



# Résultats finaux de l'Enquête 2002 sur l'exactitude des prix

Présentés à l'Office de la  
protection du consommateur  
*Le mercredi 21 août 2002*

# Table des matières

## A. Introduction

- Objectif de l'enquête
- Méthodologie
- Plan de sondage
- Glossaire

## B. Résultats de l'enquête

- Sommaires
- Ensemble des résultats par secteur

# Objectif de l'enquête

**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

**Les paramètres suivants ont été utilisés pour évaluer si il y avait une différence au niveau des prix notés sur les tablettes et ceux notés à la caisse:**

- **Procédure de vérification:** sélection aléatoire de 100 produits ou plus par magasin selon l'échantillon.
- **Produits en promotion:** 15 % des produits sélectionnés doivent être en spécial la journée du sondage et figurer, s'il y a lieu, à la circulaire et 10 % des produits sélectionnés doivent être en spécial la journée du sondage, sans figurer à la circulaire (rabais ou spéciaux gérés en magasin), s'il y a lieu.
- L'étude doit être faite sur une base confidentielle; les observateurs ne s'identifieront qu'une fois rendus sur place pour effectuer le test.
- Marge d'erreur (intervalle de confiance de 95 %) pour 300 magasins:  
➔ **0,21 +/- points de pourcentage.**

# Méthodologie (suite...)

## Étapes générales 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.

# Plan de sondage

## Échantillonnage - 300 magasins

**Marge d'erreur totale:  $\pm.21$  (prix rég.:  $\pm.25$ , prix spéciaux:  $\pm.43$ )**  
**intervalle de confiance de 95%**  
**39 216 articles observés**

### Alimentation

101 magasins  
100 produits

( $\pm.43$ )

Métro (25)  
Super C (10)  
Provigo (21)  
Maxi/Maxi & Cie (15)  
IGA (20)  
IGA Extra (5)  
Loblaws (5)

### Pharmacie

39 magasins  
175 produits

( $\pm.51$ )

Jean Coutu (16)  
Pharmaprix (12)  
Uniprix (11)

### Rayons

50 magasins  
150 produits

( $\pm.49$ )

La Baie (8)  
Sears (12)  
Zellers (15)  
Wal Mart (15)

### Quincaillerie

60 magasins  
125 produits

( $\pm.49$ )

Canadian Tire (15)  
Réno-Dépôt (9)  
RONA L'Entrepôt (10)  
RONA Autres (16)  
Coop (10)

### Autres

50 magasins  
150 produits

( $\pm.49$ )

Bureau en Gros (9)  
Costco (14)  
L'Équipeur (9)  
Future Shop (9)  
Toys"R"Us (9)

