

# SUIVI DES PRIX DANS LA GRANDE DISTRIBUTION




#CORSISTAT

observation économique territoriale



## SOMMAIRE

- 
- 1 Introduction
  - 2 Niveau des prix & évolution
  - 3 Les différents types de circuits
  - 4 Analyse par famille de produits



## INTRODUCTION



### PLUS DE PRODUITS VENDUS SOUS LE SEUIL DES 25 % LES PLUS BAS ET MAINTIEN DU NIVEAU GÉNÉRAL DES PRIX DU PANIER

Au mois de mars 2021, dans la continuité du mois précédent, l'analyse porte sur **30 magasins** des enseignes Auchan, Carrefour, Casino et E.Leclerc.

La part des produits vendus sous le seuil du premier quartile s'établit à **61%** et augmente pour le deuxième mois consécutif de 1 point.

Globalement, **les prix** du chariot-type **sont stables** par rapport au mois de février 2021 quelque soit le type de circuit de distribution.

Sur le continent, le prix moyen du panier comprenant les articles les moins chers se maintient également, tandis que celui du panier des articles les plus chers accuse une hausse de 0,3 %.

Ce mois-ci, la majeure partie des familles de produits enregistrent une hausse de la part des prix respectant le seuil fixé par la charte. Enfin, en évolution annuelle, comme au mois précédent, les prix accusent une légère hausse (+0,1 %).

#### 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 mars 2021, au total, **4 822 prix ont été relevés** dans les 30 magasins des 4 enseignes participantes.

La répartition selon les différents quartiles met en évidence une hausse de la part des prix vendus parmi les moins chers de Province pour le second mois consécutif. Celle-ci s'établit à **61 %**, soit 1 point de plus qu'au mois précédent. À noter que près de 80 % des produits de l'enquête affichent un prix inférieur à la médiane des prix relevés en Province. La part de produits vendus parmi les plus chers de Province est relativement stable depuis des mois, se situant autour de 13%.

L'analyse du chariot de produits par magasin met en évidence que **24 des 30 établissements** insulaires présentent un coût global inférieur au panier médian du continent. Parmi eux, **16 se situent parmi les 25 % les moins chers** de Province, soit 1 de moins qu'au mois de février 2020.

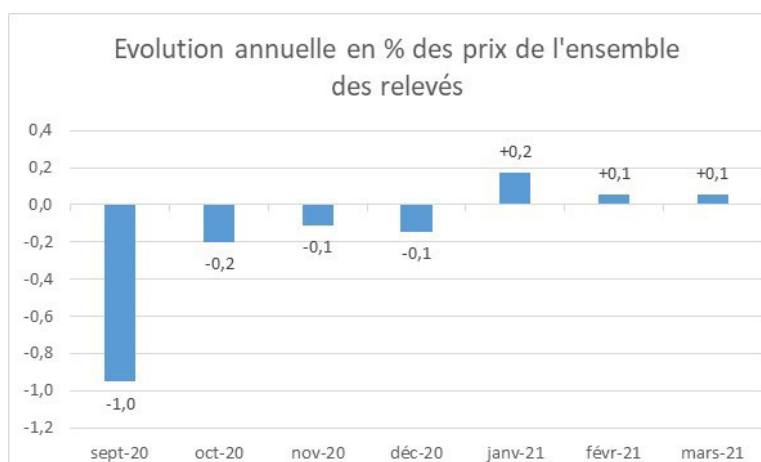
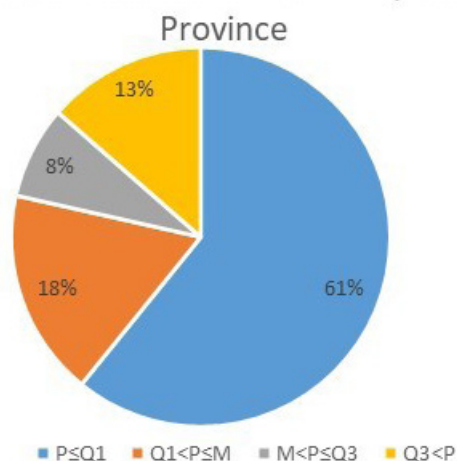
L'observation du prix du chariot global, tous types de produits confondus, affiche un **maintien des prix**.

Sur le continent, les prix totaux des chariots-types correspondant à l'application des différents quartiles de prix pour chaque produit affichent une stabilité pour les articles les moins chers comme en région et des progression pour les deux autres paniers (-0,1 % pour M; +0,3 % pour Q3).

