

## 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.*

**1285156 prix de 5810 produits de marques nationales  
collectés entre le 8 et le 20 avril 2024  
dans 360 magasins de 9 enseignes  
dont 40 magasins Leclerc dont la surface moyenne est de 6273 m2**

ENSEIGNE	Ecarts de prix (%)	Nombre de magasins	Nombre de produits	Nombre de prix	Surface moyenne (m2)
ALDI	4,0%	40	279	7974	890
AUCHAN	8,7%	40	5218	143566	9467
CARREFOUR	9,8%	40	5351	181854	7963
CARREFOUR MARKET ou MARKET	11,6%	40	5247	170257	3117
centres E.LECLERC	0,0%	40	5810	189956	6273
CORA	11,0%	40	5500	205015	9092
INTERMARCHE Hyper/Super	5,4%	40	5540	192782	3478
LIDL	3,0%	40	480	12930	1280
U Hyper/Super	4,9%	40	5070	180822	3908

## Quels points de vente ?

### *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 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, E.Leclerc, Intermarché Hyper/Super, l'enseigne U Hyper/Super (les 7 principales enseignes de distribution GSA) ainsi que les deux principales enseignes de discounters (HD) Lidl et Aldi. Le nombre de magasins qui sont traités est suffisant pour obtenir des échantillons qui soient représentatifs au niveau national de chacune de ces enseignes (par grande région et par catégorie de format). Notons que le champ de l'étude n'inclut que des supermarchés de +2500m<sup>2</sup> de surface au sein de chacune des enseignes GMS ; ce filtrage des magasins en fonction d'une surface minimale de 2500m<sup>2</sup> ne s'applique évidemment pas aux enseignes HD (Aldi et Lidl) dont les surfaces sont inférieures à 2500m<sup>2</sup>.

Au total, ce sont donc les **9 principales enseignes** de distribution généraliste (GSA) 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, **360 points de vente** ont été étudiés se répartissant de façon équilibrée entre les enseignes de distribution.

Enseigne	Taille d'échantillon	Surface moyenne (m <sup>2</sup> ) de l'échantillon
Aldi	40	890
Auchan	40	9467
Carrefour	40	7963
Carrefour Market / Market	40	3117
E.Leclerc	40	6273
Cora	40	9092
Intermarché Hyper/Super	40	3478
Lidl	40	1280
U Hyper/Super	40	3908
<b>Total des enseignes</b>	<b>360</b>	

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 (*)
ALDI	ALBI	81	500	
ALDI	ANNEMASSE	74	1200	
ALDI	ARCISSES	28	900	
ALDI	BELLERIVE-SUR-ALLIER	03	987	
ALDI	BÉZIERS	34	1000	
ALDI	BRIANÇON	05	700	
ALDI	CARROS	06	1096	
ALDI	CERGY	95	980	
ALDI	CONCARNEAU	29	1000	
ALDI	ÉTAPLES	62	800	
ALDI	FLORANGE	57	736	
ALDI	GISORS	27	706	
ALDI	GOLBEY	88	1232	
ALDI	HIRSINGUE	68	792	
ALDI	LA FLÈCHE	72	767	
ALDI	LA SEYNE-SUR-MER	83	560	
ALDI	LAIGNEVILLE	60	850	
ALDI	LAON	02	777	
ALDI	LE SEQUESTRE	81	780	
ALDI	LES HERBIERS	85	2866	
ALDI	LUÇON	85	900	
ALDI	LUNEL	34	711	
ALDI	MOISSAC	82	899	
ALDI	NÎMES	30	670	
ALDI	PARTHENAY	79	996	
ALDI	PAVIE	32	1080	
ALDI	PÉLISSANNE	13	574	
ALDI	PÉZENAS	34	998	
ALDI	ROMANS-SUR-ISÈRE	26	566	
ALDI	ROMORANTIN-LANTHENAY	41	690	
ALDI	SAINT-AUNÈS	34	787	
ALDI	SAINT-JUNIEN	87	797	
ALDI	SAINT-LAURENT-BLANGY	62	950	
ALDI	SOUILLAC	46	700	
ALDI	TOULOUSE	31	1139	
ALDI	VARENNES-VAUZELLES	58	880	
ALDI	VENDÔME	41	999	
ALDI	VIERZON	18	999	
ALDI	VILLEFRANCHE-DE-ROUERGUE	12	820	
ALDI	VILLEMUR-SUR-TARN	31	600	
AUCHAN	AVIGNON	84	10890	*
AUCHAN	BIAS	47	8500	*
AUCHAN	BRÉTIGNY-SUR-ORGE	91	11600	*
AUCHAN	CALUIRE-ET-CUIRE	69	10775	*

