



Attualità UST

5 Prezzi

Neuchâtel, marzo 2011

Indice nazionale dei prezzi al consumo: dicembre 2010 = 100

Cenni metodologici e ponderazione 2011

Informazioni:

Corinne Becker Vermeulen, UST, Sezione Prezzi, tel.: 032 713 67 50
E-mail: Corinne.Becker@bfs.admin.ch
Hans Markus Herren, UST, Sezione Prezzi, tel.: 032 713 68 72
E-mail: Hans-Markus.Herren@bfs.admin.ch
n. di ordinazione: 389-1100

Indice

Indice nazionale dei prezzi al consumo (IPC) 2010

1	La revisione del 2010	3
2	L'indice nazionale dei prezzi al consumo (IPC) in breve	3
3	Le basi metodologiche dell'indice	4
3.1	Campo d'applicazione e periodicità	4
3.2	Il paniere tipo	5
3.3	La ponderazione	6
3.4	I prezzi determinanti	6
3.5	Il sistema di rilevazione dei prezzi	6
3.6	I metodi di calcolo	8
3.7	Gli aggiustamenti di qualità	8
3.8	L'indice degli affitti	9
4	Elaborazione e diffusione	10
5	Basi legali e protezione dei dati	10

Grafici ed allegati

Grafico 1:	Struttura globale del paniere tipo 2011	11
Grafico 2:	Confronto tra i panieri tipo 2010 e 2011	11
Allegato 1:	Paniere tipo con ponderazione 2011	12
Allegato 2:	Classificazioni supplementari	16
Allegato 3:	Esempio della struttura gerarchica del paniere tipo	17
Allegato 4:	Piano di rilevazione dei prezzi	18
Allegato 5:	Regioni di rilevazione dei prezzi	19
Allegato 6:	Esempio di calcolo	20
Allegato 7:	Il trattamento dei cambiamenti dell'assortimento e delle variazioni della qualità	22
Allegato 8:	Date di pubblicazione	24

Indice nazionale dei prezzi al consumo (IPC) 2010

1 La revisione del 2010

Per la nona volta dalla sua introduzione nel 1922, l'indice nazionale dei prezzi al consumo (IPC) è stato sottoposto a una revisione. A partire da gennaio 2011, sarà calcolato sulla base dicembre 2010 = 100.

Revisionare l'indice significa aggiornare 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. Infine, la revisione permette di ottimizzare il processo di rilevazione e di ridurre quanto possibile gli oneri per le persone e le imprese che partecipano alle indagini.

Nella revisione del 2010, l'accento è stato posto sui punti e gli obiettivi seguenti:

- revisione dell'indice degli affitti: ampliamento del campione, stratificazione del campione, aggiustamento della qualità;
- aggiustamento della qualità per le rilevazioni dei prezzi dell'abbigliamento, dei prodotti tecnologici e dei PC;
- perfezionamento delle tecniche di rilevazione dei prezzi (miglioramento della misurazione dei prezzi e del controllo della qualità);
- aggiornamento della rilevazione di alcuni sottoindici, in particolare nei comparti indumenti, viaggi forfetari, trasporti aerei e assicurazioni private;
- aggiornamento della periodicità delle rilevazioni: frequenza mensile nei comparti indumenti, calzature, libri e mobili;
- revisione del paniere tipo;
- aggiornamento degli schemi di ponderazione (paniere tipo, canali di distribuzione, regioni);
- adeguamento della ponderazione del paniere tipo all'evoluzione dei prezzi: la ponderazione è effettuata sulla base dei dati delle spese di consumo rilevate due

anni prima e adeguata all'evoluzione dei prezzi fino al dicembre dell'anno precedente. Finora, l'adeguamento andava fino all'ottobre dell'anno precedente.

L'IPC è calcolato su una piattaforma informatica che consente sia la registrazione dei prezzi che il calcolo dell'indice. Nell'ambito della revisione, alcuni moduli sono stati aggiornati e adattati ai bisogni degli utenti.

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, e serve a spiegare 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; indicizzazione dei salari, delle rendite, degli affitti e di altri valori monetari; deflazione di serie nominali per la definizione della crescita economica in termini reali. Infine, l'indice è utilizzato per calcolare l'evoluzione reale dei salari e delle cifre d'affari e per valutare la competitività internazionale della Svizzera.

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 che risponda nella maniera più esauriente possibile alle domande dell'opinione pubblica:

- raffronto diretto del rincaro in Svizzera con quello nei Paesi europei confinanti. L'indice dei prezzi al consumo armonizzato (IPCA), viene calcolato per la Svizzera dal 2008 e la sua pubblicazione è effettuata da Eurostat, l'Ufficio statistico dell'Unione europea.
- Nel calcolo dell'inflazione non si tiene conto dell'evoluzione dei premi dell'assicurazione malattie di base. Non essendo possibile integrarli nell'IPC (si veda

riquadro), dal 2000 è pubblicato un apposito indice. Questo indicatore permette di seguire l'andamento dei premi dell'assicurazione malattie nel corso degli anni e di calcolare l'incidenza della loro variazione sul reddito disponibile delle economie domestiche.

- Per sapere se la portata del rincaro è differente per i singoli gruppi di popolazione, 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. Fino a nuovo avviso, gli indici socioeconomici non saranno più pubblicati.

A livello concettuale sarebbe interessante pubblicare non solamente indici di prezzi, ma anche indici del costo della vita (si veda riquadro). Ciò non è però possibile per ragioni di ordine metodologico e finanziario.

Indice dei prezzi o 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. Con l'indice dei prezzi è possibile *verificare il modo in cui evolve il costo di un paniere tipo fisso su un determinato 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 lato 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 mette invece in rapporto il consumo di un bene con la 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 di 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 dati, tecniche di

rilevazione e metodi di calcolo adeguati. Quale sia lo strumento più adeguato per misurare il rincaro, se l'indice dei prezzi o l'indice del costo della vita, dipende dall'impiego 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 dell'indice

L'IPC con base dicembre 2010 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 calcolarlo corrispondono in effetti a quelli di un indice dei prezzi: stabilità della struttura di consumo (su un periodo di almeno un anno) e paniere tipo contenente unicamente beni e servizi 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 2010 sono stati armonizzati in ampia misura alle disposizioni e alle direttive internazionali corrispondenti.

3.1 Campo d'applicazione e periodicità

Le spese di cui tiene conto l'IPC sono le **spese di consumo** 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 cadenza mensile, e la maggior parte dei prezzi è rilevata mensilmente (cfr. punto 3.5 e allegato 4).

3.2 Il paniere tipo

Il paniere tipo dell'IPC (cfr. allegato 1) riflette quanto più possibile le spese di 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 raffrontabili 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
- **85 gruppi di prodotti,**
- **215 posizioni dell'indice,** il livello più dettagliato ponderato e pubblicato e
- **1008 posizioni di rilevazione,** ultimo livello del paniere tipo, non ponderato, che definisce i beni e i servizi i cui prezzi vengono effettivamente rilevati (cfr. esempio nell'allegato 3).

A precisazione della nomenclatura COICOP, l'IPC 2010 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, cfr. allegato 2). Questi indici speciali servono innanzitutto all'analisi e all'interpretazione dei risultati e forniscono informazioni supplementari agli utilizzatori dell'IPC.

