogamente aggregati per rappresentare i collegamenti con, rispettivamente, 11 aree regionali esaustive del continente europeo e cinque continenti o subcontinenti extra-europei. Gli indici di ciascuna posizione rappresentativa sono infine calcolati come media aritmetica ponderata degli indici per direttrice di traffico.

Servizi di navigazione

Codice Coicop		07.3.4	07.3.4
Posizione rappresentativa		Trasporto marittimo di auto	Navigazione passeggeri
Voce di prodotto		Trasporti marittimi	Trasporti marittimi
Gruppo	Trasporti marittimi e per vie d'acque interne	Trasporti marittimi e per vie d'acque interne	Trasporti marittimi e per vie d'acque interne
Categoria		Servizi di trasporto	Servizi di trasporto
Capitolo		Trasporti	Trasporti
Peso (totale = 1.000.000)		450	1.011

Per il calcolo dell'indice dei servizi di navigazione passeggeri vengono rilevate mensilmente le tariffe praticate per i collegamenti relativi a 48 rotte marittime e per i trasporti su quattro laghi italiani, da una o più compagnie di navigazione attive su ciascuna rotta, per un totale di 92 tariffe.

Si tratta, per la navigazione marittima, di 19 rotte di largo raggio nazionali (25 tariffe rilevate), di 18 rotte di corto raggio relative al collegamento con gli arcipelaghi (25 tariffe rilevate) e 11 rotte internazionali (13 tariffe rilevate). Le rotte incluse nel paniere offrono una copertura dell'85% circa del movimento di passeggeri su rotte di cabotaggio e del 60% circa del movimento su rotte internazionali. Per ciascuna rotta viene generalmente rilevata la tariffa relativa al passaggio ponte o alla poltrona di seconda classe. Con riferimento alla navigazione lacuale vengono rilevate le tariffe applicate su 29 rotte.

Il paniere è stratificato per ambito: rotte nazionali, rotte arcipelago, rotte internazionali e rotte lacuali. Le rotte di cabotaggio sono state distinte in "rotte marittime nazionali" se di lungo raggio, "rotte marittime arcipelago" se di breve raggio e di collegamento con le isole minori, e "rotte lacuali". Le rotte arcipelago, inoltre, sono state stratificate in base alla regione di appartenenza dell'arcipelago. La ponderazione si basa sui dati Istat, relativi alla navigazione marittima e sui dati del Ministero dei trasporti e delle infrastrutture, relativi alla navigazione lacuale.

Il calcolo dell'indice avviene in tre stadi. L'indice delle rotte arcipelago è ottenuto come media aritmetica ponderata degli indici relativi a ciascun arcipelago regionale, a loro volta calcolati tramite media geometrica semplice degli indici delle rotte che lo rappresentano. L'indice delle rotte nazionali è ottenuto come media aritmetica ponderata delle rotte servite da ciascuna compagnia di navigazione. L'indice delle rotte lacuali è ottenuto come media aritmetica degli indici relativi a ciascun lago, a sua volta calcolato come media geometrica semplice delle tariffe praticate sulle rotte di

pertinenza. L'indice delle rotte internazionali è ottenuto come media ponderata degli indici per paese di destinazione, a loro volta calcolati come media geometrica semplice degli indici delle rotte che li rappresentano. L'indice della posizione rappresentativa, infine, viene calcolato come media aritmetica ponderata degli indici relativi alle quattro tipologie di rotta.

In presenza di variazioni stagionali delle tariffe all'interno del mese di riferimento, il prezzo per ciascuna rotta è calcolato come media aritmetica dei diversi prezzi stagionali, ponderata con il numero di giorni effettivi di applicazione delle tariffe stagionali. L'imputazione di eventuali dati mancanti avviene attribuendo ad essi la variazione congiunturale dello strato di appartenenza. La gerarchia con cui si procede all'imputazione è la stessa adottata per il calcolo degli indici dei livelli di stratificazione superiori.

Per il calcolo dell'indice del trasporto marittimo di auto vengono rilevate 21 rotte. Si tratta di 8 rotte di largo raggio nazionali, 5 rotte di corto raggio, relative a collegamenti con gli arcipelaghi, e 8 rotte internazionali.

Le rotte considerate offrono una copertura dell'80% circa del trasporto marittimo di autoveicoli su rotte di cabotaggio e del 50% su rotte internazionali. La stratificazione è analoga a quella adottata per il trasporto passeggeri, anche se semplificata rispetto a quest'ultima. In particolare sono stati introdotti quattro strati: rotte "nazionali", rotte "arcipelago" e quattro paesi esteri di destinazione per le rotte "internazionali". La ponderazione si basa sui dati relativi alla navigazione marittima passeggeri.

L'indice di ciascuno strato è calcolato come media aritmetica ponderata degli indici delle rotte che lo rappresentano, mentre l'indice della posizione rappresentativa è ottenuto come media aritmetica ponderata degli indici di strato.

In presenza di variazioni stagionali delle tariffe all'interno del mese di riferimento, il prezzo per ciascuna rotta è calcolato come media aritmetica dei diversi prezzi stagionali, ponderata con il numero di giorni effettivi in cui sono applicate tali tariffe.

Servizi postali

Codice Coicop	08.1.0
Posizione rappresentativa	Servizi postali
Voce di prodotto	Servizi postali
Gruppo	Servizi postali
Categoria	Comunicazioni
Capitolo	Comunicazioni
Peso (totale = 1.000.000)	1.661

Il paniere è stratificato sulla base del tipo di servizio: corrispondenze ordinarie e prioritarie, raccomandate e assicurate, pacchi ordinari, corriere espresso e servizi telematici. A partire dagli indici relativi a ciascun prodotto postale si procede al calcolo degli indici per tipo di servizio, attraverso una media aritmetica ponderata con pesi proporzionali al fatturato generato dalle famiglie consumatrici. Successivamente, viene calcolato l'indice della posizione rappresentativa, come media aritmetica ponderata degli indici per tipo di servizio. La struttura di ponderazione è basata sulle informazioni fornite da Poste Italiane spa.

