

15 March 2022  
(Modified: 07 April 2022)

**Consumer Price Index (CPI). Base 2016**  
**Harmonised Index of Consumer Prices (HICP). Base 2015**  
February 2022

### Main results

- The annual variation rate of the February CPI stood at 7.6%, one and a half points above that registered in January.
- The annual rate of core inflation increased six tenths, up to 3.0%.
- The monthly variation of the overall index is 0.8%.
- The annual rate of the Harmonised Index of Consumer Prices (HICP) stood at 7,6%, almost one and a half points higher than that of the previous month.

### Annual evolution of consumer prices

The annual variation rate of the overall Consumer Price Index (CPI) in the month of February was 7,6%, one and a half percentage points above that registered the previous month and the highest since September 1986.

Among the groups with a positive influence on the increase in the annual rate, the following stand out:

- **Housing**, whose annual variation of 25.4% is more than seven points above that registered in January. This is due to the behaviour of *Electricity* prices, which did decrease this month, but less than in February 2021.

While to a lesser extent, it was also influential that the prices of *Diesel* rose more this month than the previous year.

- **Transportation**, whose rate stood at 12.8%. This was one and a half points higher than that of last month, and resulted from the increase in the prices of *Fuels and lubricants for personal transport equipment*, which was higher this month than in February 2021.

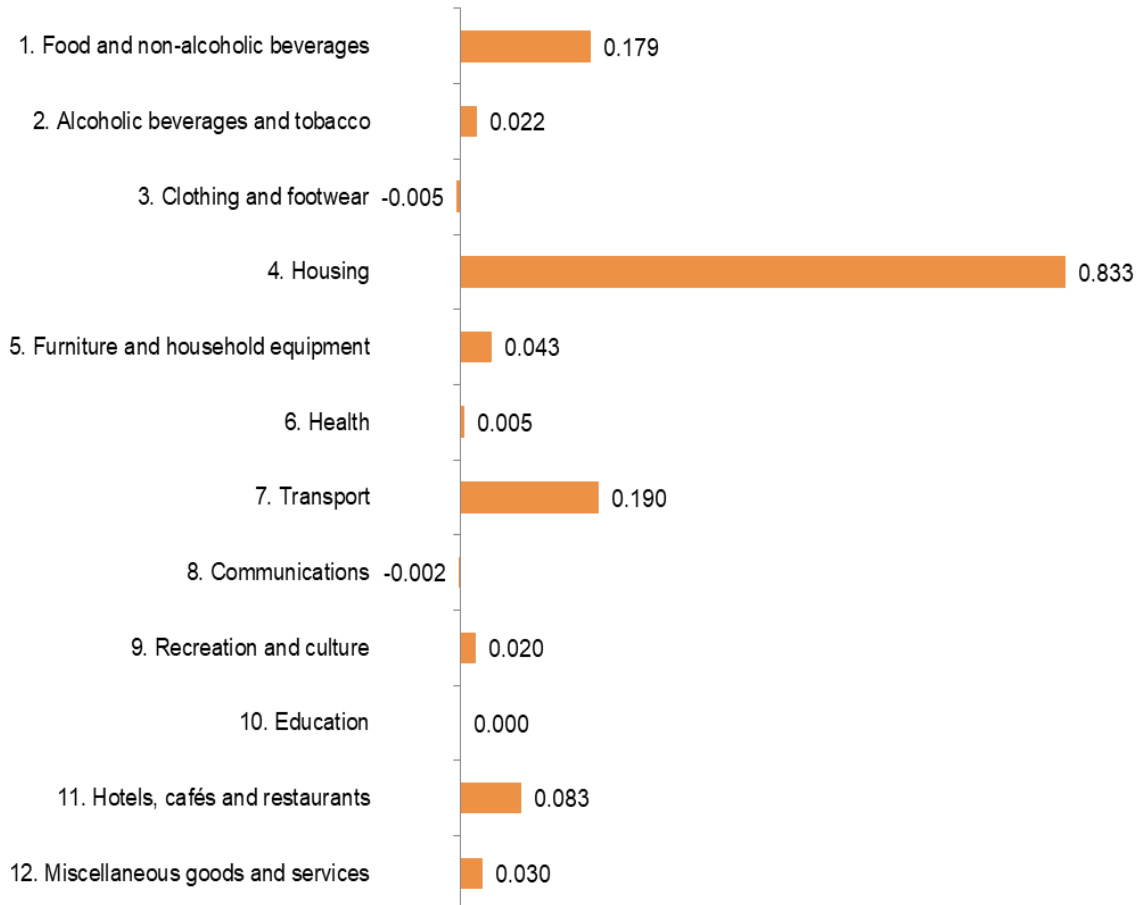
Also noteworthy is the rise in *Motor car* prices, which fell the previous year.

- **Food and non-alcoholic beverages**, whose variation increased by eight tenths to stand at 5.6%. In this evolution, the increases in the prices of *Vegetables* and *Milk, cheese and eggs* - which fell in 2021 - stood out, as well as those of *Bread and cereals*, which were higher this month than last year.

While in the opposite direction, the fact that *Fruit* prices rose more the previous year than this month was also influential in this group.

- **Hotels, cafes and restaurants**, with a rate reaching 3.6%. This was seven tenths more than in January, and mainly due to the increase in the prices of *Restaurants, cafés and the like*, which were higher this month than in 2021.

## Contribution of groups to the annual CPI rate



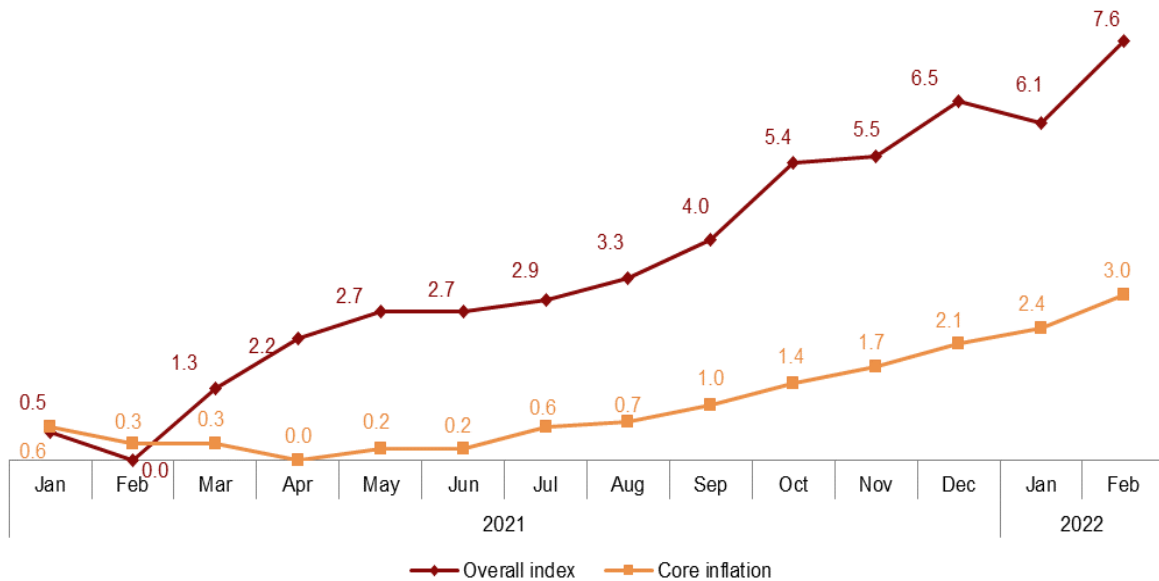
## Annual rate difference Overall CPI

1.5

The annual variation rate of core inflation (general index excluding unprocessed food and energy products) increased six tenths, to 3.0%. This is the highest since September 2008, standing more than four and a half points below that of the general CPI.

## Annual CPI Rate

Overall and core index. Percentage

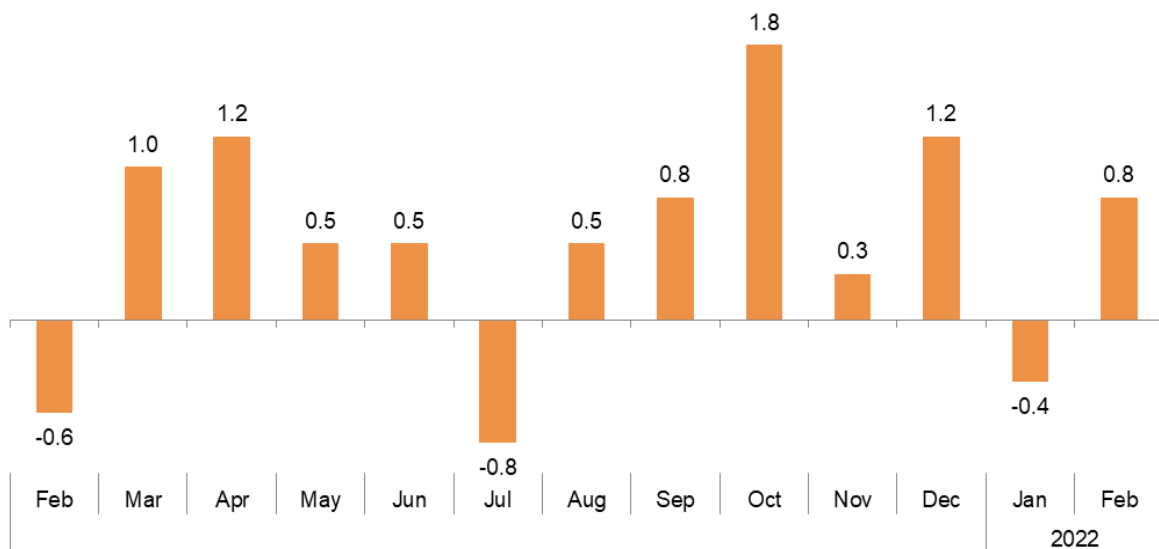


## Monthly evolution of consumer prices

In February, the monthly variation rate of the overall CPI was 0.8%.