Il paniere tipo è stato aggiornato in modo da tener conto dell'evoluzione delle abitudini di consumo. Sono state ritoccate in primis le posizioni di rilevazione, ma anche tre posizioni dell'indice:

- Informazione dettagliata sull'evoluzione dei prezzi della posizione d'indice «Servizio per biciclette».
- Negli indumenti per donna, la posizione dell'indice «Abiti a giacca, completo pantalone, vestiti» è stata eliminata. Non viene neanche più pubblicata l'evoluzione dei prezzi per l'accesso a Internet, rilevata d'ora in poi nella posizione «Comunicazione rete fissa».
- Introduzione di nuove posizioni di rilevazione: ad esempio pasta per pizza, bistecca, panna acida, susine, avocado, crauti cotti, antipasti pronti, panta-

loni d'estate, giacche e pantaloni per trekking, olio da riscaldamento eco, biciclette elettriche, tassa per zona blu, prodotti forfetari per telefonia sulla rete fissa e Internet, macchine fotografiche digitale «mirrorless», festival, abbonamenti TV, servizi degli istituti di bellezza, aiuto domiciliare (spitex).

- Soppressione di voci non più rappresentative: ad esempio spezzatino di agnello, lingua, conserve di carne, abiti a giacca o completo pantalone per donne, moquette, macchine per la pulizia a vapore, biciclette speciali, apparecchi Hi-Fi per l'auto, macchine fotografiche analogiche, componenti per PC, pellicole per negativi e per diapositive, cassette audio, attacchi da sci separati.

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 di riscossione 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 l'acquisto di proprietà abitative per uso proprio. 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. Così, le spese destinate alla proprietà abitativa per uso proprio sono integrate nel coefficiente di ponderazione degli affitti.

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

I premi dell'assicurazione malattie obbligatoria 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. I premi sono obbligatori, e non servono al consumo finale. Rientrano nel paniere tipo dell'IPC i servizi del sistema sanitario finanziati dai premi (prestazioni mediche, odontoiatriche, ospedaliere, farmaci, ecc.), ma non i premi.

A ciò si aggiunge il fatto che l'evoluzione dei premi dell'assicurazione malattie non dipende soltanto dai prezzi vigenti nell'ambito della sanità 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 si scontra con l'obiettivo dichiarato dell'indice dei prezzi al consumo, ovvero quello di misurare l'evoluzione pura dei prezzi.

¹ COICOP = Classification of Individual Consumption by Purpose (Classificazione dei consumi individuali secondo la funzione)

Al di là di tali osservazioni di natura metodologico-concettuale, resta indubbio che la crescita progressiva dei premi dell'assicurazione malattie va a gravare sul bilancio delle economie domestiche. Per porvi rimedio non va modificato l'indice dei prezzi al consumo, concepito 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. Gli utilizzatori possono trovare le informazioni necessarie a tale scopo nei risultati dell'indice dei premi dell'assicurazione malattie (IPAM), che mostra l'andamento dei premi e la loro incidenza sul reddito disponibile delle economie domestiche.

3.3 La ponderazione

La ponderazione del paniere tipo dell'IPC si basa sui risultati dell'indagine annuale sul budget delle economie domestiche (IBED), condotta presso un campione aleatorio di 3300 economie domestiche, estratto dal registro delle connessioni telefoniche private. Per ottenere la struttura media delle spese delle economie domestiche, queste vengono rilevate dettagliatamente e successivamente generalizzate. Per i settori sui quali l'IBED non fornisce informazioni sufficientemente esaustive 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 la ponderazione del paniere tipo è aggiornata a cadenza annuale.

I nuovi pesi del 2011 sono stati calcolati partendo dai risultati dell'IBED 2009. Essi sono presentati qui di seguito e figurano in dettaglio nell'allegato 1.

Paniere tipo 2011	
Gruppi principali e ponderazione	Pesi in %
Totale	100,000
Prodotti alimentari e bevande analcoliche	10,636
Bevande alcoliche e tabacchi	1,795
Indumenti e calzature	4,199
Abitazione ed energia	26,287
Mobili, articoli e servizi per la casa	4,723
Sanità	14,138
Trasporti	10,834
Comunicazioni	2,876
Tempo libero e cultura	9,873
Insegnamento	0,672
Ristoranti e alberghi	8,704
Altri beni e servizi	5,263
(cfr. grafici 1 e 2)	

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 (vendite promozionali, sconti, 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, servizi ospedalieri, telecomunicazioni, servizi postali, elettricità e gas) nella statistica dei prezzi. Essendo la loro struttura soggetta a variazioni nel tempo, non sono più direttamente paragonabili e diventa praticamente impossibile identificare e misurare eventuali variazioni di prezzo. Per tale ragione, sono definiti gruppi di prestazioni che dipendano il meno 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: in quali regioni e in quali punti di vendita saranno rilevati i prezzi? Quali articoli scegliere? Come stabilire la frequenza e il periodo di rilevazione dei prezzi? Chi deve rilevare i prezzi e come? È possibile assicurarsi che i dati rilevati siano di buona qualità?

Le rilevazioni dei prezzi continuano ad essere effettuate in 11 regioni rappresentative per le abitudini di consumo in Svizzera. Si tratta dei cinque grandi centri urbani e di sei agglomerazioni di media grandezza. Ciascuna regione è ponderata sulla base delle spese di consumo delle economie domestiche selezionate nel quadro

dell'indagine annuale sul budget delle economie domestiche. Le regioni scelte e la loro ponderazione sono presentate nell'allegato 5.

In queste regioni è stato scelto successivamente un numero di **punti di vendita**. L'indice comprende non solo i punti di vendita principali presenti sul territorio svizzero, ma anche i punti di vendita regionali. Questi ultimi sono stati scelti secondo la loro attività economica, il loro canale di distribuzione² e la loro rappresentatività a livello regionale. 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 2700 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 prolungato. In seguito si osserva l'andamento del prezzo di questi articoli nel corso del tempo. Ogni anno sono rilevati circa 500'000 prezzi.

La maggior parte dei prezzi dei prodotti del paniere tipo è rilevata a **frequenza** mensile. Nell'ambito della revisione del 2010, la frequenza di rilevazione dei prezzi è mensilizzata, segnatamente per gli indumenti, le calzature, i libri e i mobili. Per gli indumenti e le calzature, la rilevazione dei prezzi tiene conto della disponibilità stagionale dei prodotti a livello di posizioni di rilevazione. Per alcuni prodotti soggetti a fluttuazioni di prezzo meno frequenti e per alcuni servizi, i prezzi sono rilevati trimestralmente, semestralmente o aperiodicamente. La periodicità di rilevazione dei prezzi di ciascun gruppo di prodotti è descritta in dettaglio nell'allegato 4. I prezzi degli articoli scelti sono rilevati, secondo il ritmo di rilevazione, nelle prime due settimane del mese. I prezzi dell'olio da riscaldamento e della benzina continuano a essere rilevati due volte al mese, a una data fissa all'inizio e a metà del mese. Questa estensione del **periodo di rilevazione** migliora la precisione dei risultati. I prezzi dei prodotti presso alcuni grandi distributori sono rilevati nelle prime due settimane del mese mediante dati scannerizzati.

La rilevazione dei prezzi è un compito che richiede grande disponibilità, flessibilità, rigore, diplomazia ed esperienza. Il fatto di aver affidato il mandato di rilevare una parte dei prezzi a GfK Switzerland AG garantisce un

sistema di rilevazione affidabile, che produce dati di buona qualità. Dopo la pubblicazione di una gara d'appalto, tale mandato è stato prorogato fino al 2015.

I **40 rilevatori regionali** registrano circa due terzi dei prezzi nelle 11 regioni di rilevazione. Il terzo rimanente è rilevato dall'UST, che si occupa dei settori in cui i prezzi sono definiti a livello nazionale o cantonale, come i prodotti farmaceutici, le prestazioni mediche e ospedaliere, le comunicazioni, l'energia o i trasporti pubblici. L'UST gestisce inoltre la rilevazione dei prezzi mediante dati scannerizzati presso i grandi distributori presenti sull'intero territorio nazionale.

