

SUIVI DES PRIX DANS LA
GRANDE DISTRIBUTION

JUILLET 2020

SOMMAIRE

Niveau des prix et évolution	Page 2
Les différents types de circuits	Page 2
Analyse par famille de produits	Page 2-3



Source ; aquahela

Les mois se suivent et se ressemblent...

Au mois de juillet 2020, dans la continuité du mois précédent, l'analyse porte sur les **31 magasins** des enseignes Auchan, Carrefour, Casino et E.Leclerc.

Comme au mois de juin, la répartition des prix en fonction des différents quartiles de prix relevés sur le continent se maintient. La part des produits vendus sous le seuil du premiers quartile s'établit toujours à 67 %.

Parallèlement, les prix **continuent d'augmenter (+1,8 %)** à un rythme constant.

En juillet, contrairement au mois précédent, sur le continent, les prix augmentent aussi. Cette inflation toujours imputable aux supermarchés, s'applique à la quasi totalité des familles de produits.

Définitions

Premier quartile (Q1) : valeur au-dessous de laquelle se situent 25 % des prix les plus bas constatés en Province.

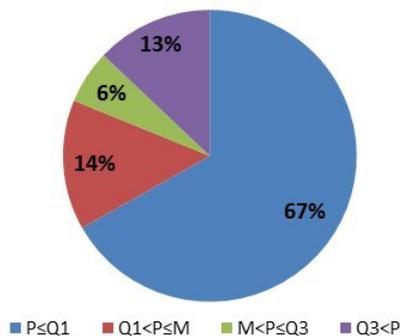
Médiane (M) : valeur au-dessous de laquelle se situe la moitié des prix relevés en Province.

Troisième quartile (Q3) : valeur au-dessus de laquelle se situent 25 % des prix les plus élevés constatés en Province.

Niveau des prix et évolution

Au mois de juillet 2020, au total, 5 135 prix ont été relevés dans les 31 magasins des 4 enseignes participantes. Comme au mois de juin, la part de produits dont la valeur est inférieure ou égale au premier quartile est identique à celle du mois précédent, soit 67 %.

Répartition des relevés selon les quartiles de Province



Source : Nielsen - Traitement CorsiStat

L'analyse du chariot de produits par magasin met en évidence que 25 des 31 établissements insulaires présentent un coût global inférieur au panier médian du continent. Parmi eux, 19 se classent toujours parmi les 25 % les moins chers de Province.

L'observation du prix du chariot global, tous types de produits confondus, montre une hausse des prix de l'offre pour le cinquième mois consécutif (+1,8 % par rapport à juin 2020) en Corse. Sur le continent, les prix totaux des chariots-types correspondant aux différents quartiles de prix subissent également une inflation (+0,5 % pour Q1 et +0,2 % pour M et Q3).

Les différents types de circuits

Si l'on considère uniquement les hypermarchés, la part de produits dont la valeur est inférieure ou égale à Q1 passe de 67 % à 73 % contre 76% au mois de juin.

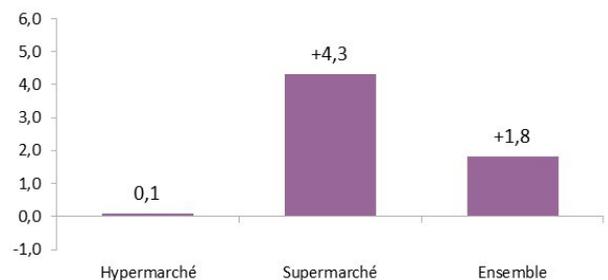
Dans les supermarchés elle s'établit à 58 %, en augmentation de 4 points.

Pour le troisième mois consécutif, les su-

permarchés affichent une hausse des prix marquée (+4,3 %) toutes marques confondues. En revanche, les hypermarchés enregistrent un maintien (+0,1 %).

