

L'inflazione e gli indici dei prezzi al consumo

Franco Mostacci – ISTAT mostacci@istat.it

Monica Montella – ISTAT montella@istat.it

Quali argomenti affronteremo ?

1. L'inflazione e i prezzi al consumo;
2. Le caratteristiche generali dell'indagine (aspetti concettuali e definatori);
3. Il sistema di indici dei prezzi al consumo;
4. Il paniere dei prodotti (modalità di selezione, l'evoluzione);
5. La ponderazione;
6. La rilevazione dei prezzi e le sue particolarità;
7. La diffusione degli indici;
8. L'Eurosistema e la stabilità dei prezzi;
9. I prezzi e l'euro;
10. La percezione di inflazione.

1. Inflazione e indici dei prezzi al consumo

“L’inflazione consiste in un aumento generale dei prezzi” D. Begg, S. Fischer, R. Dornbusch – Economia

- ✓ riguarda tutte le transazioni di beni e servizi che avvengono in un sistema economico;
- ✓ interessa tutte le fasi della produzione e della commercializzazione di beni e servizi che transitano sui mercati (venditore-acquirente)

“L’indice dei prezzi al consumo è una misura dell’inflazione al consumo”

2. A cosa servono gli indici dei prezzi al consumo ?



misurare la variazione *pura* dei prezzi



stimare l'inflazione al consumo



indicatore del costo della vita



deflatore dei consumi privati



rivalutare somme monetarie



...e a molto altro (es. indici spaziali)

2. SEC95 – Schematizzazione dei consumi finali

	Settore che sostiene la spesa			NIC, FOI
	PPAA	Isp	Famiglie	Totale
Consumi Individuali	Trasferimenti sociali in natura	Trasferimenti sociali in natura	Spesa consumi finali famiglie	Consumi finali effettivi individuali famiglie
Consumi Collettivi	Consumi finali effettivi collettivi	0	0	Consumi finali effettivi collettivi PP AA
Totale	Spesa consumi finali PPAA	Spesa consumi finali Isp	Spesa consumi finali famiglie	Consumi finali effettivi (spesa per consumi)

IPCA

2. Aspetti concettuali

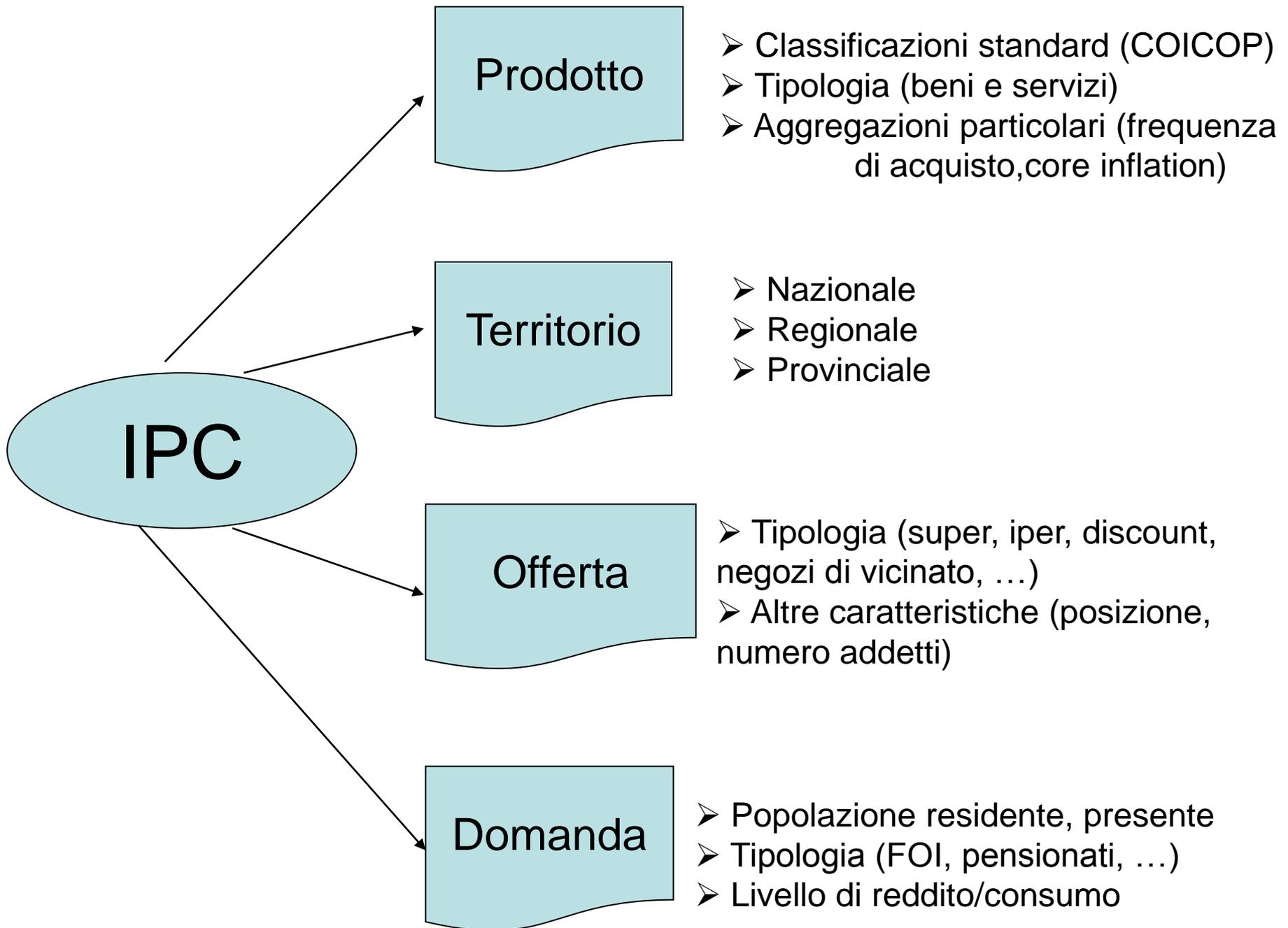
Gli indici dei prezzi al consumo misurano le variazioni nel tempo dei prezzi osservabili all'ultimo stadio della transazione commerciale in cui l'acquirente è la famiglia (consumi finali privati).

- sono esclusi i consumi collettivi;
- sono esclusi i consumi intermedi delle famiglie;
- sono considerate le sole transazioni monetarie.

2. Definizione

Gli indici dei prezzi al consumo riguardano:

- ✓ prezzi effettivi;
- ✓ di beni e servizi acquistabili sul mercato;
- ✓ destinati al consumo finale;
- ✓ delle famiglie;
- ✓ presenti sul territorio economico del Paese;
- ✓ relativi a transazioni monetarie.



3. Sistema di indici dei prezzi al consumo

	NIC	FOI	IPCA
Dominio	Consumi finali effettivi	Consumi finali effettivi	Spese per consumi finali
Popolazione	Famiglie Turisti Comunità	Famiglie (di operai ed impiegati)	Famiglie Turisti Comunità
Territorio	Domestico	Residente	Domestico

3. Le componenti di un indice dei prezzi al consumo

$$\frac{\sum_{i=1}^n p_i^1 q_i^0}{\sum_{i=1}^n p_i^0 q_i^0} = \sum_{i=1}^n x_i^{1/0} w_i^0$$

✓ n beni e servizi (paniere)

✓ indice di prezzo $x_i^{1/0} = \frac{p_i^1}{p_i^0} \times 100$

✓ coefficienti di ponderazione $w_i^0 = \frac{p_i^0 q_i^0}{\sum_{i=1}^n p_i^0 q_i^0} = \frac{v_i^0}{V^0}$

4. Paniere dei prodotti

Insieme di beni e servizi (campione) preso a riferimento per il calcolo degli indici dei prezzi al consumo



Prevalenza



Rappresentatività



Esaustività



Diffusione sul territorio

4. Articolazione dell'indice dei prezzi al consumo



Come è cambiato il paniere

1954

2012

Generi alimentari

Agnello e capretto, agnellone e castrato, trippa, anguille, baccalà e stoccafisso, acciughe salate, lardo, strutto, fagioli e ceci secchi