Nel corso della revisione del 2010 è stata riservata un'attenzione particolare alle **tecniche di rilevazione**. Attualmente, i prezzi sono rilevati con moduli cartacei in loco, per posta elettronica, via Internet, per posta ordinaria o via fax. Per la rilevazione in loco si sta valutando il ricorso ad apparecchi. Tale procedura dovrebbe permettere di plausibilizzare i dati al momento della registrazione direttamente dagli scaffali. La fase pilota e l'introduzione sono previste nel corso del 2011.

Da due anni, una parte dei prezzi presso i grandi distributori è rilevata mediante dati scannerizzati. Si tratta di dati registrati alle casse dei punti di vendita mediante la lettura ottica dei codici a barre dei prodotti. Tali dati contengono informazioni molto preziose per la statistica dei prezzi al consumo e permettono di migliorare sensibilmente la qualità dell'indice. Conoscendo la cifra d'affari di ciascun prodotto è infatti possibile:

- scegliere gli articoli più venduti in base a criteri oggettivi;
- calcolare il prezzo (medio) effettivo pagato dai consumatori per un determinato articolo nel mese in corso (tenendo conto delle vendite promozionali, delle offerte, ecc.).

Inoltre, i dati scannerizzati permettono di ridurre l'onere che incombe sui punti di vendita. Le difficoltà legate a questo metodo di rilevazione dei prezzi (mancanza di contatto visivo con i prodotti rilevati e classificazione dei prodotti secondo il paniere tipo dell'IPC) sono state risolte in modo soddisfacente. Nei prossimi due anni, la rilevazione mediante dati scannerizzati sarà estesa a nuovi distributori.

L'**assicurazione della qualità** è una delle tappe più importanti nel processo di produzione dell'IPC. I prezzi non sono solo plausibilizzati nel sistema informatico, ma anche controllati in loco dalla società mandataria e dall'UST. Tale strategia permette di valutare la qualità dei dati rilevati dai rilevatori e di garantire la qualità dei risultati.

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

3.6 I metodi di calcolo

Nel 2000 sono stati introdotti due metodi di calcolo: la media geometrica per l'aggregazione di base e l'indice a catena secondo la formula di Lowe³ per l'aggregazione superiore.

- La formula di Jevons: la media geometrica non ponderata è usata per calcolare le variazioni di prezzo al livello più fine (per una posizione dell'indice, un canale di distribuzione e una regione). Rispetto alla media aritmetica presenta molti vantaggi: è meno sensibile a fluttuazioni stagionali, si presta a un concatenamento e all'aggregazione di voci di spesa eterogenee⁴ e tiene conto dell'effetto di sostituzione tra i prodotti al momento di una loro variazione di prezzo.
- L'indice a catena secondo la formula di Lowe è il metodo di calcolo utilizzato al livello superiore di aggregazione: gli indici per posizione sono ponderati in base al loro peso rispettivo e aggregati con una media aritmetica fino al livello dell'indice totale. Un indice a catena di Lowe costituisce una serie di indici diretti di Lowe, 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 a cadenza regolare le evoluzioni strutturali del consumo delle economie domestiche. In occasione della revisione 2010, altre formule d'aggregazione sono state esaminate ed analizzate. I risultati dell'indice a catena secondo la formula di Lowe si situano molto vicino a quelli degli indici superiori secondo Törnqvist e Fisher.

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 varie tecniche:

- La sostituzione diretta è usata quando il prodotto vecchio e quello nuovo presentano caratteristiche identiche o molto simili. Il nuovo prodotto sostituisce diret-

tamente 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 funzione primaria. Per utilizzare questo metodo è necessario che il vecchio e il nuovo prodotto siano contemporaneamente sul mercato per almeno un mese. 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 in base alle componenti dei prodotti. Tale differenza è in seguito dedotta dal prezzo in modo da non incidere qualitativamente sull'indice. Questo metodo è particolarmente adatto per il mercato delle automobili nuove, dove le innovazioni tecniche sono spesso introdotte sotto forma di opzioni, prima di entrare a far parte della dotazione standard.
- Per la rilevazione degli articoli di abbigliamento e di alcuni prodotti tecnologici, nel 2011 è introdotto un nuovo metodo che, in caso di sostituzione con articoli non paragonabili, permette di attribuire agli articoli sostitutivi l'evoluzione dei prezzi dell'aggregato superiore. La raffrontabilità degli articoli è stabilita a livello centrale dall'UST in base a determinate caratteristiche, rilevate a loro volta. Tale procedura permette un trattamento più uniforme delle sostituzioni in questi ambiti complessi.
- In determinate situazioni di sostituzione, nell'ambito degli affitti e dei PC, l'UST si avvale anche di metodi edonici per aggiustare la qualità. Le differenze di qualità sono valutate mediante una funzione edonica e successivamente escluse dall'indice.
- Infine, se il prodotto vecchio e quello nuovo sono talmente differenti da non essere più paragonabili, la vecchia serie di prezzi scompare e ne viene iniziata una nuova. Tale operazione non ha alcun impatto sull'indice.

Gli aggiustamenti della qualità restano uno degli aspetti più problematici nell'ambito della statistica dei prezzi.

Nell'allegato 7 si illustrano le tecniche di trattamento delle variazioni dell'assortimento e di aggiustamento della qualità utilizzate nel calcolo del rincaro.

³ L'indice di Lowe è un indice a catena di tipo Laspeyres.

⁴ 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.

3.8 L'indice degli affitti

L'indice degli affitti è un sottoindice dell'IPC volto a misurare l'andamento degli affitti sull'insieme del territorio nazionale. Gli affitti rappresentano la voce di spesa per il consumo più onerosa nel bilancio delle economie domestiche: il loro peso nel paniere tipo dell'IPC raggiunge il 19 per cento circa.

L'indice degli affitti è calcolato in base a un campione semplice di circa 10'000 abitazioni estratte in modo aleatorio dal registro delle indagini presso le economie domestiche. Queste sono pregate di rispondere a un breve questionario nonché di indicare il tipo di occupazione dell'abitazione (residenza principale, proprietario, inquilino) e, se del caso, l'indirizzo del locatore.

La vera e propria rilevazione degli affitti è effettuata presso i locatori, che partecipano all'indagine al massimo per altri sette trimestri, dopodiché l'abitazione è sostituita. Ogni trimestre, quindi, è sostituito un ottavo del campione. Questa procedura permette di tenere adeguatamente conto dell'evoluzione sul mercato degli alloggi in generale e delle nuove abitazioni in particolare.

Le abitazioni considerate sono ripartite secondo la loro grandezza (da 1 a 6 stanze) e secondo l'età (4 classi di età). Il prezzo delle cellule corrispondenti è seguito nel corso del tempo.

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 l'affitto medio geometrico delle abitazioni rimaste nel campione dal trimestre precedente per ogni tipo di abitazione (ad esempio un'abitazione di 3 stanze di 6–10 anni di età). Questo affitto medio è poi paragonato a quello delle stesse abitazioni durante il trimestre precedente. Per le nuove abitazioni inserite nel campione, il raffronto avviene con l'affitto medio delle abitazioni che hanno partecipato

all'indagine per l'ultima volta durante il trimestre precedente (sostituzione delle abitazioni). Il numero di osservazioni fornisce la ponderazione che permette di aggregare questi due indici per ottenere l'indice non concatenato della cellula. Gli indici delle cellule sono infine aggregati in base alla media aritmetica per ottenere l'indice complessivo degli affitti. I coefficienti di ponderazione delle cellule corrispondono alla ripartizione delle spese delle economie domestiche per l'affitto dei vari tipi di abitazione.

