



Méthodologie - Etude sur les promotions

Avant-propos : ce document détaille la méthodologie de l'étude portant sur l'analyse des promotions alimentaires dans les supermarchés français menée entre février et mars 2025 par la coalition d'associations dont les logos sont affichés ci-dessus.

Objet de l'étude : l'étude analyse les promotions alimentaires faites par les 5 principaux supermarchés français, sur une période donnée, et les compare aux recommandations nutritionnelles faites par le Programme National Nutrition Santé (PNNS).

Résumé de la méthodologie : les promotions annoncées dans les catalogues promotionnels des hypermarchés des cinq principales enseignes de la grande distribution du 28 janvier au 31 mars 2025 ont été relevées puis leur adéquation aux recommandations nutritionnelles du PNNS ont été examinées, selon les étapes suivantes :

1. Recensement des catalogues en ligne
2. Collecte des données : relevé des promotions dans les catalogues
3. Catégorisation des produits selon les recommandations nutritionnelles du PNNS
4. Analyse des résultats

Méthodologie détaillée

Périmètre de l'enquête :

1. Les enseignes

5 principales enseignes de la grande distribution en parts de marché en France

- E. Leclerc : 24,5%

- Carrefour hypermarché et supermarché : 18,4%
- Intermarché : 16%
- Coopérative U hypermarché / supermarché : 10,9%
- Lidl : 7,6%

Source : <https://www.olivierdauvers.fr/2025/01/20/parts-de-marche-carrefour-finit-lannee-a-22-record-historique/>

L'étude porte sur les catalogues en ligne des hypermarchés des cinq principales enseignes en France, réparties dans différentes régions entre le 28/01/25 et le 31/02/2025, soit huit catalogues pour chaque enseigne, comme suit :

- E. Leclerc : Blagnac (Occitanie) en février et Le Havre Gonfreville (Normandie) en mars.
- Carrefour : Paris Auteuil en février et Sens (Bourgogne Franche Comté) en mars.
- Intermarché : Sables d'Olonne (Pays de Loire) en février et Glisy (Hauts de France) en mars.
- Hyper U : Colmar (Grand-Est) en février et Hanches (Centre Val de Loire) en mars.
- Lidl : à Lyon (Rhône Alpes) en février et Rennes (Bretagne) en mars.

2. Les supports

L'étude porte sur les catalogues hebdomadaires des enseignes. Cela exclut les catalogues thématiques (opérations spéciales ; les bons plans du week-end, etc.).

3. Les types de promotions

L'étude collecte les promotions des produits alimentaires dont les informations nutritionnelles sont disponibles. Cela exclut les produits transformés vendus en rayons dits « tradition » : charcuterie, traiteur, fromagerie, boulangerie, pâtisserie. Cependant, elle inclut « la marée » et le rayon « boucherie » lorsque ce sont des produits non-transformés qui y sont commercialisés.

L'alcool a été exclu du champ de l'étude.

L'étude collecte les promotions selon 2 grands types :

- Réduction de prix sur une quantité choisie : produit avec un prix bas ou produit avec % de réduction à l'unité. Cette catégorie inclut les promotions associées à la carte fidélité de l'enseigne ('cagnotte', 'en avantage carte').
- Réduction de prix liée à une quantité minimum achetée : 'Produit offert : 2 + 1 gratuit, 1 acheté 1 réduction sur le 2ème, vente en lots (4 paquets achetés, 5ème gratuit), X% de quantité offerte sur un produit, prix préférentiel pour l'achat d'une quantité minimum importante (caissettes), autres incitations au volume.

Pour estimer l'incitation au volume, ont été pris en compte :

- Des formules du type format familial, XXL, spécial, gourmand, maxi, etc.
- Ainsi que les quantités suivantes pour ces catégories de produit :
 - Les œufs > boîte de 12
 - Les yaourts > boîte de 12
 - Les fruits et légumes > 1 kg
 - La viande et le poisson > 1 kg.

L'étude exclut les types de promotions suivants :

- Promotions ne portant pas spécifiquement sur un produit ; exemple : 'Doubliez vos euros cagnottés dès 100 € d'achat sur une sélection de produits'.
- Promotions portant sur toute une marque ou toute une catégorie de produit d'une marque (c'est-à-dire des produits ayant potentiellement des valeurs nutritionnelles différentes) ; exemple : -34% sur Ben & Jerry, 2+1 acheté sur toutes les pâtes Barilla ; à l'exception des promotions "sur tous les fruits et légumes" qui ont été retenues. Ces cas représentent moins de 10 exemples.
- Promotions limitées en termes de capacité d'achat ; exemple : 'offres limitées à 6 par foyers', 'quantité limitée à 45.000 pièces'.

Recueil de données :

Pour chaque produit en promotion, les données suivantes sont collectées dans un fichier Excel :

- Concernant le produit : catégorie, nom, marque ;
- Concernant la promotion : la réduction ou l'incitation au volume.

Chaque promotion est classée dans le fichier Excel selon 3 catégories : « à augmenter », « à réduire » et « autres ». Cette catégorisation se base sur l'avis relatif à la révision des repères alimentaires pour les adultes du futur Programme national nutrition santé 2017-2021, en date du 16 février 2017 du Haut Conseil de la Santé Publique ([source](#)).