## Monthly CPI Rate

General index. Percentage



Among the groups with a positive monthly impact on the monthly CPI rate, worth noting were:

- **Transportation**, whose rate of 2.7% was the consequence of an increase in the prices of *Fuels and lubricants for personal transport equipment* and, to a lesser extent, of *Motor cars*. The contribution of this group to the overall index was 0.365.

- **Food and non-alcoholic beverages**, which showed a variation rate of 0.8% and a contribution of 0.194. The increase in the prices of *Fruit, Bread and cereals, Vegetables* and *Other food products n.e.c.* stands out in this evolution.

Also notable, albeit with a negative influence, was the decrease in the prices of *Fish and seafood*.

- **Hotels, cafes and restaurants**, with a variation rate of 0.8%, mainly due to the increase in the prices of *Restaurants, cafés and the like*. Its contribution to the overall index was 0.098.

- **Housing**, whose variation of 0.6% has a contribution of 0.086. This is due to the increase in the prices of *Fuels for heating*.

Also worth noting in this group, albeit with a negative influence, was the decrease in *Electricity* prices.

On the other hand, the sector with the greatest negative monthly contribution was:

- **Clothing and footwear**, with a variation of -1.5%, due to discounts at the end of the winter sales season. The contribution of this group to the overall CPI was -0.078.

A more detailed analysis shows the items that had the greatest contribution to the monthly variation of the CPI in February.

## Main upward contributions to the CPI monthly rate

Classes	Monthly rate (%)	Contribution
<b>Food</b>		
Fruit	3.4	0,075
Bread and cereals	1.5	0,050
Milk, cheese and eggs	1.1	0,029
Food products n.e.c.	4.1	0,029
Vegetables	1.2	0,029
<b>Others</b>		
Fuels and lubricants for personal transport equipment	5.4	0,313
Restaurants, cafés and the like	0.7	0,079
Liquid fuels	10.0	0,065
Automobiles	0.9	0,027
Accommodation services	1.8	0,019
Non-durable household goods	1.2	0,018
Water supply	1.6	0,015
Other appliances, articles and products for personal care	0.8	0,015

## Main downward contributions to the CPI monthly rate

Classes	Monthly rate (%)	Contribution
<b>Food</b>		
Fish and seafood	-2.2	-0,064
<b>Others</b>		
Garments	-1.6	-0,061
Electricity	-0.6	-0,024
Shoes and other footwear	-1.1	-0,014

**Results by Autonomous Communities. Annual variation rates**

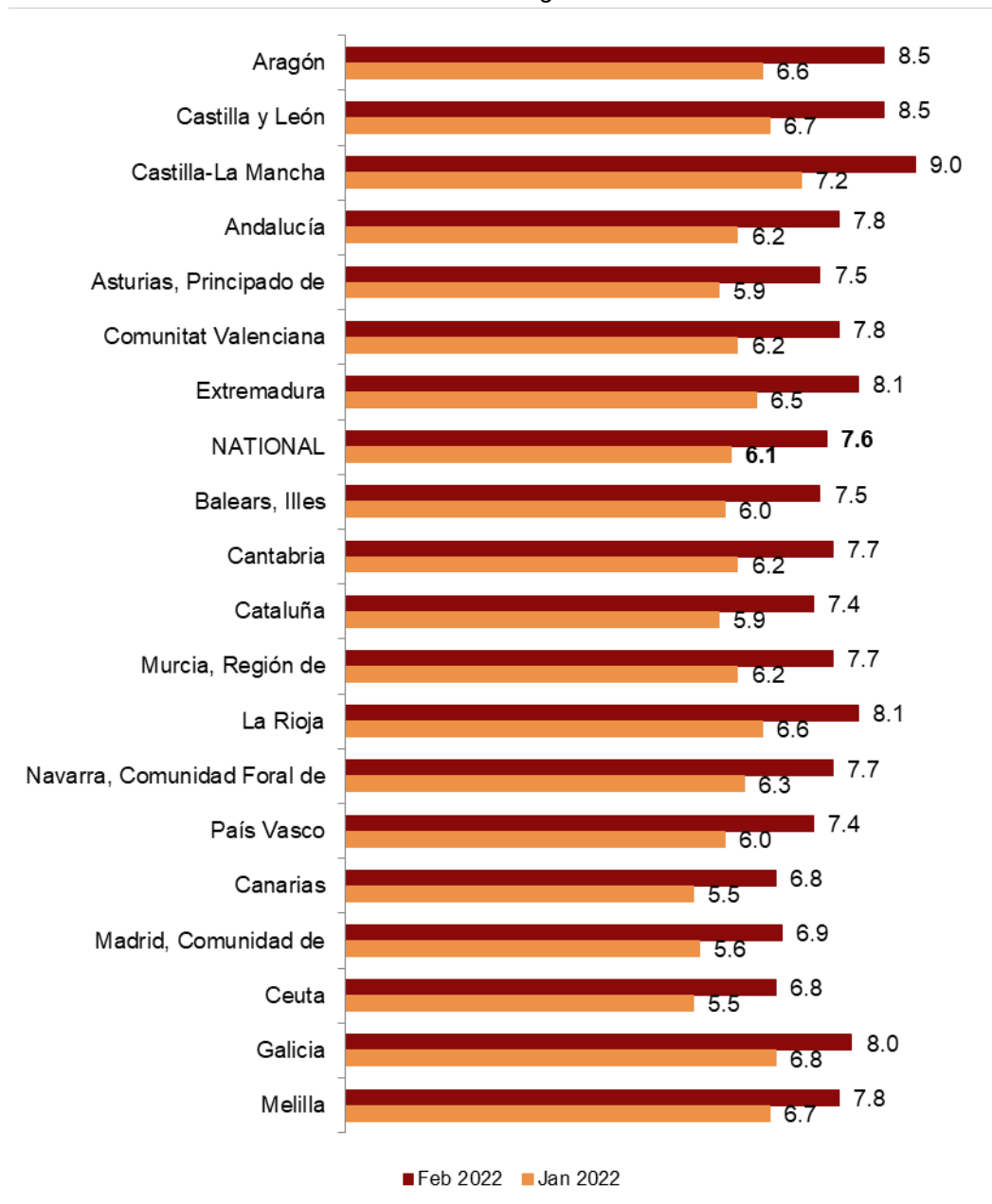
The annual rate of the CPI increased in February compared to January in all the Autonomous Communities.

The greatest increase was registered in Aragón, with an increase of nearly two points.

On the other hand, the Autonomous Community where the annual rate rose the least was Galicia, with an increase of 1.2 points.