L'indice degli affitti è stato oggetto di importanti modifiche in occasione della revisione del 2010:

- La grandezza del campione è stata aumentata da 5000 a 10'000 osservazioni circa.
- Per l'estrazione del campione è stata introdotta una stratificazione secondo l'età dell'edificio, il che permette di integrare nel campione più abitazioni costruite di recente.
- La probabilità di estrazione e il comportamento in materia di risposta nelle Grandi Regioni sono considerati per calcolare una ponderazione individuale per ogni osservazione.
- Le ponderazioni sono aggiornate in base alle informazioni disponibili e riattualizzate non appena sono disponibili nuovi dati concernenti la struttura del parco abitativo.
- Le differenze di qualità al momento della sostituzione di abitazioni sono corrette mediante un modello edonico.
- Gli aggiornamenti dell'applicazione informatica riguardano in particolare l'estrazione del campione e il calcolo dell'indice.

Parallelamente ai cambiamenti metodologici è stata ottimizzata la logistica: il nuovo questionario fornisce anche informazioni sul tipo di proprietario, e le lettere di sollecito inviate alle economie domestiche permettono di migliorare nettamente il tasso di risposta. Malgrado questi sforzi non è tuttavia possibile rinunciare ai richiami telefonici, che forniscono circa un terzo dei dati.

4 Elaborazione e diffusione

L'indice dei prezzi al consumo mira essenzialmente a rilevare l'evoluzione dei prezzi in Svizzera mediante relativi indici. Questi sono infatti calcolati per 215 posizioni dell'indice 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 quali il tasso di variazione, i valori annuali e trimestrali.

La definizione dello zoccolo dell'inflazione, che fa parte delle classificazioni supplementari, è stata rivista e modificata nell'ambito dell'attuale revisione. Dal calcolo dello zoccolo dell'inflazione verranno d'ora in poi esclusi soltanto i beni e servizi stagionali (in particolare nel campo dell'alimentazione) o soggetti a volatilità (campo dell'energia, carburanti).

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

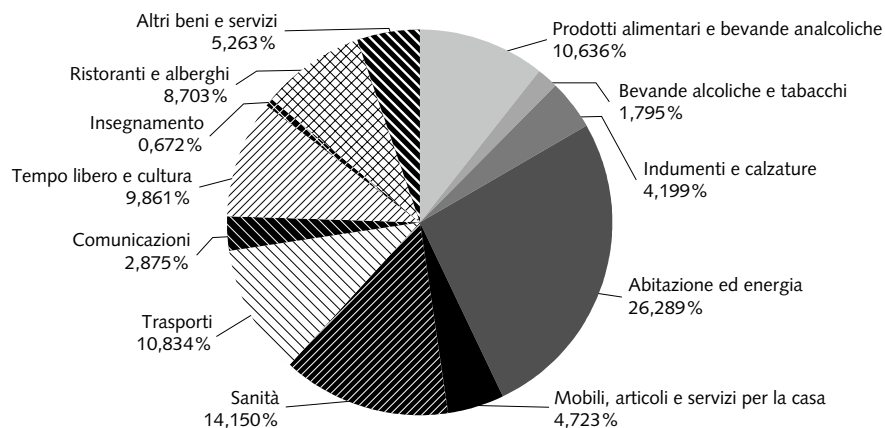
I risultati principali del mese d'indagine sono disponibili al principio del mese successivo. Sono pubblicati a cadenza mensile in un comunicato stampa e su Internet (cfr. allegato 8).

5 Basi legali e protezione dei dati

La legge del 9 ottobre 1992 sulla statistica federale (LStat) e l'ordinanza del 30 giugno 1993 sull'esecuzione di statistiche federali formano le basi legali dell'IPC. 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 2011

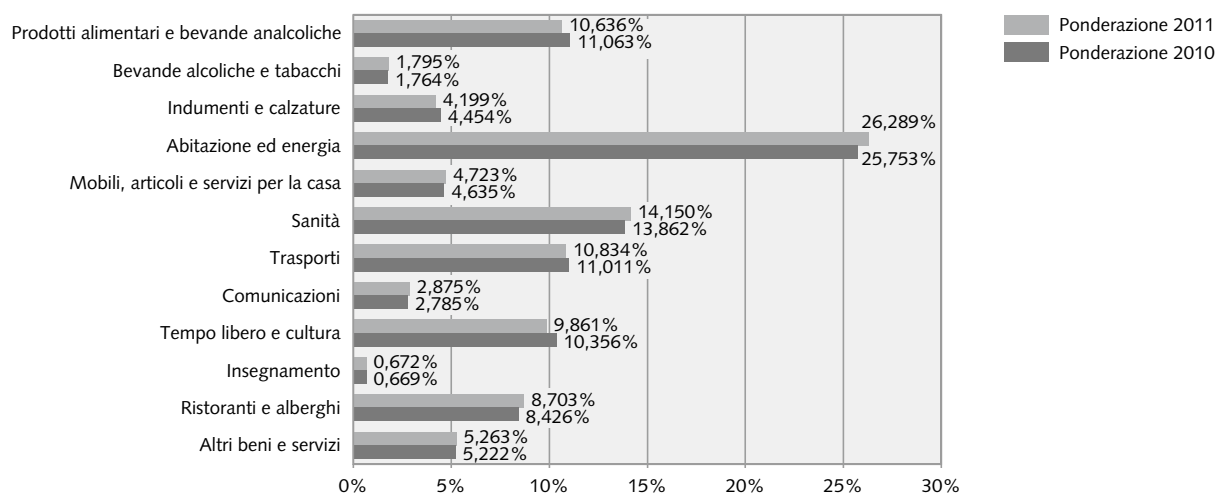
G 1



© Ufficio federale di statistica (UST)

Confronto tra i panieri tipo 2010 e 2011

G 2



© Ufficio federale di statistica (UST)

Indice nazionale dei prezzi al consumo, dicembre 2010 = 100

Allegato 1: Paniere tipo con ponderazione 2011

Posizione	Ponderazione in %	Posizione	Ponderazione in %
Totale	100,000	Verdura, patate e funghi	1,106
Prodotti alimentari, bevande analcoliche	10,636	Verdura fresca, patate e funghi	0,859
Prodotti alimentari	9,650	Ortaggi	0,206
Pane, farina e cereali	1,649	Radici commestibili	0,160
Riso	0,041	Insalata	0,242
Farina	0,064	Cavoli	0,053
Pane, prodotti di pasticceria e altra panetteria	1,212	Cipolle	0,054
Pane	0,497	Altra verdura e funghi	0,057
Piccola panetteria	0,158	Patate	0,087
Prodotti di pasticceria	0,307	Ortaggi e funghi secchi, surgelati e in conserve	0,129
Pasticceria a lunga conservazione	0,250	Derivati dalle patate	0,118
Pasta alimentare	0,151	Zucchero, marmellata, miele, cioccolata	
Altri prodotti a base di cereali	0,181	e altri dolciumi	0,695
Carni e preparati di carne	2,450	Marmellata e miele d'api	0,110
Carne, fresca o surgelata	1,483	Cioccolato	0,326
Carne di manzo	0,389	Dolciumi	0,107
Carne di vitello	0,182	Gelati alimentari	0,114
Carne di maiale	0,293	Zucchero	0,038
Carne ovina	0,083	Altri prodotti alimentari	0,694
Pollame	0,340	Minestre in polvere, spezie, salse	0,486
Altra carne	0,196	Alimenti precotti	0,208
Prodotti di carne e salumi	0,967	Bevande analcoliche	0,986
Salumi	0,526	Caffè, tè, cacao e bevande fortificanti	0,409
Prodotti di carne e preparati di carne	0,441	Caffè	0,323
Pesce e preparati di pesce	0,323	Tè	0,056
Pesce fresco	0,172	Cacao e bevande fortificanti	0,030
Pesce surgelato	0,074	Acqua minerale, bevande edulcorate e succhi	0,577
Conserve di pesce e pesce affumicato	0,077	Acqua minerale naturale	
Latte, formaggi, uova	1,662	(commercio al dettaglio)	0,141
Latte	0,272	Bevande edulcorate (commercio al dettaglio)	0,255
Latte intero	0,139	Succhi di frutta e di ortaggi	
Altro latte	0,133	(commercio al dettaglio)	0,181
Formaggio	0,785	Bevande alcoliche e tabacchi	1,795
Formaggio a pasta dura e semidura	0,494	Bevande alcoliche	1,088
Formaggio fresco, a pasta molle e fuso	0,291	Acquaviti e liquori	0,138
Altri latticini	0,325	Acquavite (commercio al dettaglio)	0,085
Panna	0,127	Liquori e aperitivi (commercio al dettaglio)	0,053
Uova	0,153	Vino	0,804
Grassi e oli commestibili	0,259	Vino rosso	0,562
Burro	0,130	Vino rosso indigeno (commercio al dettaglio)	0,178
Margarina, grassi e oli commestibili	0,129	Vino rosso importato (commercio al dettaglio)	0,384
Frutta, verdura, patate e funghi	1,918	Vino bianco	0,189
Frutta	0,812	Vino bianco indigeno (commercio al dettaglio)	0,132
Frutta fresca	0,635	Vino bianco importato (commercio al dettaglio)	0,057
Agrumi	0,102	Vini spumanti (commercio al dettaglio)	0,053
Frutta con nocciolo	0,098	Birra (commercio al dettaglio)	0,146
Frutta a semi	0,148	Tabacchi	0,707
Banane	0,072	Sigarette	0,661
Altra frutta	0,215	Altri tabacchi	0,046
Frutta secca, surgelata e in conserve	0,177		

