Méthodologie "*quiest3foislemoinscher*" de comparaison de prix entre enseignes

Août 2026

Comment les points de vente ont été échantillonnés ?

Les points de vente étudiés ont, pour chacune des enseignes, été choisis aléatoirement afin d'assurer la représentativité géographique de l'ensemble de leur parc national d'appartenance. Les points de vente étudiés sont donc répartis sur la totalité du territoire métropolitain.

Quels sont les points de vente qui ont été sélectionnés ?

Les points de vente appartiennent aux principales enseignes vendant des produits de Grande Consommation :

- Auchan, Carrefour, Carrefour Market ou Market, E.Leclerc, Intermarché Hyper/Super, Hyper U, Super U, soit les 7 grandes enseignes de distribution (GSA). Pour chacune de ces enseignes, le nombre de magasins étudiés doit être suffisant (environ 40 magasins par enseigne) pour être représentatif de son parc national. Pour chacune de ces enseignes, les magasins étudiés ont été sélectionnés selon les règles standards de la théorie statistique des sondages, en suivant la méthode des quotas. La méthode des quotas est la technique usuelle d'échantillonnage garantissant que l'échantillon d'une enquête quantitative reflète certaines caractéristiques de la « population » que l'on veut étudier, à savoir les différentes enseignes. Pour ce faire, on définit comme quotas les critères les plus pertinents pour expliquer la variable prix, qui sont (1) le format des magasins, divisé en 5 grandes classes de surface* (2) la localisation des magasins répartis en 12 grandes Régions. L'échantillon des magasins étudiés doit respecter la structure du parc national de chaque enseigne selon chacun de ces deux critères, c'est-à-dire en fonction de ces 17 quotas.

  *Notons que tous les supermarchés de surface inférieure à 2500m2 sont exclus volontairement du champ de l'étude

- La principale enseigne de discounters (HD) : Lidl**. Comme cette enseigne affirme pratiquer, *sur tout son réseau de magasins,* **un prix unique** à chacun de ses produits, il n'est pas nécessaire d'appliquer les mêmes règles d'échantillonnage, que ce soit en termes de taille d'échantillon ou de représentativité par grande région ou par surface.

  Notons que les surfaces des magasins Lidl sont inférieures à 2500m2.

Au total, ce sont donc les **8 principales enseignes nationales** de distribution généraliste (GSA) ou discount (HD) qui ont été prises en compte dans la comparaison entre enseignes.

Combien de points de vente par enseigne ont été étudiés ?

*Au total, **287 points de vente** ont été étudiés. Ils sont répartis de la façon suivante entre les enseignes de distribution :*

Magasins étudiés	Taille d'échantillon	Surface moyenne (m2) de l'échantillon
Auchan	40	9912
Carrefour	40	9896
Carrefour Market / Market	40	3322
E.Leclerc	40	5721
Intermarché Hyper/Super	39	3461
Lidl	10	1392
Hyper U	40	6705
Super U	38	4052
Total des enseignes	**287**	

La liste des magasins (avec leur département et surface de vente) est fournie ci-dessous :

Enseigne	Ville	Département	Surface de vente (m2)	Prix sur Internet (*)
AUCHAN	ARLES	13	8706	*
AUCHAN	AUXERRE	89	7371	*
AUCHAN	AVIGNON	84	10890	*
AUCHAN	BARBEREY-SAINT-SULPICE	10	8271	*
AUCHAN	BEAUVAIS	60	9600	*
AUCHAN	BESSONCOURT	90	9200	*
AUCHAN	BIAS	47	8500	*
AUCHAN	BRÉTIGNY-SUR-ORGE	91	11600	*
AUCHAN	CALUIRE-ET-CUIRE	69	10775	*
AUCHAN	CERGY	95	13092	*
AUCHAN	CHAMBRAY-LÈS-TOURS	37	11700	*
AUCHAN	CHAMPNIERS	16	9909	*
AUCHAN	CHAUCONIN-NEUFMONTIERS	77	12000	*
AUCHAN	DARDILLY	69	9385	*
AUCHAN	DIEPPE	76	11775	*
AUCHAN	EPAGNY METZ-TESSY	74	10330	*
AUCHAN	ESCAUDŒUVRES	59	11600	*
AUCHAN	FACHES-THUMESNIL	59	10700	*
AUCHAN	FAYET	02	10180	*
AUCHAN	FONTAINE	38	9449	*
AUCHAN	FRÉJUS	83	8371	*
AUCHAN	ISTRES	13	7460	*
AUCHAN	LE KREMLIN-BICÊTRE	94	11200	*
AUCHAN	MANDELIEU-LA-NAPOULE	06	8989	*
AUCHAN	MERS-LES-BAINS	80	9100	*
AUCHAN	MÉRU	60	8980	*
AUCHAN	OLIVET	45	10572	*
AUCHAN	OSNY	95	10142	*
AUCHAN	PESSAC	33	10738	*
AUCHAN	SAINT-HERBLAIN	44	10600	*
AUCHAN	SAINT-NAZAIRE	44	8857	*
AUCHAN	SCHWEIGHOUSE-SUR-MODER	67	11945	*

