

# **Résultats finaux de l'enquête sur l'exactitude des prix**

**Le 27 août 1999**

# Plan de sondage annuel

## Échantillonnage - 300 magasins

**Marge d'erreur totale:  $\pm.21$  (prix rég.:  $\pm.25$ , prix spéciaux:  $\pm.43$ )  
intervalle de confiance de 95%**

| <b>Alimentation</b> | <b>Pharmacie</b> | <b>Rayons</b> | <b>Quincaillerie</b> | <b>Autres</b>  |
|---------------------|------------------|---------------|----------------------|----------------|
| 100 magasins        | 40 magasins      | 50 magasins   | 60 magasins          | 50 magasins    |
| 100 produits        | 175 produits     | 150 produits  | 125 produits         | 150 produits   |
| ( $\pm.43$ )        | ( $\pm.51$ )     | ( $\pm.49$ )  | ( $\pm.49$ )         | ( $\pm.49$ )   |
| Métro               | Jean Coutu       | La Baie       | Canadian Tire        | Bureau en Gros |
| Super C             | Pharmaprix       | Eaton         | Réno-Dépôt           | Costco         |
| Provigo             | Uniprix          | Sears         | RONA L'Entrepôt      | L'Équipeur     |
| Maxi/Maxi & Cie     |                  | Wal Mart      | RONA Autres          | Future Shop    |
| IGA                 |                  | Zellers       | Coop                 | Toys"R"Us      |
| Sobeys              |                  |               | Brico                |                |
| Loblaws             |                  |               |                      |                |

