



Office fédéral de la statistique
Bundesamt für Statistik
Ufficio federale di statistica
Uffizi federal da statistica
Swiss Federal Statistical Office

ACTUALITÉS OFS
BFS AKTUELL
ATTUALITÀ UST

5

Prix
Preise
Prezzi

Neuchâtel, febbraio 2006

Nuovo indice nazionale dei prezzi al consumo: dicembre 2005 = 100

Cenni metodologici e ponderazione 2006

.....

Informazioni:

Corinne Becker Vermeulen, Sezione prezzi, tel.: 032 713 67 50

E-mail: Corinne.Becker@bfs.admin.ch

N. di ordinazione: 389-0600

© UST

Indice

1	La revisione del 2005	3	Grafici ed allegati	
2	L'indice nazionale dei prezzi al consumo (IPC) in breve	3	Grafico 2: Confronto tra i panieri tipo 2005 e 2006	11
3	Le basi metodologiche del nuovo indice	4	Grafico 2: Confronto tra i panieri tipo 2005 e 2006	11
3.1	Campo d'applicazione e periodicità	4	Allegato 1: Paniere tipo con ponderazione 2006	12
3.2	Il paniere tipo	5	Allegato 2: Classificazioni supplementari	16
3.3	La ponderazione	6	Allegato 3: Esempio della struttura gerarchica del paniere tipo	17
3.4	I prezzi determinanti	6	Allegato 4: Piano di rilevazione dei prezzi	18
3.5	Il sistema di rilevazione dei prezzi	6	Allegato 5: Regioni di rilevazione dei prezzi	19
3.6	I metodi di calcolo	8	Allegato 6: Esempio di calcolo	20
3.7	Gli aggiustamenti di qualità	8	Allegato 7: Cambiamenti dell'assortimento e tecniche d'aggiustamento della qualità	22
3.8	L'indice degli affitti	9	Allegato 8: Date di pubblicazione	23
4	Elaborazione e diffusione	10		
5	Basi legali e protezione dei dati	10		

Il nuovo indice nazionale dei prezzi al consumo (IPC) 2005

1 La revisione del 2005

Per l'ottava volta dalla sua introduzione nel 1992, l'indice nazionale dei prezzi al consumo (IPC) è stato sottoposto a una revisione. A partire da gennaio 2006, sarà calcolato sulla base dicembre 2005 = 100.

Revisionare l'indice significa attualizzare le basi su cui poggia il calcolo dell'IPC integrandovi i ritrovati tecnici e scientifici più recenti. Con ciò si garantisce una maggiore aderenza dei risultati alla realtà.

Nella revisione del 2005, l'accento è stato posto sui punti e gli obiettivi seguenti:

- revisione di fondo del paniere tipo;
- aggiornamento degli schemi di ponderazione (paniere tipo, canali di distribuzione, regioni);
- valutazione e ottimizzazione del sistema di rilevazione dei prezzi;
- elaborazione di nuove tecniche di rilevazione atte a migliorare la qualità dei dati e ad alleggerire i compiti dei fornitori dei dati;
- valutazione dei nuovi metodi di calcolo introdotti nel 2000 (indice a catena di Laspeyres e media geometrica);
- esame delle tecniche di aggiustamento della qualità;
- revisione dell'indice degli affitti;
- aggiornamento degli indici concernenti tra l'altro la salute, i trasporti, i servizi e la comunicazione;
- valutazione del sistema modulare d'indici messo in atto nel 2000;
- attuazione di un sistema di gestione della qualità;
- riduzione dei costi di produzione nel rispetto della qualità dei dati.

Inoltre, a partire da gennaio 2006, l'IPC sarà calcolato su una nuova piattaforma informatica, più moderna e flessibile.

2 L'indice nazionale dei prezzi al consumo (IPC) in breve

L'indice nazionale dei prezzi al consumo è un indicatore economico rilevante che misura l'evoluzione dei prezzi dei beni e dei servizi consumati dalle economie domestiche, determinando così la variazione del potere d'acquisto dei consumatori. È utilizzato dagli ambienti economici, politici e dal vasto pubblico per svariati scopi: valutazione della situazione economica nell'ottica della politica economica in generale e della politica monetaria in particolare; valutazione della competitività internazionale del nostro Paese; indicizzazione dei salari, delle rendite, degli affitti e di altri valori monetari; deflatore di serie nominali per la definizione della crescita economica reale nonché dell'evoluzione dei salari e delle cifre d'affari. In quanto indicatore universale, l'IPC non può rispondere a tutte le questioni e a tutti i bisogni d'informazione. Per tale motivo, nel 2000 è stato elaborato un sistema d'indici modulare volto a rispondere nella maniera più esauriente possibile alle seguenti domande ricorrenti:

- Nel calcolo dell'inflazione si tiene conto dell'evoluzione dei premi dell'assicurazione malattie di base? Non essendo possibile integrare i premi dell'assicurazione malattie nell'IPC (si veda riquadro), dal 2000 è pubblicato un apposito indice. Questo indicatore permette di seguire l'evoluzione dei premi dell'assicurazione malattie nel corso degli anni e di calcolare l'incidenza della loro variazione sul reddito disponibile delle economie domestiche.
- La portata del rincaro è differente per i singoli gruppi di popolazione? Per rispondere a tale domanda, dal 2000 al 2003 sono stati elaborati indici socioeconomici per i pensionati, le famiglie monoparentali, le coppie con figli, gli occupati e i lavoratori indipendenti. L'insieme di questi indicatori mostra quanto il rincaro gravi sulle singole categorie socioeconomiche.

Pianificata sin dal 2000, ma non ancora realizzata, è invece l'elaborazione di un indice dei prezzi al consumo armonizzato (IPCA) alle norme UE e di un indice del costo della vita. L'IPCA sarà prodotto a partire dal 2008 o 2009 nel quadro degli accordi bilaterali con l'UE. Per quanto riguarda l'indice del costo della vita, difficoltà metodologiche e finanziarie ne hanno precluso finora e ne precluderanno anche in futuro lo sviluppo (si veda riquadro).

Indice dei prezzi o un indice del costo della vita?

Quali sono le principali differenze tra questi due concetti?

Concetti di base e metodologia: una prima differenza consiste nel fatto che i due concetti rispondono a interrogativi differenti. Per l'indice dei prezzi la domanda è *come evolve il costo di un paniere tipo fisso su un certo periodo in seguito a variazioni di prezzo?* L'indice del costo della vita misura invece il costo minimo per il consumo di un insieme di beni e servizi d'utilità costante per il consumatore. Questo insieme di beni e servizi non è fisso nel tempo ma varia secondo l'evoluzione dei prezzi relativi.

Il paniere tipo: in generale, il paniere tipo di un indice del costo della vita in senso largo è più ampio di quello di un indice dei prezzi al consumo. In effetti, accanto alle spese di consumo, influiscono sul costo della vita anche le spese di altre voci di bilancio delle economie domestiche (imposte dirette, oneri sociali, ecc.).

Concetto di misurazione dei prezzi: in genere, per misurare la spesa, l'indice dei prezzi al consumo ricorre al *concetto di acquisizione*. Pertanto, il prezzo di cui si tiene conto deve corrispondere all'*attuale prezzo d'acquisto* di un bene offerto ai consumatori. Un indice del costo della vita rapporta invece il consumo di un bene alla sua *utilizzazione*. Idealmente andrebbe quindi considerato il prezzo d'utilità (*utilità equivalente*) dei beni durevoli, vale a dire il flusso di servizi da essi assicurato per un certo periodo, e non il loro prezzo d'acquisto.

Il concetto dell'indice del costo della vita convince teoricamente ma non può essere applicato direttamente nella pratica, essendo impossibile misurare l'utilità di un bene o di un servizio. È tuttavia possibile avvicinarsi con adeguati dati, tecniche di rilevazione e metodi di calcolo. Quale sia lo strumento più adeguato per misurare il rincaro, se l'indice dei prezzi o l'indice del costo della vita, dipende dall'utilizzo che se ne vuol fare. In genere, secondo l'opinione prevalente, sarebbe preferibile utilizzare l'indice del costo della vita per indicizzare salari e rendite, mentre per misurare l'inflazione e osservare la congiuntura e l'economia si dovrebbe ricorrere all'indice dei prezzi al consumo.

3 Le basi metodologiche del nuovo indice

L'IPC con base dicembre 2005 è concepito, come il suo predecessore, **quale indice dei prezzi** e non quale indice del costo della vita. I criteri e i metodi utilizzati per il suo calcolo corrispondono in effetti a quelli di un indice dei prezzi: stabilità della struttura di consumo (su almeno un anno) e paniere tipo contenente unicamente prodotti di consumo.

L'IPC è parte integrante del sistema svizzero della statistica dei prezzi, inserito nel contesto dei conti economici nazionali (SEC 95). Per migliorare la sua comparabilità internazionale, i criteri, i metodi, le nomenclature e le definizioni dell'IPC 2005 sono stati armonizzati in ampia misura alle disposizioni e alle direttive internazionali relative.

