

# Tribune GRANDE CONSO

réagissez sur [www.olivier-dauvers.a3w.fr](http://www.olivier-dauvers.a3w.fr)

VOUS ÊTES **5835**  
CADRES DE LA GRANDE CONSO  
À RECEVOIR "TGC"

N° 30 MAI  
TGC - Editions DAUVERS  
21, rue de la Poterie - 35200 RENNES  
02 99 50 18 90 [odaivers@wanadoo.fr](mailto:odaivers@wanadoo.fr)

LECLERC A RENDU PUBLIC CE MATIN SON PROPRE INDICE DES PRIX

## Guerre des prix ou des indices ?

Annoncé jeudi, l'indice des prix calculé par Leclerc a été rendu public ce matin. La surprise n'est évidemment pas la position de l'enseigne, mais plutôt les écarts annoncés avec ses concurrents. A défaut d'une guerre des prix, s'annonce peut-être une guerre des indices.

C'est la "surprise" du jour... Depuis 7h00 ce matin, le monde entier peut désormais "vérifier" que Leclerc est bien l'enseigne la moins chère de France sur le site [www.queistlemoinscher.com](http://www.queistlemoinscher.com). Lequel site, dûment estampillé Leclerc, avance en guise de preuves les écarts de prix inter-enseignes. Ainsi, au niveau national, Carrefour est annoncé 4,5 % plus cher que Leclerc, Intermarché 6,4 %, Champion 7,3 %, etc. A ce rythme-là, on n'ose imaginer la position dans le classement de Match, Casino ou encore Monoprix...

### "La" vérité ou "une" vérité ?

A défaut de déclencher une guerre des prix (plutôt attendue pour la rentrée de septembre), l'initiative de Leclerc devrait déclencher une guerre des... indices. Difficile d'imaginer en effet que Carrefour se satisfasse véritablement des relevés publiés par Leclerc (et soutenus en fin de semaine dernière par le savoir-faire médiatique de Michel-Edouard Leclerc et, à partir d'aujourd'hui, par l'expertise publicitaire de son agence Australie). Logique... Ne serait-ce parce que d'autres études – tout aussi représentatives puisque issues de données caisses et établies sur les 30000 références les plus détenues –

**QUI EST LE MOINS CHER ?**

**POURQUOI QUIESTLEMOINSCHER.COM ?**  
Aujourd'hui, tout le monde prétend être le moins cher. Il suffit pour cela de limiter la comparaison à un petit nombre de produits. Cette surenchère de communication sur les prix bas perturbe le consommateur qui ne sait plus qui croire. Qui est vraiment le moins cher ? Et cela toute l'année ? L'enseigne E.Leclerc a souhaité donner au consommateur l'accès à une information fiable sur la performance prix des enseignes de la grande distribution.

**RELEVÉ DES PRIX DES ENSEIGNES NATIONALES DE LA GRANDE DISTRIBUTION**  
N'attendez plus pour payer moins cher ! Commencez par comparer les prix des hypermarchés en France, par région et à proximité de votre domicile. Vous saurez enfin qui est le moins cher sur les produits du quotidien.

**QUI EST LE MOINS CHER PRÈS DE CHEZ VOUS ?**  
Saisissez votre code postal :

**RÉSULTAT NATIONAL DU RELEVÉ DES PRIX DU MOIS D'AVRIL 2006**  
E.Leclerc est l'enseigne la moins chère en France

Enseigne	Articles comparés	Écart par rapport à E.Leclerc
AUCHAN	sur 3248 articles comparés *	+6.2 % plus cher que E.LECLERC
CARREFOUR	sur 3023 articles comparés *	+4.5 % plus cher que E.LECLERC
CHAMPION	sur 2707 articles comparés *	+7.3 % plus cher que E.LECLERC
CORA	sur 2981 articles comparés *	+7.2 % plus cher que E.LECLERC
GÉANT	sur 3335 articles comparés *	+7.3 % plus cher que E.LECLERC
INTERMARCHÉ	sur 4050 articles comparés *	+6.4 % plus cher que E.LECLERC
SYSTÈME U	sur 3059 articles comparés *	+6.5 % plus cher que E.LECLERC

(\*) Méthodologie détaillée

Note: Un certain nombre de relevés de prix effectués dans les magasins sont encore en cours d'intégration. En conséquence une mise à jour des résultats sera effectuée dans la journée de mardi. Elle est susceptible de faire varier faiblement les résultats présentés dans [queistlemoinscher.com](http://queistlemoinscher.com)

Contact - Média@leclerc.com

montrent que, depuis décembre 2005, Carrefour et Leclerc font globalement jeu égal sur le terrain des prix. Où est donc la vérité ? Partout et nulle part, comme toujours en matière d'indices de prix. En publiant "son" indice, Leclerc (autant agacé par la diffusion d'études jugées partielles que par la propagation de l'idée selon laquelle l'enseigne ne serait plus la moins chère) a souhaité rétablir "LA" vérité des prix. Ce n'est néanmoins que "SA" vérité. Certes, la méthodologie retenue est impressionnante (3 500 références, plus de 2 000 magasins) et donc nettement plus exhaustive que les autres études jusqu'à lors rendues publiques. Pour autant, facile d'ima-

giner dès à présent les arguments qui seront déployés par la concurrence pour en contester les résultats : la source de l'étude, le mélange de produits comparables (marques nationales) et non exactement comparables (marques de distributeurs et premiers prix) ou encore la maîtrise supposée des dates de relevés et de l'échantillon retenu. Sur la source, Leclerc est serein... C'est pour des raisons contractuelles que seule apparaît la notion "d'organisme indépendant". Et il faut être grand naïf pour ne pas y voir la patte (involontaire) du Panel International. En revanche, le contre argument de la non-comparabilité exacte de certains produits est d'autant plus pertinent que

plus de la moitié de l'échantillon est constitué de MDD ou de premiers prix. Reste à savoir si, dans la construction d'un indice de cherté, l'essentiel est la comparabilité des unités de besoin ou des produits. Autre question, sans doute plus fondamentale : sur un tel sujet, une enseigne, quelle qu'elle soit, peut-elle être juge et partie ? Pas sûr. Pour autant, et ne serait-ce qu'en interne, l'indice Leclerc aura au moins le mérite d'inciter certains adhérents à se (re)mettre en ordre de marche avant la vraie guerre à venir. Celle des prix. Et non plus simplement des indices.

O. DAUVERS