

COME SI RILEVANO I PREZZI AL CONSUMO *

Anno 2009

INDICE

1. Gli indici dei prezzi al consumopag.	4
1.1 Le caratteristiche degli indici.....pag.	4
1.2 L'individuazione dei prodotti da rilevare.....pag.	4
1.3 Il calcolo dei pesi.....pag.	5
1.4 La raccolta dei datipag.	6
1.5 Il calcolo degli indici.....pag.	6
1.6 Il ribasamento annualepag.	10
2. La rilevazione territoriale dei prezzi al consumo pag.	11
2.1 Caratteristiche generali pag.	11
2.2 Il disegno della rilevazione..... pag.	11
2.2.1 <i>Organizzazione della rilevazione</i>pag.	11
2.2.2 <i>Piano di campionamento dei punti di vendita</i> pag.	12
<i>Box: Classificazione degli esercizi e delle zone</i>pag.	14
2.2.3 <i>Referenze e numero di osservazioni</i>pag.	15
2.3 La rilevazione sul territorio..... pag.	15
2.3.1 <i>Personale rilevatore</i> pag.	15
2.3.2 <i>Ruolo del rilevatore</i>pag.	16
2.3.3 <i>Calendario della rilevazione</i> pag.	16

* Hanno contribuito alla stesura del documento: Alessandro Brunetti (paragrafo 1.5), Patrizia Caredda (3.2.12, 3.2.21, 3.2.26, 3.2.30), Alessia D'Errico (2.4.5, 2.5.4, 2.5.5, 3.2.5), Rosanna Lo Conte (3.2.15, 3.2.17, 3.2.34), Maurizio Massaroni (3.2.1, 3.2.18), Simonetta Morganti (3.2.11, 3.2.16, 3.2.19) Stefano Mosca (da 3.2.7 a 3.2.9, 3.2.20, 3.2.22, 3.2.29), Carmina Munzi (3.2.13, 3.2.32), Pasquale Papa (3.1, 3.2, 3.2.10), Federico Polidoro (2.1, 2.2, 2.3.8, da 2.5.1 a 2.5.3, 3.2.6, 3.2.28), Rosabel Ricci (3.2.2, 3.2.3), Anna Volpe Rinonapoli (da 2.4.1 a 2.4.4), Francesca Rossetti (3.2.6, 3.2.14, 3.2.24, 3.2.27, 3.2.31), Anna Maria Sgamba (1.6, da 2.3.1 a 2.3.7, 2.5.6), Paola Zavagnini (3.2.23, 3.2.25, 3.2.33), Gloria De Martinis (aggiornamento dati e tabelle, editing del testo) e Stefania Occhiobello che ha curato la predisposizione dei dati utilizzati per le elaborazioni del paragrafo 2.3.8. Istat – Servizio statistiche sui prezzi al consumo.

2.3.4	<i>Modalità e tecniche di rilevazione</i>	pag. 17
2.3.5	<i>Casi di mancata rilevazione</i>	pag. 18
2.3.6	<i>Sostituzione delle referenze</i>	pag. 18
2.3.7	<i>Riduzioni temporanee di prezzo</i>	pag. 19
2.3.8	<i>Il monitoraggio della qualità</i>	pag. 21
2.4	Gli affitti delle abitazioni	pag. 24
2.4.1	<i>Campo di osservazione</i>	pag. 24
2.4.2	<i>Selezione degli appartamenti</i>	pag. 24
2.4.3	<i>Modalità di rilevazione</i>	pag. 26
2.4.4	<i>Sostituzione degli appartamenti</i>	pag. 26
2.4.5	<i>Rilevazione delle spese condominiali</i>	pag. 27
2.5	Altri casi particolari di rilevazione	pag. 28
2.5.1	<i>La rilevazione dei prodotti ortofrutticoli</i>	pag. 28
2.5.2	<i>La rilevazione dei prodotti ittici freschi</i>	pag. 29
2.5.3	<i>La rilevazione dei farmaci senza obbligo di prescrizione medica (SOP) e di automedicazione</i>	pag. 30
2.5.4	<i>La rilevazione dei quotidiani</i>	pag. 31
2.5.5	<i>La rilevazione della retribuzione della domestica a ore</i>	pag. 31
2.5.6	<i>La rilevazione dei CD musicali, film in DVD e giochi elettronici</i>	pag. 31
3.	La rilevazione centralizzata dei prezzi al consumo	pag. 33
3.1	Introduzione	pag. 33
3.2	Le singole rilevazioni	pag. 34
3.2.1	<i>Tabacchi</i>	pag. 36
3.2.2	<i>Operaio edile</i>	pag. 36
3.2.3	<i>Energia elettrica</i>	pag. 36
3.2.4	<i>Fiammiferi e cerini</i>	pag. 37
3.2.5	<i>Domestica a ore</i>	pag. 37
3.2.6	<i>Medicinali con obbligo di prescrizione</i>	pag. 38
3.2.7	<i>Automobili</i>	pag. 39
3.2.8	<i>Ciclomotori e motocicli</i>	pag. 40
3.2.9	<i>Trasferimenti di proprietà</i>	pag. 40
3.2.10	<i>Pedaggi autostradali</i>	pag. 41
3.2.11	<i>Trasporti ferroviari</i>	pag. 41
3.2.12	<i>Autolinee extraurbane</i>	pag. 42

3.2.13 Viaggi aerei.....	pag. 43
3.2.14 Servizi di navigazione.....	pag. 44
3.2.15 Servizi postali.....	pag. 45
3.2.16 Apparecchi telefonici.....	pag. 45
3.2.17 Servizi di telecomunicazione.....	pag. 46
3.2.18 Personal computer.....	pag. 47
3.2.19 Imbarcazioni.....	pag. 48
3.2.20 Autocaravan e caravan.....	pag. 49
3.2.21 Parchi di divertimento.....	pag. 49
3.2.22 Impianti di risalita.....	pag. 50
3.2.23 Stabilimenti balneari.....	pag. 50
3.2.24 Servizi televisivi.....	pag. 51
3.2.25 Concorsi pronostici.....	pag. 51
3.2.26 Libri non scolastici.....	pag. 52
3.2.27 Libri scolastici.....	pag. 52
3.2.28 Giornale quotidiano.....	pag. 53
3.2.29 Periodici.....	pag. 53
3.2.30 Pacchetti vacanza.....	pag. 54
3.2.31 Istruzione universitaria.....	pag. 54
3.2.32 Campeggi.....	pag. 55
3.2.33 Agriturismo.....	pag. 55
3.2.34 Servizi finanziari.....	pag. 56

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 insieme di prodotti (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.

La caratteristica peculiare dell'indice a catena consiste nel possedere una base che si rinnova nel tempo, ad intervalli regolari e relativamente brevi, in modo da permettere di tenere conto dell'evoluzione della struttura dei consumi, ai fini della stima dell'inflazione. In particolare, per quanto riguarda gli indici dei prezzi al consumo prodotti dall'Istat, a dicembre di ogni anno, nel corso delle attività di ribasamento, vengono aggiornati sia il paniere di prodotti sia la struttura di ponderazione che costituiscono la base per il calcolo degli indici dell'anno successivo.

In accordo alla metodologia degli indici concatenati, la costruzione dell'indice dei prezzi avviene in due fasi successive: nella prima fase, vengono elaborati l'indice aggregato e gli indici delle altre aggregazioni (capitoli, categorie, gruppi e voci di prodotto) come media ponderata degli indici dei prodotti inclusi nel paniere, espressi nella loro base di calcolo (il dicembre dell'anno precedente a quello corrente). Nella seconda fase, gli indici in base di calcolo, ai diversi livelli di aggregazione, vengono raccordati alla base di riferimento (attualmente l'anno 1995 posto uguale a 100) mediante l'operazione di concatenamento. L'operazione di riporto alla base di riferimento consente quindi di disporre in sequenza le serie degli indici in base di calcolo dell'anno corrente con quelle relative agli anni precedenti.

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 COICOP (*Classification of Individual Consumption by Purpose*).

Il primo livello della classificazione dei prodotti considera 12 capitoli di spesa; il secondo è costituito da 38 categorie e il terzo è formato da 109 gruppi di prodotto.

Nella classificazione nazionale i 109 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 *Grandi apparecchi elettrodomestici*, vengono seguiti i prezzi delle posizioni rappresentative *Forno a microonde*, *Climatizzatore*, *Frigido freezer*, *Aspirapolvere*, *Lavatrice*, *Lavastoviglie*, *Caldaia murale*, prodotti largamente rappresentativi delle spese delle famiglie per l'acquisto di grandi apparecchi elettrodomestici. 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 2009 le posizioni rappresentative sono 530. Di queste, alcune sono di natura composita¹, cioè formate da più prodotti.

1.3 Il calcolo dei pesi

Ovviamente, non tutti i beni e i servizi che entrano nel paniere presentano la stessa importanza nei consumi della popolazione. D'altra parte, l'esigenza di misurare il livello dei prezzi e la loro dinamica temporale attraverso indicatori di sintesi, richiede la definizione di un sistema di ponderazione che consenta di elaborare tali indicatori tenendo conto della diversa rilevanza che i singoli prodotti assumono sulla spesa complessiva per i consumi delle famiglie.

Come di consueto, la determinazione dei coefficienti di ponderazione degli indici dei prezzi al consumo è stata effettuata attraverso l'utilizzo dei dati di Contabilità Nazionale e di quelli derivanti dall'indagine sui Consumi delle famiglie, che coinvolge annualmente circa 28.000 famiglie. Per entrambe le fonti sono stati utilizzati gli ultimi dati disponibili, relativi all'anno 2007.

L'utilizzo congiunto dei dati di contabilità nazionale e dell'indagine sui consumi delle famiglie ha consentito di stimare gli aggregati macroeconomici di spesa per consumi in funzione del dominio e della popolazione di riferimento di ciascuno dei tre indici (NIC, FOI e IPCA) e per i diversi aggregati della classificazione standard (capitoli, categorie, gruppi e voci di prodotto).

Le spese per consumi associate alle singole voci di prodotto sono state successivamente ripartite tra le posizioni rappresentative presenti all'interno di ciascuna voce sulla base di numerose fonti informative interne (come, ad esempio, le indagini sul commercio con l'estero, sulla produzione industriale e sul movimento turistico) ed esterne all'Istat (ACNielsen, Banca d'Italia, ecc.).

I dati di spesa per ciascuna posizione rappresentativa, relativi quindi all'anno 2007, sono stati stimati per il mese di dicembre 2008, e cioè con riferimento alla nuova base di calcolo degli indici, utilizzando la variazione dei prezzi registrata per ciascuna di esse tra il 2007 e questo ultimo mese.

La somma della spesa rivalutata relativa alle singole posizioni rappresentative fornisce, quindi, una stima della spesa per i consumi delle famiglie per i diversi livelli di aggregazione della classificazione standard e per l'ammontare complessivo, con riferimento alla nuova base di calcolo degli indici (dicembre 2008). Ciò consente, infine, di calcolare l'incidenza dei prodotti (beni e servizi) compresi nei diversi aggregati

¹ Ad esempio la posizione rappresentativa *Ortaggi* comprende 21 diversi tipi di ortaggi, la *Frutta* fa riferimento a 16 prodotti diversi.

come rapporto tra le spese per l'acquisto dei prodotti che rientrano in ciascuno di essi e l'ammontare complessivo della spesa per consumi delle famiglie.

1.4 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 2009 coinvolge 20 capoluoghi di regione e 64 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 dall'87,9% del 2008 all'86,6% del 2009.
- La rilevazione centralizzata, invece, si riferisce a beni e servizi che hanno prezzi uniformi su tutto il territorio nazionale o soggetti a normative nazionali o regionali (per esempio, i tabacchi, i servizi telefonici, i medicinali con obbligo di prescrizione, alcuni servizi di trasporto) o rappresentativi di mercati aventi caratteristiche peculiari dal lato della domanda e dell'offerta (per esempio, l'elettronica di consumo e i beni durevoli) o legati alla filiera turistica (per esempio, pacchetti vacanza, campeggi, stabilimenti balneari).

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 19,7%. 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.

Tabella 1 - Distribuzione dei pesi nell'indice Nic per capitolo di spesa e tipo di rilevazione - Anno 2009

Capitolo	Peso complessivo (in percentuale)(*)	Incidenza percentuale		Distribuzione percentuale	
		rilevazione territoriale	rilevazione centralizzata	rilevazione territoriale (*)	rilevazione centralizzata
Prodotti alimentari e bevande analcoliche	16,8	100,0	-	20,9	-
Bevande alcoliche e tabacchi	2,9	26,0	74,0	0,9	10,8
Abbigliamento e calzature	8,8	100,0	-	10,9	-
Abitazione, acqua, elettricità e combustibili	9,8	84,4	15,6	10,3	7,8
Mobili, articoli e servizi per la casa	8,7	99,6	0,4	10,8	0,2
Servizi sanitari e spese per la salute	7,9	71,5	28,5	7,1	11,5
Trasporti	14,9	60,5	39,5	11,2	29,9
Comunicazioni	2,7	-	100,0	-	13,9
Ricreazione, spettacoli e cultura	7,3	47,6	52,4	4,3	19,5
Istruzione	1,0	77,4	22,6	1,0	1,1
Servizi ricettivi e di ristorazione	11,1	98,5	1,5	13,6	0,8
Altri beni e servizi	8,0	88,9	11,1	8,9	4,5
TOTALE	100,0	80,3	19,7	100,0	100,0

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

1.5 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 temporali e successivamente aggregati, dando luogo all'indice di capoluogo di provincia di posizione rappresentativa.

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.

Formalmente, con riferimento alla generica provincia i , l'indice elementare del prodotto (posizione rappresentativa) b , del quale vengono rilevate, nella provincia in questione, $N(h, i)$ osservazioni di prezzo e relativo al mese m dell'anno a , è definito dalla seguente espressione:

$${}_i I_h^{m,a} = \left[\prod_{n=1}^{N(h,i)} {}_i I_h^{m,a}(n) \right]^{\frac{1}{N(h,i)}}$$

dove il microindice della n -esima referenza, ${}_i I_h^{m,a}(n)$, è dato da:

$${}_i I_h^{m,a}(n) = \frac{{}_i P_h^{m,a}(n)}{{}_i P_h^{base,a}(n)}$$

e dove ${}_i P_h^{m,a}(n)$ e ${}_i P_h^{base,a}(n)$ rappresentano, rispettivamente, il prezzo della referenza n -esima del prodotto b osservato in un determinato punto vendita nel mese m dell'anno a e il prezzo della stessa referenza osservato nello stesso punto vendita al tempo base (ossia, il dicembre dell'anno $a-1$).

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 centralizzata³. Questi indici costituiscono l'aggregato elementare per le successive sintesi, basate sulla formula di Laspeyres, che danno luogo a quattro distinte aggregazioni territoriali.

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

- si aggregano tra loro gli indici di capoluogo di provincia di posizione rappresentativa (aggregato elementare) per costruire l'indice regionale di posizione rappresentativa. I coefficienti di ponderazione utilizzati si basano sulla dimensione di ciascun capoluogo di provincia in termini di popolazione residente.

In simboli, l'indice della regione R della posizione rappresentativa b , del mese m dell'anno a , è calcolato come segue:

$${}_R I_h^{m,a} = \sum_{i \in R} \left(\frac{{}_i \pi}{\sum_{i \in R} {}_i \pi} \right) \cdot {}_i I_h^{m,a}$$

² Per il concetto di referenza si veda il § 2.2.3.

³ Per le modalità di calcolo degli indici delle posizioni rappresentative a rilevazione centralizzata si vedano le schede riportate nella seconda parte del documento.

dove $\frac{\pi_i}{\sum_{i \in R} \pi_i}$ rappresenta la quota della popolazione residente nel capoluogo i nella regione R rispetto alla popolazione residente nella stessa regione.

- 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.

Algebricamente, l'indice nazionale della posizione rappresentativa b -esima, nel mese m dell'anno a è calcolato nel modo seguente:

$$I_h^{m,a} = \sum_{R=1}^{20} \left(\frac{{}_R \pi_h}{{\sum_{R=1}^{20} {}_R \pi_h}} \right) \cdot {}_R I_h^{m,a}$$

dove $\frac{{}_R \pi_h}{{\sum_{R=1}^{20} {}_R \pi_h}}$ corrisponde alla quota della spesa per consumi delle famiglie del prodotto b nella regione R sulla spesa nazionale per consumi delle famiglie dello stesso prodotto.

- 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.

In simboli:

$$I^{m,a} = \sum_{h=1}^H \left(\frac{\pi_h}{{\sum_{h=1}^H \pi_h}} \right) \cdot I_h^{m,a}$$

dove $\frac{\pi_h}{{\sum_{h=1}^H \pi_h}}$ corrisponde alla quota della spesa delle famiglie per il prodotto b sulla spesa per consumi totale.

2. L'**indice generale 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, calcolato a livello regionale.

In simboli:

$${}_R I^{m,a} = \sum_{h=1}^H \left(\frac{{}_R \pi_h}{{\sum_{h=1}^H {}_R \pi_h}} \right) \cdot {}_R I_h^{m,a}$$

in cui $\frac{{}_R \pi_h}{{\sum_{h=1}^H {}_R \pi_h}}$ rappresenta la quota della spesa delle famiglie, nella regione R , per il prodotto b sulla spesa per consumi totale, misurata nella stessa regione.

3. L'*indice generale 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 di capoluogo di provincia. 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. Formalmente:

$${}_i I^{m,a} = \sum_{h=1}^H \left(\frac{{}_R \pi_h}{\sum_{h=1}^H {}_R \pi_h} \right) \cdot {}_i I_h^{m,a}$$

4. L'*indice generale per ripartizione geografica* viene calcolato parallelamente all'indice generale nazionale⁴. In particolare, tale indice si ottiene nel seguente modo:

- Si aggregano tra loro gli indici regionali di posizione rappresentativa per costruire l'indice ripartizionale di posizione rappresentativa. I coefficienti di ponderazione utilizzati si basano sul peso di ciascuna regione in termini di consumi delle famiglie.

Algebricamente, l'indice della ripartizione G della posizione rappresentativa h -esima, nel mese m dell'anno a è calcolato nel modo seguente:

$${}_G I_h^{m,a} = \sum_{R \in G} \left(\frac{{}_R \pi_h}{\sum_{R \in G} {}_R \pi_h} \right) \cdot {}_R I_h^{m,a}$$

dove $\frac{{}_R \pi_h}{\sum_{R \in G} {}_R \pi_h}$ corrisponde alla quota della spesa per consumi delle famiglie del prodotto h nella regione R sulla spesa per consumi delle famiglie dello stesso prodotto della ripartizione geografica di appartenenza.