3.1 Campo d'applicazione e periodicità

Le spese di cui tiene conto l'IPC sono le **spese di consumo** quali definite dalla contabilità nazionale e conformi alla pratica internazionale. Non vi rientrano quindi le spese di trasferimento, quali le imposte dirette e le assicurazioni sociali, nonché le spese d'investimento e di risparmio.

Le spese di consumo considerate sono quelle sostenute dalle **economie domestiche residenti in Svizzera in maniera permanente**. Non si tiene quindi conto delle spese delle economie domestiche che soggiornano per un breve periodo in Svizzera e di quelle dei turisti.

I prezzi contemplati nel calcolo dell'IPC sono i **prezzi di vendita applicati sul territorio nazionale**.

L'IPC è calcolato a scadenza mensile benché il ritmo di rilevazione dei prezzi dei singoli articoli possa variare da un prodotto all'altro (cfr. punto 3.5 e allegato 4).

3.2 Il paniere tipo

Il paniere tipo dell'IPC (cfr. allegato 1) riflette quanto più possibile il consumo delle economie domestiche. Per tale ragione l'assortimento dei beni e dei servizi che lo compone è molto ampio.

Il paniere tipo è strutturato sulla nomenclatura COICOP¹. Utilizzata a livello nazionale e internazionale per svariate statistiche, permette di costituire aggregati comparabili con altre statistiche svizzere e straniere.

In base alla COICOP, il paniere tipo è articolato in:

- **12 gruppi principali** (si veda grafico 1), suddivisi a loro volta in
- **83 gruppi di prodotti,**
- **218 posizioni dell'indice**, il livello più dettagliato ponderato e pubblicato e
- **1046 posizioni di rilevazione**, ultimo livello del paniere tipo, non ponderato, che definisce i beni e i servizi di cui vanno effettivamente rilevati i prezzi (cfr. esempio nell'allegato 3).

A precisazione della nomenclatura COICOP, l'IPC 2005 ripartisce i beni e i servizi in categorie supplementari, come il genere (distinzione tra beni e servizi, prodotti stagionali) o l'origine (prodotti indigeni o prodotti importati in precedenza (cfr. allegato 2)). Questi indici speciali servono innanzitutto all'analisi e all'interpretazione dei risultati e forniscono informazioni supplementari agli utilizzatori dell'IPC.

In rapporto a quello precedente, il nuovo paniere tipo non ha subito grandi sconvolgimenti, coprendo il primo già una vasta gamma di beni e servizi. È stato piuttosto oggetto di un'operazione di aggiornamento:

- Informazione più dettagliata sull'evoluzione dei prezzi dei carburanti (benzina e diesel), delle tariffe della comunicazione (telefonia fissa, mobile e internet) e dei costi della formazione (formazione scolastica di base e superiore).
- Introduzione di nuove varietà: ad esempio melanzane, caffè in capsula, bevande energetiche, preservativi, benzina senza piombo 100, articoli per neonati, documenti ufficiali.
- Soppressione di varietà non più rappresentative: ad esempio cavolini di Bruxelles, lavanderia, carta da parati, friggitrice, mangianastri e apparecchi fotografici per istantanee.

Il paniere tipo non copre tuttavia l'intera gamma di prodotti di consumo. I prezzi di alcuni beni e servizi non sono rilevati per motivi legati alla loro scarsa incidenza sul bilancio delle economie domestiche (inferiore allo 0,1%) o al loro costo eccessivo. Rientrano in questa categoria beni e servizi quali le lezioni di guida, il noleggio di apparecchi o autoveicoli, la riparazione di mobili e di elettrodomestici, l'acquisto di roulotte, aerei e imbarcazioni, i gioielli, i servizi funebri nonché le spese sostenute dai proprietari per le loro abitazioni. Tuttavia, tali spese sono considerate nel calcolo dei coefficienti di ponderazione del paniere tipo attraverso la loro attribuzione a voci affini o all'aggregato superiore, o mediante la loro ripartizione su vari voci di prodotto. Così, le spese sostenute dai proprietari per le loro abitazioni sono integrate nel coefficiente di ponderazione degli affitti.

Perché l'evoluzione dei premi dell'assicurazione malattie obbligatoria non è considerata nell'IPC?

La delimitazione dei beni e dei servizi da includere nel paniere tipo è determinata dall'aggregato dei consumi privati, quale definito nei conti economici nazionali. I premi dell'assicurazione malattia non sono inclusi in tale aggregato poiché costituiscono spese di trasferimento versate alle assicurazioni dalle economie domestiche. In caso di sinistro la maggior parte di tali versamenti viene loro restituita a titolo d'indennizzo. Rientrano invece nei consumi privati i servizi del sistema sanitario contemplati nel paniere tipo dell'IPC (prestazioni mediche, odontoiatriche, ospedaliere, farmaci, ecc.). L'assicurazione malattie serve solo a finanziare tale consumo. La delimitazione innanzi descritta corrisponde a quella in vigore nella prassi internazionale.

A ciò si aggiunge il fatto che l'evoluzione dei premi dell'assicurazione malattie non dipende soltanto dai prezzi vigenti nell'ambito della salute ma anche dalla frequenza del ricorso alle prestazioni corrispondenti. Nella misura in cui aumenta la frequenza delle consultazioni mediche e dei ricoveri e si complicano gli esami medici e le terapie, i costi continuano a crescere e con essi i premi dell'assicurazione malattie, anche a prezzi costanti. Questo effetto quantitativo è più o meno marcato e contrasta con l'obiettivo dichiarato dell'indice dei prezzi al consumo, quello di misurare l'evoluzione pura dei prezzi.

Al di là di tali osservazioni di natura metodologico-concettuale, resta indubbio che la crescita progressiva dei premi dell'assicurazione malattie osservata da un po' di tempo a questa parte va a gravare sempre più sul bilancio delle economie domestiche. Per porvi rimedio non va modificato l'indice dei prezzi al consumo per misurare l'andamento dei prezzi, ma ne va piuttosto tenuto conto quando si tratta di applicare la politica economica nel quadro delle negoziazioni salariali o di adeguare le rendite. Per poter mettere a disposizione degli utilizzatori dell'indice le informazioni necessarie a tale scopo, parallelamente all'indice nazionale è stato creato un indice dei premi dell'assicurazione malattie che mostra l'andamento dei premi e la loro incidenza sul reddito disponibile delle economie domestiche.

¹ COICOP = Classification of Individual Consumption by Purpose (Classificazione dei consumi individuali secondo l'utilizzazione finale)

3.3 La ponderazione

La ponderazione del paniere tipo dell'IPC si basa sui risultati dell'indagine annuale sul reddito e sul consumo (IRC), condotta presso un campione aleatorio di 3300 economie domestiche, estratto dall'elenco telefonico. Per ottenere la struttura media delle spese delle economie domestiche, queste vengono rilevate dettagliatamente e successivamente generalizzate. Per i settori dei quali l'IRC non fornisce informazioni sufficientemente esauritive si ricorre ad altre fonti di dati quali le statistiche professionali o gli studi di mercato.

Per tener conto dell'evoluzione della struttura dei beni e dei servizi di consumo delle economie domestiche, dal dicembre 2001 il paniere tipo è ponderato a cadenza annuale.

I nuovi pesi del 2006 sono stati calcolati partendo dai risultati dell'IRC 2004. Essi sono presentati qui di seguito e figurano inoltre in dettaglio nell'allegato 1.

Paniere tipo 2006	
Gruppi principali e ponderazione	Ponderazione in %
Totale	100,000
Prodotti alimentari e bevande analcoliche	10,998
Bevande alcoliche e tabacchi	1,962
Abbigliamento e calzature	4,259
Affitti ed energia	25,175
Apparecchi domestici, manutenzione corrente	4,335
Salute	16,719
Trasporti	10,286
Comunicazioni	2,636
Tempo libero e cultura	9,242
Istruzione	0,663
Alberghi e ristoranti	9,009
Altri beni e servizi	4,716
<i>(cfr. grafici 1 e 2)</i>	

3.4 I prezzi determinanti

Per l'IPC sono rilevati i prezzi effettivamente pagati dai consumatori, compresi le imposte indirette (segnatamente l'IVA), i diritti di dogana, le tasse d'incentivazione e le sovvenzioni.

Confluiscono nel calcolo dell'indice anche le riduzioni accordate ai consumatori (azioni, promozioni, ribassi, saldi), ma soltanto se queste:

- si riferiscono a un bene preciso o un servizio determinato del campione, la cui qualità è paragonabile a quella del periodo di rilevazione precedente;
- sono accordate senza restrizioni a tutte le economie domestiche;
- non sono soggette ad alcun vincolo in particolare.

Pone invece problemi metodologici l'integrazione delle tariffe (trasporti pubblici, prestazioni mediche, ospedali, telecomunicazioni, servizi postali, elettricità e gas) nella statistica dei prezzi. Essendo la loro struttura soggetta a variazioni nel tempo, essi non sono più direttamente paragonabili e diventa praticamente impossibile identificare e misurare eventuali variazioni di prezzo. Per tale ragione, sono definiti dei gruppi di prestazioni il più autonomo possibile dalla struttura delle tariffe. Essi corrispondono a modelli di consumo fittizi che riflettono comportamenti tipici della popolazione (in relazione ad esempio all'utilizzo dei mezzi pubblici, alle telecomunicazioni e al consumo energetico). È il costo di tali gruppi che viene inserito in seguito nell'indice al posto delle tariffe.