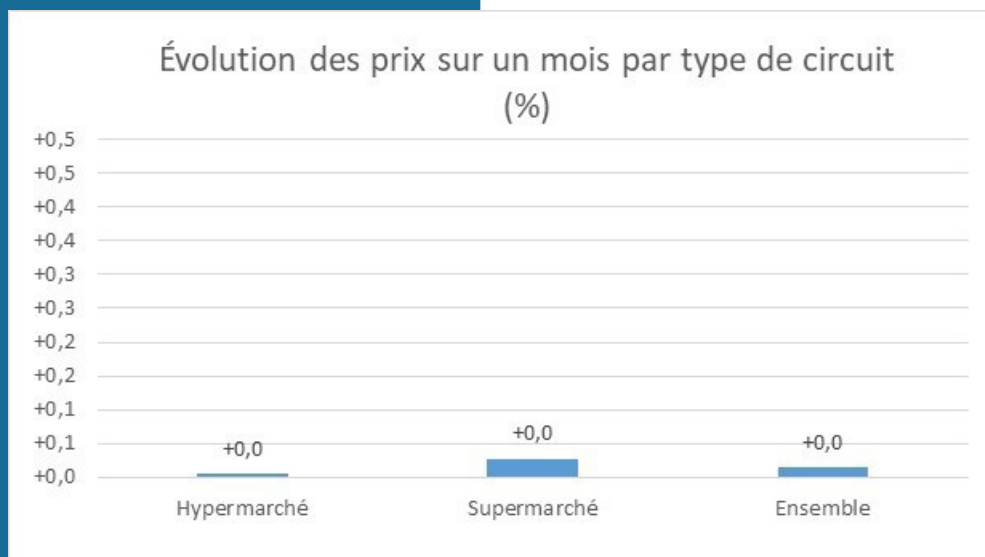
**Sur un an**, globalement, les prix **augmentent de 0,1 %** comme en février 2021.

**61 %**  
DES PRODUITS VENDUS PARMIS LES  
MOINS CHERS DE PROVINCE

Répartition des relevés selon les quartiles de Province



## LES DIFFÉRENTS TYPE DE CIRCUITS



Source : Nielsen - Traitement CorsiStat

Toutefois, les tendances peuvent varier selon l'enseigne ou le type de circuits considéré.

Si l'on considère uniquement les **hypermarchés**, la part de produits dont la valeur est inférieure ou égale à Q1 passe de 61 % à **69 %** en hausse de 1 point par rapport au mois de février 2021.

Dans les **supermarchés**, elle se maintient à **49 %** depuis le mois de décembre 2020, soit un écart significatif de 20 points.

En termes d'évolution des prix, il convient de noter ce mois-ci globalement, les prix sont stables pour l'ensemble des circuits toutes marques confondues.

## ANALYSE PAR FAMILLE DE PRODUITS

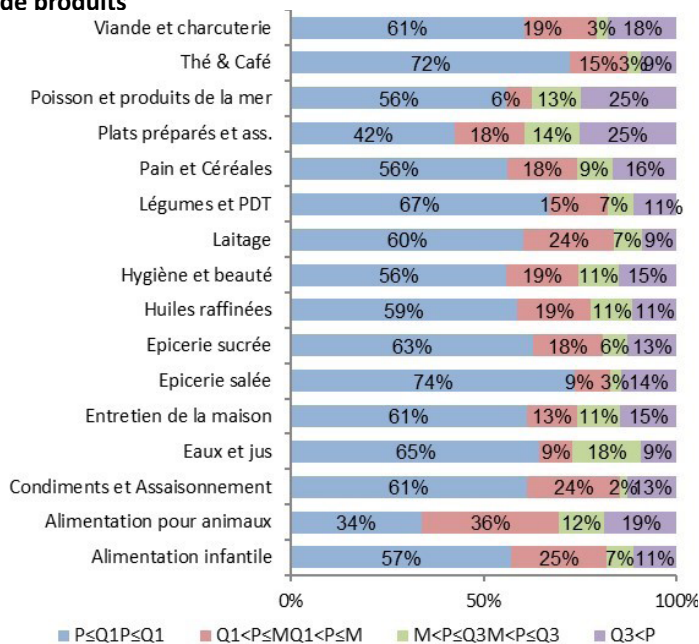
Certains produits sont plus souvent vendus moins chers que sur le continent. C'est le cas par exemple de ceux de la catégorie de l'**épicerie salée** qui présentent une proportion de produits vendus sous le seuil de Q1 de 74 %, la plus élevée, suivi des **Thés & Cafés** (72 %).

Au mois de mars 2021, pour **plus de la moitié** des familles de produits la **hausse** de cette part se poursuit, la plus marquée étant attribuée aux **produits de l'entretien de la maison** (+7 points / février 2021). A contrario, avec une part de 61 % de produits vendus parmi les moins chers, les biens de la catégorie **viande et charcuterie** affichent le repli le plus significatif (-6 points sur un mois).