Cereali biologici, merenda preconfezionata, biscotti frollini, piatto pronto surgelato, wurstel, bresaola, salmone, bastoncini di pesce surgelato, yogurt, patatine fritte, ovetto di cioccolata, torta gelato

Bevande

Vino comune, birra nazionale, alcool per usi alimentari

Whisky, limoncello, vino DOC

Tabacchi

Sigarette nazionali, esportazioni filtro

(tutte le principali marche di sigarette)

Vestiario

Tessuto pettinato invernale/estivo, tessuto cardato per paletot, tessuto madapolam, tessuto popeline per camicia, camicia terital, sottoveste, cappello, basco ragazzo

Giaccone impermeabile, giubbotto in pelle, giacca in pelle donna, jeans, polo, t-shirt, felpa, collant

Combustibili

Legna, carbone vegetale, carbon coke, carbonella

Gas per riscaldamento, gasolio

Articoli per la casa

Tela lino per lenzuolo, tela per tovagliato, sapone da bucato, soda solvay, lastre di vetro, pentola di alluminio, scopa di saggina

Tavolo porta PC, lampada da terra, padella antiaderente, contenitore in plastica, lampadina a risparmio energetico, ammorbidente, detergente per WC, piatti usa e getta, rotolo carta alluminio

Apparecchi ed elettrodomestici

Macchina da cucire, cucina elettrica, apparecchio radio, lucidatrice

Forno a microonde, climatizzatore, frigo freezer, caldaia murale, telefoni cellulari, impianto HI-FI, antenna satellitare e decoder, personal computer, tablet, videocamera, macchina fotografica digitale, ebook

Medicinali

Aspirina, tintura di iodio, purgante salino, olio di fegato di merluzzo

(tutte le principali specialità terapeutiche)

Beni per l'igiene personale

Brillantina liquida, borotalco, sapone da toilette, crema per calzature

Sapone liquido, gel per capelli, deodorante, crema idratante, latte detergente

Altri beni

Carta protocollo, pennini, inchiostro, cartuccia per fucile

Lenti a contatto, profilattico, apparecchio per inalazioni, casco per motociclista, motocaravan

Servizi di trasporto

Mezzi a trazione animale, funicolare, autofiltranvie extraurbane, ferrovie in concessione

Trasporti urbani multimodali, viaggi aerei intercontinentali, viaggi ferroviari eurostar/intercity

Servizi per la persona

Rasatura barba, lavaggio capelli, messa in piega, bagno in vasca o doccia pubblica, lucidatura scarpe

Analisi cliniche, fisioterapia, tintura capelli

Altri servizi

Domestica a tutto servizio, lavandaia a domicilio, lavanderia a macchina, stiratura a mano, stiratura a macchina, asporto immondizia, canone telefonico duplex, tintoria, confezione abito, corso di stenodattilografia, facchinaggio

Servizi di telefonia, veterinario, toilette cani, parchi di divertimento, impianti di risalita, ingresso in discoteca, noleggio DVD, abbonamento pay-tv, pacchetti vacanza tutto compreso, corso di informatica, pasto al fast-food, campeggio, agriturismo

5. Sistema di ponderazione

I pesi rappresentano l'importanza relativa (su base annuale) dei singoli prodotti rispetto alla spesa complessiva per consumi delle famiglie.

Ad ogni posizione rappresentativa è associato un peso. La somma dei pesi è uguale a 1 o espressa in percentuale.

Per gli indici NIC e FOI il totale di riferimento sono i consumi finali effettivi individuali, mentre per l'IPCA il totale è la spesa per consumi finali delle famiglie.

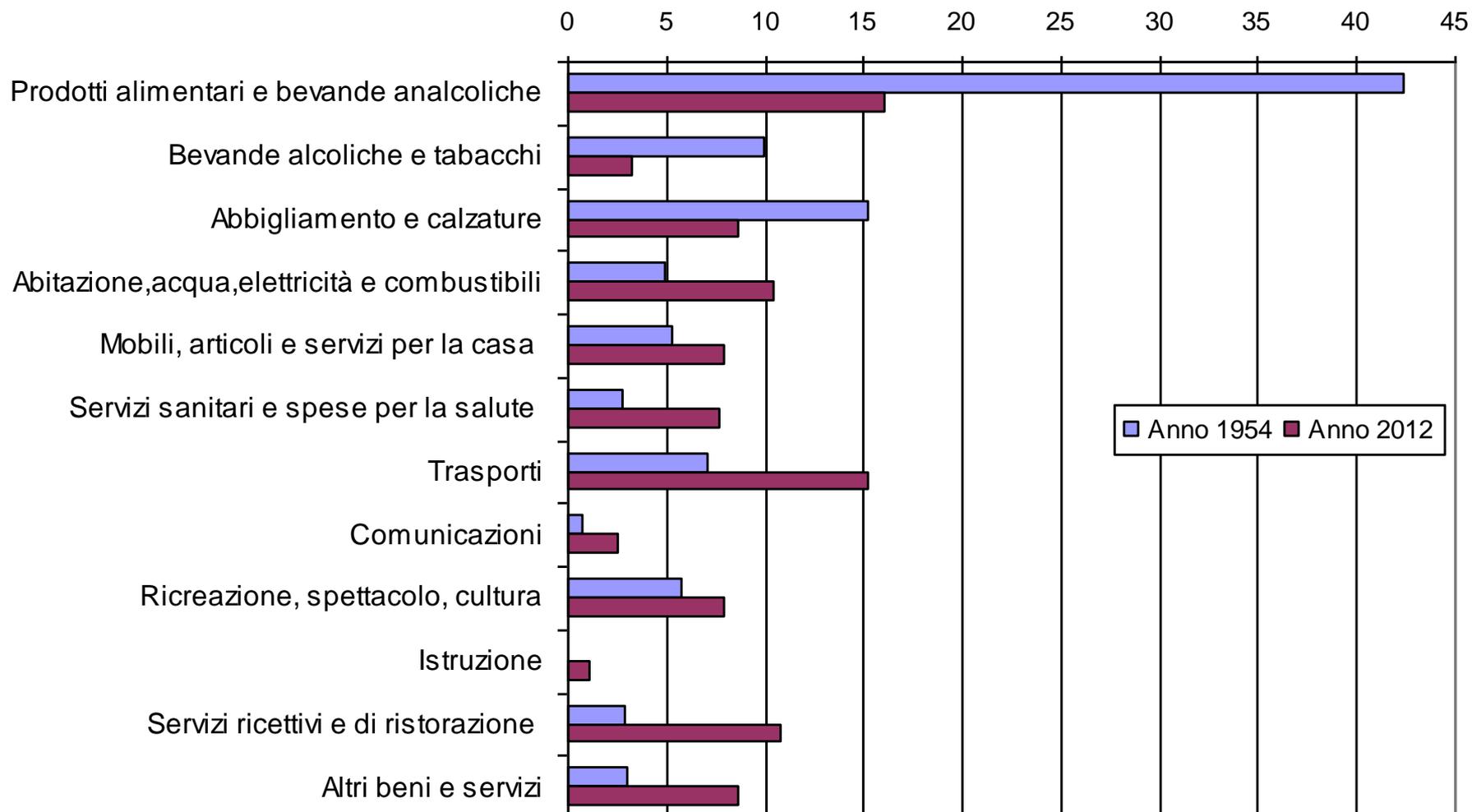
I pesi, come anche il paniere, sono aggiornati tutti gli anni.

