

- Flux RSS (XML)
- Newsletters (E-mail)
- Forums
- Communiqué de presse
- Edition de poche (PDA)
- Jeux
- Sonneries/Logos

- Finance Personnelle
- Hifi, Photo et Vidéo
- Informatique
- Jeu Vidéo et Jouet
- Livres, Musique, Film
- Nouveautés
- Téléphonie et ADSL

## Le comparateur de prix Quiestlemoinscher rouvre portes sur le web

Le site web a été refondu pour répondre aux exigences juridiques qui lui défaut lors de son premier lancement.

Sophie Fiévée, [vnunet](http://vnunet) 20-11-2006

Le comparateur de prix [Quiestlemoinscher.com](http://Quiestlemoinscher.com) du groupe de grande distribution E.Leclerc renaît de ses cendres. Le site a été relancé le 17 novembre. Le 7 juin dernier, sur saisine en référé du groupe Carrefour, le tribunal de commerce de Paris avait ordonné [la fermeture de Quiestlemoinscher.com](#) pour le motif de pratiquer de la "publicité comparative illicite".

La première version du site avait pour ambition de montrer quelle enseigne proposait les prix les plus bas dans une zone géographique. L'initiative avait été décriée par les concurrents du groupe E.Leclerc, en particulier par le groupe Carrefour qui avait porté plainte, et par des associations de défense des consommateurs pour diverses raisons : manque de transparence dans la méthodologie, doutes sur la réelle représentativité.

Aujourd'hui, [Quiestlemoinscher.com](http://Quiestlemoinscher.com) revient sur le Net. Le site web a été relancé sur deux mois et demi et refondu pour répondre aux exigences juridiques qui avaient fait défaut lors de son premier lancement. "*La recherche des prix chalandise a été supprimée de même que la comparaison par MDD (Marchés distributeurs)*", indique Valérie Legat, directrice générale de Business Lab, l'agence qui a pris en charge la nouvelle version du site.

### 414 469 relevés des prix de 1 536 produits

[Quiestlemoinscher.com](http://Quiestlemoinscher.com) propose aujourd'hui 414 469 relevés des prix de produits vendus dans les magasins E.Leclerc et dans sept autres enseignes : Carrefour, Champion, Cora, Géant, Intermarché et Système U. "*En tout, 355 magasins ont été relevés*", précise Valérie Legat. Les produits concernés sont des produits de consommation courante comme les boissons, le non-alimentaire et les produits frais.

La refonte a été pensée et accompagnée par le cabinet BIPE, société d'études et de conseils indépendante, chargée de certifier la méthodologie et le traitement des données. Michel-Edouard Leclerc avait annoncé souhaiter relancer "très vite" ce site Internet. C'est aujourd'hui chose faite. "*L'enjeu : briser la loi du prix pour redonner des repères aux consommateurs*", souligne Michel-Ed

**Jouets Intermarché :**

Des Prix Imbattables sur notre Sélection de Jouet pour Tout Age  
 Leclerc dans une note publiée sur son blog.  
[www.intermarche.com](http://www.intermarche.com)

Supermarché Auchan direct est un comparateur en procédant par étape. C'est ainsi que les produits français ont été visités par des équipes de bénévoles en France quelques personnes qui ont été chargées de relever les prix de 1 536 produits de 15 enseignes nationales dans 355 magasins de 8 enseignes de la grande distribution française. Intégrez Shopping.com sur votre page de démarrage personnalisée  
[www.google.fr/ig](http://www.google.fr/ig)

**De nouveaux critères méthodologiques**

Une arborescence de critères méthodologiques a été mise en place. Mich Leclerc donne les éléments clés de cette arborescence par critère.

Premierement : "garantir une comparabilité des prix" par grandes marques nationales. Deuxième critère "une représentativité des prix : les 1 536 articles, les prix sont relevés sont détenus en moyenne, à des taux de 96 à 99 % des magasins relevés". Autre élément : "la représentativité des magasins. Le nombre de magasins visités est, selon le BIPE, représentatif de la structure nationale de chaque enseigne". Quant à "l'objectivité de la méthode, le BIPE s'est chargé de contrôler la rigueur dans la collecte et le traitement des données, l'égalité de traitement entre les enseignes et l'indépendance des prestataires en charge de relever de prix et du calcul des comparaisons".

Enfin, dernier critère : l'aspect significatif des résultats. "C'est un élément qui établit la crédibilité d'une publicité comparative : pour ce faire, le comparateur indique systématiquement le nombre de magasins et le nombre de produits desquels s'effectue chaque comparaison entre enseignes. Lorsqu'un produit n'est présent dans moins de 30 magasins d'une même enseigne, l'écart de prix calculé est jugé statistiquement non significatif".

[Insérer un commentaire](#)

**Les autres articles sur ce sujet :**

- Quiestlemoinscher.com fermé pour publicité comparative illicite
- Les comparateurs de prix passés au crible de la DGCCRF

**Autres actus du jour :**

- La plate-forme vidéo mobile Moblr a ouvert ses portes
- Thomson se lance dans le téléchargement de musique en ligne
- La télévision du futur entre au Sénat
- Consommateur : l'UFC-Que choisir réclame un numéro vert pour l'appel de consommateurs
- Fil high-tech : Alcatel-Lucent, Noos-Numéricâble, Conseil de la concurrence
- Lancement de l'iPhone : la rumeur court
- Un code d'exploitation menace Windows 2000
- Nero poursuivi par Sonic pour violation de brevet
- Jeux d'argent en ligne : le rapport Trucy suggère une ouverture du marché

Entrez votre recherche sur

Tout VNUNet.fr



[ACCUEIL](#) | [ACTUALITÉ](#) | [DOSSIERS](#) | [TÉLÉCHARGER](#) | [BLOGS](#) | [SHOPPING](#) | [SERVICES](#) | [LIVRES BLANCS](#)