**10051**

articles observés

**6792**

articles observés

**7462**

articles observés

**7464**

articles observés

**7447**

articles observés

# Glossaire des termes utilisés

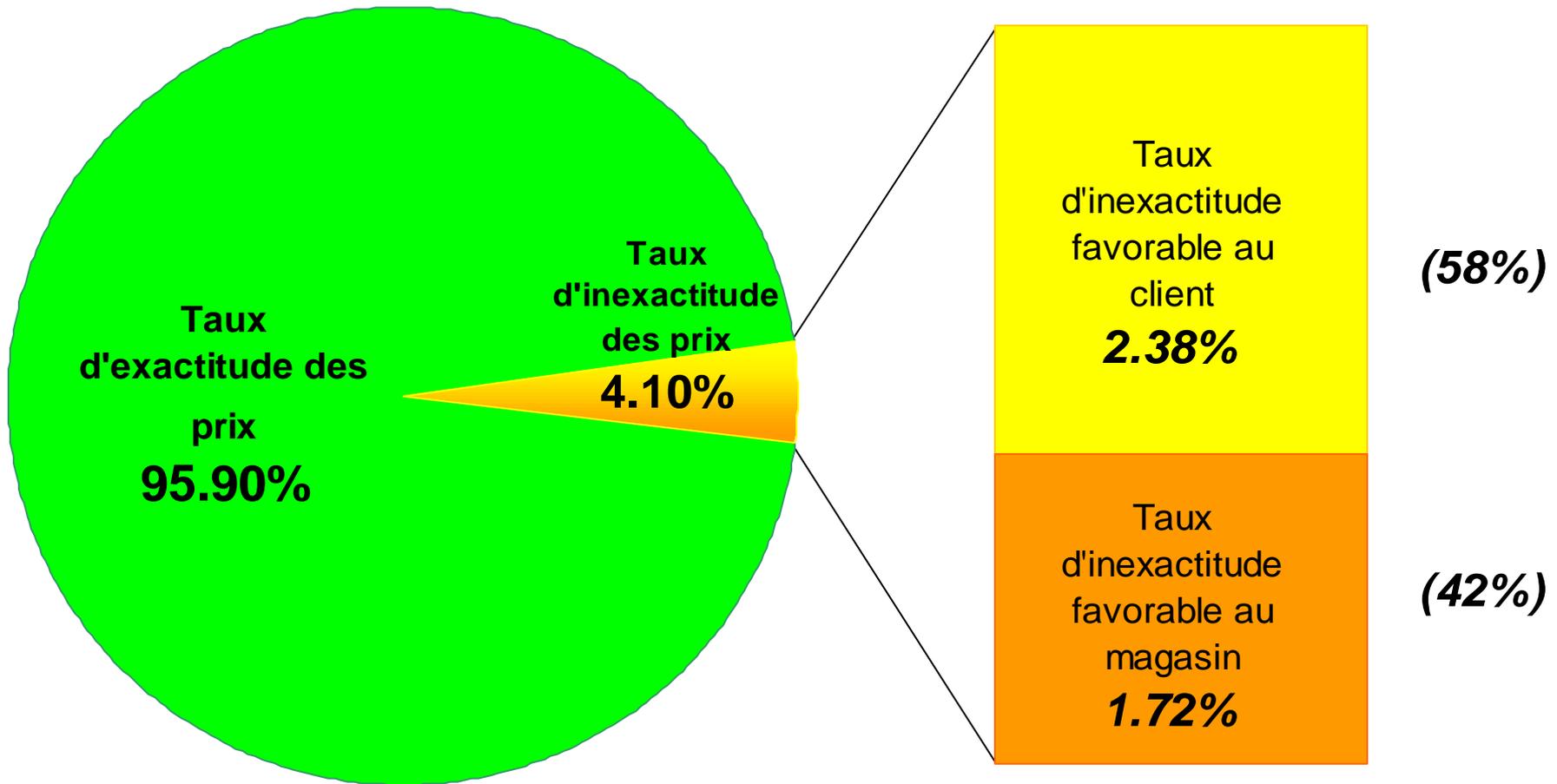
- **Taux d'exactitude des prix**  
Pourcentage des articles observés dont le prix par lecture optique est identique à celui sur le produit ou sur la tablette.
- **Taux d'inexactitude des prix**  
Pourcentage des articles observés dont le prix par lecture optique est différent de celui sur le produit ou sur la tablette.
- **Taux d'inexactitude favorable au client**  
pourcentage des différences favorisant le client.
- **Taux d'inexactitude favorable au magasin**  
pourcentage des différences favorisant le magasin.
- **Valeur des inexactitudes / 100\$**  
Valeur des inexactitudes par tranche de 100\$ de transactions de lecture optique.

# Note explicative concernant la Valeur de l'inexactitude / 100 \$

- **Notons qu'il n'y a aucune corrélation entre cette valeur et le taux d'inexactitude.**
  - En effet, si la valeur des items pris au hasard avait été supérieure ou inférieure à la valeur de l'échantillon, la valeur des inexactitudes aurait pu augmenter ou diminuer et ce, avec les mêmes taux d'inexactitude constatés dans le sondage.
  - Il est donc important de ne pas faire de lien entre les taux d'inexactitude constatés dans les résultats du sondage et la valeur de l'inexactitude / 100 \$, car il porterait le lecteur à confusion.
  - Les données concernant la valeur des inexactitudes par tranche de 100 \$ de transactions de lecteur optique sont liées au prix des items qui ont été sélectionnés de façon aléatoire lors de l'enquête.

