

L'enquête « Compétitivité »

Quelles positions et trajectoires des déterminants
« prix » et « hors-prix » de la compétitivité ?

Rencontres du CNIS – 20 juin 2013



Coe-Rexecode

Méthodologie

- Interrogation de 485 importateurs européens, répartis dans 6 pays :
 - France, Allemagne, Italie, Espagne, Belgique, Royaume-Uni
- Répartis dans 4 secteurs :
 - Habillement et accessoires
 - Produits agro-alimentaires
 - Equipement du logement
 - Produits pharmaceutiques et d'hygiène-beauté
- Opinion sur les produits provenant de 10 pays/zones :
 - France, Allemagne, Italie, Espagne, Royaume-Uni, PECO
 - Japon, Etats-Unis, Chine, Asie hors Japon et Chine

Liste des critères

- La **qualité** des produits
- Le **design** des produits ou leur **ergonomie**.
- L'**innovation** et l'avance technologique des produits
- La **notoriété** des marques des produits
- Le respect des **délais de livraison**
- Les **services** liés aux produits en général (services commerciaux, services aux utilisateurs)
- La variété des **fournisseurs**
- Le **prix** (indépendamment des autres critères)
- Le **rapport qualité / prix**

Matrice de réponse d'un acheteur

Critère	Pays									
	France	Allemagne	Roy-Uni	Italie	Espagne	PECO	Etats-Unis	Japon	Chine	Autres pays asiatiques (hors Japon et Chine)
Qualité des produits										
Ergonomie-design des produits										
Innovation, avance technologique des produits										
Notoriété des marques des produits										
Respect des délais de livraison										
Services liés aux produits en général (services commerciaux, aux utilisateurs)										
Variété des fournisseurs										
Variété des fournisseurs des ?										
Prix des produits										
Rapport qualité/prix des produits										

Exploitation de l'enquête

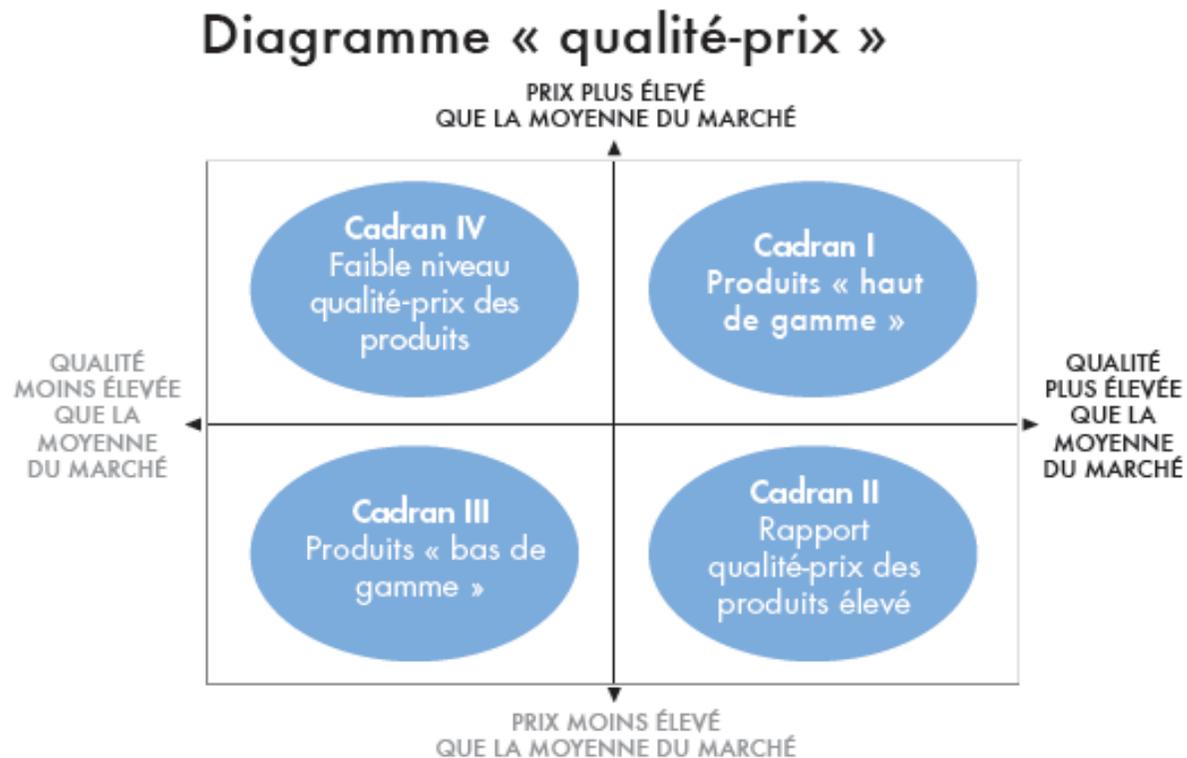
- Objectif: classer les pays pour chacun des 4 secteurs et pour les 9 critères, selon la perception qu'ont les acheteurs des produits offerts par ce pays
- A partir des notes obtenues dans la matrice précédente, on calcule un score entre -1 et 1, en faisant la moyenne des notes
- Les scores permettent d'établir les classements