AUCHAN	CAVAILLON	84	5885	*
AUCHAN	CHAMBRAY-LÈS-TOURS	37	11700	*
AUCHAN	CHASSENEUIL-DU-POITOU	86	6450	*
AUCHAN	CHÂTEAUBERNARD	16	6500	*
AUCHAN	CHÂTELLERAULT	86	8000	*
AUCHAN	CHAUCONIN-NEUFMONTIERS	77	12000	*
AUCHAN	CLERMONT-FERRAND	63	9100	*
AUCHAN	DIEPPE	76	11775	*
AUCHAN	DOMÉRAT	3	7370	*
AUCHAN	EPAGNY-METZ-TESSY	74	10330	*
AUCHAN	ESCAUDOEUVRES	59	11600	*
AUCHAN	FACHES-THUMESNIL	59	10700	*
AUCHAN	FAYET	2	10180	*
AUCHAN	GIEN	45	5965	*
AUCHAN	ILLKIRCH-GRAFFENSTADEN	67	12358	*
AUCHAN	LUXEUIL-LES-BAINS	70	5000	*
AUCHAN	MERS-LES-BAINS	80	9100	*
AUCHAN	MÉRU	60	8980	*
AUCHAN	MONTAUBAN	82	8000	*
AUCHAN	NOYON	60	6300	*
AUCHAN	OLIVET	45	10572	*
AUCHAN	OSNY	95	10142	*
AUCHAN	RUAUDIN	72	5000	*
AUCHAN	SAINT-HERBLAIN	44	10600	*
AUCHAN	SARCELLES	95	10000	*
AUCHAN	SAVONNIÈRES-DEVANT-BAR	55	8960	*
AUCHAN	SCHWEIGHOUSE-SUR-MODER	67	11945	*
AUCHAN	SIN-LE-NOBLE	59	11500	*
AUCHAN	SOISY-SOUS-MONTMORENCY	95	5550	*
AUCHAN	STRASBOURG	67	12500	*
AUCHAN	TOMBLAINE	54	7200	*
AUCHAN	TREMBLAY-EN-FRANCE	93	7650	*
AUCHAN	TRIGNAC	44	9600	*
AUCHAN	VÉLIZY-VILLACOUBLAY	78	19700	*
AUCHAN	VILLEBON-SUR-YVETTE	91	10300	*
AUCHAN	VIRY-NOUREUIL	2	8400	*
CARREFOUR	AMIENS	80	10000	*
CARREFOUR	AUCH	32	5062	*
CARREFOUR	AULNOY-LEZ-VALENCIENNES	59	10000	*
CARREFOUR	AVIGNON	84	7500	*
CARREFOUR	BAYEUX	14	5150	*
CARREFOUR	BEAUVAIS	60	5200	*
CARREFOUR	BÈGLES	33	12750	*
CARREFOUR	BREST	29	10000	*
CARREFOUR	CRÊCHES-SUR-SAÔNE	71	10000	*
CARREFOUR	CUSSET	3	5006	*
CARREFOUR	ÉTAMPES	91	7925	*

