

## Nota metodologica

L'indagine congiunturale sulla fiducia dei consumatori viene svolta mensilmente dal 1982 nell'ambito del progetto armonizzato dell'Unione Europea su un campione rappresentativo della popolazione adulta italiana. A partire dal mese di ottobre 2011 i dati dell'indagine sono disponibili sulla banca dati i.stat, accessibile sul sito dell'Istituto ([www.istat.it](http://www.istat.it)); in occasione della diffusione dei dati dell'indagine su i.stat è stato operato il passaggio a nuove procedure di calcolo che superano alcuni problemi presenti in precedenza; ciò ha portato a una lieve revisione retrospettiva delle serie storiche. Si segnalano qui di seguito le principali caratteristiche dell'indagine che, a partire da gennaio 2011, è condotta dall'Istat, in piena continuità con le metodologie adottate in precedenza dall'Isae.

L'indagine viene condotta con tecnica C.A.T.I. (telefonica) nelle ore serali dei primi dieci giorni lavorativi di ogni mese. Il campione di 2000 unità è casuale, a due stadi (abbonati al telefono, consumatori), proporzionale all'universo della popolazione italiana adulta, stratificato per ripartizioni geografiche e ampiezza dei comuni di residenza. La lista utilizzata è costituita dall'elenco degli abbonati al telefono; l'unità di rilevazione è l'abbonato (selezionato casualmente nell'ambito dello strato), l'unità statistica è costituita dal consumatore, inteso come persona maggiorenne (appartenente al nucleo familiare individuato dal numero telefonico) che contribuisca alla formazione del reddito, anche in termini non monetari, della famiglia stessa. La tecnica di selezione è di tipo sistematico casuale (nel primo stadio) e per quote (nel secondo). Le probabilità di selezione dei consumatori non sono costanti all'interno di ogni strato in quanto dipendono dalla composizione della famiglia.

Il questionario comprende (oltre ad alcune informazioni strutturali e sui redditi familiari) quindici domande di tipo qualitativo, caratterizzate da tre a cinque modalità ordinali di risposta (ad es. molto in aumento, in aumento, stazionario, in diminuzione, molto in diminuzione), relative alla situazione economica dell'Italia e a quella personale dell'intervistato. Le opinioni sono richieste sia riguardo al recente passato (i precedenti dodici mesi) o al momento presente e sono generalmente indicate come giudizi, sia rispetto all'evoluzione futura a breve termine (nei successivi dodici mesi) e sono indicate come previsioni. L'indagine comprende dodici domande mensili e precisamente: Giudizi e previsioni sulla situazione economica dell'Italia; previsioni sulla disoccupazione; Giudizi e previsioni sulla situazione economica della famiglia; giudizi sul bilancio familiare; Giudizi e previsioni sull'andamento dei prezzi; Convenienza attuale e possibilità future di risparmio; convenienza attuale e intenzioni future di acquisto di beni durevoli. Trimestralmente (a gennaio, aprile, luglio e ottobre) sono rilevate anche le intenzioni di acquisto dell'autovettura e, circa l'abitazione, le intenzioni di acquisto e di spese per manutenzione straordinaria.

Per ogni domanda i risultati sono espressi in termini di frequenze relative delle singole modalità di risposta, i quali sono calcolati come differenza fra le frequenze percentuali delle modalità favorevoli e di quelle sfavorevoli e forniscono indicazioni sintetiche dei fenomeni osservati.

Il clima di fiducia è un indicatore sintetico complessivo dell'inchiesta; può essere disaggregato sia nei climi economico e personale, sia, alternativamente, nei climi presente e futuro. Da ottobre 2011 gli indicatori sono stati espressi come indici in base 2005, calcolati ciascuno rispetto alla propria media (in precedenza erano in base 1980 ed erano riferiti alla media dell'indice complessivo).

In occasione della revisione delle serie storiche degli indici, è stato anche operata una verifica approfondita delle loro caratteristiche di stagionalità. I risultati dell'analisi hanno condotto a escludere la presenza di effetti stagionali sistematici per alcuni di essi i quali vengono, quindi, diffusi solo in forma grezza (tale caratteristica è esplicitata nei paragrafi 1 e 2 del testo della Statistica Flash mensile). L'indice del clima di fiducia, nonché alcuni dei sub-indici e alcune delle nove serie componenti, presentano effetti stagionali identificabili e sono destagionalizzati con il metodo TRAMO SEATS, applicato a ciascuna serie separatamente (metodo diretto). Poiché l'aggiunta di una nuova informazione mensile consente una migliore valutazione delle diverse componenti delle serie, ogni mese i dati destagionalizzati già pubblicati relativi agli ultimi anni sono soggetti a revisione.