Classement des produits français en 2012

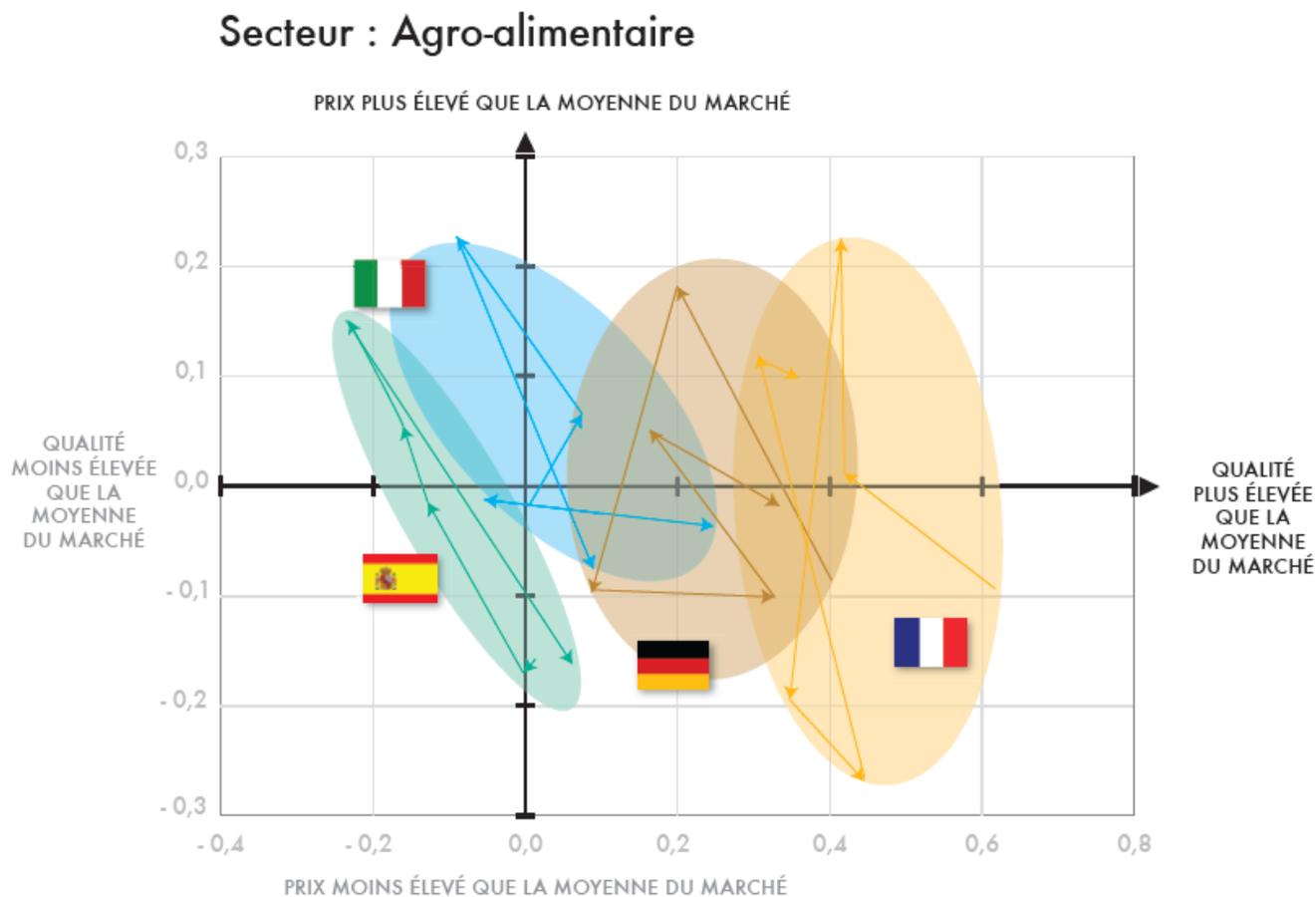
	Equipement du logement	Agro- alimentaire	Habillement et accessoires	Pharmaceuti que et hygiène- beauté
Qualité	3	1	3	3
Ergonomie-design	5	3	5	5
Contenu en innovation technologique	4	2	5	4
Notoriété	4	1	3	4
Délais de livraison	3	2	3	3
Ensemble des services associés aux produits	3	4	3	3
Variété des fournisseurs	9	4	5	6
Prix	4	7	6	8
Rapport qualité-prix	4	7	5	5