- L'indice generale per ripartizione geografica dei prezzi al consumo si ottiene come media ponderata degli indici ripartizionali di posizione rappresentativa. I coefficienti di ponderazione utilizzati si basano sul peso di ciascuna posizione rappresentativa in termini di consumi delle famiglie.

In simboli:

$${}_G I^{m,a} = \sum_{h=1}^H \left(\frac{{}_G \pi_h}{\sum_{h=1}^H {}_G \pi_h} \right) \cdot {}_G I_h^{m,a}$$

⁴ Ai fini del calcolo dell'indice per ripartizione geografica, le regioni italiane vengono raggruppate, in base alla loro disposizione territoriale, in cinque grandi aree: Italia nord-occidentale, Italia nord-orientale, Italia centrale, Italia meridionale e Italia insulare.

dove $\frac{G \pi_h}{\sum_{h=1}^H G \pi_h}$ corrisponde alla quota della spesa delle famiglie per il prodotto h sulla spesa per consumi totale, relativa alla ripartizione G .

1.6 Il ribasamento annuale

Come introdotto nel § 1.1, gli indici dei prezzi al consumo sono calcolati utilizzando l'indice a catena del tipo Laspeyres per cui, a dicembre di ogni anno, nel corso di quello che viene definito *ribasamento*, vengono aggiornati sia il paniere di prodotti sia la struttura di ponderazione che costituiscono la base per il calcolo degli indici dell'anno successivo.

Più in generale, con il termine *ribasamento*, si fa riferimento all'insieme delle operazioni che, con cadenza annuale, vengono effettuate non solo per la revisione del paniere dei beni e servizi e delle struttura di ponderazione, ma anche per l'aggiornamento della copertura territoriale dell'indagine e per la revisione e aggiornamento dei piani comunali di rilevazione al fine di tener conto delle novità intervenute nel paniere nazionale e dell'evoluzione della distribuzione commerciale sul territorio comunale.

Attualmente, la base di calcolo per il generico anno a è costituita dal dicembre dell'anno $a-1$ e operativamente tutti i lavori di ribasamento avvengono nel periodo che va dal mese di novembre dell'anno $a-1$ al mese di febbraio dell'anno a .

Le operazioni di ribasamento coinvolgono sia l'Istat, per quanto riguarda l'aggiornamento del paniere e della struttura di ponderazione, sia gli Uffici Comunali di statistica per quanto riguarda la revisione e aggiornamento dei piani locali di campionamento che avvengono sulla base degli standard dettati dall'Istat.

Più specificatamente, l'Istat provvede alla revisione sia della composizione del paniere (tenendo conto della rappresentatività dei prodotti, della loro evoluzione tecnologica, delle tendenze degli specifici mercati, delle evidenze empiriche provenienti dall'attività di rilevazione, etc.) sia della struttura di ponderazione necessaria per l'elaborazione degli indici dei prezzi al consumo per i diversi livelli territoriali previsti (si veda § 1.5). Contestualmente, gli Uffici di statistica dei comuni partecipanti alla rilevazione rivedono i loro piani di rilevazione in modo tale da far sì che il numero, la tipologia e la distribuzione sul territorio dei punti vendita nei quali verrà effettuata nell'anno a la rilevazione riflettano il più fedelmente possibile la realtà della struttura locale dei consumi.

Nello stesso periodo, vengono considerate eventuali variazioni nel numero di comuni capoluoghi di provincia partecipanti al calcolo dell'indice nazionale. Tale revisione determina aggiornamenti nella copertura territoriale dell'indice, misurata in termini di popolazione residente nelle province i cui capoluoghi partecipano alla rilevazione e al calcolo dell'indice nazionale.

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 a livello territoriale, ogni mese vengono raccolte approssimativamente 413.000⁵ quotazioni di prezzo in circa 41.000 unità di rilevazione; inoltre vengono rilevati i canoni di locazione e le relative spese condominiali di circa 8.300 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. Rispetto al 2008, la composizione delle quotazioni secondo la frequenza di rilevazione dei prodotti ha visto nel 2009 un aumento di quelle rilevate mensilmente o due volte al mese dagli Uffici comunali di statistica ed una contestuale diminuzione di quelle rilevate ogni tre mesi, che sono passate da circa 24.500 a circa 23.000.

Dal giorno 1 al giorno 21 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.

Gli indici elementari delle posizioni rappresentative per capoluogo, insieme a quelli calcolati sulla base della rilevazione centralizzata, vengono ulteriormente sintetizzati seguendo i processi di aggregazione descritti nel § 1.5.

2.2 Il disegno della rilevazione

2.2.1 Organizzazione della rilevazione

L'organizzazione della rilevazione sul campo è regolata dalla Legge 2421 del 18 dicembre 1927 e dalla Legge 621 del 26 novembre 1975. 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. Lo svolgimento di tali attività da parte degli UCS è sottoposto alla verifica ed approvazione da parte delle Commissioni comunali di controllo che, oltre che dalle leggi prima ricordate, sono regolate da circolari Istat di cui l'ultima è la numero 5308 emanata il 26 luglio 2005.

I dati raccolti mensilmente vengono sottoposti alla validazione da parte delle Commissioni comunali di controllo e 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, quantità ufficiale alla quale va riportato il prezzo registrato, unità di misura nella quale è espressa la quantità ufficiale e nella quale va espressa la quantità rilevata) che ne specificano alcune caratteristiche necessarie 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.

⁵ In realtà se si considerano le due quotazioni rilevate ogni mese per i prodotti a frequenza bimensile di rilevazione, le quotazioni mensili rilevate sono circa 500mila.

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 dettaglio (negozi, mercati al dettaglio chiusi o all'aperto, banchi fissi, supermercati, ipermercati, etc.) 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, per ciascun prodotto, la proporzione tra le i valori delle vendite registrati nella distribuzione moderna e 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 (si veda § 1.6). 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 macrotipologia distributiva e alla zona di ubicazione. È a partire da gennaio 2008 che, per quel che riguarda la tipologia distributiva, l'eventuale sostituzione di un punto vendita deve essere effettuata nell'ambito di una delle quattro macrotipologie, che raggruppano le dodici tipologie più specifiche (per il dettaglio relativo a tipologie e macrotipologie si veda il riquadro "Classificazione degli esercizi e delle zone", disponibile qui 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.

Negozi tradizionali.

Cooperativa di consumo.

Mercato rionale.

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

Esercizi non classificabili altrove.

Le *macrotipologie* in base alle quali vengono raggruppate le precedenti tipologie sono:

Distribuzione tradizionale: minimercato, negozio tradizionale, cooperativa di consumo, mercato rionale;

Distribuzione moderna: grande magazzino, supermercato, impresa con succursali o con catene di negozi, ipermercato, grande magazzino specializzato;

Altro: unità diverse, esercizi non classificabili altrove,

Hard discount: hard discount.

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'Istat⁶. 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 al minuto 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 quantità, in termini di peso, volume o 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 530 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 referenze⁷ 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 della "*referenza più venduta*".

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 territorio

2.3.1 *Personale rilevatore*

La raccolta di dati territoriali presso imprese, istituzioni e persone fisiche e il loro successivo trattamento impone all'Ufficio comunale di statistica un'appropriata organizzazione delle risorse umane dedicate. L'ampiezza del piano di campionamento comunale delle unità di rilevazione, la loro tipologia

⁶ Compendium of HICP, Eurostat, dicembre 2001

⁷ L'Istat ha fissato comunque degli standard minimi in termini di numerosità di referenze da rilevare in ciascun capoluogo di provincia: 7 per i prodotti alimentari e 5 per i prodotti non alimentari. Fanno eccezione quei prodotti che per loro natura sono monitorati attraverso la rilevazione di una sola quotazione (ad esempio i servizi di trasporto urbano) oppure quei prodotti che pur essendo significativi nelle abitudini di consumo locali, hanno una distribuzione commerciale limitata.

e distribuzione sul territorio nonché le caratteristiche urbanistiche dello stesso determinano il fabbisogno del personale preposto alle attività di raccolta dei dati d'indagine.

E' possibile il ricorso a personale esterno all'amministrazione ma ogni eventuale onere economico derivante da tale scelta è a carico dei singoli comuni.

Nell'ambito delle attività d'indagine coordinate dall'Istat, l'Ufficio comunale di statistica è garante del possesso e del mantenimento delle competenze professionali più idonee allo svolgimento delle attività d'indagine da parte del proprio personale nonché della correttezza tecnica e formale del suo operato durante la raccolta dei dati.

E' compito della Commissione comunale di controllo vigilare sull'adeguatezza dell'assetto del personale dedicato alle attività d'indagine e intervenire presso le Autorità comunali nel caso in cui si manifesti una situazione di criticità..

2.3.2 Ruolo del rilevatore

Nel processo di produzione dell'informazione statistica sui prezzi al consumo, la figura professionale del rilevatore riveste un ruolo chiave poiché preposta ad una delle attività d'indagine più delicata quale quella della rilevazione diretta dei dati. Il personale rilevatore, secondo i calendari prestabiliti, visita personalmente gli esercizi commerciali ed effettua la rilevazione dei dati d'indagine con questionario cartaceo o con computer portatile mediante software sviluppato dall'Istat.

Il corretto posizionamento in ruolo del rilevatore richiede pertanto un ventaglio ampio di competenze: sia statistiche con riferimento in particolare alla conoscenza nel merito e nel metodo dell'indagine sui prezzi al consumo sia informatiche per l'effettuazione della rilevazione elettronica dei dati, nonché merceologiche e di comunicazione.

A partire dal 2008 l'Istituto Nazionale di statistica, in un ambito più vasto di interventi di innovazione organizzativa d'indagine sui prezzi al consumo che prevedono la ridefinizione dei sistemi informativi e l'implementazione di nuovi sistemi di monitoraggio della qualità, ha avviato una serie di attività volte ad introdurre importanti miglioramenti nell'attività di rilevazione territoriale. Tra queste, l'acquisizione di computer portatili e la successiva distribuzione a tutti gli Uffici comunali di statistica coinvolti nell'indagine al fine di conseguire, entro il 2010, la completa informatizzazione delle operazioni di raccolta dei dati.

Contestualmente, a sostegno della migliore gestione del cambiamento, l'Istat ha finanziato, organizzato e svolto interventi formativi sulla metodologia di indagine e sulle innovazioni in corso di attuazione, rivolti al personale degli Uffici comunali di statistica per l'acquisizione e il potenziamento delle competenze idonee ad uno svolgimento efficace dell'attività di raccolta dei dati nel nuovo contesto organizzativo. Il percorso formativo avviato nel 2008 proseguirà nel corso del 2009 e del 2010.

2.3.3 Calendario della rilevazione

L'indagine sui prezzi al consumo ha periodicità mensile, come suddetto, dal giorno 1 al giorno 21 di ogni mese i rilevatori degli uffici comunali di statistica effettuano la raccolta dei prezzi dei prodotti del paniere a rilevazione territoriale. La peculiarità e la diversa variabilità temporale del prezzo di alcuni beni e servizi hanno determinato, nell'ambito dell'intervallo mensile 1-21, una diversa frequenza di rilevazione. In particolare la forte variabilità temporale del prezzo dei prodotti ortofrutticoli e ittici o dei carburanti, impongono una frequenza più alta di rilevazione rispetto a quella di altre tipologie di prodotto.

Le periodicità di rilevazione si differenziano dunque nel modo seguente:

- bimensile con cadenza prefissata nei giorni 1 e 12 di ogni mese per i prodotti *ortofrutticoli e ittici* e nei giorni 1 e 15 per i *combustibili da autotrazione e da riscaldamento*⁸;
- 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* e le *tariffe*, a tal proposito, per alcuni di questi servizi quali ad es. *acqua ad uso domestico, gas di rete e trasporti urbani* deve essere rilevato il prezzo applicato il giorno 15 del mese a cui si riferisce la rilevazione, per il giornale quotidiano *testata locale* la rilevazione viene invece effettuata dal giorno 9 al giorno 15 del mese di riferimento (per il calcolo del prezzo medio settimanale).
- trimestrale in corrispondenza dei mesi di febbraio, maggio, agosto e novembre per alcuni beni (ad esempio alcuni tra i *prodotti per la manutenzione della casa, i giochi e giocattoli, gli articoli sportivi*) e alcuni servizi (ad esempio alcuni *servizi per la riparazione e manutenzione della casa*); in corrispondenza dei mesi di gennaio, aprile, luglio e ottobre per i *canoni di affitto delle abitazioni* e per le *spese condominiali*.

La variabile temporale, al pari delle altre variabili di campionamento, assume una rilevanza fondamentale per la rappresentatività dei prezzi rilevati; a questo riguardo le indicazioni metodologiche fornite dall'Istat raccomandano che il piano di rilevazione delle referenze sia equamente ripartito su tutto l'arco temporale che va dall'1 al 21 del mese di riferimento, che le referenze di ciascuna posizione rappresentativa siano distribuite ad intervalli uniformi su tutto il periodo di rilevazione, che l'ordine di rilevazione dei prezzi delle referenze sia mantenuto costante nel tempo, in modo da garantire una replica dell'osservazione all'incirca ogni 30 giorni per i prodotti a cadenza mensile e ogni 90 giorni per quelli a cadenza trimestrale.

In osservanza a tali indicazioni, è a cura dell'Ufficio comunale di statistica la definizione e l'aggiornamento annuale di un calendario interno della raccolta dei dati dei prodotti del paniere territoriale distinto per unità di rilevazione del piano di campionamento.

Dal 2008, in un'ottica di miglioramento della tempestività degli indici prodotti per la misurazione dell'inflazione, è stato avviato un processo di riduzione del numero di prodotti rilevati trimestralmente.

2.3.4 La tecnica di rilevazione

La rilevazione dei prezzi al consumo dei prodotti del paniere, come summenzionato, avviene attraverso la selezione delle cosiddette *referenze* in ogni unità di rilevazione.

La selezione delle referenze avviene contestualmente la definizione o la revisione annuale del piano di campionamento delle unità di rilevazione che, come descritto in precedenza, avviene a dicembre di ogni anno.

In tale occasione, il personale rilevatore, per tutti i prodotti e in tutte le unità di rilevazione che gli sono state assegnate, è preposto a:

- 1) identificare, mediante intervista diretta al gestore del punto vendita, quali siano le referenze corrispondenti alla descrizione fornita dall'Istat più richieste dai consumatori in termini di valore delle vendite riferito al mese in corso (dicembre base) senza tenere conto di fattori anomali la cui significatività è circoscritta nel tempo (ad es. nella selezione dell'unità campione del prodotto "*Pasta di semola di grano duro*" sarà bene non tenere conto del valore delle vendite di una referenza dovuta esclusivamente ad una campagna promozionale temporanea);
- 2) trascrivere sul modello cartaceo o elettronico di rilevazione le caratteristiche della referenza campionata cioè la marca, la varietà, la quantità ed altre informazioni utili a cui far riferimento per le rilevazioni successive.

Così identificate le referenze divengono le unità campione sulle quali effettuare la rilevazione del prezzo al consumo cioè del prezzo effettivo di vendita.

⁸ Qualora le date convenute coincidessero con una festività, la rilevazione dovrà essere programmata per il giorno feriale successivo.

Il campione delle referenze rimarrà costante per il monitoraggio temporale del prezzo, pertanto nelle rilevazioni successive il personale rilevatore, dovrà sempre far riferimento alle stesse unità attenendosi attentamente alle caratteristiche identificative della referenza selezionata (marca, varietà, confezione, grammatura, etc.) così come definite in occasione della prima rilevazione e al momento della registrazione del prezzo, dovrà inoltre valutare la coerenza fra il dato della rilevazione corrente e quello della rilevazione precedente. Nel caso in cui riscontrasse una differenza rilevante tra i due dati, si procederà ad un ulteriore controllo di corrispondenza delle caratteristiche identificative della referenza campione e una volta accertato che si tratti della stessa, dovrà 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 campionate e pertanto essere impossibilitato a rilevarne il prezzo: in tal caso, dovrà sempre essere effettuata la segnalazione di mancata rilevazione.

Il prezzo mancante dovrà pertanto essere stimato e tale stima sarà diversa a seconda della tipologia del prodotto interessato. Più dettagliatamente, per i prodotti ortofrutticoli la segnalazione di mancata risposta non permette il calcolo del prezzo medio mensile per la referenza in questione⁹, escludendo, quindi, dall'elaborazione dell'indice della posizione rappresentativa, il punto vendita presso il quale viene rilevata la referenza; tale esclusione per i prodotti ittici si determina invece solo quando in entrambe le occasioni di rilevazione è stata segnalata la mancata rilevazione. Per i prodotti mensili e trimestrali il prezzo mancante viene stimato mediante la momentanea ripetizione del prezzo rispettivamente del mese e del trimestre precedente. Per i combustibili per autotrazione ed il gasolio da riscaldamento, il prezzo mancante viene stimato mediante le variazioni percentuali calcolate utilizzando i prezzi consigliati ai propri gestori dalle diverse compagnie petrolifere e quelli riferiti alla struttura del prezzo medio dei prodotti petroliferi resi disponibili dal Ministero dello sviluppo economico.

L'assenza di una referenza può avere una durata temporale più o meno lunga 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 permanente 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

La sostituzione di una referenza si rende necessaria se, come visto nel paragrafo precedente, la stessa non è più presente nell'esercizio commerciale o se, pur essendo ancora in vendita, ha perduto il requisito della rappresentatività (il personale rilevatore è tenuto a verificare periodicamente che in termini di valore delle vendite la referenza selezionata mantenga il requisito della "*referenza più venduta*").

La sostituzione di una referenza comporta sempre una rilevazione supplementare cioè una raccolta addizionale di dati al fine di ricostruire la dinamica temporale di prezzo della nuova referenza.

⁹ Per i prodotti a frequenza di rilevazione bimensile il prezzo medio mensile viene calcolato come media aritmetica dei prezzi rilevati nelle due occasioni di rilevazione (si vedano i paragrafi 2.5.1 e 2.5.2 per ortofrutta e prodotti ittici freschi).

Infatti, operativamente, il personale rilevatore nel caso in cui la referenza abbia perduto il requisito di rappresentatività oppure risulti definitivamente assente tra i prodotti in vendita, provvede contestualmente a:

- a) individuare una nuova referenza che risponda come la precedente alle caratteristiche di rappresentatività;
- b) annotare le relative caratteristiche identificative (marca, varietà, quantità, etc.)
- c) rilevare il prezzo correntemente applicato ed eventuali informazioni connesse;

In occasione della rilevazione immediatamente successiva, provvede a:

- d) effettuare la sostituzione avendo già così a disposizione il prezzo del periodo precedente da attribuire alla referenza sostitutiva.