Indice nazionale dei prezzi al consumo, dicembre 2010 = 100

Allegato 1: Paniere tipo con ponderazione 2011 (continuazione)

Posizione	Ponderazione in %	Posizione	Ponderazione in %
Indumenti e calzature	4,199	Energia	4,852
Indumenti	3,421	Elettricità	2,258
Articoli d'abbigliamento	3,134	Elettricità, tipo di consumo I	0,328
Indumenti da uomo	0,884	Elettricità, tipo di consumo II	0,350
Cappotti, giacche, giacchette	0,173	Elettricità, tipo di consumo III	0,325
Completi	0,119	Elettricità, tipo di consumo IV	0,209
Pantaloni	0,197	Elettricità, tipo di consumo V	0,614
Camicie	0,125	Elettricità, tipo di consumo VI	0,216
Maglieria	0,170	Elettricità, tipo di consumo VII	0,216
Biancheria intima	0,100	Gas	0,646
Indumenti da donna	1,650	Gas, tipo di consumo II	0,188
Cappotti	0,083	Gas, tipo di consumo III	0,140
Gonne e vestiti	0,184	Gas, tipo di consumo IV	0,214
Pantaloni	0,306	Gas, tipo di consumo V	0,104
Giacche	0,307	Olio da riscaldamento	1,693
Camicette e bluse	0,119	Legno	0,154
Maglieria	0,398	Riscaldamento a distanza	0,101
Biancheria intima	0,253	Mobili, articoli e servizi per la casa	4,723
Indumenti da bambino/a	0,333	Mobili, arredamenti e rivestimenti per pavimenti	1,924
Cappotti e giacche	0,033	Mobili ed arredamenti	1,812
Pantaloni e gonne	0,063	Mobili da soggiorno	0,683
Maglieria	0,085	Mobili da camera da letto	0,460
Indumenti per bebè	0,093	Mobili da cucina e giardino	0,362
Maglieria e biancheria intima	0,059	Accessori d'arredamento	0,307
Indumenti per sport	0,267	Rivestimenti per pavimenti e tappeti	0,112
Indumenti per sport invernali	0,111	Tessili per la casa e biancheria	0,307
Indumenti per sport estivi e per tutto l'anno	0,156	Coperte e biancheria da letto e per uso domestico	0,214
Altri articoli d'abbigliamento/stoffe	0,200	Tende e accessori	0,093
Stoffe per l'abbigliamento	0,023	Elettrodomestici	0,718
Merceria e lana per lavori a maglia	0,036	Grandi elettrodomestici	0,448
Altri accessori per l'abbigliamento	0,141	Piccoli elettrodomestici	0,270
Pulizia e riparazione di vestiti	0,087	Oggetti di vetro, stoviglie e altri utensili domestici	0,347
Riparazioni di vestiti	0,025	Utensili per la cucina	0,149
Pulitura a secco e lavaggio	0,062	Piatti e posate	0,120
Calzature, riparazione compresa	0,778	Altri utensili domestici	0,078
Calzature	0,760	Utensili, attrezzature e altri accessori per casa	
Calzature da donna	0,414	e giardino	0,556
Scarpe da uomo	0,252	Utensili e attrezzature a motore per casa	
Calzature da bambini	0,094	e giardino	0,106
Riparazioni di calzature	0,018	Utensili e accessori per casa e giardino	0,450
Abitazione ed energia	26,289	Attrezzi per la casa e il giardino	0,083
Affitto	19,605	Piccolo materiale e altri accessori per casa	
Affitto dell'abitazione	18,912	e giardino	0,367
Affitto garage e posteggio	0,693	Beni e servizi per la manutenzione corrente	
Manutenzione regolare dell'abitazione	1,439	dell'abitazione	0,871
Materiali per la manutenzione e la riparazione		Beni per la manutenzione corrente dell'abitazione	0,574
dell'abitazione	0,136	Detersivi e prodotti per la pulizia	0,346
Servizi per la manutenzione e la riparazione		Materiale per pulizie	0,017
dell'abitazione	1,303	Altro materiale per la casa	0,211
Tasse	0,393	Servizio di pulizia dell'abitazione	0,297

Indice nazionale dei prezzi al consumo, dicembre 2010 = 100

Allegato 1: Paniere tipo con ponderazione 2011 (continuazione)

Posizione	Ponderazione in %	Posizione	Ponderazione in %
Sanità	14,150	Hardware per computer	0,476
Prodotti, attrezzature e apparecchi medici	2,723	Software per computer	0,043
Medicamenti	2,218	Supporto dati e contenuti	0,245
Materiale sanitario	0,047	Riparazioni e installazioni	0,041
Apparecchi terapeutici	0,458	Strumenti musicali	0,087
Servizi ambulatoriali	5,913	Altri articoli e attrezzature per attività ricreative,	
Prestazioni mediche	3,392	giardino e animali da compagnia	1,989
Prestazioni odontoiatriche	1,514	Giochi, giocattoli e passatempi	0,443
Altre prestazioni sanitarie	1,007	Attrezzatura sport e campeggio	0,401
Servizi ospedalieri	5,514	Articoli sportivi invernali	0,203
Trasporto	10,834	Articoli sportivi estivi e per tutto l'anno,	
Automobili, motocicli e biciclette	8,540	articoli da campeggio	0,198
Acquisto di automobili, motocicli e biciclette	4,065	Piante e fiori	0,525
Automobili nuove	2,760	Animali domestici e relativi prodotti	0,340
Automobili d'occasione	0,915	Servizi veterinari	0,280
Motocicli	0,149	Servizi ricreativi e culturali	2,801
Biciclette	0,241	Servizi sportivi e ricreativi	0,741
Utilizzazione e manutenzione di automobili,		Manifestazioni sportive	0,056
motocicli e biciclette	4,475	Attività sportive e del tempo libero	0,481
Pezzi di ricambio e accessori	0,303	Funivie e sci-lift	0,204
Pezzi di ricambio	0,075	Servizi culturali e altri servizi	2,060
Pneumatici e accessori	0,228	Cinema	0,116
Carburante	2,392	Teatro e concerti	0,371
Benzina	1,911	Canoni radiotelevisivi, abbonamenti TV	0,898
Diesel	0,481	Servizi per la fotografia	0,082
Servizi e lavori di riparazione per veicoli		Corsi di tempo libero	0,593
motorizzati	1,254	Giornali, libri e articoli di cartoleria	1,161
Servizio per biciclette	0,046	Libri e opuscoli	0,356
Altri servizi di trasporto individuale	0,480	Giornali e periodici	0,576
Servizi di trasporto	2,294	Numeri singoli	0,124
Servizi di trasporti pubblici su ferrovia e strada	1,739	Abbonamenti	0,452
Trasporti pubblici: servizio diretto	1,160	Altri stampati	0,084
Trasporti pubblici: comunità tariffali	0,579	Materiale per scrivere e disegnare	0,145
Trasporti aerei	0,495	Viaggi forfetari	2,408
Taxi	0,060	Insegnamento	0,672
Comunicazioni	2,875	Formazione scolastica e professionale di base	0,256
Servizi postali	0,096	Formazione professionale superiore	
Apparecchi e materiali telefonici	0,108	e scuole universitarie	0,229
Servizi di telecomunicazione	2,671	Formazione continua	0,187
Comunicazione rete fissa	1,135	Ristoranti e alberghi	8,703
Comunicazione rete mobile	1,536	Ristoranti	7,378
Tempo libero e cultura	9,861	Ristoranti e caffè	5,436
Mezzi audiovisivi, apparecchiature fotografiche		Pasti nei ristoranti e caffè	3,249
e per l'elaborazione di dati	1,415	Bevande nei ristoranti e caffè	2,187
Televisori e apparecchi audio-video	0,475	Bevande alcoliche	1,069
Televisori	0,322	Vino	0,644
Apparecchi audio-video	0,153	Birra	0,308
Apparecchi foto e video, strumenti ottici	0,135	Acquaviti e altre bevande alcoliche	0,117
Personal computer e accessori	0,519	Bevande analcoliche	1,118

