



Vicenza, 31 luglio 2015

## ANTICIPAZIONE DEGLI INDICI DEI PREZZI AL CONSUMO PER L'INTERA COLLETTIVITÀ (NIC)

**LUGLIO 2015**

### DATI PROVVISORI

Nel mese di **luglio 2015** l'indice dei prezzi al consumo per l'intera collettività (NIC) nel comune di **Vicenza** ha registrato una variazione di **-0.1%** rispetto al mese precedente e di **-0.5%** rispetto allo stesso mese dell'anno precedente.

I dati devono essere considerati provvisori in attesa della diffusione dei dati definitivi da parte dell'ISTAT.

#### **Indici dei prezzi al consumo NIC**

Luglio 2015, indici e variazioni percentuali (base 2010=100)

DIVISIONE DI SPESA	INDICE NIC	VARIAZIONE %	
		giu-15	Congiunturale Tendenziale
	lug-15	Congiunturale	Tendenziale
	(2010 = 100)	<u>Luglio 2015</u> Giugno 2015	<u>Luglio 2015</u> Luglio 2014
<b>Indice generale</b>	<b>106,1</b>	<b>-0,1</b>	<b>-0,5</b>
Indice generale senza tabacchi	105,9	-0,2	-0,6
Prodotti alimentari e bevande analcoliche	106,2	-1,7	-0,3
Bevande alcoliche e tabacchi	115,0	0	3
Abbigliamento e calzature	100,5	-0,9	-2,1
Abitazione, acqua, elettricità e combustibili	110,7	-1,2	-1,2
Mobili, articoli e servizi per la casa	105,3	0	0,1
Servizi sanitari e spese per la salute	100,8	-0,1	-0,1
Trasporti	115,1	0,7	-2,1
Comunicazioni	83,8	-1,2	-3
Ricreazione, spettacoli e cultura	101,2	1,3	0,7
Istruzione	107,8	0	1,9
Servizi ricettivi e di ristorazione	108,6	0,7	1,4



**UFFICIO STATISTICA  
COMUNE DI VICENZA**  
Sistema Statistico Nazionale



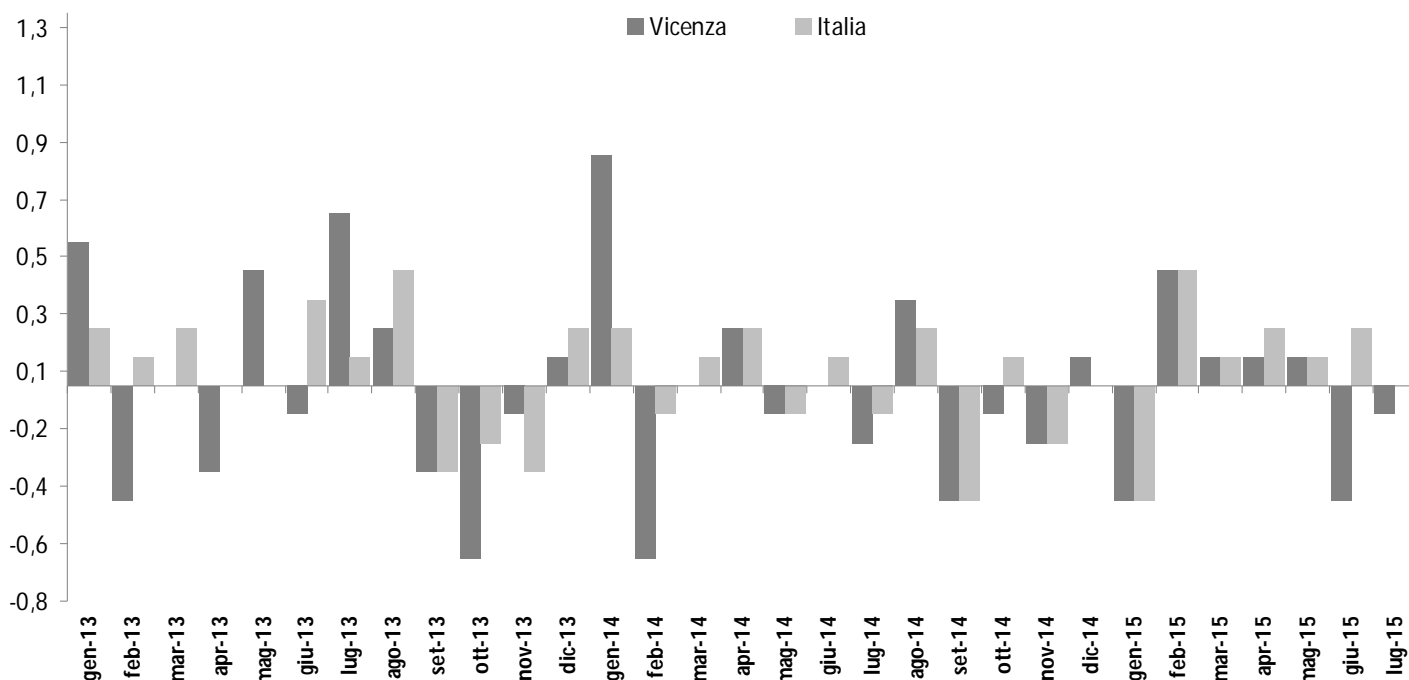
#### ANALISI DEI DATI PER DIVISIONE DI SPESA