Questo procedimento consente di calcolare correttamente il fattore di raccordo che utilizza i prezzi della referenza sostituita e della referenza sostitutiva riferiti al periodo precedente quello della sostituzione (*metodo della sovrapposizione o overlap*).

Per i prodotti mensili, lo stesso procedimento ai punti a), b) e c), denominato “*prenotazione della referenza*”, verrà adottato nel caso in cui l’assenza della referenza venga rilevata come momentanea e verrà reiterato il punto c) anche durante la rilevazione successiva; la sostituzione al punto d) avrà luogo alla terza occasione di rilevazione solo se la referenza continuerà a risultare assente.

Anche per i prodotti trimestrali, nel caso in cui l’assenza della referenza venga rilevata come momentanea, verrà adottato lo stesso procedimento di “*prenotazione delle referenze*” ma la sostituzione avrà luogo nell’occasione di rilevazione immediatamente successiva solo se la referenza continuerà a risultare assente.

La sostituzione di un’unità di rilevazione si rende necessaria nel caso in cui ad esempio un punto vendita cessi l’attività o non sia più rappresentativo della realtà dei consumi sul territorio. Anche in questo caso il rilevatore deve ricostruire, al momento della sostituzione, la dinamica temporale del prezzo della nuova referenza individuata nella nuova unità di rilevazione. La sostituzione di un’unità di rilevazione è a cura dell’Ufficio comunale di statistica che, ponendo attenzione a non alterare la rappresentatività dell’intero piano di campionamento, dovrà campionare un altro punto vendita avente le stesse caratteristiche del precedente in ordine alle diverse variabili di campionamento (zona, tipologia distributiva, domanda di consumo).

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 (comma 2).

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 individuale¹⁰ (regolamento CE n° 2602/2000, art. 2, comma a);
2. siano valevoli per tutti i potenziali consumatori senza condizioni¹¹ (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 14 giorni¹².

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

In relazione al punto 5 va sottolineato che per i prodotti ortofrutticoli 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.

Per ciascuna referenza campionata, il rilevatore dovrà quindi valutare, sulla base delle condizioni sopra elencate, quali forme di sconto si debbano rilevare oppure no.

Riportiamo a seguire alcuni casi di esempio per i quali gli sconti non debbano essere considerati nella rilevazione.

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 rilevare 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 dal punto di vista della quantità da acquistare. Il rilevatore pertanto dovrà considerare il prezzo pieno relativo all'acquisto di una unità di prodotto; se il confezionamento non rende possibile l'acquisto della singola unità di prodotto, 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 la riduzione di prezzo non viene rilevata se 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); in tale circostanza, viene effettuata la segnalazione di mancata rilevazione momentanea con conseguente ripetizione del prezzo della rilevazione precedente e si procederà successivamente, laddove necessario, ad una sostituzione di referenza. A tal fine, il rilevatore dovrà effettuare una “*prenotazione di referenza*” cioè individuare una referenza sostitutiva e registrarne caratteristiche identificative e il prezzo applicato; potrà così attuare nella rilevazione successiva la sostituzione di referenza secondo la corretta metodologia (si veda § 2.3.6).

¹⁰ 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.

¹¹ Vale a dire che non siano discriminatorie rispetto all'acquirente: un elemento discriminante è, per es., il possesso di una tessera “fedeltà”.

¹² Fino al 2007 la durata minima richiesta era di 15 giorni.

Se un'offerta relativa ad una determinata referenza campionata risponde invece alle condizioni sopraelencate, il rilevatore dovrà rilevare almeno due delle seguenti informazioni: prezzo pieno¹³, prezzo ridotto¹⁴, percentuale di sconto¹⁵.

Va infine sottolineato che una riduzione temporanea può considerarsi tale solo se la sua durata è limitata nel tempo. Quindi, nel momento in cui cessa il requisito della temporaneità, tali riduzioni vengono utilizzate anche per il calcolo degli indici NIC e FOI. Attualmente il periodo oltre il quale una riduzione di prezzo non viene più ritenuta temporanea, se applicata senza soluzioni di continuità nel tempo, è pari a tre mesi.

2.3.8 - Il monitoraggio della qualità

Nell'ambito delle attività orientate ad un continuo miglioramento della qualità dell'indagine, intesa come insieme delle azioni di prevenzione e controllo dell'errore durante il processo di produzione dell'informazione statistica, è in corso di definizione un nuovo sistema di monitoraggio della qualità dei dati e dell'attività di rilevazione mediante un sistema di indicatori di qualità dei dati elementari utilizzati per le stime degli indici dei prezzi al consumo e di indicatori di qualità delle variabili per il controllo dei microdati.

I due pilastri su cui si baserà tale sistema di monitoraggio saranno SIRC Prezzi (Sistema Informativo della Rete di Rilevazione Comunale Prezzi) e SIGIP (Sistema Informativo Gestione Indagine sui Prezzi al Consumo), la cui implementazione a regime comporterà un forte potenziamento della capacità informativa del sistema. Nel nuovo impianto in corso di sviluppo, variabili e indicatori sono raggruppati per sezioni tematiche in relazione alle finalità di monitoraggio su aspetti specifici dell'indagine, quali ad esempio *Analisi e valutazione del piano di campionamento*, *Analisi e valutazione assegnazione e turn-over giri di rilevazione*, *Analisi e valutazione delle risorse disponibili* (umane, tecniche e tecnologiche), *Analisi e valutazione piani di lavoro*, *Analisi e valutazione della qualità dei dati rilevati*, etc.

In relazione all'area tematica "*Analisi e valutazione della qualità dei dati rilevati*", le figure e la tabella riportata qui di seguito sintetizzano le informazioni relative ad alcuni indicatori di qualità che si basano sulle segnalazioni dei principali eventi associati alla rilevazione (mancate rilevazioni temporanee, sostituzioni, sconti rilevati) e che vengono correntemente utilizzati per l'analisi mensile della qualità dei dati.

Per quanto concerne il tema delle mancate rilevazioni, su un totale annuale di 3milioni e 725mila quotazioni rilevate per i prodotti a frequenza mensile e trimestrale, nei 12 mesi del 2008 sono state registrate mancate rilevazioni temporanee nel 4,66% dei casi..

La stragrande maggioranza delle 173mila e 500 mancate rilevazioni temporanee registrate per i prodotti mensili e trimestrali (figura 1), sono state dovute all'assenza della referenza per cause stagionali (il 49,80%). Tra le altre causali delle mancate rilevazioni temporanee, seguono, in ordine di importanza, l'assenza temporanea della referenza (19,50% dei casi) e la chiusura temporanea del punto vendita (14,80% dei casi) il cui peso sul totale delle mancate risposte è in larga parte spiegabile con le chiusure estive.

Se si focalizza l'attenzione sui prodotti a frequenza di rilevazione bimensile, il peso delle mancate rilevazioni temporanee aumenta sensibilmente: su un totale annuale di 2milioni e 242mila quotazioni rilevate nei 12 mesi del 2008, le mancate rilevazioni temporanee sono state registrate nel 33,36% dei

¹³ 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 d. lgs 31 marzo 1998, n. 114, definisce il prezzo pieno come *prezzo normale di vendita*).

¹⁴ 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.

¹⁵ Lo sconto è la percentuale di riduzione da applicare al prezzo pieno per ottenere il prezzo scontato (il comma 5 dell'art. 15 d. lgs 31 marzo 1998, n. 114, stabilisce *che lo sconto o il ribasso effettuato deve essere espresso in percentuale sul prezzo normale di vendita*).

casi. A causa dell'alto numero di quotazioni rilevato per i prodotti ortofrutticoli freschi, la cui presenza sui mercati è spesso soggetta a fenomeni stagionali, tale evidenza è spiegata (figura 2) quasi totalmente dalle assenze della referenza per cause stagionali (45,21%) e dall'assenza temporanea delle referenze (42,05%).

Per completare il quadro di analisi sulle mancate risposte temporanee, facendo riferimento agli 84 comuni capoluogo che per 12 mesi hanno inviato i dati all'Istat va segnalato che, nel corso del 2008, nel 5,36% dei casi i dati comunali non sono stati utilizzati poiché la rilevazione era stata effettuata in modo non conforme alle norme stabilite dall'Istat e tale da non rendere utilizzabili i dati pervenuti per la stima degli indici locali che, pertanto, non sono stati diffusi; nel 4,37 % dei casi poi, i dati comunali non stati utilizzati nemmeno per la stima degli indici nazionali.

Figura 1 - Indagine sui prezzi al consumo, prodotti a frequenza di rilevazione mensile e trimestrale. Causali delle segnalazioni di mancata rilevazione – Anno 2008 (valori percentuali)

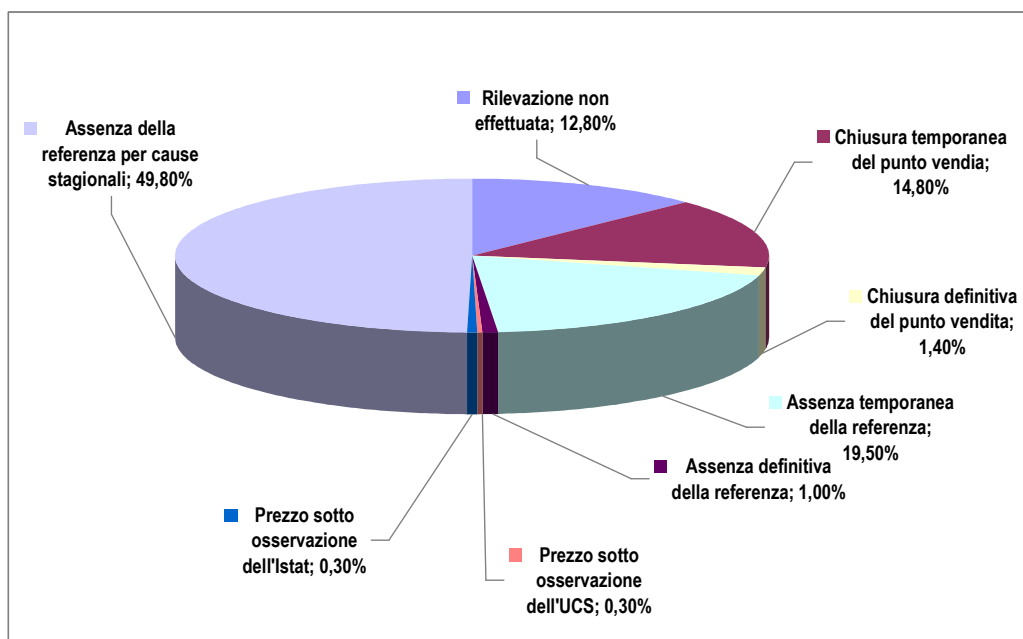
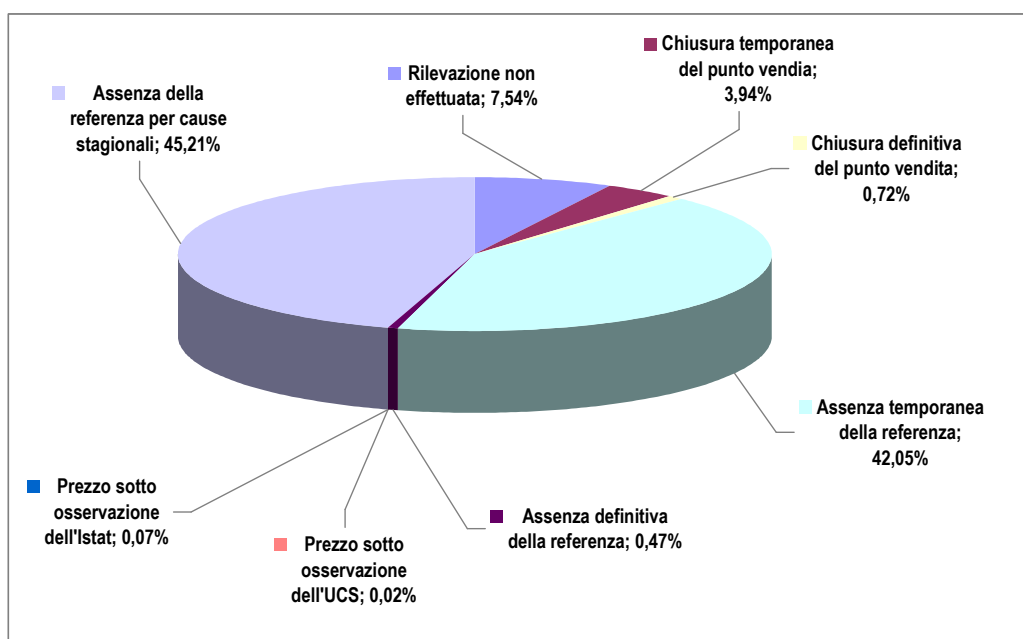


Figura 2 - Indagine sui prezzi al consumo, prodotti a frequenza di rilevazione bimensile. Causali delle segnalazioni di mancata rilevazione – Anno 2008 (valori percentuali)



Per quanto riguarda il tema delle sostituzioni, il primo elemento che emerge dall'analisi dei dati del 2008 è che il tasso di rotazione del campione di referenze selezionato a dicembre del 2007 è stato del 18,47% (il 21,73% se si considerano i soli prodotti a rilevazione mensile e trimestrale, il 7,71% se si considerano quelli a rilevazione bimensile), cioè a dire che nel 18,47% dei casi le referenze selezionate a dicembre del 2007 hanno registrato almeno una sostituzione forzata.

Se si analizzano poi le causali che hanno motivato la sostituzione delle referenze campionate, la tabella 2 evidenzia come, per i prodotti mensili e trimestrali, posto pari a 100 il numero complessivo delle causali segnalate sulle quotazioni che hanno registrato una sostituzione, le causali più importanti sono, nell'ordine, la varietà e la marca.

Tabella 2 - Indagine sui prezzi al consumo, prodotti a frequenza di rilevazione mensile, trimestrale e bimensile. Causali delle sostituzioni di referenza – Anno 2008 (valori percentuali)

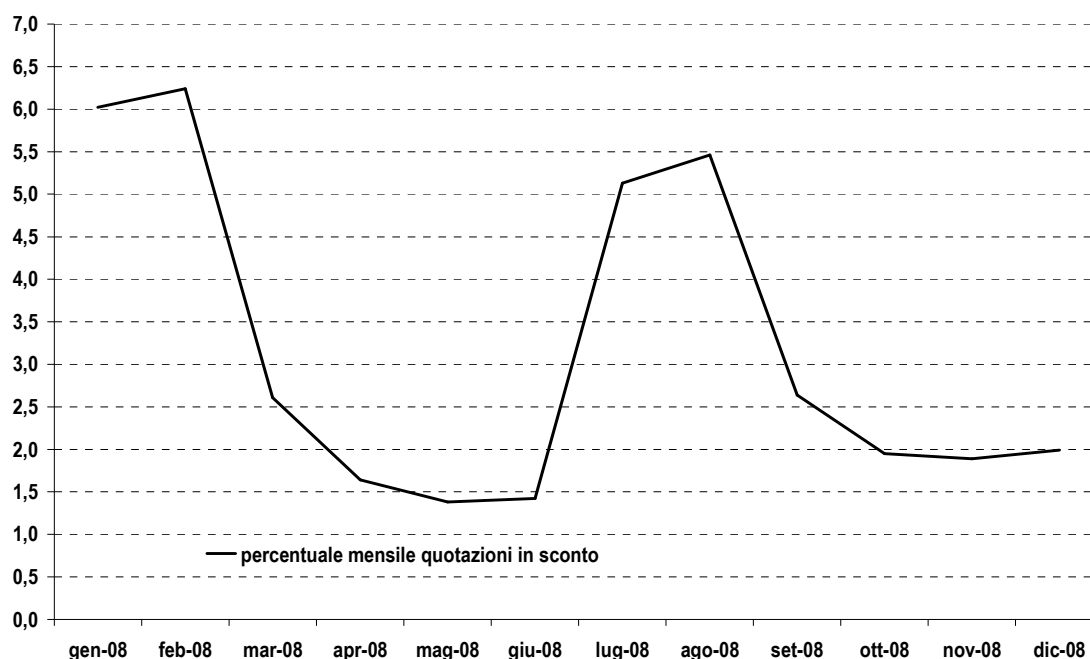
Causale sostituzione	Percentuali	
	Prodotti a rilevazione mensile e trimestrale	Prodotti a rilevazione bimensile
Punto vendita	13,12%	45,13%
Marca	32,45%	0*
Varietà	40,63%	0*
Quantità	13,80%	54,87%

* il dato a 0 per le causali marca e varietà è dovuto al fatto che tali causali non sono previste per le sostituzioni delle referenze dei prodotti a rilevazione bimensile

Concludendo l'analisi di alcuni indicatori di basati sulle segnalazioni dei principali eventi associati alla rilevazione, relativamente alle riduzioni temporanee di prezzo, la figura 3 evidenzia come le percentuali mensili di quotazioni scontate calcolate in relazione al totale delle quotazioni rilevate, per i prodotti a frequenza mensile e trimestrale di rilevazione, mostrino dei picchi a gennaio e febbraio e a luglio e agosto, a causa della massiccia presenza sul mercato dei saldi di fine stagione, concentrati in larga parte nel settore dell'abbigliamento e della calzature. Complessivamente in tutto il 2008, nel 3,20% dei casi le quotazioni dei prodotti a rilevazione mensile e trimestrale hanno registrato una riduzione temporanea di prezzo.

Per i prodotti a frequenza bimensile di rilevazione il fenomeno delle riduzioni temporanee di prezzo risulta più limitato: nell'1,19% dei casi infatti le quotazioni di tali prodotti hanno registrato nel corso del 2008, riduzioni temporanee di prezzo. Anche l'evoluzione mensile del fenomeno, mostra una variabilità molto minore rispetto a quelle evidenziata dalla figura 3 per i prodotti mensili e trimestrali: si passa dal minimo di 0,84% quotazioni con riduzioni temporanee di prezzo a gennaio ad un massimo di 1,49% a novembre.

Figura 3 - Indagine sui prezzi al consumo, prodotti a frequenza di rilevazione mensile e trimestrale. Segnalazioni di quotazioni scontate sul totale delle quotazioni rilevate - Anno 2008 (valori percentuali)



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 a immobili, ammobiliati e non, utilizzati dalle famiglie ad uso abitativo.

