

Mentions Légales

Comparaisons de prix moyens sur un total de 4706 produits de marques nationales relevés du 09/01/2023 au 21/01/2023 dans 400 magasins des 10 enseignes comparées.

Etude réalisée sur des enseignes de formats différents

La surface de vente moyenne étudiée pour chaque enseigne est précisée dans le tableau ci-dessous :

ENSEIGNE	Ecarts de prix (%)	Nombre de magasins étudiés	Nombre de produits comparés	Surface moyenne (m2)
ALDI	3,9%	40	223	867
AUCHAN	10,7%	40	3983	9677
CARREFOUR	10,8%	40	4357	7885
CARREFOUR MARKET / MARKET	10,8%	40	4275	3117
CASINO Hyper/Super	33,3%	40	1454	6793
Centres E.Leclerc	0,0%	40	4706	4750
CORA	10,6%	40	4475	9617
INTERMARCHE Hyper/Super	3,8%	40	4418	3784
LIDL	2,0%	40	474	1130
U Hyper/Super	2,8%	40	4255	4619

Le détail de l'ensemble des prix collectés pour cette étude est téléchargeable par le bouton "Détail des Prix"

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 catégories 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.

Quels points de vente ?

Comment les points de vente ont été échantillonnés ?

Les points de vente traités 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 traités sont donc répartis la totalité du territoire métropolitain (hors Outre-Mer).

Quels types de points de vente ont été sélectionnés ?

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

- Auchan, Carrefour, Carrefour Market ou Market, Cora, Casino (Hyper/Super +2500m²), E.Leclerc, Intermarché (Hyper/Super +2500m²), l'enseigne U (Hyper/Super +2500m²) ainsi que les deux principales enseignes de discounters Lidl et Aldi. Le nombre de magasins qui sont traités est suffisant pour avoir une taille d'échantillon, qui soit au niveau national représentative de ces enseignes (par grande région et par catégorie de format). Notons que le champ de l'étude n'inclut que des supermarchés de +2500m² de surface au sein des enseignes Casino, Intermarché et U, et de même aux enseignes Carrefour Market et E.Leclerc : aucun supermarché de -2500m² d'enseigne GMS n'a été échantillonné. Ce filtrage des magasins en fonction d'une surface minimale de 2500m² qui s'applique donc à toutes les enseignes GMS, ne s'applique pas du tout aux enseignes HD (Aldi et Lidl) dont toutes les surfaces sont inférieures à 2500m².

Au total, ce sont donc les **10 principales enseignes** de distribution généraliste (GMS) et 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, **400 points de vente** ont été étudiés se répartissant de façon équilibrée entre les enseignes de distribution.

Enseigne	Taille d'échantillon	Surface moyenne (m2) de l'échantillon
Aldi	40	867
Auchan	40	9677
Carrefour	40	7885
Carrefour Market / Market	40	3117
Casino Hyper/Super +2500m2	40	6793
E.Leclerc	40	4750
Cora	40	9217
Intermarché Hyper/Super +2500m2	40	3784
Lidl	40	1130
U Hyper/Super +2500m2	40	4619
Total des enseignes	400	

La liste exhaustive des magasins (avec leur département, surface de vente, ainsi que la mention (*) si les prix recueillis y ont été collectés sur Internet / formule drive) est fournie ci-dessous :

Enseigne	Ville	Département	Surface (m2)	Prix sur Internet (*)
ALDI	ALBI	81	500	
ALDI	AMBOISE	37	900	
ALDI	AMIENS	80	999	
ALDI	ANNEMASSE	74	1200	
ALDI	ARCISSES	28	900	
ALDI	BARENTIN	76	650	
ALDI	BRUAY-LA-BUISSIÈRE	62	671	
ALDI	CARROS	6	1096	
ALDI	COLMAR	68	773	
ALDI	CONCARNEAU	29	1000	
ALDI	COUZEIX	87	700	
ALDI	DIJON	21	820	
ALDI	ÉTAPLES	62	800	
ALDI	HIRSINGUE	68	792	
ALDI	LA FLÈCHE	72	767	
ALDI	LAIGNEVILLE	60	850	
ALDI	LAON	2	777	

ALDI	LAVAL	53	1000	
ALDI	LE SEQUESTRE	81	780	
ALDI	LOUDÉAC	22	660	
ALDI	LUÇON	85	900	
ALDI	LUNEL	34	711	
ALDI	MARSEILLE	13	796	
ALDI	NÎMES	30	670	
ALDI	PARTHENAY	79	996	
ALDI	PONT-AUDEMER	27	745	
ALDI	RIVESALTES	66	1200	
ALDI	ROMORANTIN-LANTHENAY	41	690	
ALDI	SAINT-ÉTIENNE-LÈS-REMIREMONT	88	999	
ALDI	SAINT-GENIS-LAVAL	69	852	
ALDI	SAINT-GERMAIN-DU-PUY	18	999	
ALDI	SAINT-JUNIEN	87	797	
ALDI	SAINT-LAURENT-BLANGY	62	950	
ALDI	SAINT-QUENTIN	2	900	
ALDI	TONNERRE	89	800	
ALDI	TOULOUSE	31	1139	
ALDI	VALENCE	26	650	
ALDI	VALRÉAS	84	654	
ALDI	VIERZON	18	999	
ALDI	VITRY-SUR-SEINE	94	1600	
AUCHAN	ARRAS	62	11400	*
AUCHAN	AUBIÈRE	63	12000	*
AUCHAN	AVALLON	89	7500	*
AUCHAN	AVIGNON	84	10890	*
AUCHAN	AVRILLÉ	49	5990	*
AUCHAN	BRÉTIGNY-SUR-ORGE	91	11600	*
AUCHAN	CERGY	95	13092	*
AUCHAN	CHAUCONIN-NEUFMONTIERS	77	12000	*
AUCHAN	CHERBOURG-EN-COTENTIN	50	12755	*
AUCHAN	COSNE-COURS-SUR-LOIRE	58	6500	*
AUCHAN	DARDILLY	69	9385	*
AUCHAN	DIEPPE	76	11775	*
AUCHAN	DOMÉ RAT	3	7370	*
AUCHAN	EPAGNY-METZ-TESSY	74	10330	*
AUCHAN	FACHES-THUMESNIL	59	10700	*
AUCHAN	GAP	5	7046	*
AUCHAN	GIEN	45	5965	*
AUCHAN	GRANDE-SYNTHÉ	59	14846	*
AUCHAN	LA COURONNE	16	9500	*
AUCHAN	LE POINÇONNET	36	9500	*
AUCHAN	MARSEILLE	13	13500	*
AUCHAN	MÉRU	60	8980	*
AUCHAN	MONTAUBAN	82	8000	*
AUCHAN	MONT-SAINT-MARTIN	54	13000	*