1. **Prodotti alimentari e bevande analcoliche.** Sia la variazione tendenziale che quella congiunturale registrano un dato negativo (-0.3% rispetto all'anno precedente, -1.7% rispetto al mese precedente). La classe di spesa con il maggiore aumento tendenziale è anche questo mese quella degli **Oli e grassi** (+7.8%, -0.3% il dato congiunturale), il maggiore dato tendenziale in calo si registra ancora nelle **Acque minerali, bevande analcoliche, succhi di frutta e verdura** (-3.3%, nullo il dato congiunturale).
2. **Bevande alcoliche e tabacchi.** La variazione tendenziale è pari a +3.0%, la variazione congiunturale è nulla. L'aumento più consistente si registra nei **Tabacchi** (+4.0% tendenziale, nullo il dato rispetto al mese precedente).
3. **Abbigliamento e calzature.** La variazione tendenziale è pari a -2.1%, la variazione congiunturale è pari a -0.9%. Il maggiore calo nel dato tendenziale si registra negli **Altri articoli d'abbigliamento e accessori per l'abbigliamento** (-4.6% tendenziale, -1.7% congiunturale), mentre il maggiore aumento si registra nei **Servizi di lavanderia, riparazione e noleggio abiti** (+1.6%, nullo il dato congiunturale).
4. **Abitazione, acqua, elettricità e combustibili.** Sia la variazione tendenziale che quella congiunturale sono pari a -1.2%. Le variazioni più consistenti si registrano sul **Gasolio per riscaldamento** (-13.1% tendenziale, -2.4% congiunturale) e sugli **Altri servizi per l'abitazione n.a.c.** (-5.9% tendenziale, -7.8% congiunturale).
5. **Mobili, articoli e servizi per la casa.** La variazione tendenziale è pari a -0.1%, nulla la variazione congiunturale. Il dato in maggiore diminuzione è quello degli **Articoli tessili per la casa** (-6.8% tendenziale e +0.3% congiunturale), mentre quello in maggiore aumento riguarda i **Grandi utensili ed attrezzature per la casa ed il giardino** (+3.3% tendenziale, nullo il congiunturale).
6. **Servizi sanitari e spese per la salute.** Sia la variazione tendenziale che quella congiunturale sono pari a -0.1%. Le uniche variazioni registrate rispetto al mese precedente sono quelle delle **Attrezzature ed apparecchi terapeutici** (+0.5%, -0.4% il dato tendenziale) e dei **Servizi medici** (-0.5%, -1.1% il dato tendenziale).
7. **Trasporti.** La variazione tendenziale è pari a -2.1%, la variazione congiunturale è pari a +0.7%. Il dato tendenziale con la maggiore variazione è quello dei **Carburanti e lubrificanti per mezzi di trasporto privati** (-9.9%, -1.0% il dato congiunturale).
8. **Comunicazioni.** Sia il dato tendenziale, che quello congiunturale risultano in diminuzione (rispettivamente -3.0% e -1.2%). Le diminuzioni maggiori si registrano ancora una volta negli **Apparecchi telefonici e telefax** (-16.2% tendenziale, -3.3% congiunturale).
9. **Ricreazione, spettacoli e cultura.** La variazione tendenziale è pari a +0.7%, quella congiunturale a +1.3%. La classe di prodotto che ha registrato la maggiore variazione negativa è quella degli **Articoli sportivi, per campeggio e attività ricreative all'aperto** (-12.3% tendenziale, nullo il dato congiunturale), mentre il dato in maggiore aumento si registra nei **Giochi, giocattoli e hobby** (+7.4% tendenziale, +1.0% congiunturale).
10. **Istruzione.** La variazione tendenziale si attesta a +1.9%, quella congiunturale è nulla. Non si registra alcuna variazione rispetto al mese precedente.
11. **Servizi ricettivi e di ristorazione.** La variazione tendenziale si attesta a +1.4%, mentre la variazione congiunturale a +0.7%. La variazione più consistente si registra nei **Servizi di alloggio** che registrano un dato tendenziale di +3.5% ed un dato congiunturale di +3.9%.
12. **Altri beni e servizi.** La variazione tendenziale si attesta a -1.0%, quella congiunturale a +0.2%. Il dato in maggiore aumento è quello della **Gioielleria ed orologeria** (+ 4.4% tendenziale, +1.9% congiunturale), quello in maggiore diminuzione riguarda gli **Altri apparecchi non elettrici, articoli e prodotti per la cura della persona** (-3.0% tendenziale, nullo il dato congiunturale).



