

SUIVI DES PRIX DANS LA
GRANDE DISTRIBUTION

NOVEMBRE 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

La part de produits vendus sous le seuil du premier quartile se maintient toujours tandis que le niveau des prix diminue pour la première fois depuis 9 mois

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

La part des produits vendus sous le seuil du premier quartile s'établit à 63 % tout comme aux deux mois précédents.

Globalement, les prix diminuent de 0,1 % sur un mois. Cette tendance concerne tous les types de circuits de distribution. Au cours du mois, davantage de familles de produits ont

été concernées par une baisse des prix.

Sur le continent, les prix moyens des paniers comprenant les articles correspondant aux différents quartiles de prix augmentent en revanche.

Par ailleurs, en évolution annuelle, une légère diminution des prix est observée malgré le fait que la proportion de produits vendus parmi les moins chers de province soit inférieure de 6 points à celle de novembre 2019.

Définitions

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

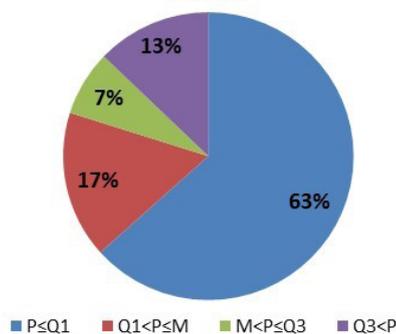
Médiane (M) : valeur au-dessous de laquelle se situe la moitié des prix relevés en Province.

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

Niveau des prix et évolution

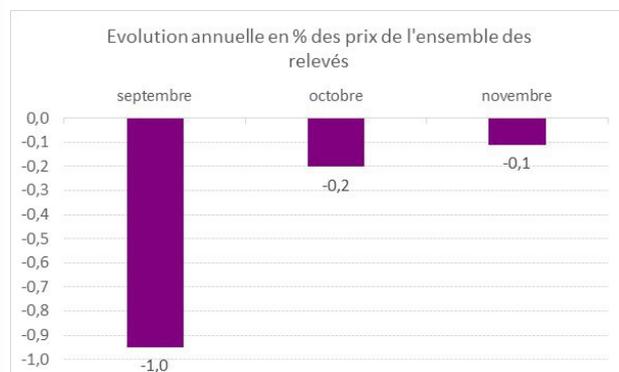
Au mois de novembre 2020, au total, **5 084 prix ont été relevés** dans les 31 magasins des 4 enseignes participantes. La répartition selon les différents quartiles n'a pas beaucoup évolué. Notamment, la part de produits dont la valeur est inférieure ou égale au premier quartile s'établit à **63 %** pour le troisième mois consécutif et reste à son plus bas niveau.

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, **15 se classent toujours parmi les 25 % les moins chers** de Province contre 19 au mois de juillet 2020.



Source : Nielsen - Traitement CorsiStat

L'observation du prix du chariot global, tous types de produits confondus, montre une **baisse des prix** de l'offre pour la première fois depuis 9 mois en Corse. Sur le

continent, à contrario, le prix total des chariots-types correspondant aux différents quartiles de prix accusent une hausse des prix par rapport au mois d'octobre (+0,1 % pour Q1 et M et +0,3 % pour Q3).

Sur un an, comme au mois précédent, une baisse générale des prix est observée (-0,1 % / novembre 2019). Dans le détail, les tendances peuvent être opposées selon l'enseigne ou encore le type de circuit.

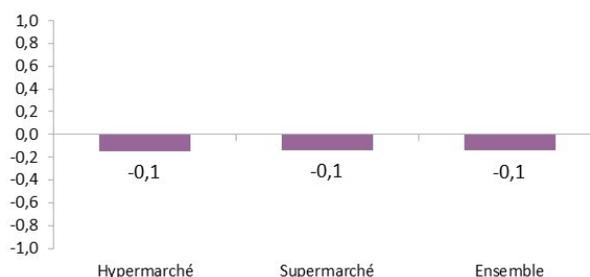
Les différents types de circuits

Si l'on considère uniquement les hypermarchés, la part de produits dont la valeur est inférieure ou égale à Q1 passe de 63 % à 70 %.