# Résultats de l'enquête

## Ensemble des secteurs



# Résultats de l'enquête

## Ensemble des secteurs

<b>Taux d'exactitude</b>	<b>95,90 %</b>
--------------------------	----------------

<b>Taux d'inexactitude</b>	<b>4,10 %</b>
----------------------------	---------------

Taux d'inexactitude favorisant le client:	<b>(58%)</b>	2,38 %
---	--------------	--------

Taux d'inexactitude favorisant le magasin:	<b>(42%)</b>	1,72 %
--	--------------	--------

<b>Valeur des inexactitudes par 100\$ de transaction*</b>	<b>(0.32\$)</b>
---	-----------------

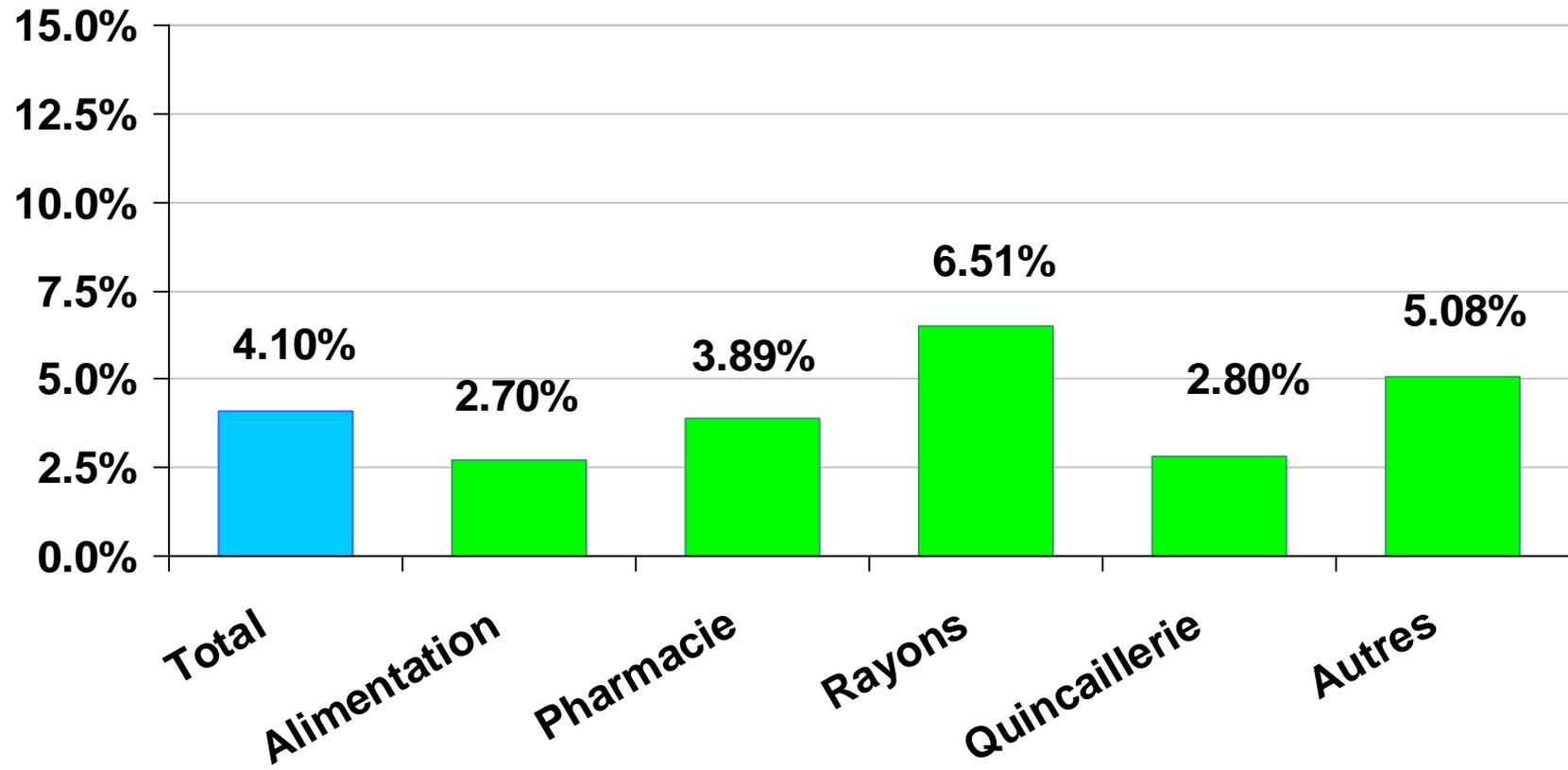
<i>Valeur favorable au client</i>	<i>(0.76\$)</i>
-----------------------------------	-----------------