CARREFOUR	GRÂCES	22	5780	*
CARREFOUR	GRUCHET-LE-VALASSE	76	5000	*
CARREFOUR	GUÉRET	23	5116	*
CARREFOUR	HAZEBROUCK	59	5090	*
CARREFOUR	HÉROUVILLE-SAINT-CLAIR	14	10000	*
CARREFOUR	ILLZACH	68	12800	*
CARREFOUR	LA ROCHE-SUR-YON	85	5455	*
CARREFOUR	LAON	2	7500	*
CARREFOUR	LILLE	59	12500	*
CARREFOUR	L'ISLE-ADAM	95	10000	*
CARREFOUR	MARSEILLE	13	7900	*
CARREFOUR	MONT-DE-MARSAN	40	5300	*
CARREFOUR	MONTLUÇON	3	7545	*
CARREFOUR	PAIMPOL	22	5400	*
CARREFOUR	PARIS	75	5300	*
CARREFOUR	PERPIGNAN	66	10000	*
CARREFOUR	SAINT-BRICE-SOUS-FORÊT	95	12400	*
CARREFOUR	SAINT-ÉGRÈVE	38	10000	*
CARREFOUR	SAINT-HERBLAIN	44	7500	*
CARREFOUR	SAINT-JEAN-DE-LUZ	64	5452	*
CARREFOUR	SAINT-MALO	35	7800	*
CARREFOUR	SAINT-MARD	77	5222	*
CARREFOUR	SAINT-PIERRE-D'IRUBE	64	5000	*
CARREFOUR	SAINT-RENAN	29	5500	*
CARREFOUR	SARAN	45	12500	*
CARREFOUR	SARTROUVILLE	78	12500	*
CARREFOUR	SENS	89	5347	*
CARREFOUR	TOURVILLE-LA-RIVIÈRE	76	10000	*
CARREFOUR	VAULX-EN-VELIN	69	10001	*
CORA	ANDELNANS	90	8700	*
CORA	BETTANCOURT-LA-FERRÉE	52	7935	*
CORA	BRUAY-LA-BUISSIÈRE	62	12000	*
CORA	CAMBRAI	59	8150	*
CORA	CHOISEY	39	7112	*
CORA	COUDEKERQUE-BRANCHE	59	8510	*
CORA	COURRIÈRES	62	7693	*
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	GARGES-LÈS-GONESSE	95	10253	*
CORA	GROSBLIEDERSTROFF	57	5750	*
CORA	HAGUENAU	67	10000	*
CORA	LEMPDES	63	12231	*
CORA	LIMOGES	87	11400	*

CORA	LONGEVILLE-LÈS-SAINT-AVOLD	57	10500	*
CORA	MASSY	91	12347	*
CORA	METZ	57	12300	*
CORA	MONÉTEAU	89	7500	*
CORA	MONTBÉLIARD	25	7000	*
CORA	MULHOUSE	68	10907	*
CORA	PACÉ	35	9900	*
CORA	PERRIGNY-LÈS-DIJON	21	8700	*
CORA	PUBLIER	74	7260	*
CORA	REMIREMONT	88	6336	*
CORA	ROTS	14	10240	*
CORA	SAINTE-MARGUERITE	88	8222	*
CORA	SAINTE-MARIE-AUX-CHÊNES	57	6564	*
CORA	SAINTE-JOUAN-DES-GUÉRETS	35	6835	*
CORA	SARREBOURG	57	5450	*
CORA	SARREGUEMINES	57	8000	*
CORA	SOISSONS	2	11060	*
CORA	TOUL	54	8153	*
CORA	VENDIN-LE-VIEIL	62	13000	*
CORA	VERDUN	55	6990	*
CORA	VESOUL	70	7055	*
CORA	WATTIGNIES	59	11394	*
MARKET	AIRAINES	80	2501	*
MARKET	ARGELÈS-GAZOST	65	2990	*
MARKET	BONNEVAL	28	2911	*
MARKET	DADONVILLE	45	2700	*
CARREFOUR MARKET	DÉOLS	36	3064	*
MARKET	DISTRÉ	49	3500	*
MARKET	FALAISE	14	3066	*
CARREFOUR MARKET	FERRIÈRES	17	2514	*
MARKET	FONSORBES	31	4000	*
MARKET	FOUESNANT	29	3000	*
MARKET	GISORS	27	2664	*
MARKET	GUIGNES	77	2899	*
MARKET	LA FLÈCHE	72	2890	*
MARKET	MONTREUIL	93	2689	*
MARKET	NANTEUIL-LÈS-MEAUX	77	4800	*
CARREFOUR MARKET	NEVERS	58	3022	*
CARREFOUR MARKET	PÉZENAS	34	3522	*
MARKET	REIMS	51	2998	*
MARKET	SABLÉ-SUR-SARTHE	72	2790	*
MARKET	SAINT-AMAND-MONTROND	18	2850	*
MARKET	SAINT-AMAND-VILLAGES	50	3062	*
MARKET	SAINT-DENIS-LÈS-BOURG	1	2919	*
CARREFOUR MARKET	SAINT-GEORGES-DES-GROSEILLERS	61	3471	*
MARKET	SAINT-GERMAIN-DU-PUY	18	3100	*
CARREFOUR MARKET	SAINT-LÔ	50	3824	*

