

Leger
MARKETING

Office
de la protection
du consommateur
Québec 


CONSEIL QUÉBÉCOIS DU
COMMERCE DE DÉTAIL

Enquête sur l'exactitude des prix 2008

Rapport d'étude

Le 1^{er} décembre 2008

• Montréal • Québec • Toronto • Ottawa • Calgary • Edmonton • Philadelphie • Denver • Tampa

Table des matières

Objectif.....	3
Méthodologie.....	4
Échantillon.....	7
Résultats globaux et par secteur.....	8
Résultat globaux.....	9
Taux d'inexactitude par secteur d'activité.....	11
Taux d'inexactitude selon la condition de prix.....	12
Résultats : ensemble des secteurs.....	14
Résultats : alimentation.....	15
Résultats : quincaillerie.....	16
Résultats : autres secteurs.....	17
Glossaire.....	18

Objectif de l'enquête

- ▶ L'industrie désirait atteindre l'objectif suivant en complétant l'enquête sur l'exactitude des prix 2008 :

Évaluer les différences entre les prix notés sur les tablettes et/ou dans les circulaires et les prix affichés par le lecteur optique, à la caisse des détaillants participants, le jour de la collecte d'information.

Méthodologie

- ▶ Cette étude fait suite aux trois études précédentes effectuées en 2002, 2004 et 2006.
- ▶ La méthodologie utilisée est identique à celle des études de 2004 et de 2006, à l'exception des éléments suivants:
 - À la demande de Costco Inc., le nombre de magasins de la bannière Costco dans l'échantillon est passé de 14 lors de l'étude de 2006 à 4 lors de la présente étude. Ce changement a été fait en accord avec les représentants de l'industrie.
 - Conséquemment, l'échantillon total de l'étude est de 250 magasins comparativement à 260 magasins en 2006.
 - De plus, pour l'étude de 2008, les magasins Costco ont été regroupés dans le secteur « Alimentation » au lieu du secteur « Autres ». Le nombre de magasins du secteur « Alimentation » passe donc à 104 magasins (au lieu de 100) et celui du secteur « Autres » passe à 86 (au lieu de 100). Ce changement a aussi reçu l'accord des représentants de l'industrie.

Méthodologie (suite)

- ▶ Les paramètres suivants ont été utilisés pour évaluer s'il y avait une différence entre les prix notés sur les tablettes et ceux notés à la caisse :
 - ▶ **Procédure de vérification** : Sélection aléatoire de 125 produits par magasin.
 - ▶ **Produits en promotion** : 15% des produits sélectionnés devaient être en spécial la journée du sondage et figurer, s'il y a lieu, à la circulaire. Aussi, 10% des produits sélectionnés devaient être en spécial la journée du sondage, sans figurer à la circulaire (rabais ou spéciaux gérés en magasin), s'il y a lieu.
 - ▶ **Confidentialité** : L'étude devait être faite sur une base confidentielle. Les observateurs ne s'identifiaient qu'une fois rendus sur place pour effectuer le test.
 - ▶ **Marge d'erreur** : La marge d'erreur pour 250 magasins (intervalle de confiance de 95%) est de $\pm 0,54$ points de pourcentage.

Méthodologie (suite)

▶ Étapes de vérification :

- ▶ Présenter la lettre d'autorisation au gérant du magasin et demander la permission d'effectuer le test.
- ▶ Déterminer le nombre de sections à vérifier ainsi que le nombre de produits à vérifier par section.
- ▶ Choisir les produits de façon aléatoire en variant les emplacements (zigzag).
- ▶ Mettre le produit dans le panier et écrire la description et le prix.
- ▶ Une fois que la sélection de tous les produits a été complétée, choisir une caisse enregistreuse au hasard.
- ▶ Demander au préposé de mettre la caisse en mode « formation » pour s'assurer que les ventes ne seront pas enregistrées et demander un reçu une fois la lecture complétée.
- ▶ Demander que les produits soient retournés sur les tablettes et effectuer une vérification logique entre les deux méthodes de lecture de prix. Vérifier les différences avant de quitter le magasin.