3.5 Il sistema di rilevazione dei prezzi

La base del calcolo dell'IPC è costituita dall'osservazione dei prezzi, dalla cui qualità dipende la qualità finale dell'indice. Diviene quindi molto importante definire e organizzare in maniera ottimale il sistema di rilevazione dei prezzi affinché possa rispondere alle seguenti domande: Quali sono i prodotti da scegliere e quali la frequenza e il periodo di rilevazione dei loro prezzi? Chi deve rilevare i prezzi e in base a quali criteri? Come va assicurata la buona qualità dei dati rilevati?

In occasione della revisione del 2005, un primo oggetto d'analisi era costituito dalle **regioni di rilevazione**. Gli studi effettuati hanno permesso di ridurre le 16 regioni scelte nel 2000 a 11 (soppressione delle regioni Bellinzona, Winterthur, Friburgo, Zugo, Aarau). Tale procedimento non ha praticamente alcuna incidenza sulla qualità dei dati e apporta al contempo un risparmio considerevole. Le 11 regioni mantenute corrispondono ai grandi centri urbani (con rispettive agglomerazioni) ad alta concentrazione di consumo. Ciascuna regione è ponderata sulla base delle spese di consumo delle economie domestiche selezionate nel quadro dell'indagine annuale sul reddito e sul consumo. Le regioni scelte e la loro ponderazione sono presentate nell'allegato 5.

In queste regioni è stato scelto successivamente un certo numero di **punti di vendita** da inserire nell'indice secondo il criterio della loro rappresentatività sul territorio nazionale e regionale.

I punti di vendita regionali rappresentativi sono stati scelti secondo la loro attività economica e il loro canale di distribuzione².

² Ad esempio Migros, Coop, discount, grandi magazzini, negozi specializzati.

Per punto di vendita rappresentativo s'intende un esercizio che rappresenta le abitudini di consumo locali e che dispone dell'assortimento desiderato. In questo processo di selezione i rilevatori regionali rivestono un ruolo fondamentale. Conoscitori del mercato locale, sono in grado di assistere l'UST e di fornire informazioni sull'evoluzione del mercato. Nel calcolo dell'IPC rientrano nel complesso circa 2200 punti di vendita.

Di concerto con i responsabili dei punti di vendita, i rilevatori scelgono dalla gamma di prodotti offerti un certo numero di **articoli** corrispondenti alla struttura del paniere tipo, venduti abitualmente e in quantità significativa per un periodo relativamente lungo. In seguito si osserva l'andamento del prezzo di questi articoli nel corso del tempo. Ogni anno sono rilevati circa 400'000 prezzi.

I prezzi dei prodotti soggetti a frequenti fluttuazioni (prodotti freschi e prodotti petroliferi) sono rilevati a **frequenza** mensile. I prezzi degli altri beni e servizi del paniere tipo vengono tracciati a scadenza trimestrale o semestrale. La periodicità di rilevazione dei prezzi di ciascun gruppo di prodotti è descritta in dettaglio nell'allegato 4. Il prezzo degli articoli scelti è rilevato, secondo il ritmo di rilevazione, nei primi 6 giorni lavorativi del mese, salvo per i prodotti petroliferi. A partire dal dicembre 2005, il prezzo dell'olio da riscaldamento e della benzina è rilevato, infatti, due volte anziché una volta al mese (all'inizio e alla metà del mese). Questa estensione del **periodo di rilevazione** per i prodotti petroliferi migliora ulteriormente la precisione dei risultati.

La rilevazione dei prezzi è un compito che richiede grande disponibilità, flessibilità, rigore, diplomazia ed esperienza. Affidando nel 2000 una parte della rilevazione all'istituto di sondaggio IHA-GfK, l'UST ha notevolmente modernizzato la rilevazione dei prezzi e migliorato la qualità dei dati. Per tali motivi, la collaborazione si protrarrà fino al 2010. Allo scopo di migliorarne l'efficacia, il sistema di rilevazione è stato oggetto di alcuni piccoli accorgimenti. A partire dal dicembre 2005, nelle 11 regioni interessate, 33 **rilevatori regionali** registrano circa i due terzi dei prezzi. Il terzo rimanente è rilevato dall'UST, che si occupa specificatamente di quei settori per cui i prezzi sono definiti a livello nazionale o cantonale (ad esempio per i prodotti farmaceutici, le prestazioni mediche e ospedaliere, le comunicazioni, l'energia, i trasporti pubblici, ecc.). L'UST gestisce inoltre la rilevazione dei prezzi presso i maggiori distributori sul territorio nazionale.

Una particolare attenzione nel corso delle revisione dell'IPC del 2005 è stata rivolta alle **tecniche di rilevazione**. Al momento, i prezzi sono rilevati con moduli cartacei sul campo, per posta elettronica, via internet, per posta ordinaria o via fax. Mai considerata è stata finora invece la rilevazione dei dati scannerizzati registrati mediante la lettura ottica dei codici a barra dei prodotti dalle casse dei punti di vendita. Tali dati contengono infatti informazioni rilevanti per la statistica dei prezzi al consumo e permettono di migliorare sensibilmente la qualità dei risultati. Conoscendo infatti la cifra d'affari di ciascun prodotto è possibile:

- scegliere i prodotti più venduti in base a criteri oggettivi
- calcolare il prezzo (medio) effettivo pagato dai consumatori per un determinato prodotto nel mese in corso (tenute conto tutte le azioni, le promozioni, ecc.).

In aggiunta, i dati scannerizzati permettono di ridurre l'onere che incombe sui punti di vendita. Tuttavia, il loro utilizzo nel calcolo del rincaro pone alcuni problemi tecnici la cui risoluzione richiede investimenti importanti. Da un lato, le nomenclature variano da un esercizio all'altro. È quindi dapprima necessario definire una chiave di ripartizione dei prodotti tra la classificazione utilizzata nella statistica dei prezzi e quella in uso presso i fornitori di dati. Dall'altro, non essendoci più alcun contatto visivo con i prodotti risulta più difficile procedere a una variazione dell'assortimento e a un aggiustamento di qualità. Attualmente si sta sperimentando l'utilizzo, per almeno un semestre, dei dati scannerizzati da un commerciante. Se i risultati così ottenuti dovessero rivelarsi concludenti, tale tecnica di rilevazione potrebbe essere introdotta ed estesa ad altri grandi esercizi.

Nel processo di produzione dell'IPC uno degli elementi fondamentali è **assicurare la qualità dei dati**. I prezzi non sono quindi unicamente plausibilizzati nel sistema informatico ma anche controllati sul campo dall'istituto IHA-GfK e dall'UST. Tale strategia permette di valutare la qualità del servizio dei rilevatori e di garantire agli utilizzatori la qualità dei risultati.

3.6 I metodi di calcolo

Nel 2000 sono stati introdotti due nuovi metodi di calcolo: la media geometrica per l'aggregazione di base e l'indice a catena di Laspeyres per l'aggregazione superiore. Questi due criteri sono stati sottoposti a un riesame nel corso della revisione del 2005:

- La media geometrica è utilizzata per calcolare le variazioni di prezzo al livello più fine (per una voce di spesa, un canale di distribuzione e una regione). Rispetto alla media aritmetica presenta molti vantaggi. Essendo meno sensibile a fluttuazioni stagionali e idonea a un concatenamento e all'aggregazione di voci di spesa eterogenee³, tiene conto dell'effetto di sostituzione tra i prodotti al momento di una loro variazione di prezzo. I risultati forniti da tale metodo di calcolo sono quindi perfettamente coerenti e giustificano una prosecuzione del suo impiego per i prossimi cinque anni.
- L'indice a catena di Laspeyres è il metodo di calcolo utilizzato all'ultimo livello di aggregazione: gli indici per voce di spesa sono ponderati in base al loro peso rispettivo e aggregati aritmeticamente fino al livello del totale. Un indice a catena di Laspeyres costituisce una serie di indici diretti di Laspeyres, il cui paniere tipo e le ponderazioni sono aggiornati annualmente. La riponderazione annuale del paniere tipo assicura una migliore rappresentatività dei risultati e permette di integrare rapidamente le evoluzioni strutturali del consumo delle economie domestiche⁴, ragion per cui tale metodo è conservato.

L'allegato 6 presenta un esempio di calcolo.