AUCHAN	NOYON	60	6300	*
AUCHAN	OSNY	95	10142	*
AUCHAN	SARCELLES	95	10000	*
AUCHAN	SARROLA-CARCOPINO	20	6500	*
AUCHAN	SEMÉCOURT	57	15045	*
AUCHAN	SEMUR-EN-AUXOIS	21	3000	*
AUCHAN	SENNECEY-LE-GRAND	71	2800	*
AUCHAN	TAVERNY	95	9450	*
AUCHAN	TOMBLAINE	54	7200	*
AUCHAN	TONNERRE	89	4700	*
AUCHAN	TREMBLAY-EN-FRANCE	93	7650	*
AUCHAN	VALENCIENNES	59	7000	*
AUCHAN	VÉLIZY-VILLACOUBLAY	78	19700	*
AUCHAN	VILLARS	42	14250	*
AUCHAN	VILLEBON-SUR-YVETTE	91	10300	*
AUCHAN	VINEUIL	41	9400	*
CARREFOUR	AJACCIO	20	6143	*
CARREFOUR	ARMENTIÈRES	59	4800	*
CARREFOUR	AUCHY-LES-MINES	62	6850	*
CARREFOUR	AURILLAC	15	5950	*
CARREFOUR	AVRANCHES	50	5800	*
CARREFOUR	BAYEUX	14	5150	*
CARREFOUR	BEAUVAIS	60	5200	*
CARREFOUR	BÈGLES	33	12750	*
CARREFOUR	BERCK	62	6700	*
CARREFOUR	BRIVE-LA-GAILLARDE	19	8540	*
CARREFOUR	CAEN	14	8030	*
CARREFOUR	CAHORS	46	3420	*
CARREFOUR	CESSON-SÉVIGNÉ	35	9820	*
CARREFOUR	CHÂLONS-EN-CHAMPAGNE	51	10500	*
CARREFOUR	CHALON-SUR-SAÔNE	71	3000	*
CARREFOUR	CHELLES	77	15000	*
CARREFOUR	COLLÉGIEN	77	14947	*
CARREFOUR	CUSSET	3	5006	*
CARREFOUR	DIJON	21	11005	*
CARREFOUR	DRANCY	93	12000	*
CARREFOUR	HAZEBROUCK	59	5090	*
CARREFOUR	LA CHAPELLE-SAINT-LUC	10	7000	*
CARREFOUR	LAON	2	7500	*
CARREFOUR	L'ISLE-ADAM	95	10000	*
CARREFOUR	MONDEVILLE	14	12000	*
CARREFOUR	MONTÉLIMAR	26	6350	*
CARREFOUR	MONTREUIL	93	6826	*
CARREFOUR	PERPIGNAN	66	10000	*
CARREFOUR	PUGET-SUR-ARGENS	83	8500	*
CARREFOUR	RETHEL	8	3800	*
CARREFOUR	ROMORANTIN-LANTHENAY	41	3500	*