Échantillon – 250 magasins

Marge d'erreur totale $\pm 0,54\%$ (prix régulier $\pm 0,60\%$, prix promotionnel $\pm 1.30\%$)
Intervalle de confiance de 95%

ALIMENTATION

104 magasins
125 produits / magasin
($\pm 0,88\%$)

Métro (25)
Super C (10)
Provigo (20)
Maxi / Maxi & Cie (15)
IGA (20)
IGA Extra (5)
Loblaws (5)
Costco (4)

13 000 produits observés

QUINCAILLERIE

60 magasins
125 produits / magasin
($\pm 1,13\%$)

Canadian Tire (15)
Réno-Dépôt (9)
RONA L'Entrepôt (10)
RONA autres (16)
COOP (10)

7 500 produits observés

AUTRES

86 magasins
125 produits / magasin
($\pm 0,88\%$)

Bureau en Gros (9)
Future Shop (10)
Toys "R" Us (9)
Wal Mart (15)
Zellers (15)
Jean Coutu (16)
Pharmaprix (12)

10 750 produits observés



Résultats globaux et par secteur

• Montréal • Québec • Toronto • Ottawa • Calgary • Edmonton • Philadelphie • Denver • Tampa

Résultats globaux

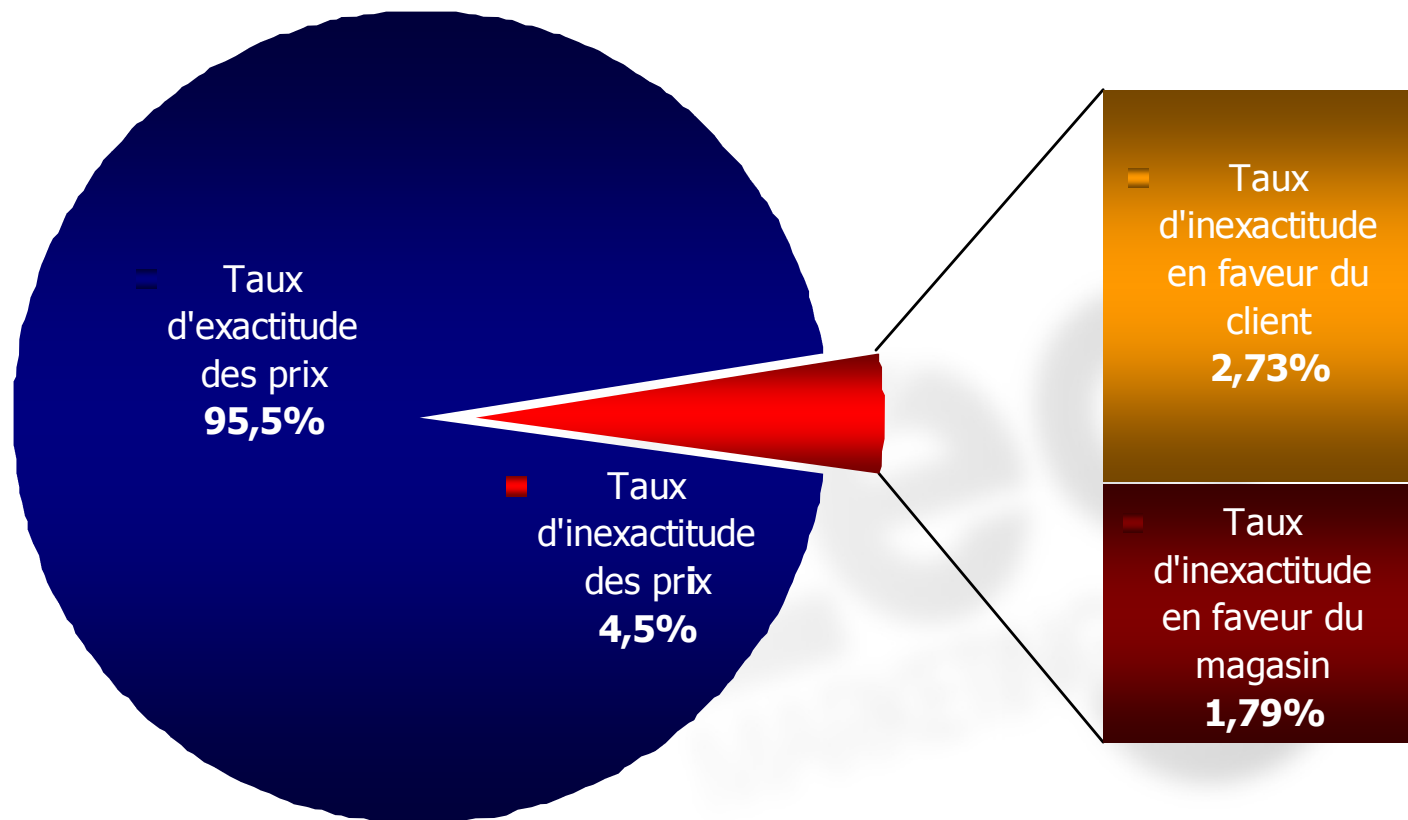
Taux d'exactitude : **95,49%**

Taux d'inexactitude : **4,51%**

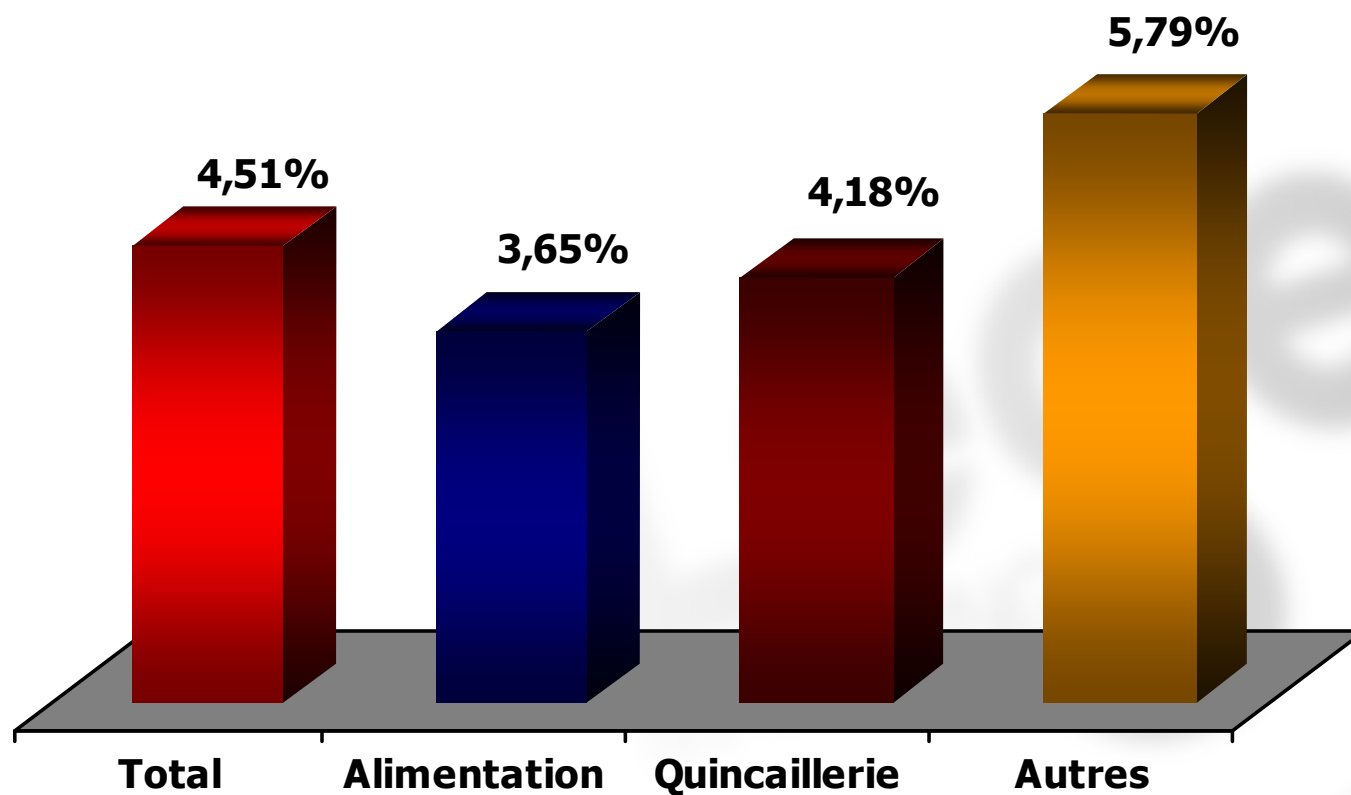
Taux d'inexactitude en faveur du client : *60%* 2,73%