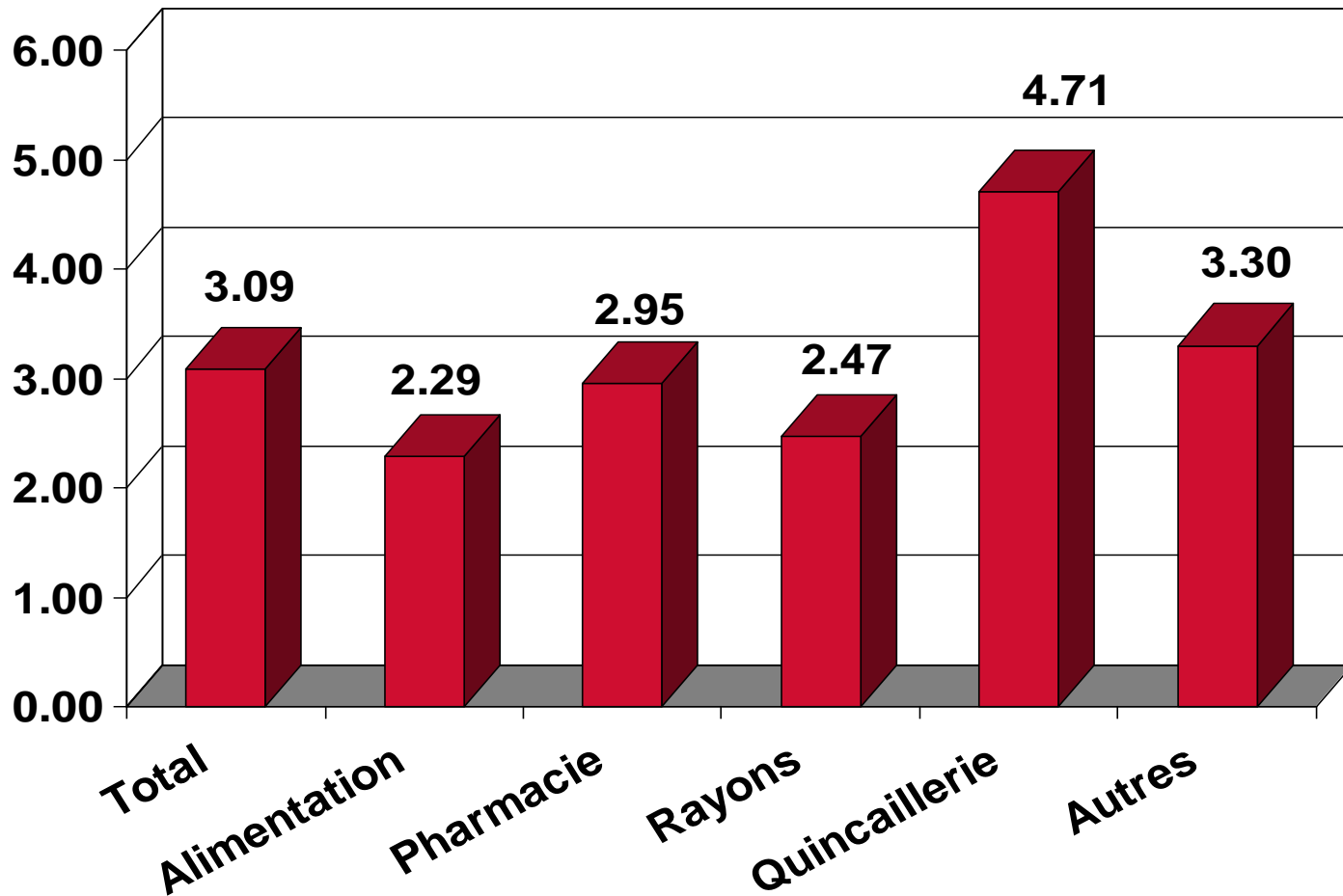
# Résultats de l'enquête

- **Taux d'erreur:** **3.09%** % des articles dont le prix par lecture optique est différent de celui sur le produit ou sur la tablette.
- **% Err. fav. au client:** **56%** % des erreurs favorisant le client.
- **% Err. fav. au magasin:** **44%** % des erreurs favorisant le magasin.
- **Val. de l'erreur/100\$\*:** **(12¢)** Valeur des erreurs par tranche de 100\$ de transactions de lecture optique.
  - ▲ Favorable au client **(31¢)**
  - ▲ Favorable au magasin **19¢**