CARREFOUR	SAINT-MARD	77	5222	*
CARREFOUR	SAINT-MARTIN-LEZ-TATINGHEM	62	3697	*
CARREFOUR	SAINT-PIERRE-DES-CORPS	37	11500	*
CARREFOUR	SAINT-PIERRE-D'IRUBE	64	5000	*
CARREFOUR	SALAISE-SUR-SANNE	38	6433	*
CARREFOUR	SANNOIS	95	8070	*
CARREFOUR	TOURVILLE-LA-RIVIÈRE	76	10000	*
CARREFOUR	VENETTE	60	13000	*
CARREFOUR	VILLENEUVE-LA-GARENNE	92	11300	*
CARREFOUR MARKET	DÉOLS	36	3064	*
CARREFOUR MARKET	FERRIÈRES	17	2514	*
CARREFOUR MARKET	NEVERS	58	3022	*
CARREFOUR MARKET	PÉZENAS	34	3522	*
CARREFOUR MARKET	SAINT-GEORGES-DES-GROSEILLERS	61	3471	*
CARREFOUR MARKET	SAINT-LÔ	50	3824	*
CARREFOUR MARKET	SAINT-SULPICE-LA-POINTE	81	3000	*
CARREFOUR MARKET	SARLAT-LA-CANÉDA	24	5000	*
CARREFOUR MARKET	TREMBLAY-EN-FRANCE	93	2600	*
CARREFOUR MARKET	VIRE-NORMANDIE	14	3300	*
CARREFOUR MARKET / MARKET	AIRAINES	80	2501	*
CARREFOUR MARKET / MARKET	ARGELÈS-GAZOST	65	2990	*
CARREFOUR MARKET / MARKET	BONNEVAL	28	2911	*
CARREFOUR MARKET / MARKET	DADONVILLE	45	2700	*
CARREFOUR MARKET / MARKET	DISTRÉ	49	3500	*
CARREFOUR MARKET / MARKET	FALAISE	14	3066	*
CARREFOUR MARKET / MARKET	FONSORBES	31	4000	*
CARREFOUR MARKET / MARKET	FOUESNANT	29	3000	*
CARREFOUR MARKET / MARKET	GISORS	27	2664	*
CARREFOUR MARKET / MARKET	GUIGNES	77	2899	*
CARREFOUR MARKET / MARKET	LA FLÈCHE	72	2890	*
CARREFOUR MARKET / MARKET	MONTREUIL	93	2689	*
CARREFOUR MARKET / MARKET	NANTEUIL-LÈS-MEAUX	77	4800	*
CARREFOUR MARKET / MARKET	REIMS	51	2998	*
CARREFOUR MARKET / MARKET	SABLÉ-SUR-SARTHE	72	2790	*
CARREFOUR MARKET / MARKET	SAINT-AMAND-MONTROND	18	2850	*
CARREFOUR MARKET / MARKET	SAINT-AMAND-VILLAGES	50	3062	*
CARREFOUR MARKET / MARKET	SAINT-DENIS-LÈS-BOURG	1	2919	*
CARREFOUR MARKET / MARKET	SAINT-GERMAIN-DU-PUY	18	3100	*
CARREFOUR MARKET / MARKET	SAINT-NAZAIRE	44	3000	*
CARREFOUR MARKET / MARKET	SAINT-OUEN	41	2775	*
CARREFOUR MARKET / MARKET	SAINT-SOUPPLETS	77	2714	*
CARREFOUR MARKET / MARKET	SAUSSAY	28	3800	*
CARREFOUR MARKET / MARKET	SCHEIBENHARD	67	3000	*
CARREFOUR MARKET / MARKET	SORBIERS	42	3000	*
CARREFOUR MARKET / MARKET	THIMERT-GÂTELLES	28	2502	*
CARREFOUR MARKET / MARKET	TOURNUS	71	2600	*
CARREFOUR MARKET / MARKET	TRÉVOUX	1	2870	*

CARREFOUR MARKET / MARKET	VANNES	56	2860	*
CARREFOUR MARKET / MARKET	VILLERS-BOCAGE	14	3897	*
CASINO	AIX-LES-BAINS	73	4600	
CASINO	ARGENTEUIL	95	6657	
CASINO	AVIGNON	84	5850	
CASINO	BOISSY-SAINT-LÉGER	94	5685	
CASINO	BOURG-DE-PÉAGE	26	3841	
CASINO	BRIANÇON	5	4115	
CASINO	GAP	5	4422	
CASINO	HYÈRES	83	2603	
CASINO	LIMOGES	87	4830	
CASINO	MARSEILLE	13	4100	
CASINO	NARBONNE	11	8117	
CASINO	SAINT-PAIR-SUR-MER	50	4200	
CASINO	SAINT-PIERRE-EN-AUGE	14	2712	
CASINO	SAINT-VICTORET	13	3600	
CASINO	VILLEDIEU-LES-POÊLES-ROUFFIGNY	50	2700	
CASINO HYPER FRAIS	AIX-EN-PROVENCE	13	10800	
CASINO HYPER FRAIS	ALBI	81	7492	
CASINO HYPER FRAIS	ANGERS	49	5288	
CASINO HYPER FRAIS	ANNEMASSE	74	9250	
CASINO HYPER FRAIS	ARLES	13	9014	
CASINO HYPER FRAIS	BARBEREY-SAINT-SULPICE	10	8200	
CASINO HYPER FRAIS	BOÉ	47	7910	
CASINO HYPER FRAIS	BREST	29	6920	
CASINO HYPER FRAIS	CHAMPNIERS	16	9338	
CASINO HYPER FRAIS	CHAURAY	79	8500	
CASINO HYPER FRAIS	CHENÔVE	21	9847	
CASINO HYPER FRAIS	CLERMONT-FERRAND	63	9070	
CASINO HYPER FRAIS	DIVES-SUR-MER	14	3907	
CASINO HYPER FRAIS	GASSIN	83	7340	
CASINO HYPER FRAIS	LALOUBÈRE	65	6781	
CASINO HYPER FRAIS	LANESTER	56	7800	
CASINO HYPER FRAIS	LONS-LE-SAUNIER	39	7500	
CASINO HYPER FRAIS	MALEMORT	19	9000	
CASINO HYPER FRAIS	MANDELIEU-LA-NAPOULE	6	8889	
CASINO HYPER FRAIS	NÎMES	30	11000	
CASINO HYPER FRAIS	PESSAC	33	10700	
CASINO HYPER FRAIS	POITIERS	86	9830	
CASINO HYPER FRAIS	SAINT-ANDRÉ-DE-CUBZAC	33	7300	
CASINO HYPER FRAIS	SALON-DE-PROVENCE	13	5000	
CASINO HYPER FRAIS	VILLENEUVE-LOUBET	6	7000	
CENTRE E.LECLERC	AIRE-SUR-L'ADOUR	40	4500	
CENTRE E.LECLERC	ALBI	81	5700	
CENTRE E.LECLERC	AMNÉVILLE	57	4090	
CENTRE E.LECLERC	ARLES	13	4950	
CENTRE E.LECLERC	AUXONNE	21	4480	