Taux d'inexactitude en faveur du magasin : *40%* 1,79%

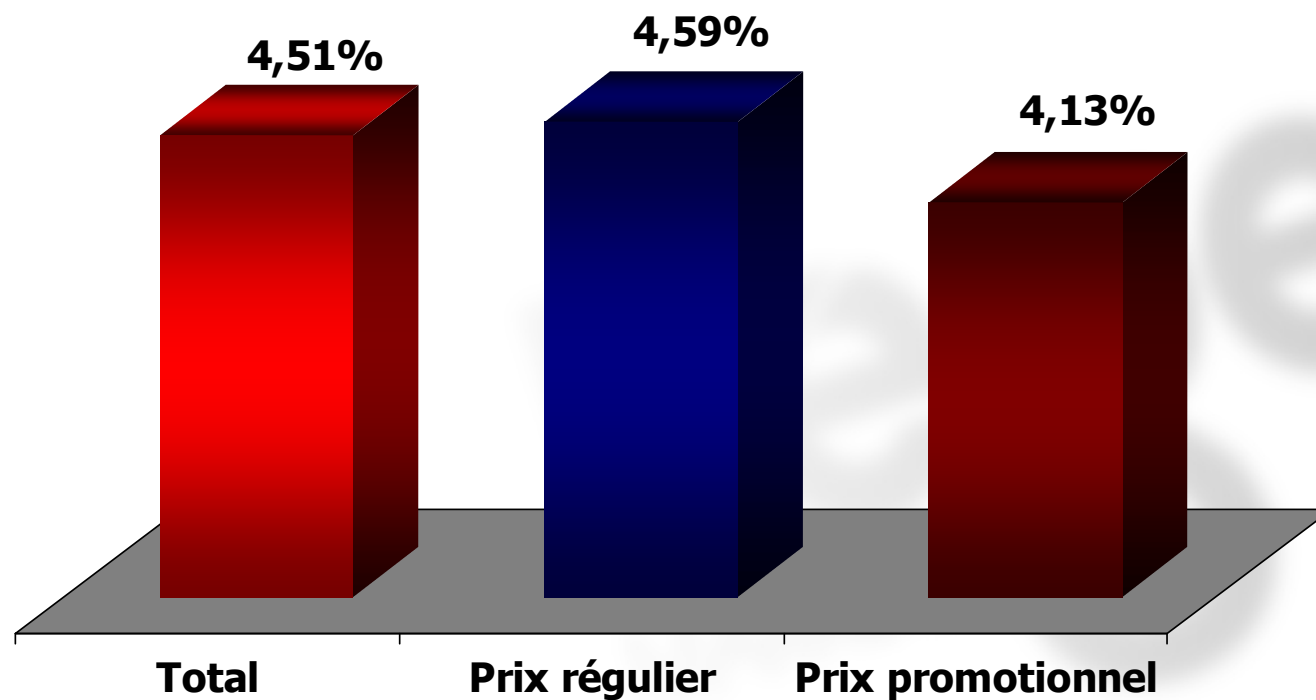