**Annual rates of CPI**

Autonomous Communities and Cities. Percentage



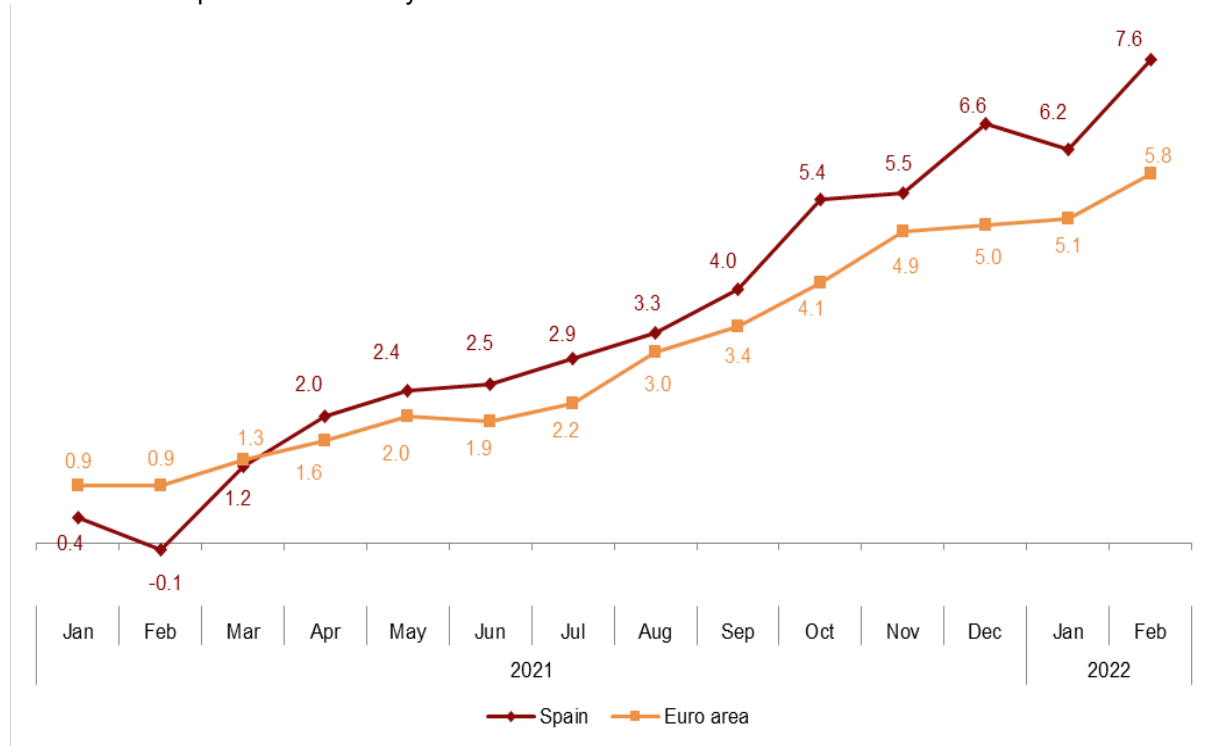
## Harmonised Index of Consumer Prices (HICP)

In February, the annual variation rate of the HICP stood at 7.6%, almost one and half percentage point above that registered in the previous month.

The monthly variation of the HICP was 0.8%.

### Annual HICP Evolution. Base 2015

Overall index. Spain and Monetary Union<sup>1</sup>



<sup>1</sup> The latest data from the Monetary Union refers to the flash estimate

## Consumer Price Index at Constant Taxes

In February, the annual variation rate of the Consumer Price Index at Constant Taxes (CPI-CT) stood at 8.5%, eight tenths above that recorded by the general CPI.

The monthly change of the CPI-CT was 0.8%.

In turn, the HICP at Constant Taxes (HICP-CT) registered an annual rate of 8.5%, nine tenths more than that of the HICP.

The monthly variation rate of the HICP-CT was 0.8%.

## Data Review and Update

The data published today is final and is not subject to further revision. All results are available on INEBase.

## Methodological note

The **Consumer Price Index (CPI)** is a short-term indicator that measures the evolution of the prices of consumer goods and services acquired by households resident in Spain.

On the other hand, the Harmonized Index of Consumer Prices (HICP) is an indicator whose objective is to provide a common inflation measure that allows international comparisons.

**Type of survey:** continuous monthly survey.

**Base period:** 2021 (CPI) and 2015 (HICP).

**Reference period for the weightings:** year prior to the present year.

**Sample of municipalities:** 177.

**Number of products:** 462 (CPI) and 461 (HICP), for traditional collection, and 493 for scanner data.

**Number of observations:** Approximately 210,000 monthly prices.

**Functional classification:** ECOICOP.

**General calculation method:** Laspeyres' Chain Index.

**Collection method:** interviewing agents in establishments, *data scanner* and centralized collection for special items.

For more information, the methodology of both indicators can be consulted in the following link:

[https://ine.es/metodologia/t25/principales\\_caracteristicas\\_base\\_2021.pdf](https://ine.es/metodologia/t25/principales_caracteristicas_base_2021.pdf)

The CPI standardised methodological report on:

<http://www.ine.es/dynt3/metadatos/en/RespuestaDatos.html?oe=30138>

And the HICP standardised methodological report on:

<http://www.ine.es/dynt3/metadatos/en/RespuestaDatos.html?oe=30180>

INE statistics are produced in accordance with the Code of Good Practice for European Statistics, which is the basis for the institution's quality policy and strategy. For more information see the section on [Quality at INE and the Code of Best Practices](#) on the INE website.

---

For further information see **INEbase:** [www.ine.es/en/](http://www.ine.es/en/) Twitter: [@es\\_ine](https://twitter.com/es_ine)

All press releases at: [www.ine.es/en/prensa/prensa\\_en.htm](http://www.ine.es/en/prensa/prensa_en.htm)

**Press Office:** Telephone numbers: (+34) 91 583 93 63 /94 08 – [gprensa@ine.es](mailto:gprensa@ine.es)

**Information Area:** Telephone number: (+34) 91 583 91 00 – [www.ine.es/infoine/?L=1](http://www.ine.es/infoine/?L=1)

---

## Consumer Price Index. Base 2021 February 2022

### 1. National indices: overall index and divisions

Division	Index	% Change			Contribution	
		Monthly	Year to date	Annual	Monthly	Year to date
ALL ITEMS	104,4	0,8	0,4	7,6		
1. Food and non-alcoholic beverages	104,5	0,8	1,5	5,6	0,194	0,344
2. Alcoholic beverages and tobacco	102,2	0,9	1,4	2,3	0,029	0,044
3. Clothing and footwear	93,7	-1,5	-14,3	3,6	-0,078	-0,862
4. Housing	113,3	0,6	0,5	25,4	0,086	0,065
5. Furniture and household equipment	102,7	0,6	1,1	3,7	0,034	0,065
6. Health	100,6	0,1	0,1	1,0	0,003	0,003
7. Transport	108,4	2,7	4,7	12,8	0,365	0,610
8. Communications	99,6	-0,1	0,1	-0,7	-0,003	0,005
9. Recreation and culture	101,0	0,7	-0,2	1,5	0,043	-0,015
10. Education	100,8	0,0	0,0	1,2	0,000	0,000
11. Hotels, cafés and restaurants	102,2	0,8	0,8	3,6	0,098	0,098
12. Miscellaneous goods and services	101,9	0,6	1,0	2,3	0,038	0,063

### 2. National indices: special aggregates

Special aggregate	Index	% Change		
		Monthly	Year to date	Annual
Processed food, beverages and tobacco	104,3	1,4	2,2	5,3
Unprocessed food	104,0	-0,2	0,1	5,0
Food, beverages and tobacco	104,2	0,9	1,5	5,2
Unprocessed food and energy	114,7	1,7	2,5	26,0
Industrial goods	107,8	1,1	-0,5	15,9
Durable industrial goods	102,4	0,4	1,2	3,0
Energy products	122,8	3,0	4,2	44,3
Fuels	116,8	4,8	8,6	26,9
Industrial goods excluding energy	104,3	1,4	0,0	8,7
Industrial goods excluding energy products	100,1	0,1	-2,9	3,0
Services	101,4	0,5	0,5	2,0
Services without rentals for housing	101,4	0,5	0,5	2,1
Overall index excluding food, beverages and tobacco	104,5	0,8	0,0	8,5
Overall index excluding rentals for housing	104,5	0,8	0,4	7,8
Overall index excluding energy products	101,9	0,5	-0,1	3,2
CORE INFLATION (Overall index excluding unprocessed food and energy products)	101,7	0,6	-0,1	3,0
Overall index excluding tobacco	104,5	0,8	0,4	7,7
Overall index excluding services	106,3	1,0	0,4	11,2
Overall index excluding liquid fuels	103,5	0,5	-0,2	6,3