3.7 Gli aggiustamenti di qualità

Per misurare esclusivamente l'andamento dei prezzi, i beni e i servizi dovrebbero conservare la stessa qualità nel corso dei mesi. In realtà ciò non avviene: i beni e i servizi evolvono, cambiano e si adattano al mercato. I computer ne sono un esempio significativo. Quando i prodotti cambiano, perdono la rappresentatività o scompaiono, vengono sostituiti mediante le quattro tecniche seguenti:

- La sostituzione diretta. È utilizzata quando il prodotto vecchio e quello nuovo presentano caratteristiche molto simili. Il nuovo prodotto sostituisce direttamente quello vecchio. L'eventuale differenza di prezzo è considerata integralmente nei calcoli.
- Il concatenamento. È applicato quando i prodotti subiscono determinati cambiamenti ma conservano la loro funzione primaria. Per utilizzare questo metodo è necessario che il vecchio e il nuovo prodotto siano contemporaneamente sul mercato. La differenza di prezzo tra i due prodotti è scomposta in una differenza di qualità e una differenza di prezzo. Nei calcoli si tiene conto unicamente della differenza di prezzo.
- In alcuni ambiti, la differenza di qualità può essere stimata e quantificata direttamente sulla base delle componenti dei prodotti. Tale differenza è in seguito dedotta dal prezzo di modo da non incidere qualitativamente sull'indice.
- Infine, il prodotto vecchio e quello nuovo sono talmente differenti da non essere più paragonabili. La vecchia serie di prezzi scompare e ne inizia una nuova. Tale operazione non ha alcun impatto sull'indice.

Un esempio nell'allegato 7 illustra queste quattro tecniche di cambiamento dell'assortimento e di aggiustamento della qualità utilizzate nel calcolo del rincaro.

Gli aggiustamenti di qualità restano uno degli aspetti più problematici nell'ambito della statistica dei prezzi. A livello internazionale sono sperimentate tecniche edoniche⁵ utilizzate in alcuni Paesi per effettuare aggiustamenti di qualità. In Svizzera non vengono (ancora) applicate per motivi legati ai costi molto elevati che generano.

³ Le posizioni dell'indice eterogenee sono un insieme di prodotti che presentano differenze sia al livello di utilizzo, di funzione che al livello di prezzo.

⁴ Ad esempio, il peso del gruppo principale «salute» era del 13,4% nel 2000, del 14,5% nel 2002, del 15,2% nel 2003 e del 16,3% nel 2005. Per il 2006 risulta del 16,7%. Con la mancata considerazione delle evoluzioni successive il peso di questo gruppo avrebbe fatto un salto dal 13,4% al 16,7% tra il 2000 e il 2006. Il che avrebbe portato a una sottostima del rincaro.

⁵ Le tecniche edoniche consistono nel calcolare un modello di regressione attraverso l'associazione del prezzo di un prodotto alle sue caratteristiche.

3.8 L'indice degli affitti

La maggiore voce di spesa nel bilancio delle economie domestiche è costituita dagli affitti delle abitazioni. Il peso loro attribuito nel paniere tipo dell'IPC è del 20 per cento circa. L'obiettivo dell'indice degli affitti è di misurare l'andamento degli affitti sull'insieme del territorio nazionale.

L'indice degli affitti continua ad essere calcolato secondo il procedimento seguente:

Dall'elenco elettronico della Swisscom sono sorteggiate 5000 economie domestiche. Queste costituiscono il campione aleatorio sul quale si basa la rilevazione degli affitti. L'indagine viene svolta a cadenza trimestrale presso il locatore. Sempre ogni trimestre viene rinnovata inoltre l'ottava parte del campione. Il metodo utilizzato (Bernoulli) permette di tener conto in maniera adeguata delle abitazioni di nuova introduzione.

Le abitazioni considerate sono ripartite secondo la loro grandezza (numero di stanze da 1 a 6) e secondo l'età (4 classi di età):

Grandezza Età	1 stanza	2 stanze	3 stanze	4 stanze	5 stanze	6 stanze
0– 5 anni						
6–10 anni						
11–20 anni						
>20 anni						

Il principio consiste nel calcolare per ogni tipo di abitazione (ad esempio un'abitazione di 3 stanze di 6-10 anni di età) l'affitto medio geometrico nonché la variazione rispetto al periodo di riferimento. Per ottenere l'indice totale degli affitti, gli indici che risultano da tale procedura sono aggregati sulla base della media aritmetica ponderata. I coefficienti di ponderazione utilizzati corrispondono alla ripartizione delle spese delle economie domestiche per l'affitto della loro abitazione.

L'indice degli affitti è stato oggetto di importanti modifiche in occasione della revisione del 2005:

- Introduzione delle abitazioni di 6 stanze
- Peso delle cellule calcolato in base alle spese d'affitto delle economie domestiche e non più sulla base del numero di abitazioni.
- Utilizzo della media geometrica per l'aggregazione di base (all'interno di una cellula) al posto della media aritmetica.
- Determinazione dell'età dell'abitazione in base all'anno effettivo e non più all'anno fittizio.

Quest'ultimo punto costituisce uno dei cambiamenti più significativi apportati. A partire dal 2006, qualora abitazioni del campione venissero sottoposte a rinnovi, questi ultimi non avranno più alcuna influenza sulla loro età⁶, in altri termini verrà meno quell'effetto previsto nel modello di calcolo dell'anno fittizio, il cui aggiornamento avrebbe impegnato risorse considerevoli. Applicare questo nuovo metodo di calcolo non significa, però, omettere eventuali cambiamenti qualitativi. Per quanto riguarda le migliorie, si parte dall'assunto che il tasso di rinnovo sia costante nel tempo. Per quanto concerne il deterioramento, invece, le abitazioni vengono invecchiate spostandole nelle cellule della categoria superiore di età.

Parallelamente a questi cambiamenti metodologici, è stata effettuata un'ottimizzazione di ordine logistico attraverso il miglioramento dei questionari, il ricorso alla lettura ottica dei moduli e lo sviluppo di una nuova piattaforma informatica.

⁶ Finora, le abitazioni sottoposte a un rinnovo di una certa misura venivano «ringiovanite» accreditando loro fittiziamente un anno di costruzione.

4 Elaborazione e diffusione

L'indice dei prezzi al consumo mira essenzialmente a rilevare l'evoluzione dei prezzi mediante relativi indici. Questi sono infatti calcolati per 218 voci di spesa e per tutti gli aggregati superiori (gruppi di prodotti, gruppi principali, totale) nonché per diverse classificazioni supplementari. Oltre agli indici mensili sono disponibili indicatori analitici di natura differente, quali il tasso di variazione, i valori annuali e trimestrali, le medie variabili e gli indici cumulati. Se necessario potranno essere calcolati con elaborazione ad hoc anche indici e indicatori analitici al livello delle posizioni di rilevazioni, ma soltanto se statisticamente pertinenti.

Per poter garantire anche in futuro raffronti a lungo termine, si continuerà a calcolare e a pubblicare regolarmente le serie di indici basate su periodi precedenti.

I risultati principali sono disponibili alla fine del mese d'indagine o all'inizio del mese successivo. Sono pubblicati a scadenza mensile in un comunicato stampa. Possono essere ottenuti inoltre anche presso il servizio d'informazioni telefoniche automatico o consultati sul sito Internet. I risultati dettagliati sono oggetto di una pubblicazione a parte ma su richiesta sono disponibili anche in forma elettronica. L'Ufficio federale di statistica realizza inoltre elaborazioni ad hoc per bisogni d'informazione speciali (cfr. allegato 8).

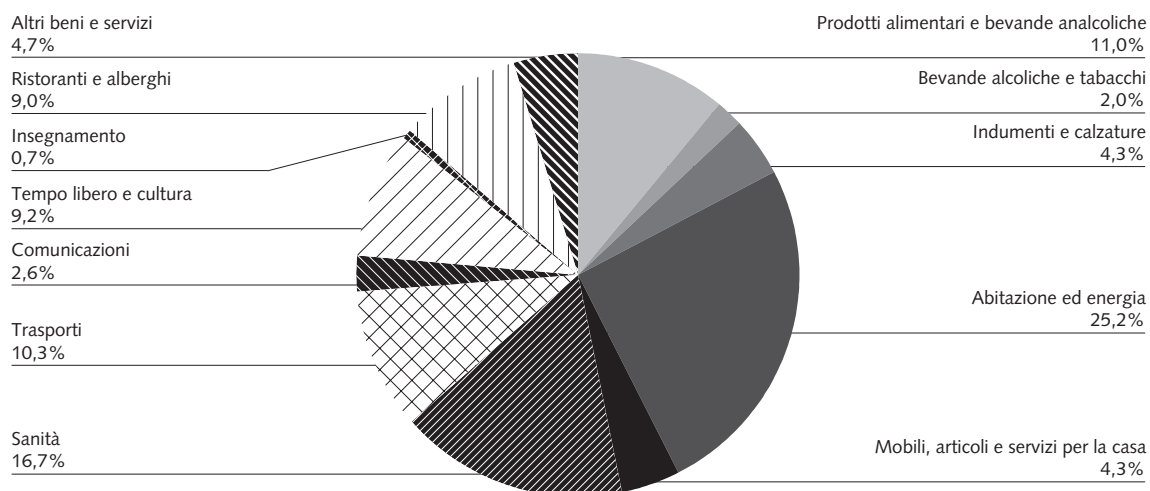
5 Basi legali e protezione dei dati

L'IPC ha le sue basi legali nella legge del 9 ottobre 1992 sulla statistica federale (LStat) e nell'ordinanza del 30 giugno 1993 sull'esecuzione di statistiche federali.

