

Méthodologie *quiestlemoinscher* de comparaison de prix entre enseignes

Les éléments méthodologiques ont été définis par le cabinet FaCE Conseil, société d'études et d'analyses statistiques indépendante.

Le cabinet FaCE Conseil certifie, sans aucune réserve, que l'application de toutes les procédures décrites ci-après (modalités et calendrier de recueil des prix ; méthode statistique de filtrage des prix ; mode de sélection de la date de référence du prix d'un produit dans un magasin ; formules de calcul des prix moyens des produits et des agrégats de produits, ainsi que des écarts de prix entre les enseignes) permet de fournir des résultats représentatifs, significatifs, et non volontairement biaisés dans un sens qui serait délibérément favorable à l'un des distributeurs et en particulier l'enseigne E.Leclerc au regard de l'objet étudié.

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 la totalité du territoire métropolitain (hors Outre-Mer).

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 répartie 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 strictes d'échantillonnage, que ce soit en termes de tailles 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, **292 points de vente** ont été étudiés se répartissant de la façon suivante entre les enseignes de distribution.

| Magasins étudiés | Taille d'échantillon | Surface moyenne (m2) de l'échantillon |
|----------------------------|----------------------|---------------------------------------|
| Auchan | 39 | 9879 |
| Carrefour | 38 | 9866 |
| Carrefour Market / Market | 40 | 3331 |
| E.Leclerc | 40 | 5718 |
| Intermarché Hyper/Super | 40 | 3573 |
| Lidl | 20 | 1448 |
| Hyper U | 37 | 6802 |
| Super U | 38 | 3991 |
| Total des enseignes | 292 | - |

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 | ESCAUDOEUVRES | 59 | 11600 | * |
| AUCHAN | FACHES-THUMESNIL | 59 | 10700 | * |
| AUCHAN | FAYET | 2 | 10180 | * |
| AUCHAN | FONTAINE | 38 | 9449 | * |