\* ( ) indique une valeur favorable au client

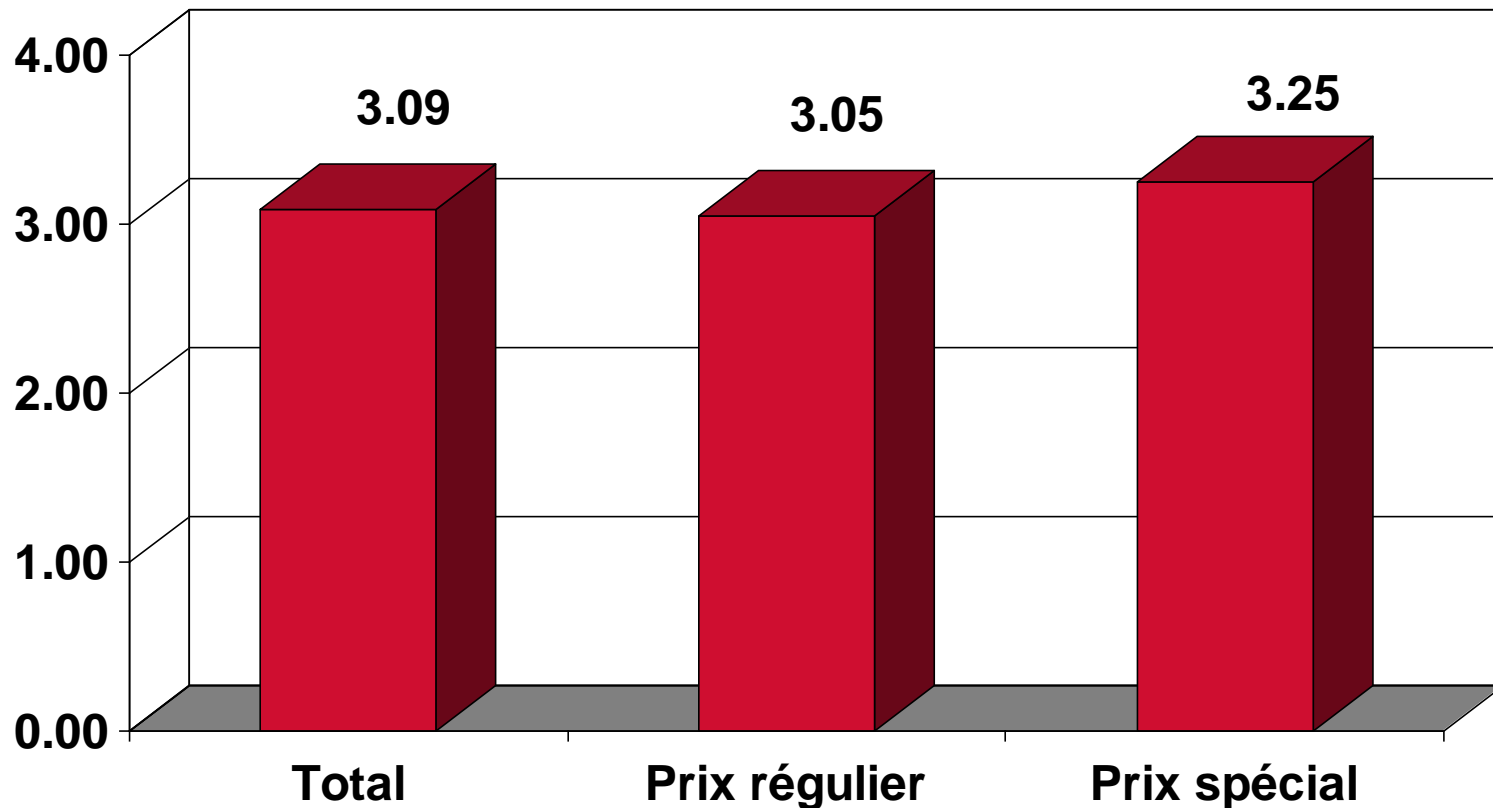
# Résultats de l'enquête

## Taux d'erreur par secteur d'activité



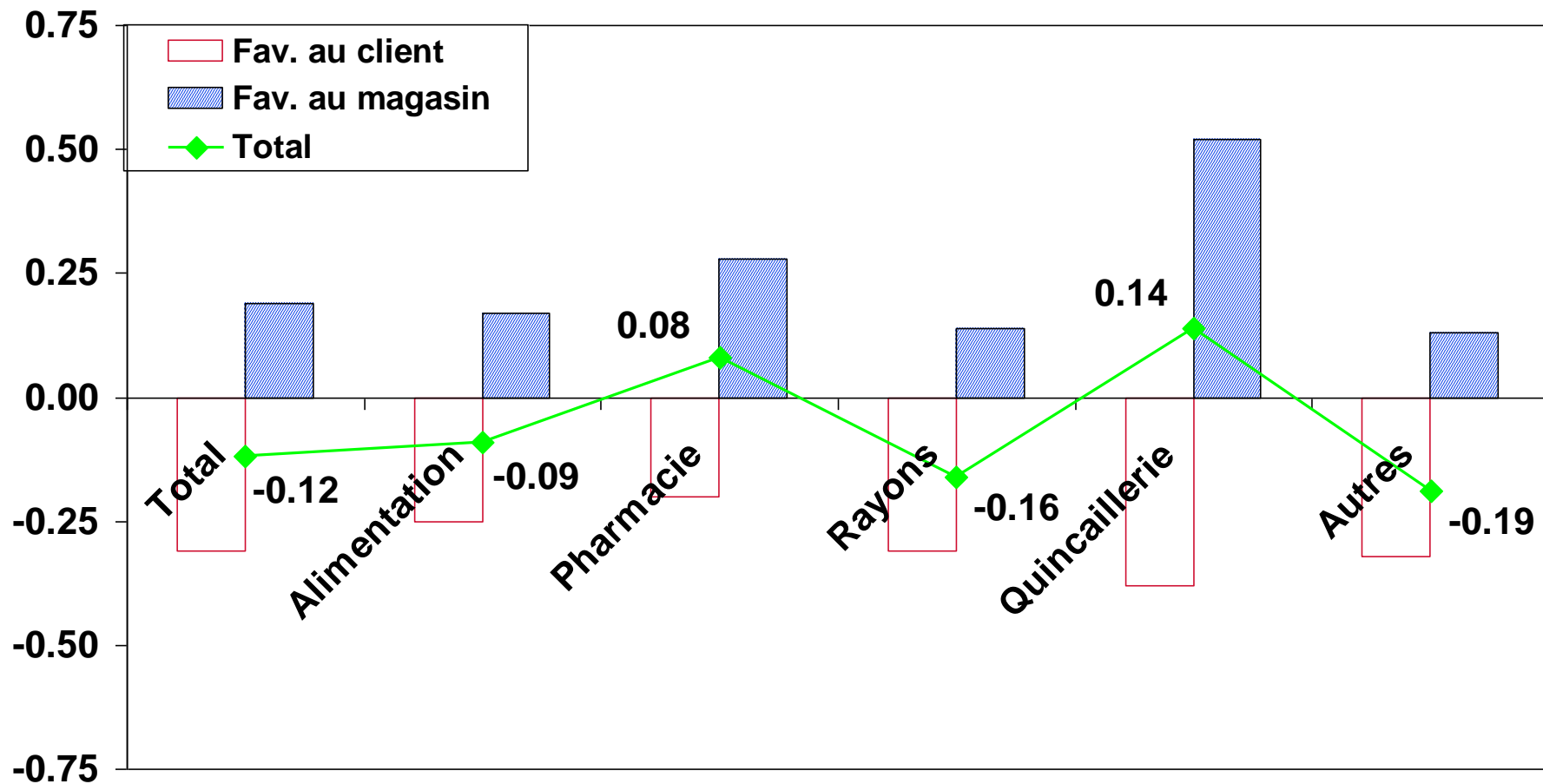
# Résultats de l'enquête

## Taux d'erreur selon la condition de prix



# Résultats de l'enquête

## Valeur des erreurs par 100\$



# Résultats de l'enquête

## Taux d'erreur

|                       | <u>Total</u> | <u>Alim.</u> | <u>Pharm.</u> | <u>Rayons</u> | <u>Quinc.</u> | <u>Autres</u> |
|-----------------------|--------------|--------------|---------------|---------------|---------------|---------------|
| <b>Total</b>          | <b>3.09</b>  | <b>2.29</b>  | <b>2.95</b>   | <b>2.47</b>   | <b>4.71</b>   | <b>3.30</b>   |
| <b>Prix Réguliers</b> | <b>3.05</b>  | <b>2.49</b>  | <b>2.74</b>   | <b>2.40</b>   | <b>4.70</b>   | <b>2.92</b>   |
| <b>Prix Spéciaux</b>  | <b>3.25</b>  | <b>1.65</b>  | <b>3.56</b>   | <b>2.68</b>   | <b>4.80</b>   | <b>5.60</b>   |

# Résultats de l'enquête

## Ensemble des secteurs

|                                      | <u>Total</u> | <u>Prix</u><br><u>régulier</u> | <u>Prix</u><br><u>spécial</u> |
|--------------------------------------|--------------|--------------------------------|-------------------------------|
| <b>Taux d'erreur</b>                 | <b>3.09</b>  | <b>3.05</b>                    | <b>3.25</b>                   |
| <b>% Erreur favorable au client</b>  | <b>56%</b>   | <b>61%</b>                     | <b>36%</b>                    |