Le quotazioni raccolte sono costituite dai prezzi in vigore il giorno 15 del mese di riferimento.

Apparecchi per la telefonia mobile

Codice Coicop	08.2.0
Posizione rappresentativa	Apparecchi per la telefonia mobile
Voce di prodotto	Apparecchi e materiale telefonico
Gruppo	Apparecchiature e materiale telefonico
Categoria	Comunicazioni
Capitolo	Comunicazioni
Peso (totale = 1.000.000)	6.062

Sono inclusi nel paniere i modelli di sei case costruttrici. Nella seconda settimana di ogni mese vengono mediamente rilevate circa 700 quotazioni relative a oltre 100 modelli. Ciascun modello viene classificato all'interno di uno dei profili individuati sulla base delle caratteristiche tecniche e delle prestazioni degli apparecchi cellulari presenti sul mercato nel 2005. Si tratta di un profilo "base", che caratterizza i modelli dotati delle funzionalità essenziali per la comunicazione mobile, e di due profili "superiori": un profilo "intermedio", caratterizzato da alcune dotazioni aggiuntive relative alle capacità di comunicazione e alla qualità del display, e di un profilo "sophisticato", dotato delle tecnologie più all'avanguardia dal punto di vista sia della comunicazione e dell'integrazione sia delle prestazioni e delle funzionalità.

Il prezzo medio di ciascun modello viene calcolato come media geometrica semplice delle quotazioni rilevate. Per ogni profilo viene individuato mensilmente come rappresentativo di ciascuna casa costruttrice il modello che presenta il prezzo medio più basso fra quelli in possesso delle caratteristiche del profilo considerato. Successivamente vengono calcolati, per ogni profilo, gli indici relativi a ciascuna casa costruttrice, come rapporto tra prezzo medio del modello di riferimento del mese corrente e del mese precedente. Gli indici di ciascun profilo vengono in seguito calcolati attraverso una media geometrica semplice degli indici per casa costruttrice. Con media aritmetica semplice vengono aggregati gli indici dei profili "intermedio" e "sophisticato", a rappresentare l'indice dei telefoni cellulari di profilo "superiore". L'indice della posizione rappresentativa viene infine ottenuto come media aritmetica semplice dell'indice del profilo "superiore" e di quello "base".

Apparecchi per la telefonia fissa

Codice Coicop	08.2.0
Posizione rappresentativa	Apparecchi per la telefonia fissa
Voce di prodotto	Apparecchi e materiale telefonico
Gruppo	Apparecchiature e materiale telefonico
Categoria	Comunicazioni
Capitolo	Comunicazioni
Peso (totale = 1.000.000)	958

Sono inclusi nel paniere due tipologie distinte di modelli (con filo e *cordless*) di sei case costruttrici. Nella seconda settimana di ogni mese vengono mediamente rilevate circa 700 quotazioni relative a oltre 200 modelli. Ciascun modello di *cordless* viene classificato all'interno di uno dei profili individuati sulla base delle caratteristiche tecniche e delle prestazioni degli apparecchi presenti sul mercato nel 2005. Si tratta di un profilo "base", che caratterizza i modelli dotati delle funzionalità essenziali per la comunicazione, e di due profili "superiori": un profilo "intermedio", caratterizzato da alcune dotazioni aggiuntive relative alle capacità di comunicazione (p. es.: le funzione "vivavoce" o "chi è?") e alla qualità del display, e di un profilo "sophisticato", dotato di tecnologie più all'avanguardia dal punto di vista sia della comunicazione (p. es.: memorie, messaggistica) e dell'integrazione sia delle prestazioni e delle funzionalità (p. es.: segreteria telefonica). Per quanto riguarda gli apparecchi con filo, dove

l'offerta è maggiormente polarizzata, a fianco di un profilo base è stato individuato un solo profilo superiore, rappresentato dagli apparecchi con funzioni aggiuntive rispetto a quelle essenziali per la comunicazione.

Il prezzo medio di ciascun modello viene calcolato come media geometrica semplice delle quotazioni rilevate. Per ogni tipo di apparecchio (con filo e *cordless*) e di profilo viene individuato mensilmente come rappresentativo di ciascuna casa costruttrice il modello che presenta il prezzo medio più basso fra quelli in possesso delle caratteristiche del profilo considerato. Successivamente vengono calcolati, per ogni profilo, gli indici di ciascuna casa costruttrice, come rapporto tra prezzo medio del modello di riferimento del mese corrente e del mese precedente. Gli indici di ciascun profilo vengono in seguito calcolati attraverso una media geometrica semplice degli indici per casa costruttrice. Per i telefoni *cordless*, con media aritmetica semplice vengono aggregati gli indici dei profili "intermedio" e "sophisticato", a rappresentare l'indice degli apparecchi *cordless* di profilo "superiore". L'indice della posizione rappresentativa viene infine ottenuto come media aritmetica semplice degli indici dei profili "superiore" e di "base" delle due tipologie di apparecchi per la telefonia fissa.

Telefonia fissa

Codice Coicop	08.3.0
Posizione rappresentativa	Servizi di telefonia fissa
Voce di prodotto	Servizi di telefonia
Gruppo	Servizi telefonici
Categoria	Comunicazioni
Capitolo	Comunicazioni
Peso (totale = 1.000.000)	10.303

Il paniere è stratificato per operatore e tipo di piano tariffario. Vengono rilevate 237 tariffe per i servizi di trasmissione di voce e dati relativi a una selezione di piani tariffari offerti dagli operatori nazionali rappresentativi del mercato residenziale. Si procede dapprima al calcolo, per ciascun operatore, dell'indice relativo a ciascun piano tariffario, ottenuto come media ponderata delle tariffe applicate in ciascuna fascia tariffaria, con pesi proporzionali ai profili di consumo (numero e durata media delle conversazioni) stimati per gli abbonati residenziali. Successivamente si calcola l'indice relativo a ciascun operatore come media aritmetica ponderata degli indici dei piani tariffari. Infine, l'indice della posizione rappresentativa viene ottenuto come media aritmetica ponderata degli indici di operatore, con pesi proporzionali ai rispettivi fatturati generati dalla clientela residenziale.