<i>Valeur favorable au magasin</i>	<i>0.44\$</i>
------------------------------------	---------------

\* ( ) indique une valeur favorable au client

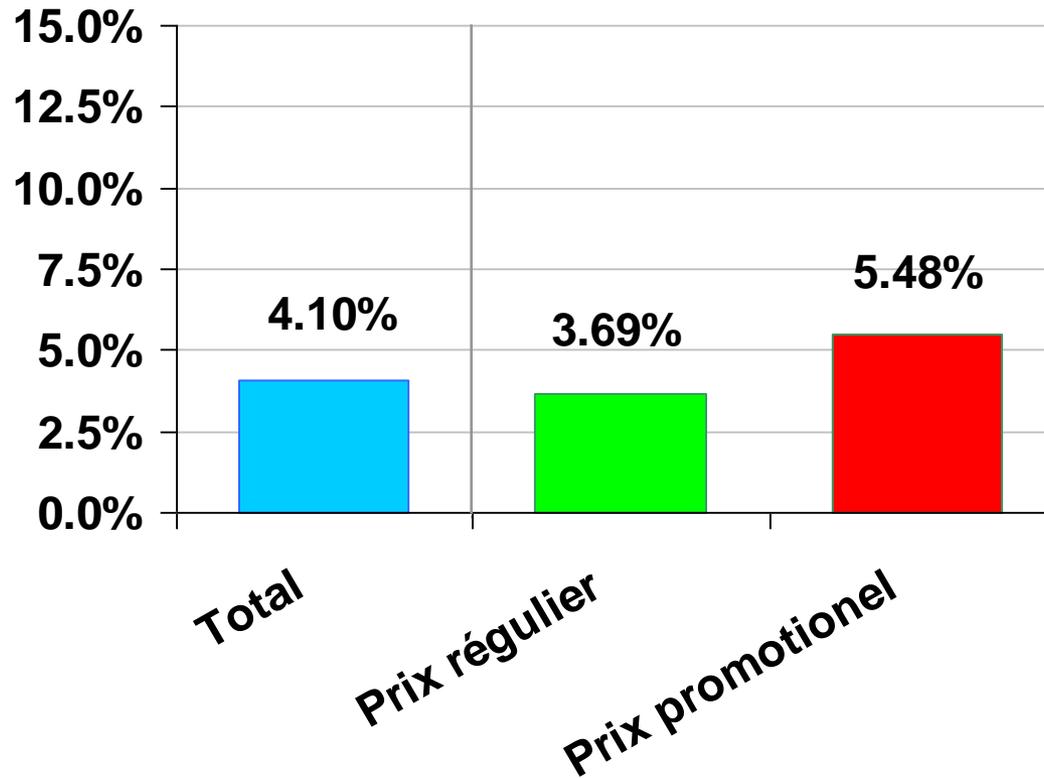
# Résultats de l'enquête

## *Taux d'inexactitude par secteur d'activité*



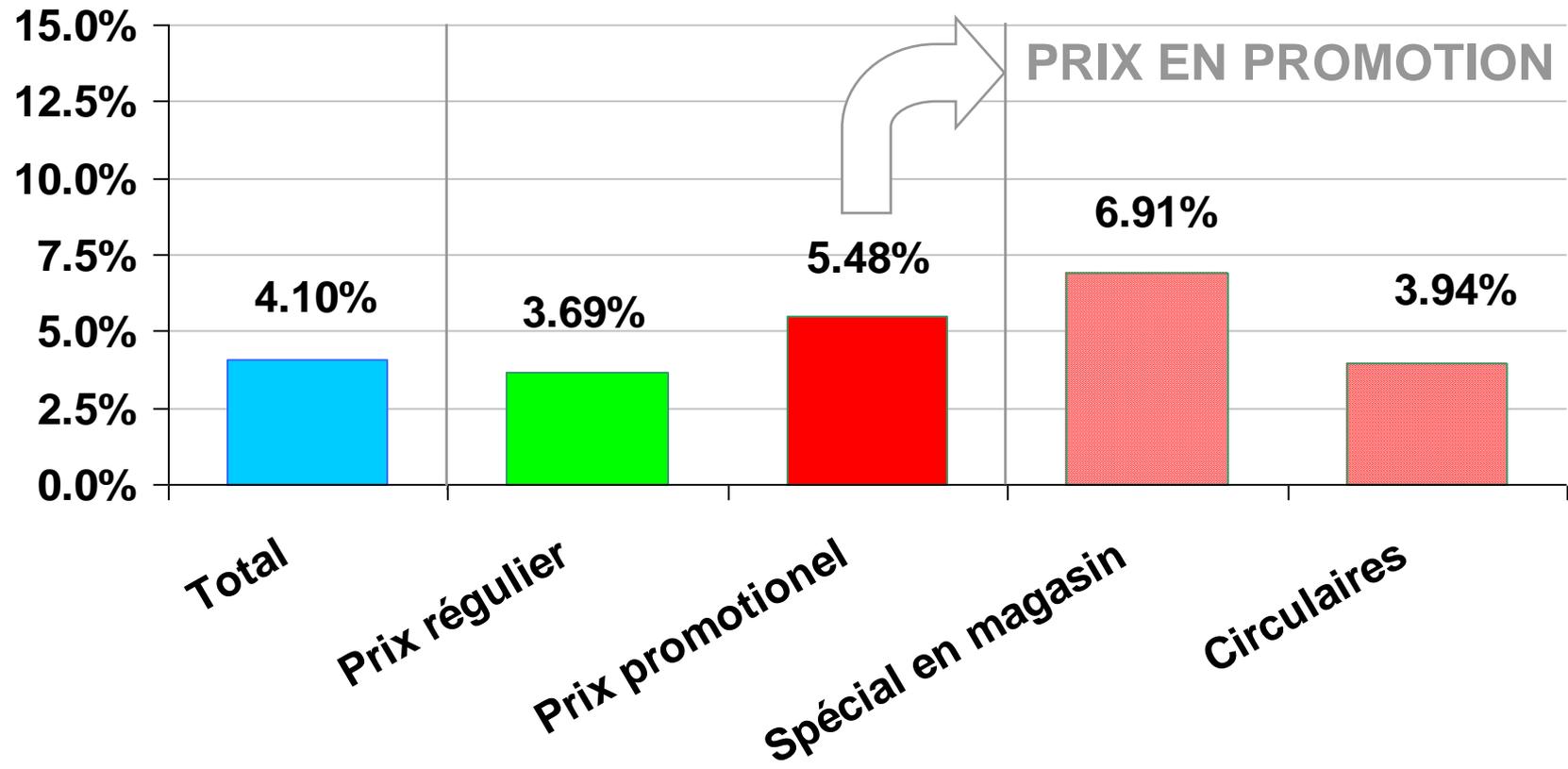
# Résultats de l'enquête

## *Taux d'inexactitude selon la condition de prix*



# Résultats de l'enquête

## *Taux d'inexactitude selon la condition de prix*



# Résultats de l'enquête

## Ensemble des secteurs

	Total	Prix réguliers	Prix en promotion	PRIX EN PROMOTION	
				Prix spéciaux en magasin	Prix de la circulaire
<b>Taux d'exactitude des prix</b>	<b>95.90</b>	<b>96.31</b>	<b>94.52</b>	<b>93.09</b>	<b>96.06</b>
<b>Taux d'inexactitude des prix</b>	<b>4.10</b>	<b>3.69</b>	<b>5.48</b>	<b>6.91</b>	<b>3.94</b>
Taux d'inexactitude favorable au client	<b>58%</b>   2.38	70%   2.59	31%   1.70	26%   1.82	40%   1.58
Taux d'inexactitude favorable au magasin	<b>42%</b>   1.72	30%   1.10	69%   3.78	74%   5.10	60%   2.36