5. Struttura dei pesi NIC– anno 2012

Divisioni		Totali		Tipo di rilevazione				Periodicità			
				Centralizzata		Comunale		Mensili		Bimensili	
		nr.	peso %	nr.	peso %	nr.	peso %	nr.	peso %	nr.	peso %
1	Prodotti alimentari e bevande analcoliche	179	16.0	0	0.0	179	16.0	127	13.2	52	2.8
2	Bevande alcoliche, tabacchi	13	3.2	3	2.2	10	0.9	13	3.2	0	0.0
3	Abbigliamento e Calzature	57	8.6	0	0.0	57	8.6	57	8.6	0	0.0
4	Abitazione, acqua, elettricità e Combustibili	20	10.4	4	2.0	16	8.4	18	9.7	2	0.7
5	Mobili, articoli e servizi per la casa	75	7.9	0	0.0	75	7.9	75	7.9	0	0.0
6	Servizi sanitari e spese per la salute	28	7.7	1	1.4	27	6.4	28	7.7	0	0.0
7	Trasporti	46	15.2	17	5.6	29	9.6	43	10.9	3	4.3
8	Comunicazioni	10	2.5	10	2.5	0	0.0	10	2.5	0	0.0
9	Ricreazione, spettacoli e cultura	75	7.9	30	4.8	45	3.1	75	7.9	0	0.0
10	Istruzione	6	1.1	1	0.5	5	0.7	6	1.1	0	0.0
11	Servizi ricettivi e di ristorazione	24	10.8	3	0.5	21	10.3	24	10.8	0	0.0
12	Altri beni e servizi	64	8.6	5	1.5	59	7.1	64	8.6	0	0.0
Totale complessivo		597	100.0	74	20.9	523	79.1	540	92.2	57	7.8

5. Come sono cambiati i consumi

Pesi dei capitoli di spesa - 1954 e 2012 (valori percentuali)



6. La rilevazione dei prezzi

La Rilevazione territoriale interessa 523 posizioni rappresentative che rappresentano il 79,1% del paniere.

Riguarda **84** Comuni capoluogo in cui si osservano: oltre **500** mila quotazioni di beni e servizi in **42** mila unità di rilevazione e gli affitti di **8.300** abitazioni

Come si effettua?

- ✓ selezione dell'unità di rilevazione;
- ✓ scelta iniziale della referenza;
- ✓ rilevazione mensile dei prezzi.

6. La rilevazione dei prezzi

Rilevazione centralizzata interessa 74 posizioni rappresentative che rappresentano il 20,9% del paniere.

Sono raccolte mensilmente 80 mila quotazioni.

I prezzi di quali beni e servizi sono osservati centralmente?

- ✓ con prezzo uniforme sul territorio;
- ✓ soggetti a normative nazionali o regionali;
- ✓ rappresentativi di mercati con caratteristiche peculiari dal lato della domanda e dell'offerta;
- ✓ riferiti alla filiera turistica.

6. Aspetti particolari della rilevazione



Le sostituzioni dei prodotti e gli aggiustamenti di qualità



Le riduzioni temporanee di prezzo (gli sconti)



Il trattamento della stagionalità

6. Le sostituzioni di prodotti

La rilevazione dei prezzi al consumo è effettuata mensilmente sulla medesima referenza A selezionata ad inizio anno.

Se la referenza non è più disponibile si sostituisce con un'altra B avente caratteristiche simili.

L'indice elementare di prezzo non può più essere calcolato direttamente.

$$I_{m-1} = \frac{P_A^{m-1}}{P_A^0} \times 100$$

$$I_m \neq \frac{P_B^m}{P_A^0} \times 100$$

La differenza tra il prezzo di B al tempo m e il prezzo di A al tempo m-1 esprime sia la variazione di prezzo tra m-1 e m che la variazione di qualità eventualmente presente nelle due referenze.

6. I metodi di aggiustamento della qualità



Espliciti

Si confrontano A e B sulla base delle loro caratteristiche costitutive pervenendo ad una quantificazione in termini monetari (valutazione di esperti; option o production cost; metodi edonici, giudizio del rilevatore; rapporto tra quantità).



Impliciti

Valutazione delle differenze di prezzo tra A e B riscontrate nello stesso periodo temporale (sovrapposizione), imputazione con donatore singolo o imputazione media (bridged overlap).

6. Le riduzioni temporanee di prezzo

Il regolamento CE n. 2602/2000 ha introdotto le riduzioni di prezzo (sconti) solo nell'IPCA, se sussistono le condizioni:

- non devono dipendere dalla quantità acquistata (es. escluso il 3X2);
- devono valere per la generalità degli acquirenti senza limitazioni di sorta (es. esclusi gli sconti praticati ai possessori di *fidelity card*);
- devono essere note all'acquirente al momento dell'acquisto;
- devono essere praticate al momento dell'acquisto o in un periodo di tempo tale da influenzare la decisione di acquisto (avere una durata di almeno 14 giorni a cavallo della rilevazione).

Per gli indici NIC e FOI si considerano le riduzioni di prezzo solo se non sono temporanee.

6. Il trattamento della stagionalità

Il regolamento CE n. 330/2009 ha introdotto il trattamento dei prodotti stagionali.

Un prodotto è stagionale quando non è acquistabile o è acquistato in volumi modesti o irrilevanti in alcuni periodi dell'anno (es. frutta fresca, ortaggi freschi, abbigliamento).

Il calendario di rilevazione stabilisce i mesi in cui deve essere osservato il prezzo di un prodotto stagionale.

Possibili metodi di trattamento per i mesi in cui un prodotto è fuori stagione:

- il peso è assegnato in proporzione agli altri prodotti della stessa categoria COICOP;
- il peso è mantenuto e al prodotto assente si assegna la variazione dei prezzi dei prodotti “in stagione” (stima controstagionale) o di tutti i prodotti (stima omnistagionale) della stessa categoria COICOP.

7. Le tavole con gli indici dei prezzi al consumo

PROSPETTO 1. INDICI DEI PREZZI AL CONSUMO NIC, PER DIVISIONE DI SPESA
Febbraio 2012, pesi e variazioni percentuali (base 2010=100)

Divisioni	Pesi	feb-12 gen-12	feb-12 feb-11	gen-12 gen-11	feb-11 gen-11	Inflazione acquisita
Prodotti alimentari e bevande analcoliche	159.786	0,8	2,8	2,4	0,4	2,1
Bevande alcoliche e tabacchi	31.521	0,0	6,1	6,1	0,0	4,1
Abbigliamento e calzature	86.363	0,0	2,9	2,9	0,0	1,8
Abitazione, acqua, elettricità e combustibili	104.366	0,4	7,2	7,4	0,6	4,9
Mobili, articoli e servizi per la casa	79.370	0,2	2,3	2,3	0,2	1,6
Servizi sanitari e spese per la salute	77.286	0,1	-0,1	0,1	0,3	0,2
Trasporti	151.985	0,9	7,5	7,3	0,8	4,0
Comunicazioni	24.796	-0,6	-2,4	-1,8	0,0	-1,1
Ricreazione, spettacoli e cultura	78.762	0,6	1,0	0,4	0,0	1,0
Istruzione	11.411	0,1	2,1	2,0	0,0	1,5
Servizi ricettivi e di ristorazione	108.361	-0,1	1,3	1,5	0,1	-0,4
Altri beni e servizi	85.993	0,2	2,8	2,8	0,1	1,5
Indice generale	1.000.000	0,4	3,3	3,2	0,3	1,9

PROSPETTO 2. INDICE DEI PREZZI AL CONSUMO NIC, PER TIPOLOGIA DI PRODOTTO

Febbraio 2012, pesi e variazioni percentuali (base 2010=100)

Tipologie di prodotto	Pesi	feb-12 gen-12	feb-12 feb-11	gen-12 gen-11	feb-11 gen-11	Inflazione acquisita
Beni alimentari, di cui:	168.888	0,8	2,8	2,3	0,3	2,0
Alimentari lavorati	104.302	0,2	3,4	3,5	0,3	2,0
Alimentari non lavorati	64.586	1,7	1,8	0,5	0,4	2,3
Beni energetici, di cui:	90.350	1,0	15,6	15,5	0,9	10,4
Energetici regolamentati	38.542	0,1	14,0	14,1	0,2	8,9
Energetici non regolamentati	51.808	1,7	16,9	16,4	1,2	11,5
Tabacchi	22.419	0,0	7,2	7,2	0,0	4,8
Altri beni, di cui:	285.747	0,2	1,6	1,5	0,1	1,2
Beni durevoli	93.906	-0,1	0,7	1,0	0,2	0,7
Beni non durevoli	76.462	0,4	0,7	0,7	0,4	1,0
Beni semidurevoli	115.379	0,1	2,9	2,6	-0,2	1,8
Beni	567.404	0,5	4,2	3,9	0,2	3,0
Servizi relativi all'abitazione	67.062	0,4	2,4	2,5	0,5	1,9
Servizi relativi alle comunicazioni	20.310	0,1	2,1	2,0	0,0	1,2
Servizi ricreativi, culturali e per la cura della persona	165.911	0,1	1,4	1,4	0,1	0,0
Servizi relativi ai trasporti	81.556	0,8	4,9	4,8	0,7	1,1
Servizi vari	97.757	0,1	1,3	1,4	0,2	0,6
Servizi	432.596	0,3	2,2	2,3	0,4	0,8
Indice generale	1.000.000	0,4	3,3	3,2	0,3	1,9
Componente di fondo	845.064	0,2	2,2	2,3	0,3	1,1
Indice generale al netto degli energetici	909.650	0,4	2,3	2,2	0,3	1,3