Indice nazionale dei prezzi al consumo, dicembre 2010 = 100

Allegato 1: Paniere tipo con ponderazione 2011 (fine)

Posizione	Ponderazione in %	Posizione	Ponderazione in %
Caffè e tè	0,548	Effetti personali	0,666
Acque minerali e bevande edulcorate	0,514	Orologi	0,446
Altre bevande analcoliche	0,056	Articoli da viaggio e accessori	0,220
Ristorazione da asporto	1,279	Istituzioni sociali	0,400
Mense	0,663	Assicurazioni	1,580
Pasti nelle mense	0,530	Assicurazione economia domestica	
Bevande nelle mense	0,133	(incl. responsabilità civile privata)	0,295
Pernottamenti	1,325	Assicurazione malattie privata	0,664
Settore alberghiero	0,987	Assicurazione veicoli	0,621
Settore paralberghiero	0,338	Servizi finanziari	0,302
Altri beni e servizi	5,263	Altri servizi	0,274
Igiene personale	2,041		
Servizi parrucchiere e istituto di bellezza	0,890		
Articoli per l'igiene personale	1,151		
Articoli da toeletta	1,026		
Saponi e schiume da bagno	0,077		
Articoli per la cura dei capelli	0,110		
Articoli per la cura dei denti	0,061		
Prodotti di bellezza e cosmetici	0,570		
Articoli in carta per la cura del corpo	0,208		
Apparecchi per l'igiene personale	0,125		

Indice nazionale dei prezzi al consumo, dicembre 2010 = 100

Allegato 2: Classificazioni supplementari

Posizione	Ponderazione in %	Posizione	Ponderazione in %
	2011		2011
Genere di beni e servizi		Altre classificazioni supplementari	
Beni	41,678	Sanità	14,150
Beni non durevoli	25,346	Indice senza sanità	85,850
Beni semidurevoli	7,478		
Beni durevoli	8,854	Prodotti stagionali	3,006
Servizi	58,322	Indice senza prodotti stagionali	96,994
Servizi privati	49,202		
Servizi pubblici	9,120	Affitto dell'abitazione	18,912
		Indice senza affitto dell'abitazione	81,088
Provenienza dei beni e servizi			
Beni e servizi indigeni	73,419	Prodotti petroliferi	4,085
Beni e servizi importati	26,581	Indice senza prodotti petroliferi	95,915
Zoccolo dell'inflazione			
Zoccolo dell'inflazione 1 ¹	88,095	Tabacco	0,707
Zoccolo dell'inflazione 2 ²	69,352	Indice senza tabacco	99,293
<i>Prodotti freschi e stagionali</i>	4,661		
<i>Energia e carburanti</i>	7,244	Bevande alcoliche	2,157
		Indice senza bevande alcoliche	97,843
		Indumenti e calzature	4,199
		Indice senza indumenti e calzature	95,801
		Prezzi amministrati	21,748
		Indice senza prezzi amministrati	78,252

¹ Zoccolo dell'inflazione 1 = Totale escl. i prodotti freschi e stagionali, l'energia e i carburanti.

² Zoccolo dell'inflazione 2 = Zoccolo dell'inflazione 1, escl. i prodotti a prezzi amministrati.

Indice nazionale dei prezzi al consumo, dicembre 2010 = 100

Allegato 3: Esempio della struttura gerarchica del paniere tipo

Tipo di posizione	Totale							Ponderazione in %
		Gruppo principale (GP)						
			Gruppo di beni e servizi (GBS)					
				Gruppo di beni e servizi (GBS)				
					Posizione indice (PI)			
						Aggregato intermedio (AI)		
							Posizione di rilevazione (PR)	
Totale	Totale							100,000
GP		Prodotti alimentari e bevande analcoliche						10,636
GBS		Prodotti alimentari						9,650
GBS		Pane, farina e cereali						1,649
PI		Riso						0,041
PR		Riso						
PI		Farina						0,064
PR		Farina bianca						
PR		Altre farine						
[...]								
PI		Altri prpdotti a base di cereali						0,181
PR		Pasta per torte						
PR		Pasta per crostate						
PR		Pasta sfoglia						
PR		Pasta per pizza						
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 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; non figura nella struttura in alto.						
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 2010 = 100