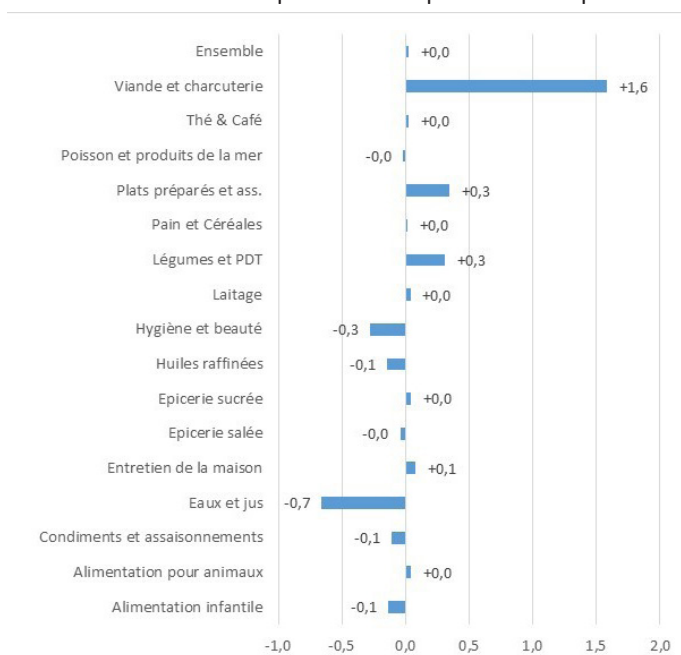
Par ailleurs, en termes d'évolution, le **niveau des prix** est relativement **stable**. Deux familles se distinguent cependant, celle de la **viande et charcuterie** qui accuse une **hausse de 1,6 %** sur un mois et celle des **eaux et jus** qui inversement enregistre une **baisse de 0,7 %**.

### STABILISATION DES PRIX DANS LA QUASI-TOTALITÉ DES FAMILLES DE PRODUITS

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



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



## CARTOGRAPHIE DES ACTEURS

### Agence de Développement Économique de la Corse

Corsica Statistica

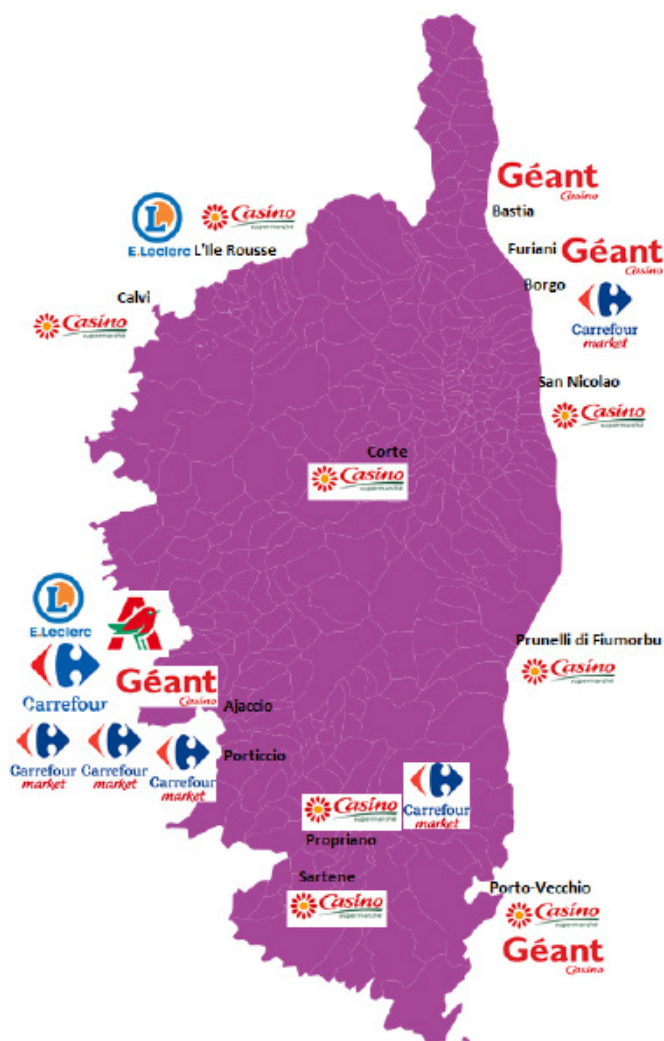
Antenne de Bastia

Maison du parc technologique/ZA d'Erbajolo  
20600 Bastia

Téléphone : 04 95 50 91 38

internet : [http://www.adec.corsica/Corsica-Statistica\\_r30.html](http://www.adec.corsica/Corsica-Statistica_r30.html)

Mel : lena.serdjjanian@adec.corsica



## Éléments de méthodologie

En application de la mission qui lui a été assignée par la délibération de l'Assemblée de Corse du 29 juillet 2016 N°16/177AC, Corsica Statistica s'est vu confié la mise en place du dispositif, ainsi que le suivi des prix pour le compte de la Collectivité de Corse.

Les prix des produits inclus dans le panier sont relevés mensuellement dans chaque magasin de façon indépendante par le Cabinet Nielsen ainsi que dans les mêmes enseignes du France de Province depuis le mois de septembre 2019.

Un tableau est livré pour chaque enseigne en détaillant le prix pratiqué pour chaque produit choisi ainsi que le premier quartile Q1 (seuil des 25 % des prix les plus bas), la médiane M (seuil de la moitié des prix les plus bas), et la troisième quartile Q3 (seuil des 25 % des prix les plus élevés) des prix pour la France de Province, depuis fin octobre.

Le premier quartile est alors communiqué aux différents magasins afin qu'ils adaptent leurs prix et une synthèse mensuelle est transmise au cabinet du Président du Conseil Exécutif.