Le quotazioni raccolte sono costituite dai prezzi in vigore il giorno 15 del mese di riferimento.

Telefonia mobile

Codice Coicop	08.3.0
Posizione rappresentativa	Servizi di telefonia mobile
Voce di prodotto	Servizi di telefonia
Gruppo	Servizi telefonici
Categoria	Comunicazioni
Capitolo	Comunicazioni
Peso (totale = 1.000.000)	12.209

Il paniere è stratificato per operatore e tipo di piano tariffario (abbonamenti e schede prepagate). Vengono in particolare rilevati circa 260 prezzi, relativi alle fasce tariffarie

di ogni strato, al traffico vocale, alla messaggistica e ai servizi accessori, praticati da operatori nazionali rappresentativi del mercato residenziale e afferenti a 27 piani tariffari.

Si procede dapprima al calcolo, per ciascun operatore, dell'indice relativo a ciascun piano tariffario, ottenuto come media ponderata delle tariffe applicate in ciascuna fascia tariffaria, con pesi proporzionali ai profili di consumo (numero e durata media delle conversazioni) stimati per gli abbonati residenziali. Successivamente si calcolano per ciascun operatore i due indici relativi alle tipologie di piano tariffario, attraverso una media geometrica degli indici dei piani tariffari ad esse afferenti. L'indice per operatore viene ricavato come media aritmetica ponderata di questi due indici, con pesi proporzionali al numero dei sottoscrittori di ciascun tipo di piano tariffario. Infine, l'indice della posizione rappresentativa viene ottenuto come media aritmetica ponderata degli indici di operatore, con pesi proporzionali ai rispettivi fatturati generati dalla clientela residenziale.

Le quotazioni raccolte sono costituite dai prezzi in vigore il giorno 15 del mese di riferimento.

Telefonia pubblica

Codice Coicop		08.3.0
Posizione rappresentativa		Servizi di telefonia pubblica
Voce di prodotto		Servizi di telefonia
Gruppo		Servizi telefonici
Categoria		Comunicazioni
Capitolo		Comunicazioni
Peso (totale = 1.000.000)		324

Vengono rilevate le tariffe delle chiamate verso fisso e verso mobile applicate nelle postazioni di telefonia pubblica gestite da Telecom Italia spa. L'indice si ottiene come media aritmetica ponderata degli indici calcolati per ciascuna fascia tariffaria, con pesi pari al volume medio di traffico (numero e durata media delle conversazioni).

Le quotazioni raccolte sono costituite dai prezzi in vigore il giorno 15 del mese di riferimento.

Personal computer

Codice Coicop	09.1.3	09.1.3
Posizione rappresentativa	Personal computer: unità centrale	Personal computer: periferiche
Voce di prodotto	Apparecchi per il trattamento dell'informazione	Apparecchi per il trattamento dell'informazione
Gruppo	Apparecchi per il trattamento dell'informazione	Apparecchi per il trattamento dell'informazione
Categoria	Apparecchi audiovisivi, fotografici e informatici	Apparecchi audiovisivi, fotografici e informatici
Capitolo	Ricreazione, spettacoli e cultura	Ricreazione, spettacoli e cultura
Peso (totale = 1.000.000)	1.169	496

Nel corso del 2006 l'evoluzione del prezzo dei personal computer viene seguito attraverso due indici distinti: uno relativo alle "Unità centrali" e l'altro alle "Periferiche".

L'indice di prezzo delle Unità centrali è a sua volta ottenuto come media aritmetica ponderata di due indici: uno relativo ai computer *desktop* e l'altro ai computer portatili (*notebook*). Per il calcolo dell'indice di prezzo dei *desktop* vengono seguiti i prezzi dei

prodotti di nove case costruttrici, fra cui sono presenti i maggiori marchi nazionali ed esteri. Vengono rilevate circa 200 quotazioni mensili relative a macchine dotate di alcune caratteristiche minime (del processore, della *ram*, dell'*hard disk*, dei lettori ottici, ecc.) che le rendono compatibili con gli standard di funzionamento dei sistemi operativi maggiormente utilizzati (attualmente Windows XP nelle versioni Home edition e Media center) e con le esigenze di un utente "generalista". Per ogni casa costruttrice viene utilizzato come prezzo rappresentativo la media geometrica semplice dei prezzi più bassi rilevati in ciascun punto vendita per l'acquisto di un *desktop* in possesso delle dotazioni minime richieste. Vengono in tal modo calcolati gli indici di prezzo relativi a ciascuna casa costruttrice, i quali vengono successivamente aggregati con media aritmetica ponderata con le rispettive quote di mercato.

L'indice dei computer portatili viene stimato sulla base di circa 500 quotazioni raccolte mensilmente e relative a circa 80 modelli di notebook prodotti da cinque case costruttrici. La scelta dei modelli è stata effettuata fissando alcune caratteristiche tecniche minime sulla base di un criterio analogo a quello utilizzato per i *desktop*. Il prezzo medio di ciascun modello viene calcolato come media geometrica semplice delle quotazioni rilevate. Viene individuato mensilmente come rappresentativo di ciascuna casa costruttrice il modello che presenta il prezzo medio più basso fra quelli in possesso delle caratteristiche del profilo considerato. Successivamente vengono calcolati gli indici relativi a ciascuna casa costruttrice, come rapporto tra prezzo medio del modello di riferimento del mese corrente e del mese precedente. Questi vengono infine aggregati con media aritmetica ponderata con le rispettive quote di mercato.