AUCHAN	SIN-LE-NOBLE	59	11500	*
AUCHAN	TAVERNY	95	9450	*
AUCHAN	TREMBLAY-EN-FRANCE	93	7650	*
AUCHAN	TRIGNAC	44	9600	*
AUCHAN	VILLEBON-SUR-YVETTE	91	10300	*
AUCHAN	VILLENAVE-D'ORNON	33	8206	*
AUCHAN	VINEUIL	41	9400	*
AUCHAN	VIRY-NOUREUIL	02	8400	*
CARREFOUR	AMIENS	80	10000	*
CARREFOUR	AMILLY	45	6292	*
CARREFOUR	ANGOULINS	17	9000	*
CARREFOUR	ANNECY	74	9500	*
CARREFOUR	AULNOY-LEZ-VALENCIENNES	59	10000	*
CARREFOUR	BASSENS	73	8790	*
CARREFOUR	BOISSEUIL	87	9800	*
CARREFOUR	BOURGES	18	9792	*
CARREFOUR	BREST	29	10000	*
CARREFOUR	BRIVE-LA-GAILLARDE	19	8540	*
CARREFOUR	CESSON-SÉVIGNÉ	35	9820	*
CARREFOUR	CHÂLONS-EN-CHAMPAGNE	51	10500	*
CARREFOUR	CHAMBÉRY	73	10263	*
CARREFOUR	CHARTRES	28	11000	*
CARREFOUR	CHÂTEAUROUX	36	9500	*
CARREFOUR	CLAIRA	66	10444	*
CARREFOUR	CRÊCHES-SUR-SAÔNE	71	10000	*
CARREFOUR	ÉCOLE-VALENTIN	25	9555	*
CARREFOUR	ESSEY-LÈS-NANCY	54	10900	*
CARREFOUR	FLERS-EN-ESCREBIEUX	59	11000	*
CARREFOUR	FORBACH	57	10032	*
CARREFOUR	GARGES-LÈS-GONESSE	95	10253	*
CARREFOUR	GROSBLIEDERSTROFF	57	5750	*
CARREFOUR	HAGUENAU	67	10000	*
CARREFOUR	HOUDEMONT	54	15500	*

CARREFOUR	HOUSSEN	68	14500	*
CARREFOUR	LONGEVILLE-LÈS-SAINT-AVOLD	57	10500	*
CARREFOUR	MARSEILLE 08	13	7900	*
CARREFOUR	MARZY	58	10800	*
CARREFOUR	MASSY	91	12347	*
CARREFOUR	MONCEL-LÈS-LUNÉVILLE	54	7350	*
CARREFOUR	MONTIGNY-LÈS-CORMEILLES	95	10320	*
CARREFOUR	OLLIOULES	83	10800	*
CARREFOUR	PAIMPOL	22	5400	*
CARREFOUR	PERPIGNAN	66	10000	*
CARREFOUR	QUIMPER	29	9303	*
CARREFOUR	SAINT-ANDRÉ-LES-VERGERS	10	10900	*
CARREFOUR	SAINT-ÉGRÈVE	38	10000	*
CARREFOUR	TINQUEUX	51	9500	*
CARREFOUR	VAULX-EN-VELIN	69	10001	*
MARKET	AIRAINES	80	2501	*
MARKET	AMBÉRIEU-EN-BUGEY	01	3280	*
MARKET	ARGELÈS-GAZOST	65	2990	*
MARKET	BELLEVILLE-EN-BEAUJOLAIS	69	3412	*
MARKET	BONNEVAL	28	2911	*
MARKET	BORGO	20	3760	*
MARKET	BRESSUIRE	79	3416	*
MARKET	CONNERRÉ	72	3334	*
CARREFOUR MARKET	CORMEILLES	27	2870	*
MARKET	DADONVILLE	45	2700	*
CARREFOUR MARKET	DÉOLS	36	3064	*
MARKET	DISTRÉ	49	3500	*
MARKET	FALAISE	14	3066	*
CARREFOUR MARKET	FERRIÈRES	17	2514	*
CARREFOUR MARKET	FLEURANCE	32	3212	*
MARKET	FONSORBES	31	4000	*
MARKET	FOUESNANT	29	3000	*
MARKET	GUÉRANDE	44	3350	*