MARKET	SAINT-NAZAIRE	44	3000	*
MARKET	SAINT-OUEN	41	2775	*
MARKET	SAINT-SOUPPLETS	77	2714	*
CARREFOUR MARKET	SAINT-SULPICE-LA-POINTE	81	3000	*
CARREFOUR MARKET	SARLAT-LA-CANÉDA	24	5000	*
MARKET	SAUSSAY	28	3800	*
MARKET	SCHEIBENHARD	67	3000	*
MARKET	SORBIERS	42	3000	*
MARKET	THIMERT-GÂTELLES	28	2502	*
MARKET	TOURNUS	71	2600	*
CARREFOUR MARKET	TREMBLAY-EN-FRANCE	93	2600	*
MARKET	TRÉVOUX	1	2870	*
MARKET	VANNES	56	2860	*
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	BOURG-EN-BRESSE	1	3800	*
INTERMARCHE SUPER	CARHAIX-PLOUGUER	29	2630	*
INTERMARCHE HYPER	CASTELNAUDARY	11	3840	*
INTERMARCHE SUPER	CHAMPNIERS	16	3200	*
INTERMARCHE SUPER	CHAUVIGNY	86	2500	*
INTERMARCHE SUPER	CHELLES	77	3075	*
INTERMARCHE SUPER	COMPIÈGNE	60	3400	*
INTERMARCHE SUPER	CONCARNEAU	29	2900	*
INTERMARCHE HYPER	CREYSSE	24	6000	*
INTERMARCHE SUPER	CUGNAUX	31	3594	*
INTERMARCHE SUPER	DIJON	21	2950	*
INTERMARCHE SUPER	DIVES-SUR-MER	14	2839	*
INTERMARCHE HYPER	DOLE	39	6337	*
INTERMARCHE SUPER	DOMARIN	38	3122	*
INTERMARCHE SUPER	ÉCAILLON	59	3850	*
INTERMARCHE SUPER	EU	76	2950	*
INTERMARCHE SUPER	ÉVREUX	27	3275	*
INTERMARCHE SUPER	FAINS-VÉEL	55	2725	*
INTERMARCHE SUPER	FOULAYRONNES	47	2531	*
INTERMARCHE SUPER	FRIVILLE-ESCARBOTIN	80	3149	*
INTERMARCHE SUPER	GEX	1	3377	*
INTERMARCHE SUPER	LA SENTINELLE	59	2980	*
INTERMARCHE HYPER	LE CENDRE	63	5494	*
INTERMARCHE SUPER	MONTECH	82	3000	*
INTERMARCHE SUPER	MONTIVILLIERS	76	2960	*
INTERMARCHE SUPER	MONTLUÇON	3	2894	*
INTERMARCHE HYPER	PÉRONNE	80	6390	*
INTERMARCHE SUPER	PHALSBOURG	57	2500	*
INTERMARCHE HYPER	ROSTRENEN	22	3500	*
INTERMARCHE SUPER	SAINT-DIÉ-DES-VOSGES	88	2990	*