Allegato 4: Piano di rilevazione dei prezzi

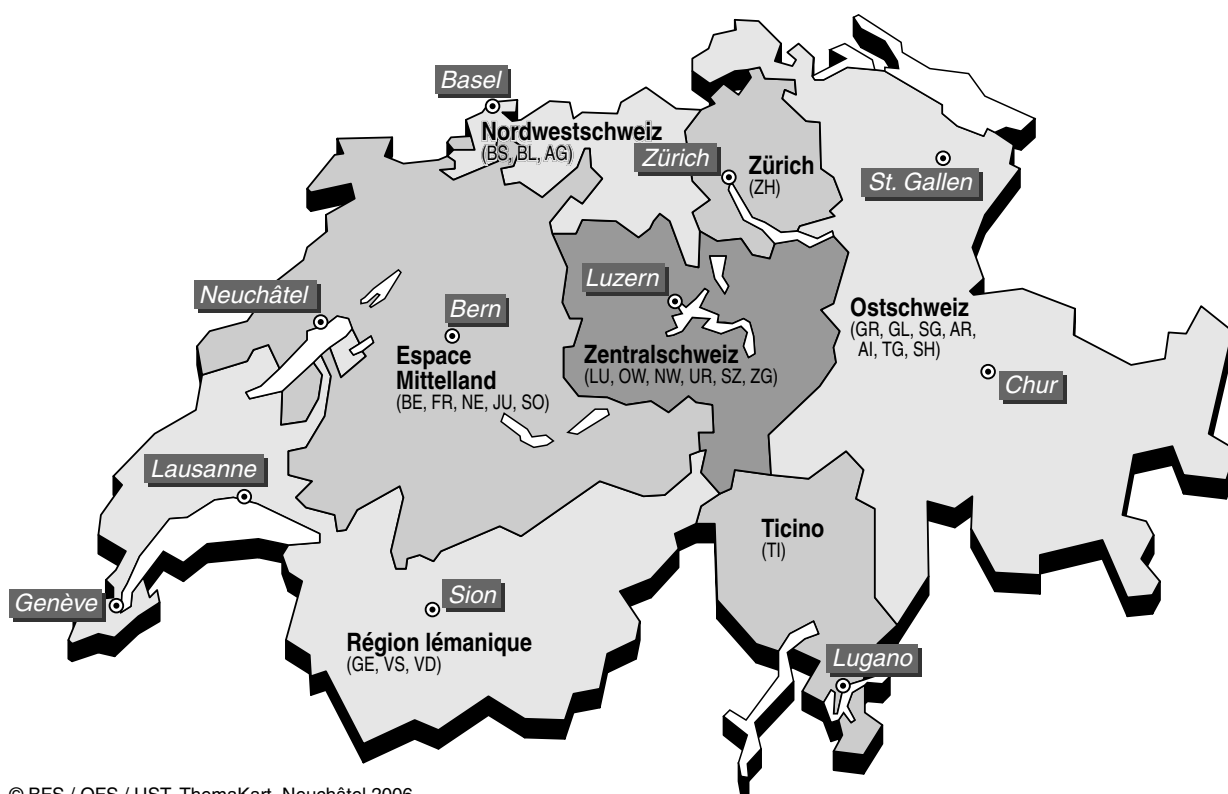
Gruppo di beni e servizi	Periodicità	Mese di rilevazione dei prezzi											
		J	F	M	A	M	J	J	A	S	O	N	D
1. Prodotti alimentari e bevande analcoliche	Mensile	X	X	X	X	X	X	X	X	X	X	X	X
Frutta: mandarini, frutta con nocciolo, altra frutta	Stagionale												
Verdura: indivia belga, asparagi	Stagionale												
2. Bevande alcoliche e tabacchi	Mensile	X	X	X	X	X	X	X	X	X	X	X	X
Tabacchi	Trimestrale			X			X			X			X
3. Indumenti e calzature	Mensile	X	X	X	X	X	X	X	X	X	X	X	X
Indumenti estivi, calzature estive (secondo posizione)	Stagionale			X	X	X	X	X	X				
Indumenti e calzature d'inverno (secondo posizione)	Stagionale	X	X								X	X	X
Pulizia, riparazione	Trimestrale		X			X			X			X	
4. Abitazione ed energia	Trimestrale		X			X			X			X	
Tasse rifiuti, fornitura acqua, depurazione acque di scarico	Aperiodico*												
Olio da riscaldamento	2x per mese	XX	XX	XX	XX	XX	XX	XX	XX	XX	XX	XX	XX
Gas, elettricità, riscaldamento a distanza	Aperiodico*												
Legno	Mensile	X	X	X	X	X	X	X	X	X	X	X	X
5. Mobili, articoli e servizi per la casa	Mensile	X	X	X	X	X	X	X	X	X	X	X	X
Servizio di pulizia dell'abitazione	Trimestrale			X			X			X			X
6. Sanità	Aperiodico*												
Medicamenti	Mensile	X	X	X	X	X	X	X	X	X	X	X	X
Apparecchi terapeutici	Trimestrale	X			X			X			X		
Prestazioni odontoiatriche, cure domiciliari Spitex	Trimestrale	X			X			X			X		
7. Trasporti	Mensile	X	X	X	X	X	X	X	X	X	X	X	X
Carburante	2x per mese	XX	XX	XX	XX	XX	XX	XX	XX	XX	XX	XX	XX
Servizi e lavori di riparazione, tassa di parcheggio	Trimestrale	X			X			X			X		
Trasporti pubblici	Aperiodico*												
Taxi	Trimestrale	X			X			X			X		
8. Comunicazioni	Aperiodico*												
Apparecchi e materiali telefonici	Mensile	X	X	X	X	X	X	X	X	X	X	X	X
9. Tempo libero e cultura	Mensile	X	X	X	X	X	X	X	X	X	X	X	X
Strumenti musicali	Trimestrale			X			X			X			X
Articoli sportivi invernali	Stagionale	X	X							X	X	X	X
Servizi veterinari	Trimestrale			X			X			X			X
Manifestazioni sportive: calcio	Annuale								X				
Manifestazioni sportive: hockey su ghiaccio	Semestrale			X						X			
Attività sportive e del tempo libero: piscine	Annuale						X						
Teatro e concerti	Annuale									X			
Funivie e sci-lift	Semestrale						X						X
Canoni radiotelevisivi	Aperiodico*												
10. Insegnamento	Semestrale										X		X
Formazione continua	Semestrale			X						X			
11. Ristoranti e alberghi	Mensile	X	X	X	X	X	X	X	X	X	X	X	X
Mense, settore par alberghiero	Trimestrale	X			X			X			X		
12. Altri beni e servizi	Mensile	X	X	X	X	X	X	X	X	X	X	X	X
Servizi parrucchiere e istituto di bellezza, asili nido	Trimestrale		X			X			X			X	
Assicurazioni	Aperiodico*												
Servizi finanziari, altri 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).

Indice nazionale dei prezzi al consumo, dicembre 2010 = 100

Allegato 5: Regioni di rilevazione dei prezzi

Grandi Regioni	Regioni di rilevazione	Ponderazione in %
Regione del Lemano	Ginevra	5,6
	Sion	3,5
	Losanna	10,0
Espace Mittelland	Neuchâtel	5,8
	Berna	14,8
Svizzera nordoccidentale	Basilea	14,4
Zurigo	Zurigo	20,5
Svizzera orientale	Coira	2,1
	San Gallo	10,3
Svizzera centrale	Lucerna	9,0
Ticino	Lugano	4,0



© BFS / OFS / UST, ThemaKart, Neuchâtel 2006

Indice nazionale dei prezzi al consumo, dicembre 2010 = 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 2010	Prezzo gennaio 2011	Prezzo febbraio 2011
1 kg di limoni	3.20	3.50	3.60
1 kg di arance	2.50	2.00	2.50

Aggregazione di base

1) Calcolo della variazione dei prezzi di ogni articolo rispetto al periodo di base dicembre 2010 = 100:

Articoli	Indice dicembre 2010	Indice gennaio 2011	Indice febbraio 2011
1 kg di limoni	100	$\frac{3.50}{3.20} \times 100 = 109.4$	$\frac{3.60}{3.20} \times 100 = 112.5$
1 kg di arance	100	$\frac{2.00}{2.50} \times 100 = 80$	$\frac{2.50}{2.50} \times 100 = 100$

Nel gennaio 2011 l'indice dei prezzi di un kg di limoni è pari a 109,4, ciò significa che tra dicembre 2010 e gennaio 2011 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 maggio e gennaio 2011.

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:

$$\text{Indice gennaio 2011 «agrumi»} = \sqrt{109.4 \times 80} = 93.6$$

$$\text{Indice febbraio 2011 «agrumi»} = \sqrt{112.5 \times 100} = 106.1$$

Tra dicembre 2010 e gennaio 2011, i prezzi della posizione indice «agrumi» sono diminuiti in media del 6,4%. Tra dicembre 2010 e febbraio 2011, 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.