MARKET	GUIGNES	77	2899	*
MARKET	LA FLÈCHE	72	2890	*
MARKET	LE MESNIL-ESNARD	76	3270	*
MARKET	LE PRÉ-SAINT-GERVAIS	93	3268	*
MARKET	LES ABRETS EN DAUPHINÉ	38	3729	*
MARKET	MANOM	57	3844	*
MARKET	MARCONNELLE	62	3500	*
CARREFOUR MARKET	MARMANDE	47	3000	*
MARKET	MEXIMIEUX	01	3580	*
MARKET	MONTREUIL	93	2689	*
MARKET	NANTEUIL-LÈS-MEAUX	77	4800	*
CARREFOUR MARKET	NEVERS	58	3022	*
MARKET	PLUNERET	56	3546	*
MARKET	QUÉVERT	22	3399	*
CARREFOUR MARKET	SAINT-GEORGES-DES-GROSEILLERS	61	3471	*
MARKET	SAINT-GERMAIN-DU-PUY	18	3100	*
CARREFOUR MARKET	SAINT-SULPICE-LA-POINTE	81	3000	*
CARREFOUR MARKET	SARLAT-LA-CANÉDA	24	5000	*
MARKET	SAUSSAY	28	3800	*
MARKET	SCHEIBENHARD	67	3000	*
MARKET	VILLERS-BOCAGE	14	3897	*
CARREFOUR MARKET	VIRE NORMANDIE	14	3300	*
INTERMARCHE HYPER	ARGELÈS-SUR-MER	66	5460	*
INTERMARCHE SUPER	AUCH	32	3000	*
INTERMARCHE SUPER	BEAUNE	21	2995	*
INTERMARCHE SUPER	CARHAIX-PLOUGUER	29	2630	*
INTERMARCHE SUPER	CHAMPNIERS	16	3200	*
INTERMARCHE HYPER	CHAUNY	02	5300	*
INTERMARCHE SUPER	CHELLES	77	3075	*
INTERMARCHE SUPER	COMPIÈGNE	60	3400	*
INTERMARCHE SUPER	CONCARNEAU	29	2900	*
INTERMARCHE SUPER	CORNEBARRIEU	31	2999	*
INTERMARCHE SUPER	ÉCAILLON	59	3850	*

INTERMARCHE SUPER	EU	76	2950	*
INTERMARCHE SUPER	FAINS-VÉEL	55	2725	*
INTERMARCHE HYPER	FIRMINY	42	5725	*
INTERMARCHE SUPER	FRIVILLE-ESCARBOTIN	80	3149	*
INTERMARCHE SUPER	LA TESTE-DE-BUCH	33	2999	*
INTERMARCHE SUPER	LABARTHE-SUR-LÈZE	31	2999	*
INTERMARCHE HYPER	LE CENDRE	63	5494	*
INTERMARCHE SUPER	LURE	70	2995	*
INTERMARCHE SUPER	MÉRIGNAC	33	3000	*
INTERMARCHE SUPER	MIRAMAS	13	3000	*
INTERMARCHE SUPER	MONTBRON	16	2997	*
INTERMARCHE HYPER	MONTECH	82	3000	*
INTERMARCHE HYPER	PAMIERS	09	5600	*
INTERMARCHE HYPER	PONTIVY	56	5298	*
INTERMARCHE SUPER	PORNIC	44	3000	*
INTERMARCHE SUPER	ROISSY-EN-BRIE	77	3000	*
INTERMARCHE SUPER	SAINT-DIZIER	52	2999	*
INTERMARCHE SUPER	SAINT-LAURENT-DE-LA-SALANQUE	66	3000	*
INTERMARCHE SUPER	SAINT-SAUVEUR	38	2998	*
INTERMARCHE SUPER	SÉNÉ	56	3000	*
INTERMARCHE HYPER	SENLIS	60	5660	*
INTERMARCHE SUPER	SOYONS	07	3500	*
INTERMARCHE SUPER	TADEN	22	2940	*
INTERMARCHE SUPER	TRÉGUEUX	22	2995	*
INTERMARCHE HYPER	TRÉGUNC	29	2636	*
INTERMARCHE SUPER	VIERZON	18	3000	*
INTERMARCHE SUPER	VOLGELSHEIM	68	2996	*
INTERMARCHE SUPER	WINGLES	62	2500	*
CENTRE E.LECLERC	ALBI	81	5700	
CENTRE E.LECLERC	AUXONNE	21	4480	
CENTRE E.LECLERC	AZAY-LE-BRÛLÉ	79	5300	
CENTRE E.LECLERC	BREST	29	3196	
CENTRE E.LECLERC	CHATTE	38	4999	