A augmenter	A réduire	Autre*
Légumes secs, fruits et légumes, fruits à coque non-salés, céréales complètes, huiles de colza, de noix et d'olive	Charcuterie (incluant jambon de volaille), aliments ultra-transformés (NOVA 4**), produits ayant un Nutri-Score D et E**, viande rouge (bœuf, porc, veau, mouton, chèvre, cheval, sanglier, biche), boissons sucrées et édulcorées	Produits laitiers non ultra-transformés de Nutri-score A, B ou C, poissons, pommes de terre, produits céréaliers raffinés non, ultra-transformés de Nutri-score A, B ou C, mélanges d'huile, etc.

*Ces produits sont classés dans la catégorie "autres" car les repères alimentaires officiels ne les considèrent ni comme des produits "à augmenter", ni comme des produits "à réduire". Par exemple, les autorités de santé publique recommandent une consommation "suffisante mais limitée" du poisson et des produits laitiers, respectivement 2 par semaine et 2 par jour. Autre exemple : les pommes de terre ou les

œufs, pour lesquels aucun argument scientifique ne permet d'établir un repère ou une limite de consommation particulière. Source : https://www.hcsp.fr/Explore.cgi/Telecharger?NomFichier=hcspa20170216_reperesalimentairesactua2017.pdf

**Le Nutri-Score (nouvel algorithme) et l'indice Nova de référence utilisés proviennent d'Open Food Facts.

- A propos de l'ultra-transformation, le rapport de février 2018 du Haut Conseil de la Santé Publique (HCSP) indique : Interrompre la croissance de la consommation des produits ultra-transformés (selon la classification NOVA) et réduire la consommation de ces produits de 20% sur la période entre 2018 et 2021. Source : <https://www.hcsp.fr/Explore.cgi/avisrapportsdomaine?clefr=648>
- Le Nutri-Score D et E est considéré comme un marqueur des produits trop gras, trop sucré et trop salés.

Le fichier Excel précise également le nom de l'enseigne dans laquelle la promotion est relevée ainsi que la date de validité du catalogue de laquelle est relevée la promotion.

101 produits (dont 61 commercialisés par Lidl) en promotion ont été exclus de l'enquête, faute de données disponibles sur leurs valeurs nutritionnelles.

Cas particuliers du recueil de données

>>Le caractère biologique des données est relevé. Les produits biologiques correspondant à des aliments dont la consommation est à réduire d'après le PNNS ont été pris en compte comme «à réduire».

>>Lorsqu'une promotion porte sur deux variétés différentes d'un même produit classé dans deux groupes par exemple, l'une est classée « autre » et l'autre « à réduire », on considère que ce sont deux promotions pour des produits différents.

>> De la même façon, lorsqu'une promotion porte sur deux variétés différentes d'un même produit, notés de la même façon, mais dont l'un est fabriqué à base de viande rouge ou charcuterie et l'autre non, on considère que ce sont deux produits différents. Ex : les pizzas sandwiches Minut'Pocket de Carrefour au jambon ou au fromage.

>>On considère 4 cas de figure pour les plats cuisinés :

Un plat cuisiné NOVA 4 ou ayant un Nutri-Score D ou E est classé dans la catégorie « à réduire », selon les recommandations du PNNS.

Un plat cuisiné NOVA 3 ou ayant un Nutri-Score C est classé comme suit, suivant les recommandations du PNNS :

- Si le plat contient de la viande rouge ou transformée : catégorie « à réduire » dans la case « viande »
- Si le plat contient de la volaille : catégorie « autres »

- Si le plat contient du poisson : catégorie « autres »
- Si le plat est sans viande et à base de légumes ou légumes secs (lasagne de légume, dal de lentilles) : catégorie « à augmenter » dans la case « autres fruits et légumes ».

>> Toutes les boissons qui contiennent du sucre (même faiblement), dont les jus de fruit ont systématiquement été catégorisées comme « boissons sucrées », en accord avec le PNNS. Y compris les boissons « sans sucres » ou « zéro » car les recommandations alimentaires recommandent de limiter les boissons « au goût sucré » elles sont classées dans le groupe des aliments « à réduire ».

>> Les pommes de terre et les patates douces ne sont pas considérées comme des fruits et légumes par le HCSP. Les frites de pomme de terre sont catégorisées dans la catégorie « autres ». Les frites de carottes sont catégorisées dans « autres fruits et légumes ».

>> Sont catégorisées dans l'étude comme des céréales complètes : sarrasin, boulgour, millet, 'avoine complet, quinoa, riz brun ou sauvage, orge complète, seigle complet, blé complet et riz complet.

Liste des catégories recensées :

Catégorie
Aides culinaires
Autres
Alimentation infantile
Barres céréalières
Biscuits apéritifs
Biscuits, desserts et gâteaux
Boissons, plats et desserts végétaux
BRSA – boissons rafraîchissantes sucrées sans alcool
Cafés, thés, infusions
Céréales du petit-déjeuner
Charcuteries
Compotes, fruits transformés
Confiseries
Confitures, pâtes à tartiner et miel
Eau
Féculents hors pdt
Glaces et sorbets
Huiles et margarines
Jus et nectars
Légumes, fruits, légumineuses
Légumes cuisinés
Œufs

Panification non sucrée
Panification sucrée
Poissons
Produits chocolatés
Produits laitiers
Produits traiteurs à base de viande/poisson
Produits traiteurs sans viande/poisson
Produits transformés à base de pomme de terre
Sauces et condiments
Sirops
Soupes et bouillons
Substitut de repas
Viandes
Vinaigres