Oggetto della rilevazione è l'affitto vero e proprio (*canone netto*) al quale viene sommato l'importo delle spese di registrazione del contratto (*imposta di registro*), calcolato nella misura dell'1% del canone annuo, ipotizzando la modalità di versamento annuale e la suddivisione del pagamento spettante al locatore e al conduttore in parti uguali¹⁶. Contestualmente al canone netto, vengono poi rilevate le *spese accessorie*: spese condominiali per portierato, giardinaggio, pulizia, riscaldamento ed illuminazione scale, manutenzione degli ascensori e dei collettori di rifiuti per gravità¹⁷. 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.

2.4.2 Selezione delle abitazioni

L'unità di rilevazione a cui si fa riferimento è l'abitazione, da intendersi secondo la seguente definizione:

Alloggio costituito da un solo locale o da un insieme di locali (stanze e vani accessori):

- costruito con quei requisiti che lo rendono adatto ad essere dimora stabile di una o più persone;

¹⁶ Così come previsto dalla legge, l'imposta di registro viene arrotondata all'unità di euro, per difetto se la frazione è inferiore a 50 centesimi, per eccesso se è pari o superiore. In base a quanto stabilito dalla Legge Finanziaria vigente, è possibile che per il primo anno dalla registrazione del contratto, nonché per l'anno dell'eventuale proroga, qualunque sia il canone di locazione, l'imposta di registro non possa mai essere inferiore ad un determinato importo.

¹⁷ Nel 2009 in 55 comuni che partecipano all'indagine sui prezzi al consumo, le spese accessorie vengono rilevate presso un campione di amministratori (si veda paragrafo 2.4.5) e non presso gli inquilini.

- dotato di almeno un accesso indipendente dall'esterno (strada, cortile, ecc.) o da spazi di disimpegno comune (pianerottoli, ballatoi, terrazze, ecc.): un accesso cioè tale che non comporti il passaggio attraverso altre abitazioni;
- separato da altre unità abitative da pareti;
- inserito in un edificio.

Di conseguenza, non devono essere considerate:

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

Per stanza deve intendersi un locale che riceve aria e luce diretta dall'esterno e ha dimensioni tali da consentire la collocazione di un letto per un adulto, lasciando lo spazio utile per il movimento di una persona. Sono stanze le camere, il soggiorno ed anche la cucina se risponde alle caratteristiche enunciate. I vani accessori (locali destinati al disimpegno delle stanze, ai servizi igienici e sanitari nonché a ripostiglio e simili¹⁸) non devono essere considerati nel computo delle stanze.

Le abitazioni presso le quali vengono rilevati i canoni netti e le spese accessorie, vengono classificate secondo numerose variabili tra le quali la tipologia di proprietario. Le tipologie di proprietario considerate sono:

- privato, persona fisica;
- privato, persona giuridica (impresa o società bancaria o assicuratrice; impresa o società di costruzioni o immobiliare; altra impresa industriale, commerciale, ecc);
- cooperativa edilizia;
- Enti pubblici (Stato, Regione, Provincia)
- Comune;
- Ente Previdenziale;
- Istituto Autonomo Case Popolari (IACP);
- Azienda Territoriale per l'Edilizia Residenziale (ATER);
- altro.

Il rilevatore dovrà inoltre richiedere informazioni riguardanti l'ubicazione e l'anno di costruzione dell'abitazione (o dell'edificio nel quale è collocata), la decorrenza e la tipologia (equo canone, canone sociale, patto in deroga, contratto libero, contratto concertato, altro).

Il complesso delle abitazioni prescelte dovrà essere rappresentativo di tutte quelle soggette a locazione nell'ambito di ciascun comune secondo i seguenti criteri:

- abitazioni rappresentative dei diversi quartieri della città, adeguatamente ripartiti fra centro e periferia;
- abitazioni comprese in edifici di 2 o 3 piani o in palazzi di oltre tre piani o in case isolate, secondo la diffusione dei vari tipi di costruzioni nell'agglomerato cittadino;
- abitazioni sia di recente, sia di vecchia costruzione;
- abitazioni di ciascuna categoria (popolari, residenziali, signorili, ecc.), con esclusione di quelle classificate di lusso o extralusso ai sensi del D.M. 7 gennaio 1950 (G.U. n°13 del 17 gennaio 1950);
- abitazioni rappresentative dei diversi assetti proprietari (privati, enti, IACP ecc.). A tal scopo l'Istat mette a disposizione dell'Ufficio comunale di statistica le tavole provinciali, riferite

¹⁸ Sono dunque vani accessori ingressi, scale interne, corridoi, bagni, spogliatoi, ecc.

all'ultimo Censimento generale della popolazione e delle abitazioni, delle abitazioni occupate da persone residenti in affitto per figura giuridica del proprietario.

La scelta del campione spetta all'Ufficio comunale di statistica, che sottopone all'approvazione della Commissione comunale di controllo un particolareggiato piano di rilevazione delle abitazioni, contenente le caratteristiche e la distribuzione topografica delle stesse.

Per una più agevole selezione del campione, l'Istat fornisce all'Ufficio comunale di statistica, in base al Protocollo d'intesa per la gestione e lo sviluppo del sistema d'interscambio di informazioni statistiche stipulato con il Ministero dell'Economia e delle Finanze (Dipartimento per le Politiche Fiscali) nel 2004 e prorogato fino al 2010, la possibilità di richiedere gli elenchi delle abitazioni in affitto anche presso gli uffici locali delle Entrate.

2.4.3 Modalità di rilevazione

Le informazioni da rilevare sono l'importo dell'ultimo canone di affitto pagato e le spese accessorie sostenute durante l'anno. 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.) rispetto al quale si riferisce l'ammontare dell'affitto, in modo da poter effettuare il ragguaglio 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.

La rilevazione dei canoni netti e delle spese accessorie viene effettuata trimestralmente, nei mesi di gennaio, aprile, luglio e ottobre, secondo due modalità:

- 1) mediante intervista diretta dei locatari. In tal caso il rilevatore ha l'obbligo di acquisire i prezzi senza mostrare all'intervistato i dati dell'ultima rilevazione;
- 2) mediante acquisizione delle informazioni tramite il locatore nel caso in cui il proprietario sia una persona giuridica, un Ente pubblico, un Ente Previdenziale, l'IACP o l'ATER. In tal caso il comune prenderà accordi con il locatore 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 delle abitazioni

Il campione di abitazioni selezionato secondo i criteri indicati dovrà restare inalterato nel corso dell'anno. Si procederà alla sostituzione di un'abitazione soltanto quando essa non corrisponderà più ai requisiti in base ai quali era stata prescelta e quindi nei seguenti casi:

- 1) qualora, per un qualunque motivo, non venga più locata;
- 2) qualora venga destinata in tutto o in parte ad uso diverso dall'abitazione;
- 3) qualora venga ristrutturata, trasformata o ricostruita in modo da cambiarne sostanzialmente le caratteristiche qualitative in base alle quali era stata prescelta.

Se l'abitazione dovrà essere sostituita, si dovrà sceglierne un'altra della stessa categoria (stessa tipologia di proprietario e uguale grandezza), possibilmente con le stesse caratteristiche (zona, tipo d'abitazione, contratto, anno di costruzione).

Nel caso di abitazioni il cui proprietario sia una persona giuridica, Ente pubblico, Ente Previdenziale, IACP o ATER, la sostituzione sarà facilitata dalla disponibilità, presso l'Ufficio del locatore, di una lista di abitazioni tra le quali poter scegliere quella avente caratteristiche simili. La facilitazione suddetta vale anche per le liste di abitazioni disponibili presso gli Uffici locali delle Entrate.

La sostituzione di un'abitazione comporta:

- l'obbligo di aggiornare l'archivio con le nuove caratteristiche identificative dell'abitazione;

- l'esigenza di rilevare e registrare per la nuova abitazione l'importo del canone di locazione e delle spese accessorie riferiti allo stesso trimestre nel quale era stata effettuata l'ultima rilevazione per l'abitazione sostituita, onde consentire la connessione nella serie dei dati¹⁹.

Va sottolineato che il cambiamento del solo locatario e/o del solo locatore e/o del tipo di contratto non determina alcuna sostituzione, pertanto in tali casi si dovrà procedere semplicemente all'inserimento del nuovo importo del canone di locazione e delle spese accessorie, aggiornando le informazioni relative al locatario e/o locatore e/o tipo di contratto .

2.4.5 Rilevazione delle spese condominiali

La rilevazione delle spese condominiali presso gli amministratori di condominio viene effettuata da 55 comuni che partecipano all'indagine sui prezzi al consumo. Le informazioni vengono rilevate presso un campione di amministratori, almeno pari a cinque, e devono essere riferite ad un numero minimo di appartamenti. Il numero minimo di appartamenti è stato calcolato pari ad 1/1.000 del numero di abitazioni occupate da persone residenti nella provincia del capoluogo presso il quale viene effettuata la rilevazione, come risulta dai dati del censimento del 2001, moltiplicato per il peso della popolazione comunale rispetto alla popolazione provinciale con riferimento allo stesso anno. La composizione del campione selezionato, sempre con riferimento ai dati del censimento, deve rispettare la proporzione tra abitazioni di proprietà pubblica e di proprietà privata.

La rilevazione dei dati è effettuata con cadenza trimestrale entro il 15 del primo mese del trimestre di riferimento (gennaio, aprile, luglio, ottobre) . L'unità di analisi è rappresentata dal condominio per il quale deve essere compilato il questionario predisposto dall'Istat per tale indagine. Il questionario, la cui compilazione è a cura dell'amministratore di condominio (unità di rilevazione), si compone di due sezioni: nella prima vengono richieste le informazioni anagrafiche relative all'amministratore; nella seconda parte vengono richieste le informazioni di carattere generale del condominio e quelle relative al bilancio condominiale.

In riferimento al bilancio condominiale vengono rilevate le spese approvate nel bilancio preventivo riferite all'esercizio ordinario in corso, le spese approvate nel bilancio preventivo riferite all'esercizio ordinario precedente a quello in corso e le spese approvate nel bilancio consuntivo riferite all'esercizio ordinario precedente a quello in corso. Le voci di spesa richieste e che contribuiscono a determinare il calcolo dell'indice sono quelle relative al portierato, al giardinaggio, alla pulizia delle scale e delle aree comuni, alla manutenzione e all'illuminazione delle scale e delle aree comuni, alla manutenzione e riparazione ascensori, alla manutenzione delle fognature, al compenso per l'amministratore, alle spese bancarie e/o postali alle spese per adempimenti fiscali e alle altre spese (cancelleria, fotocopie, telefono).

Per ciascuna provincia il cui capoluogo effettua in via esclusiva la rilevazione delle spese condominiali presso gli amministratori di condominio, l'indice della posizione rappresentativa "*Spese condominiali*" viene calcolato come media geometrica dei microindici di condominio utilizzando le formule specificate nel paragrafo 1.5, dove il microindice della *n-esima* referenza non è altro che il microindice del *n-esimo* condominio. In particolare tale microindice è quindi dato da:

$${}_i I_h^{m,a}(n) = \frac{{}_i P_h^{m,a}(n)}{{}_i P_h^{base,a}(n)}$$

¹⁹ Nota bene: il cambiamento del solo locatario e/o del solo locatore e/o del tipo di contratto non costituisce, ai fini della rilevazione degli affitti delle abitazioni, una "sostituzione" vera e propria, pertanto in tali casi si dovrà procedere semplicemente all'inserimento del nuovo importo (variato o meno) del canone di locazione e delle spese accessorie.

dove $i p_h^{m,a}(n)$ sono le spese ordinarie riferite al condominio n per il mese m dell'anno in corso a e

${}_c I_{m,t} = \sqrt[n]{\prod_{s=1}^n {}_c I_{m,t,s}}$ rappresentano le spese ordinarie riferite al condominio n e osservate al tempo base

(ossia, il dicembre dell'anno $a-1$).

Le spese ordinarie p sono calcolate come differenza tra la spesa totale approvata nel bilancio preventivo dell'esercizio in corso e il saldo tra bilancio preventivo e consuntivo dell'esercizio precedente.

2.5 Altri casi particolari di rilevazione

2.5.1 La rilevazione dei prodotti ortofrutticoli

Per tener conto delle fluttuazioni dei prezzi che si verificano con frequenza in alcuni casi addirittura giornaliera, la rilevazione dei prodotti ortofrutticoli avviene due volte nel mese, e precisamente i giorni 1 e 12 (cfr. § 2.3.3).

Inoltre, i prodotti ortofrutticoli presentano in genere una marcata stagionalità, meno accentuata o addirittura inesistente per alcuni che sono ormai quasi sempre presenti sui mercati cittadini: ai fini del calcolo dell'indice, bisogna quindi distinguere fra questi e quelli che lo sono solo per brevi periodi.

Per i primi (patate, agli, sedani, cipolle, pomodori da sugo, banane, limoni, pompelmi e ananas), per le varietà che sono risultate reperibili in entrambe le occasioni di rilevazioni (1 e 12), viene calcolata in primo luogo la media aritmetica delle quotazioni (se non è stato possibile rilevare due quotazioni, ma una soltanto, il punto vendita, per quel determinato prodotto, viene escluso da ogni calcolo successivo). Successivamente si procede ad eliminare dal calcolo le varietà che non sono risultate presenti in almeno il 50% dei punti vendita previsti nel piano di campionamento. Successivamente tutti i dati medi per varietà calcolati per ciascun punto vendita vengono a loro volta sintetizzati con media geometrica e danno luogo al prezzo medio di varietà; a questo punto tutti i prezzi medi di varietà vengono sintetizzati con media aritmetica semplice dando luogo al prezzo medio di prodotto. Il prezzo medio di prodotto del mese corrente viene quindi rapportato al prezzo base, determinando così l'indice del mese di riferimento.

Per i rimanenti prodotti si opera invece una sintesi che dà luogo a due posizioni rappresentative composite: *Frutta e Ortaggi*.

Per ciascuna delle due posizioni viene preso in considerazione un elenco di prodotti con le relative varietà, che possono ritenersi in linea di massima sostitutivi tra loro, e precisamente:

- 1) per gli ortaggi, i seguenti 21 prodotti: asparagi, bietole verdi, broccoletti, carciofi, carote, cavolfiori, cavoli broccoli, cavoli cappucci, cavoli verze, cicoria, fagiolini, finocchi, funghi freschi coltivati, insalata, melanzane, peperoni, piselli, pomodori da insalata, spinaci, zucchine, cetrioli;
- 2) per la frutta, i seguenti 16 prodotti: albicocche, arance, ciliegie, clementine, cocomeri (angurie), fichi freschi, fragole, mandarini, mele, pere, pesche, pesche noci o nettarine, poponi (meloni), susine, uva da tavola, kiwi.

Pertanto la composizione mensile delle due posizioni rappresentative in questione varia in funzione dei prodotti effettivamente presenti sui mercati. Il sistema adottato per considerare tali prodotti si basa sul "criterio dei prezzi minimi", che parte dal presupposto che il consumatore medio, nell'effettuare gli acquisti, dia la preferenza a quelle varietà di beni, in buona parte sostitutive tra loro, che siano idonee a soddisfare le necessità di alimentazione e le esigenze del gusto, ma che presentino nello stesso tempo i prezzi più bassi. Si suppone quindi che il consumatore medio scelga i prodotti i cui prezzi, posti in una graduatoria crescente, occupino il primo 75 per cento della graduatoria stessa.

Essendo quindi possibile una modificazione della composizione mensile delle posizioni rappresentative in questione, la variabilità mensile dei prezzi medi calcolati con riferimento al primo 75 per cento della graduatoria che è stato selezionato, può essere dovuta esclusivamente a questa diversa composizione e

non ad una reale variabilità di prezzo. Al fine di evitar quindi oscillazioni repentine e non attribuibili ai prezzi dei prodotti o delle varietà rilevate, il prezzo medio calcolato con riferimento al primo 75 per cento della graduatoria dei prezzi medi di varietà, viene a sua volta sostituito con la media di se stesso e dei prezzi medi, calcolati allo stesso modo, nei 12 mesi precedenti (perequazione).

In estrema sintesi, i passaggi che portano dalla rilevazione del prezzo nelle due giornate previste in ciascun mese fino al calcolo del prezzo medio e degli indici delle posizioni rappresentative composite *Frutta* e *Ortaggi*, sono brevemente descritti qui di seguito:

- 1) il rilevatore registra in ciascun punto vendita, nelle due giornate previste, i prezzi dei prodotti distinti per varietà;
- 2) per le varietà che sono risultate reperibili entrambe le volte, viene calcolata la media aritmetica delle quotazioni;
- 3) se non è stato possibile rilevare due quotazioni, ma una soltanto, la quotazione rilevata viene esclusa da ogni calcolo successivo ;
- 4) le varietà, per le quali si è potuto calcolare la media aritmetica delle due quotazioni per ciascun esercizio, entrano a far parte della voce composta solo se sono risultate presenti in almeno il 50% dei punti vendita previsti nel piano di campionamento;
- 5) ricorrendo il presupposto suddetto, tutti i dati medi per varietà calcolati per ciascun punto vendita vengono a loro volta sintetizzati con media geometrica e danno luogo al “prezzo medio di varietà”;
- 6) i prezzi medi per varietà vanno posti in ordine crescente in due graduatorie distinte (una per gli ortaggi ed una per la frutta), numerati o semplicemente contati, e del numero risultante deve essere calcolato 75esimo percentile;
- 7) i prezzi più alti, che si trovano al di là del 75esimo percentile saranno esclusi; gli altri saranno sintetizzati con media aritmetica semplice. I due prezzi medi che se ne trarranno costituiranno i prezzi medi delle voci "Ortaggi" e "Frutta";
- 8) tali prezzi medi, perequati con medie mobili degli ultimi 13 termini (per ciascuna delle due merci composite) danno luogo al prezzo perequato che, rapportato al prezzo base, determina l'indice perequato del mese di riferimento.

2.5.2 La rilevazione dei prodotti ittici freschi

Anche per i prodotti ittici freschi la rilevazione dei prezzi viene effettuata due volte al mese, sempre nei giorni 1 e 12 (cfr. § 2.3.3), per tener conto, anche in questo caso delle fluttuazioni dei prezzi che si verificano con frequenza superiore a quella mensile.

Anche per i prodotti ittici freschi gli indici vengono calcolati per delle posizioni rappresentative composite nelle quali vengono aggregati i singoli prodotti ittici i cui prezzi vengono rilevati due volte al mese. Le posizioni rappresentative sono cinque e la loro composizione è quella illustrata qui di seguito.