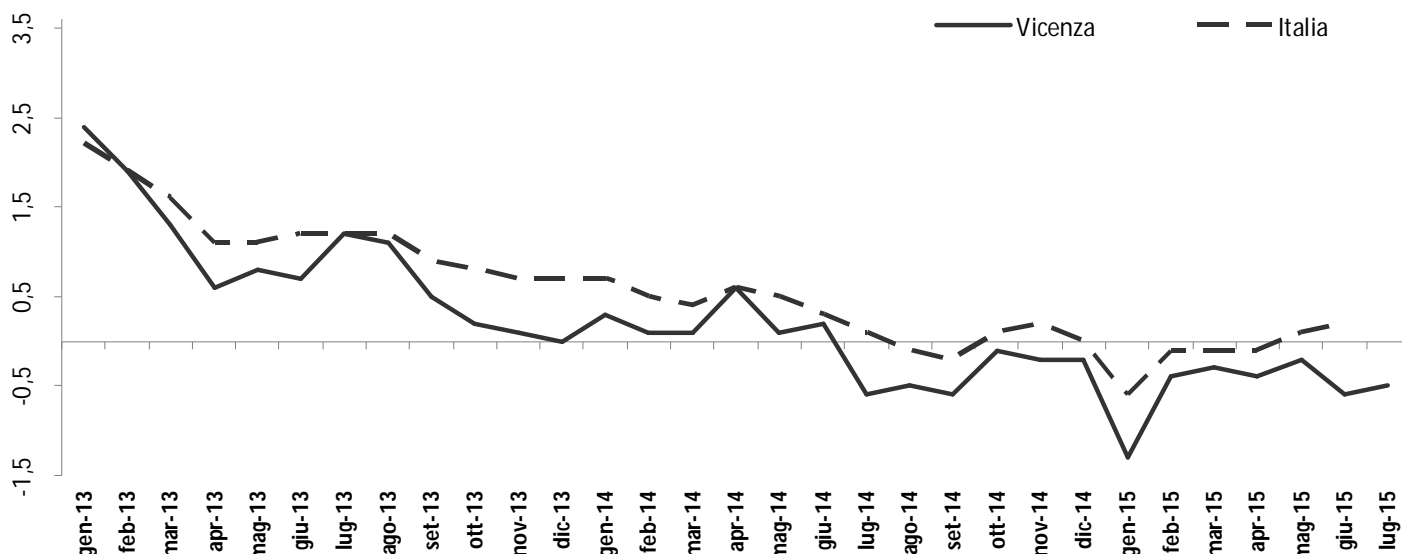
### Indici generale NIC

Gennaio 2013 – Luglio 2015\*, variazioni percentuali congiunturali



### Indici generale NIC

Gennaio 2013 – Luglio 2015\*, variazioni percentuali tendenziali



\* Il dato di Luglio 2015 si riferisce solamente all'indice locale di Vicenza ed è da considerarsi provvisorio, mentre i dati precedenti sono da considerarsi definitivi.



