

## Verðkönnun Veritabus í maí.

### I. Samantekt

Verð á matarkörfu fjögurra manna fjölskyldu hækkar um 3,1 prósent á milli mánaða. Hækkun körfunnar frá því október 2021 er 8,6 prósent sem er meira en 2,6 prósent meiri en breyting á vísitölu neysluverðs á sama tímabili. Óvissa við mælinguna er 1,5 prósent.

### II. Körfukönnun

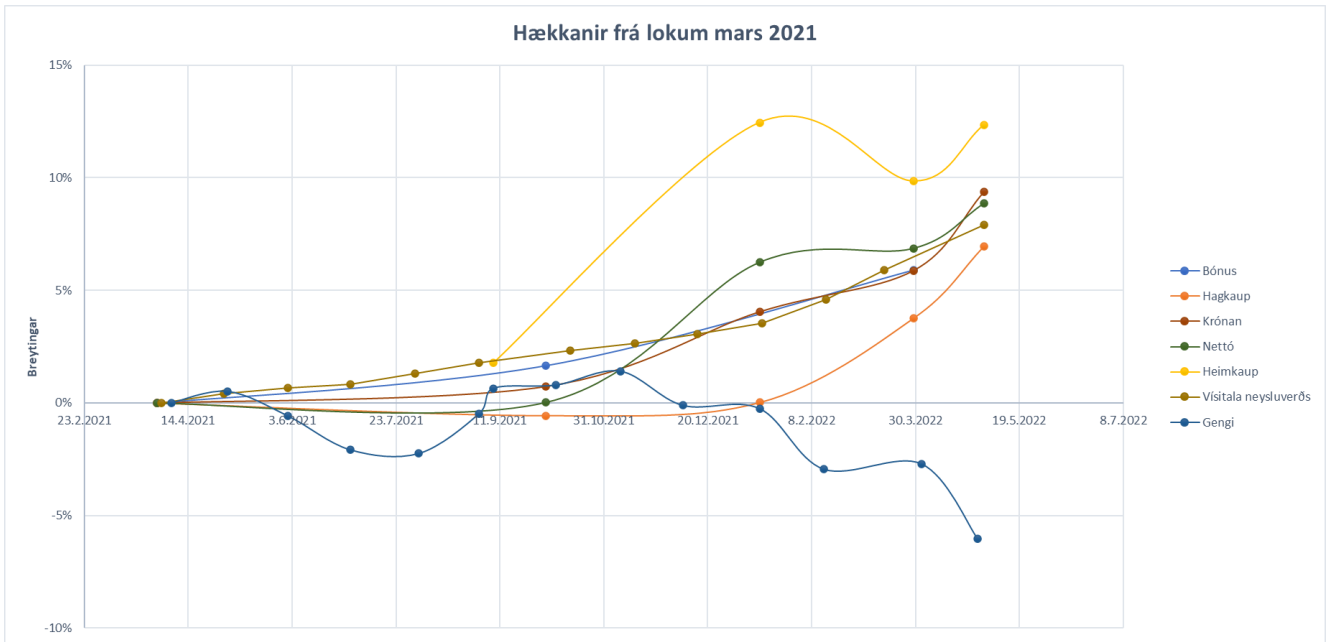
Veritabus kannaði verð vörukörfu sem samanstóð af 35 vöruliðum úr öllum vöruflokkum. Verð körfunnar var á bilinu 22 – 27 þúsund krónur. Eftirfarandi breytingar höfðu orðið á körfunni frá könnun ASÍ 29. mars 2022:

	<u>breyting á körfu</u>	<u>breyting á mjólkurvörum</u>	<u>óvissa (+/-) á körfu</u>
Krónan	3,50%	5,10%	1,50%
Hagkaup	3,20%	7,50%	2,50%
Nettó	2,00%	5,80%	6,30%
Heimkaup	2,50%	6,50%	2,10%

Vegin meðalhækkun vörukörfunnar er 3,1 prósent og óvissa er 1,5%. Athygli vekur mikil hækkun mjólkurvara sem er tvöfalt hærri en önnur hækkun eins og sjá má í töflunni sem virðist tengjast talsverðum verðhækkunum frá Mjólkursamsölnni. Hér að neðan eru dæmi um hækkanir á verðlista Mjólkursamsölnnar sem birtist á vef hennar:

	<u>1.12.2021</u>	<u>4.4.2022</u>	<u>breyting</u>
Smjörvi, 400 gr	545	572	5.0%
Nýmjólk (D), 1 L	173	190	5.0%
Hleðsla, 250 ml	250	263	5.2%
Skólaostur, 460 gr	711	747	5.1%
Ísey 300 ml	196	206	5.1%
Kókómjólk, 250 ml	133	140	5.3%

Myndin að neðan sýnir þróun verðhækkana undanfarna 13 mánuði:

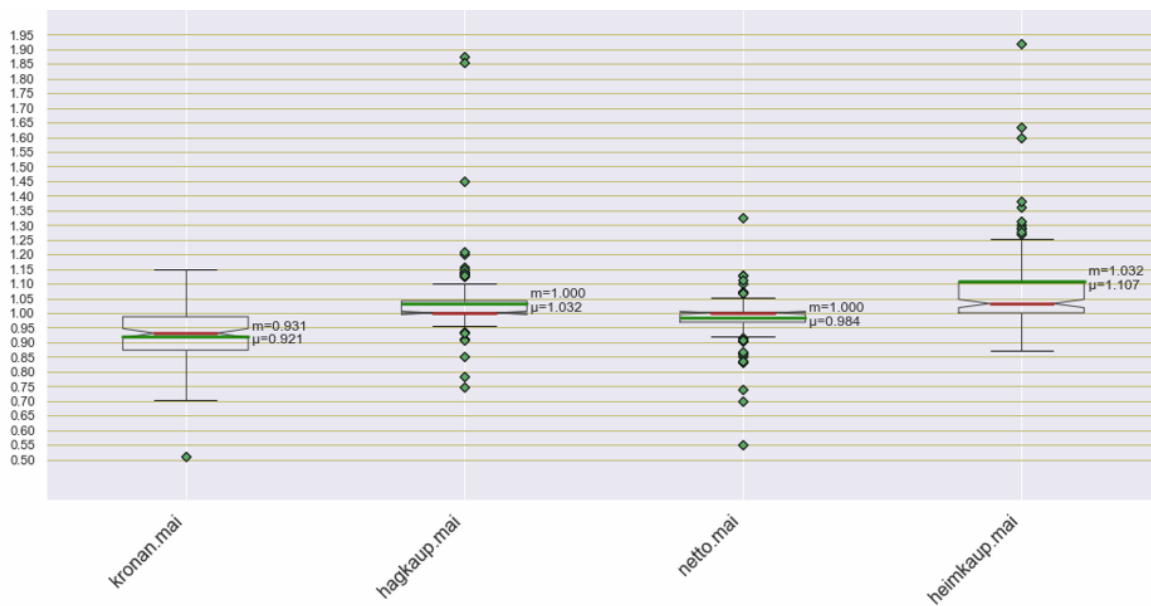


Matvara hefur því hækkað töluvert umfram aðra liði vísitölunnar undanfarið sjö mánuði. Hún hækkaði hins vegar lítið frá mars lokum og fram í september 2021 (um 1%).

Hækkunin er 3,1 prósent frá því í lok mars skv. mælingum Veritabus.

### III. Vísitölur einstakra verslana

Reiknaðar voru vísitölur fyrir vöruverð í einstökum verslunum. Myndin sýnir miðgildin og meðaltölin í maí könnuninni.



#### IV. Um Veritabus og verðkönnunina

*Veritabus er systurfélag Arev verðbréfafyrirtækis. Allar verðkannanir Veritabus auk annarra opinberra verðkannana er að finna á vef Veritabus fyrir áskrifendur.*

*Kannaðir voru 135 vöruliðir. Allar verslanakeðjur áttu til fleiri en 110 liði. Ef vöruliður var ekki til fékk hann miðgildi verðs annarra verslana. Í körfukönnuninni voru samtals 47 vöruliðir og 37 einstakar vörur. Óvissa var minni en í fyrri könnunum þar eð hækkunarir voru að miklu leyti bundnar við ákveðna vöruflokka.. Könnunin fór fram í síðustu viku í verslunum og á netinu. Í verslununum var verð lesið af hillumiðum.*

*Valin var ein verslanakeðja hjá hverri af þremur stærstu markaðsaðilunum auk Heimkaupa, en allar eiga þessar keðjur það sameiginlegt að vera með gott úrval af matvöru á netinu. Verð var upprunalega kannað á netinu, en ef eitthvað var óljóst eða vara var verð verslunar kannað sérstaklega.*