INTERMARCHE SUPER	SAINT-QUENTIN	2	2843	*
INTERMARCHE HYPER	SERRES-CASTET	64	4481	*
INTERMARCHE HYPER	SOYONS	7	3500	*
INTERMARCHE SUPER	TADEN	22	2940	*
INTERMARCHE HYPER	VAUX-SUR-MER	17	4057	*
INTERMARCHE SUPER	VÉRETZ	37	2575	*
INTERMARCHE SUPER	VOLGELSHEIM	68	2996	*
INTERMARCHE SUPER	WINGLES	62	2500	*
CENTRE E.LECLERC	ALBI	81	5700	
CENTRE E.LECLERC	ARCISSÉS	28	5800	
CENTRE E.LECLERC	ARRAS	62	3112	
CENTRE E.LECLERC	BELLERIVE-SUR-ALLIER	3	5400	
CENTRE E.LECLERC	BETTING	57	7078	
CENTRE E.LECLERC	BLAGNAC	31	15118	
CENTRE E.LECLERC	BRIANÇON	5	2500	
CENTRE E.LECLERC	CAUFFRY	60	3822	
CENTRE E.LECLERC	CHAMBRY	2	8697	
CENTRE E.LECLERC	CHERBOURG-EN-COTENTIN	50	6859	
CENTRE E.LECLERC	COLMAR	68	6100	
CENTRE E.LECLERC	CONCARNEAU	29	5520	
CENTRE E.LECLERC	CROZON	29	2871	
CENTRE E.LECLERC	ÉTAPLES	62	2933	
CENTRE E.LECLERC	FAMECK	57	10299	
CENTRE E.LECLERC	HIRSINGUE	68	4555	
CENTRE E.LECLERC	LA FLÈCHE	72	6570	
CENTRE E.LECLERC	LE HOULME	76	5045	
CENTRE E.LECLERC	LE LUC	83	4665	
CENTRE E.LECLERC	LES HERBIERS	85	5500	
CENTRE E.LECLERC	LESCURE-D'ALBIGEOIS	81	5800	
CENTRE E.LECLERC	LIMOGES	87	6990	
CENTRE E.LECLERC	NANTES	44	10700	
CENTRE E.LECLERC	NICE	6	8100	
CENTRE E.LECLERC	NÎMES	30	4920	
CENTRE E.LECLERC	PARTHENAY	79	5206	
CENTRE E.LECLERC	SAINT-AMAND-MONTROND	18	3500	
CENTRE E.LECLERC	SAINT-ÉTIENNE-LÈS-REMIREMONT	88	5310	
CENTRE E.LECLERC	SAINT-HERBLAIN	44	11700	
CENTRE E.LECLERC	SAINT-JUNIEN	87	5975	
CENTRE E.LECLERC	SAINT-ORENS-DE-GAMEVILLE	31	15600	
CENTRE E.LECLERC	SAINT-OUEN-L'AUMÔNE	95	6450	
CENTRE E.LECLERC	SALON-DE-PROVENCE	13	6300	
CENTRE E.LECLERC	SOUILLAC	46	3400	
CENTRE E.LECLERC	TONNERRE	89	5000	
CENTRE E.LECLERC	VALENCE	26	4820	
CENTRE E.LECLERC	VALRÉAS	84	4830	
CENTRE E.LECLERC	VIERZON	18	4024	
CENTRE E.LECLERC	VILLE-LA-GRAND	74	5900	