Dans les supermarchés elle s'établit à 53 %, en augmentation de 1 point sur un mois.

Pour la première fois depuis 6 mois, les supermarchés affichent une **baisse des prix** (-0,1 %) toutes marques confondues tout comme les hypermarchés (-0,1 %).

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



Source : Nielsen - Traitement CorsiStat

Analyse par famille de produits

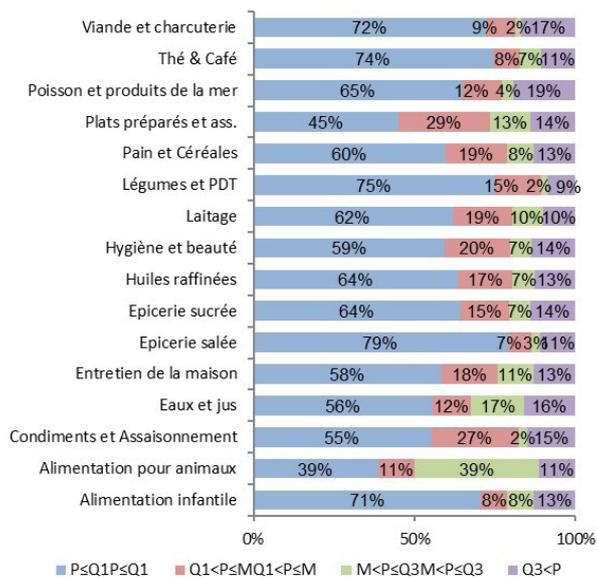
Certains produits sont **plus souvent vendus moins chers** que sur le continent. C'est le cas par exemple de l'«**épicerie salée**» qui présente une proportion de produits vendus parmi les moins chers de **79 %**. Parmi les différentes catégories de produits, cinq affichent une baisse des parts de produits

63 %
des produits vendus
parmi les moins chers
de Province

vendus en-dessous de Q1. Celle de «Alimentation pour animaux» (-29 points), est particulièrement marquée.

Concernant les évolutions à la hausse, les plus marquées sont celles relatives à l'«épicerie salée» (+9 points) et aux «Thé et café» (+8 points).

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

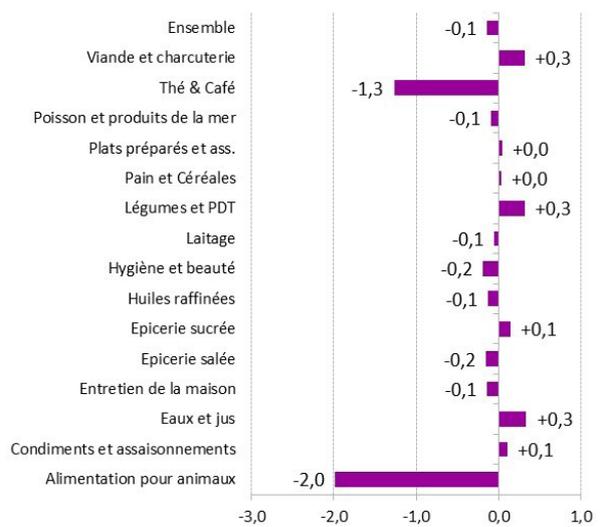


Source : Nielsen - Traitement CorsiStat

Par ailleurs, en termes d'évolution des prix, dans le prolongement de la tendance du mois d'octobre, plus de la moitié des familles affichent une baisse des prix, la plus marquée étant celle de l'«Alimentation pour animaux» avec une déflation de 2 % suivie de celle de «Thé et café» (-1,3 %).

A contrario, trois familles accusent une hausse des prix de 0,3 % : «Viande et charcuterie», «eaux et jus» et «Légume et PDT».

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



Source : Nielsen - Traitement CorsiStat

Cartographie des magasins participants