FIGURA 5. INDICI DEI PREZZI AL CONSUMO NIC

Variazioni percentuali rispetto allo stesso mese dell'anno precedente

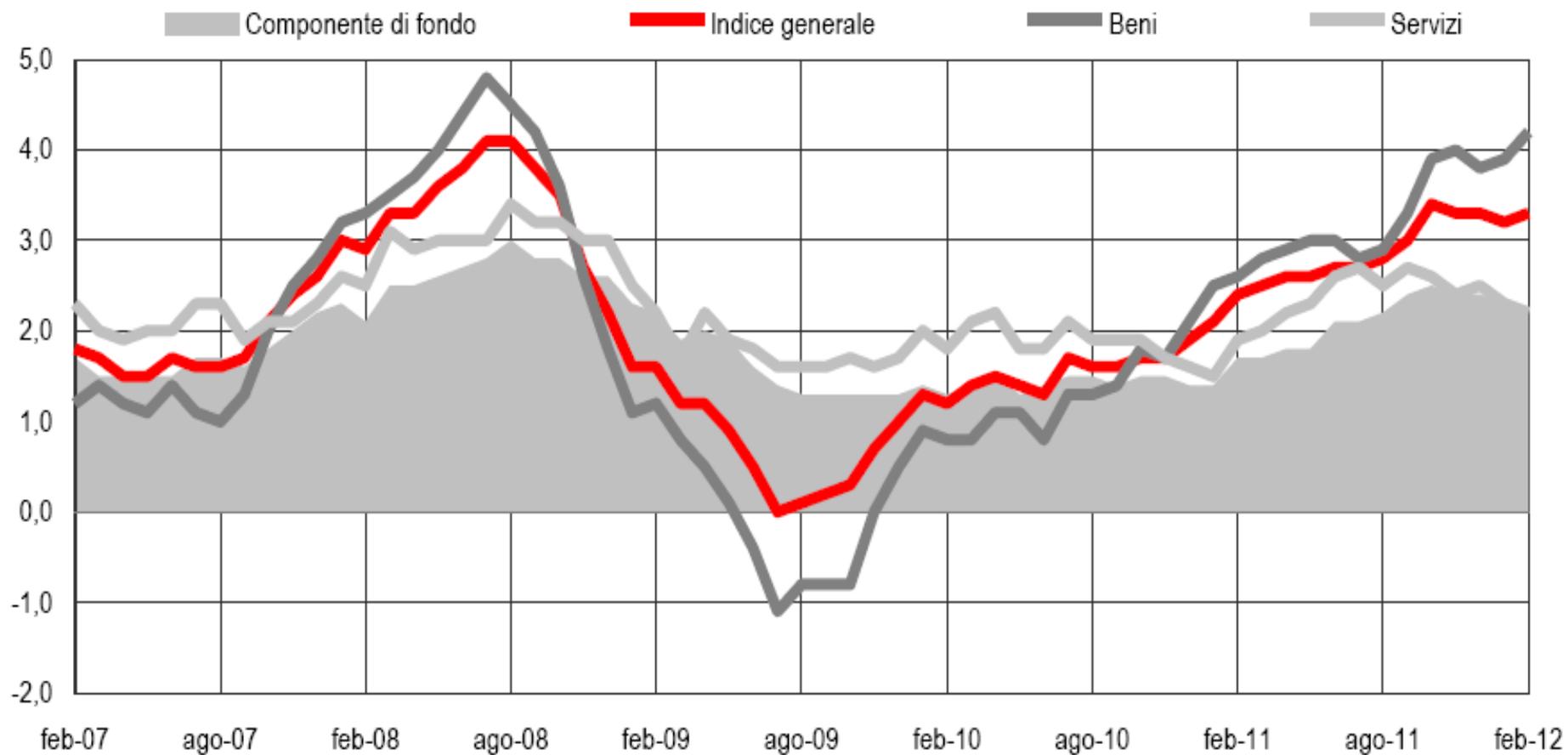


FIGURA 8. INDICI DEI PREZZI AL CONSUMO NIC, SERVIZI REGOLAMENTATI E NON REGOLAMENTATI
Variazioni percentuali rispetto allo stesso mese dell'anno precedente

