

GDA DI MILANO • 7 MESI DI RILEVAZIONI (GENNAIO-LUGLIO 2005) NELL'AMBITO DEI FRESCHI

# Gli aumenti concentrati a inizio anno

Ai banchi i ritocchi verso il basso risultano più numerosi, benché scattati in un secondo momento. Molti i prezzi invariati

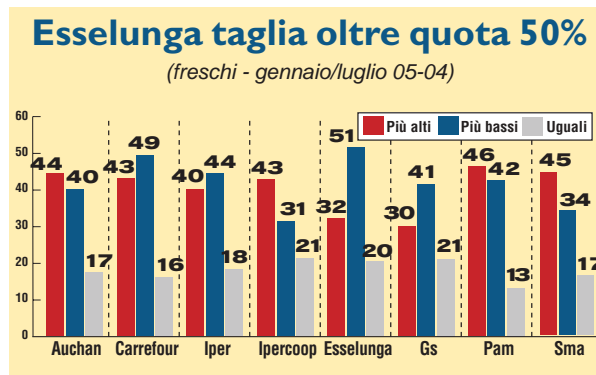
Andrea Manicardi

Da gennaio a luglio 2005 sono stati rilevati da MARK UP i prezzi dei prodotti freschi e messi a confronto con quelli dell'anno precedente. È possibile ora produrre una sintesi che misuri l'andamento che il comparto ha avuto rispetto agli stessi 7 mesi di rilevazioni dell'anno precedente. Le categorie sono carne bovina, pesce, salumi, insalate, carni alternative, frutta stagionale e formaggi, per un totale di 798 prezzi rilevati, un campione abbastanza significativo al fine di cercare di capire il com-

portamento dei prezzi dei freschi nell'ultimo anno.

## Contrazioni

Il risultato complessivo vede una prevalenza dei ribassi anche se il dato più evidente è un sostanziale equilibrio tra il numero dei prezzi aumentati (323 pari al 40,3%) e quelli ribassati (332 pari al 41,4%). Se viene valutato come le singole categorie abbiano contribuito a produrre il suddetto risultato, si nota che nelle prime quattro rilevazioni dell'anno prevalgono gli aumenti (carne bovina, pesce, salumi e insalate) mentre nelle ultime tre



(carni alternative, frutta stagionale e formaggi) prevalgono decisamente i ribassi. Indice di una tendenza forse generalizzabile. Anche a livello di singole insegne si nota un certo e-

quilibrio tra numero di tagli e aumenti. Da Ipercoop e Sma è più evidente il numero di aumenti, mentre da Esselunga e Gs prevalgono i ribassi: si va da un massimo di 51 ribassi da

Esselunga (quasi il 50%) a un minimo di 31 in Ipercoop (33%). Ciò non significa che si tratti delle insegne più economiche o più care in assoluto, poiché va come sempre ricordato che la rilevazione evidenzia solo il numero di scostamenti interni rispetto al 2004 e non i valori assoluti.

## Riflessioni

Si può azzardare una duplice riflessione: da un lato il numero dei prezzi rimasto invariato è piuttosto significativo e corrisponde al 18% del totale dei prezzi rilevati. Il dato potrebbe stare a dimostrare la tendenza del mercato a non aumentare i prezzi. Per quanto riscontrato nei primi quattro mesi dell'anno, sarà interessante valutare se il moto al contenimento verrà confermato nei prossimi mesi anche in categorie che nel 2005 hanno dimostrato un maggior dinamismo verso l'alto. ★

## In Sma il ritocco riguarda la metà dei prodotti analizzati

	CARNE BOVINA			PESCE			SALUMI			INSALATE			CARNI ALTERNATIVE			FRUTTA STAGIONALE			FORMAGGI			TOTALE	INCIDENZA AUMENTI (IN %)			
	+	-	=	+	-	=	+	-	=	+	-	=	+	-	=	+	-	=	+	-	=					
<b>SMA Supermercato</b>	11	2	0	3	5	2	4	5	7	9	2	0	9	6	0	7	7	3	2	7	5	45	34	17	47	
<b>PAM Supermercato</b>	10	5	0	9	4	0	6	2	7	7	4	1	5	8	2	5	9	1	4	10	2	46	42	13	46	
<b>IPERCOOP Ipermercato</b>	10	4	0	4	3	1	7	5	4	3	3	3	5	5	5	9	6	1	5	5	7	43	31	21	45	
<b>AUCHAN Ipermercato</b>	7	7	1	7	1	4	11	4	2	3	5	3	5	7	3	6	8	0	5	8	4	44	40	17	44	
<b>CARREFOUR Ipermercato</b>	9	6	1	8	5	3	5	8	3	7	4	2	6	7	2	3	11	1	5	8	4	43	49	16	40	
<b>IPER Ipermercato</b>	3	9	3	7	5	0	11	3	3	9	1	3	2	12	1	4	9	0	4	5	8	40	44	18	39	
<b>GS Supermercato</b>	8	2	4	3	6	0	4	2	8	9	2	2	2	10	2	0	9	2	4	10	3	30	41	21	33	
<b>ESSELUNGA Superstore</b>	8	8	0	6	5	1	4	2	11	8	2	3	3	11	0	1	12	2	2	11	3	32	51	20	31	
<b>TOTALE (n.)</b>	66	43	9	47	34	11	52	31	45	55	23	17	37	66	15	35	71	10	31	64	36	323	332	143	37	
<b>DATA RILEVAZIONE</b>	Gennaio			Febbraio			Marzo			Aprile			Maggio			Giugno			Luglio							

N.B. Prezzi: + Prezzi aumentati - Prezzi diminuiti = Prezzi invariati