### 3. National indices: headings

	Index	Monthly		Year to date		Annual
		% Change	Contribution	% Change	Contribution	% Change
01. Cereals and by-products	107,2	2,0	0,036	3,1	0,056	8,2
02. Bread	105,3	1,1	0,016	2,6	0,037	6,4
03. Bovine meat	105,4	0,5	0,004	0,6	0,006	6,4
04. Sheep meat	103,1	-5,2	-0,014	-13,0	-0,037	9,5
05. Swine meat	100,0	0,1	0,001	0,0	0,000	0,4
06. Poultry meat	104,0	0,1	0,001	0,4	0,004	6,2
07. Other meats	101,2	0,1	0,003	0,2	0,004	1,7
08. Fresh and frozen fish	103,9	-5,8	-0,079	-2,6	-0,033	4,0
09. Crustaceans, molluscs and processed fish	103,7	1,0	0,016	1,8	0,027	4,5
10. Eggs	104,2	0,2	0,000	0,7	0,002	6,6
11. Milk	107,3	1,7	0,013	3,3	0,025	8,8
12. Dairy products	104,2	0,9	0,016	2,1	0,035	4,7
13. Oils and fats	113,6	0,5	0,003	3,9	0,023	28,1
14. Fresh fruits	105,4	3,8	0,073	2,6	0,050	6,2
15. Canned and dried fruit	101,7	0,7	0,002	1,4	0,005	0,8
16. Fresh pulses and vegetables	105,1	0,3	0,004	1,1	0,014	5,2
17. Processed pulses and vegetables	105,9	2,9	0,021	3,9	0,029	6,2
18. Potatoes and their preparations	102,7	0,8	0,003	2,3	0,009	3,5
19. Coffee, cocoa and infusions	105,8	2,2	0,011	2,5	0,012	7,6
20. Sugar	101,9	0,8	0,001	0,9	0,001	1,4
21. Other food products	103,7	2,7	0,038	3,1	0,043	4,2
22. Mineral water, soft drinks and juices	104,1	2,3	0,025	3,2	0,034	4,4
23. Alcoholic beverages	103,0	2,2	0,028	3,5	0,042	2,2
24. Tobacco	101,7	0,0	0,001	0,1	0,002	2,4
25. Clothing for men	94,2	-1,8	-0,023	-16,2	-0,242	4,7
26. Clothing for women	93,1	-1,5	-0,028	-15,4	-0,340	3,7
27. Clothing for children and babies	91,2	-1,4	-0,010	-14,3	-0,111	2,3
28. Clothing accessories and repair of clothing	85,3	-3,8	-0,003	-22,1	-0,024	-6,5
29. Footwear for men	97,4	-0,9	-0,004	-7,8	-0,041	5,0
30. Footwear for women	95,1	-1,2	-0,007	-11,9	-0,079	2,1
31. Footwear for children	96,9	-1,4	-0,003	-10,5	-0,025	6,9
33. Rental housing	100,6	0,2	0,006	0,3	0,011	0,8
34. Heating, lighting and water supply	124,3	0,9	0,067	0,5	0,035	51,7
35. Maintenance of the dwelling	101,2	0,4	0,013	0,5	0,019	1,6
36. Furniture and floor coverings	104,4	0,4	0,005	1,2	0,014	6,8
37. Household textiles and decorations	101,7	0,0	0,000	-1,5	-0,008	4,0
38. Household appliances including repair	103,3	0,5	0,004	2,0	0,018	3,7
39. Household utensils and tools	102,4	0,3	0,001	0,7	0,003	3,7
40. Non-durable household goods	102,8	1,2	0,018	2,0	0,030	3,2
41. Household services	101,2	0,4	0,006	0,6	0,008	1,4
42. Medical and a like services	102,1	0,6	0,011	1,4	0,023	2,8
43. Medicaments and therapeutic equipment	100,1	-0,1	-0,002	-0,2	-0,006	0,4
44. Personal transport	108,7	2,8	0,360	4,9	0,613	13,3
45. Public urban transport	100,5	0,1	0,001	0,4	0,002	0,5
46. Public intercity transport	99,1	0,9	0,004	-1,0	-0,005	-0,9
47. Communications	99,6	-0,1	-0,003	0,1	0,005	-0,7
48. Recreational items	100,9	0,8	0,015	0,1	0,002	1,0
49. Publications	102,9	0,4	0,002	1,6	0,007	3,7
50. Recreation	100,8	0,3	0,010	0,4	0,012	1,0
51. Infant and primary education	100,8	0,0	0,000	0,0	0,000	1,2
52. Secondary education	101,3	0,0	0,000	0,0	0,000	2,0
53. Tertiary education	100,6	0,0	0,000	0,0	0,000	0,8
54. Other educational costs	101,5	0,6	0,003	0,9	0,005	1,9
55. Personal effects	101,7	0,8	0,015	0,8	0,015	1,9
56. Tourism and catering	102,2	0,8	0,111	0,4	0,057	3,7
57. Other goods and services	101,8	0,4	0,018	0,8	0,034	2,4

#### 4. Autonomous communities: overall index and divisions

(Continues)

Divisions	Index	% Change			Index	% Change			Index	% Change		
		Monthly	Year to date	Annual		Monthly	Year to date	Annual		Monthly	Year to date	Annual
	<b>Andalucía</b>				<b>Aragón</b>				<b>Asturias, Principado de</b>			
ALL ITEMS	104,4	0,9	0,3	7,8	104,9	1,0	0,6	8,5	104,2	0,8	0,3	7,5
1. Food and non-alcoholic beverages	104,5	1,1	1,7	5,6	105,2	1,0	1,7	6,9	103,4	0,2	1,0	4,7
2. Alcoholic beverages and tobacco	102,2	0,7	1,3	2,2	102,3	0,9	1,1	2,5	101,7	1,0	1,2	1,2
3. Clothing and footwear	93,3	-1,3	-14,8	3,7	95,7	-1,1	-11,4	5,4	92,5	-1,0	-16,0	2,2
4. Housing	114,5	0,3	-0,3	29,0	114,0	0,8	0,8	26,9	114,5	0,8	0,9	27,6
5. Furniture and household equipment	102,3	0,5	0,9	3,1	103,2	0,1	0,9	4,3	103,5	0,8	2,1	4,5
6. Health	100,5	0,2	0,0	0,9	100,9	0,1	0,6	1,7	99,9	-0,8	-0,8	0,3
7. Transport	108,4	2,7	4,7	12,8	108,6	2,8	4,9	13,4	108,5	3,2	5,4	12,6
8. Communications	99,6	-0,1	0,1	-0,7	99,6	-0,1	0,1	-0,7	99,5	-0,1	0,1	-0,7
9. Recreation and culture	101,2	0,6	0,1	1,7	100,5	0,9	-0,4	0,6	100,9	1,0	-0,5	1,5
10. Education	100,9	0,0	0,0	1,4	101,2	0,2	0,2	1,7	101,5	0,0	0,0	2,2
11. Hotels, cafés and restaurants	102,1	0,8	0,7	3,4	101,8	1,7	0,2	3,2	102,5	1,0	1,2	3,7
12. Miscellaneous goods and services	101,7	0,7	0,8	2,1	102,3	0,7	1,1	2,9	101,5	0,6	0,9	1,8
	<b>Balears, Illes</b>				<b>Canarias</b>				<b>Cantabria</b>			
ALL ITEMS	104,4	0,8	0,6	7,5	103,9	0,7	0,2	6,8	104,3	0,7	0,0	7,7
1. Food and non-alcoholic beverages	104,4	1,0	1,4	5,7	105,0	1,3	1,9	6,1	104,4	0,9	1,2	5,7
2. Alcoholic beverages and tobacco	101,8	1,2	1,3	2,5	101,9	1,1	1,1	2,1	102,1	0,5	1,4	2,2
3. Clothing and footwear	95,7	-1,3	-12,1	4,7	89,0	-2,0	-17,9	-0,5	92,9	-3,8	-15,8	1,6
4. Housing	112,1	0,0	-0,7	23,7	111,3	0,2	-0,6	22,3	113,2	0,6	0,4	25,1
5. Furniture and household equipment	102,3	0,2	1,1	3,7	102,4	0,9	0,9	3,0	101,0	0,4	-0,8	2,8
6. Health	101,9	0,3	0,6	3,4	100,9	0,4	0,5	1,2	100,7	0,2	0,4	1,4
7. Transport	108,0	2,9	4,9	11,8	107,2	1,7	2,5	11,4	108,9	2,9	5,0	13,7
8. Communications	99,6	-0,1	0,1	-0,6	99,6	-0,1	0,1	-0,7	99,6	-0,1	0,1	-0,5
9. Recreation and culture	101,4	1,0	0,3	1,7	100,7	0,6	-0,5	1,1	101,0	0,1	-0,1	1,4
10. Education	101,6	0,0	0,1	2,1	101,0	0,0	0,0	1,1	100,3	0,0	0,0	0,5
11. Hotels, cafés and restaurants	101,5	0,8	1,0	3,0	102,8	0,7	1,6	3,8	101,7	0,9	0,6	3,2
12. Miscellaneous goods and services	101,4	0,5	0,9	1,7	102,4	0,7	1,1	3,1	102,4	0,5	0,7	3,0

#### 4. Autonomous communities: overall index and divisions

(Continuation)