I dati rilevati nel quadro dell'IPC sono utilizzati esclusivamente a fini statistici. Le rilevazioni non costituiscono una forma di controllo dei prezzi. L'UST e le istituzioni private partecipanti alla rilevazione nonché i rispettivi collaboratori sono tenuti a osservare le disposizioni federali sulla protezione dei dati. I servizi di rilevazione non sono autorizzati a trasmettere né a terzi né ad altri uffici della pubblica amministrazione indirizzi o altre informazioni attinenti ai fornitori di dati.

Struttura globale del paniere tipo 2006

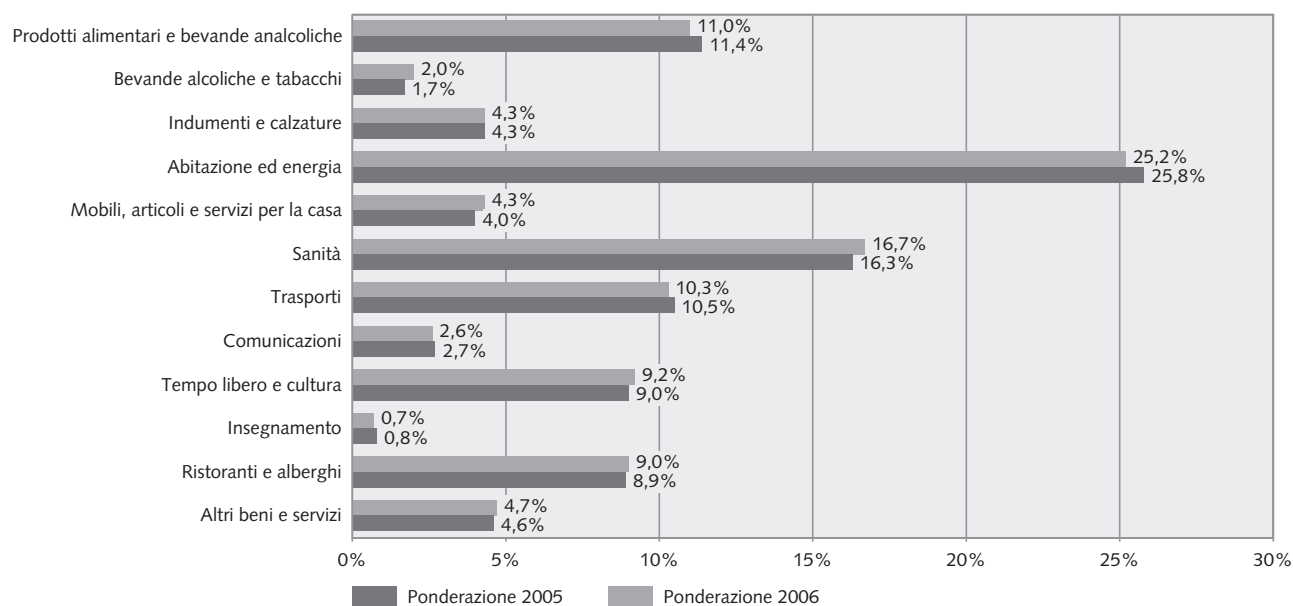
G 1



© Ufficio federale di statistica (UFS)

Confronto tra i panieri tipo 2005 e 2006

G 2



© Ufficio federale di statistica (UFS)

Indice nazionale dei prezzi al consumo, dicembre 2005 = 100

Allegato 1: Paniere tipo con ponderazione 2006

Posizione	Ponderazione %	Posizione	Ponderazione %
Total	100,000	Frutta, ortaggi e patate	1,947
Prodotti alimentari e bevande analcoliche	10,998	Frutta	0,843
Prodotti alimentari	10,038	Frutta fresca	0,674
Pane, farina e cereali	1,767	Agrumi	0,126
Riso	0,035	Frutta con nocciolo	0,094
Farina	0,065	Frutta a granello	0,159
Pane, prodotti di pasticceria e altra panetteria	1,329	Banane	0,086
Pane	0,568	Altra frutta	0,209
Piccola panetteria	0,186	Frutta secca, surgelata e in conserve	0,169
Prodotti di pasticceria	0,319	Ortaggi e patate	1,104
Prodotti di pasticceria a lunga conservazione	0,256	Ortaggi freschi e patate	0,850
Pasta alimentare	0,145	Ortaggi	0,206
Altri prodotti a base di cereali	0,193	Radici commestibili	0,145
Carni e preparati di carne	2,464	Insalata	0,226
Carne, fresca o surgelata	1,411	Cavoli	0,055
Carne di manzo	0,315	Cipolle	0,056
Carne di vitello	0,132	Altri ortaggi	0,078
Carne di maiale	0,355	Patate	0,084
Carne ovina	0,091	Ortaggi secchi, surgelati, in conserve, ecc.	0,133
Carne di pollame	0,323	Derivati dalle patate	0,121
Altra carne	0,195	Zucchero, marmellata, miele/altri dolciumi	0,696
Prodotti di carne e salumi	1,053	Marmellata e miele d'api	0,092
Salumi	0,556	Cioccolato	0,337
Prodotti di carne e preparati di carne	0,497	Dolciumi	0,119
Pesce e preparati di pesce	0,320	Gelati alimentari	0,113
Pesce fresco	0,186	Zucchero	0,035
Pesce surgelato	0,065	Altri prodotti alimentari	0,816
Conserve di pesce e pesce affumicato	0,069	Minestre, spezie, salse	0,508
Latte, formaggi, uova	1,757	Alimenti precotti	0,308
Latte	0,326	Bevande analcoliche	0,960
Latte intero	0,186	Caffè, tè, cacao e bevande fortificanti	0,303
Altro latte	0,140	Caffè	0,210
Formaggio	0,851	Tè	0,061
Formaggio a pasta dura e semi dura	0,506	Cacao e bevande fortificanti	0,032
Formaggio fresco, a pasta molle e fuso	0,345	Acqua minerale, bevande edulcorate e succhi	0,657
Altri latticini	0,297	Acqua minerale naturale	0,203
Panna	0,139	Bevande edulcorate	0,292
Uova	0,144	Succhi di frutta e di ortaggi	0,162
Grassi e oli commestibili	0,271	Bevande alcoliche e tabacchi	1,962
Burro	0,133	Bevande alcoliche	1,107
Margarina, grassi e oli commestibili	0,138	Acquaviti e liquori	0,133

Indice nazionale dei prezzi al consumo, dicembre 2005 = 100

Allegato 1: Paniere tipo con ponderazione 2006 (continuazione)

Posizione	Ponderazione %	Posizione	Ponderazione %
Acquavite	0,089	Indumenti per sport estivi e per tutto l'anno	0,114
Liquori e aperitivi	0,044	Altri articoli d'abbigliamento/stoffe	0,198
Vino	0,833	Stoffe per l'abbigliamento	0,032
Vino rosso	0,559	Merceria e lana per lavori a maglia	0,049
Rotwein, inländischVino rosso indigeno	0,140	Altri accessori per l'abbigliamento	0,117
Rotwein, ausländischVino rosso importato	0,419	Pulizia e riparazione di vestiti	0,122
Vino bianco	0,207	Riparazioni di vestiti	0,031
Vino bianco indigeno	0,162	Trattamento di tessuti	0,091
Vino bianco importato	0,045	Calzature, riparazione compresa	0,763
Vini spumanti	0,067	Calzature	0,736
Birra	0,141	Calzature da donna	0,373
Tabacchi	0,855	Scarpe da uomo	0,262
Sigarette	0,812	Scarpe da bambini	0,101
Altri tabacchi	0,043	Riparazioni di calzature	0,027
Indumenti e calzature	4,259	Abitazione ed energia	25,175
Indumenti	3,496	Affitto	19,523
Articoli d'abbigliamento	3,176	Affitto dell'abitazione	18,724
Indumenti da uomo	0,959	Affitto garage e posteggio	0,799
Cappotti, giacche, giacchette	0,185	Manutenzione regolare dell'abitazione	0,626
Completi	0,099	Materiali per la manutenzione e la riparazione dell'abitazione	0,142
Pantaloni	0,246	Servizi per la manutenzione e la riparazione dell'abitazione	0,484
Camicie	0,120	Tasse	0,472
Maglieria	0,172	Energia	4,554
Biancheria intima	0,137	Gas	0,673
Indumenti da donna	1,721	Gas, tipo di consumo II	0,122
Cappotti	0,053	Gas, tipo di consumo III	0,145
Abiti a giacca, completo pantalone, vestiti	0,073	Gas, tipo di consumo IV	0,188
Gonne	0,123	Gas, tipo di consumo V	0,218
Pantaloni	0,401	Elettricità	2,072
Giacche	0,262	Elettricità, tipo di consumo I	0,166
Camicette e bluse	0,104	Elettricità, tipo di consumo II	0,352
Maglieria	0,399	Elettricità, tipo di consumo III	0,167
Biancheria intima	0,306	Elettricità, tipo di consumo IV	0,410
Indumenti da bambino/a	0,306	Elettricità, tipo di consumo V	0,415
Cappotti e giacche	0,023	Elettricità, tipo di consumo VI	0,479
Pantaloni e gonne	0,065	Elettricità, tipo di consumo VII	0,083
Maglieria	0,077	Olio da riscaldamento	1,683
Indumenti per neonato	0,088	Riscaldamento a distanza	0,086
Maglieria e biancheria intima	0,053	Legno	0,040
Indumenti per sport	0,190	Apparecchi per uso domestico e manutenzione corrente	4,335
Indumenti per sport invernali	0,076	Mobili, arredamenti e rivestimenti per pavimenti	1,415