### Indici dei prezzi al consumo NIC, per tipologia di prodotto

Luglio 2015, indici e variazioni percentuali (base 2010=100)

TIPOLOGIA DI PRODOTTO	INDICE NIC lug-15 (2010 = 100)	VARIAZIONE %	
		Congiunturale Luglio 2015 Giugno 2015	Tendenziale Luglio 2015 Luglio 2014
<b>Indice generale</b>	<b>106.1</b>	<b>-0.1</b>	<b>-0.5</b>
Beni	103.6	-0.8	-1.2
Beni alimentari	105.9	-1.5	-0.1
Beni energetici	110	-0.8	-5.8
Tabacchi	113.8	0	4
Altri beni	100.4	-0.2	-0.5
Servizi	107.4	0.6	0.4
Indice generale dei beni alimentari, per la cura della casa e della persona	98.5	-1.3	-0.3
Indice generale al netto dell'energia e degli alimentari freschi ( <i>Componente di fondo</i> )	105.1	0.2	0.1
Indice generale al netto degli energetici	105	-0.1	0.1
Indice generale al netto dell'energia e degli alimentari (incluse bevande alcoliche) e tabacchi	100.8	0.3	0.1

### Indici dei prezzi al consumo NIC, per prodotto a diversa frequenza di acquisto

Luglio 2015, indici e variazioni percentuali (base 2010=100)

FREQUENZA DI ACQUISTO	INDICE NIC lug-15 (2010 = 100)	VARIAZIONE %	
		Congiunturale Luglio 2015 Giugno 2015	Tendenziale Luglio 2015 Luglio 2014
<b>Indice generale</b>	<b>106.1</b>	<b>-0.1</b>	<b>-0.5</b>
Alta frequenza d'acquisto	107.7	-0.8	-0.6
Media frequenza d'acquisto	105.7	0.4	-0.1
Bassa frequenza d'acquisto	100.7	0	-0.7



## NOTA SULLA RILEVAZIONE

La rilevazione dei prezzi al consumo si realizza con le modalità di seguito riportate.

- L'elenco dei prodotti che compongono il paniere di riferimento della rilevazione dei prezzi al consumo è definito dall'Istat; nel 2015 il paniere si compone di 1.441 prodotti, aggregati in 618 posizioni rappresentative.
- L'Ufficio Comunale di Statistica del Comune di Vicenza cura la rilevazione in ambito locale, secondo metodi e tecniche definiti dall'Istat; è quindi responsabile sia della predisposizione del piano di rilevazione sia delle operazioni di controllo e correzione dei dati. Lo svolgimento di tali attività da parte dell'UCS è sottoposto alla verifica e approvazione da parte della Commissione comunale di controllo e dell'Istat.
- Il piano di campionamento dei punti vendita è realizzato in maniera tale da rappresentare tutta la gamma degli esercizi commerciali esistenti localmente; quindi si individua il prodotto oggetto di rilevazione all'interno del punto vendita selezionando, tra tutti i prodotti che corrispondono alle caratteristiche definite dall'Istat, quello più venduto (denominato riferimento). Ogni riferimento è caratterizzato dalla marca (ovvero la denominazione del produttore), dalla varietà (ossia una più dettagliata descrizione del prodotto) e dal confezionamento (ossia la quantità in termini di peso o il numero di unità con la quale il prodotto viene presentato sul mercato)
- Nel Comune di Vicenza le quotazioni di prezzo rilevate ogni mese ammontano a 5.119 (di cui 3.317 per prodotti con periodicità di rilevazione mensile, 1.802 per prodotti con periodicità bimensile), 13 per spese condominiali rilevate presso gli amministratori di condominio, 100 abitazioni per la rilevazione dei canoni di affitto; le unità di rilevazione presso le quali vengono monitorati i prezzi sono 407.

*Il prossimo comunicato stampa verrà diffuso lunedì 31 agosto 2015 alle ore 11,00*

L'indice dei prezzi al consumo famiglie operai e impiegati nazionale (FOI) al netto dei tabacchi, da utilizzare per le rivalutazioni monetarie sarà disponibile dopo la diffusione dei dati definitivi da parte dell'Istat.

I dati e i comunicati relativi ai mesi precedenti sono consultabili sul sito:

<http://www.comune.vicenza.it/uffici/staff/statistica/statmese.php>