CENTRE E.LECLERC	BLOTZHEIM	68	3400	
CENTRE E.LECLERC	BRETEUIL	60	3655	
CENTRE E.LECLERC	CAUDRY	59	7000	
CENTRE E.LECLERC	CERNAY	68	7000	
CENTRE E.LECLERC	CHAMPAGNOLE	39	5150	
CENTRE E.LECLERC	CHANTONNAY	85	4600	
CENTRE E.LECLERC	CHINON	37	6150	
CENTRE E.LECLERC	ESTANCARBON	31	6900	
CENTRE E.LECLERC	ÉTAMPES	91	7000	
CENTRE E.LECLERC	FLEURY-MÉROGIS	91	3262	
CENTRE E.LECLERC	HERLIN-LE-SEC	62	2500	
CENTRE E.LECLERC	IFS	14	6350	
CENTRE E.LECLERC	LA TESTE-DE-BUCH	33	6725	
CENTRE E.LECLERC	LACROIX-SAINT-OUEN	60	4994	
CENTRE E.LECLERC	LE BOSC	34	2602	
CENTRE E.LECLERC	LE CHÂTELET-EN-BRIE	77	2500	
CENTRE E.LECLERC	LE PLESSIS-BELLEVILLE	60	7840	
CENTRE E.LECLERC	LE POIRÉ-SUR-VIE	85	3000	
CENTRE E.LECLERC	LUÇON	85	6594	
CENTRE E.LECLERC	LUX	71	4450	
CENTRE E.LECLERC	MEYRARGUES	13	3325	
CENTRE E.LECLERC	MIOS	33	5000	
CENTRE E.LECLERC	MONTÉVRAIN	77	3889	
CENTRE E.LECLERC	PLEUMELEUC	35	4000	
CENTRE E.LECLERC	PLEUVEN	29	4500	
CENTRE E.LECLERC	PLUDUNO	22	2500	
CENTRE E.LECLERC	PONT-REMY	80	2500	
CENTRE E.LECLERC	QUÉVEN	56	2800	
CENTRE E.LECLERC	RIANTEC	56	3000	
CENTRE E.LECLERC	SAINT-GEORGES	15	3000	
CENTRE E.LECLERC	SAINT-GILLES-CROIX-DE-VIE	85	4390	
CENTRE E.LECLERC	SAINT-LÉONARD	76	4500	
CENTRE E.LECLERC	SAINT-PIERRE-DU-MONT	40	8000	
CENTRE E.LECLERC	TONNERRE	89	5000	
CENTRE E.LECLERC	VARENNES-SUR-SEINE	77	8200	
CORA	ALÈS	30	9154	*
CORA	ANDELNANS	90	8700	*
CORA	BETTANCOURT-LA-FERRÉE	52	7935	*
CORA	CAMBRAI	59	8150	*
CORA	CHOISEY	39	7112	*
CORA	CORMONTREUIL	51	15030	*
CORA	DORLISHEIM	67	7500	*
CORA	DREUX	28	8310	*
CORA	ERMONT	95	12850	*
CORA	ESSEY-LÈS-NANCY	54	10900	*
CORA	ÉVREUX	27	8660	*
CORA	FORBACH	57	10032	*

CORA	GROSBLIEDERSTROFF	57	5750	*
CORA	HAGUENAU	67	10000	*
CORA	HOUEMONT	54	15500	*
CORA	HOUSSEN	68	14500	*
CORA	LEMPDES	63	12231	*
CORA	LES PAVILLONS-SOUS-BOIS	93	4833	*
CORA	LIMOGES	87	11400	*
CORA	LONGEVILLE-LÈS-SAINT-AVOLD	57	10500	*
CORA	MASSY	91	12347	*
CORA	MONCEL-LÈS-LUNÉVILLE	54	7350	*
CORA	MONÉTEAU	89	7500	*
CORA	MONTBÉLIARD	25	7000	*
CORA	MULHOUSE	68	10907	*
CORA	MUNDOLSHEIM	67	14780	*
CORA	PACÉ	35	9900	*
CORA	PERRIGNY-LÈS-DIJON	21	8700	*
CORA	PUBLIER	74	7260	*
CORA	ROTS	14	10240	*
CORA	SAINTE-MARGUERITE	88	8222	*
CORA	SAINTE-MARIE-AUX-CHÊNES	57	6564	*
CORA	SAINT-JOUAN-DES-GUÉRETS	35	6835	*
CORA	SAINT-QUENTIN	2	9752	*
CORA	SOISSONS	2	11060	*
CORA	VERDUN	55	6990	*
CORA	VICHY	3	7300	*
CORA	VILLEBAROU	41	9385	*
CORA	VILLENEUVE-D'ASCQ	59	9044	*
CORA	VILLERS-SEMEUSE	8	14500	*
INTERMARCHÉ HYPER	ABBEVILLE	80	4540	*
INTERMARCHÉ HYPER	ARGELÈS-SUR-MER	66	5460	*
INTERMARCHÉ HYPER	BOURG-ACHARD	27	3670	*
INTERMARCHÉ HYPER	CASTELNAUDARY	11	3840	*
INTERMARCHÉ HYPER	CRÉPY-EN-VALOIS	60	4500	*
INTERMARCHÉ HYPER	CREYSSE	24	6000	*
INTERMARCHÉ HYPER	DOLE	39	6337	*
INTERMARCHÉ HYPER	DOUARNENEZ	29	3480	*
INTERMARCHÉ HYPER	GAUCHY	2	6656	*
INTERMARCHÉ HYPER	LAMBALLE-ARMOR	22	3650	*
INTERMARCHÉ HYPER	LE CENDRE	63	5494	*
INTERMARCHÉ HYPER	MIRECOURT	88	4000	*
INTERMARCHÉ HYPER	MOISSAC	82	4000	*
INTERMARCHÉ HYPER	PÉRONNE	80	6390	*
INTERMARCHÉ HYPER	PONT-L'ÉVÊQUE	14	3875	*
INTERMARCHÉ HYPER	ROSTRENEZ	22	3500	*
INTERMARCHÉ HYPER	SAINTE-MARIE-DES-CHAMPS	76	3500	*
INTERMARCHÉ HYPER	SERRES-CASTET	64	4481	*
INTERMARCHÉ HYPER	SOYONS	7	3500	*