Anche l'indice di prezzo delle periferiche viene ottenuto come sintesi, attraverso una media aritmetica ponderata, di due indici di prezzo distinti: uno relativo ai monitor e l'altro relativo alle stampanti. Nel caso dei monitor vengono rilevati i prezzi di oltre 150 modelli prodotti da 13 case costruttrici e relativi a due tipi di monitor a cristalli liquidi, rispettivamente da 17 e 19 pollici. Vengono raccolte mensilmente circa 400 quotazioni. Il prezzo medio di ciascun modello viene calcolato come media geometrica semplice delle quotazioni rilevate. Viene individuato mensilmente come rappresentativo di ciascuna casa costruttrice e di ciascun tipo di monitor il modello che presenta il prezzo medio più basso. Vengono così calcolati, per ogni casa costruttrice, gli indici per tipo di monitor, ottenuti come rapporto tra prezzo medio del modello di riferimento del mese corrente e del mese precedente. Questi vengono successivamente aggregati con media aritmetica ponderata per ottenere gli indici per casa costruttrice, i quali sono infine aggregati con pesi proporzionali alle rispettive quote di mercato.

Per le stampanti si procede in maniera analoga. Vengono rilevati i prezzi di oltre 70 modelli prodotti da quattro case costruttrici e relativi a due tipi di stampanti a getto d'inchiostro per uso domestico (a colori e multifunzione). Vengono rilevate circa 500 quotazioni mensili. Il prezzo medio di ciascun modello viene calcolato come media geometrica semplice delle quotazioni rilevate. Viene individuato mensilmente come rappresentativo di ciascuna casa costruttrice e di ciascun tipo di stampante il modello che presenta il prezzo medio più basso. Vengono poi calcolati, per ogni casa costruttrice, gli indici per tipo di stampante, ottenuti come rapporto tra prezzo medio del modello di riferimento del mese corrente e del mese precedente. Questi vengono successivamente aggregati con media aritmetica ponderata per ottenere gli indici per casa costruttrice, i quali sono infine aggregati con pesi proporzionali alle rispettive quote di mercato.

Motorcaravan

Codice Coicop	09.2.1
Posizione rappresentativa	Motorcaravan
Voce di prodotto	Altri beni ricreativi durevoli
Gruppo	Altri beni durevoli per ricreazione e cultura
Categoria	Altri beni durevoli per ricreazione e cultura
Capitolo	Ricreazione, spettacoli e cultura
Peso (totale = 1.000.000)	405

Nel paniere sono inclusi 12 modelli rappresentativi di altrettante marche italiane e straniere: i modelli hanno la caratteristica comune di essere predisposti per il trasporto e il soggiorno di almeno cinque persone. Si tratta di un paniere stratificato per nazionalità del produttore (italiana o estera). L'indice per nazionalità è calcolato come media ponderata degli indici relativi a ciascun modello, con pesi proporzionali alle immatricolazioni della casa costruttrice di cui il modello è rappresentativo.

L'indice della posizione rappresentativa è ottenuto come media aritmetica ponderata degli indici per nazionalità del produttore, con pesi proporzionali alle immatricolazioni per nazionalità.

Le quotazioni raccolte sono costituite dai prezzi di listino ("chiavi in mano") in vigore il giorno 15 del mese di riferimento.

Imbarcazioni

Codice Coicop	09.2.1	09.2.1
Posizione rappresentativa	Imbarcazione plastica	Motore per imbarcazione
Voce di prodotto	Imbarcazioni	Imbarcazioni
Gruppo	Altri beni durevoli per ricreazione e cultura	Altri beni durevoli per ricreazione e cultura
Categoria	Altri beni durevoli per ricreazione e cultura	Altri beni durevoli per ricreazione e cultura
Capitolo	Ricreazione, spettacoli e cultura	Ricreazione, spettacoli e cultura
Peso (totale = 1.000.000)	950	2.436

Nel paniere sono inclusi sei modelli di gommone e sei modelli di motore fuoribordo. Vengono osservati mensilmente i prezzi di listino in vigore il giorno 15 del mese di riferimento. In ambedue i casi gli indici sono ottenuti con media geometrica semplice degli indici di ciascun prodotto.

Concorsi pronostici

Codice Coicop	Non incluso nella classificazione Coicop HICP
Posizione rappresentativa	Concorsi pronostici
Voce di prodotto	Concorsi pronostici
Gruppo	Altri servizi ricreativi e culturali
Categoria	Servizi ricreativi e culturali
Capitolo	Ricreazione, spettacoli e cultura
Peso (totale = 1.000.000)	9.556

Viene rilevato il costo di una giocata minima relativo a cinque concorsi nazionali. L'indice della posizione rappresentativa si ottiene come media aritmetica ponderata degli indici relativi a ciascun concorso. I pesi sono proporzionali al fatturato prodotto da ogni concorso: le informazioni per la ponderazione sono state rese disponibili dall'AAMS.

Le quotazioni raccolte sono costituite dai prezzi in vigore il giorno 15 del mese di riferimento.

Parchi di divertimento

Codice Coicop	09.4.1
Posizione rappresentativa	Ingresso ai parchi di divertimento
Voce di prodotto	Parchi di divertimento
Gruppo	Servizi ricreativi e culturali
Categoria	Servizi ricreativi e culturali
Capitolo	Ricreazione, spettacoli e cultura
Peso (totale = 1.000.000)	911

Fanno parte del paniere 17 parchi di divertimento italiani distribuiti sull'intero territorio nazionale. Per ogni parco vengono rilevati i prezzi di due prodotti: ingresso di un adulto e ingresso di un bambino. L'indice non è ponderato. Allo scopo di tenere conto della scarsa o nulla sostituibilità fra i prodotti quotati, l'indice viene calcolato come media aritmetica semplice degli indici di parco; gli indici di parco, a loro volta, sono calcolati come media aritmetica semplice degli indici dei due tipi di biglietto.

In presenza di modulazioni stagionali delle tariffe, il prezzo registrato per il mese di riferimento viene calcolato come media ponderata dalle tariffe vigenti nel mese, con pesi dati dal numero di giorni di validità delle tariffe stesse.

Nell'eventuale periodo di chiusura stagionale di un parco si procede all'imputazione del prezzo del mese corrente per mezzo della variazione congiunturale calcolata sulla base dei parchi che risultano aperti.