Le positionnement de la France

- L'objectif : positionner les pays dans un plan prix-qualité

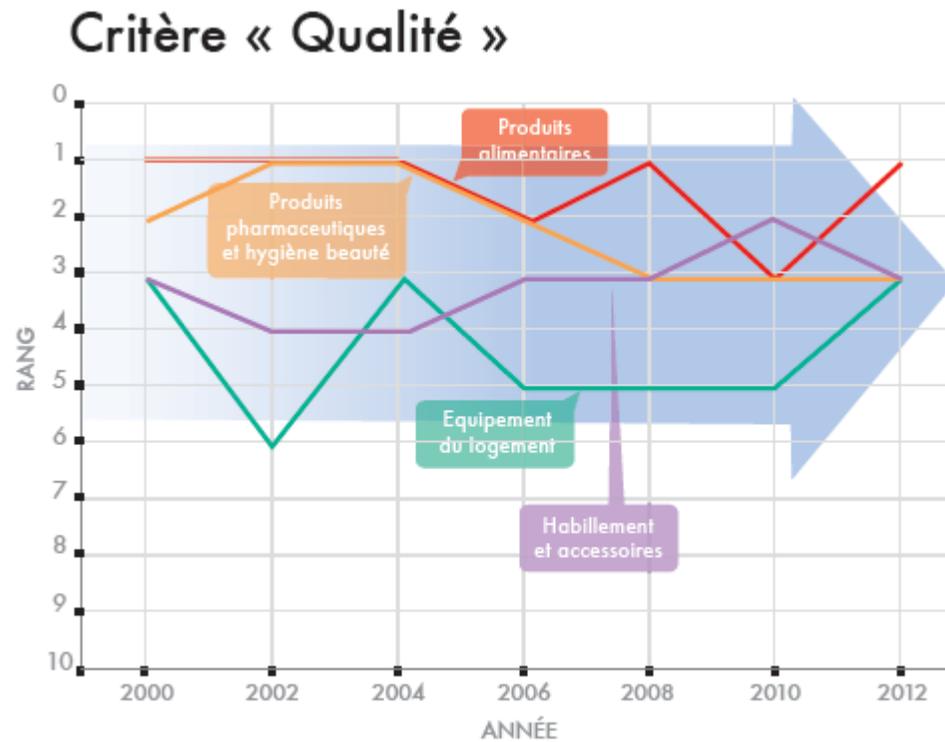


Exemple de positionnement, l'agro-alimentaire : seul secteur où l'appréciation du prix et de la qualité des produits français devance ses concurrents européens.