CENTRE E.LECLERC	VITRY-SUR-SEINE	94	8249	
LIDL	AMBOISE	37	770	
LIDL	ANZIN	59	1046	
LIDL	AUCH	32	1382	
LIDL	BLAGNAC	31	827	
LIDL	CARHAIX-PLOUGUER	29	1270	
LIDL	CASTELSARRASIN	82	990	
LIDL	DENAIN	59	1421	
LIDL	DOUAI	59	1286	
LIDL	ÉCHIROLLES	38	1300	
LIDL	FREYMING-MERLEBACH	57	1420	
LIDL	HOUEMONT	54	1686	
LIDL	LA FERTÉ-BERNARD	72	1275	
LIDL	LA ROCHE-SUR-YON	85	1400	
LIDL	LANDIVISIAU	29	2585	
LIDL	LAON	02	1421	
LIDL	LE BLANC	36	1685	
LIDL	LES SABLES-D'OLONNE	85	1274	
LIDL	LOCHES	37	1286	
LIDL	LUNEL	34	995	
LIDL	LURE	70	1420	
LIDL	MAYENNE	53	1272	
LIDL	NARBONNE	11	1048	
LIDL	PARTHENAY	79	1286	
LIDL	PAU	64	960	
LIDL	PÉZENAS	34	1663	
LIDL	PONT-À-MARCQ	59	900	
LIDL	SAINT-AMAND-LES-EAUX	59	1670	
LIDL	SAINT-ANDRÉ-DE-SANGONIS	34	1682	
LIDL	SAINT-BREVIN-LES-PINS	44	1274	
LIDL	SAINT-HERBLAIN	44	1700	
LIDL	SAINT-JUNIEN	87	1420	
LIDL	SAINT-LÉONARD	76	720	
LIDL	SAINT-PIERRE-LÈS-ELBEUF	76	998	
LIDL	SAINT-POL-DE-LÉON	29	990	
LIDL	SÉLESTAT	67	1420	
LIDL	SOUILLAC	46	920	
LIDL	TERRASSON-LAVILLEDIEU	24	982	
LIDL	THOUARS	79	1273	
LIDL	VARENNES-VAUZELLES	58	650	
LIDL	VENDARGUES	34	1621	
U HYPER	AIZENAY	85	6730	*
U SUPER	BAZAS	33	2650	*
U SUPER	BELZ	56	3967	*
U SUPER	CAEN	14	2730	*
U SUPER	CHALONNES-SUR-LOIRE	49	3356	*
U HYPER	CHAMPAGNOLE	39	4599	*

U HYPER	COLMAR	68	4125	*
U SUPER	COMBRIT	29	2919	*
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 HYPER	ÉCOMMOY	72	7449	*
U SUPER	ERNÉE	53	3599	*
U SUPER	ERQUY	22	3972	*
U SUPER	FRIGNICOURT	51	2702	*
U SUPER	HUNINGUE	68	3800	*
U SUPER	JOSSELIN	56	3500	*
U SUPER	LA FERTÉ-GAUCHER	77	2500	*
U HYPER	LA ROCHE-SUR-YON	85	6849	*
U HYPER	LE PONT-DE-BEAUVOISIN	73	4631	*
U SUPER	LOUDUN	86	2600	*
U SUPER	MALEMORT	19	3468	*
U SUPER	MAROMME	76	3000	*
U SUPER	MOLSHEIM	67	2618	*
U SUPER	MUZILLAC	56	4500	*
U SUPER	NÈGREPELISSE	82	2990	*
U HYPER	NEUILLY-SUR-MARNE	93	4605	*
U SUPER	NOGENT	52	2566	*
U SUPER	NOYAL-CHÂTILLON-SUR-SEICHE	35	3000	*
U SUPER	ORTHEZ	64	4260	*
U SUPER	PFASTATT	68	3800	*
U SUPER	ROCBARON	83	2533	*
U HYPER	ROMANS-SUR-ISÈRE	26	5076	*
U SUPER	ROUJAN	34	2990	*
U SUPER	SAINT-JACQUES-DE-LA-LANDE	35	3215	*
U HYPER	SAVENAY	44	8980	*
U SUPER	SERQUEUX	76	3150	*
U SUPER	THOUROTTE	60	3500	*
U HYPER	YFFINIAC	22	5000	*