67 %
des produits vendus
parmi les moins chers
de Province

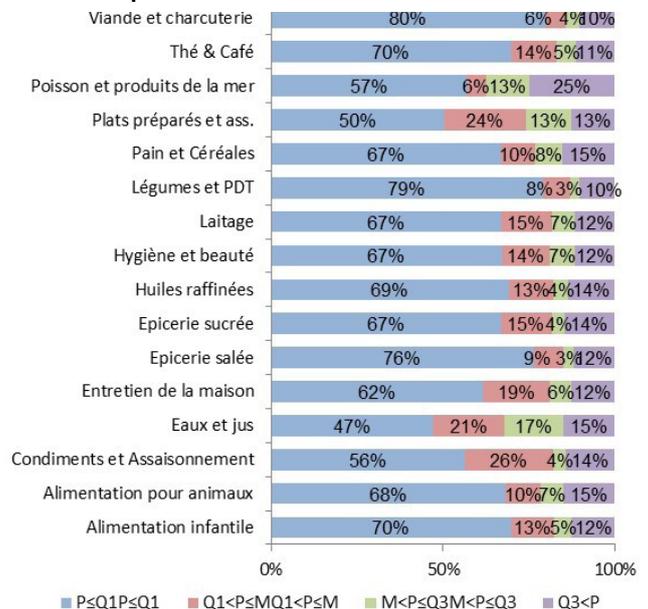
Évolution des prix sur un mois par type de circuit (%)



Source : Nielsen - Traitement CorsiStat

Analyse par famille de produits

Distribution des relevés en fonction du prix et selon la famille de produits



Source : Nielsen - Traitement CorsiStat

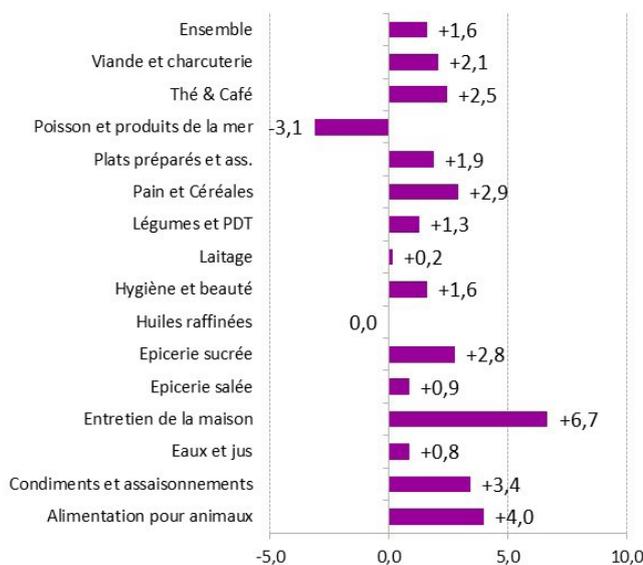
Certains produits sont plus souvent vendus moins chers que sur le continent. C'est le cas par exemple des «Viandes et charcuterie» (80 %). Pour la moitié des familles, les proportions de produits vendus en-dessous de Q1 ont augmenté de façon marquée.

Celle pour laquelle l'évolution est la plus prononcée est celle de «Alimentation pour animaux» (+24 points) suivie de «Alimentation infantile» (+20 points).

Pour les catégories de produits qui affichent un repli de la part de prix sous Q1, les évolutions observées sont moins significative. Celle qui se démarque est celle des produits de l'«Entretien de la maison» (-12 pts).

Par ailleurs, en termes d'évolution des prix, la tendance reste la même que celle du mois précédent. A l'exception des «Huiles raffinées» et ce mois-ci, celle des «Poissons et produits de la mer» (-3,2 %), toutes les familles accusent une hausse des prix, la plus marquée étant pour les produits de l'«entretien de la maison» avec une inflation de 6,7 %.

Évolution mensuelle des prix de l'offre par famille de produits



Source : Nielsen - Traitement CorsiStat

Cartographie des magasins participants