CENTRE E.LECLERC	CLERMONT-FERRAND	63	9200	
CENTRE E.LECLERC	CLICHY	92	6598	
CENTRE E.LECLERC	FIRMINY	42	4799	
CENTRE E.LECLERC	GUINGAMP	22	3500	
CENTRE E.LECLERC	HYÈRES	83	5305	
CENTRE E.LECLERC	IFS	14	6350	
CENTRE E.LECLERC	ISSENHEIM	68	4557	
CENTRE E.LECLERC	LA FERTÉ-SOUS-JOUARRE	77	2910	
CENTRE E.LECLERC	LA FLÈCHE	72	6570	
CENTRE E.LECLERC	LAON	02	8800	
CENTRE E.LECLERC	LE BLANC	36	4150	
CENTRE E.LECLERC	LIMOGES	87	6990	
CENTRE E.LECLERC	LOISON-SOUS-LENS	62	5499	
CENTRE E.LECLERC	MARSEILLE 09	13	5470	
CENTRE E.LECLERC	MIOS	33	5000	
CENTRE E.LECLERC	MONTDIDIER	80	3955	
CENTRE E.LECLERC	MONTGERON	91	4050	
CENTRE E.LECLERC	NARBONNE	11	4240	
CENTRE E.LECLERC	OSNY	95	11882	
CENTRE E.LECLERC	PLEUMELEUC	35	4000	
CENTRE E.LECLERC	PONTIVY	56	3750	
CENTRE E.LECLERC	SAINT-AMAND-LES-EAUX	59	7250	
CENTRE E.LECLERC	SAINT-BERTHEVIN	53	6190	
CENTRE E.LECLERC	SAINT-ÉTIENNE-LÈS-REMIREMONT	88	5310	
CENTRE E.LECLERC	SAINT-JEAN-D'ANGÉLY	17	4049	
CENTRE E.LECLERC	SAINT-ORENS-DE-GAMEVILLE	31	15600	
CENTRE E.LECLERC	SAINT-VALERY-EN-CAUX	76	4148	
CENTRE E.LECLERC	SARLAT-LA-CANÉDA	24	5000	
CENTRE E.LECLERC	SEGRÉ-EN-ANJOU BLEU	49	5000	
CENTRE E.LECLERC	THIONVILLE	57	10350	
CENTRE E.LECLERC	TONNERRE	89	5000	
CENTRE E.LECLERC	VALRÉAS	84	4830	
CENTRE E.LECLERC	VANDŒUVRE-LÈS-NANCY	54	5481	