Résultats globaux



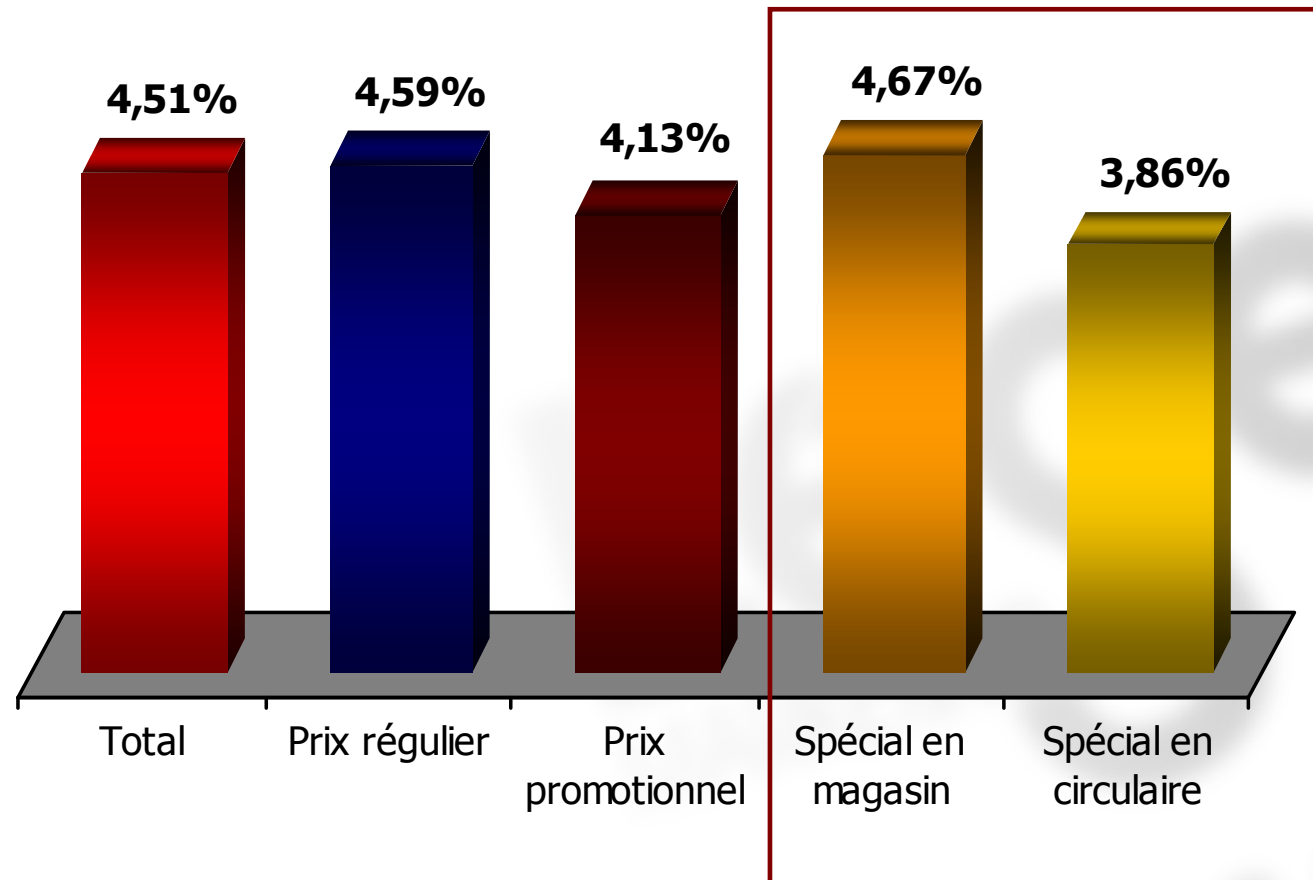
Taux d'inexactitude par secteur d'activité