Impianti di risalita

Codice Coicop	09.4.1
Posizione rappresentativa	Impianti di risalita
Voce di prodotto	Impianti di risalita
Gruppo	Servizi ricreativi e culturali
Categoria	Servizi ricreativi e culturali
Capitolo	Ricreazione, spettacoli e cultura
Peso (totale = 1.000.000)	864

Sono inclusi nel paniere i prezzi dei servizi di trasporto di 144 impianti a fune, presso circa 40 comprensori sciistici, selezionati tra i più noti a livello nazionale e i più sviluppati in termini di offerta (numero e portata degli impianti di risalita, chilometri di piste sciabili) e 30 località di montagna con impianti di trasporto a fune attivi anche nella stagione estiva, dislocati sull'arco alpino e sugli Appennini.

Per gli impianti di risalita delle località sciistiche viene generalmente rilevato il prezzo di uno skipass giornaliero e di uno settimanale per adulto senza riduzioni. Per gli altri impianti viene generalmente rilevato il prezzo di una corsa di andata e ritorno per un adulto senza riduzioni.

Il paniere è stratificato per regione, mentre la ponderazione è basata sui dati Istat relativi alle presenze turistiche in località di montagna per regione e stagione. Il sistema di calcolo dell'indice ha luogo in due stadi: si procede al calcolo degli indici per regione come media geometrica semplice degli indici relativi alle singole località; l'indice della posizione rappresentativa è ottenuto come media aritmetica ponderata degli indici regionali.

In presenza di modulazioni stagionali delle tariffe, il prezzo registrato per il mese di riferimento viene calcolato come media ponderata dalle tariffe vigenti nel mese, con pesi dati dal numero di giorni di validità delle tariffe stesse.

Nel caso di chiusura stagionale nel periodo di riferimento dell'indice, o di assenza delle quotazioni per mancata rilevazione, si procede attribuendo all'impianto di risalita con dati mancanti la variazione congiunturale dello strato cui esso appartiene; se questo strato non ha prezzi rilevati al proprio interno, al dato mancante viene attribuita la variazione congiunturale calcolata con riferimento allo strato di livello immediatamente superiore. La gerarchia con cui si procede all'imputazione è la stessa adottata per il calcolo dell'indice.

Stabilimenti balneari

Codice Coicop	09.4.1
Posizione rappresentativa	Stabilimenti balneari
Voce di prodotto	Stabilimenti balneari
Gruppo	Stabilimenti balneari
Categoria	Servizi ricreativi e culturali
Capitolo	Ricreazione, spettacoli e cultura
Peso (totale = 1.000.000)	1.781

Si tratta di un paniere stratificato per regione, nel quale sono inclusi circa 80 stabilimenti balneari italiani. Il prezzo rilevato è generalmente costituito dall'affitto giornaliero di un ombrellone e una sdraio o un lettino.

La procedura di calcolo prevede dapprima il calcolo di un indice regionale, come media geometrica semplice degli indici relativi agli stabilimenti balneari della regione inclusi nel paniere. Successivamente, si procede al calcolo dell'indice della posizione rappresentativa come media aritmetica ponderata degli indici regionali. I pesi si basano sui dati Istat relativi alle presenze turistiche regionali nelle località di mare.

In presenza di variazioni stagionali delle tariffe all'interno del mese di riferimento, il prezzo per ciascuno stabilimento è calcolato come media aritmetica dei diversi prezzi stagionali, ponderata con il numero di giorni effettivi in cui sono applicate tali tariffe.

Nel caso di chiusura nel periodo di riferimento dell'indice, o di assenza delle quotazioni per mancata rilevazione, si procede attribuendo allo stabilimento balneare con dati mancanti la variazione congiunturale dello strato cui esso appartiene; se questo strato non ha prezzi rilevati al proprio interno, al dato mancante viene attribuita la variazione congiunturale calcolata con riferimento allo strato di livello immediatamente superiore. La gerarchia con cui si procede all'imputazione è la stessa adottata per il calcolo dell'indice.

Pay tv

Codice Coicop	09.4.2
Posizione rappresentativa	Abbonamento Pay-tv
Voce di prodotto	Canone tv
Gruppo	Canone tv
Categoria	Servizi ricreativi e culturali
Capitolo	Ricreazione, spettacoli e cultura
Peso (totale = 1.000.000)	481

Sono rilevati mensilmente i prezzi dei pacchetti offerti da un operatore nazionale. L'indice è ottenuto come media geometrica semplice degli indici di ciascun pacchetto. Le quotazioni raccolte sono costituite dai prezzi in vigore il giorno 15 del mese di riferimento.

Canone tv

Codice Coicop		09.4.2
Posizione rappresentativa		Canone tv colore
Voce di prodotto		Canone tv
Gruppo		Canone tv
Categoria		Servizi ricreativi e culturali
Capitolo		Ricreazione, spettacoli e cultura
Peso (totale = 1.000.000)		3.207

Viene rilevato il canone Rai di abbonamento annuale. L'importo è quello in vigore il giorno 15 del mese di riferimento dell'indice.

Libri non scolastici

Codice Coicop		09.5.1
Posizione rappresentativa		Libri non scolastici
Voce di prodotto		Libri non scolastici
Gruppo		Libri
Categoria		Libri, giornali e articoli di cartoleria
Capitolo		Ricreazione, spettacoli e cultura
Peso (totale = 1.000.000)		5.319

Si tratta di un paniere suddiviso in 18 strati elementari, definiti in base alla materia trattata seguendo la classificazione Unesco. Complessivamente, all'interno dei vari strati sono inclusi oltre 200 titoli di catalogo il cui prezzo viene rilevato mensilmente. Inoltre, nell'ambito dei libri di narrativa, viene rilevata una voce composta che identifica le novità librerie, definita sulla base dei prezzi dei 25 libri di narrativa italiana e dei 25 libri di narrativa straniera più venduti nel mese di riferimento. Il prezzo utilizzato ai fini della costruzione dell'indice è quello di copertina in vigore il giorno 15 del mese di riferimento.