| | | | | |
|-----------|----------------------------|----|-------|---|
| AUCHAN | FRÉJUS | 83 | 8371 | * |
| AUCHAN | ISTRES | 13 | 7460 | * |
| AUCHAN | MANDELIEU-LA-NAPOULE | 6 | 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 | 2 | 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 | CHÂTEAUX | 36 | 9500 | * |
| CARREFOUR | CLAIRA | 66 | 10444 | * |
| CARREFOUR | CRÊCHES-SUR-SAÔNE | 71 | 10000 | * |
| CARREFOUR | ÉCOLE-VALENTIN | 25 | 9555 | * |
| CARREFOUR | FLERS-EN-ESCREBIEUX | 59 | 11000 | * |
| CARREFOUR | GARGES-LÈS-GONESSE | 95 | 10253 | * |
| CARREFOUR | GROSBLIEDERSTROFF | 57 | 5750 | * |
| CARREFOUR | HAGUENAU | 67 | 10000 | * |
| CARREFOUR | HOUEMONT | 54 | 15500 | * |
| CARREFOUR | HOUSSEN | 68 | 14500 | * |
| CARREFOUR | LONGEVILLE-LÈS-SAINT-AVOLD | 57 | 10500 | * |
| CARREFOUR | MARSEILLE | 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 | 1 | 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 | * |
| 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 | GUÉRANDÉ | 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 | 1 | 3580 | * |
| MARKET | MONTREUIL | 93 | 2689 | * |
| MARKET | NANTEUIL-LÈS-MEAUX | 77 | 4800 | * |
| CARREFOUR MARKET | NEVERS | 58 | 3022 | * |
| CARREFOUR MARKET | OUISTREHAM | 14 | 3229 | * |
| 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 | * |
| INTERMARCHÉ HYPER | ARGELÈS-SUR-MER | 66 | 5460 | * |
| INTERMARCHÉ SUPER | AUCH | 32 | 3000 | * |
| INTERMARCHÉ SUPER | BEAUNE | 21 | 2995 | * |
| INTERMARCHÉ SUPER | CARHAIX-POUGUER | 29 | 2630 | * |
| INTERMARCHÉ SUPER | CHAMPNIERS | 16 | 3200 | * |
| INTERMARCHÉ HYPER | CHAUNY | 2 | 5300 | * |
| INTERMARCHÉ SUPER | CHELLES | 77 | 3075 | * |
| INTERMARCHÉ SUPER | COMPIÈGNE | 60 | 3400 | * |
| INTERMARCHÉ SUPER | CONCARNEAU | 29 | 2900 | * |
| INTERMARCHÉ SUPER | CORNEBARRIEU | 31 | 2999 | * |
| INTERMARCHÉ SUPER | ÉCAILLON | 59 | 3850 | * |
| INTERMARCHÉ SUPER | EU | 76 | 2950 | * |
| INTERMARCHÉ SUPER | FAINS-VÉEL | 55 | 2725 | * |
| INTERMARCHÉ HYPER | FIRMINY | 42 | 5725 | * |
| INTERMARCHÉ SUPER | FRIVILLE-ESCARBOTIN | 80 | 3149 | * |
| INTERMARCHÉ HYPER | HYÈRES | 83 | 7972 | * |
| INTERMARCHÉ SUPER | LA TESTE-DE-BUCH | 33 | 2999 | * |
| INTERMARCHÉ SUPER | LABARTHE-SUR-LÈZE | 31 | 2999 | * |
| INTERMARCHÉ HYPER | LE CENDRE | 63 | 5494 | * |
| INTERMARCHÉ SUPER | LURE | 70 | 2995 | * |
| INTERMARCHÉ SUPER | MÉRIGNAC | 33 | 3000 | * |
| INTERMARCHÉ SUPER | MIRAMAS | 13 | 3000 | * |
| INTERMARCHÉ SUPER | MONTBRON | 16 | 2997 | * |
| INTERMARCHÉ SUPER | MONTECH | 82 | 3000 | * |
| INTERMARCHÉ HYPER | PAMIRS | 9 | 5600 | * |
| INTERMARCHÉ HYPER | PONTIVY | 56 | 5298 | * |
| INTERMARCHÉ SUPER | PORNIC | 44 | 3000 | * |
| INTERMARCHÉ SUPER | ROISSY-EN-BRIE | 77 | 3000 | * |
| INTERMARCHÉ SUPER | SAINT-DIZIER | 52 | 2999 | * |
| INTERMARCHÉ SUPER | SAINT-LAURENT-DE-LA-SALANQUE | 66 | 3000 | * |
| INTERMARCHÉ SUPER | SAINT-SAUVEUR | 38 | 2998 | * |
| INTERMARCHÉ SUPER | SÉNÉ | 56 | 3000 | * |
| INTERMARCHÉ HYPER | SENLIS | 60 | 5660 | * |
| INTERMARCHÉ HYPER | SOYONS | 7 | 3500 | * |
| INTERMARCHÉ SUPER | TADEN | 22 | 2940 | * |
| INTERMARCHÉ SUPER | TRÉGUEUX | 22 | 2995 | * |
| INTERMARCHÉ HYPER | TRÉGUNC | 29 | 2636 | * |
| INTERMARCHÉ SUPER | VIERZON | 18 | 3000 | * |
| INTERMARCHÉ SUPER | VOLGELSHEIM | 68 | 2996 | * |
| INTERMARCHÉ SUPER | WINGLES | 62 | 2500 | * |
| CENTRE E.LECLERC | ALBI | 81 | 5700 | |
| CENTRE E.LECLERC | AZAY-LE-BRÛLÉ | 79 | 4480 | |
| CENTRE E.LECLERC | BÉZIERS | 34 | 5300 | |
| CENTRE E.LECLERC | BREST | 29 | 3196 | |