Taux d'inexactitude selon la condition de prix



Taux d'inexactitude selon la condition de prix



Résultats : ensemble des secteurs

	TOTAL	Prix régulier	Prix promotionnel	PRIX PROMOTIONNEL	
				Spécial en magasin	Spécial en circulaire
Taux d'exactitude des prix	95,49%	95,41%	95,87%	95,33%	96,14%
Taux d'inexactitude des prix	4,51%	4,59%	4,13%	4,67%	3,86%
Taux d'inexactitude en faveur du client	60% / 2,73%	65% / 3,00%	34% / 1,39%	42% / 1,97%	28% / 1,09%
Taux d'inexactitude en faveur du magasin	40% / 1,79%	35% / 1,59%	66% / 2,74%	58% / 2,70%	72% / 2,77%

Résultats : alimentation

	TOTAL	Prix régulier	Prix promotionnel	PRIX PROMOTIONNEL	
				Spécial en magasin	Spécial en circulaire
Taux d'exactitude des prix	96,35%	96,08%	97,25%	96,43%	97,71%
Taux d'inexactitude des prix	3,65%	3,92%	2,75%	3,57%	2,29%
Taux d'inexactitude en faveur du client	53% / 1,92%	58% / 2,27%	26% / 0,72%	23% / 0,82%	29% / 0,66%
Taux d'inexactitude en faveur du magasin	47% / 1,73%	42% / 1,65%	74% / 2,03%	77% / 2,74%	71% / 1,63%

Résultats : quincaillerie

	TOTAL	Prix régulier	Prix promotionnel	PRIX PROMOTIONNEL	
				Spécial en magasin	Spécial en circulaire
Taux d'exactitude des prix	95,82%	95,73%	97,03%	96,57%	97,31%
Taux d'inexactitude des prix	4,18%	4,27%	2,97%	3,43%	2,69%
Taux d'inexactitude en faveur du client	53% / 2,20%	52% / 2,22%	63% / 1,86%	43% / 1,47%	78% / 2,10%
Taux d'inexactitude en faveur du magasin	47% / 1,98%	48% / 2,06%	37% / 1,11%	57% / 1,96%	22% / 0,60%

Résultats : autres secteurs

	TOTAL	Prix régulier	Prix promotionnel	PRIX PROMOTIONNEL	
				Spécial en magasin	Spécial en circulaire
Taux d'exactitude des prix	94,21%	94,40%	93,46%	93,03%	93,66%
Taux d'inexactitude des prix	5,79%	5,60%	6,54%	6,97%	6,34%
Taux d'inexactitude en faveur du client	70% / 4,07%	80% / 4,45%	35% / 2,28%	59% / 4,12%	23% / 1,44%
Taux d'inexactitude en faveur du magasin	30% / 1,72%	20% / 1,15%	65% / 4,26%	41% / 2,85%	77% / 4,90%

Glossaire

- ▶ **Taux d'exactitude** : pourcentage des articles observés dont le prix par lecture est identique à celui sur le produit ou sur la tablette.
- ▶ **Taux d'inexactitude** : pourcentage des articles observés dont le prix par lecture optique est différent de celui sur le produit ou sur la tablette.
- ▶ **Taux d'inexactitude en faveur du client** : pourcentage des différences à l'avantage du client (favorisant le client).
- ▶ **Taux d'inexactitude en faveur du magasin** : pourcentage des différences à l'avantage du magasin (favorisant le magasin).