Divisions	Index	% Change			Index	% Change			Index	% Change		
		Monthly	Year to date	Annual		Monthly	Year to date	Annual		Monthly	Year to date	Annual
	<b>Castilla y León</b>				<b>Castilla-La Mancha</b>				<b>Cataluña</b>			
ALL ITEMS	104,9	0,9	0,4	8,5	105,2	1,0	0,7	9,0	104,4	0,8	0,6	7,4
1. Food and non-alcoholic beverages	104,5	0,7	1,5	5,8	104,4	0,8	1,2	5,7	104,3	0,7	1,4	5,4
2. Alcoholic beverages and tobacco	102,2	1,0	1,4	2,3	102,7	1,2	1,8	2,7	101,8	0,7	1,0	2,0
3. Clothing and footwear	92,7	-1,0	-15,5	2,3	94,8	-1,3	-13,7	5,3	95,7	-1,5	-13,4	5,8
4. Housing	115,5	1,3	1,4	29,3	116,8	1,5	1,6	32,3	112,1	1,0	1,2	22,3
5. Furniture and household equipment	103,1	0,9	1,3	3,9	102,8	0,7	1,5	3,9	102,5	0,6	1,1	3,4
6. Health	100,6	0,1	-0,2	0,9	100,3	-0,1	-0,1	0,7	100,3	0,0	0,0	0,9
7. Transport	108,9	3,0	5,1	13,8	108,7	2,9	5,0	13,2	108,5	2,9	4,9	12,9
8. Communications	99,6	-0,1	0,1	-0,7	99,6	-0,1	0,1	-0,6	99,6	-0,1	0,1	-0,7
9. Recreation and culture	100,8	0,5	-0,5	1,1	100,2	0,5	-0,5	0,5	101,2	1,0	0,3	1,5
10. Education	100,4	0,0	0,0	0,5	101,1	0,0	0,0	1,5	101,1	0,0	0,0	1,6
11. Hotels, cafés and restaurants	102,3	0,7	0,3	3,8	103,2	1,0	1,6	4,6	101,8	0,6	0,9	2,8
12. Miscellaneous goods and services	101,8	0,4	1,0	2,2	102,0	0,8	1,1	2,7	101,9	0,6	1,2	2,3
	<b>Comunitat Valenciana</b>				<b>Extremadura</b>				<b>Galicia</b>			
ALL ITEMS	104,5	0,9	0,4	7,8	104,5	0,8	0,3	8,1	104,5	0,7	0,4	8,0
1. Food and non-alcoholic beverages	104,8	1,3	1,7	5,8	104,2	0,7	2,0	5,4	104,1	0,7	1,5	5,4
2. Alcoholic beverages and tobacco	102,5	0,8	1,6	2,6	102,5	0,5	1,6	2,7	103,1	2,1	2,6	2,8
3. Clothing and footwear	92,7	-0,9	-14,8	2,5	91,1	-1,2	-16,6	1,7	94,0	-4,6	-14,6	3,9
4. Housing	114,6	0,3	-0,5	29,4	115,5	0,4	-0,3	31,3	115,1	0,9	0,6	29,4
5. Furniture and household equipment	102,5	0,5	0,9	3,9	102,0	0,1	1,2	2,9	103,1	0,8	1,2	4,3
6. Health	101,5	0,3	0,3	1,9	100,1	-0,3	-0,2	0,8	101,0	0,5	0,3	1,9
7. Transport	108,3	2,9	4,8	12,6	109,3	2,8	5,1	14,4	108,3	2,9	4,8	12,8
8. Communications	99,5	-0,1	0,1	-0,8	99,5	-0,1	0,1	-0,7	99,6	-0,1	0,1	-0,7
9. Recreation and culture	101,0	0,8	-0,2	1,4	100,4	0,2	-1,0	0,9	100,5	0,2	-0,8	1,0
10. Education	100,9	0,0	0,0	1,3	100,6	0,0	0,0	1,0	100,9	0,0	0,0	1,3
11. Hotels, cafés and restaurants	102,2	0,8	0,9	3,6	102,7	1,6	1,4	3,8	102,6	1,1	1,5	4,2
12. Miscellaneous goods and services	102,1	0,5	1,0	2,6	101,3	0,7	0,4	1,7	102,1	0,7	1,2	2,2

## 4. Autonomous communities: overall index and divisions

(Completion)

Divisions	Index				Index				Index			
	Index	% Change			Index	% Change			Index	% Change		
		Monthly	Year to	Annual		Monthly	Year to	Annual		Monthly	Year to	Annual
		date				date				date		
	<b>Madrid, Comunidad de</b>				<b>Murcia, Región de</b>				<b>Navarra, C. Foral de</b>			
ALL ITEMS	104,0	0,6	0,3	6,9	104,6	0,8	0,6	7,7	104,5	0,9	0,4	7,7
1. Food and non-alcoholic beverages	104,3	0,5	1,2	5,5	104,7	0,7	1,5	5,4	104,5	0,7	1,5	5,4
2. Alcoholic beverages and tobacco	102,0	0,7	1,0	2,3	102,0	0,3	1,4	1,7	102,5	1,0	1,9	2,7
3. Clothing and footwear	93,3	-1,2	-13,9	1,6	96,3	-0,8	-11,8	7,2	93,6	-0,2	-14,4	3,1
4. Housing	110,3	0,3	0,4	19,3	112,3	0,3	-0,3	24,3	115,0	1,3	1,9	27,7
5. Furniture and household equipment	102,8	0,9	1,3	3,7	103,3	0,3	1,6	4,0	103,7	0,4	1,9	5,4
6. Health	100,0	-0,3	0,1	-0,1	100,5	-0,2	-0,2	0,0	101,1	0,2	0,1	2,0
7. Transport	108,1	2,6	4,5	12,4	109,3	3,3	5,1	14,5	108,5	2,9	5,2	12,5
8. Communications	99,6	-0,1	0,1	-0,6	99,6	-0,1	0,1	-0,7	99,5	-0,1	0,1	-0,8
9. Recreation and culture	101,1	0,4	-0,8	1,9	101,4	0,8	-0,1	2,4	103,2	1,8	-0,2	4,2
10. Education	100,7	0,0	0,0	1,0	100,6	0,0	0,0	0,9	96,3	0,0	0,1	-5,5
11. Hotels, cafés and restaurants	102,6	0,4	0,2	4,3	102,9	0,7	1,3	4,2	101,6	0,1	0,2	3,1
12. Miscellaneous goods and services	101,9	0,7	1,1	2,1	101,4	0,7	0,8	2,0	101,7	0,5	0,5	2,3
	<b>País Vasco</b>				<b>Rioja, La</b>				<b>Ceuta</b>			
ALL ITEMS	104,2	0,8	0,3	7,4	104,6	0,8	0,1	8,1	103,7	0,7	0,2	6,8
1. Food and non-alcoholic beverages	104,7	1,0	2,0	5,3	103,8	1,1	0,6	4,5	104,0	0,8	1,3	5,0
2. Alcoholic beverages and tobacco	103,2	1,8	3,0	3,0	101,6	1,4	1,2	2,5	103,4	0,3	2,8	3,6
3. Clothing and footwear	92,9	-1,0	-14,6	3,4	97,6	-1,3	-13,7	10,1	96,0	0,0	-11,8	9,6
4. Housing	114,0	0,4	0,7	26,8	115,4	0,7	0,7	29,9	111,0	0,2	-0,6	22,2
5. Furniture and household equipment	103,1	0,2	1,0	4,5	102,1	0,1	0,6	2,9	101,7	-0,1	0,6	2,2
6. Health	100,3	0,1	-0,5	0,8	100,7	0,1	0,3	1,1	99,9	-0,1	-0,2	-0,1
7. Transport	107,8	2,6	4,7	12,1	108,1	2,6	4,7	12,7	110,2	3,3	5,3	16,2
8. Communications	99,6	-0,1	0,1	-0,7	99,6	-0,1	0,1	-0,7	99,7	0,0	0,2	-0,4
9. Recreation and culture	101,2	0,7	-0,1	1,7	100,1	0,2	-0,9	0,3	100,6	1,3	0,1	1,4
10. Education	101,1	0,0	0,0	1,5	97,2	0,0	0,0	-3,6	100,3	0,0	0,0	0,3
11. Hotels, cafés and restaurants	101,4	0,6	0,2	3,0	101,8	0,8	0,1	3,8	100,3	-0,1	-0,3	0,7
12. Miscellaneous goods and services	102,1	0,3	0,7	3,2	102,5	0,7	1,4	3,3	100,8	0,3	0,3	0,8
	<b>Melilla</b>											
ALL ITEMS	104,3	0,7	0,2	7,8								
1. Food and non-alcoholic beverages	105,8	1,3	2,7	6,9								
2. Alcoholic beverages and tobacco	102,9	0,4	0,8	3,4								
3. Clothing and footwear	90,9	-2,2	-17,1	2,6								
4. Housing	112,7	0,2	-0,8	25,5								
5. Furniture and household equipment	102,1	0,1	1,2	2,8								
6. Health	100,3	-0,2	-0,3	1,5								
7. Transport	109,6	3,2	5,5	15,7								
8. Communications	99,6	-0,1	0,1	-0,7								
9. Recreation and culture	101,6	0,6	-0,1	2,1								
10. Education	100,6	0,0	0,0	0,8								
11. Hotels, cafés and restaurants	102,4	0,4	0,8	3,8								
12. Miscellaneous goods and services	101,3	0,3	1,5	1,3								

## Consumer Price Index at Constant Tax Rates

### Base 2021

### February 2022

#### 1. National indices at constant tax rates: overall index and divisions

Division	Index	% Change	
		Monthly	Annual
<b>OVERALL INDEX AT CONSTANT TAX RATES</b>	104,9	0,8	8,5
1. Food and non-alcoholic beverages	104,5	0,8	5,6
2. Alcoholic beverages and tobacco	102,2	0,9	2,3
3. Clothing and footwear	93,7	-1,5	3,6
4. Housing	116,8	0,6	32,1
5. Furniture and household equipment	102,7	0,6	3,7
6. Health	100,6	0,1	1,0
7. Transport	108,4	2,7	12,8
8. Communications	99,6	-0,1	-0,7
9. Recreation and culture	101,0	0,7	1,5
10. Education	100,8	0,0	1,2
11. Hotels, cafés and restaurants	102,2	0,8	3,6
12. Miscellaneous goods and services	101,8	0,6	2,2