| | | | | |
|------------------|-----------------------------|----|-------|--|
| CENTRE E.LECLERC | CHAMBRY | 2 | 8697 | |
| 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 | JOUÉ-LÈS-TOURS | 37 | 2910 | |
| CENTRE E.LECLERC | LA FERTÉ-SOUS-JOUARRE | 77 | 6570 | |
| CENTRE E.LECLERC | LA FLÈCHE | 72 | 4150 | |
| CENTRE E.LECLERC | LE BLANC | 36 | 6990 | |
| CENTRE E.LECLERC | LIMOGES | 87 | 5499 | |
| CENTRE E.LECLERC | LOISON-SOUS-LENS | 62 | 5470 | |
| CENTRE E.LECLERC | MARSEILLE | 13 | 5000 | |
| CENTRE E.LECLERC | MIOS | 33 | 3955 | |
| CENTRE E.LECLERC | MONTDIDIER | 80 | 4050 | |
| CENTRE E.LECLERC | MONTGERON | 91 | 4240 | |
| CENTRE E.LECLERC | NARBONNE | 11 | 11882 | |
| CENTRE E.LECLERC | ONET-LE-CHÂTEAU | 12 | 4000 | |
| CENTRE E.LECLERC | OSNY | 95 | 3750 | |
| CENTRE E.LECLERC | PITHIVIERS | 45 | 7250 | |
| CENTRE E.LECLERC | SAINT-AMAND-LES-EAUX | 59 | 6190 | |
| CENTRE E.LECLERC | SAINT-BERTHEVIN | 53 | 5310 | |
| CENTRE E.LECLERC | SAINT-ÉTIENNE-LÈS-REMIEMONT | 88 | 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 | VANDOEUVRE-LÈS-NANCY | 54 | 5481 | |
| CENTRE E.LECLERC | VIERZON | 18 | 4024 | |
| CENTRE E.LECLERC | WASSELONNE | 67 | 5340 | |
| LIDL | ALTKIRCH | 68 | 1056 | |
| LIDL | AMILLY | 45 | 1620 | |
| LIDL | BACHANT | 59 | 1000 | |
| LIDL | BONSON | 42 | 1420 | |
| LIDL | CALAIS | 62 | 1464 | |
| LIDL | CANET-EN-ROUSSILLON | 66 | 1700 | |
| LIDL | CHÂLETTE-SUR-LOING | 45 | 1272 | |
| LIDL | DOUAI | 59 | 1286 | |
| LIDL | FIRMINY | 42 | 1686 | |
| LIDL | FRANQUEVILLE-SAINT-PIERRE | 76 | 1421 | |
| LIDL | FREYMING-MERLEBACH | 57 | 1420 | |

| | | | | |
|---------|---------------------------|----|-------|---|
| LIDL | GUEBWILLER | 68 | 1947 | |
| LIDL | MARLY | 57 | 999 | |
| LIDL | MONT-DE-MARSAN | 40 | 1418 | |
| LIDL | NARBONNE | 11 | 1743 | |
| LIDL | NEUVILLE-DE-POITOU | 86 | 1420 | |
| LIDL | OSNY | 95 | 1428 | |
| LIDL | POITIERS | 86 | 1292 | |
| LIDL | PONTAULT-COMBAULT | 77 | 1691 | |
| LIDL | SAINT-AMAND-LES-EAUX | 59 | 1686 | |
| U HYPER | ABBEVILLE | 80 | 7000 | * |
| U HYPER | AGDE | 34 | 9100 | * |
| U HYPER | AIZENAY | 85 | 6730 | * |
| U HYPER | BIACHE-SAINT-VAAST | 62 | 2934 | * |
| U HYPER | BOULAZAC ISLE MANOIRE | 24 | 6019 | * |
| U HYPER | BOURGUEIL | 37 | 6400 | * |
| U HYPER | BRIE-COMTE-ROBERT | 77 | 6000 | * |
| U HYPER | CHALLANS | 85 | 7650 | * |
| U HYPER | CLERMONT-L'HÉRAULT | 34 | 5611 | * |
| U HYPER | ÉCOMMOY | 72 | 7449 | * |
| U HYPER | ÉVRON | 53 | 4935 | * |
| U HYPER | EXINCOURT | 25 | 6800 | * |
| U HYPER | FONTENAY-LE-COMTE | 85 | 5950 | * |
| U HYPER | GUJAN-MESTRAS | 33 | 6109 | * |
| U HYPER | HANCHES | 28 | 5598 | * |
| U HYPER | LA CHAPELLE-SUR-ERDRE | 44 | 5700 | * |
| U HYPER | LA ROCHE-SUR-YON | 85 | 6849 | * |
| U HYPER | LE GRAND-QUEVILLY | 76 | 11750 | * |
| U HYPER | LES HERBIERS | 85 | 9100 | * |
| U HYPER | MANOSQUE | 4 | 5675 | * |
| U HYPER | MAYENNE | 53 | 6100 | * |
| U HYPER | MÛRS-ERIGNÉ | 49 | 10000 | * |
| U HYPER | PARTHENAY | 79 | 5778 | * |
| U HYPER | PERTUIS | 84 | 6119 | * |
| U HYPER | PONTARLIER | 25 | 6485 | * |
| U HYPER | PUILBOREAU | 17 | 10118 | * |
| U HYPER | REIMS | 51 | 6500 | * |
| U HYPER | RUMILLY | 74 | 6320 | * |
| U HYPER | SAINTES | 17 | 7039 | * |
| U HYPER | SAINT-HILAIRE-DE-RIEZ | 85 | 5450 | * |
| U HYPER | SAINT-JUNIEN | 87 | 5886 | * |
| U HYPER | SAVENAY | 44 | 8980 | * |
| U HYPER | SENS | 89 | 9100 | * |
| U HYPER | SIERENTZ | 68 | 6500 | * |
| U HYPER | VALLET | 44 | 6143 | * |
| U HYPER | VERNOUILLET | 28 | 6069 | * |
| U HYPER | VILLEFRANCHE-DE-LAURAGAIS | 31 | 5740 | * |
| U SUPER | BELLEVIGNY | 85 | 3831 | * |