CENTRE E.LECLERC	VIERZON	18	4024	
CENTRE E.LECLERC	WASSELONNE	67	5340	
LIDL	BACHANT	59	1000	
LIDL	CONFLANS STE HONORINE	78	1200	
LIDL	CASTRES	81	1048	
LIDL	DRAVEIL	91	1450	
LIDL	DOUAI	59	1286	
LIDL	VILLETANEUSE	93	2209	
LIDL	JOUÉ-LÈS-TOURS	37	1686	
LIDL	PITHIVIERS	45	1420	
LIDL	SAINT-POL-SUR-TERNOISE	62	1416	
LIDL	TOULOUSE	31	1200	
HYPER U	ABBEVILLE	80	7000	*
HYPER U	AGDE	34	9100	*
HYPER U	AIZENAY	85	6730	*
HYPER U	BIACHE-SAINT-VAAST	62	2934	*
HYPER U	BOULAZAC ISLE MANOIRE	24	6019	*
HYPER U	BOURGUEIL	37	6400	*
HYPER U	BRIE-COMTE-ROBERT	77	6000	*
HYPER U	CHALLANS	85	7650	*
HYPER U	CHÂTEAUGIRON	35	5200	*
HYPER U	CLERMONT-L'HÉRAULT	34	5611	*
HYPER U	ÉCOMMOY	72	7449	*
HYPER U	ÉVRON	53	4935	*
HYPER U	EXINCOURT	25	6800	*
HYPER U	FONTENAY-LE-COMTE	85	5950	*
HYPER U	GUJAN-MESTRAS	33	6109	*
HYPER U	HANCHES	28	5598	*
HYPER U	LA CHAPELLE-SUR-ERDRE	44	5700	*
HYPER U	LA ROCHE-SUR-YON	85	6849	*
HYPER U	LE GRAND-QUEVILLY	76	11750	*
HYPER U	LES HERBIERS	85	9100	*
HYPER U	MANOSQUE	04	5675	*

HYPER U	MAYENNE	53	6100	*
HYPER U	MÛRS-ERIGNÉ	49	10000	*
HYPER U	PARTHENAY	79	5778	*
HYPER U	PERTUIS	84	6119	*
HYPER U	PONTARLIER	25	6485	*
HYPER U	PUILBOREAU	17	10118	*
HYPER U	REIMS	51	6500	*
HYPER U	RUMILLY	74	6320	*
HYPER U	SAINT-AVÉ	56	5515	*
HYPER U	SAINTES	17	7039	*
HYPER U	SAINT-HILAIRE-DE-RIEZ	85	5450	*
HYPER U	SAINT-JUNIEN	87	5886	*
HYPER U	SAVENAY	44	8980	*
HYPER U	SENS	89	9100	*
HYPER U	SIERENTZ	68	6500	*
HYPER U	THOIRY	01	5800	*
HYPER U	VALLET	44	6143	*
HYPER U	VERNOUILLET	28	6069	*
HYPER U	VILLEFRANCHE-DE-LAURAGAIS	31	5740	*
SUPER U	BELLEVIGNY	85	4096	*
SUPER U	BELZ	56	3967	*
SUPER U	BISCHWILLER	67	3835	*
SUPER U	CHALONNES-SUR-LOIRE	49	3356	*
SUPER U	CHENÔVE	21	3100	*
SUPER U	COMBRIT	29	2919	*
SUPER U	CRAON	53	3900	*
SUPER U	DECAZEVILLE	12	6500	*
SUPER U	DIVATTE-SUR-LOIRE	44	3999	*
SUPER U	ERQUY	22	3972	*
SUPER U	FRIGNICOURT	51	2702	*
SUPER U	GÉTIGNÉ	44	3900	*
SUPER U	HUNINGUE	68	3800	*
SUPER U	LES ACHARDS	85	4013	*

Quels produits ?

Quels types de produits ?

L'univers des produits sélectionnés est composé de 3 types de produits :

1. les **produits de marque nationale** (MN). Ils sont identiques et ont exactement le même «code-barres» en 8, 10 ou 13 chiffres, quelle que soit l'enseigne et le magasin où ils sont présents. Ces produits de marque nationale ont été sélectionnés sur la base de tous les produits ayant un taux de détention national (inter enseignes) supérieur ou égal à 25%, ce qui représente un total d'environ 7000 produits MN, *identiques entre enseignes*
2. Les **produits de distributeur comparables aux produits Repères** de Leclerc. La comparabilité entre ces produits (qui n'ont pas le même code-barre) nécessite de vérifier la correspondance produits entre le produit Repères chez Leclerc et son « équivalent » dans une enseigne concurrente. Pour ce faire, nous avons utilisé le dispositif de chaînages produits mis en place par la Scamark (filiale du groupe Leclerc qui gère la totalité des produits propres à Leclerc) : il consiste à suivre régulièrement et à évaluer la comparabilité (grammage, composition, packaging,…) entre les produits propres à l'enseigne E.Leclerc et ceux des autres enseignes de distribution. Notons que le processus de la Scamark a été contrôlé et validé par le cabinet de certification indépendant SGS (en Septembre 2025). On peut ainsi comparer les prix de produits non identiques mais *comparables entre enseignes*, en respectant la règle de base : "tous prix comparés sont ceux de produits comparables"
3. Les **produits de distributeur comparables aux produits Eco+** de Leclerc. La comparabilité entre ces produits (qui n'ont pas le même code-barre) nécessite de vérifier la correspondance produits entre le produit Leclerc et son « équivalent » dans une enseigne concurrente. Pour ce faire, nous avons utilisé le même dispositif de chaînages produits mis en place par la Scamark. Notons que le processus de la Scamark a également été contrôlé et validé par le cabinet de certification indépendant SGS (en Septembre 2025). On peut ainsi comparer les prix de produits non identiques mais *comparables entre enseignes*, en respectant la règle de base : "tous prix comparés sont ceux de produits comparables"