## 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 totalement identiques d'une enseigne à l'autre et donc leurs prix rigoureusement comparables entre enseignes. 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 traités à partir de tous les produits de marque nationale ayant un taux de détention national (inter enseignes) supérieur ou égal à 25%, ce qui représente un total de 6000 produits MN.

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 48 produits (= 0,8% x 6000)
2. Les produits à sélectionner dans une famille de produits sont définis selon leur taux décroissant de détention national 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 50 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 25%. On aboutit ainsi au périmètre final de produits de marque nationale traités dans l'étude.

### *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.**

Au final, un maximum de **5810 produits de marques nationales** a pu servir à la comparaison entre l'enseigne E.Leclerc et au moins une autre enseigne.

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

Enseigne	Nombre de produits étudiés	Nombre de produits comparés
Aldi	298	279
Auchan	6000	5218
Carrefour	6000	5351
Carrefour Market / Market	6000	5247
E.Leclerc	6000	5810
Cora	6000	5500
Intermarché Hyper/Super	6000	5540
Lidl	500	480
U Hyper/Super	6000	5070
<b>Total des enseignes</b>	<b>6000</b>	<b>5810</b>

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 480 produits aux prix comparés entre l'enseigne E.Leclerc et l'enseigne Lidl, c'est que l'on n'a trouvé que 480 produits de marques nationales communs à la fois à au moins 2 magasins Lidl et au moins 2 magasins E.Leclerc dans lesquels ont été effectués les relevés de prix.

## Quelle méthode de recueil des prix ?

### *Qui a collecté les prix ?*

La compilation informatique des prix est effectuée par la société Onefirst, 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 paramètres de périmètre produits et de période de terrain, étaient 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.

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 par **onfirst** 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.

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 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 type 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.

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 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, 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.

### ***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 des prix.

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.

### ***Quand les prix ont-ils été recueillis ?***

Quelque que soit le mode de recueil, tous les prix ont été recueillis **entre le lundi 8 et le samedi 20 février 2024**. 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 pouvant amener à collecter les prix des magasins sur plusieurs semaines de collecte (*chaque semaine de collecte* étant déterminée du mercredi au mardi suivant), 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  $P_{ij}$ .

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 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) **1285156 prix** ont été traités dans le cadre de ces comparaisons entre enseignes.

Enseigne	Nombre de prix recueillis
Aldi	7974
Auchan	143566
Carrefour	181854
Carrefour Market / Market	170257
E.Leclerc	189956
Cora	205015
Intermarché Hyper/Super	192782
Lidl	12930
U Hyper/Super	180822
<b>Total des enseignes</b>	<b>1285156</b>

## **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**.

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 à des niveaux agrégés de produits : famille, rayon et 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 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 à partir de la formule suivante...

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

...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 prix  $P_{il}$  du produit  $i$  que l'on a recueillis dans les magasins  $l$  de l'enseigne E.Leclerc

**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.



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.

Pour ce faire, le calcul est très simple. Il 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  $J$ . Le calcul de l'écart de prix s'effectue ensuite en comparant le prix du total des 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 l'enseigne concurrente est plus chère que chez E.Leclerc; si le pourcentage est négatif, cela signifie qu'en moyenne l'enseigne concurrente est moins chère que 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  $m_{iJ}$  de prix du produit  $i$  que l'on a recueillis dans les magasins  $j$  de l'enseigne  $J$

### Comment les écarts de prix 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 total de prix recueillis dans les magasins de l'enseigne  $J$  :  $m_J$  ( $m_{iJ} < m_J$ )