Indice nazionale dei prezzi al consumo, dicembre 2005 = 100

Allegato 1: Paniere tipo con ponderazione 2006 (continuazione)

Posizione	Ponderazione %	Posizione	Ponderazione %
Mobili ed arredamenti	1,329	Automobili d'occasione	1,253
Soggiorno	0,438	Motocicli	0,138
Camera	0,383	Biciclette	0,070
Cucina e giardino	0,171	Beni, servizi di utilizzazione di mezzi di traspor	4,372
Accessori d'arredamento	0,337	Pezzi di ricambio e accessori	0,333
Rivestimenti per pavimenti e tappeti	0,086	Pezzi di ricambio	0,219
Tessili per la casa e biancheria	0,330	Pneumatici e accessori	0,114
Coperte e biancheria da letto e per uso domestico	0,249	Carburante	2,833
Tende ed accessori	0,081	Benzina	2,557
Elettrodomestici	0,604	Diesel	0,276
Grandi elettrodomestici	0,268	Servizi e lavori di riparazione	0,726
Piccoli elettrodomestici	0,336	Altri servizi di trasporto individuale	0,480
Oggetti di vetro, stoviglie e altri utensili domestici	0,462	Servizi di trasporto	1,843
Utensili per la cucina	0,184	Servizi di trasporti pubblici su ferrovia e strada	1,561
Piatti e posate	0,191	Trasporti pubblici: servizio diretto	1,106
Altri utensili domestici	0,087	Transports publics: comunità tariffali	0,455
Utensili, attrezzature e altri accessori per hobby			
e giardino	0,519	Trasporti aerei	0,227
Utensili e attrezzature a motore per hobby			
e giardino	0,066	Taxi	0,055
Utensili per hobby e giardino	0,453	Comunicazioni	2,636
Attrezzi per la casa e il giardino	0,075	Servizi postali	0,140
Piccolo materiale e altri accessori per la casa			
e giardino	0,378	Apparecchi e materiali telefonici	0,109
Beni e servizi per la manutenzione corrente			
dell'abitazione	1,005	Servizi di telecomunicazione	2,387
Beni per la manutenzione corrente dell'abitazione	0,680	Telefonia rete fissa	1,089
Detersivi e prodotti per la pulizia	0,382	Telefonia rete mobile	1,109
Materiale per pulizie	0,026	Internet	0,189
Altro materiale per la casa	0,272	Tempo libero e cultura	9,242
Servizio di pulizia dell'abitazione	0,325	Mezzi audiovisivi, apparecchiature fotografiche	
Sanità	16,719	e per l'elaborazione dati	1,656
Prodotti, attrezzature ed apparecchi medici	3,569	Televisori e apparecchi audio-video	0,419
Medicamenti	2,907	Televisori	0,189
Materiale sanitario	0,053	Apparecchi audio-video	0,230
		Apparecchiature fotografiche e cinematografiche,	
Apparecchi terapeutici	0,609	strumenti ottici	0,257
Servizi ambulatoriali	6,732	Personal computer e access	0,611
Prestazioni mediche	3,906	PC Hardware	0,558
Prestazioni odontoiatriche	1,763	Software per computer	0,053
Altre prestazioni sanitarie	1,063	Supporti di registrazione	0,347
Servizi ospedalieri	6,418	Riparazioni e installazioni	0,022
Trasporto	10,286	Strumenti musicali	0,074
		Altri articoli e attrezzature per attività ricreative,	
Automobili, motocicli e biciclette	8,443	giardinaggio e animali da compagnia	2,066
Acquisto di automobili, motocicli e biciclette	4,071	Giochi, giocattoli e passatempo	0,402
		Attrezzature sportive, articoli da campeggio	
Automobili nuove	2,610	e per attività ricreative all'aperto	0,430
		Articoli sportivi invernali	0,201

Indice nazionale dei prezzi al consumo, dicembre 2005 = 100

Allegato 1: Paniere tipo con ponderazione 2006 (continuazione)

Posizione	Ponderazione %	Posizione	Ponderazione %
Articoli sportivi estivi e per tutto l'anno, articoli da campeggio	0,229	Birra	0,467
Piante e fiori	0,616	Acquaviti e altre bevande alcoliche	0,107
Animali domestici e relativi prodotti	0,469	Bevande analcoliche	1,428
Servizi veterinari per animali domestici	0,149	Caffè e tè	0,744
Servizi ricreativi e culturali	2,798	Acque minerali e bevande edulcorate	0,670
Servizi sportivi e ricreativi	0,841	Altre bevande analcoliche	0,014
Manifestazioni sportive	0,034	Ristorazione da asporto	0,783
Attività sportive e del tempo libero	0,619	Mense	0,746
Funivie e skilift	0,188	Pasti nelle mense	0,553
Servizi culturali e altri servizi	1,957	Bevande nelle mense	0,193
Cinema	0,132	Pernottamenti	1,089
Teatro e concerti	0,326	Settore alberghiero	0,878
Concessione radio e TV	0,912	Paraalberghiero	0,211
Servizi per la fotografia	0,144	Altri beni e servizi	4,716
Corso di tempo libero	0,443	Igiene personale	2,166
Giornali, libri e articoli di cartoleria	1,467	Parrucchiere	0,863
Libri e opuscoli	0,398	Articoli per l'igiene personale	1,303
Giornali e periodici	0,745	Articoli da toeletta	1,181
Numeri singoli	0,193	Saponi e schiume da bagno	0,094
Abbonamenti	0,552	Articoli per la cura dei capelli	0,145
Altri stampati	0,139	Articoli per la cura dei denti	0,076
Materiale per scrivere e disegnare	0,185	Prodotti di bellezza e cosmetici	0,574
Viaggi forfetari	1,181	Articoli in carta per la cura del corpo	0,292
Insegnamento	0,663	Apparecchi per l'igiene personale	0,122
Formazione scolastica e professionale di base	0,211	Effetti personali	0,616
Formazione prof. superiore e scuole universitarie	0,225	Orologi	0,334
Formazione continua	0,227	Altri effetti personali	0,282
Ristoranti e alberghi	9,009	Istituzioni sociali	0,260
Ristoranti	7,920	Assicurazioni	1,352
Ristoranti e caffè	6,391	Assicurazione economia domestica (incl. Responsabilità civile privata)	0,329
Pasti nei ristoranti e caffè	3,627	Assicurazione malattia privata	0,588
Bevande nei ristoranti e caffè	2,764	Assicurazione veicoli	0,435
Bevande alcoliche	1,336	Servizi finanziari	0,090
Vino	0,762	Altri servizi	0,232

Indice nazionale dei prezzi al consumo, dicembre 2005 = 100

Allegato 2: Classificazioni supplementari

Posizione	Ponderazione %	Posizione	Ponderazione %
	2006		2006
Genere di beni e servizi		Altre classificazioni supplementari	
Beni	43,702	Sanità	16,719
Beni non durevoli	27,464	Indice escl. la sanità	83,281
Beni semidurevoli	7,930		
Beni durevoli	8,308	Prodotti stagionali	3,018
Servizi	56,298	Indice escl. i prodotti stagionali	96,982
Servizi privati	46,315		
Servizi pubblici	9,983	Affitto dell' abitazione	18,724
		Indice escl. l'affitto dell' abitazione	81,276
Provenienza dei beni e servizi			
Beni e servizi indigeni	73,222	Prodotti petroliferi	4,516
Beni e servizi importati	26,778	Indice escl. i prodotti petroliferi	95,484
Zoccolo dell'inflazione		Tabacco	0,855
Zoccolo dell'inflazione 1 ¹	78,159	Indice escl. il tabacco	99,145
Zoccolo dell'inflazione 2 ²	58,342		
<i>Prodotti alimentari, bevande e tabacco,</i>	<i>11,436</i>	Bevande alcoliche	2,443
<i>(escl. i prodotti stagionali)</i>		Indice escl. le bevande alcoliche	97,557
Prodotti stagionali	3,018		
Energia e carburante	7,387	Indumenti e calzature	4,259
		Indice escl. gli indumenti e le calzature	95,741
		Prezzi amministrati	22,648
		Indice escl. i prezzi amministrati	77,352

¹ Zoccolo dell'inflazione 1 = Totale escl. i prodotti alimentari, le bevande, il tabacco, i prodotti stagionali, l'energia e i carburanti² Zoccolo dell'inflazione 2 = Zoccolo dell'inflazione 1, escl. i prodotti a prezzi amministrati