L'indice viene calcolato come media aritmetica ponderata degli indici di strato, con pesi proporzionali al valore della produzione libraria italiana per materia, di fonte Istat. Gli indici per strato sono invece ottenuti come media geometrica semplice degli indici relativi a ciascun volume appartenente allo strato.

Testi scolastici

Codice Coicop	09.5.1	09.5.1
Posizione rappresentativa	Testi per la scuola dell'obbligo	Testi per la scuola media superiore
Voce di prodotto	Libri scolastici	Libri scolastici
Gruppo	Libri	Libri
Categoria	Libri, giornali e articoli di cartoleria	Libri, giornali e articoli di cartoleria
Capitolo	Ricreazione, spettacoli e cultura	Ricreazione, spettacoli e cultura
Peso (totale = 1.000.000)	942	1.380

Vengono rilevati i prezzi di tutti i libri di testo proposti per l'adozione per le scuole medie inferiori e superiori inclusi nei cataloghi AIE (Associazione Italiana degli Editori). Il sistema di ponderazione è stato ricavato sulla base delle informazioni acquisite sulle adozioni effettive presso un campione di 1.250 istituti e riguardanti circa 18.000 classi e 5.000 sezioni. Complessivamente, nel campione sono riportate le informazioni relative a oltre 270 mila proposte per l'adozione "obbligatoria". Per l'estrazione del campione è stata utilizzata la banca dati relativa alle adozioni di libri di testo da parte delle scuole e curata dall'AIE.

L'indice si muove convenzionalmente nel mese di settembre, in coincidenza con l'avvio dell'anno scolastico. Per ogni strato elementare, ottenuto dall'incrocio fra ripartizione geografica, tipo di istituto e anno di corso, viene stimato l'indice di prezzo come rapporto fra la spesa necessaria nell'anno scolastico appena cominciato per l'acquisto di un paniere ponderato dei libri di testo adottati negli istituti afferenti allo strato e l'analoga spesa sostenuta nell'anno scolastico precedente. L'indice generale è calcolato come media aritmetica degli indici di ciascuno strato elementare, ponderata sulla base dei dati sulla popolazione studentesca, riferiti all'anno scolastico precedente, disaggregati per tipo di istituto, provincia e anno di corso, diffusi dal Ministero dell'istruzione¹⁴.

Periodici

Codice Coicop	09.5.2
Posizione rappresentativa	Periodici
Voce di prodotto	Periodici
Gruppo	Giornali e periodici
Categoria	Libri, giornali e articoli di cartoleria
Capitolo	Ricreazione, spettacoli e cultura
Peso (totale = 1.000.000)	7.814

Il paniere è stratificato sulla base di due classi di periodicità dell'uscita in edicola (settimanale, periodicità superiori) e di alcuni segmenti di mercato (politica, costume, attualità, programmi tv, sport, ecc.). Nel paniere sono in particolare inclusi 59 periodici, di cui 31 settimanali e 28 mensili.

A partire dal numero indice di ciascun periodico, con riferimento a ciascuna classe di periodicità viene calcolato con media aritmetica ponderata l'indice per segmento, con pesi proporzionali alle vendite in edicola. Si ottiene successivamente l'indice per tipo di periodicità come media aritmetica ponderata degli indici per argomento. L'indice della posizione rappresentativa viene infine ottenuto come media aritmetica ponderata dei due indici di periodicità.

Il prezzo rilevato è quello di copertina nell'ultima settimana del mese di riferimento dell'indice, considerato al netto di offerte speciali, allegati e di abbinamenti con inserti o altre riviste, aventi carattere temporaneo.

Pacchetti vacanza

Codice Coicop	09.6.0
Posizione rappresentativa	Pacchetti vacanza
Voce di prodotto	Pacchetti vacanza tutto compreso
Gruppo	Pacchetti vacanza tutto compreso
Categoria	Pacchetti vacanza tutto compreso
Capitolo	Ricreazione, spettacoli e cultura
Peso (totale = 1.000.000)	3.180

Viene utilizzato un paniere stratificato per 15 destinazioni composto complessivamente da 154 pacchetti vacanza. La rilevazione dei prezzi ha luogo tramite consultazione dei cataloghi: in particolare, per ciascun pacchetto, si rileva il

¹⁴ Per ulteriori dettagli sulla metodologia si veda anche De Gregorio C., Fatello S., (2005), L'indice dei prezzi al consumo dei testi scolastici. Documenti Istat. N.12. Il lavoro è scaricabile dal sito internet dell'Istat all'indirizzo: http://www.istat.it/dati/pubbsci/documenti/Documenti/doc_2005/2005_12.pdf.

prezzo medio del mese di riferimento, ottenuto come media ponderata delle tariffe, con pesi dati dal numero di giorni di validità delle tariffe stesse.

L'indice è ottenuto come media aritmetica ponderata degli indici per destinazione: questi, a loro volta, sono calcolati come media geometrica semplice degli indici dei pacchetti inclusi nel paniere. Il sistema di ponderazione si basa su dati relativi al numero di pacchetti venduti per destinazione.

In caso di assenza di quotazioni di una o più destinazioni, si procede all'imputazione del prezzo del mese corrente sulla base della variazione congiunturale che risulta dalla media degli altri pacchetti appartenenti allo stesso strato; in caso di assenza di quotazioni per tutti i pacchetti di uno strato, si procede all'imputazione sulla base dell'indice calcolato sul totale dei pacchetti effettivamente rilevati. La gerarchia con cui si procede all'imputazione è la stessa adottata per il calcolo dell'indice.

Istruzione universitaria

Codice Coicop	10.4.0
Posizione rappresentativa	Istruzione universitaria
Voce di prodotto	Istruzione universitaria
Gruppo	Istruzione universitaria
Categoria	Istruzione pubblica e privata
Capitolo	Istruzione
Peso (totale = 1.000.000)	2.673

Viene rilevato il costo dell'immatricolazione presso 18 facoltà universitarie diffuse sul territorio nazionale e rappresentative di tutti gli indirizzi di studio. La selezione del paniere degli atenei è stata fatta sulla base di una stratificazione degli atenei italiani, pubblici e privati, per classe dimensionale.