Notons enfin que le consommateur peut aisément vérifier toutes ces correspondances entre produits et apprécier ainsi leur degré de comparabilité : le libellé indique pour chaque produit les principales caractéristiques de sa composition ainsi que l'enseigne d'appartenance ; elles sont systématiquement renseignées dans le fichier « Détails des prix » qui est mis à disposition.

Pourquoi le nombre de produits varie selon les enseignes ?

Parmi cet ensemble de produits sélectionnés, tout produit comparable dont on a recueilli les prix dans au moins 2 magasins de chacune des 2 enseignes, donne lieu à une comparaison de prix entre les 2 enseignes. *Les produits traités sont donc simplement les produits comparables dont on a recueilli les prix.*

Nombre de produits traités	*Produits de Marque Nationale*	*Produits comparables à Repères de Leclerc*	*Produits comparables à Eco+ de Leclerc*
Centres E.LECLERC	**7338**	**1537**	**531**
AUCHAN	**7010**	**1075**	**296**
CARREFOUR	**6909**	**1297**	**376**
CARREFOUR MARKET ou MARKET	**6208**	**1203**	**349**
INTERMARCHE Hyper/Super	**7180**	**1261**	**305**
LIDL	**438**	**518**	**242**
Hyper U	**6990**	**1161**	**260**
Super U	**6967**	**1157**	**260**
Total des enseignes	**7338**	**1537**	**531**

C'est la raison pour laquelle le nombre de produits sur la base de laquelle est effectuée la comparaison, peut être variable en fonction du couple d'enseignes comparées (voir tableau précédent).

La liste exhaustive des produits traités, classés par typologie de produits et rayon, est disponible sur le fichier détaillé des prix, mis à disposition des utilisateurs de l'étude.

Quelle méthode de recueil des prix ?

Qui a collecté les prix ?

La compilation informatique des prix est effectuée par la société ***Scalian****, spécialisée dans le développement de solutions mobile et on line.* Chaque fois que la collecte par voie informatique des prix n'était pas possible *(cas notamment des magasins ne disposant pas d'un site commercial sur Internet qui fournit les prix pratiqués en magasin), le recueil des prix peut alors s'effectuer en relevant physiquement les prix des produits (repérés par leur code-barres) lors d'une visite en magasin.*

Comment les prix ont-ils été recueillis ?

Chacune des sociétés de recueil a reçu comme consignes en plus de sa liste de magasins à traiter :

- le périmètre des produits dont il fallait recueillir les prix

- la période de terrain avec une date de début et une date de fin au-delà de laquelle les prix recueillis n'étaient plus validés et pris en compte dans la comparaison

Ces deux critères de périmètre produits et de période de terrain, sont harmonisés entre chacune des sociétés de recueil.

1. La collecte informatique des prix s'est effectuée en extrayant les prix de chaque produit, repéré ou ramené à son code-barres, dans chaque magasin.

   Ne sont pris dans la collecte que les prix avant toute opération promotionnelle. Notons que cette règle s'applique à tout centre Leclerc comme à tout magasin d'une enseigne concurrente.

   - Pour les magasins concurrents, la collecte informatique des prix s'est effectuée par extraction des prix à partir des sites commerciaux des magasins appliquant le modèle dit « drive » ou formule équivalente par laquelle le consommateur achète par Internet puis récupère au magasin les produits qu'il a achetés. Les données traitées proviennent directement du flux quotidien de prix fourni par la société **A3DISTRIB**, société spécialisée dans la veille concurrentielle sur le marché de la Grande Distribution. Les données recueillies correspondent aux prix affichés *avant promotions* dans les rayons virtuels des sites Internet.

     Notons que tout prix de produit ainsi collecté est signalé dans les résultats par la mention (*) (= prix sur Internet) dans les fichiers de prix détaillés systématiquement fournis.

