

PRIX GRANDES SURFACES

Le secteur de la Grande Distribution continue de concentrer les deux tiers des achats de produits alimentaires (source Insee 2017) soit une dépense annuelle moyenne de 6 300 € par ménage.

Les prix mais aussi l'offre et la présentation

Si les prix pratiqués dans les Grandes Surfaces restent d'un intérêt majeur pour les consommateurs, la qualité des services importent de plus en plus. C'est pourquoi avec l'enquête prix traditionnelle, il a été demandé aux bénévoles enquêteurs d'évaluer aussi la circulation hors magasin et dans le magasin, la propreté et l'aspect, la diversité et l'étendue de l'offre (y compris les produits bio), la qualité de l'information (étiquetage, bornes), et l'intérêt du magasin envers l'environnement (présence et accès des bacs à recyclage, sacs ou produits en déballe, c'est-à-dire sans emballage).

L'enquête

Entre le 3 et le 17 juin 2017, l'UFC-Que Choisir a enquêté dans 1 541 Grandes Surfaces. 123 associations locales ont procédé anonymement à des visites des points de vente et des espaces attenants. Les bénévoles de l'association locale d'Orléans ont visité 12 Hypermarchés et Supermarchés.

Hyper ou super ?

Ils sont tous les deux des établissements de vente en libre service réalisant plus de 2/3 de leur chiffre d'affaires en alimentation.

La différence concerne la surface de vente : celle de l'hypermarché est supérieure à 2 500 m², celle du supermarché est comprise entre 400 et 2 500 m².

Quelques observations

Si la circulation hors magasin et l'ergonomie des rayons ont été jugées bonnes dans l'ensemble, il n'en est pas de même pour la circulation dans le magasin où souvent la présence de palettes est gênante même dangereuse (en France, 53% seulement des magasins enquêtés n'étaient pas encombrés de palettes).

En ce qui concerne la propreté, l'aspect général des magasins est correct. Ce constat valable pour les magasins enquêtés dans le Loiret, l'est aussi au niveau national.

Les plus : l'offre est dans l'ensemble satisfaisante, les produits sont variés et frais, leur origine est bien indiquée et l'étiquetage bien présent (le prix au kilo figure bien).

Les moins : l'offre de produits en vrac est assez limitée, les ruptures de stock sont fréquentes, les produits Bio et non Bio sont souvent mélangés. A noter aussi que dans la majorité des cas les Grandes Surfaces continuent d'exposer des sucreries à proximité des caisses à la portée du jeune public (!),

Voir ci-dessous le tableau

Grandes Surfaces	Appré- ciation générale	Circulation	Propreté	Offre (étendue, diversité)	Offre BIO (étendue diversité)	Information (prix)	Promotion (prix)	Services (caisse, restauration)	Environ- nement (sacs, déballe)
Hyper U RN 152 <i>Baule</i>	★	★★★	★	★	■ ■	★★★	★	★★★	★
E. Leclerc RN 152 <i>Beaugency</i>	★	★	★★	■	★	★★	★	★	■
Intermarché S. Av. d'Orléans <i>Beaugency</i>	★★	★★	★★	■	★★★	★★★	■ ■	★★	■
Intermarché S. 19 rte de Blois <i>La Chapelle-St- Mesmin</i>	★★	★★	★★	★★	★★★	★★	★	★	■
Carrefour Market av. du Gal Patton <i>Malesherbes</i>	★	★★★	★★★★	★★	★★	■	★★★	■	■
Auchan Cc Auchan <i>Olivet</i>	★★	★	★★★★	★★★★	★★★★	★★★★	★★★★	★★	★
E.Leclerc rue Flandres Dunk. <i>Olivet</i>	★★	★	★★★★	★	★★★★	★★★★	★	★★	★
Carrefour Place d'Arc <i>Orléans</i>	★	★	★★★★	★	★	★★★★	★★★★	■	★
Carrefour Market av. de St-Mesmin <i>Orléans</i>	★★	★★★	★★	■	★★	★★★★	★	★	■
Simply Market 74 rte d'Olivet <i>Orléans</i>	★★	★★	★★★★	★	■	★★★★	★	★	★
E. Leclerc av. 11 novembre <i>Pithiviers</i>	★	★	★	★	★	★★	★	★	■
Auchan Cc Val de Loire <i>St-J.-de-la-Ruelle</i>	★★★	★★★	★★★★	★★★★	★★★★	★★★★	★★★★	★★	★★

Très bon	★★★
Bon	★★
Moyen	★
Médiocre	■
Mauvais	■ ■