<b>Valeur des inexactitudes par 100\$*</b>	<b>(0.32 \$)</b>	<b>(0.61 \$)</b>	<b>0.34 \$</b>	0.95 \$	(0.14 \$)
Valeur favorable au client	<b>(0.76 \$)</b>	(0.88 \$)	(0.49 \$)	(0.55 \$)	(0.45 \$)
Valeur favorable au magasin	<b>0.44 \$</b>	0.27 \$	0.83 \$	1.50 \$	0.30 \$

\* ( ) indique une valeur favorable au client

# Résultats de l'enquête Alimentation

	Total	Prix réguliers	Prix en promotion	PRIX EN PROMOTION	
				Prix spéciaux en magasin	Prix de la circulaire
<b>Taux d'exactitude des prix</b>	<b>97.30</b>	<b>97.23</b>	<b>97.53</b>	<b>96.89</b>	<b>98.12</b>
<b>Taux d'inexactitude des prix</b>	<b>2.70</b>	<b>2.77</b>	<b>2.47</b>	<b>3.11</b>	<b>1.88</b>
Taux d'inexactitude favorable au client	55%   1.49	64%   1.77	22%   0.54	22%   0.68	21%   0.39
Taux d'inexactitude favorable au magasin	45%   1.22	36%   1.00	78%   1.93	78%   2.43	79%   1.49
<b>Valeur des inexactitudes par 100\$*</b>	<b>(0.03 \$)</b>	<b>(0.16 \$)</b>	<b>0.49 \$</b>	<b>0.67 \$</b>	<b>0.34 \$</b>