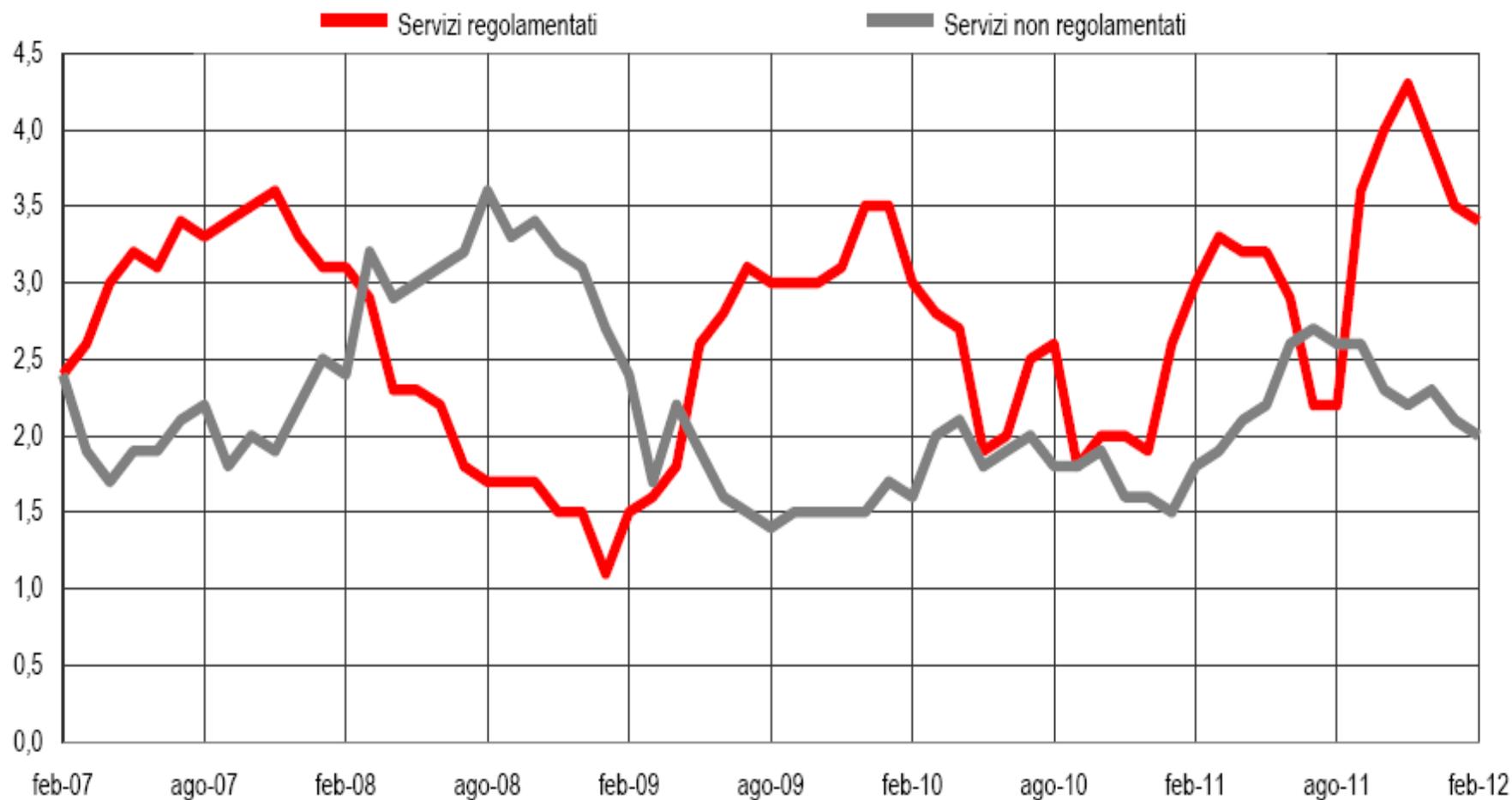
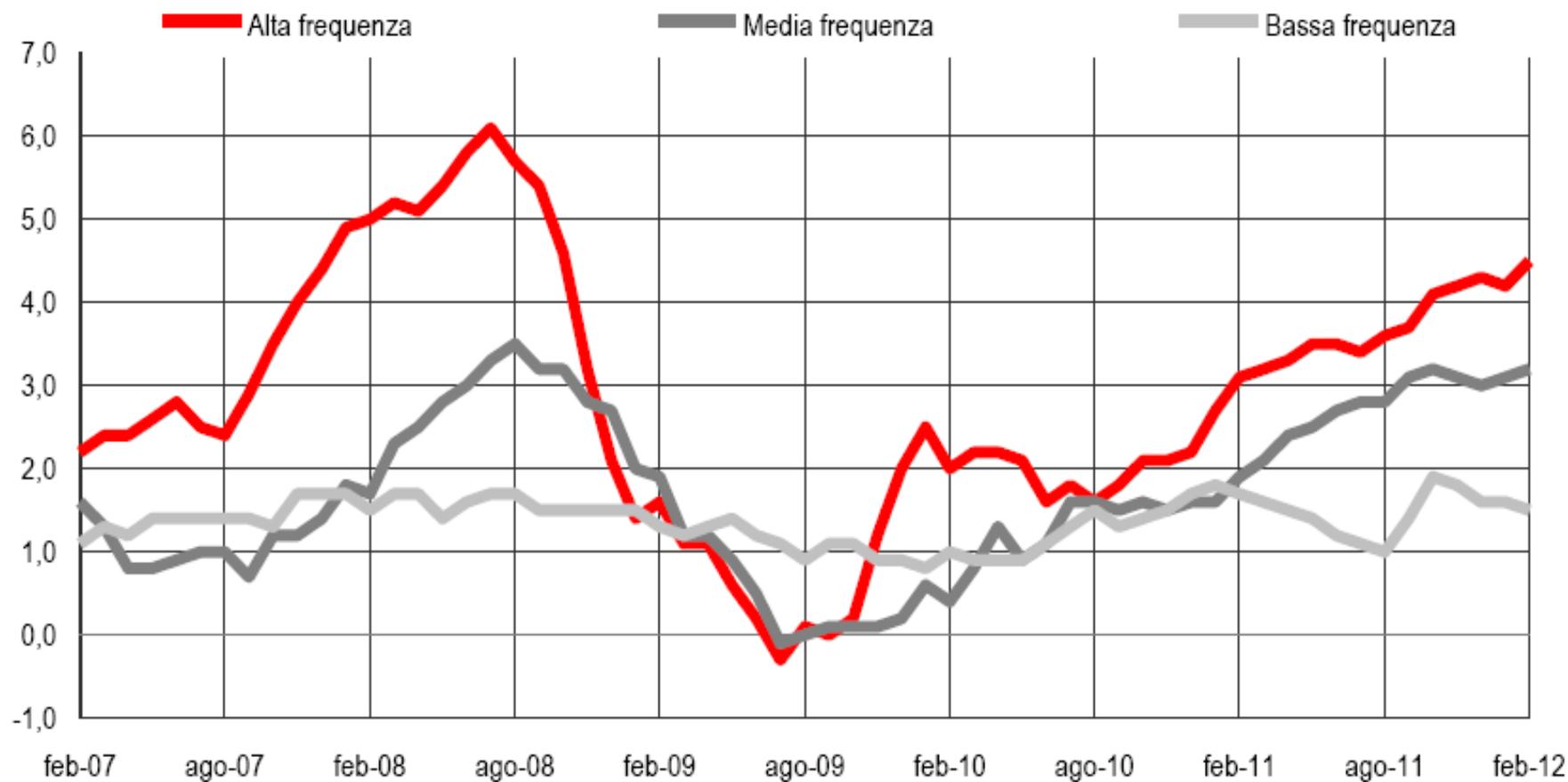


FIGURA 7. INDICI DEI PREZZI AL CONSUMO NIC, PER PRODOTTI A DIVERSA FREQUENZA DI ACQUISTO
Variazioni percentuali rispetto allo stesso mese dell'anno precedente



8. La genesi dell'IPCA

Il Trattato di Maastricht (febbraio 1992) ha definito la “stabilità dei prezzi” come uno dei parametri per misurare la convergenza delle economie di un Paese ai fini dell'accesso all'Unione Monetaria.

L'articolo 109j stabilisce che “l'inflazione deve essere misurata mediante degli indici dei prezzi al consumo, calcolati su una base comparabile, tenendo conto delle differenze nelle definizioni nazionali”.

Ai fini dell'ammissione all'area dell'euro il tasso di inflazione di uno Stato membro non deve superare di oltre l'1,5% quello dei tre Stati membri che hanno conseguito i migliori risultati in materia di stabilità dei prezzi nell'anno che precede l'esame della situazione dello Stato membro.

8. Il ruolo della BCE e la stabilità dei prezzi

Il Consiglio direttivo della BCE ha definito la stabilità dei prezzi come un aumento sui dodici mesi dell'IPCA per l'area dell'euro inferiore al 2% con riferimento ad un orizzonte di medio termine.

La stabilità dei prezzi aiuta a:

- ✓ rendere più evidenti le variazioni dei prezzi relativi;
- ✓ evitare il “premio per il rischio di inflazione”;
- ✓ impiegare le risorse in maniera produttiva;
- ✓ ridurre l'effetto distorsivo dei sistemi tributari e previdenziali;
- ✓ preservare la coesione e la stabilità sociale;
- ✓ mantenere la stabilità finanziaria.

8. L'indice armonizzato dei prezzi al consumo

L'IPCA è lo strumento attraverso il quale la BCE controlla l'andamento dell'inflazione ai fini delle decisioni di politica monetaria.

L'IPCA dell'Unione Monetaria Europea è la media ponderata dell'IPCA di ciascuno dei 17 Stati che ne fanno parte.

A partire da gennaio 1997, l'ISTAT produce, in accordo con il Regolamento CE n. 2494/95 ed i conseguenti Regolamenti di attuazione, un indice dei prezzi al consumo che consente di valutare, su una base comune, l'*inflazione* dei paesi aderenti all'Unione Europea (IPCA).

Il requisito fondamentale dell'IPCA è la **comparabilità**.

L'IPCA differisce dal NIC per il dominio di riferimento, la presenza degli sconti e la copertura (sono esclusi lotto, lotterie e scommesse e servizi per l'assicurazione vita).

9. I prezzi e l'euro

Dal 2002 (anno dell'introduzione della moneta unica in Europa) i cittadini hanno percepito un aumento del livello dei prezzi superiore a quello registrato dalle statistiche ufficiali.

Mentalmente la conversione era effettuata convertendo i prezzi espressi in euro ad un valore arrotondato di 2000 lire anziché di 1936,27, ritenendo quindi erroneamente di dover sopportare un'inflazione del 3.2% superiore a quella effettiva.

Divario tra inflazione "percepita" e inflazione misurata in Italia si è manifestato con maggiore intensità rispetto ad altri Paesi della UME e si è attenuato solo nel 2004.