INTERMARCHE HYPER	VAUX-SUR-MER	17	4057	*
INTERMARCHE SUPER	AUCH	32	3000	*
INTERMARCHE SUPER	CHAMPNIERS	16	3200	*
INTERMARCHE SUPER	CHAUVIGNY	86	2500	*
INTERMARCHE SUPER	CHELLES	77	3075	*
INTERMARCHE SUPER	COMPIÈGNE	60	3400	*
INTERMARCHE SUPER	CUGNAUX	31	3594	*
INTERMARCHE SUPER	DIJON	21	2950	*
INTERMARCHE SUPER	DOMARIN	38	3122	*
INTERMARCHE SUPER	ÉCAILLON	59	3850	*
INTERMARCHE SUPER	ÉVREUX	27	3275	*
INTERMARCHE SUPER	FOULAYRONNES	47	2531	*
INTERMARCHE SUPER	FRIVILLE-ESCARBOTIN	80	3149	*
INTERMARCHE SUPER	GEX	1	3377	*
INTERMARCHE SUPER	LA SENTINELLE	59	2980	*
INTERMARCHE SUPER	MONTIVILLIERS	76	2960	*
INTERMARCHE SUPER	MONTLUÇON	3	2894	*
INTERMARCHE SUPER	PHALSBOURG	57	2500	*
INTERMARCHE SUPER	VÉRETZ	37	2575	*
INTERMARCHE SUPER	VOLGELSHEIM	68	2996	*
INTERMARCHE SUPER	WINGLES	62	2500	*
LIDL	ALBI	81	1366	
LIDL	ANGERS	49	810	
LIDL	ANGLET	64	600	
LIDL	ANNEMASSE	74	1161	
LIDL	ARLES	13	750	
LIDL	BIGANOS	33	990	
LIDL	BLAGNAC	31	827	
LIDL	BLOIS	41	980	
LIDL	BREST	29	1692	
LIDL	CHAMPIGNY-SUR-MARNE	94	772	
LIDL	CLERMONT-FERRAND	63	900	
LIDL	COMPIÈGNE	60	990	
LIDL	ÉTAPLES	62	1100	
LIDL	JOUÉ-LÈS-TOURS	37	1686	
LIDL	LIMOGES	87	990	
LIDL	LORIENT	56	890	
LIDL	LOUDÉAC	22	999	
LIDL	LUÇON	85	974	
LIDL	MEYZIEU	69	680	
LIDL	MONTAUBAN	82	1420	
LIDL	MONTBÉLIARD	25	1490	
LIDL	NANTES	44	1123	
LIDL	NICE	6	980	
LIDL	NÎMES	30	624	
LIDL	NIORT	79	1100	
LIDL	POITIERS	86	1292	

LIDL	ROMANS-SUR-ISÈRE	26	1421	
LIDL	SAINT-ANDRÉ-DE-SANGONIS	34	1682	
LIDL	SAINT-PIERRE-LÈS-ELBEUF	76	998	
LIDL	SAINT-QUENTIN	2	1421	
LIDL	SCHILTIGHEIM	67	1000	
LIDL	SECLIN	59	1286	
LIDL	TARBES	65	955	
LIDL	TONNERRE	89	530	
LIDL	TOUL	54	1273	
LIDL	TOULON	83	1616	
LIDL	VAUX-LE-PÉNIL	77	990	
LIDL	VIERZON	18	1686	
LIDL	VIEUX-THANN	68	967	
LIDL	VILLETANEUSE	93	2209	
U HYPER	AGDE	34	9100	*
U HYPER	AIZENAY	85	6730	*
U HYPER	BIACHE-SAINT-VAAST	62	2934	*
U HYPER	CHAMPAGNOLE	39	4599	*
U HYPER	CHÂTEAUGIRON	35	5200	*
U HYPER	COLMAR	68	4125	*
U HYPER	DOUVRES-LA-DÉLIVRANDE	14	4277	*
U HYPER	ÉCOMMOY	72	7449	*
U HYPER	HANCHES	28	5598	*
U HYPER	LA ROCHE-SUR-YON	85	6849	*
U HYPER	LE GRAND-QUEVILLY	76	11750	*
U HYPER	LE PONT-DE-BEAUVOISIN	73	4631	*
U HYPER	LES ARCS	83	4370	*
U HYPER	NEUILLY-SUR-MARNE	93	4605	*
U HYPER	REIMS	51	6500	*
U HYPER	ROMANS-SUR-ISÈRE	26	5076	*
U HYPER	SAINT-ROMAIN-DE-COLBOSC	76	3380	*
U HYPER	SAVENAY	44	8980	*
U HYPER	SIERENTZ	68	6500	*
U HYPER	YFFINIAC	22	5000	*
U SUPER	BAZAS	33	2650	*
U SUPER	BELZ	56	3967	*
U SUPER	CHALONNES-SUR-LOIRE	49	3356	*
U SUPER	DIEMERINGEN	67	2991	*
U SUPER	DIVATTE-SUR-LOIRE	44	3999	*
U SUPER	DOUÉ-EN-ANJOU	49	4400	*
U SUPER	ÉCHIRÉ	79	2990	*
U SUPER	ERNÉE	53	3599	*
U SUPER	ERQUY	22	3972	*
U SUPER	FRIGNICOURT	51	2702	*
U SUPER	HUNINGUE	68	3800	*
U SUPER	JOSSÉLIN	56	3500	*
U SUPER	LA FERTÉ-GAUCHER	77	2500	*

U SUPER	LOUDUN	86	2600	*
U SUPER	MALEMORT	19	3468	*
U SUPER	MOLSHEIM	67	2618	*
U SUPER	MUZILLAC	56	4500	*
U SUPER	NÈGREPELISSE	82	2990	*
U SUPER	NOYAL-CHÂTILLON-SUR-SEICHE	35	3000	*
U SUPER	THOUROTTE	60	3500	*

Quels produits ?