Valeur favorable au client	(0.23 \$)	(0.27 \$)	(0.05 \$)	(0.08 \$)	(0.03 \$)
Valeur favorable au magasin	0.20 \$	0.11 \$	0.54 \$	0.75 \$	0.37 \$

\* ( ) indique une valeur favorable au client

# Résultats de l'enquête Pharmacies

	Total	Prix réguliers	Prix en promotion	PRIX EN PROMOTION	
				Prix spéciaux en magasin	Prix de la circulaire
<b>Taux d'exactitude des prix</b>	<b>96.11</b>	<b>96.61</b>	<b>94.68</b>	<b>93.84</b>	<b>95.78</b>
<b>Taux d'inexactitude des prix</b>	<b>3.89</b>	<b>3.39</b>	<b>5.32</b>	<b>6.16</b>	<b>4.22</b>
Taux d'inexactitude favorable au client	53%   2.06	75%   2.54	14%   0.74	15%   0.92	12%   0.51
Taux d'inexactitude favorable au magasin	47%   1.83	25%   0.85	86%   4.58	85%   5.24	88%   3.71
<b>Valeur des inexactitudes par 100\$*</b>	<b>0.02 \$</b>	<b>(0.22 \$)</b>	<b>0.76 \$</b>	<b>0.95 \$</b>	<b>0.51 \$</b>
Valeur favorable au client	(0.39 \$)	(0.43 \$)	(0.25 \$)	(0.33 \$)	(0.13 \$)
Valeur favorable au magasin	0.40 \$	0.21 \$	1.01 \$	1.28 \$	0.64 \$