9. Vivace dibattito

L'opinione comune che si è consolidata nel tempo è che il tasso di conversione "reale" sia stato di 1000 lire per euro, con un aumento dei prezzi del 100%.

Perdita di credibilità nei confronti degli indicatori ufficiali, considerati inadeguati a valutare l'inflazione effettivamente subita dalle famiglie.

Le misure dell'inflazione da parte di Istituti privati che utilizzavano metodologie non appropriate hanno avvalorato tali percezioni.

L'effetto memoria tende a sottostimare i prezzi in lire prima dell'avvento dell'euro avvalorando la sensazione di un aumento dei prezzi superiore a quello effettivo

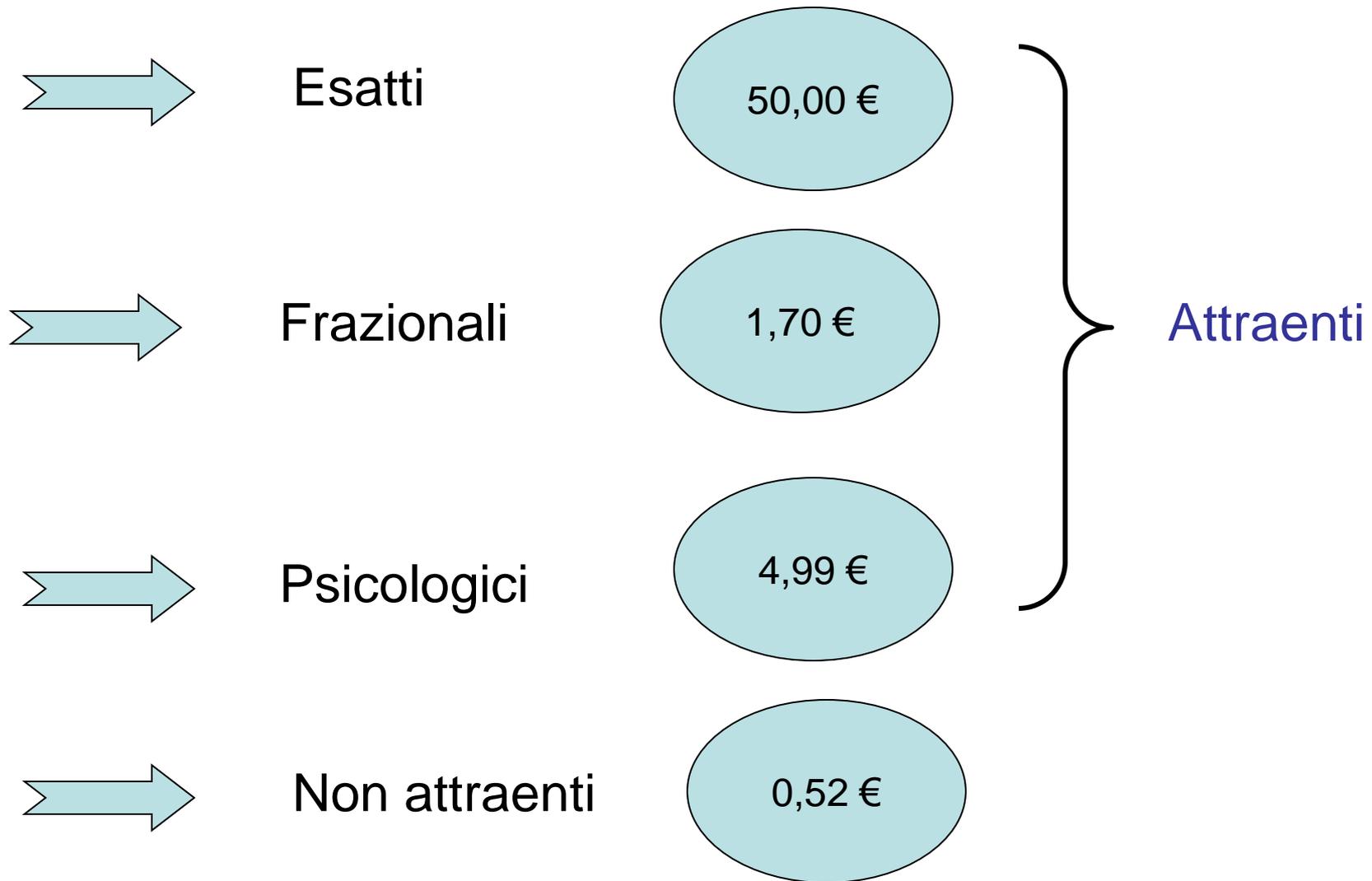
9. Il ruolo dei mezzi di informazione

L'influenza dei media. La televisione e i giornali di tutta l'UE si occupano di inflazione, poiché è un argomento di interesse per i loro telespettatori e lettori. Ma gli articoli che parlano degli aumenti del costo della vita sono talvolta basati su dati limitati raccolti dalle stesse agenzie di stampa. Quindi, per quanto possano riportare fedelmente i singoli cambiamenti di prezzo, i servizi giornalistici non danno sempre il quadro generale dell'inflazione (Eurostat).

Nel periodo della transizione all'euro hanno riservato un'attenzione speciale all'inflazione e quindi:

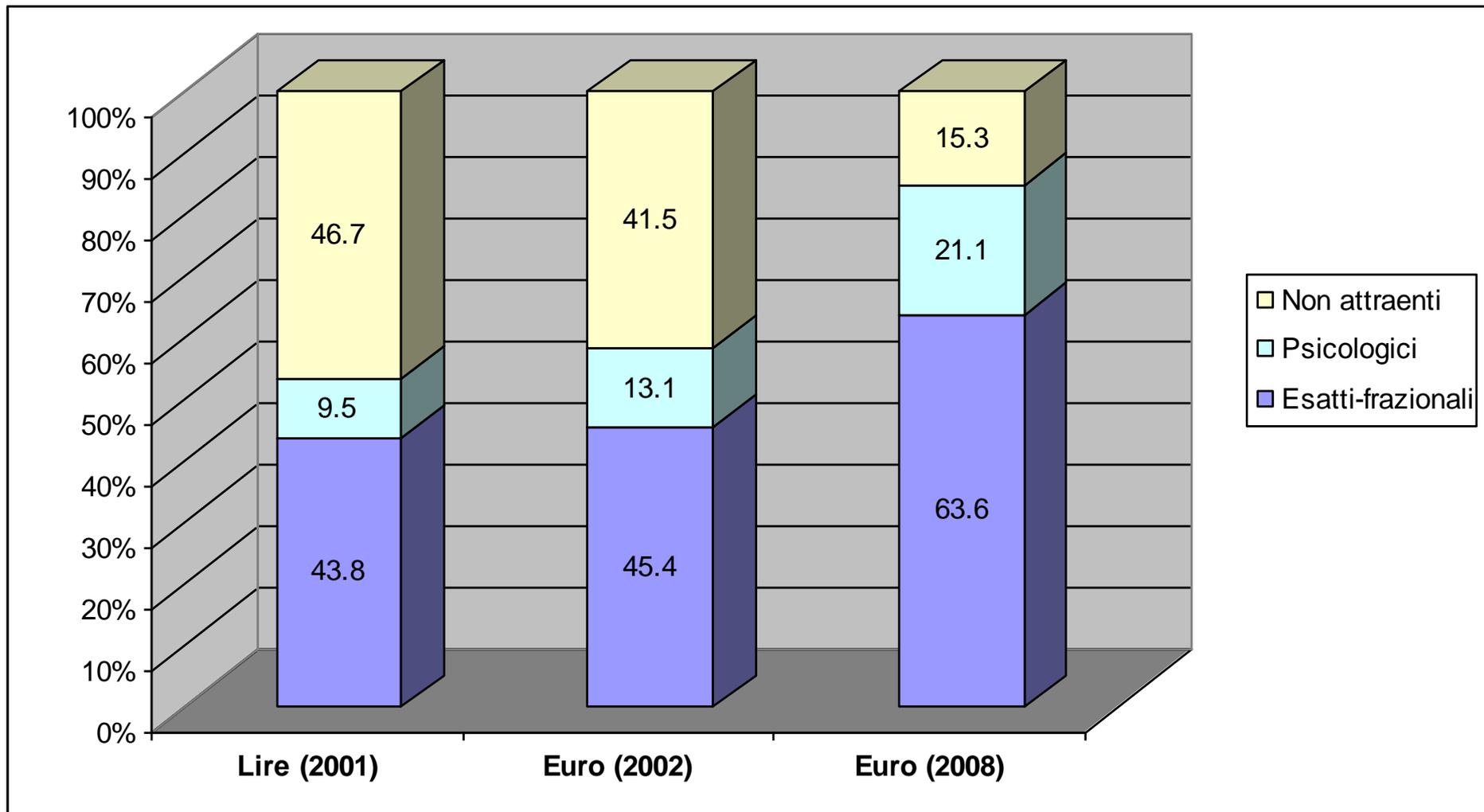
- ✓ hanno dato voce ai dubbi sull'affidabilità delle statistiche ufficiali;
- ✓ hanno amplificato la risonanza di dichiarazioni e di analisi in contrasto con le stime ufficiali;
- ✓ hanno alimentato la percezione di un'accelerazione generalizzata dei prezzi.