Quels types de produits ?

Le périmètre des produits sélectionnés dans la comparaison est composé uniquement de produits de marque nationale (MN).

Les produits de marque nationale sont parfaitement comparables puisque totalement identiques d'une enseigne à l'autre. Leur identification se fait par un « code-barres » en 8, 10 ou 13 chiffres, le même quelle que soit l'enseigne et le magasin où ils sont présents.

La quasi-totalité des catégories de produits est représentée dans le périmètre, et concerne les 5 grands rayons, alimentaires et non alimentaires, des enseignes GMS :

1. EPICERIE : Epicerie salée et sucrée ; fruits secs et légumes en conserve ; aliments infantiles et produits diététiques ; aliments pour chiens et chats
2. LIQUIDES : Boissons alcoolisées et non alcoolisées
3. DROGUERIE / PARFUMERIE / HYGIENE : Entretien, Hygiène / Beauté
4. FRAIS : Produits frais et produits surgelés
5. AUTRE : Bazar et Textile

Comment les produits sont sélectionnés ?

Il a été décidé de calibrer le périmètre des produits étudiés à partir des 5000 principaux produits de marques nationales qui permettent de couvrir toutes les familles de produits des 5 grands rayons de la Grande Consommation.

La démarche de sélection de ces produits de marques nationales a été la suivante :

1. Le nombre de produits à sélectionner dans une famille de produits est déterminé en fonction des volumes de ventes nationales (toutes enseignes confondues) de cette famille. Exemple : si une famille de produits représente en moyenne 0,8% des ventes en volume des hypermarchés et supermarchés, cette famille devra compter 40 produits ($= 0,8\% \times 5000$)
2. Les produits à sélectionner dans une famille de produits sont définis selon leur taux décroissant de détention nationale au sein des supermarchés et hypermarchés. Exemple : si une famille de produits représente en moyenne 0,8% des ventes en volume des hypermarchés et supermarchés, seront choisis dans cette famille les 40 produits ayant les taux de détention les plus importants

3. Dans chaque famille de produits sont éliminés les produits dont le taux de détention national, quel que soit leur rang de détention, reste inférieur à 30%. On aboutit ainsi au périmètre final de produits de marque nationale traités dans l'étude

Combien de produits ont été étudiés ?

C'est ainsi qu'un total de **4783 produits de marques nationales** ont été étudiés.

La liste exhaustive des produits classés par rayon et famille est disponible sur le fichier des prix (tous rayons).

Pourquoi le nombre de produits varie selon les enseignes ?

Parmi cet ensemble de produits sélectionnés, tout produit commun 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 comparés sont donc simplement tous les produits communs dont on a recueillis les prix.**

Enseigne	Nombre de produits étudiés	Nombre de produits comparés
Aldi	276	223
Auchan	4783	3983
Carrefour	4783	4357
Carrefour Market / Market	4783	4275
Casino Hyper/Super	1500	1454
E.Leclerc	4783	4706
Cora	4783	4475
Intermarché Hyper/Super	4783	4418
Lidl	499	474
U Hyper/Super	4783	4255
Total des enseignes	4783	4706

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 474 produits aux prix comparés entre l'enseigne E.Leclerc et l'enseigne Lidl, c'est que l'on n'a trouvé que 474 produits de marques nationales communs dans les magasins Lidl dans lesquels ont été effectués les relevés de prix.

Quelle méthode de recueil des prix ?

Qui a collecté les prix ?

Le recueil de prix a été effectué par la société Onefirst, spécialisée dans le développement de solutions mobile et on line, qui a été chargée de la collecte informatique des prix des magasins. *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 : cette opération est alors réalisée manuellement par les enquêteurs de la société de terrain Panel 9, spécialisée dans ce mode de recueil.

Comment les prix ont-ils été recueillis ?

Chacune des deux 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 paramètres de périmètre produits et de période de terrain, étaient harmonisés entre les deux sociétés de recueil.

1. La collecte informatique des prix s'est effectuée en extrayant les prix de chaque produit du périmètre repéré par son code-barres : cette opération a été réalisée par les informaticiens de Onefirst, magasin par magasin.

Sont éliminées de la collecte de prix toutes les opérations promotionnelles qui transforment le code-barres du produit. 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 recueillies correspondent aux prix affichés dans les rayons virtuels des sites Internet, mais également aux prix payés par les consommateurs dans le magasin.

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.

L'extraction des prix a été réalisée magasin par magasin, par semaine de collecte du mercredi au mardi.

- Pour les centres Leclerc, la collecte informatique s'est faite directement à partir des fichiers de caisses établis régulièrement par chacun des centres Leclerc. Là encore, les données recueillies correspondent aux prix payés par les consommateurs en magasin.

La collecte des prix a été réalisée magasin par magasin, par semaine de collecte du mercredi au mardi (à commencer par le samedi et le vendredi de cette semaine de collecte).

2. Le relevé physique des prix en magasin est organisé de la façon suivante :

Les différents points de vente à visiter sont répartis en fonction de leur localisation géographique entre les différents enquêteurs de Panel 9, tous professionnels.