#### 2. National indices at constant tax rates: overall index and special aggregates

Special aggregate	Índice	% Variación	
		Mensual	Anual
<b>OVERALL INDEX AT CONSTANT TAX RATES</b>	104,9	0,8	8,5
Processed food, beverages and tobacco	104,3	1,4	5,3
Unprocessed food	104,0	-0,2	5,0
Food, beverages and tobacco	104,2	0,9	5,2
Unprocessed food and energy	117,1	1,7	30,6
Industrial goods	109,2	1,1	18,5
Durable industrial goods	102,4	0,4	3,0
Energy products	126,9	3,0	52,9
Fuels	116,8	4,8	26,9
Industrial goods excluding energy	104,3	1,4	8,7
Industrial goods excluding energy products	100,1	0,1	3,0
Services	101,3	0,5	2,0
Services without rentals for housing	101,4	0,5	2,1
Overall index excluding food, beverages and tobacco	105,2	0,8	9,8
Overall index excluding rentals for housing	105,1	0,8	8,8
Overall index excluding energy products	101,9	0,5	3,2
CORE INFLATION (Overall index excluding unprocessed food and energy products)	101,7	0,6	3,0
Overall index excluding tobacco	105,0	0,8	8,7
Overall index excluding services	107,1	1,0	12,6
Overall index excluding liquid fuels	104,1	0,5	7,2
<b>OVERALL INDEX AT CONSTANT TAX RATES AND SUBSIDIES</b>	104,9	0,8	8,5

## Consumer Price Index. Base 2021 February 2022

### 1. National indices: overall index and divisions

Division	Index	% Change			Contribution	
		Monthly	Year to date	Annual	Monthly	Year to date
ALL ITEMS	104,4	0,8	0,4	7,6		
1. Food and non-alcoholic beverages	104,5	0,8	1,5	5,6	0,194	0,344
2. Alcoholic beverages and tobacco	102,2	0,9	1,4	2,3	0,029	0,044
3. Clothing and footwear	93,7	-1,5	-14,3	3,6	-0,078	-0,862
4. Housing	113,3	0,6	0,5	25,4	0,086	0,065
5. Furniture and household equipment	102,7	0,6	1,1	3,7	0,034	0,065
6. Health	100,6	0,1	0,1	1,0	0,003	0,003
7. Transport	108,4	2,7	4,7	12,8	0,365	0,610
8. Communications	99,6	-0,1	0,1	-0,7	-0,003	0,005
9. Recreation and culture	101,0	0,7	-0,2	1,5	0,043	-0,015
10. Education	100,8	0,0	0,0	1,2	0,000	0,000
11. Hotels, cafés and restaurants	102,2	0,8	0,8	3,6	0,098	0,098
12. Miscellaneous goods and services	101,9	0,6	1,0	2,3	0,038	0,063

### 2. National indices: special aggregates

Special aggregate	Index	% Change		
		Monthly	Year to date	Annual
Processed food, beverages and tobacco	104,3	1,4	2,2	5,3
Unprocessed food	104,0	-0,2	0,1	5,0
Food, beverages and tobacco	104,2	0,9	1,5	5,2
Unprocessed food and energy	114,7	1,7	2,5	26,0
Industrial goods	107,8	1,1	-0,5	15,9
Durable industrial goods	102,4	0,4	1,2	3,0
Energy products	122,8	3,0	4,2	44,3
Fuels	116,8	4,8	8,6	26,9
Industrial goods excluding energy	104,3	1,4	0,0	8,7
Industrial goods excluding energy products	100,1	0,1	-2,9	3,0
Services	101,4	0,5	0,5	2,0
Services without rentals for housing	101,4	0,5	0,5	2,1
Overall index excluding food, beverages and tobacco	104,5	0,8	0,0	8,5
Overall index excluding rentals for housing	104,5	0,8	0,4	7,8
Overall index excluding energy products	101,9	0,5	-0,1	3,2
CORE INFLATION (Overall index excluding unprocessed food and energy products)	101,7	0,6	-0,1	3,0
Overall index excluding tobacco	104,5	0,8	0,4	7,7
Overall index excluding services	106,3	1,0	0,4	11,2
Overall index excluding liquid fuels	103,5	0,5	-0,2	6,3

### 3. National indices: headings

	Index	Monthly		Year to date		Annual
		% Change	Contribution	% Change	Contribution	% Change
01. Cereals and by-products	107,2	2,0	0,036	3,1	0,056	8,2
02. Bread	105,3	1,1	0,016	2,6	0,037	6,4
03. Bovine meat	105,4	0,5	0,004	0,6	0,006	6,4
04. Sheep meat	103,1	-5,2	-0,014	-13,0	-0,037	9,5
05. Swine meat	100,0	0,1	0,001	0,0	0,000	0,4
06. Poultry meat	104,0	0,1	0,001	0,4	0,004	6,2
07. Other meats	101,2	0,1	0,003	0,2	0,004	1,7
08. Fresh and frozen fish	103,9	-5,8	-0,079	-2,6	-0,033	4,0
09. Crustaceans, molluscs and processed fish	103,7	1,0	0,016	1,8	0,027	4,5
10. Eggs	104,2	0,2	0,000	0,7	0,002	6,6
11. Milk	107,3	1,7	0,013	3,3	0,025	8,8
12. Dairy products	104,2	0,9	0,016	2,1	0,035	4,7
13. Oils and fats	113,6	0,5	0,003	3,9	0,023	28,1
14. Fresh fruits	105,4	3,8	0,073	2,6	0,050	6,2
15. Canned and dried fruit	101,7	0,7	0,002	1,4	0,005	0,8
16. Fresh pulses and vegetables	105,1	0,3	0,004	1,1	0,014	5,2
17. Processed pulses and vegetables	105,9	2,9	0,021	3,9	0,029	6,2
18. Potatoes and their preparations	102,7	0,8	0,003	2,3	0,009	3,5
19. Coffee, cocoa and infusions	105,8	2,2	0,011	2,5	0,012	7,6
20. Sugar	101,9	0,8	0,001	0,9	0,001	1,4
21. Other food products	103,7	2,7	0,038	3,1	0,043	4,2
22. Mineral water, soft drinks and juices	104,1	2,3	0,025	3,2	0,034	4,4
23. Alcoholic beverages	103,0	2,2	0,028	3,5	0,042	2,2
24. Tobacco	101,7	0,0	0,001	0,1	0,002	2,4
25. Clothing for men	94,2	-1,8	-0,023	-16,2	-0,242	4,7
26. Clothing for women	93,1	-1,5	-0,028	-15,4	-0,340	3,7
27. Clothing for children and babies	91,2	-1,4	-0,010	-14,3	-0,111	2,3
28. Clothing accessories and repair of clothing	85,3	-3,8	-0,003	-22,1	-0,024	-6,5
29. Footwear for men	97,4	-0,9	-0,004	-7,8	-0,041	5,0
30. Footwear for women	95,1	-1,2	-0,007	-11,9	-0,079	2,1
31. Footwear for children	96,9	-1,4	-0,003	-10,5	-0,025	6,9
32. Repair of footwear	100,6	0,2	0,006	0,3	0,011	0,8
33. Rental housing	124,3	0,9	0,067	0,5	0,035	51,7
34. Heating, lighting and water supply	101,2	0,4	0,013	0,5	0,019	1,6
35. Maintenance of the dwelling	104,4	0,4	0,005	1,2	0,014	6,8
36. Furniture and floor coverings	101,7	0,0	0,000	-1,5	-0,008	4,0
37. Household textiles and decorations	103,3	0,5	0,004	2,0	0,018	3,7
38. Household appliances including repair	102,4	0,3	0,001	0,7	0,003	3,7
39. Household utensils and tools	102,8	1,2	0,018	2,0	0,030	3,2
40. Non-durable household goods	101,2	0,4	0,006	0,6	0,008	1,4
41. Household services	102,1	0,6	0,011	1,4	0,023	2,8
42. Medical and a like services	100,1	-0,1	-0,002	-0,2	-0,006	0,4
43. Medicaments and therapeutic equipment	108,7	2,8	0,360	4,9	0,613	13,3
44. Personal transport	100,5	0,1	0,001	0,4	0,002	0,5
45. Public urban transport	99,1	0,9	0,004	-1,0	-0,005	-0,9
46. Public intercity transport	99,6	-0,1	-0,003	0,1	0,005	-0,7
47. Communications	100,9	0,8	0,015	0,1	0,002	1,0
48. Recreational items	102,9	0,4	0,002	1,6	0,007	3,7
49. Publications	100,8	0,3	0,010	0,4	0,012	1,0
50. Recreation	100,8	0,0	0,000	0,0	0,000	1,2
51. Infant and primary education	101,3	0,0	0,000	0,0	0,000	2,0
52. Secondary education	100,6	0,0	0,000	0,0	0,000	0,8
53. Tertiary education	101,5	0,6	0,003	0,9	0,005	1,9
54. Other educational costs	101,7	0,8	0,015	0,8	0,015	1,9
55. Personal effects	102,2	0,8	0,111	0,4	0,057	3,7
56. Tourism and catering	101,8	0,4	0,018	0,8	0,034	2,4
57. Other goods and services						