Per ogni ateneo vengono rilevati i costi di immatricolazione presso una singola facoltà, corrispondenti a tre livelli di reddito ipotetici di una famiglia tipo di tre componenti. I livelli di reddito utilizzati sono i quartili di reddito imponibile Irpef, calcolati dall'Istat sulla base del modello MASTRICT su dati di fonte Banca d'Italia. Si suppone che la famiglia tipo sia proprietaria della casa in cui risiede e non possieda titoli od obbligazioni che producano altri redditi.

Gli indici per ciascuna facoltà sono ottenuti come media aritmetica semplice degli indici di ogni quartile di reddito. L'indice della posizione rappresentativa è ottenuto come media aritmetica ponderata degli indici di facoltà, con pesi dati dal numero di immatricolazioni presso l'ateneo cui la facoltà appartiene.

Campeggi

Codice Coicop	11.2.0
Posizione rappresentativa	Campeggi
Voce di prodotto	Altri servizi di alloggio
Gruppo	Alberghi ed altri servizi di alloggio
Categoria	Alberghi ed altri servizi di alloggio
Capitolo	Alberghi, ristoranti e pubblici esercizi
Peso (totale = 1.000.000)	1.485

Il paniere è composto da 197 campeggi ed è diviso in 21 strati ottenuti dall'incrocio fra area territoriale e tipologia del sito (mare, montagna, lago, città, altro): 13 strati per le località di mare, tre per quelle di montagna, tre per quelle lacuali e uno, rispettivamente, per le città d'arte e per le altre località. Per ogni campeggio vengono

rilevati i prezzi di due tipologie di soggiorno giornaliero: quello imputabile a due persone in tenda piccola con auto e quello imputabile a quattro persone, in camper e con allaccio elettrico.

Gli indici per strato elementare sono costruiti con media geometrica semplice degli indici relativi ai singoli campeggi nello strato, ottenuti a loro volta come media geometrica semplice delle tariffe giornaliere relative alle due modalità di soggiorno rilevate. Con media aritmetica ponderata si procede successivamente al calcolo degli indici per tipo di località e all'indice della posizione rappresentativa.

La ponderazione è basata sui dati Istat relativi alle presenze turistiche presso campeggi e villaggi turistici.

In presenza di variazioni stagionali delle tariffe, si rileva il prezzo medio del mese di riferimento ottenuto come media ponderata delle tariffe stagionali con pesi dati dal numero di giorni di validità delle tariffe stesse.

Sia nel caso di assenza delle quotazioni per mancata rilevazione, sia nel caso di chiusura stagionale nel periodo di riferimento dell'indice, si procede attribuendo al campeggio con dati mancanti la variazione congiunturale dello strato cui esso appartiene; se questo strato non ha prezzi rilevati al proprio interno, al dato mancante viene attribuita la variazione congiunturale calcolata con riferimento allo strato immediatamente superiore. La gerarchia con cui si procede all'imputazione è la stessa adottata per il calcolo dell'indice.

Agriturismi

Codice Coicop	11.2.0
Posizione rappresentativa	Agriturismo
Voce di prodotto	Altri servizi di alloggio
Gruppo	Alberghi ed altri servizi di alloggio
Categoria	Alberghi ed altri servizi di alloggio
Capitolo	Alberghi, ristoranti e pubblici esercizi
Peso (totale = 1.000.000)	395

Si tratta di un paniere stratificato sulla base di 10 strati territoriali, costituiti da regioni o aggregati di regioni, e al cui interno sono inclusi circa 141 agriturismi. La tipologia di tariffa che viene rilevata non è uguale per tutte le strutture agrituristiche incluse nel paniere, ma varia a seconda della disponibilità delle stesse. In generale, laddove presente, è stato rilevato il prezzo del soggiorno in mezza pensione per persona e al giorno. Negli altri casi, sono state prese in considerazione le tariffe relative al solo pernottamento di una notte in camera doppia o di una settimana in appartamento per due persone.

L'indice si ottiene come media aritmetica ponderata degli indici per ripartizione geografica, calcolati come media aritmetica ponderata degli indici territoriali, i quali sono a loro volta ottenuti come media geometrica semplice degli indici relativi ai singoli agriturismi.

La struttura di ponderazione è basata sui dati Istat relativi alla presenze turistiche per regione presso gli agriturismi.

In presenza di variazioni stagionali delle tariffe, si rileva il prezzo medio del mese di riferimento ottenuto come media ponderata delle tariffe stagionali, con pesi dati dal numero di giorni di validità delle tariffe stesse.

Sia nel caso di assenza della quotazione per mancata rilevazione, sia nel caso di chiusura nel periodo di riferimento dell'indice, si procede attribuendo all'agriturismo

con dati mancanti la variazione congiunturale dello strato cui esso appartiene; se questo strato non ha prezzi rilevati al proprio interno, viene imputata la variazione congiunturale dello strato immediatamente superiore. La gerarchia con cui si procede all'imputazione è la stessa adottata per il calcolo dell'indice.

Servizi finanziari

Codice Coicop	12.6.2	12.6.2
Posizione rappresentativa	Servizi di deposito, pagamento e incasso	Altri servizi finanziari
Voce di prodotto	Altri servizi finanziari nac	Altri servizi finanziari nac
Gruppo	Altri servizi finanziari nac	Altri servizi finanziari nac
Categoria	Servizi finanziari	Servizi finanziari
Capitolo	Altri beni e servizi	Altri beni e servizi
Peso (totale = 1.000.000)	7.716	936

Nel 2006 l'evoluzione del prezzo dei servizi finanziari viene seguita attraverso due posizioni rappresentative distinte, una relativa ai "Servizi di deposito, pagamento e incasso" e una relativa agli "Altri servizi finanziari". Per entrambe le rilevazioni, gli indici nazionali vengono stimati aggregando, attraverso una media aritmetica ponderata, due indici distinti e relativi ai servizi offerti dagli istituti di credito e da Poste Italiane spa.