     Une telle aspiration des prix est réalisée, magasin par magasin, chaque semaine sur la période de collecte concernée.
   - Pour les centres Leclerc, la collecte informatique s'est faite par **Scalian** directement à partir des fichiers de caisses établis régulièrement par chacun des centres Leclerc. Là encore, les données recueillies correspondent aux prix affichés en magasins.

2. Le relevé physique des prix en magasin s'organise de la façon suivante :

   Cette opération est réalisée manuellement par les enquêteurs de la société de terrain **Panel 9**, société spécialisée dans les enquêtes de terrain dans la Distribution.

   Les différents points de vente à visiter sont répartis en fonction de leur localisation géographique entre les différents enquêteurs, tous professionnels de ce mode de recueil.

   Chaque enquêteur visite un ou plusieurs magasin(s) fixé(s) à l'avance. Chaque enquêteur doit y relever par écrit le prix de chacun des produits du périmètre. Si lors de sa visite, un enquêteur ne trouve pas un produit donné, il ne donne bien sûr aucune indication prix relative à ce produit.

Les relevés de prix en magasins sont réalisés en étant vigilants à ne pas déranger les clients tout en étant effectués aux heures habituelles d'ouverture des points de vente.

Une fois la visite du magasin achevée, l'enquêteur doit envoyer par voie postale au centre de saisie informatique, la grille de prix par produit ainsi que la (ou les) date(s) de visite du point de vente.

Notons que ces règles de relevés de prix et de saisie informatique sont rigoureusement identiques pour chacun des magasins visités.

Quand les prix ont-ils été recueillis ?

Quel que soit le mode de recueil, tous les prix ont été recueillis <u>entre le samedi 15 et le vendredi 21 août 2026.</u> Tout le recueil des prix s'est donc effectué sur une période restreinte, et de plus indifférenciée quelle que soit l'enseigne. Ce sont les conditions nécessaires pour rendre les comparaisons de prix entre enseignes pertinentes en termes de calendrier.

Le consommateur peut aisément vérifier toutes les caractéristiques de ces prix : la date, le magasin et son enseigne, et le mode de recueil de la totalité des prix comparés, sont systématiquement renseignés dans le fichier « Détails des prix » qui est mis à disposition.

Combien de prix ont été comparés ?

Au total 1925036 prix ont été traités dans le cadre de cette étude de comparaison des prix entre enseignes (voir la répartition par type de produits dans le tableau ci-après)

Nombre de prix comparés	*Produits de Marque Nationale*	*Produits comparables à Repères de Leclerc*	*Produits comparables à Eco+ de Leclerc*
Centres E.LECLERC	*233152*	*57590*	*18329*
AUCHAN	*179171*	*35841*	*7170*
CARREFOUR	*216426*	*44473*	*11823*
CARREFOUR MARKET ou MARKET	*199585*	*40757*	*11645*
INTERMARCHE Hyper/Super	*225348*	*43812*	*9447*
LIDL	*2879*	*3206*	*1503*
Hyper U	*247338*	*44083*	*9552*
Super U	*231742*	*41477*	*8687*
Total des enseignes	***1535641***	***311239***	***78156***

Quel mode de traitement des prix ?

Les traitements de prix consistent à calculer les prix moyens par enseigne et les écarts de prix moyen entre enseignes, par produit ou au niveau agrégé du total des produits comparables

Comment est calculé le prix moyen d'un produit pour une enseigne ?

Le « prix moyen » est simplement la moyenne de tous les prix de ce produit, tels qu'ils ont été recueillis dans chacun des magasins de cette enseigne. Chacun des magasins est considéré de façon équivalente indépendamment de sa taille et de sa zone géographique.

Pour les produits de distributeur (qui ne sont pas de Marque Nationale, donc non strictement identiques), il est possible que 2 produits *i* et *i'* bien que comparables, n'aient pas exactement la même volumétrie (en gramme, litre, poids, nombre de doses, etc.). Nous avons accepté la comparaison des prix entre ces deux produits à la condition que le différentiel entre le volume (= *ViL*) du produit *i* de Leclerc et le volume (= *Vi'J*) du produit comparable *i'* de l'enseigne J reste inférieur à 30%, en plus ou en moins. Dans ces cas, pour comparer les prix moyens des 2 enseignes, on a de façon naturelle appliqué au prix moyen de l'enseigne J un facteur de conversion de volume, soit le coefficient correcteur : volume produit Leclerc / volume produit comparable chez *J* (= *ViL* / *Vi'J*)