| | | | | |
|---------|---------------------------|----|------|---|
| U SUPER | BELZ | 56 | 3967 | * |
| U SUPER | BISCHWILLER | 67 | 3835 | * |
| U SUPER | CHALONNES-SUR-LOIRE | 49 | 3356 | * |
| U SUPER | COMBRIT | 29 | 2919 | * |
| U SUPER | CRAON | 53 | 3900 | * |
| U SUPER | DECAZEVILLE | 12 | 6500 | * |
| U SUPER | DIVATTE-SUR-LOIRE | 44 | 3999 | * |
| U SUPER | ERQUY | 22 | 3972 | * |
| U SUPER | FRIGNICOURT | 51 | 2702 | * |
| U SUPER | GÉTIGNÉ | 44 | 3900 | * |
| U SUPER | HUNINGUE | 68 | 3800 | * |
| U SUPER | LES ACHARDS | 85 | 3873 | * |
| U SUPER | LIGNÉ | 44 | 3970 | * |
| U SUPER | LOCHES | 37 | 5000 | * |
| U SUPER | LUÇON | 85 | 6500 | * |
| U SUPER | MAMERS | 72 | 3900 | * |
| U SUPER | MARANS | 17 | 3860 | * |
| U SUPER | MARMANDE | 47 | 3850 | * |
| U SUPER | MAROMME | 76 | 3000 | * |
| U SUPER | MATIGNON | 22 | 3916 | * |
| U SUPER | MONTAIGU-VENDEÉE | 85 | 3900 | * |
| U SUPER | NEUVE-ÉGLISE | 67 | 3956 | * |
| U SUPER | NOGENT | 52 | 2566 | * |
| U SUPER | ONET-LE-CHÂTEAU | 12 | 5000 | * |
| U SUPER | PÉZENAS | 34 | 3522 | * |
| U SUPER | PFASTATT | 68 | 3800 | * |
| U SUPER | PLEURTUIT | 35 | 3965 | * |
| U SUPER | ROMANS-SUR-ISÈRE | 26 | 5076 | * |
| U SUPER | SAINT-JACQUES-DE-LA-LANDE | 35 | 3215 | * |
| U SUPER | SAÔNE | 25 | 3839 | * |
| U SUPER | SAVIGNEUX | 42 | 3900 | * |
| U SUPER | SELTZ | 67 | 3867 | * |
| U SUPER | SENNECEY-LE-GRAND | 71 | 2800 | * |
| U SUPER | THOUARS | 79 | 5200 | * |
| U SUPER | TONNERRE | 89 | 4700 | * |
| U SUPER | TRÉGASTEL | 22 | 3990 | * |
| U SUPER | VAL DE BRIEY | 54 | 3800 | * |

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 30%, ce qui représente un total d'environ 6000 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 recueillis les prix.**

| Nombre de produits traités | Produits de Marque Nationale | Produits comparables à Repères de Leclerc | Produits comparables à Eco+ de Leclerc |
|----------------------------|------------------------------|---|--|
| Auchan | 5538 | 892 | 166 |
| Carrefour | 5726 | 1185 | 313 |
| Carrefour Market / Market | 5560 | 1165 | 300 |
| E.Leclerc | 5950 | 1509 | 475 |
| Intermarché Hyper/Super | 5815 | 1157 | 232 |
| Lidl | 544 | 536 | 243 |
| Hyper U | 5518 | 1108 | 236 |
| Super U | 5474 | 1110 | 236 |
| Total des enseignes | 5950 | 1509 | 475 |

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).