Con riferimento ai "Servizi di deposito, pagamento e incasso" degli istituti di credito, l'indice viene stimato sulla base di un campione costituito da un centinaio di conti correnti offerti da un campione di circa 50 istituti di credito selezionato in modo da garantire una soglia minima di rappresentatività regionale pari al 40% in termini di sportelli, con l'aggiunta di una quota di istituti minori selezionati casualmente. Per ogni conto corrente vengono rilevati mensilmente (oltre all'imposta di bollo) i prezzi di circa 30 servizi, selezionati fra i servizi di gestione del conto (fra cui le spese per l'invio dell'estratto conto e i canoni), i servizi di incasso e pagamento (fra cui canoni e commissioni per l'uso di vari tipi di carte, assegni, bonifici, pagamento di utenze), altri servizi vari di gestione (fra cui le spese di estinzione e quelle di documentazione) e altri servizi accessori (fra cui l'utilizzo dei canali telematici).

Per la valutazione del costo annuale di questi servizi di conto corrente bancario sono stati definiti quattro profili di consumo annuale: un profilo base, che identifica un utente che usa poco il conto corrente, senza bancomat né carte di credito, e con un uso modesto dei servizi di pagamento; un profilo intermedio, che rispetto al precedente mostra l'utilizzo del bancomat ma non della carta di credito, e un numero maggiore di movimenti; un profilo elevato, caratterizzato da un più intenso uso di bancomat e carte, e più in generale dei servizi di conto corrente; un profilo evoluto, simile al precedente, ma in più caratterizzato dall'utilizzo dei canali telematici.

La stima dell'indice avviene secondo le seguenti fasi. Per ogni conto corrente incluso nel paniere viene stimato mensilmente il prezzo annuale complessivo sostenuto da ciascun profilo e, sulla base del confronto con il mese precedente, un indice di profilo. Gli indici di profilo così ottenuti, e relativi ai conti correnti rilevati presso un medesimo istituto di credito, vengono aggregati con media geometrica semplice: si ottengono in tal modo gli indici dei quattro profili presso ciascun istituto di credito. A questo punto vengono calcolati gli indici di istituto di credito come media aritmetica ponderata degli indici di profilo, con pesi proporzionali al numero di famiglie aderenti a ciascun profilo. Si procede poi al calcolo degli indici regionali aggregando gli indici degli istituti presenti in ciascuna regione con pesi proporzionali ai rispettivi sportelli regionali. Viene infine calcolato l'indice nazionale aggregando gli indici regionali con pesi proporzionali al numero degli sportelli bancari per regione.

Per il calcolo dell'indice dei "Servizi di deposito, pagamento e incasso" offerti da Poste Italiane spa vengono rilevati, oltre ai prezzi dei servizi di conto corrente, anche quelli dei servizi la cui offerta è indipendente dal possesso del conto corrente (per es.: pagamento dei bollettini, trasferimento di fondi). Gli indicatori relativi a questi servizi vengono aggregati con media aritmetica ponderata con l'indice relativo al servizio di conto corrente postale: quest'ultimo viene calcolato, analogamente a quanto avviene per gli istituti di credito, come media aritmetica ponderata degli indici di prezzo calcolati per quattro diversi profili di utilizzo dei servizi di conto corrente.

Nel caso dell'indice degli "Altri servizi finanziari" sia per gli istituti di credito e che per Poste Italiane spa vengono rilevati i prezzi di alcuni servizi di investimento (relativi alla gestione e alla compravendita di un portafoglio titoli di stato e azionari) e di finanziamento personale (relativi alle spese di gestione e a quelle di istruttoria)¹⁵. Le procedure di calcolo sono analoghe a quelle utilizzate, distintamente per le due tipologie di operatori, per il calcolo dell'indice dei "Servizi di deposito, pagamento e incasso", salvo il fatto che viene utilizzato per la valutazione del costo annuale un solo profilo medio rappresentativo.

Le informazioni per il calcolo dei profili di consumo annuale e per la ponderazione sono state desunte dalla elaborazione dei microdati della rilevazione sui bilanci delle famiglie curata dalla Banca d'Italia relativa al 2004, integrata con altre informazioni di carattere strutturale sia di fonte Istat sia fornite dalla Banca d'Italia, dall'Associazione Bancaria Italiana (ABI) e da Poste Italiane spa.

La rilevazione delle condizioni applicate su ciascun conto viene effettuata attraverso i fogli informativi. Questi vengono a loro volta rilevati con tre modalità: attraverso i siti internet degli istituti; attraverso il sito internet del progetto "PattiChiari"; attraverso la rilevazione diretta presso le filiali dei singoli istituti di credito.

Tariffe forensi

Codice Coicop	12.7.0
Posizione rappresentativa	Tariffa Ordine Avvocati
Voce di prodotto	Professioni liberali
Gruppo	Professioni liberali
Categoria	Altri servizi n.a.c.
Capitolo	Altri beni e servizi
Peso (totale = 1.000.000)	2.496

Il paniere è stratificato per tipo di causa. Si rileva la tariffa minima dell'ordine degli avvocati per cause relative alla fascia tariffaria più bassa. Gli indici di strato sono ottenuti come media geometrica semplice degli indici di ciascuna tariffa. L'indice della posizione rappresentativa è infine calcolato come media aritmetica ponderata degli indici di strato. Il sistema di ponderazione si basa sui dati delle statistiche giudiziarie dell'Istat.

Le tariffe rilevanti ai fini del calcolo dell'indice sono quelle in vigore il giorno 15 del mese di riferimento.

¹⁵ In ambedue i casi, conformemente da quanto previsto dai regolamenti comunitari, sono esclusi dal calcolo dell'indice gli importi relativi agli interessi attivi e passivi. Cfr. Regolamento (CE) n. 2214/96 della Commissione del 20/11/1996 e successive modifiche.