#### 4. Autonomous communities: overall index and divisions

(Continues)

Divisions	Index	% Change			Index	% Change			Index	% Change		
		Monthly	Year to date	Annual		Monthly	Year to date	Annual		Monthly	Year to date	Annual
	<b>Andalucía</b>				<b>Aragón</b>				<b>Asturias, Principado de</b>			
ALL ITEMS	104,4	0,9	0,3	7,8	104,9	1,0	0,6	8,5	104,2	0,8	0,3	7,5
1. Food and non-alcoholic beverages	104,5	1,1	1,7	5,6	105,2	1,0	1,7	6,9	103,4	0,2	1,0	4,7
2. Alcoholic beverages and tobacco	102,2	0,7	1,3	2,2	102,3	0,9	1,1	2,5	101,7	1,0	1,2	1,2
3. Clothing and footwear	93,3	-1,3	-14,8	3,7	95,7	-1,1	-11,4	5,4	92,5	-1,0	-16,0	2,2
4. Housing	114,5	0,3	-0,3	29,0	114,0	0,8	0,8	26,9	114,5	0,8	0,9	27,6
5. Furniture and household equipment	102,3	0,5	0,9	3,1	103,2	0,1	0,9	4,3	103,5	0,8	2,1	4,5
6. Health	100,5	0,2	0,0	0,9	100,9	0,1	0,6	1,7	99,9	-0,8	-0,8	0,3
7. Transport	108,4	2,7	4,7	12,8	108,6	2,8	4,9	13,4	108,5	3,2	5,4	12,6
8. Communications	99,6	-0,1	0,1	-0,7	99,6	-0,1	0,1	-0,7	99,5	-0,1	0,1	-0,7
9. Recreation and culture	101,2	0,6	0,1	1,7	100,5	0,9	-0,4	0,6	100,9	1,0	-0,5	1,5
10. Education	100,9	0,0	0,0	1,4	101,2	0,2	0,2	1,7	101,5	0,0	0,0	2,2
11. Hotels, cafés and restaurants	102,1	0,8	0,7	3,4	101,8	1,7	0,2	3,2	102,5	1,0	1,2	3,7
12. Miscellaneous goods and services	101,7	0,7	0,8	2,1	102,3	0,7	1,1	2,9	101,5	0,6	0,9	1,8
	<b>Balears, Illes</b>				<b>Canarias</b>				<b>Cantabria</b>			
ALL ITEMS	104,4	0,8	0,6	7,5	103,9	0,7	0,2	6,8	104,3	0,7	0,0	7,7
1. Food and non-alcoholic beverages	104,4	1,0	1,4	5,7	105,0	1,3	1,9	6,1	104,4	0,9	1,2	5,7
2. Alcoholic beverages and tobacco	101,8	1,2	1,3	2,5	101,9	1,1	1,1	2,1	102,1	0,5	1,4	2,2
3. Clothing and footwear	95,7	-1,3	-12,1	4,7	89,0	-2,0	-17,9	-0,5	92,9	-3,8	-15,8	1,6
4. Housing	112,1	0,0	-0,7	23,7	111,3	0,2	-0,6	22,3	113,2	0,6	0,4	25,1
5. Furniture and household equipment	102,3	0,2	1,1	3,7	102,4	0,9	0,9	3,0	101,0	0,4	-0,8	2,8
6. Health	101,9	0,3	0,6	3,4	100,9	0,4	0,5	1,2	100,7	0,2	0,4	1,4
7. Transport	108,0	2,9	4,9	11,8	107,2	1,7	2,5	11,4	108,9	2,9	5,0	13,7
8. Communications	99,6	-0,1	0,1	-0,6	99,6	-0,1	0,1	-0,7	99,6	-0,1	0,1	-0,5
9. Recreation and culture	101,4	1,0	0,3	1,7	100,7	0,6	-0,5	1,1	101,0	0,1	-0,1	1,4
10. Education	101,6	0,0	0,1	2,1	101,0	0,0	0,0	1,1	100,3	0,0	0,0	0,5
11. Hotels, cafés and restaurants	101,5	0,8	1,0	3,0	102,8	0,7	1,6	3,8	101,7	0,9	0,6	3,2
12. Miscellaneous goods and services	101,4	0,5	0,9	1,7	102,4	0,7	1,1	3,1	102,4	0,5	0,7	3,0



#### 4. Autonomous communities: overall index and divisions (Continuation)

Divisions	Index	% Change			Index	% Change			Index	% Change		
		Monthly	Year to date	Annual		Monthly	Year to date	Annual		Monthly	Year to date	Annual
	<b>Castilla y León</b>				<b>Castilla-La Mancha</b>				<b>Cataluña</b>			
ALL ITEMS	104,9	0,9	0,4	8,5	105,2	1,0	0,7	9,0	104,4	0,8	0,6	7,4
1. Food and non-alcoholic beverages	104,5	0,7	1,5	5,8	104,4	0,8	1,2	5,7	104,3	0,7	1,4	5,4
2. Alcoholic beverages and tobacco	102,2	1,0	1,4	2,3	102,7	1,2	1,8	2,7	101,8	0,7	1,0	2,0
3. Clothing and footwear	92,7	-1,0	-15,5	2,3	94,8	-1,3	-13,7	5,3	95,7	-1,5	-13,4	5,8
4. Housing	115,5	1,3	1,4	29,3	116,8	1,5	1,6	32,3	112,1	1,0	1,2	22,3
5. Furniture and household equipment	103,1	0,9	1,3	3,9	102,8	0,7	1,5	3,9	102,5	0,6	1,1	3,4
6. Health	100,6	0,1	-0,2	0,9	100,3	-0,1	-0,1	0,7	100,3	0,0	0,0	0,9
7. Transport	108,9	3,0	5,1	13,8	108,7	2,9	5,0	13,2	108,5	2,9	4,9	12,9
8. Communications	99,6	-0,1	0,1	-0,7	99,6	-0,1	0,1	-0,6	99,6	-0,1	0,1	-0,7
9. Recreation and culture	100,8	0,5	-0,5	1,1	100,2	0,5	-0,5	0,5	101,2	1,0	0,3	1,5
10. Education	100,4	0,0	0,0	0,5	101,1	0,0	0,0	1,5	101,1	0,0	0,0	1,6
11. Hotels, cafés and restaurants	102,3	0,7	0,3	3,8	103,2	1,0	1,6	4,6	101,8	0,6	0,9	2,8
12. Miscellaneous goods and services	101,8	0,4	1,0	2,2	102,0	0,8	1,1	2,7	101,9	0,6	1,2	2,3
	<b>Comunitat Valenciana</b>				<b>Extremadura</b>				<b>Galicia</b>			
ALL ITEMS	104,5	0,9	0,4	7,8	104,5	0,8	0,3	8,1	104,5	0,7	0,4	8,0
1. Food and non-alcoholic beverages	104,8	1,3	1,7	5,8	104,2	0,7	2,0	5,4	104,1	0,7	1,5	5,4
2. Alcoholic beverages and tobacco	102,5	0,8	1,6	2,6	102,5	0,5	1,6	2,7	103,1	2,1	2,6	2,8
3. Clothing and footwear	92,7	-0,9	-14,8	2,5	91,1	-1,2	-16,6	1,7	94,0	-4,6	-14,6	3,9
4. Housing	114,6	0,3	-0,5	29,4	115,5	0,4	-0,3	31,3	115,1	0,9	0,6	29,4
5. Furniture and household equipment	102,5	0,5	0,9	3,9	102,0	0,1	1,2	2,9	103,1	0,8	1,2	4,3
6. Health	101,5	0,3	0,3	1,9	100,1	-0,3	-0,2	0,8	101,0	0,5	0,3	1,9
7. Transport	108,3	2,9	4,8	12,6	109,3	2,8	5,1	14,4	108,3	2,9	4,8	12,8
8. Communications	99,5	-0,1	0,1	-0,8	99,5	-0,1	0,1	-0,7	99,6	-0,1	0,1	-0,7
9. Recreation and culture	101,0	0,8	-0,2	1,4	100,4	0,2	-1,0	0,9	100,5	0,2	-0,8	1,0
10. Education	100,9	0,0	0,0	1,3	100,6	0,0	0,0	1,0	100,9	0,0	0,0	1,3
11. Hotels, cafés and restaurants	102,2	0,8	0,9	3,6	102,7	1,6	1,4	3,8	102,6	1,1	1,5	4,2
12. Miscellaneous goods and services	102,1	0,5	1,0	2,6	101,3	0,7	0,4	1,7	102,1	0,7	1,2	2,2