9. Modalità di fissazione dei prezzi



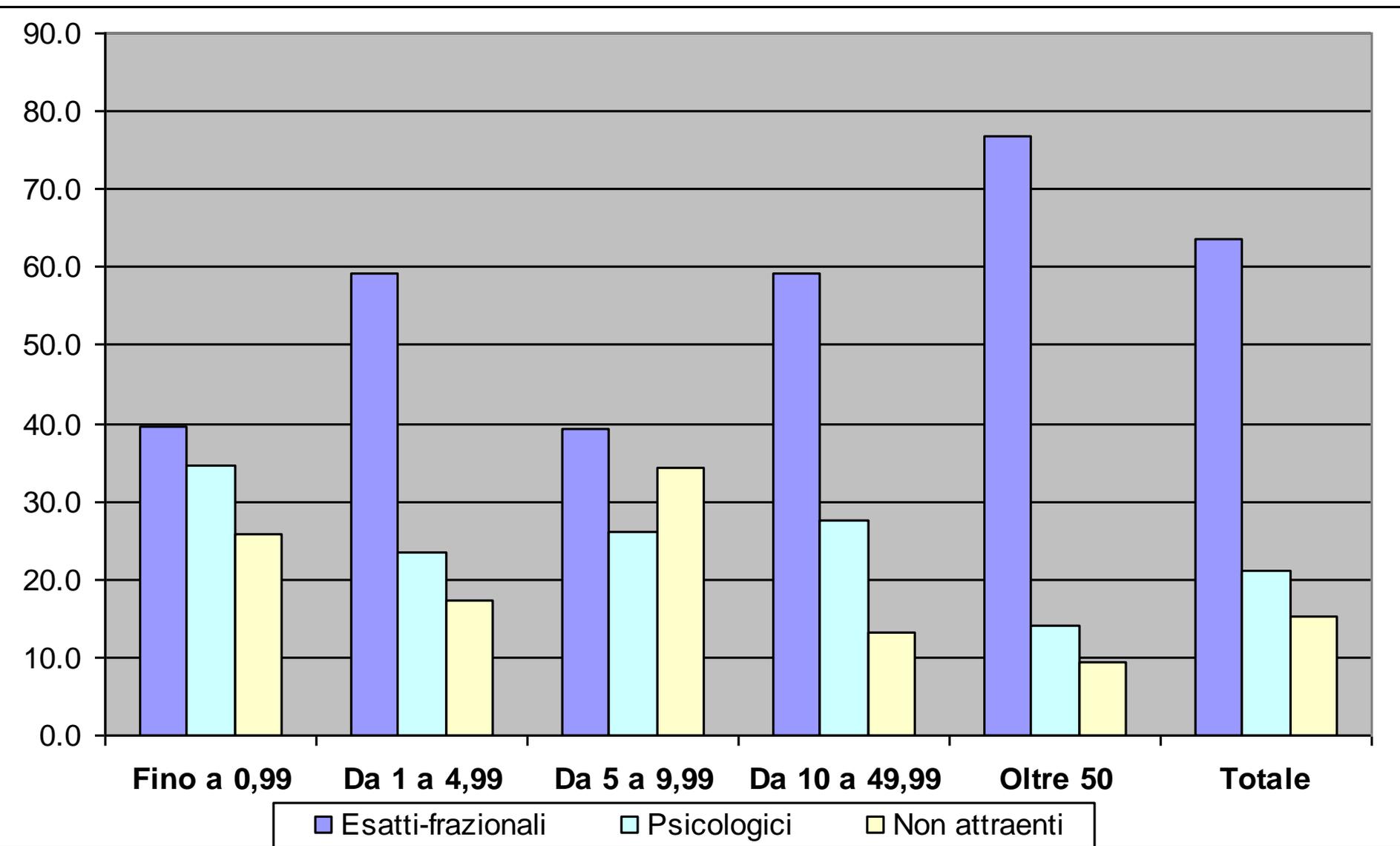
9. Tipologie di prezzo in lire e in euro

(composizione percentuale)



9. Tipologie per livello di prezzo

(composizione percentuale a dicembre 2008)



10. La percezione di inflazione

L'inflazione percepita tende a influenzare il comportamento economico dell'opinione pubblica (lavoratori, consumatori, risparmiatori, investitori).

E' importante che non si discosti molto dai tassi di inflazione misurati, perché potrebbe influenzare la propensione al consumo e al risparmio delle persone.

Numerosi fattori contribuiscono a far percepire un'inflazione diversa (in genere più elevata) di quella misurata.

10. La percezione di inflazione

- Gli aumenti di prezzo attirano maggiormente l'attenzione dei consumatori rispetto alle diminuzioni;
- I prezzi degli acquisti frequenti e dei pagamenti in contanti sono maggiormente notati;
- La percezione di inflazione si basa sui beni e servizi acquistati dalla singola famiglia/individuo;
- Ciascun individuo attribuisce una diversa importanza ai beni e servizi del paniere sulla base dell'esperienza personale e della propria capacità di sintesi;
- Il tasso di inflazione è riferito ad un orizzonte temporale annuale, mentre il ricordo personale è meno preciso;
- Le variazioni di prezzo possono incorporare variazioni della qualità del prodotto acquistato.

10. La percezione di inflazione

Un indicatore qualitativo della percezione di inflazione è considerato nell'inchiesta mensile dell'ISTAT sulla fiducia dei consumatori.

L'indagine è basata su un campione di circa 2000 individui ai quali viene chiesto di esprimere un giudizio sulla variazione dei prezzi al consumo negli ultimi 12 mesi e le aspettative per i prossimi 12 mesi.

Le possibili risposte al quesito sono:

Forte crescita (+ +)

Crescita moderata (+)

Crescita lieve (=)

Stabili (-)

Diminuiti (- -)

Non sa, non risponde (NR)

Le risposte sono differenziate per condizione socio economica e professionale delle famiglie e per ripartizione geografica.