Exemple : Soit un produit *i* du distributeur E.Leclerc dont le litrage est de 1L

- si le produit comparable *i'* dans l'enseigne *J* fait 1,30L alors le prix moyen affiché pour *J* sera : *Pi'J * ViL / Vi'J* c'est-à-dire le prix multiplié par 76,9% (= 1,00/1,30), prix *diminué* pour obtenir le volume du produit Leclerc
- si le produit comparable *i''* dans l'enseigne K fait 0,70L alors le prix moyen affiché pour K sera : *Pi''K * ViL / Vi''K* c'est-à-dire le prix multiplié par 142,9% (= 1,00/1,30), prix *augmenté* pour obtenir le volume du produit Leclerc

Cette règle de conversion a été appliquée systématiquement à chacune des enseignes, afin de ramener le prix moyen du produit de chaque enseigne au même niveau de volumétrie que celui du produit comparable dans l'enseigne E.Leclerc.

Notons enfin que le consommateur peut aisément vérifier les facteurs de conversion qui ont été appliqués produit par produit, car ils sont indiqués en face de chaque prix moyen dans le fichier « Détails des prix » qui est mis à disposition.

Le prix moyen affiché est le prix moyen arrondi au centime d'euros *(2 chiffres après la virgule)*
Exemple : Soit un produit* i *dont le calcul du prix moyen donne…
1 - 2.245 € au sein de l'enseigne E.Leclerc
***2 - 2.254 € au sein de l'enseigne* J**
Dans les deux cas, le prix moyen arrondi sera de 2.25 €. L'écart de prix moyen affiché entre les deux enseignes sera nul, c'est-à-dire de 0.0%.
Ce principe d'arrondi a été appliqué uniformément pour chacune des enseignes présentes, y compris pour E.Leclerc.

Comment les écarts de prix *entre enseignes* ont été calculés (produit par produit) ?

L'écart de prix par produit est le différentiel (en %) entre le prix moyen de ce produit dans une enseigne concurrente et son prix moyen chez E.Leclerc.

Pour un produit donné : L'écart de prix entre l'enseigne* J *et E.Leclerc est calculé de la façon suivante :

Ecart = (Prix moyen Concurrent - Prix Moyen E.Leclerc)/ Prix moyen Leclerc

Chaque écart de prix est exprimé en pourcentage avec 1 chiffre après la virgule ;

- Si ce pourcentage est positif, cela signifie que le prix moyen du produit est d'autant plus cher dans l'enseigne *concurrente* que chez E.Leclerc.

- Si ce pourcentage est négatif, cela signifie que le prix moyen du produit est d'autant moins cher dans l'enseigne *concurrente* que chez E.Leclerc.

- On associe systématiquement à chaque écart de prix le nombre de prix du produit que l'on a recueillis dans les magasins de l'enseigne *concurrente*

Comment les écarts de prix *entre enseignes* ont été calculés (sur le total des produits) ?

L'écart de prix sur un total de produits est le différentiel (en %) entre la moyenne des prix de tous les produits comparables dans une enseigne (pondérés par leur taux de détention dans cette enseigne) et la moyenne des prix des mêmes produits chez E.Leclerc.

Pour ce faire, la démarche est simple. Elle consiste à donner à chaque produit un poids en fonction du nombre de prix observés dans l'enseigne concurrente (qui n'est autre que le taux de détention du produit l'enseigne *concurrente*). On compare ensuite le prix du total des produits, pondérés par leur taux de détention dans l'enseigne *concurrente*, avec celui du même ensemble de produits dans l'enseigne E.Leclerc en appliquant le même système de pondération produit par produit.

***Ces moyennes sont pondérées, comme indiqué plus haut, par le taux de détention de chaque produit dans l'enseigne* concurrente*, de façon à refléter au mieux l'offre de l'enseigne* concurrente.**

- Chaque écart de prix est exprimé en pourcentage avec 1 chiffre après la virgule

- Si ce pourcentage est positif, cela signifie qu'en moyenne les prix des produits comparables sont d'autant plus chers dans l'enseigne concurrente que chez E.Leclerc.

- Si ce pourcentage est négatif, cela signifie qu'en moyenne les prix des produits comparables sont d'autant moins chers dans l'enseigne concurrente que chez E.Leclerc.