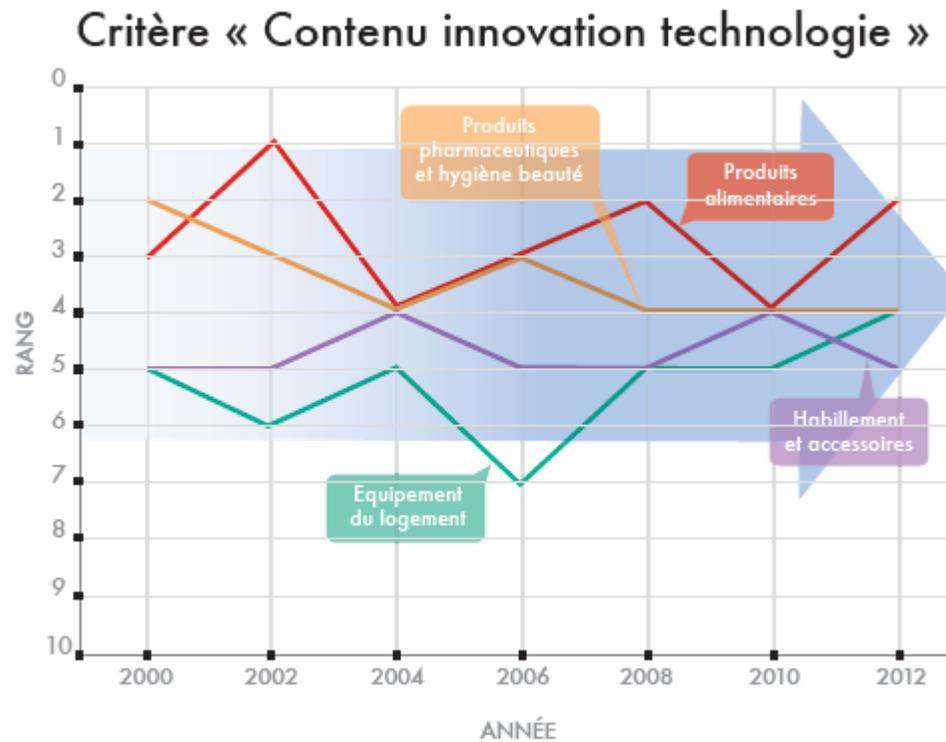


Enquête compétitivité - Coe-Rexecode – 20 juin 2013

Une appréciation plutôt stable de la qualité et à un niveau élevé.

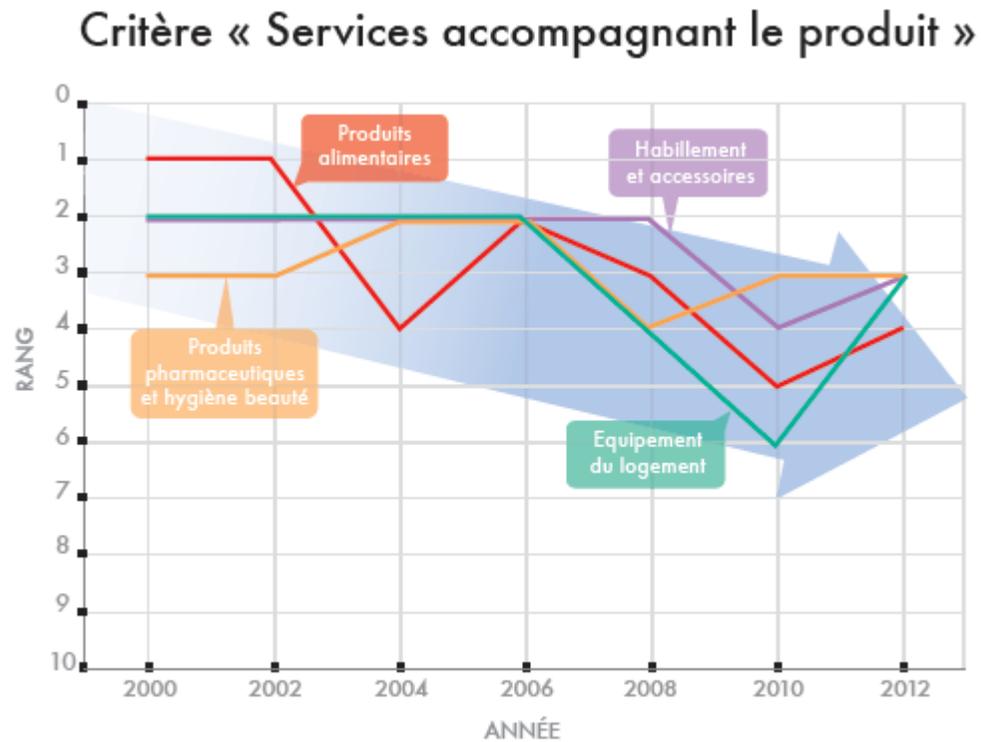


L'appréciation du contenu en innovation technologique est plutôt stable.