\* ( ) indique une valeur favorable au client

# Résultats de l'enquête Magasins à rayons et de marchandises générales

	Total	Prix réguliers	Prix en promotion	PRIX EN PROMOTION	
				Prix spéciaux en magasin	Prix de la circulaire
<b>Taux d'exactitude des prix</b>	<b>93.49</b>	<b>94.06</b>	<b>91.63</b>	<b>90.62</b>	<b>92.80</b>
<b>Taux d'inexactitude des prix</b>	<b>6.51</b>	<b>5.94</b>	<b>8.37</b>	<b>9.38</b>	<b>7.20</b>
Taux d'inexactitude favorable au client	67%   4.36	78%   4.63	42%   3.52	36%   3.38	51%   3.67
Taux d'inexactitude favorable au magasin	33%   2.15	22%   1.31	58%   4.85	64%   6.00	49%   3.53
<b>Valeur des inexactitudes par 100\$*</b>	<b>(0.57 \$)</b>	<b>(0.96 \$)</b>	<b>0.29 \$</b>	<b>0.29 \$</b>	<b>0.28 \$</b>
Valeur favorable au client	(1.24 \$)	(1.49 \$)	(0.68 \$)	(0.91 \$)	(0.39 \$)
Valeur favorable au magasin	0.67 \$	0.54 \$	0.97 \$	1.20 \$	0.68 \$

\* ( ) indique une valeur favorable au client

# Résultats de l'enquête Quincaillerie

	Total	Prix réguliers	Prix en promotion	PRIX EN PROMOTION	
				Prix spéciaux en magasin	Prix de la circulaire
<b>Taux d'exactitude des prix</b>	<b>97.20</b>	<b>97.56</b>	<b>95.91</b>	<b>93.63</b>	<b>97.38</b>
<b>Taux d'inexactitude des prix</b>	<b>2.80</b>	<b>2.44</b>	<b>4.09</b>	<b>6.37</b>	<b>2.62</b>
Taux d'inexactitude favorable au client	45%   1.26	51%   1.24	31%   1.27	15%   0.96	58%   1.52
Taux d'inexactitude favorable au magasin	55%   1.54	49%   1.20	69%   2.82	85%   5.41	42%   1.10
<b>Valeur des inexactitudes par 100\$*</b>	<b>(0.05 \$)</b>	<b>(0.10 \$)</b>	<b>0.04 \$</b>	<b>1.27 \$</b>	<b>(0.40 \$)</b>
Valeur favorable au client	(0.26 \$)	(0.20 \$)	(0.35 \$)	(0.05 \$)	(0.45 \$)
Valeur favorable au magasin	0.21 \$	0.10 \$	0.39 \$	1.31 \$	0.06 \$

\* ( ) indique une valeur favorable au client

# Résultats de l'enquête

## Autres secteurs

	Total	Prix réguliers	Prix en promotion	PRIX EN PROMOTION	
				Prix spéciaux en magasin	Prix de la circulaire
<b>Taux d'exactitude des prix</b>	<b>94.92</b>	<b>95.80</b>	<b>90.92</b>	<b>89.54</b>	<b>93.68</b>
<b>Taux d'inexactitude des prix</b>	<b>5.08</b>	<b>4.20</b>	<b>9.08</b>	<b>10.46</b>	<b>6.32</b>
Taux d'inexactitude favorable au client	61%   3.10	73%   3.07	36%   3.27	31%   3.24	50%   3.16
Taux d'inexactitude favorable au magasin	39%   1.98	27%   1.13	64%   5.81	69%   7.22	50%   3.16
<b>Valeur des inexactitudes par 100\$*</b>	<b>(0.36 \$)</b>	<b>(0.70 \$)</b>	<b>0.49 \$</b>	1.36 \$	(0.23 \$)
Valeur favorable au client	(0.79 \$)	(0.91 \$)	(0.51 \$)	(0.50 \$)	(0.52 \$)
Valeur favorable au magasin	0.43 \$	0.21 \$	1.01 \$	1.86 \$	0.28 \$

\* ( ) indique une valeur favorable au client