- 1) Crostacei freschi: gamberi bianchi, gamberi rossi, scampi, canocchie (pannocchie); è necessario che in ogni capoluogo vengano rilevati almeno 2 dei prodotti elencati.
- 2) Molluschi freschi: calamari, mitili (cozze), polpi, seppie, vongole; è necessario che in ogni capoluogo vengano rilevati almeno 2 dei prodotti elencati.
- 3) Pesce fresco di mare di allevamento: dentici, orate, spigole, varietà di pesce locale; è necessario che in ogni capoluogo vengano rilevati almeno 2 dei prodotti elencati.
- 4) Pesce fresco di mare di pescata: alici, cefali (muggini), dentici, merluzzi (naselli), orate, palombi, pesce spada, rane pescatrici (code di rospo), sarde, sgombri, sogliole, spigole, , triglie, varietà di pesce locale; è necessario che in ogni capoluogo vengano rilevati almeno 5 dei prodotti elencati.
- 5) Pesce fresco di acqua dolce: salmone, trote, persico, varietà di pesce locale; è necessario che in ogni capoluogo vengano rilevati almeno 2 dei prodotti elencati

Il rilevatore registra in ciascun punto vendita, nelle due giornate previste, i prezzi di ciascun prodotto prima elencato. Per i prodotti che sono risultati presenti entrambe le volte, viene calcolata la media

aritmetica delle quotazioni. Se non è stato possibile rilevare due quotazioni, ma una soltanto, è la quotazione rilevata ad essere utilizzata per il calcolo successivo. Qualora non sia stato possibile rilevare alcuna delle due quotazioni, per quel determinato prodotto il punto vendita viene escluso dal calcolo.

I prezzi mensili così ottenuti vengono quindi utilizzati, in ciascun comune partecipante all'indagine, per calcolare gli indici (cfr. § 1.5) riferiti a ciascun punto vendita; questi indici vengono poi aggregati per media geometrica a formare l'indice elementare di prodotto (ad esempio l'indice del prezzo dei calamari nel comune x). Gli indici elementari di prodotto vengono poi aggregati mediante media aritmetica ponderata, con i pesi stimati in base al valore delle vendite di ciascuna specie ittica fresca: si ottiene così l'indice di capoluogo di provincia di posizione rappresentativa (ad esempio l'indice del prezzo dei molluschi), che poi contribuirà al calcolo degli indici aggregati per i diversi livelli territoriali previsti, in base agli algoritmi illustrati nel § 1.5.

2.5.3 La rilevazione dei farmaci senza obbligo di prescrizione medica (SOP) e di automedicazione

In data 30 maggio 2005 è stato pubblicato sulla G.U., serie generale n. 124, il Decreto Legge dal titolo "Disposizioni urgenti per il prezzo dei farmaci non rimborsabili dal Servizio sanitario nazionale".

Tale decreto, entrato in vigore a partire dal 31 maggio 2005 e poi convertito, con alcune modifiche, in legge (Legge 149 del 26 luglio 2005), ha stabilito che il prezzo dei medicinali di fascia C, fissato dai titolari dell'autorizzazione all'immissione in commercio, possa essere modificato, in aumento, soltanto nel mese di gennaio di ogni anno dispari e che tale prezzo, per i farmaci senza obbligo di prescrizione medica (SOP) e quelli di automedicazione, costituisca il prezzo massimo di vendita al pubblico.

In base a tale indicazioni, il decreto ha previsto che le farmacie pubbliche e private possano vendere i farmaci SOP e i farmaci di automedicazione, operando uno sconto fino al 20 per cento sul prezzo massimo stabilito. Tale sconto può variare da medicinale a medicinale e deve essere applicato, senza discriminazioni, a tutti i clienti della farmacia, rientrando così tra le riduzioni temporanee di prezzo da rilevare nell'ambito dell'indagine sui prezzi al consumo come previsto dal Regolamento europeo 2602/2000 (cfr. § 2.3.7).

Il decreto Bersani (Dl 223/2006, definitivamente convertito con la Legge n. 248 del 4 agosto 2006), ha approfondito il solco tracciato dalla Legge 149/2005, da una parte permettendo la vendita dei farmaci SOP e dei farmaci per automedicazione anche in esercizi commerciali diversi dalle farmacie (ipermercati, supermercati, esercizio di vicinato, ecc.) dall'altra eliminando il limite del 20 per cento come sconto massimo praticabile. L'entrata in vigore del decreto Bersani ha quindi comportato un adeguamento dei piani di rilevazione comunali per tenere conto delle nuove possibilità di distribuzione di tali prodotti: ciò è avvenuto già nel corso del 2006 e successivamente con il ribasamento effettuato per l'anno 2007.

La legge 27 dicembre 2006 n. 296 (Finanziaria 2007) ha infine disposto che, a partire dal primo gennaio 2008, non compaia più il prezzo massimo di vendita indicato dal titolare AIC sulle confezioni dei suddetti medicinali ma che esso sia stabilito dal titolare di farmacia o di esercizio in totale autonomia, con il solo obbligo di renderlo chiaramente noto al pubblico tramite listini o modalità equivalenti²⁰.

Di conseguenza, dal momento che è venuto meno il requisito della unicità del prezzo sull'intero territorio nazionale, già a partire dalla rilevazione dei prezzi al consumo relativa al mese di giugno 2005, l'acquisizione dei prezzi dei medicinali che rientrano in tali categorie (SOP e automedicazione) non è stata più effettuata in modo centralizzato dall'Istat; gli UCS hanno cominciato a rilevare i prezzi sia di listino sia comprensivi delle riduzioni temporanee di prezzo per un campione di farmaci (22)

²⁰ Il Decreto Legge n. 248 del 31 dicembre 2007 ha parzialmente integrato la Legge Finanziaria 2007, disponendo che le aziende farmaceutiche titolari di AIC di medicinali non soggetti a prescrizione medica (SOP e OTC) siano comunque tenute a comunicare al Ministero della salute e all'Aifa il prezzo massimo ex factory con il quale ciascun medicinale è in vendita. Ciò allo scopo di "consentire alle competenti autorità di continuare a disporre di necessari elementi di conoscenza sulle dinamiche del mercato farmaceutico".

rappresentativo, in termini di fatturato annuale, dei farmaci SOP e di automedicazione. Tale campione viene rivisto ed aggiornato in occasione di ogni ribasamento annuale ed attualmente, con riferimento al NIC, rappresenta, nell'anno 2009, in termini di peso, l'11,4% dell'intero campione di farmaci rilevato dall'Istat.

2.5.4 La rilevazione dei quotidiani

Analogamente a quanto avviene per i farmaci, anche per i quotidiani la rilevazione dei prezzi è una rilevazione mista, cioè in parte effettuata direttamente dall'Istat, in parte dai comuni.

Per ciascuna testata quotidiana oggetto di osservazione viene calcolato il prezzo medio settimanale, considerando il prezzo con inserto, quando l'inserto è obbligatorio, della settimana compresa tra il 9 e il 15 del mese.

Il prezzo medio delle principali testate nazionali viene rilevato direttamente dall'Istat, mentre il prezzo medio delle testate interregionali, regionali o locali di maggior diffusione, viene rilevato dai comuni.

In base ai dati raccolti, vengono mensilmente calcolati due indici: uno per ciascun comune riferito alle testate interregionali, regionali o locali di maggior diffusione, l'altro, a livello nazionale, riferito alle principali testate nazionali. I due indici vengono poi sintetizzati mediante media aritmetica ponderata, dando luogo all'indice di capoluogo di provincia della posizione rappresentativa "*Giornale quotidiano*".

2.5.5 La rilevazione della retribuzione della domestica a ore

Anche per la retribuzione della domestica a ore, posizione rappresentativa della voce di prodotto dei servizi domestici, la rilevazione dei prezzi è una rilevazione mista, in parte effettuata direttamente dall'Istat, in parte dai comuni.

Nello specifico l'Istat rileva le retribuzioni minime contrattuali per 2 dei livelli previsti dal Contratto Collettivo Nazionale di Lavoro sulla disciplina del rapporto di lavoro domestico (16 febbraio 2007): livello A²¹ e livello B²². Per entrambi i livelli vengono rilevate le retribuzioni riferite sia ai lavoratori conviventi sia ai lavoratori non conviventi, calcolando pertanto quattro indici.

I comuni a loro volta rilevano le retribuzioni di fatto di un campione di collaboratrici domestiche i cui dati sono utilizzati per il calcolo di microindici che vengono poi aggregati comune per comune con gli indici delle retribuzioni minime contrattuali mediante media geometrica, dando luogo all'indice di capoluogo di provincia della retribuzione della domestica a ore.

2.5.6 La rilevazione dei CD musicali, film in DVD e giochi elettronici

Da gennaio 2009, per le posizioni rappresentative "*Giochi elettronici*", della voce di prodotto "*Giochi e giocattoli*" e per le posizioni rappresentative "*CD musicali*" e "*DVD video*" (nuovo prodotto del paniere 2009) della voce di prodotto "*Supporti per registrazione suoni ed immagini*" l'Istat ha adottato una nuova metodologia di rilevazione territoriale dei prezzi al consumo.

L'innovazione introdotta risponde all'esigenza di una migliore gestione del complesso tema degli aggiustamenti di qualità che intervengono ogniqualvolta "*... si ritiene che un nuovo tipo o modello di bene o di servizio abbia caratteristiche talmente diverse da quello al quale si è sostituito e che era stato precedentemente scelto per la*

²¹ "Appartengono a questo livello i collaboratori familiari generici, non addetti all'assistenza di persone, sprovvisti di esperienza professionale o con esperienza professionale (maturata anche presso datori di lavoro diversi) non superiore a 12 mesi, nonché i lavoratori che, in possesso della necessaria esperienza, svolgono con competenza le proprie mansioni, relative ai profili lavorativi indicati, a livello esecutivo e sotto il diretto controllo del datore di lavoro" (CCNL 16 febbraio 2007). Rientra in questo livello il collaboratore familiare con meno di 12 mesi di esperienza professionale, non addetto all'assistenza di persone.

²² "Appartengono a questo livello i collaboratori familiari che, in possesso della necessaria esperienza, svolgono con specifica competenza le proprie mansioni, ancorché a livello esecutivo." (CCNL 16 febbraio 2007). Rientra in questo livello il profilo di collaboratore generico polifunzionale

rilevazione ai fini del calcolo dell'IPCA, che ne deriva una modifica significativa della sua utilità per il consumatore? (Regolamento europeo 1749/96, art.2).

La nuova metodologia (che è possibile definire come “*best seller approach*”) prevede che mensilmente, per ciascuno dei tre suddetti prodotti, vengano rilevate direttamente dall'Istat le classifiche dei titoli più venduti a livello nazionale nel mese o nella settimana immediatamente precedente il mese di riferimento della rilevazione. Tali classifiche vengono poi rese disponibili agli Uffici comunali di statistica i quali provvedono a selezionare la graduatoria dei primi n titoli (dove n rappresenta il numero di punti vendita presso i quali viene effettuata la rilevazione di ciascuno di questi prodotti in ogni Comune) per la rilevazione mensile del loro prezzo.

Per ciascun capoluogo di provincia la media geometrica dei prezzi dei primi n titoli rilevati nel mese m dell'anno corrente a viene rapportata direttamente alla media geometrica dei prezzi dei primi n titoli rilevati a dicembre dell'anno precedente $a-1$ ²³. La variazione di prezzo che dovesse intervenire da un mese all'altro per il variare della lista dei primi n titoli rilevati viene interamente incorporata nell'indice di posizione rappresentativa²⁴.

Va evidenziato che, per la specificità della posizione “*Giochi elettronici*” sono state previste delle eccezioni al metodo della comparazione diretta al fine di tenere conto di possibili differenze qualitative rilevanti che possono presentarsi tra referenza entrante e referenza uscente e tali da spiegare in tutto o in parte la differenza di prezzo tra le due. In particolare non si procede alla comparazione diretta quando in un determinato punto vendita il nuovo gioco in rilevazione gira su una piattaforma (Playstation, Nintendo Wii, etc.) diversa da quella relativa al videogioco rilevato nel mese precedente in quel determinato punto vendita.

²³ In realtà il calcolo dell'indice di posizione rappresentativa del capoluogo di provincia viene effettuato anche in questo caso mediante media geometrica dei microindici calcolati in ciascun punto vendita, ma il risultato che si ottiene è lo stesso che si otterrebbe rapportando la media geometrica dei prezzi del mese corrente alla media geometrica dei prezzi del mese base.

²⁴ Tale approccio al tema degli aggiustamenti di qualità è definito come *comparazione diretta*, per cui, in generale, la differenza di prezzo tra referenza entrante e referenza uscente non è in alcun modo dovuta alla diversa qualità esistente tra le due referenze ma esclusivamente al dinamica dei prezzi (in realtà quindi non si effettua alcun aggiustamento di qualità).

3. La rilevazione centralizzata dei prezzi al consumo

3.1 Introduzione

Nelle pagine che seguono vengono illustrate le principali caratteristiche delle rilevazioni centralizzate dei prezzi al consumo che contribuiscono al calcolo degli indici dei prezzi per il 2009. Si tratta delle rilevazioni per le quali la raccolta delle quotazioni viene condotta direttamente dall'Istat.

Le rilevazioni centralizzate riguardano principalmente i beni e servizi che hanno prezzi uniformi su tutto il territorio nazionale oppure che hanno criteri di determinazione dei prezzi vincolati a normative nazionali o regionali (per esempio, i tabacchi, i servizi telefonici, i medicinali con obbligo di prescrizione, i periodici, alcuni servizi di trasporto).

Esse riguardano anche altri mercati che, per la tecnica di rilevazione adottata o per le caratteristiche peculiari dell'offerta o della domanda, si prestano ad essere gestiti in modo centralizzato. Esempi tipici sono quelli dei prodotti elettronici, dei beni durevoli di consumo e dei servizi legati alla filiera turistica (ad esempio, pacchetti vacanza, campeggi, stabilimenti balneari, agriturismo).

Per il ciclo del 2009 le rilevazioni centralizzate vengono utilizzate per il calcolo di 56 indici di posizione rappresentativa, dei 530 complessivi²⁵.

In occasione della definizione delle nuove basi di calcolo da utilizzare per le rilevazioni centralizzate nell'anno 2009, l'Istat ha provveduto alla revisione dei campioni e all'aggiornamento dei sistemi di ponderazione. La fase di ribasamento delle rilevazioni ha anche offerto la possibilità di introdurre alcune innovazioni. Queste riguardano in primo luogo l'individuazione di prodotti e servizi che hanno assunto importanza crescente nei mercati nell'ultimo anno ma che erano ancora esclusi dalle rilevazioni. Le principali novità introdotte in occasione del ribasamento 2009 hanno riguardato i servizi di telefonia fissa e mobile, le TV a pagamento, alcuni servizi turistici e alcuni prodotti tecnologici. Leggere modifiche, anche in considerazione del fatto che alcune novità erano già state introdotte in occasione del ribasamento precedente, hanno riguardato le rilevazioni sui servizi di trasporto e sulle automobili.

La rilevazione sui servizi di telefonia fissa è stata integrata per seguire i più recenti sviluppi tecnologici e di mercato nella fascia consumer. L'attenzione è stata posta in particolare alle tecnologie cosiddette a "larga banda" di tipo x-DSL. Lo sviluppo estensivo di queste tecnologie sul mercato consumer e la possibilità di disporre di informazioni statistiche strutturali attendibili da utilizzare nella fase di ponderazione hanno indotto l'Istat ad ampliare l'indice preesistente sui prezzi dei servizi di telefonia fissa, che includeva esclusivamente servizi su rete commutata. Uno sforzo particolare è stato rivolto all'individuazione delle tariffe da rappresentare nell'indice, allo scopo di seguire gli orientamenti più recenti della domanda. In questo contesto è stata rilevata la tendenza da parte dell'utenza a rivolgersi sempre più frequentemente verso tariffe Internet di tipo "flat" e di tipo integrato. Anche le tariffe di tipo "a consumo", che pur essendo decrescenti nelle preferenze degli utenti, continuano ad essere presenti in modo significativo nel mercato residenziale, sono state rappresentate nel nuovo indice. Dal punto di vista metodologico la scelta è stata orientata al mantenimento dell'approccio già adottato con risultati positivi negli ultimi anni, basato sull'impiego di profili di consumo. Esso sembra infatti il più adeguato a rilevare le variazioni tariffarie in un mercato complesso e in forte evoluzione come quello delle telecomunicazioni.

Anche nel campo dei servizi di telefonia mobile lo sviluppo delle tecnologie in grado di supportare il crescente consumo di servizi dati avanzati, ha contribuito a un significativo ampliamento dell'offerta al pubblico. Ciò, insieme alla disponibilità di nuove informazioni statistiche da utilizzare nella fase di aggregazione degli indici, ha suggerito alcune modifiche al sistema di rilevazione dei prezzi al consumo dei servizi di telefonia mobile. L'indicatore preesistente, basato esclusivamente sui servizi voce ed SMS,

²⁵ Per ulteriori dettagli sulla diversa incidenza delle rilevazioni centralizzate nei singoli capitoli della classificazione utilizzata per la stima dell'indice dei prezzi al consumo si veda il par. 1.4.

è stato integrato con la componente riguardante il traffico Internet. Per le stesse considerazioni ricordate a proposito dei servizi di telefonia fissa, anche per i servizi di telefonia mobile si è deciso di mantenere l'approccio basato sull'impiego di profili di consumo.

In concomitanza con l'introduzione della base 2009 l'indice dei prezzi al consumo dei servizi offerti dalle TV a pagamento è stato ampliato. L'analisi delle informazioni statistiche esistenti sul mercato dei servizi televisivi a pagamento ha evidenziato che gli operatori che utilizzano tecnologia digitale terrestre tendono ad acquisire un ruolo crescente. L'indice utilizzato fino al mese di dicembre 2008 è stato pertanto integrato, a partire dal mese di gennaio 2009, con i pacchetti offerti sul mercato da questi operatori, introducendo una stratificazione per operatore.

Per quanto riguarda le rilevazioni sui servizi turistici l'attività di ribasamento è stata orientata a un sistematico ampliamento dei campioni, con l'obiettivo specifico di arricchire gli strati meno rappresentati. In particolare, per dare maggiore affidabilità agli indicatori prodotti sono stati sensibilmente integrati i campioni utilizzati nelle rilevazioni su agriturismo, campeggi e parchi divertimento.

Per quanto riguarda le rilevazioni condotte centralmente sui prodotti tecnologici sono state aggiornate le segmentazioni adottate in alcune indagini, anche in questo caso per seguire i più recenti orientamenti dei mercati. In dettaglio nella rilevazione sui prezzi al consumo dei personal computer è stato introdotto il nuovo segmento dei netbook, che sta assumendo una quota rilevante nel mercato dei notebook. Per quanto riguarda la rilevazione delle periferiche per personal computer è stato aggiunto il segmento dei monitor lcd a 22 pollici che rappresentano la dimensione che riscuote le maggiori preferenze da parte dell'utenza, in sostituzione dei monitor lcd di 17 pollici che hanno progressivamente perso importanza sui mercati.