Ainsi, s'il n'y a que 544 produits de marque nationale aux prix comparés entre l'enseigne E.Leclerc et l'enseigne Lidl, c'est que l'on n'a trouvé que 544 produits de marque nationale communs aux magasins E.Leclerc et aux magasins Lidl dans lesquels ont été effectués les recueils de prix.

La liste exhaustive des produits traités, classés par famille 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) ou *si les prix sur Internet sont différents de ceux proposés 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 (*une semaine de collecte* étant déterminée du mercredi au mardi suivant)

- 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 avant promotions.

Une telle extraction des prix est réalisée, magasin par magasin, chaque semaine (*une semaine de collecte* étant déterminée du mercredi au mardi suivant, à commencer par le samedi et le vendredi de cette semaine).

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.

Chaque fois que le prix d'un produit relevé physiquement dans un magasin a , au cours de la même semaine de collecte, été aussi collecté informatiquement, c'est systématiquement le prix collecté informatiquement qui est utilisé au détriment du prix relevé manuellement.

Notons que la société E.Leclerc n'est intervenue d'aucune manière dans la constitution des fichiers de prix des différents magasins.

Quand les prix ont-ils été recueillis ?

Quelque que soit le mode de recueil, tous les prix ont été recueillis **entre le lundi 13 et le samedi 18 octobre 2025**. 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 recueil pouvant amener à obtenir des prix sur plusieurs semaines de collecte, il est possible que le prix du même produit i dans le même magasin j ait été recueilli plusieurs fois durant la période de terrain ci-dessus. Dans ce cas, il est nécessaire de sélectionner LA date de recueil qui va servir de référence unique pour le prix P_{ij}

C'est la société **FaCE Conseil** qui a sélectionné de façon totalement aléatoire et neutre l'une des différentes dates de collecte. Pour ce faire, elle a utilisé la fonction de génération d'un nombre aléatoire du langage Python (exécuté sous RStudio avec le package *reticulate*). Les prix utilisés sont ainsi datés de façon aléatoire, indépendamment de leur valeur, et de façon étalée sur l'ensemble de la période de recueil.

Notons que ce mode de sélection est identique à tous les magasins j , les centres Leclerc comme les magasins des autres enseignes.

Notons enfin que 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.

Comment s'assurer de la fiabilité des prix ?

Il faut s'assurer qu'aucun des prix recueillis, quel que soit son mode de collecte, n'est « aberrant » et éliminer des prix éventuellement non-conformes à la réalité (potentiel erreur dans le recueil de prix).

Pour ce faire, on évalue tous les prix recueillis en fonction de leur « cohérence » avec les médianes des prix qui vont servir de références prix.

Précisément, la procédure est la suivante : un prix P_{ij} du produit i dans le magasin j de l'enseigne J est considéré comme fiable si P_{ij} :

1. est supérieur à 63% et inférieur à 167% du prix médian de tous les magasins (test de « cohérence inter enseignes », par rapport aux prix de l'ensemble des enseignes)
2. est supérieur à 70% et inférieur à 140% du prix médian des magasins de l'enseigne J (test de « cohérence intra enseigne », par rapport aux prix de l'enseigne d'appartenance)

Tous les prix P_{ij} qui n'appartiennent pas aux intervalles de prix définis ci-dessus, sont systématiquement éliminés de la phase de traitement.

C'est la société **FaCE Conseil** qui a appliqué informatiquement cette procédure, permettant donc de supprimer les prix anormalement bas ou anormalement élevés.

Notons que cette règle s'applique de façon similaire à tous les prix recueillis, quelle que soit l'enseigne d'appartenance.

Combien de prix ont été comparés ?

Au total **1652257** prix ont été comparés 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 |
|----------------------------|------------------------------|---|--|
| Auchan | 146904 | 29851 | 4268 |
| Carrefour | 181765 | 40340 | 9616 |
| Carrefour Market / Market | 183581 | 40518 | 10214 |
| E.Leclerc | 199461 | 57377 | 17035 |
| Intermarché Hyper/Super | 199524 | 42937 | 8133 |
| Lidl | 7339 | 6562 | 2876 |
| Hyper U | 183668 | 39651 | 8239 |
| Super U | 184039 | 20296 | 8063 |
| Total des enseignes | 1286281 | 297532 | 68444 |

Quel mode de traitement des prix ?

Les calculs statistiques ont tous été effectués par la société d'études **FaCE Conseil**.