Indice nazionale dei prezzi al consumo, dicembre 2005 = 100
Allegato 3: Esempio della struttura gerarchica del paniere tipo

Tipo di posizione	Total	Gruppo principale (GP)	Gruppo di beni e servizi (GBS)	Gruppo di beni e servizi (GBS)	Gruppo di beni e servizi (GBS)	Posizione indice (PI)	Aggregato intermedio (AI)	Posizione di rilevazione (PR)	Percentuale sul paniere tipo
Totale	Totale								100,000
GP		Prodotti alimentari e bevande analcoliche							10,998
GBS		Prodotti alimentari							10,038
GBS			Pane, farina e cereali						1,767
PI				Riso					0,035
PR							Riso		
PI					Farina				0,065
PR							Farina bianca		
PR							Altre farine		
GBS				Pane, prodotti di pasticceria e altra panetteria					1,329
PI				Pane					0,568
PR							Pane bianco		
PR							Pane bigio		
PR							Pane semibianco		
PR							Pane integrale		
PR							Treccia		
PR							Pane regionale corrente		
PI					Piccola panetteria				0,186
PR							Michetta al latte		
PR							Cornetto		
PR							Michetta		
PR							Altri prodotti di piccola panetteria		
PR							Prodotti di panetteria freschi in sacchetto		

Gruppo principale = Prima ripartizione del consumo privato in 12 gruppi principali

Gruppo di beni e servizi = Fusione di posizioni dell'indice o di gruppi di beni e servizi in aggregati più generici (i gruppi di beni e servizi possono situarsi a diversi livelli gerarchici)

Posizione dell'indice = E' l'ultima voce ancora ponderata che, secondo la convenzione di Laspeyres, costituisce un elemento del paniere tipo e dello schema di ponderazione che resta fisso per un determinato periodo. E' inoltre lo scalino più basso della struttura che rientra nelle pubblicazioni regolari delle serie dell'indice.

Aggregato intermedio = Fusione di posizioni di rilevazione in aggregati non ponderati.

Posizione di rilevazione = Livello più basso del paniere tipo. Determina per quali beni e servizi vanno rilevati effettivamente i prezzi. Queste posizioni possono essere adeguate costantemente alle variazioni nel quadro dei consumi o dell'offerta.

Indice nazionale dei prezzi al consumo, dicembre 2005 = 100

Allegato 4: Piano di rilevazione dei prezzi

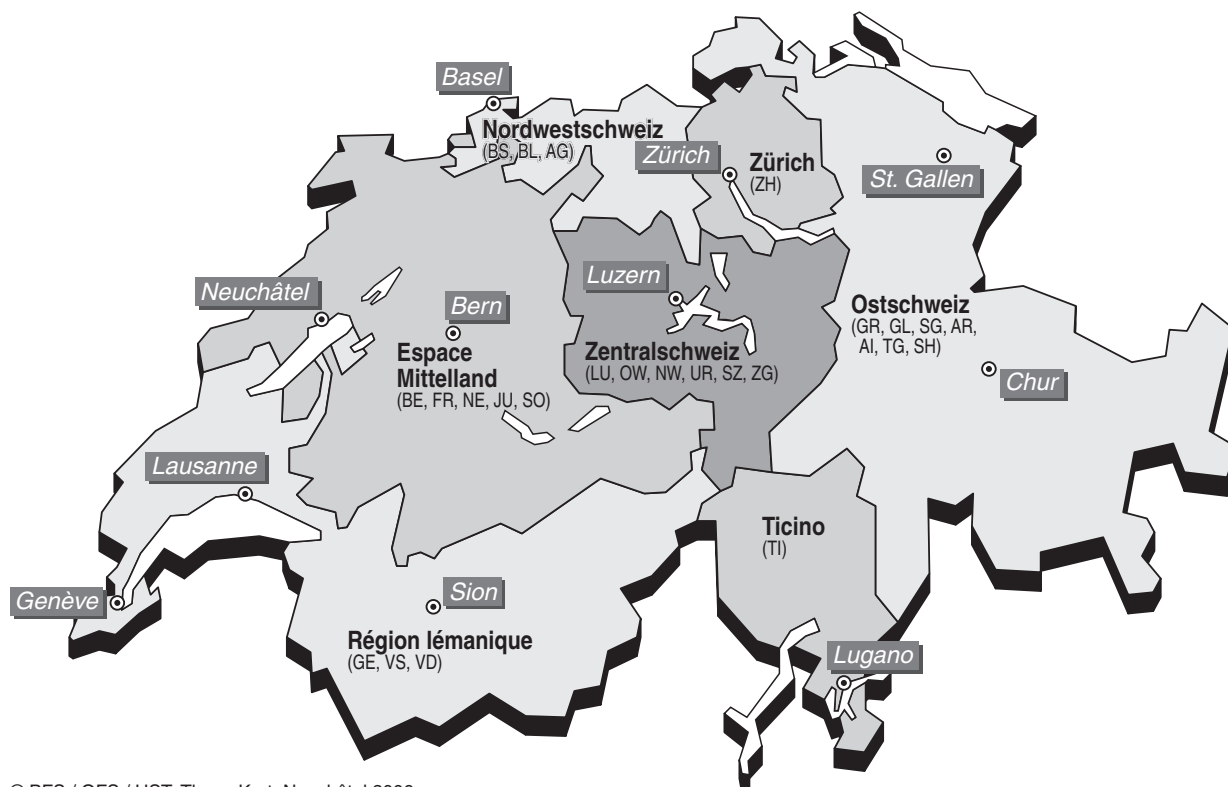
Gruppo di beni e servizi	Periodicità	Mese di rilevazione dei prezzi											
		J	F	M	A	M	J	J	A	S	O	N	D
1. Prodotti alimentari e bevande analcoliche	Mensile	X	X	X	X	X	X	X	X	X	X	X	X
Prodotti di pasticceria a lunga conservazione	Trimestrale		X			X			X			X	
Conserve	Trimestrale		X			X			X			X	
Prodotti surgelati	Trimestrale		X			X			X			X	
Dolciumi	Trimestrale		X			X			X			X	
Altri prodotti alimentari	Trimestrale		X			X			X			X	
Caffè solubile e bevande fortificanti	Trimestrale		X			X			X			X	
Acqua minerale, bevande edulcorate e succhi	Trimestrale		X			X			X			X	
2. Bevande alcoliche e tabacchi	Trimestrale				X		X			X			X
3. Indumenti e calzature	Trimestrale	X			X			X			X		
4. Abitazione ed energia	Trimestrale		X			X			X			X	
Olio da riscaldamento	2x per mese	X	X	X	X	X	X	X	X	X	X	X	X
Tasse rifiuti, fornitura acqua, depurazione acque di scarico	Aperiodico*												
Gas, Elettricità, Riscaldamento a distanza	Aperiodico*												
Legno	Semestrale					X						X	
5. Mobili, articoli e servizi per la casa	Trimestrale				X		X			X			X
6. Sanità	Trimestrale	X			X			X			X		
Prestazioni mediche	Aperiodico*												
Altre prestazioni sanitarie	Aperiodico*												
Servizi ospedalieri	Aperiodico*												
7. Trasporti	Trimestrale	X			X			X			X		
Carburante	2x per mese	X	X	X	X	X	X	X	X	X	X	X	X
Trasporti pubblici: servizio diretto	Aperiodico*												
Transports publics: comunità tariffali	Aperiodico*												
8. Comunicazioni	Trimestrale				X		X			X			X
Servizi postali	Aperiodico*												
Servizi di telecomunicazione	Aperiodico*												
9. Tempo libero e cultura	Trimestrale				X		X			X			X
Attrezzature sportive	Trimestrale	X			X			X			X		
Manifestazioni sportive: calcio	Semestrale						X			X			
Manifestazioni sportive: hockey su ghiaccio	Semestrale									X			X
Attività sportive e del tempo libero: piscine	Semestrale						X			X			
Attività sportive e del tempo libero: pista di ghiaccio	Semestrale									X			X
Concessione radio e TV	Aperiodico*												
10. Insegnamento	Trimestrale				X					X			
Formazione continua					X		X			X			X
11. Ristoranti e alberghi	Trimestrale	X			X			X			X		
Ostelli per la gioventù	Semestrale	X						X					
12. Altri beni e servizi	Trimestrale	X			X			X			X		

* Aperiodico: le variazioni dei prezzi influenzano l'indice al momento della loro entrata in vigore (in particolare nel caso di tariffe e tasse).

Il nuovo indice nazionale dei prezzi al consumo: dicembre 2005 = 100

Allegato 5: Regioni di rilevazione dei prezzi

Grandi regioni	Regioni di rilevazione	Ponderazione in %
Regione del Lemano	Ginevra	5,0
	Sion	3,3
	Losanna	9,9
Espace Mittelland	Neuchâtel	6,2
	Berna	14,8
Svizzera nordoccidentale	Basilea	14,7
Zurigo	Zurigo	20,6
Svizzera orientale	Coira	2,3
	San Gallo	10,3
Svizzera centrale	Lucerna	8,6
Ticino	Lugano	4,3



© BFS / OFS / UST, ThemaKart, Neuchâtel 2006

Nuovo indice svizzero dei prezzi al consumo: dicembre 2005 = 100

Allegato 6 : Esempio di calcolo

Il metodo di calcolo utilizzato nell'IPC è descritto qui di seguito in modo estremamente semplificato. L'esempio si limita alle osservazioni dei prezzi di un kg di limoni e di un kg di arance.