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 de la liste. Si lors

de sa visite, un enquêteur ne trouve pas un produit de la liste, il ne donne bien sûr aucune indication prix relative à ce produit.

Sont éliminées du relevé des prix toutes les opérations promotionnelles qui transforment le code-barres du produit : ainsi ne sont pris en compte que les produits de marque nationale ayant exactement le même code-barres d'un magasin à l'autre.

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 de la société de terrain Panel 9, 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 étaient rigoureusement identiques pour chacun des magasins visités.

Notons également que l'enseigne E.Leclerc n'est intervenue d'aucune manière dans la constitution du fichier des prix des différents magasins.

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)

Chaque fois que l'on dispose également du prix médian P_{iJ} du produit i dans l'enseigne J , on impose une condition supplémentaire que le prix P_{ij} :

2. soit 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) pour toutes les enseignes GMS (dont E.Leclerc)

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

Cette procédure (qui permet donc de supprimer des prix anormalement bas ou anormalement élevés), est appliquée informatiquement par la société FaCE Conseil.

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

Quand les prix ont-ils été recueillis ?

Quelque que soit le mode de recueil des prix, tous les prix ont été recueillis **entre le 9 et le 21 janvier 2023**. Tout le recueil des prix s'est donc effectué sur une période relativement restreinte et 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 informatique amenant à collecter *chaque semaine de collecte* (du mercredi au mardi) les prix des magasins, il est possible que le même produit i dans le même magasin j

ait été collecté plusieurs fois durant la période de terrain ci-dessus. Dans ce cas, il est nécessaire de sélectionner la date de collecte qui va servir de référence unique pour le prix P_{ij} .

La société FaCE Conseil, en charge du traitement statistique des prix recueillis, sélectionne donc 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 terrain.

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

Notons également que le consommateur peut aisément vérifier la date utilisée de recueil du prix : elle est toujours indiquée, produit par produit, et ce pour chacun des magasins quelle que soit l'enseigne d'appartenance.

Combien de prix ont été traités ?

Au final (voir répartition par enseigne dans le tableau ci-après) **1049808 prix** ont été traités dans le cadre de ces comparaisons entre enseignes.

Enseigne	Nombre de prix recueillis
Aldi	5578
Auchan	104070
Carrefour	141904
Carrefour Market / Market	142458
Casino Hyper/Super	24016
E.Leclerc	148359
Cora	163868
Intermarché Hyper/Super	155110
Lidl	11052
U Hyper/Super	153393
Total des enseignes	1049808

Quel mode de calcul des écarts de prix ?

Qui a calculé les écarts de prix ?

Les calculs des écarts de prix ont tous été effectués par la société d'études, FaCE Conseil.

FaCE Conseil a reçu les données de prix recueillis par les deux sociétés de collecte, puis a effectué tous les traitements de prix pour calculer les prix moyens par enseigne et les

écarts de prix moyen entre enseignes, que ce soit par produit ou aux niveaux agrégés des familles ou sous-familles de produits, de rayons ou sur le total du périmètre des produits.

Notons que l'enseigne E.Leclerc n'est intervenue d'aucune manière dans le calcul des écarts de prix.

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 relevés par les enquêteurs dans chacun des magasins visités de cette enseigne. Chacun des magasins est traité de façon équivalente indépendamment de sa taille et de sa zone géographique.

Le prix moyen du produit i dans l'enseigne J est calculé à partir de la formule 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 relevé dans le magasin j , appartenant à l'enseigne J ;

- m_{iJ} est le nombre de magasins de l'enseigne J dans lesquels on a relevé le prix du produit i ($m_{iJ} \leq m_J$, le nombre total de magasins de l'enseigne J dans l'échantillon).

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 à partir de la formule 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 relevé dans le magasin l , appartenant à l'enseigne E.Leclerc

- m_{iL} est le nombre de magasins de l'enseigne E.Leclerc dans lesquels on a relevé le prix du produit i ($m_{iL} \leq m_L$, le nombre total de magasins de l'enseigne E.Leclerc dans l'échantillon)

Le prix moyen affiché est le prix moyen arrondi au centime d'euros (2 chiffres après la virgule)

Exemple :

le prix moyen d'un produit i est :

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 de calcul a été appliqué uniformément pour chacune des enseignes présentes, y compris pour E.Leclerc.

Comment les écarts de prix entre enseignes ont été calculés ?

Ecart de prix d'un produit : Il s'exprime sous la forme de l'écart de prix (en %) entre le prix moyen de ce produit dans une enseigne par rapport à son prix moyen chez E.Leclerc.

Cet écart de prix d'un produit entre deux enseignes est exprimé en pourcentage avec 1 chiffre après la virgule, par rapport aux deux prix moyens arrondis au centime d'euros.

Cet écart peut être positif ou négatif : si le pourcentage est positif, cela signifie qu'en moyenne ce produit est plus cher dans cette enseigne que chez E.Leclerc; si le pourcentage est négatif, cela signifie qu'en moyenne ce produit est moins cher dans cette enseigne que chez E.Leclerc.

Ecart de prix d'une catégorie de produits : Quiestlemoinscher met également à disposition les écarts de prix moyens entre enseignes, non pas sur un seul produit, mais sur une catégorie de produits donnée, que ce soit un rayon donné, ou sur la base du total des produits étudiés.

Pour ce faire, le calcul est très simple. Il consiste à donner à chaque produit i de la catégorie un poids en fonction du nombre de prix observés dans l'enseigne J soit $m_{i,J} / m_J$, qui n'est autre que le taux de détention du produit i dans l'enseigne J . Le calcul de l'écart de prix s'effectue ensuite en comparant le prix total de la catégorie de produits pondérés par leur taux de détention dans l'enseigne J , avec celui de la même catégorie de produits dans l'enseigne E.Leclerc L en appliquant le même système de pondération produit par produit.