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 2010	Indice gennaio 2011	Indice febbraio 2011
Frutta fresca	0.635	100	102.2	104.2
Agrumi	0.102	100	93.6	106.1
Frutta con nocciolo	0.098	100	105.0	102.5
Frutta a granella	0.148	100	101.6	102.0
Banane	0.072	100	110.3	112.5
Altre frutta	0.215	100	102.8	102.8

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

$$\text{Indice della frutta fresca nel gennaio 2011} = \frac{(93.6 \times 0.102) + (105 \times 0.098) + (101.6 \times 0.148) + (110.3 \times 0.072) + (102.8 \times 0.215)}{0.102 + 0.098 + 0.148 + 0.072 + 0.215} = 102.2$$

$$\text{Indice della frutta fresca nel febbraio 2011} = \frac{(106.1 \times 0.102) + (102.5 \times 0.098) + (102.0 \times 0.148) + (112.5 \times 0.072) + (102.8 \times 0.215)}{0.102 + 0.098 + 0.148 + 0.072 + 0.215} = 104.2$$

I prezzi della frutta fresca sono aumentati in media del 2,1% tra dicembre e gennaio 2011 e quasi del 2,0% tra gennaio e febbraio 2011.


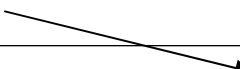
Il calcolo prosegue nello stesso modo fino all'ottenimento dell'indice totale.

Indice nazionale dei prezzi al consumo, dicembre 2010 = 100

Allegato 7: Il trattamento dei cambiamenti dell'assortimento e delle variazioni della qualità



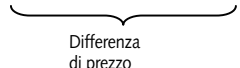
Esempio: Il prezzo del prodotto A è rilevato ogni mese dal dicembre 2010. Nel febbraio 2011, il prodotto A non è più sul mercato. Le tecniche di sostituzione sono le seguenti:

Tecnica 1: sostituzione diretta

Articolo / Prezzo	Dicembre 2010 (base 100)	Gennaio 2011	Febbraio 2011
Prezzo di A	2.- 	2.50 	---
Prezzo di B	---	---	2.80
Indice del prezzo	100	125	140

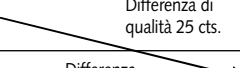
Questa tecnica si applica quando il prodotto B (prodotto di sostituzione) è quasi identico al prodotto A. Il prodotto A è quindi sostituito direttamente dal prodotto B. La serie di prezzi continua. L'aumento dei prezzi di 30 cts. tra gennaio e febbraio 2011 è considerato come un rincaro.

Tecnica 2: concatenamento

Articolo / Prezzo	Dicembre 2010 (base 100)	Gennaio 2011	Febbraio 2011
Prezzo di A	2.- 	2.50 	---
Prezzo di B	---	2.70 	2.80
Indice del prezzo	100	125	129.63

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 2010 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 30 cts. tra gennaio e febbraio 2011 è scomposto in due parti: 20 cts. sono considerati un miglioramento della qualità e 10 cts. un aumento di prezzo. Questa tecnica può applicarsi soltanto quando il prezzo del nuovo articolo del periodo precedente è conosciuto. La tecnica è particolarmente adatta alle rilevazioni con dati scannerizzati.

Tecnica 3: aggiustamento esplicito della qualità col metodo delle opzioni

Articolo / Prezzo	Dicembre 2010 (base 100)	Gennaio 2011	Febbraio 2011
Prezzo di A	2.-	2.50 	---
Prezzo di B	---	---	2.80
Indice del prezzo	100	125	127.27

Il prodotto B presenta caratteristiche supplementari (opzioni) che giustificano un prezzo più elevato che quello del prodotto A. Il valore di queste caratteristiche supplementari può essere stimato e quantificato a 25 cts. Se il prodotto A avesse avuto le stesse caratteristiche in gennaio, il suo prezzo sarebbe stato di 2.75 franchi. L'aumento dei prezzi di 30 cts. tra gennaio e febbraio 2011 è scomposto in due parti: 25 cts. sono considerati un miglioramento della qualità e 5 cts. un aumento di prezzo.

Tecnica 4: aggiustamento implicito della qualità mediante imputazione

Articolo / Prezzo	Dicembre 2010 (base 100)	Gennaio 2011	Febbraio 2011
Indice del gruppo di beni	100	100 $\xrightarrow{\text{L'indice dei prezzi di A aumenta di 5,66\%}}$	105.66
Prezzo di A	2.-	2.50	---
Prezzo di B	---	---	2.80
Indice del prezzo	100	125 $\xrightarrow{\text{L'indice dei prezzi di A aumenta di 5,66\%}}$	132.08

Il prodotto B ha la stessa funzione del prodotto A, ma non la stessa qualità. La differenza di qualità è difficile da quantificare. In caso di sostituzione del prodotto, si ritiene quindi che l'evoluzione di prezzo tra i due prodotti da gennaio a febbraio sia uguale a quella degli altri prodotti appartenenti allo stesso gruppo. In questo esempio è del 5,66 per cento. In gennaio, il prodotto B sarebbe quindi costato fr. 2.65. L'aumento di prezzo tra i due prodotti A e B è quindi scomposto in un'evoluzione di qualità di 15 cts. e un'evoluzione di prezzo di 15 cts. Questo metodo è utilizzato a partire dal 2011 per la sostituzione degli articoli di abbigliamento e di alcuni prodotti tecnologici.

Tecnica 5: aggiustamento esplicito della qualità mediante una funzione edonica

Articolo / Prezzo	Dicembre 2010 (base 100)	Gennaio 2011	Febbraio 2011
Prezzo di A	2.-	2.50	---
Prezzo di B	---	2.90 \downarrow Stima: aumento dovuto alla qualità di 16%	2.80
Indice del prezzo	100	125 $\xrightarrow{\text{L'indice dei prezzi cala di 3,45\%}}$	120.69

Il prodotto B non ha le stesse caratteristiche del prodotto A. La differenza di qualità non è quantificabile. Per misurare la differenza di qualità è utilizzata una funzione edonica, che permette di stimare il prezzo dei prodotti A e B a partire dalle loro caratteristiche. Essa permette tra l'altro di stimare il prezzo del prodotto A nel gennaio 2011 se quest'ultimo avesse avuto le caratteristiche che presenta il prodotto B nel febbraio 2011, il che equivale a stimare il prezzo del prodotto B nel gennaio 2011. Nell'esempio sopra, il prezzo del prodotto B nel gennaio 2011 è stimato a fr. 2.90, il che corrisponde a un aumento della qualità del 16 per cento rispetto al prodotto A, le cui caratteristiche sono stimate a un valore inferiore. Il prezzo stimato del prodotto B in gennaio è superiore al prezzo osservato realmente in febbraio. Ne risulta una flessione dell'indice del 3,45 per cento tra gennaio e febbraio 2011. Questo metodo è applicato dal 2011 ai PC/hardware e agli affitti.

Tecnica 6: non sostituzione

Articolo / Prezzo	Dicembre 2010 (base 100)	Gennaio 2011	Febbraio 2011
Prezzo di A	2.-	2.50	---
Prezzo di B	---	---	2.80
Indice del prezzo di A	100	125	---
Indice del prezzo di B	---	---	125

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 2011. La nuova serie di prezzi del prodotto B entra in vigore nel febbraio 2011. 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 125).

Indice nazionale dei prezzi al consumo, dicembre 2010 = 100

Allegato 8: Date di pubblicazione

I comunicati stampa sull'indice nazionale appariranno nel 2011 alle date seguenti, sempre alle ore 09h15:

IPC di	Data di pubblicazione
Gennaio	10.02.2011
Febbraio	09.03.2011
Marzo	06.04.2011
Aprile	10.05.2011
Maggio	07.06.2011
Giugno	07.07.2011
Luglio	05.08.2011
Agosto	06.09.2011
Settembre	06.10.2011
Ottobre	07.11.2011
Novembre	06.12.2011
Dicembre	06.01.2012

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

I principali risultati sono ottenibili al nostro servizio informazioni automatico:

Tel: 0900 55 66 55 (0.50 Fr. + 0.50 Fr./min, dalla rete fissa)

Sul sito Internet dell'UST, settore PREZZI, oltre a numerosi risultati trovate molte informazioni relative all'IPC all'indirizzo: **www.ipc.bfs.admin.ch**

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