In relazione al ruolo non più marginale che il canale Internet ha assunto nella vendita dei titoli di viaggio per i trasporti ferroviari passeggeri, si è provveduto dal mese di gennaio 2009 a introdurre nella rilevazione questa tipologia di biglietto, per alcune tipologie di servizi offerte da Trenitalia.

Per quanto riguarda il settore dell'automobile, le caratteristiche metodologiche delle rilevazioni per le quattro posizioni rappresentative restano sostanzialmente invariate. L'unica modifica apportata consiste nell'aggiunta, fra le dotazioni minime che i modelli devono possedere per il computo dei prezzi, anche dell'autoradio, oltre a quelle già considerate negli anni precedenti (doppio air bag, abs e climatizzatore).

Altre novità sono collegate al processo di armonizzazione europea in ottemperanza alle prescrizioni del Regolamento (EC) n. 1334/2007, che si sta progressivamente traducendo in regole operative da applicare alle rilevazioni nazionali sui prezzi al consumo. In questo contesto l'Istat ha effettuato ulteriori passi in tema di approfondimento e applicazione di alcuni concetti fondamentali presenti nel regolamento. Il concetto principale è quello di "segmento di consumo". Mentre le offerte di prodotti possono variare nel corso dell'anno per i normali avvicendamenti dovuti all'evoluzione tecnologica e di mercato la struttura dei segmenti di consumo resta costante. Il concetto di segmento di consumo è utilizzato anche per la gestione delle sostituzioni delle offerte di prodotti che, in corso d'anno, escono dalle rilevazioni.

3.2 Le singole rilevazioni

Le singole rilevazioni sono presentate con una breve scheda che ne descrive sinteticamente l'impianto metodologico. Ciascuna scheda riporta informazioni riguardanti la dimensione, la stratificazione e la composizione dei panieri, il metodo di calcolo degli indici, le fonti utilizzate per il calcolo della struttura di ponderazione interna.

Per tutte le rilevazioni la raccolta delle quotazioni ha luogo fra il giorno 1 e il giorno 21 del mese di riferimento, secondo un calendario prestabilito. In particolare, nel caso dei prezzi fissati su base amministrativa o vincolata a normative nazionali o regionali la rilevazione fa riferimento al giorno 15 del mese. Per molti servizi legati alla filiera turistica caratterizzati da modulazione stagionale dei listini, la

stima degli indici viene invece effettuata attraverso il calcolo della media aritmetica dei prezzi in vigore nel mese di riferimento, ponderata in base al numero di giorni di validità. Questi casi particolari vengono esplicitamente segnalati nelle schede.

In generale, in caso di mancata osservazione i prezzi non rilevati vengono imputati utilizzando la variazione congiunturale dello strato di riferimento, stimata sulla base delle quotazioni effettivamente rilevate. Eventuali deroghe da questa regola vengono esplicitamente segnalate nelle schede.

La successione delle schede segue l'ordine della classificazione dei consumi adottata per il calcolo dell'indice armonizzato europeo²⁶. Ogni scheda è preceduta da una tavola che riepiloga, per ogni posizione rappresentativa, le seguenti informazioni:

- la denominazione;
- la collocazione all'interno dei gruppi della classificazione Coicop utilizzata per il calcolo dell'indice armonizzato europeo;
- la collocazione nei livelli gerarchici, dal capitolo alla voce di prodotto, della classificazione utilizzata per la produzione degli indici nazionali NIC e FOI;
- i pesi attribuiti per il calcolo degli indici nazionali NIC e IPCA, espressi in milionesimi (10.000=1%).

²⁶ Il riferimento è alla classificazione Coicop-Hicp (Classification of Individual Consumption by Purpose Adapted to the Needs of Harmonized Indices of Consumer Prices - 2000). Si veda anche Commission Regulation (EC) No 1749/1999 del 23 Luglio 1999. La classificazione può essere consultata seguendo il collegamento con l'*Eurostat metadata server Ramon* proposto sul sito internet dell'Istat (www.istat.it/strumenti/definizioni/).

3.2.1 Tabacchi

Codice Coicop	02.2.0	02.2.0	02.2.0
Posizione rappresentativa	Sigarette	Sigari e sigaretti	Altri tabacchi
Voce di prodotto	Sigarette	Sigari e sigaretti	Altri tabacchi
Gruppo	Tabacchi	Tabacchi	Tabacchi
Categoria	Tabacchi	Tabacchi	Tabacchi
Capitolo	Bevande alcoliche e tabacchi	Bevande alcoliche e tabacchi	Bevande alcoliche e tabacchi
Peso NIC	20.922	234	131
Peso IPCA	22.068	247	139

Le rilevazioni sui tabacchi calcolano gli indici di tre posizioni rappresentative, relative alle sigarette, ai sigari e sigaretti, agli altri tabacchi (trinciati per pipa e sigaretta, tabacchi da fiuto).

Per il calcolo degli indici sono utilizzati tre campioni stratificati per marca, costituiti da 162 confezioni di sigarette, 32 di sigari e sigaretti e 21 di altri tabacchi.

L'indice di ciascuno strato elementare è ottenuto calcolando la media aritmetica ponderata degli indici delle referenze afferenti allo strato. Gli indici delle tre posizioni rappresentative sono ottenuti con una media aritmetica ponderata degli indici di marca.

Il sistema di ponderazione è ottenuto sulla base delle vendite per confezione, fornite dall'Amministrazione autonoma dei monopoli di Stato.

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

3.2.2 Operaio edile

Codice Coicop		04.3.2
Posizione rappresentativa		Operaio edile
Voce di prodotto		Servizi per la riparazione e manutenzione della casa
Gruppo		Servizi per la riparazione e manutenzione della casa
Categoria		Riparazione e manutenzione della casa
Capitolo		Abitazione, acqua, elettricità e combustibili
Peso NIC		2.955
Peso IPCA		3.117

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

3.2.3 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 NIC		12.415
Peso IPCA		13.094

L'indice dei prezzi al consumo dell'energia elettrica viene realizzato sulla base delle informazioni raccolte presso l'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.

3.2.4 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 NIC	359	95
Peso IPCA	378	100

La rilevazione è basata su un campione di confezioni di fiammiferi e di cerini.

Il calcolo degli indici delle due posizioni rappresentative avviene tramite media geometrica degli indici di prezzo relativi alle rispettive referenze.

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

3.2.5 Domestica a ore

Codice Coicop		05.6.2
Posizione rappresentativa		Domestica a ore
Voce di prodotto		Servizi domestici
Gruppo		Servizi per la pulizia e la manutenzione della casa
Categoria		Beni e servizi per la manutenzione ordinaria della casa
Capitolo		Mobili, articoli e servizi per la casa
Peso NIC		14.198 ²⁷
Peso IPCA		14.976 ²⁷

La rilevazione della retribuzione della domestica a ore è una rilevazione mista., in parte effettuata direttamente dall'Istat, in parte dai comuni.

Nello specifico l'Istat rileva le retribuzioni minime contrattuali per 2 dei livelli previsti dal Contratto Collettivo Nazionale di Lavoro sulla disciplina del rapporto di lavoro domestico (16 febbraio 2007): livello A²⁸ e livello B²⁹. Per entrambi i livelli vengono rilevate le retribuzioni riferite sia ai lavoratori conviventi sia ai lavoratori non conviventi, calcolando pertanto quattro indici.

²⁷ Il peso indicato è comprensivo sia del peso della componente a rilevazione centralizzata sia di quella a rilevazione locale, poiché la metodologia di calcolo dell'indice di capoluogo di provincia della posizione rappresentativa "domestica a ore" non prevede l'utilizzo di pesi separati per le due componenti.

²⁸ "Appartengono a questo livello i collaboratori familiari generici, non addetti all'assistenza di persone, sprovvisti di esperienza professionale o con esperienza professionale (maturata anche presso datori di lavoro diversi) non superiore a 12 mesi, nonché i lavoratori che, in possesso della necessaria esperienza, svolgono con competenza le proprie mansioni, relative ai profili lavorativi indicati, a livello esecutivo e sotto il diretto controllo del datore di lavoro" (CCNL 16 febbraio 2007).

I comuni a loro volta rilevano le retribuzioni di fatto di un campione di collaboratrici domestiche i cui dati sono utilizzati per il calcolo di microindici che vengono poi aggregati comune per comune con gli indici delle retribuzioni minime contrattuali mediante media geometrica, dando luogo all'indice di capoluogo di provincia della retribuzione della retribuzione della domestica a ore.

3.2.6 Medicinali con obbligo di prescrizione

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 NIC	22.643
Peso IPCA	9.856

Il processo di produzione dell'indice di prezzo dei medicinali è suddiviso in due parti. I prezzi dei medicinali con obbligo di prescrizione sono uniformi sul territorio nazionale e vengono rilevati centralmente; per i medicinali senza obbligo di prescrizione, il cui prezzo finale viene fissato a livello di punto vendita, si ricorre invece alle rilevazioni territoriali effettuate da parte degli Uffici comunali di statistica³⁰. I farmaci con obbligo di prescrizione rappresentano circa l'88% del peso complessivo dei medicinali nell'indice NIC e il 65% del loro peso nell'indice IPCA.

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

Spesa a carico dei consumatori per farmaci acquistati nell'ambito delle prestazioni del Servizio sanitario nazionale (SSN). Il prezzo di riferimento di ciascuna confezione è calcolato a livello regionale e risulta pari al prezzo al pubblico al netto delle quote regionali di rimborso e al lordo di eventuali ticket regionali. Il campione utilizzato per il calcolo dell'indice comprende 2.816 confezioni: è un campione a tre stadi, stratificato sulla base dei 14 gruppi anatomici principali classificati secondo il sistema "Anatomico Terapeutico Chimico" (ATC), del principio attivo e della tipologia di farmaco (generico e non). L'aggregato è utilizzato per il calcolo dell'indice IPCA.

Gli indici regionali sono calcolati mensilmente sulla base dei prezzi medi regionali, ottenuti con media aritmetica ponderata dei prezzi medi stimati per gli strati di livello inferiore. L'indice nazionale è ottenuto con media aritmetica ponderata degli indici regionali.

Spesa complessiva per farmaci acquistati nell'ambito delle prestazioni del SSN, comprensivi anche della quota a carico di quest'ultimo. Si tratta dell'aggregato valido ai fini del calcolo degli indici nazionali NIC e FOI. Il prezzo di riferimento è il prezzo al pubblico di ciascuna confezione. Il campione utilizzato per la stima consiste di 2.816 confezioni: è lo stesso campione utilizzato per l'indice IPCA.

Gli indici di ciascuno strato elementare sono calcolati attraverso una media aritmetica ponderata degli indici delle confezioni ad esso afferenti. Gli indici di prezzo degli strati di livello superiore e l'indice complessivo di ciascun aggregato sono ottenuti aggregando con medie aritmetiche ponderate gli indici relativi agli strati di livello inferiore.

Rientra in questo livello il collaboratore familiare con meno di 12 mesi di esperienza professionale, non addetto all'assistenza di persone.

²⁹ "Appartengono a questo livello i collaboratori familiari che, in possesso della necessaria esperienza, svolgono con specifica competenza le proprie mansioni, ancorché a livello esecutivo." (CCNL 16 febbraio 2007). Rientra in questo livello il profilo di collaboratore generico polifunzionale

³⁰ Per una descrizione della rilevazione territoriale dei farmaci senza obbligo di prescrizione si veda il par. 2.5.3.

Spesa per farmaci acquistati dai consumatori al di fuori delle prestazioni del SSN. L'indice di prezzo riferito a questo aggregato entra nel calcolo di tutti gli indici nazionali prodotti dall'Istat. Il prezzo di riferimento è il prezzo al pubblico di ciascuna confezione. Il campione utilizzato per la stima consiste di 2405 confezioni. E' un campione a tre stadi, stratificato sulla base dei 14 gruppi anatomici principali, del principio attivo e della tipologia di farmaco (generico e non).

Anche in questo caso gli indici di ciascuno strato elementare sono calcolati attraverso una media aritmetica ponderata degli indici delle confezioni ad esso afferenti. Gli indici di prezzo degli strati di livello superiore e l'indice complessivo sono ottenuti aggregando con medie aritmetiche ponderate gli indici relativi agli strati di livello inferiore.

Per i farmaci di fascia C con obbligo di prescrizione, l'indice ha come riferimento il prezzo al pubblico di ciascuna confezione. Il campione utilizzato per la stima consiste di 1.753 confezioni. Si tratta di un campione a tre stadi, stratificato sulla base dei 14 gruppi anatomici principali e del principio attivo.

La procedura di calcolo degli indici di fascia C con obbligo di prescrizione utilizza una media aritmetica ponderata per il calcolo degli indici di ciascuno strato elementare. Gli indici di prezzo degli strati di livello superiore e l'indice complessivo sono ottenuti aggregando con medie aritmetiche ponderate gli indici relativi agli strati di livello inferiore.

L'indice di prezzo complessivo dei medicinali con obbligo di prescrizione è infine calcolato con una media aritmetica ponderata degli indici relativi ai singoli aggregati di spesa: nel caso dell'indice NIC si usano l'indice dei farmaci di fascia C con obbligo di prescrizione, l'indice relativo alla *Spesa complessiva per farmaci acquistati nell'ambito delle prestazioni del SSN* e l'indice relativo alla *Spesa per farmaci acquistati dai consumatori al di fuori delle prestazioni del SSN*. Nel caso dell'IPCA al posto dell'indice relativo all'aggregato *Spesa complessiva per farmaci acquistati nell'ambito delle prestazioni del SSN* viene utilizzato quello relativo all'aggregato *Spesa a carico dei consumatori per farmaci acquistati nell'ambito delle prestazioni del Servizio sanitario nazionale (SSN)*.

I sistemi di ponderazione utilizzati per il calcolo di tutti gli indici sono stati stimati sulla base dei dati diffusi dall'Agenzia italiana per il farmaco e di alcune associazioni di settore.

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

3.2.7 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 NIC	10.637	8.282	3.819	15.042
Peso IPCA	11.219	8.735	4.028	15.865

Per la stima dell'indice del prezzo delle automobili vengono stimati quattro indici di prezzo relativi alle automobili nuove, distinti sulla base della dimensione delle vetture e del tipo di alimentazione.

Il campione utilizzato per la stima dell'indice di prezzo degli autoveicoli è stratificato per provincia, marca e per complessivi 17 segmenti di mercato. Esso è costituito da 219 versioni di modelli di vetture di 38 marche: 25 a benzina e 19 diesel per le autovetture fino a 4 mt., 90 a benzina e 85 diesel per quelle oltre i 4 mt.. Tutti i modelli selezionati devono possedere, come dotazioni minime, il doppio *air bag*, l'*abs*, il climatizzatore e l'autoradio.

Per ciascun modello viene rilevato il prezzo di riferimento indicato dalla casa costruttrice, comprensivo della messa su strada e dell'importo dell'Imposta provinciale di trascrizione al lordo della maggiorazione provinciale.

L'indice di ciascuno strato elementare viene ottenuto attraverso una media geometrica semplice degli indici dei modelli appartenenti allo strato. Gli indici degli strati di livello superiore e delle posizioni rappresentative sono ottenuti tramite medie aritmetiche ponderate degli strati di livello inferiore.

Il sistema di ponderazione è stato stimato sulla base dei dati forniti dall'Automobile Club d'Italia e relativi al numero di immatricolazioni di autoveicoli da parte di persone fisiche, distinte per provincia, marca, modello e alimentazione.

3.2.8 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 NIC	384	3.569
Peso IPCA	405	3.764

Per la stima dell'indice del prezzo dei motocicli viene utilizzato un campione costituito da 134 modelli riconducibili a 27 marche, stratificato per tipo di veicolo (es.: scooter, moto da turismo, moto naked, ecc.), classe di cilindrata e marca. Il campione utilizzato per la stima dell'indice dei ciclomotori è composto da 43 modelli di 13 marche ed è stratificato per tipo di veicolo e marca.

L'indice di ciascuno strato elementare viene ottenuto attraverso una media geometrica semplice degli indici dei modelli appartenenti allo strato. Gli indici degli strati di livello superiore e delle posizioni rappresentative sono ottenuti tramite medie aritmetiche ponderate degli indici degli strati di livello inferiore.

I prezzi considerati ai fini della costruzione degli indici sono tratti dai listini delle case costruttrici.

La stima del sistema di ponderazione è stata ottenuta sulla base del numero di immatricolazioni per modello.

3.2.9 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 NIC	403	15
Peso IPCA	425	16

Per i trasferimenti di proprietà dei veicoli vengono prodotti due indici, uno relativo alle pratiche riguardanti le automobili e l'altro relativo alle moto. Il prezzo utilizzato per la stima dell'indice dei trasferimenti di proprietà di auto e moto è quello relativo alle pratiche svolte presso gli sportelli telematici presenti in ciascuna sede provinciale dell'Automobile Club d'Italia (ACI).

Con riferimento alle autovetture, tale prezzo è costituito da 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, dei diritti versati alla Motorizzazione Civile, 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 dell'IPT definita a livello provinciale.

L'indice di prezzo della posizione rappresentativa è ottenuto come media aritmetica ponderata degli indici per provincia. La stima del sistema di ponderazione è stata effettuata sulla base dei dati ACI sui trasferimenti di proprietà.

Nel caso dei motocicli, il prezzo utilizzato per la stima dell'indice dei trasferimenti di proprietà 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.

3.2.10 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 NIC		2.878
Peso IPCA		3.036

La rilevazione include tutte le tariffe chilometriche applicate sull'intera rete autostradale, distinte per concessionario e tipologia di percorso (pianura o montagna). Vengono raccolte mensilmente 37 quotazioni.

L'indice della posizione rappresentativa è ottenuto con media aritmetica ponderata degli indici calcolati per ciascuna tariffa.

Il sistema di ponderazione è ottenuto sulla base dei volumi di traffico (veicoli-km) per concessione e tipologia di percorso riferiti ai veicoli di classe A.

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

3.2.11 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 NIC	2.138	1.319	139
Peso IPCA	2.221	1.371	147

Le rilevazioni sui servizi di trasporto ferroviario riguardano tre posizioni rappresentative relative a: trasporti ferroviari nazionali, trasporti ferroviari regionali, cuccette e vagoni letto.