Le périmètre de comparaison entre l'enseigne E.Leclerc et une enseigne concurrente est exclusivement constitué des produits communs aux deux enseignes : si un produit est présent chez E.Leclerc mais absent dans l'autre enseigne (c'est-à-dire présent dans moins de 2 magasins de l'enseigne), il sera exclu du calcul de l'écart de prix, et inversement.

Tous ces écarts de prix entre deux enseignes sont exprimés en pourcentage avec 1 chiffre après la virgule, par rapport aux prix moyens arrondis aux centimes d'euros.

Ces écarts de prix peuvent être positifs ou négatifs : si le pourcentage est positif, cela signifie qu'en moyenne la catégorie de produits est plus chère dans l'enseigne concurrente que chez E.Leclerc; si le pourcentage est négatif, cela signifie qu'en moyenne la catégorie de produits est moins chère dans l'enseigne concurrente que chez E.Leclerc.

Ecart de prix d'un rayon : c'est l'écart de prix entre la moyenne des prix des produits de ce rayon (pondérés par leur taux de détention dans l'enseigne) dans cette enseigne, et la moyenne des prix chez E.Leclerc.

Écart de prix tous produits confondus : c'est l'écart de prix entre la moyenne des prix de tous les produits (pondérés par leur taux de détention dans l'enseigne) dans cette enseigne, et la moyenne des prix chez E.Leclerc.

Comment les écarts de prix par produit ont-ils été calculés ?

L'écart de prix d'un produit par rapport à E.Leclerc, est la différence entre le prix moyen dans l'enseigne et le prix moyen chez E.Leclerc

Pour le produit i : L'écart de prix entre l'enseigne J et E.Leclerc est la différence des prix moyens (exprimée en pourcentage), c'est-à-dire :

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

...formule dans laquelle

- P_{iJ} est le prix moyen du produit i tel qu'il a été relevé dans les magasins de l'enseigne J ;
- P_{iL} est le prix moyen du produit i tel qu'il a été relevé dans les magasins de l'enseigne E.Leclerc

Pour le produit i :

- 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 de magasins de l'enseigne J , m_{iJ} dans lesquels on a relevé le prix du produit i ($m_{iJ} < m_J$, le nombre total de magasins de l'enseigne J dans l'échantillon).

Comment les écarts de prix par rayon ont-ils été calculés ?

L'écart de prix d'un rayon par rapport à E.Leclerc est la différence entre la moyenne des prix des produits de ce rayon dans l'enseigne et la même moyenne calculée chez E.Leclerc

Pour le rayon "a" : L'écart de prix entre l'enseigne J et E.Leclerc est la différence (exprimée en pourcentage) de la moyenne des prix moyens de tous les produits du rayon a communs aux 2 enseignes, c'est-à-dire :

$$C_{aJL} = \frac{P_{aJL} - P_{aLJ}}{P_{aLJ}}$$

...formule dans laquelle

- $P_{aJL} = \frac{\sum P_{ij}}{n_{aJL}}$ est la moyenne des prix moyens P_{ij} de J sur tous les produits du rayon "a" communs aux 2 enseignes J et E.Leclerc

- $P_{aLJ} = \frac{\sum P_{iL}}{n_{aJL}}$ est la moyenne des prix moyens P_{iL} de E.Leclerc sur tous les produits du rayon "a" communs aux 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_{aJL} est exprimé en pourcentage avec 1 chiffre après la virgule ;
- Si ce pourcentage est positif, cela signifie qu'en moyenne les prix des produits du rayon "a", 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 du rayon "a", sont d'autant moins chers dans l'enseigne J que chez E.Leclerc.
- On associe systématiquement à chaque écart de prix C_{aJL} le nombre n_{aJL} de produits du rayon a communs aux 2 enseignes pour lesquels on a relevé le prix moyen P_{ij} ($n_{aJL} \leq n_{aJ} \leq n_a$, le nombre total de produits du rayon "a" dans la liste).
- On associe systématiquement à chaque écart de prix C_{aJL} le nombre de magasins de l'enseigne J, m_{aJ} dans lesquels on a relevé le prix d'au moins un produit du rayon "a" ($m_{iJ} \leq m_{aJ} \leq m_J$, le nombre total de magasins de l'enseigne J dans l'échantillon).

Comment les écarts de prix au total ont-ils été calculés ?

L'écart de prix des produits de la liste par rapport à E.Leclerc est la différence entre la moyenne des prix des produits de notre liste de produits dans l'enseigne et la même moyenne calculée chez E.Leclerc

Pour le total des produits: l'écart de prix entre l'enseigne J et E.Leclerc est la différence (exprimée en pourcentage) de la moyenne des prix moyens de tous les produits de la liste communs aux 2 enseignes, c'est-à-dire :

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

...formule dans laquelle

- $P_{JL} = \frac{\sum P_{ij}}{n_{JL}}$ est la moyenne des prix moyens P_{ij} de J sur tous les produits de la liste communs aux 2 enseignes J et E.Leclerc

- $P_{LJ} = \frac{\sum P_{iL}}{n_{JL}}$ est la moyenne des prix moyens P_{iL} de E.Leclerc sur tous les produits de la liste communs aux 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 de la liste 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 de la liste 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 de la liste communs aux 2 enseignes pour lesquels on a relevé 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 de magasins de l'enseigne J, m_j , dans lesquels on a relevé le prix d'au moins un produit ($m_{iJ} \leq m_{aJ} \leq m_j$), le nombre total de magasins de l'enseigne J dans l'échantillon).