| <b>% Erreur favorable au magasin</b> | <b>44%</b>   | <b>39%</b>                     | <b>64%</b>                    |
| <b>Valeur des erreurs par 100\$*</b> | <b>(12¢)</b> | <b>(25¢)</b>                   | <b>29¢</b>                    |
| <b>- Valeur favorable au client</b>  | <b>(31¢)</b> | <b>(34¢)</b>                   | <b>(23¢)</b>                  |
| <b>- Valeur favorable au magasin</b> | <b>19¢</b>   | <b>9¢</b>                      | <b>52¢</b>                    |

\* ( ) indique une valeur favorable au client



# Résultats de l'enquête Alimentation

|                                      | <u>Total</u> | <u>Prix<br/>régulier</u> | <u>Prix<br/>spécial</u> |
|--------------------------------------|--------------|--------------------------|-------------------------|
| <b>Taux d'erreur</b>                 | <b>2.29</b>  | <b>2.49</b>              | <b>1.65</b>             |
| <b>% Erreur favorable au client</b>  | <b>57%</b>   | <b>64%</b>               | <b>23%</b>              |
| <b>% Erreur favorable au magasin</b> | <b>43%</b>   | <b>36%</b>               | <b>77%</b>              |
| <b>Valeur des erreurs par 100\$*</b> | <b>(9¢)</b>  | <b>(19¢)</b>             | <b>28¢</b>              |
| - Valeur favorable au client         | <b>(25¢)</b> | <b>(31¢)</b>             | <b>(7¢)</b>             |
| - Valeur favorable au magasin        | <b>17¢</b>   | <b>11¢</b>               | <b>35¢</b>              |