A réception des données de prix recueillis, elle a effectué tous les traitements de prix pour 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, celui-ci étant ventilé entre les 3 types de produits :

1. produits de marque nationale (MN)
2. produits de distributeur comparables à un produit Repères de Leclerc
3. produits de distributeur comparables à un produit Eco+ de Leclerc

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.

Le prix moyen du produit i dans l'enseigne J est calculé de la façon suivante...

$$P_{iJ} = \frac{\sum_j P_{ij}}{m_{iJ}}$$

...formule dans laquelle

- P_{ij} est le prix du produit i tel qu'il a été recueilli dans le magasin j , appartenant à l'enseigne J ;
- m_{iJ} est le nombre de prix P_{ij} du produit i que l'on a recueillis dans les magasins j de l'enseigne J

Si le produit i n'est présent dans aucun des magasins j de l'enseigne J , il n'y a bien sûr pas de prix moyen P_{ij} . Si le produit i n'est présent que dans un seul magasin de l'enseigne J , le prix P_{ij} n'est pas pris en compte.

De façon rigoureusement identique, le prix moyen du produit i chez E.Leclerc (enseigne L) est calculé de la façon suivante...

$$P_{iL} = \frac{\sum_l P_{il}}{m_{iL}}$$

...formule dans laquelle

- P_{il} est le prix du produit i tel qu'il a été recueilli dans le magasin l , appartenant à l'enseigne E.Leclerc
- m_{iL} est le nombre de prix P_{il} du produit i que l'on a recueillis dans les magasins l de l'enseigne E.Leclerc

Pour les produits de distributeur (qui ne sont pas de Marque Nationale, donc non identiques), il est possible que 2 produits i et i' bien que comparables, n'aient pas exactement la même volumétrie (en grammage, litrage, 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% ($= 1,00/0,70$), 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 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 et son prix moyen chez E.Leclerc.

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

$$C_{iJL} = \frac{(P_{iJ} - P_{iL})}{P_{iL}}$$

...formule dans laquelle

- P_{iJ} est le prix moyen du produit i recueilli dans les magasins de l'enseigne J
- P_{iL} est le prix moyen du produit i recueilli dans les magasins de l'enseigne E.Leclerc
- Chaque écart de prix C_{iJL} est exprimé en pourcentage avec 1 chiffre après la virgule ;
- Si ce pourcentage est positif, cela signifie que le prix moyen du produit i est d'autant plus cher dans l'enseigne J que chez E.Leclerc.
- Si ce pourcentage est négatif, cela signifie que le prix moyen du produit i est d'autant moins cher dans l'enseigne J que chez E.Leclerc.
- Si le produit i n'est présent dans aucun des magasins j de l'enseigne J , il n'y a bien sûr pas de prix moyen P_{iJ} , ni d'écart de prix C_{iJL} .
- On associe systématiquement à chaque écart de prix le nombre m_{iJ} de prix du produit i que l'on a recueillis dans les magasins j de l'enseigne J

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 J (pondérés par leur taux de détention dans cette enseigne) et la moyenne des prix des mêmes produits chez E.Leclerc (pondérés par leur taux de détention dans l'enseigne J).

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

Sur un total de produits, l'écart de prix entre l'enseigne J et E.Leclerc est calculé de la façon suivante :

$$C_{JL} = \frac{P_{JL} - P_{LJ}}{P_{LJ}}$$

...formule dans laquelle

- $P_{JL} = \frac{\sum_i P_{iJ}}{n_{JL}}$ est la moyenne des prix moyens P_{iJ} de J sur tous les produits comparables dans les 2 enseignes J et E.Leclerc

- $P_{LJ} = \frac{\sum_i P_{iL}}{n_{JL}}$ est la moyenne des prix moyens P_{iL} de E.Leclerc sur tous les produits comparables dans les 2 enseignes J et E.Leclerc

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

- Chaque écart de prix C_{JL} 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 J 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 J que chez E.Leclerc.
- On associe systématiquement à chaque écart de prix C_{JL} le nombre n_{JL} de produits comparables dans les 2 enseignes pour lesquels on a recueillis le prix moyen P_{iJ} ($n_{JL} \leq n_J \leq n$, le nombre total de produits du périmètre).
- On associe systématiquement à chaque écart de prix C_{JL} le nombre total de prix recueillis dans les magasins de l'enseigne J : m_J ($m_{iJ} < m_J$)