Articoli	Prezzo di base dicembre 2005	Prezzo gennaio 2006	Prezzo febbraio 2006
1 kg di limoni	3.20	3.50	3.60
1 kg di arance	2.50	2.–	2.50

Aggregazione di base:

1) Calcolo della variazione dei prezzi di ogni articolo rispetto al periodo di base dicembre 2005=100:

Articoli	Indice dicembre 2005	Indice gennaio 2006	Indice febbraio 2006
Zitronen, 1 kg	100	$\frac{3.50}{3.20} \times 100 = 109.4$	$\frac{3.60}{3.20} \times 100 = 112.5$
Orangen, 1 kg	100	$\frac{2}{2.50} \times 100 = 80$	$\frac{2.50}{2.50} \times 100 = 100$

Nel gennaio 2006 l'indice dei prezzi di un kg di limoni è pari a 109,4, ciò significa che tra dicembre 2005 e gennaio 2006 il prezzo di un kg di limoni è aumentato del 9,4%. Il prezzo di un kg di arance è invece sceso del 20% tra dicembre 2005 e gennaio 2006.

2) I limoni e le arance compongono la posizione indice «agrumi». L'evoluzione dei prezzi della posizione indice «agrumi» si calcola con l'ausilio della media geometrica:

$$\text{Indice gennaio 2006 «agrumi»} = \sqrt{109.4 \times 80} = 93.6$$

$$\text{Indice febbraio 2006 «agrumi»} = \sqrt{112.5 \times 100} = 106.1$$

Tra dicembre 2005 e gennaio 2006, i prezzi della posizione indice «agrumi» sono diminuiti in media del 6,4%.

Tra dicembre 2005 e febbraio 2006, i prezzi della posizione indice «agrumi» sono aumentati del 6,1%.

Aggregato intermediario:

L'indice dei prezzi degli agrumi è poi ponderato secondo l'importanza della regione nella quale il prezzo è rilevato (vedi annesso 5) e secondo l'importanza del canale di distribuzione al quale appartiene il punto di vendita che vende questo prodotto.

L'indice dei prezzi degli agrumi è poi ponderato secondo l'importanza della regione nella quale il prezzo è rilevato (vedi annesso 5) così come secondo l'importanza del canale di distribuzione al quale appartiene il punto di vendita che vende questo prodotto.

Aggregazione superiore:

Nel paniere tipo, la posizione indice «agrumi» appartiene al gruppo di prodotti «frutta fresca». Ogni posizione indice che compone questo gruppo ha un suo peso:

Gruppo di prodotti Posizione indice	Peso in %	Indice dicembre 2005	Indice gennaio 2006	Indice febbraio 2006
Frutta fresca	0,674	100	102,1	104,4
Agrumi	0,126	100	93,6	106,1
Frutta con nocciolo	0,094	100	105,0	102,5
Frutta a granella	0,159	100	101,6	102,0
Banane	0,086	100	110,3	112,5
Altra frutta	0,209	100	102,8	102,8

L'indice dei prezzi della frutta fresca costituisce la media aritmetica ponderata degli indici delle voci di spesa:

$$\text{Indice della frutta fresca nel gennaio 2006} = \frac{(93.6 \times 0.126) + (105.0 \times 0.094) + (101.6 \times 0.159) + (110.3 \times 0.086) + (102.8 \times 0.209)}{0.126 + 0.094 + 0.159 + 0.086 + 0.209} = 102.1$$

$$\text{Indice della frutta fresca nel febbraio 2006} = \frac{(106.1 \times 0.126) + (102.5 \times 0.094) + (102.0 \times 0.159) + (112.5 \times 0.086) + (102.8 \times 0.209)}{0.126 + 0.094 + 0.159 + 0.086 + 0.209} = 104.4$$

I prezzi della frutta fresca sono aumentati in media del 2,1% tra dicembre 2005 e gennaio 2006 e del 4,4% tra dicembre 2005 e febbraio 2006.

Il calcolo prosegue nello stesso modo fino all'ottenimento dell'indice totale.

Nuovo indice svizzero dei prezzi al consumo: dicembre 2005 = 100

Allegato 7: Cambiamenti dell'assortimento e tecniche d'aggiustamento della qualità

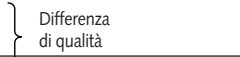
Esempio: Il prezzo del prodotto A è rilevato ogni mese dal dicembre 2005. Nel febbraio 2006, il prodotto A non è più sul mercato. Le tecniche di sostituzione sono le seguenti:

Tecnica 1: sostituzione diretta

Articoli	Dic. 2005 (base 100)	Gennaio 2006	Febbraio 2006
Prezzo di A	2.- 	2.50 	---
Prezzo di B	---	---	2.80
Indice dei prezzi di A	100	125	140

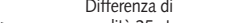
Questa tecnica si applica quando il prodotto B (prodotto di sostituzione) è quasi identico al prodotto A. Il prodotto A è quindi sostituito direttamente dal prodotto B. La serie di prezzi continua. L'aumento dei prezzi di 0.30 cts. tra gennaio e febbraio 2006 è considerato come un rincaro.

Tecnica 2: concatenamento

Articoli	Dic. 2005 (base 100)	Gennaio 2006	Febbraio 2006
Prezzo di A	2.- 	2.50 	---
Prezzo di B	---	2.70 	2.80
Indice dei prezzi di A	100	125	129.60

Il prodotto B ha la stessa funzione del prodotto A ma ha caratteristiche supplementari che aumentano, risp. diminuiscono il suo valore. Il prodotto B era già presente sul mercato nel gennaio 2006 al prezzo di fr. 2.70. Dato che i due prodotti si trovavano contemporaneamente sul mercato, la differenza di prezzo in giugno corrisponde alla differenza di qualità. L'aumento dei prezzi di 0.30 cts. tra gennaio e febbraio 2006 è scomposto in due parti: 0.20 cts. sono considerati un miglioramento della qualità e 0.10 cts. un aumento di prezzo.

Tecnica 3: aggiustamento esplicito della qualità

Articoli	Dic. 2005 (base 100)	Gennaio 2006	Febbraio 2006
Prezzo di A	2.-	2.50 	---
Prezzo di B	---	---	2.80
Indice dei prezzi di A	100	125	127.50

Il prodotto B presenta caratteristiche supplementari che giustificano un prezzo più elevato. Il valore di queste caratteristiche supplementari può essere stimato e quantificato a 0.25 cts. L'aumento dei prezzi di 0.30 cts. tra gennaio e febbraio 2006 è scomposto in due parti: 0.25 cts. sono considerati un miglioramento della qualità e 0.05 cts. un aumento di prezzo.

Tecnica 4: non sostituzione

Articoli	Dic. 2005 (base 100)	Gennaio 2006	Febbraio 2006
Prezzo di A	2.-	2.50	---
Prezzo di B	---	---	2.80
Indice dei prezzi di A	100	125	---
Indice dei prezzi di B	---	---	115

Il prodotto B è considerato molto diverso dal prodotto A, al punto che non è possibile paragonarli. La serie di prezzi del prodotto A scompare nel febbraio 2006. La nuova serie di prezzi del prodotto B entra in vigore nel febbraio 2006. La differenza di prezzo è considerata una differenza di qualità e non ha quindi nessun effetto sull'indice. Nel febbraio 2006, un indice sarà imputato al prodotto B: nella maggior parte dei casi, questo indice corrisponde all'indice dell'aggregato superiore (nel nostro esempio supponiamo che equivalga a 115).

Indice nazionale dei prezzi al consumo, dicembre 2005 = 100

Allegato 8: Date di pubblicazione

I comunicati stampa sull'indice nazionale appariranno nel 2006 alle date seguenti, sempre alle ore 07h45:

IPC	Data di pubblicazione
Gennaio	10.02.2006
Febbraio	09.03.2006
Marzo	04.04.2006
Aprile	04.05.2006
Maggio	01.06.2006
Giugno	29.06.2006
Luglio	03.08.2006
Agosto	05.09.2006
Settembre	03.10.2006
Ottobre	02.11.2006
Novembre	30.11.2006
Dicembre	04.01.2007

Ogni mese, i risultati dell'IPC sono pubblicati attraverso un **comunicato stampa** e un **opuscolo** informativo.

I principali risultati sono ottenibili al nostro servizio informazioni automatico:

Tel: 0900 55 66 55 (0.50 Fr. + 0.50 Fr./Min)

Sul sito Internet dell'UST, settore PREZZI, oltre a numerosi risultati trovate molte informazioni relative all'IPC all'indirizzo: **www.statistica.admin.ch** → Temi → Prezzi → Prezzi al consumo

Per domande legate all'IPC potete contattarci all'indirizzo via e-mail: **LIK@bfs.admin.ch**