Con la percentuale di risposte si costruisce un saldo (ponderato):

$$S = 1x('++'\%) + 0,5x('+'\%) + 0,5x('-\'\%) + 1x('--'\%)$$

10. La percezione di inflazione

FIGURA 2. GIUDIZI E ATTESE SULL'ANDAMENTO DEI PREZZI AL CONSUMO

Gennaio 2006 - Gennaio 2012, saldi ponderati destagionalizzati



10. I sistemi di ponderazione

INFLAZIONE MISURATA

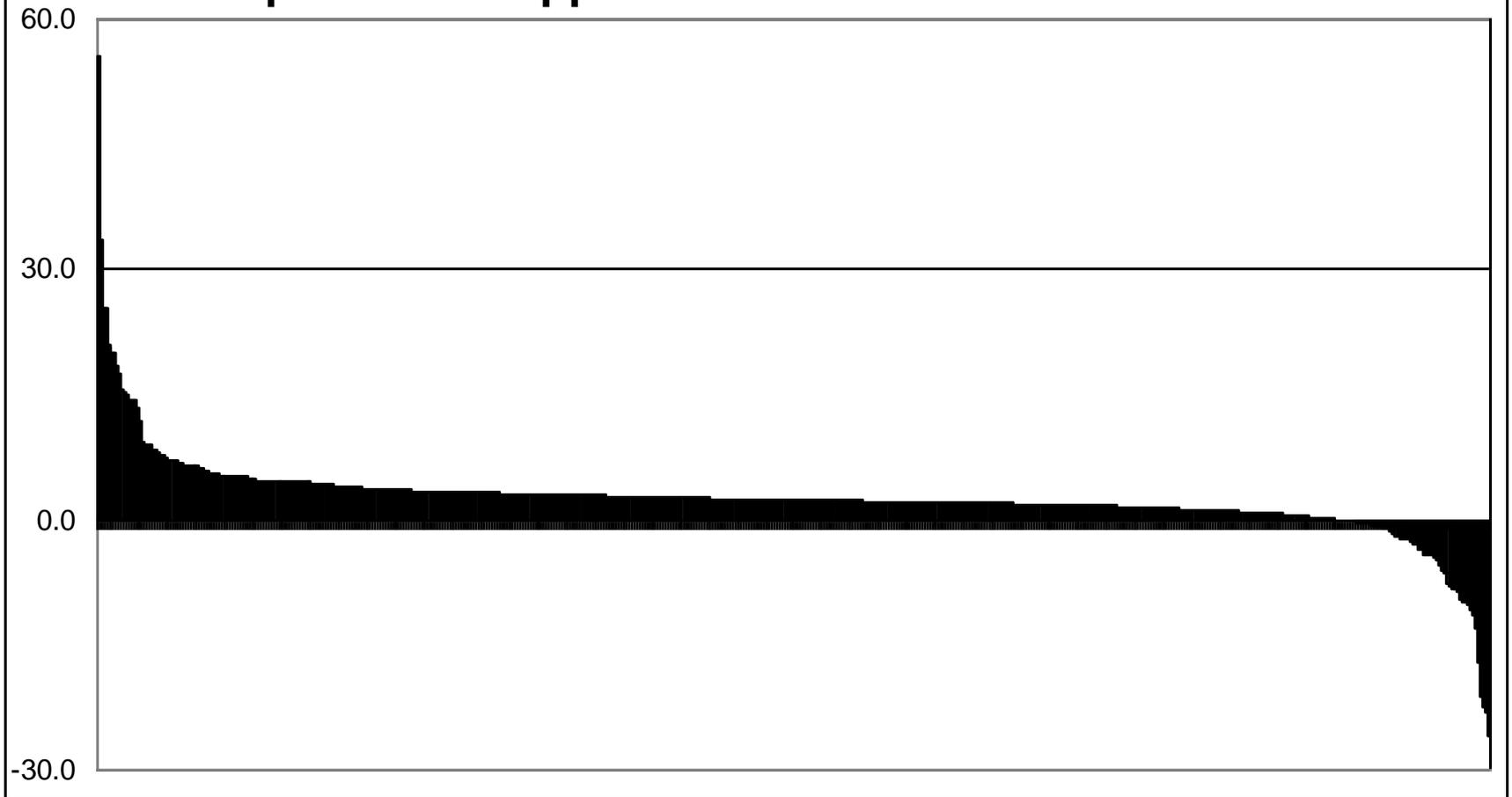
Le voci dell'IPC ufficiale sono ponderate con pesi che riflettono l'incidenza della spesa per ciascun bene o servizio sul totale dei consumi delle famiglie. L'indice IPC è costruito come media ponderata delle singole voci

INFLAZIONE PERCEPITA

Le percezioni del consumatore attribuiscono un peso maggiore agli incrementi rispetto alle riduzioni di prezzo e alle variazioni grandi rispetto a quelle piccole, nonostante possano corrispondere a prodotti con scarso peso nel paniere IPC. Differenze socio economiche attribuiscono importanze diverse ai prodotti. Es. beni alimentari hanno un peso maggiore nelle famiglie meno abbienti

10. La distribuzione delle variazioni

**NIC - Variazioni % tendenziali per
posizione rappresentativa - febbraio 2012**



10. Paniere medio e panieri individuali

INFLAZIONE MISURATA

- Paniere indice IPC rispecchia i consumi medi delle famiglie che risiedono nel paese. Le voci di spesa sono attribuite a tutta la popolazione con lo stesso peso, anche se in alcuni casi riguardano solo una parte di essa.
- Es. *Canoni di locazione*, hanno un peso contenuto (circa il 3%) in quanto riguardano solo il 20% della popolazione.
- Es. *acquisto dei beni durevoli*, il cui peso dipende dalla frequenza con cui vengono acquistati in media.

INFLAZIONE PERCEPITA

- Le percezioni dei singoli riflettono l'andamento dei prezzi di beni e servizi che compongono il paniere personale di consumo.
- Es. *Canoni di locazione*, hanno un peso nullo x chi non lo sostiene, mentre costituiscono un'ingente spesa, per chi vive in affitto.
- Es. *acquisto dei beni durevoli*, per chi ha acquistato un tale prodotto nell'ultimo anno, hanno un peso molto più elevato della media, mentre hanno un peso nullo per gli altri.

10. Una misura diversa per gruppi sociali?

M. Baldini *“L’indice ISTAT si riferisce all’incremento del costo di un paniere di beni e servizi che, volendo sintetizzare i comportamenti di spesa di tutti gli italiani, finisce per non corrispondere a quanto comprato da alcuna famiglia in particolare”*.

F. Mostacci, E. Pugliese *“L’indice dei prezzi al consumo è plutocratico (one dollar-one vote) e non democratico (one households-one vote). La struttura dei consumi rappresentata nell’IPC è più simile a quella del 95% percentile della popolazione (famiglie ricche)”*.

È possibile calcolare **tassi differenziati**, per conoscere come l’inflazione colpisce diversamente varie fasce sociali?

Difficile e costoso, perché i comportamenti individuali di consumo differiscono per diversi aspetti quali: la composizione interna della spesa, la qualità dei prodotti, il luogo in cui vengono acquistati.

Per saperne di più

- BCE: “Cos’è l’inflazione”; www.ecb.europa.eu
- P. Del Giovane e R. Sabbatini (editors): “*The Euro, Inflation and Consumers’ Perceptions – Lessons from Italy*”, Springer 2008
- EUROSTAT: “*L’inflazione in primo piano*”; <http://ec.europa.eu>
- L. Guiso, M. Baldini, T. Boeri, articoli vari sul sito www.lavoce.info
- ISTAT: “*Come si rilevano i prezzi al consumo – Anno 2011*” - www.istat.it
- ISTAT: “*Aggiornamenti del paniere e della struttura di ponderazione*” – Nota informativa del 3 febbraio 2012 – www.istat.it
- M. Montella, F. Mostacci “*Il Regolamento CE sul trattamento della stagionalità. L’impatto sull’Hicp italiano per l’abbigliamento*”, Istat, Working Papers n. 11/2011
- F. Mostacci: “*Aspetti teorico-pratici per la costruzione di indici dei prezzi al consumo*” – Documenti Istat n. 7/2004
- F. Mostacci: “*Gli aggiustamenti di qualità negli indici dei prezzi al consumo: metodi, casi di studio e indicatori impliciti*” – Contributi Istat n. 3/2008
- F. Mostacci: “*1954-2004: 50 anni di indici dei prezzi al consumo*”
- F. Mostacci, G. Natale, E. Pugliese: “*Gli indici dei prezzi al consumo per sub popolazioni*” – contributi Istat n. 3/2004
- F. Mostacci, E. Pugliese: “*L’inflazione non è democratica*” - 2007
- F. Mostacci, R. Sabbatini: “*Una stima ex ante dell’impatto del changeover sui prezzi al consumo in Italia*” – contributi Istat n. 11/2001
- F. Mostacci, R. Sabbatini: “*L’euro ha creato inflazione ? Changeover e arrotondamenti dei prezzi al consumo in Italia nel 2002*” – Moneta e Credito, n. 221 – marzo 2003