#### 4. Autonomous communities: overall index and divisions

(Completion)

Divisions	Index	% Change			Index	% Change			Index	% Change		
		Monthly	Year to date	Annual		Monthly	Year to date	Annual		Monthly	Year to date	Annual
<b>Madrid, Comunidad de</b>				<b>Murcia, Región de</b>				<b>Navarra, C. Foral de</b>				
ALL ITEMS	104,0	0,6	0,3	6,9	104,6	0,8	0,6	7,7	104,5	0,9	0,4	7,7
1. Food and non-alcoholic beverages	104,3	0,5	1,2	5,5	104,7	0,7	1,5	5,4	104,5	0,7	1,5	5,4
2. Alcoholic beverages and tobacco	102,0	0,7	1,0	2,3	102,0	0,3	1,4	1,7	102,5	1,0	1,9	2,7
3. Clothing and footwear	93,3	-1,2	-13,9	1,6	96,3	-0,8	-11,8	7,2	93,6	-0,2	-14,4	3,1
4. Housing	110,3	0,3	0,4	19,3	112,3	0,3	-0,3	24,3	115,0	1,3	1,9	27,7
5. Furniture and household equipment	102,8	0,9	1,3	3,7	103,3	0,3	1,6	4,0	103,7	0,4	1,9	5,4
6. Health	100,0	-0,3	0,1	-0,1	100,5	-0,2	-0,2	0,0	101,1	0,2	0,1	2,0
7. Transport	108,1	2,6	4,5	12,4	109,3	3,3	5,1	14,5	108,5	2,9	5,2	12,5
8. Communications	99,6	-0,1	0,1	-0,6	99,6	-0,1	0,1	-0,7	99,5	-0,1	0,1	-0,8
9. Recreation and culture	101,1	0,4	-0,8	1,9	101,4	0,8	-0,1	2,4	103,2	1,8	-0,2	4,2
10. Education	100,7	0,0	0,0	1,0	100,6	0,0	0,0	0,9	96,3	0,0	0,1	-5,5
11. Hotels, cafés and restaurants	102,6	0,4	0,2	4,3	102,9	0,7	1,3	4,2	101,6	0,1	0,2	3,1
12. Miscellaneous goods and services	101,9	0,7	1,1	2,1	101,4	0,7	0,8	2,0	101,7	0,5	0,5	2,3
<b>País Vasco</b>				<b>Rioja, La</b>				<b>Ceuta</b>				
ALL ITEMS	104,2	0,8	0,3	7,4	104,6	0,8	0,1	8,1	103,7	0,7	0,2	6,8
1. Food and non-alcoholic beverages	104,7	1,0	2,0	5,3	103,8	1,1	0,6	4,5	104,0	0,8	1,3	5,0
2. Alcoholic beverages and tobacco	103,2	1,8	3,0	3,0	101,6	1,4	1,2	2,5	103,4	0,3	2,8	3,6
3. Clothing and footwear	92,9	-1,0	-14,6	3,4	97,6	-1,3	-13,7	10,1	96,0	0,0	-11,8	9,6
4. Housing	114,0	0,4	0,7	26,8	115,4	0,7	0,7	29,9	111,0	0,2	-0,6	22,2
5. Furniture and household equipment	103,1	0,2	1,0	4,5	102,1	0,1	0,6	2,9	101,7	-0,1	0,6	2,2
6. Health	100,3	0,1	-0,5	0,8	100,7	0,1	0,3	1,1	99,9	-0,1	-0,2	-0,1
7. Transport	107,8	2,6	4,7	12,1	108,1	2,6	4,7	12,7	110,2	3,3	5,3	16,2
8. Communications	99,6	-0,1	0,1	-0,7	99,6	-0,1	0,1	-0,7	99,7	0,0	0,2	-0,4
9. Recreation and culture	101,2	0,7	-0,1	1,7	100,1	0,2	-0,9	0,3	100,6	1,3	0,1	1,4
10. Education	101,1	0,0	0,0	1,5	97,2	0,0	0,0	-3,6	100,3	0,0	0,0	0,3
11. Hotels, cafés and restaurants	101,4	0,6	0,2	3,0	101,8	0,8	0,1	3,8	100,3	-0,1	-0,3	0,7
12. Miscellaneous goods and services	102,1	0,3	0,7	3,2	102,5	0,7	1,4	3,3	100,8	0,3	0,3	0,8
<b>Melilla</b>												
ALL ITEMS	104,3	0,7	0,2	7,8								
1. Food and non-alcoholic beverages	105,8	1,3	2,7	6,9								
2. Alcoholic beverages and tobacco	102,9	0,4	0,8	3,4								
3. Clothing and footwear	90,9	-2,2	-17,1	2,6								
4. Housing	112,7	0,2	-0,8	25,5								
5. Furniture and household equipment	102,1	0,1	1,2	2,8								
6. Health	100,3	-0,2	-0,3	1,5								
7. Transport	109,6	3,2	5,5	15,7								
8. Communications	99,6	-0,1	0,1	-0,7								
9. Recreation and culture	101,6	0,6	-0,1	2,1								
10. Education	100,6	0,0	0,0	0,8								
11. Hotels, cafés and restaurants	102,4	0,4	0,8	3,8								
12. Miscellaneous goods and services	101,3	0,3	1,5	1,3								

## Consumer Price Index at Constant Tax Rates

### Base 2021

### February 2022

#### 1. National indices at constant tax rates: overall index and divisions

Division	Index	% Change	
		Monthly	Annual
<b>OVERALL INDEX AT CONSTANT TAX RATES</b>	104,9	0,8	8,5
1. Food and non-alcoholic beverages	104,5	0,8	5,6
2. Alcoholic beverages and tobacco	102,2	0,9	2,3
3. Clothing and footwear	93,7	-1,5	3,6
4. Housing	116,8	0,6	32,1
5. Furniture and household equipment	102,7	0,6	3,7
6. Health	100,6	0,1	1,0
7. Transport	108,4	2,7	12,8
8. Communications	99,6	-0,1	-0,7
9. Recreation and culture	101,0	0,7	1,5
10. Education	100,8	0,0	1,2
11. Hotels, cafés and restaurants	102,2	0,8	3,6
12. Miscellaneous goods and services	101,8	0,6	2,2

#### 2. National indices at constant tax rates: overall index and special aggregates

Special aggregate	Índice	% Variación	
		Mensual	Anual
<b>OVERALL INDEX AT CONSTANT TAX RATES</b>	104,9	0,8	8,5
Processed food, beverages and tobacco	104,3	1,4	5,3
Unprocessed food	104,0	-0,2	5,0
Food, beverages and tobacco	104,2	0,9	5,2
Unprocessed food and energy	117,1	1,7	30,6
Industrial goods	109,2	1,1	18,5
Durable industrial goods	102,4	0,4	3,0
Energy products	126,9	3,0	52,9
Fuels	116,8	4,8	26,9
Industrial goods excluding energy	104,3	1,4	8,7
Industrial goods excluding energy products	100,1	0,1	3,0
Services	101,3	0,5	2,0
Services without rentals for housing	101,4	0,5	2,1
Overall index excluding food, beverages and tobacco	105,2	0,8	9,8
Overall index excluding rentals for housing	105,1	0,8	8,8
Overall index excluding energy products	101,9	0,5	3,2
CORE INFLATION (Overall index excluding unprocessed food and energy products)	101,7	0,6	3,0
Overall index excluding tobacco	105,0	0,8	8,7
Overall index excluding services	107,1	1,0	12,6
Overall index excluding liquid fuels	104,1	0,5	7,2
<b>OVERALL INDEX AT CONSTANT TAX RATES AND SUBSIDIES</b>	104,9	0,8	8,5

## Harmonised Index of Consumer Prices, 2015=100 February 2022

### 1. National indices: overall index and divisions

Division	Index	% Change	
		Monthly	Annual
ALL ITEMS	111,15	0,8	7,6
1. Food and non-alcoholic beverages	114,81	0,9	5,6
2. Alcoholic beverages and tobacco	108,03	0,9	2,3
3. Clothing and footwear	90,45	-2,4	4,2
4. Housing	121,64	0,6	25,0
5. Furniture and household equipment	104,57	0,6	3,7
6. Health	103,90	0,1	1,0
7. Transport	117,91	2,7	12,5
8. Communications	102,22	-0,1	-0,7
9. Recreation and culture	99,90	0,9	2,0
10. Education	104,98	0,0	1,2
11. Hotels, cafés and restaurants	111,52	0,9	4,0
12. Miscellaneous goods and services	109,62	0,7	2,6

### 2. National indices: HICP and HICP at Constant Tax Rates

All items	Index	% Change	
		Monthly	Annual
HICP at Constant Tax Rates	111,89	0,8	8,5
HICP	111,15	0,8	7,6