Per il calcolo dell'indice dei trasporti ferroviari nazionali si utilizza un campione di circa 12.000 tratte, stratificato in base alla tipologia di servizio: treni generici (Interregionali), Eurostar, Eurostar City, Intercity, Intercity Notte, Alta Velocità. Per tutte le tipologie di servizio si rilevano i prezzi dei biglietti di prima e seconda classe di corsa semplice e, per alcune tipologie di servizio, degli abbonamenti. Per i servizi che offrono la possibilità di acquisto via Internet si rilevano anche i prezzi dei biglietti acquistati secondo questa modalità.

Gli indici per tipo di servizio sono calcolati con media aritmetica ponderata degli indici relativi a ciascuna percorrenza. L'indice complessivo si ottiene come media aritmetica ponderata degli indici per tipo di servizio.

I 21 indici del trasporto ferroviario regionale sono ottenuti utilizzando un paniere di fasce di percorrenza definito su base regionale: per ciascuna fascia si rileva il prezzo del biglietto di corsa semplice e dell'abbonamento mensile. Gli indici regionali sono calcolati con media aritmetica ponderata degli indici di fascia.

La rilevazione dei servizi di cuccetta e vagone letto, utilizza un paniere di otto percorrenze su treni notturni stratificate per tipologia di servizio. Per ogni referenza viene registrato il prezzo del biglietto al netto del corrispondente posto a sedere e al lordo del costo di prenotazione.

L'indice di ciascuno strato elementare viene ottenuto attraverso una media geometrica semplice degli indici delle referenze appartenenti allo strato. Gli indici degli strati di livello superiore e di posizione rappresentativa sono ottenuti tramite media aritmetica ponderata degli indici degli strati di livello inferiore.

Per tutti gli indicatori, il sistema di ponderazione è ottenuto sulla base dei dati sui passeggeri trasportati e sui ricavi per tipologia di servizio forniti da Trenitalia.

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

3.2.12 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 NIC	1.204
Peso IPCA	1.270

Il paniere comprende oltre 220 tratte extraurbane servite da circa 30 aziende di trasporto ed è stratificato per regione.

Gli indici regionali sono calcolati attraverso una media geometrica degli indici delle tratte selezionate in ciascuna regione; l'indice nazionale è ottenuto mediante una media aritmetica ponderata degli indici regionali.

Il sistema di ponderazione è calcolato 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.

3.2.13 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 NIC	3.014	3.151	1.980
Peso IPCA	3.179	3.323	2.088

Le rilevazioni sui servizi di trasporto aereo passeggeri producono tre indici, rispettivamente per i voli nazionali, europei e intercontinentali.

Per il calcolo degli indici si utilizza un campione complessivo di 113 rotte (35 nazionali, 51 europee e 27 intercontinentali) che collegano fra loro e con l'estero 13 aree aeroportuali italiane, stratificato per direttrici di traffico e area geografica. Nel caso di alcune rotte europee uno strato supplementare è dedicato ai voli low cost.

Le quotazioni raccolte mensilmente ammontano a circa 800: per ogni rotta si rilevano 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 (e low cost negli strati di pertinenza), 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.

Per il calcolo degli indici si utilizzano i prezzi dei biglietti dei voli in partenza nel mese di riferimento anche se rilevati nel mese precedente (ciò si verifica nel caso di acquisto del biglietto quattro settimane prima della partenza), in quanto i prezzi che entrano nella rilevazione mensile devono essere riferiti al momento di fruizione del servizio e non al momento dell'acquisto³¹.

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 fra i principali aeroporti italiani e, 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.

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 stima del sistema di ponderazione delle direttrici e delle rotte.

³¹ Secondo le prescrizioni del Regolamento CE n. 2601/2000 del 17 novembre 2000, articolo 2.

3.2.14 Servizi di navigazione

Codice Coicop	07.3.4	07.3.4
Posizione rappresentativa	Navigazione passeggeri	Trasporto marittimo di auto
Voce di prodotto	Trasporti marittimi e per vie d'acque interne	Trasporti marittimi e per vie d'acque interne
Gruppo	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 NIC	734	320
Peso IPCA	774	338

Per i servizi di navigazione vengono stimati due indici di prezzo, uno riferito ai servizi di navigazione passeggeri e uno ai servizi di trasporto marittimo di autovetture.

Per il calcolo dell'indice dei servizi di navigazione passeggeri viene utilizzato un campione di 46 rotte per i trasporti marittimi e di 33 rotte per i trasporti su cinque laghi italiani. Per ogni rotta viene generalmente rilevata la tariffa relativa al passaggio ponte o alla poltrona di seconda classe applicata da una o più compagnie di navigazione che offrono il servizio. Complessivamente vengono rilevate mensilmente 93 tariffe. Il campione delle rotte relative ai trasporti marittimi è stratificato sulla base della tipologia: vengono in particolare rilevate 17 rotte di largo raggio nazionali (22 tariffe), 18 rotte di corto raggio relative al collegamento con gli arcipelaghi (25 tariffe) e 11 rotte internazionali (13 tariffe).

L'indice delle rotte di corto raggio è ottenuto come media aritmetica ponderata degli indici relativi a ciascun arcipelago regionale, a loro volta calcolati tramite media geometrica semplice degli indici delle tariffe applicate sulle rotte di competenza. 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 tariffe applicate sulle rotte che li rappresentano. L'indice della posizione rappresentativa, infine, viene calcolato come media aritmetica ponderata degli indici di ciascuno strato.

Per il calcolo dell'indice del trasporto marittimo di auto viene rilevato un campione di 20 rotte. Si tratta di 7 rotte di largo raggio nazionali, 5 rotte di corto raggio, relative a collegamenti con gli arcipelaghi, e 8 rotte internazionali. La stratificazione è analoga a quella adottata per il trasporto passeggeri, anche se semplificata rispetto a quest'ultima.

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

Per la stima di ambedue gli indicatori viene utilizzata come prezzo mensile di riferimento la media aritmetica delle tariffe in vigore nel mese, ponderata con il numero di giorni di applicazione.

Per la stima del sistema di ponderazione vengono utilizzati i dati Istat relativi alla navigazione marittima e quelli del Ministero dei trasporti e delle infrastrutture relativi alla navigazione lacuale.

3.2.15 Servizi postali

Codice Coicop		08.1.0
Posizione rappresentativa		Servizi postali
Voce di prodotto		Servizi postali
Gruppo		Servizi postali
Categoria		Comunicazioni
Capitolo		Comunicazioni
Peso NIC		1.490
Peso IPCA		1.572

La rilevazione utilizza un paniere stratificato sulla base del tipo di servizio: corrispondenze, raccomandate, assicurate e postacelere, pacchi ordinari nazionali, pacchi celeri e servizi telematici.

Gli indici relativi a ciascun prodotto postale sono aggregati a livello di indici per tipo di servizio, con una media aritmetica ponderata. L'indice della posizione rappresentativa è ottenuto con media aritmetica ponderata degli indici per tipo di servizio.

La struttura di ponderazione è basata sulle informazioni fornite da Poste Italiane e relative al fatturato dei singoli prodotti postali riferito alla clientela residenziale.

I prezzi utilizzati per la stima dell'indice sono quelli in vigore il giorno 15 del mese di riferimento.

3.2.16 Apparecchi telefonici

Codice Coicop	08.2.0	08.2.0
Posizione rappresentativa	Apparecchi per la telefonia mobile	Apparecchi per la telefonia fissa
Voce di prodotto	Apparecchi e materiale telefonico	Apparecchi e materiale telefonico
Gruppo	Apparecchiature e materiale telefonico	Apparecchiature e materiale telefonico
Categoria	Comunicazioni	Comunicazioni
Capitolo	Comunicazioni	Comunicazioni
Peso NIC	4.142	347
Peso IPCA	4.369	366

L'evoluzione del prezzo degli apparecchi telefonici viene seguita attraverso due indici: uno relativo agli apparecchi per la telefonia mobile e l'altro a quelli per la telefonia fissa.

Per la stima dell'indice di prezzo degli apparecchi per la telefonia mobile vengono seguiti i prezzi dei modelli di quattro case costruttrici. Vengono mediamente rilevate circa 1.000 quotazioni relative a tutti i modelli in commercio. In particolare, ciascun modello viene classificato all'interno di uno dei tre segmenti individuati sulla base delle caratteristiche tecniche e delle prestazioni degli apparecchi presenti sul mercato. Si tratta di un segmento "base", che caratterizza i modelli dotati delle funzionalità essenziali per la comunicazione mobile, e di due segmenti "elevati": uno "intermedio", caratterizzato da alcune dotazioni aggiuntive relative alle capacità di comunicazione e alla qualità del display, e uno "superiore", più all'avanguardia dal punto di vista della comunicazione e delle funzionalità. I modelli sono stratificati per marca e segmento.

Il prezzo medio di ciascun modello viene calcolato come media geometrica semplice delle quotazioni rilevate. Viene individuato mensilmente come rappresentativo di ciascuno strato elementare il modello che risulta più conveniente fra quelli rilevati. Successivamente vengono calcolati, per ogni segmento, gli indici relativi a ciascuna casa costruttrice. Gli indici di segmento vengono in seguito calcolati attraverso una media geometrica semplice degli indici per casa costruttrice. L'indice dei telefoni cellulari dei segmenti "elevati" viene ricavato con media aritmetica semplice degli indici dei segmenti "intermedio" e "superiore". L'indice della posizione rappresentativa viene infine ottenuto come media aritmetica semplice dell'indice dei segmenti "elevati" e di quello del segmento "base".

Per la stima dell'indice di prezzo degli apparecchi per la telefonia fissa, sono sottoposti a rilevazione i prezzi di due tipologie distinte di apparecchi (con filo e cordless) di cinque case costruttrici. Vengono mediamente rilevate circa 800 quotazioni relative a tutti i modelli commercializzati. Per ciascuna tipologia di apparecchio, ogni modello è classificato all'interno di due segmenti individuati sulla base delle caratteristiche tecniche e delle prestazioni degli apparecchi presenti sul mercato. In particolare si identifica un segmento "base", che caratterizza i modelli dotati delle funzionalità essenziali per la comunicazione, e un segmento "superiore", con modelli che recano dotazioni aggiuntive relative alle capacità di comunicazione, alle prestazioni e alle funzionalità. I modelli sono stratificati per tipologia, segmento e marca.

Il prezzo medio di ciascun modello viene calcolato come media geometrica semplice delle quotazioni rilevate. Viene individuato mensilmente come rappresentativo di ciascuno strato elementare il modello che risulta più conveniente fra quelli rilevati. Successivamente sono calcolati, per ogni tipologia e segmento, gli indici di ciascuna casa costruttrice. Gli indici per tipologia e segmento vengono in seguito calcolati attraverso una media geometrica semplice degli indici per casa costruttrice. Gli indici di livello superiore, per tipologia e successivamente per posizione rappresentativa, sono ottenuti entrambi con media aritmetica semplice.

3.2.17 Servizi di telecomunicazione

Codice Coicop	08.3.0	08.3.0	08.3.0
Posizione rappresentativa	Servizi di telefonia fissa	Servizi di telefonia mobile	Servizi di telefonia pubblica
Voce di prodotto	Servizi di telefonia	Servizi di telefonia	Servizi di telefonia
Gruppo	Servizi telefonici	Servizi telefonici	Servizi telefonici
Categoria	Comunicazioni	Comunicazioni	Comunicazioni
Capitolo	Comunicazioni	Comunicazioni	Comunicazioni
Peso NIC	7.248	13.973	95
Peso IPCA	7.645	14.736	100

Le rilevazioni sui servizi di telecomunicazione producono tre indicatori, riguardanti la telefonia fissa, mobile e pubblica.

Nel caso dei servizi di telefonia fissa il paniere è stratificato per profilo di consumo e gestore: per i servizi di telefonia mobile un ulteriore strato distingue le tipologie contrattuali (abbonamenti e ricaricabili).

Per la stima di questi due indici viene rilevata l'intera gamma dei piani tariffari offerti dai maggiori operatori nazionali attivi sul mercato residenziale, comprensivi delle tariffe, dei canoni, dei costi di cambio piano e di eventuali altre componenti fisse e variabili.

L'indice relativo ai servizi di telefonia fissa è ottenuto dalla sintesi di due sottoindici relativi ad altrettante tipologie di servizi: quelli su rete commutata e quelli a larga banda basati su tecnologia X-DSL. Per ogni piano tariffario si simula la spesa mensile sostenuta da oltre 300 profili di consumo. I profili di consumo sono caratterizzati da diverse forme e livelli di utilizzo dei servizi: per tipo (fonia o dati), per direttrice di traffico, per fascia oraria, per intensità delle connessioni (numero e durata media). Per ciascun gestore, si assume che ogni profilo opti mensilmente per il piano tariffario che risulta più conveniente. Questo viene determinato sulla base del confronto fra la spesa corrente associata al piano tariffario detenuto nel mese precedente e quella relativa a ciascuno dei piani sottoscrivibili nel mese corrente (comprensive di una quota di ammortamento degli eventuali costi sostenuti per il cambio di piano). Per una parte dei profili, selezionati casualmente e secondo un calendario predefinito, la scelta è limitata ai soli piani sottoscrivibili nel mese corrente (nuovi utenti). La spesa media mensile per tipologia di servizio e per gestore, viene calcolata con media aritmetica ponderata della spesa mensile simulata per ciascun profilo. L'indice per tipologia di servizio è ottenuto con media aritmetica

ponderata degli indici di ciascun gestore. L'indice di posizione rappresentativa è a sua volta ottenuto con media aritmetica ponderata degli indici di prezzo delle due tipologie di servizio.

L'indice relativo ai servizi di telefonia mobile considera i servizi vocali e di navigazione Internet per utenza consumer. La procedura di calcolo prevede, rispetto alla telefonia fissa, un'ulteriore variabile di stratificazione costituita dalla tipologia contrattuale (abbonamento o ricaricabile). Per ogni piano tariffario viene simulata la spesa mensile sostenuta da circa 250 profili di consumo. Anche in questo caso, come per i servizi di telefonia fissa, per ciascun gestore si assume che ogni profilo opti mensilmente per il piano tariffario più conveniente, determinato sulla base del confronto fra la spesa corrente associata al piano tariffario detenuto nel mese precedente e quella relativa a ciascuno dei piani sottoscrivibili nel mese corrente (inclusiva di una quota di ammortamento degli eventuali costi di cambio piano). Per una parte dei profili (nuovi utenti), selezionati casualmente e secondo un calendario predefinito, la scelta è limitata ai soli piani sottoscrivibili nel mese corrente. La spesa media mensile per tipologia contrattuale e per gestore, è calcolata con media aritmetica ponderata della spesa mensile simulata per ciascun profilo. L'indice di prezzo per gestore è quindi ottenuto con media aritmetica ponderata degli indici per tipo di contratto. L'indice di posizione rappresentativa è a sua volta ottenuto con media aritmetica ponderata degli indici di gestore.

Per quanto riguarda la telefonia pubblica, si rilevano le tariffe delle chiamate verso rete fissa e mobile applicate nelle postazioni di telefonia pubblica gestite da un operatore nazionale. L'indice si ottiene come media aritmetica ponderata degli indici per direttrice di traffico.

I profili di consumo e il sistema di ponderazione sono stati ottenuti sulla base dei dati diffusi dalle autorità di regolazione del settore e della rilevazione annuale sulle imprese di telecomunicazioni svolta dall'Istat.

3.2.18 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 NIC	1.949	442
Peso IPCA	2.056	466

L'evoluzione del prezzo dei personal computer viene seguita attraverso due indici: il primo relativo alle unità centrali (computer desktop e portatili) e il secondo alle periferiche (stampanti e monitor lcd).

L'indice di prezzo delle unità centrali è ottenuto, a sua volta, come media aritmetica ponderata di due indici: uno relativo ai computer desktop e l'altro ai computer portatili (*notebook*), con pesi proporzionali alle rispettive quote di mercato.

Per il calcolo dell'indice di prezzo dei desktop vengono raccolti i prezzi dei prodotti di nove marche. Vengono rilevate circa 800 quotazioni mensili relative a macchine dotate di alcune caratteristiche minime (del tipo e della velocità del processore, della ram, dell'hard disk, dei lettori ottici e del networking) che le rendono compatibili con gli standard di funzionamento dei sistemi operativi maggiormente utilizzati (almeno Windows XP) e con le esigenze di un utente non specializzato su target di nicchia. Per ogni marca viene utilizzato come prezzo rappresentativo la mediana 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 marca, 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 1100 quotazioni raccolte mensilmente e relative a tutti i modelli in commercio di cinque marche. La rilevazione include i notebook con display da 15-15,4 pollici e da 17 pollici, dotati di alcune caratteristiche minime definite sulla base di un criterio analogo a quello seguito per i desktop, e i netbook che vengono tutti considerati nella rilevazione.

I modelli sono stratificati per marca e tipologia, quest'ultima definita in base alle tre categorie: notebook 15-15,4 pollici, notebook 17 pollici e netbook. Il prezzo medio di ciascun modello viene calcolato come media geometrica semplice delle quotazioni rilevate. Viene individuato mensilmente come rappresentativo di ciascuno strato elementare il modello che risulta più conveniente fra quelli in possesso delle caratteristiche richieste. Successivamente vengono calcolati gli indici per marca con una media geometrica degli indici per tipologia. L'indice dei computer portatili viene infine calcolato con una media aritmetica degli indici per marca, con pesi proporzionali alle 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 tutti i modelli in commercio di monitor lcd da 19 e 22 pollici di 8 marche. Vengono raccolte mensilmente circa 600 quotazioni. I modelli sono stratificati per marca e dimensione del monitor. Il prezzo medio di ciascun modello viene calcolato come media geometrica semplice delle quotazioni rilevate. Viene individuato mensilmente come rappresentativo di ciascuno strato elementare il modello che risulta più conveniente. Vengono così calcolati per ogni marca gli indici per dimensione del monitor. Questi vengono successivamente aggregati con media aritmetica ponderata per ottenere gli indici per marca. L'indice dei monitor viene infine calcolato con una media aritmetica degli indici per marca, con pesi proporzionali alle rispettive quote di mercato.

Per le stampanti si procede in maniera analoga. Vengono rilevati i prezzi di tutti i modelli in commercio prodotti da quattro case costruttrici relativi a stampanti a getto d'inchiostro per uso domestico a colori e multifunzione. I modelli sono stratificati per marca e tipo di stampante. Vengono rilevate circa 900 quotazioni mensili. Il prezzo medio di ciascun modello viene calcolato come media geometrica semplice delle quotazioni rilevate. Viene individuato mensilmente come rappresentativo di ciascuno strato elementare il modello che presenta il prezzo medio più basso. Vengono poi calcolati, per ogni marca, gli indici per tipo di stampante. Questi vengono successivamente aggregati con media aritmetica semplice per ottenere gli indici per marca. L'indice delle stampanti viene infine calcolato con una media aritmetica degli indici per marca, con pesi proporzionali alle rispettive quote di mercato.