\* ( ) indique une valeur favorable au client

# Résultats de l'enquête Pharmacie

|                                      | <u>Total</u> | <u>Prix<br/>régulier</u> | <u>Prix<br/>spécial</u> |
|--------------------------------------|--------------|--------------------------|-------------------------|
| <b>Taux d'erreur</b>                 | <b>2.95</b>  | <b>2.74</b>              | <b>3.56</b>             |
| <b>% Erreur favorable au client</b>  | <b>53%</b>   | <b>67%</b>               | <b>20%</b>              |
| <b>% Erreur favorable au magasin</b> | <b>47%</b>   | <b>33%</b>               | <b>80%</b>              |
| <b>Valeur des erreurs par 100\$*</b> | <b>8¢</b>    | <b>(15¢)</b>             | <b>80¢</b>              |
| - Valeur favorable au client         | <b>(20¢)</b> | <b>(24¢)</b>             | <b>(7¢)</b>             |
| - Valeur favorable au magasin        | <b>28¢</b>   | <b>9¢</b>                | <b>87¢</b>              |

\* ( ) indique une valeur favorable au client

# Résultats de l'enquête

## Magasins à rayons et de marchandises générales

|                               | <u>Total</u> | <u>Prix<br/>régulier</u> | <u>Prix<br/>spécial</u> |
|-------------------------------|--------------|--------------------------|-------------------------|
| Taux d'erreur                 | 2.47         | 2.40                     | 2.68                    |
| % Erreur favorable au client  | 63%          | 68%                      | 50%                     |
| % Erreur favorable au magasin | 37%          | 32%                      | 50%                     |
| Valeur des erreurs par 100\$* | (16¢)        | (24¢)                    | 8¢                      |
| - Valeur favorable au client  | (31¢)        | (33¢)                    | (22¢)                   |
| - Valeur favorable au magasin | 14¢          | 10¢                      | 30¢                     |

\* ( ) indique une valeur favorable au client

# Résultats de l'enquête Quincaillerie

|                                      | <u>Total</u> | <u>Prix<br/>régulier</u> | <u>Prix<br/>spécial</u> |
|--------------------------------------|--------------|--------------------------|-------------------------|
| <b>Taux d'erreur</b>                 | 4.71         | 4.70                     | 4.80                    |
| <b>% Erreur favorable au client</b>  | 38%          | 42%                      | 19%                     |
| <b>% Erreur favorable au magasin</b> | 62%          | 58%                      | 81%                     |
| <b>Valeur des erreurs par 100\$*</b> | 14¢          | (15¢)                    | 1.27\$                  |
| - Valeur favorable au client         | (38¢)        | (42¢)                    | (22¢)                   |
| - Valeur favorable au magasin        | 52¢          | 28¢                      | 1.48\$                  |

\* ( ) indique une valeur favorable au client

# Résultats de l'enquête

## Autres secteurs

|                               | <u>Total</u> | <u>Prix<br/>régulier</u> | <u>Prix<br/>spécial</u> |
|-------------------------------|--------------|--------------------------|-------------------------|
| Taux d'erreur                 | 3.30         | 2.92                     | 5.60                    |
| % Erreur favorable au client  | 76%          | 79%                      | 66%                     |
| % Erreur favorable au magasin | 24%          | 21%                      | 34%                     |
| Valeur des erreurs par 100\$* | (19¢)        | (31¢)                    | 14¢                     |
| - Valeur favorable au client  | (32¢)        | (34¢)                    | (27¢)                   |
| - Valeur favorable au magasin | 13¢          | 3¢                       | 40¢                     |

\* ( ) indique une valeur favorable au client

# Résultats de l'enquête

## % des magasins affichant leur politique