3.2.19 Imbarcazioni

Codice Coicop	09.2.1	09.2.1
Posizione rappresentativa	Imbarcazione	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 NIC	556	2.248
Peso IPCA	586	2.371

Per le imbarcazioni vengono calcolati due indici, uno relativo ai gommoni e l'altro relativo ai motori.

Nei due panieri sono inclusi rispettivamente dieci modelli di gommone di quattro case costruttrici, e quindici modelli di motore fuoribordo di quattro case costruttrici. Il paniere dei gommoni è stratificato in base alla classe di lunghezza del natante, quello dei motori in base alla classe di cilindrata.

Gli indici delle due posizioni rappresentative sono ottenuti con media aritmetica semplice degli indici di strato, ottenuti a loro volta come media geometrica degli indici relativi a ciascun modello.

I prezzi sottoposti a rilevazione sono quelli di listino.

3.2.20 Autocaravan e caravan

Codice Coicop	09.2.1
Posizione rappresentativa	Autocaravan e caravan
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 NIC	87
Peso IPCA	92

Nel paniere sono inclusi 46 modelli appartenenti a 23 marchi relativi a due tipologie di veicolo ricreazionale: autocaravan (semi-integrali e mansardati) e caravan. I modelli selezionati sono predisposti per il trasporto e il soggiorno di almeno cinque persone, nel caso dei mansardati, ridotte a quattro, nel caso dei semi-integrali e dei caravan. Il paniere è stratificato per tipo di veicolo ricreazionale e marca.

Gli indici degli strati elementari sono calcolati come media geometrica degli indici dei prodotti afferenti allo strato. Gli indici dello strato di livello superiore e quello della posizione rappresentativa sono calcolati con media aritmetica ponderata.

I prezzi sottoposti a rilevazione sono quelli di listino.

Per la stima del sistema di ponderazione sono stati utilizzati i dati sulle immatricolazioni per marca e tipo di veicolo.

3.2.21 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 NIC	672
Peso IPCA	708

La rilevazione include un paniere di 41 parchi di divertimento distribuiti sul territorio nazionale.

Per ogni parco vengono rilevati i prezzi di due prodotti: ingresso di un adulto e ingresso ridotto.

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.

Per la stima dell'indice viene utilizzata, come prezzo mensile di riferimento, la media aritmetica dei prezzi in vigore nel mese, ponderata con il numero di giorni di validità.

3.2.22 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 NIC	735
Peso IPCA	775

Per la stima di questo indice viene utilizzato un campione di 94 impianti a fune dislocati sull'arco alpino e sugli Appennini. Il campione è stratificato per regione o area geografica e tipo di impianto (invernale o estivo).

Generalmente, per gli impianti di risalita delle località sciistiche viene rilevato il prezzo di uno skipass giornaliero e di uno settimanale per adulto senza riduzioni, mentre per gli altri impianti viene di norma rilevato il prezzo intero di una corsa di andata e ritorno per un adulto.

L'indice di ciascuno strato elementare è calcolato con la media geometrica semplice degli indici relativi alle singole quotazioni ad esso afferenti; gli indici dello strato di livello superiore e della posizione rappresentativa sono ottenuti con media aritmetica ponderata degli indici degli strati di livello inferiore.

La stima del sistema di ponderazione è basata sui dati Istat relativi alle presenze turistiche in località di montagna per regione e stagione.

Per la stima dell'indice viene utilizzata, come prezzo mensile di riferimento, la media aritmetica dei prezzi in vigore nel mese, ponderata con il numero di giorni di validità.

3.2.23 Stabilimenti balneari

Codice Coicop	09.4.1
Posizione rappresentativa	Stabilimento balneare
Voce di prodotto	Stabilimenti balneari
Gruppo	Stabilimenti balneari
Categoria	Servizi ricreativi e culturali
Capitolo	Ricreazione, spettacoli e cultura
Peso NIC	1.404
Peso IPCA	1.481

Il calcolo dell'indice di prezzo degli stabilimenti balneari è effettuato sulla base di un campione di 92 stabilimenti stratificato per regione.

Il prezzo rilevato è generalmente costituito dalla spesa necessaria per l'ingresso nello stabilimento e per l'affitto giornaliero di un ombrellone e una sdraio o un lettino.

L'indice di prezzo di ciascuno strato elementare è ottenuto con media geometrica semplice degli indici calcolati per ogni stabilimento. L'indice della posizione rappresentativa con media aritmetica ponderata degli indici di strato.

Il sistema di ponderazione è stato ottenuto sulla base dei dati Istat relativi alle presenze turistiche regionali nelle località di mare.

Il prezzo mensile di riferimento è calcolato mediante la media aritmetica dei prezzi in vigore nel mese, ponderata con il numero di giorni di validità.

Nei mesi di chiusura di tutti gli stabilimenti (generalmente da novembre ad aprile), all'indice della posizione rappresentativa viene imputata una variazione congiunturale nulla.

3.2.24 Servizi televisivi

Codice Coicop	09.4.2	09.4.2
Posizione rappresentativa	Canone Rai	Abbonamento Pay-tv
Voce di prodotto	Canone tv	Canone tv
Gruppo	Canone tv	Canone tv
Categoria	Servizi ricreativi e culturali	Servizi ricreativi e culturali
Capitolo	Ricreazione, spettacoli e cultura	Ricreazione, spettacoli e cultura
Peso NIC	1.967	343
Peso IPCA	2.075	361

Per i servizi televisivi vengono prodotti due indici distinti, relativi agli abbonamenti rispettivamente alla Rai e alle pay-tv.

Per la costruzione dell'indice relativo alla Rai, viene rilevato il prezzo del canone di abbonamento annuale.

Per l'indice relativo alle pay-tv vengono rilevati i prezzi dei pacchetti offerti dai principali operatori nazionali. L'indice è stratificato per operatore ed ottenuto come media aritmetica ponderata degli indici di strato. L'indice per ciascun operatore si calcola con media geometrica semplice degli indici di ciascun pacchetto. La stima del sistema di ponderazione è basata sui dati dall'autorità di regolazione del settore.

I prezzi utilizzati sono quelli in vigore il giorno 15 del mese di riferimento.

3.2.25 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 NIC	10.717
Peso IPCA	--

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.

Il sistema di ponderazione è stato calcolato in base ai dati sul fatturato prodotto da ogni concorso, al netto del rispettivo montepremi, resi disponibili dall'Amministrazione autonoma dei monopoli di Stato.

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

3.2.26 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 NIC		4.081
Peso IPCA		4.304

La rilevazione utilizza un campione di oltre 200 titoli (identificati per editore e collana), stratificato in 17 strati elementari definiti in base alla materia trattata secondo la classificazione Unesco. Sono inclusi anche i best seller, nella forma di prodotto composito costituito dai 25 libri di narrativa italiana e dai 25 libri di narrativa straniera più venduti nel mese di riferimento.

Il prezzo utilizzato ai fini della costruzione dell'indice è quello di copertina.

Gli indici di strato sono ottenuti come media geometrica semplice degli indici di prezzo dei rispettivi volumi. Il prezzo di riferimento del prodotto composito best seller è ottenuto applicando una media aritmetica ponderata ai prezzi dei libri più venduti rilevati nel mese corrente. L'indice della posizione rappresentativa viene poi calcolato come media aritmetica ponderata degli indici di strato e dell'indice dei best seller.

Il sistema di ponderazione è stimato sulla base dei dati sul valore della produzione libraria per materia prodotti dall'Istat.

3.2.27 Libri scolastici

Codice Coicop	09.5.1	09.5.1
Posizione rappresentativa	Libri per la scuola dell'obbligo	Libri 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 NIC	669	980
Peso IPCA	705	1.033

Per i testi scolastici vengono calcolati due indici di prezzo, relativi ai testi per la scuola dell'obbligo e a quelli per la scuola superiore. I due indici si muovono convenzionalmente nel mese di settembre, in coincidenza con l'avvio dell'anno scolastico.

Vengono rilevati i prezzi di tutti i libri di testo proposti per l'adozione per le scuole medie inferiori e superiori inclusi nei cataloghi dell'Associazione Italiana degli editori (AIE) e relativi all'anno scolastico che sta per iniziare.

Il sistema di ponderazione è ricavato sulla base delle informazioni acquisite sulle adozioni effettive presso un campione di circa 1.200 istituti e riguardanti circa 18.000 classi e 5.000 sezioni. Complessivamente, nel campione sono riportate le informazioni relative a circa 240 mila proposte per l'adozione "non facoltativa". Il campione delle adozioni è stratificato per ripartizione geografica, tipo di istituto, classe e materia.

Per ogni strato elementare viene calcolato un indice di prezzo come media aritmetica semplice dei indici di prezzo dei testi afferenti allo strato. Gli indici degli strati di livello superiore e quelli delle due

posizioni rappresentative vengono calcolati come media aritmetica ponderata degli indici di prezzo degli strati di livello inferiore.

Il campione di istituti è stato estratto dalla banca dati relativa alle adozioni di libri di testo curata dall'AIE. Per la stima del sistema di ponderazione sono inoltre stati utilizzati i dati del Ministero dell'istruzione relativi alla popolazione studentesca, disaggregati per tipo di istituto, provincia e anno di corso.

3.2.28 *Giornale quotidiano*

Codice Coicop	09.5.2
Posizione rappresentativa	Giornale quotidiano
Voce di prodotto	Giornali
Gruppo	Giornali e periodici
Categoria	Libri, giornali e articoli di cartoleria
Capitolo	Ricreazione, spettacoli e cultura
Peso NIC	1.658
Peso IPCA	1.749

Per i quotidiani la rilevazione dei prezzi è una rilevazione mista, cioè in parte effettuata direttamente dall'Istat, per le principali testate nazionali, e in parte dai comuni, per le testate interregionali, regionali o locali di maggior diffusione.

Per entrambe le rilevazioni si fa riferimento al prezzo medio settimanale considerando il prezzo con inserto, quando l'inserto è obbligatorio, della settimana compresa tra il 9 e il 15 del mese. In base ai dati raccolti, vengono mensilmente calcolati due indici: uno per ciascun comune e l'altro a livello nazionale. I due indici vengono poi sintetizzati mediante media aritmetica ponderata, dando luogo all'indice di capoluogo di provincia della posizione rappresentativa *Giornale quotidiano*.

3.2.29 *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 NIC	7.060
Peso IPCA	7.446

Per la stima dell'indice di prezzo dei periodici viene utilizzato un campione di 101 testate (di cui 27 settimanali), stratificato sulla base di due classi di periodicità dell'uscita in edicola (settimanale, periodicità superiori) e di alcuni segmenti di mercato (attualità, costume, arredamento, programmi tv, auto-motoveicoli, viaggi e turismo, ecc.).

Per i settimanali il prezzo viene rilevato con cadenza bimensile, di norma nella prima e nella terza settimana del mese di riferimento dell'indice. Per tutti i periodici si considera il prezzo di acquisto al lordo di allegati e abbinamenti "obbligatori".

L'indice di ciascuno strato elementare viene calcolato attraverso la media aritmetica ponderata degli indici dei periodici afferenti allo strato. Gli indici degli strati di livello superiore e della posizione rappresentativa vengono infine ottenuti come media aritmetica ponderata degli indici degli strati di livello inferiore.

Per la stima del sistema di ponderazione vengono utilizzati i dati sulle vendite in edicola per testata.

3.2.30 Pacchetti vacanza

Codice Coicop	09.6.0
Posizione rappresentativa	Pacchetti vacanza tutto compreso
Voce di prodotto	Pacchetti vacanza tutto compreso
Gruppo	Pacchetti vacanza tutto compreso
Categoria	Pacchetti vacanza tutto compreso
Capitolo	Ricreazione, spettacoli e cultura
Peso NIC	2.854
Peso IPCA	3.010

Per il calcolo dell'indice di prezzo dei pacchetti vacanza si utilizza un campione di 236 pacchetti proposti da 25 tour operator, stratificati per 45 destinazioni afferenti a 14 macroaree nazionali ed estere.

La rilevazione dei prezzi ha luogo tramite consultazione dei cataloghi dei tour operator.

L'indice di ciascuno strato elementare viene calcolato con media aritmetica ponderata degli indici dei rispettivi pacchetti vacanza. Gli indici degli strati di livello superiore e della posizione rappresentativa vengono infine ottenuti come media aritmetica ponderata degli indici degli strati di livello inferiore.

La stima del sistema di ponderazione è basata su dati relativi al numero di pacchetti venduti per destinazione.

Per il calcolo dell'indice viene utilizzata, come prezzo mensile di riferimento, la media aritmetica dei prezzi in vigore nel mese, ponderata con il numero di giorni di validità.

3.2.31 Istruzione universitaria

Codice Coicop	10.0.0
Posizione rappresentativa	Istruzione universitaria
Voce di prodotto	Istruzione universitaria
Gruppo	Istruzione universitaria
Categoria	Istruzione pubblica e privata
Capitolo	Istruzione
Peso NIC	2.237
Peso IPCA	2.359

L'indice di prezzo dell'istruzione universitaria si muove convenzionalmente nel mese di ottobre, in coincidenza con l'avvio dell'anno accademico.

Per la stima viene utilizzato un paniere di 25 facoltà universitarie di altrettanti atenei, relative complessivamente a 15 indirizzi di studio. Il paniere è stratificato sulla base della classe dimensionale degli atenei definita in base al numero degli studenti.

Per ogni facoltà vengono rilevati i costi di immatricolazione corrispondenti a tre livelli di reddito ipotetici di una famiglia tipo di tre componenti, corrispondenti ai quartili di reddito imponibile Irpef stimati dall'Istat sulla base del modello MASTRICT e 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. Per l'anno corrente vengono usate le stime a prezzi costanti dei livelli di reddito utilizzati nell'anno precedente.

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.

La stima del sistema di ponderazione è basata sui dati della rilevazione sull'istruzione universitaria condotta dall'Istat e relativi al numero di immatricolazioni e di iscritti per ateneo.

3.2.32 *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 NIC	765
Peso IPCA	807

La rilevazione dei prezzi dei campeggi utilizza un campione di 207 strutture, stratificato per area territoriale e tipologia della località (mare, montagna, lago, città, altro).

Per ogni campeggio vengono rilevati normalmente i prezzi di due tipologie di soggiorno giornaliero: quello di due persone in tenda piccola con auto e quello di quattro persone, in camper e con allaccio elettrico.

Gli indici per strato elementare sono costruiti con media geometrica degli indici relativi ai singoli campeggi nello strato, ottenuti a loro volta come media geometrica delle tariffe relative alle due modalità di soggiorno rilevate. Gli indici degli strati di livello superiore e della posizione rappresentativa sono ottenuti come media aritmetica ponderata degli indici di prezzo degli strati di livello inferiore.

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

Per la stima dell'indice viene utilizzata, come prezzo mensile di riferimento, la media aritmetica dei prezzi in vigore nel mese, ponderata con il numero di giorni di validità.

3.2.33 *Agriturismo*

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 NIC	713
Peso IPCA	752

Per la stima dell'indice di prezzo degli agriturismo viene usato un campione di 154 strutture ricettive stratificate sulla base di 10 aree territoriali.

In generale viene rilevato il prezzo del soggiorno in mezza pensione per persona e al giorno. In altri casi sono state prese in considerazione altre soluzioni di soggiorno (per esempio, soggiorni di due persone o settimanali).

Gli indici per strato elementare sono costruiti con media geometrica degli indici relativi ai singoli agriturismo nello strato. Gli indici degli strati di livello superiore e della posizione rappresentativa sono ottenuti come media aritmetica ponderata degli indici di prezzo degli strati di livello inferiore.

La struttura di ponderazione è stimata in base ai dati Istat relativi alle presenze turistiche per regione presso gli agriturismo.

Per la stima dell'indice viene utilizzata, come prezzo mensile di riferimento, la media aritmetica dei prezzi in vigore nel mese, ponderata con il numero di giorni di validità.

3.2.34 Servizi finanziari

Codice Coicop	12.6.0	12.6.0
Posizione rappresentativa	Servizi di deposito, pagamento e incasso	Altri servizi finanziari
Voce di prodotto	Altri servizi finanziari n.a.c.	Altri servizi finanziari n.a.c.
Gruppo	Altri servizi finanziari n.a.c.	Altri servizi finanziari n.a.c.
Categoria	Servizi finanziari n.a.c.	Servizi finanziari n.a.c.
Capitolo	Altri beni e servizi	Altri beni e servizi
Peso NIC	7.724	1.076
Peso IPCA	8.146	1.134

L'evoluzione del prezzo dei servizi finanziari viene seguita attraverso due posizioni rappresentative relative rispettivamente ai servizi di deposito, pagamento e incasso e agli altri servizi finanziari. Per entrambe le rilevazioni, gli indici di prezzo sono calcolati aggregando, attraverso una media aritmetica ponderata, due sub-indici relativi ai servizi offerti rispettivamente dagli istituti di credito e da Poste Italiane.

Per la stima del sub-indice dei servizi di deposito, pagamento e incasso forniti dalle banche viene utilizzato un campione di 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 istituto vengono rilevate le condizioni di prezzo praticate su tutti i conti correnti offerti e rivolti a target di risparmiatori non di nicchia.

Per ogni conto corrente si rilevano mensilmente i prezzi di circa 30 servizi, selezionati tra 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 documentazione) e altri servizi accessori (fra cui l'utilizzo dei canali telematici).

Per ogni conto corrente viene simulata la spesa mensile sostenuta da quattro profili di consumo: 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.

Per ogni conto corrente viene stimato un indice per ogni profilo. Gli indici di profilo 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. Si procede poi al calcolo degli indici regionali aggregando con media aritmetica ponderata gli indici degli istituti presenti in ciascuna regione. Viene infine calcolato l'indice nazionale aggregando gli indici regionali con media aritmetica ponderata.

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 indici di prezzo 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 di prezzo relativo agli altri servizi finanziari, sia per gli istituti di credito sia per Poste Italiane, 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 principalmente ai servizi di custodia, amministrazione e compravendita titoli)³². 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.

I profili di consumo e il sistema di ponderazione sono stati stimati sui dati della rilevazione sui bilanci delle famiglie curata dalla Banca d'Italia, integrati con altre informazioni di carattere strutturale sia di fonte Istat sia fornite dalla Banca d'Italia, dall'Associazione bancaria italiana e da Poste Italiane.

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.

³² 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.