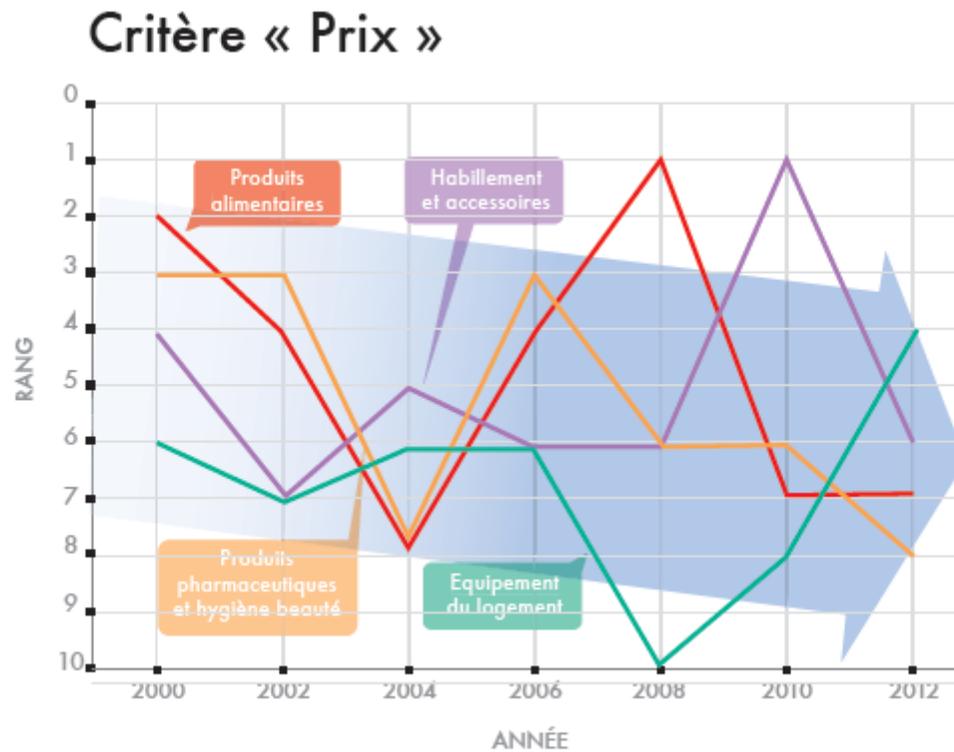
Enquête compétitivité - Coe-Rexecode – 20 juin 2013

Petit fléchissement pour l'appréciation des services accompagnant le produit

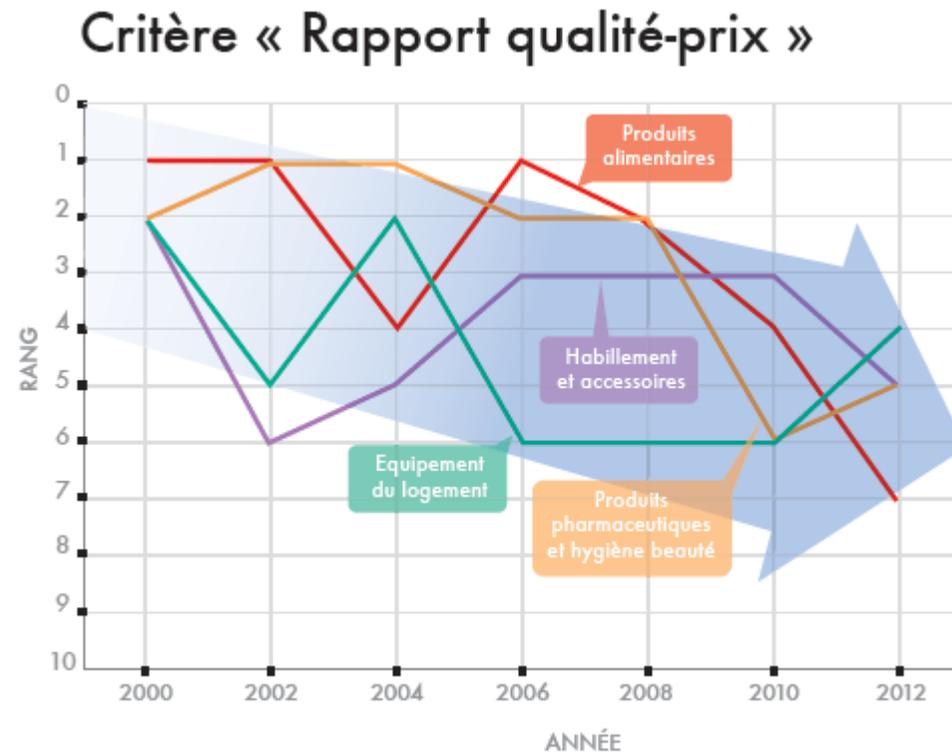


Enquête compétitivité - Coe-Rexecode – 20 juin 2013

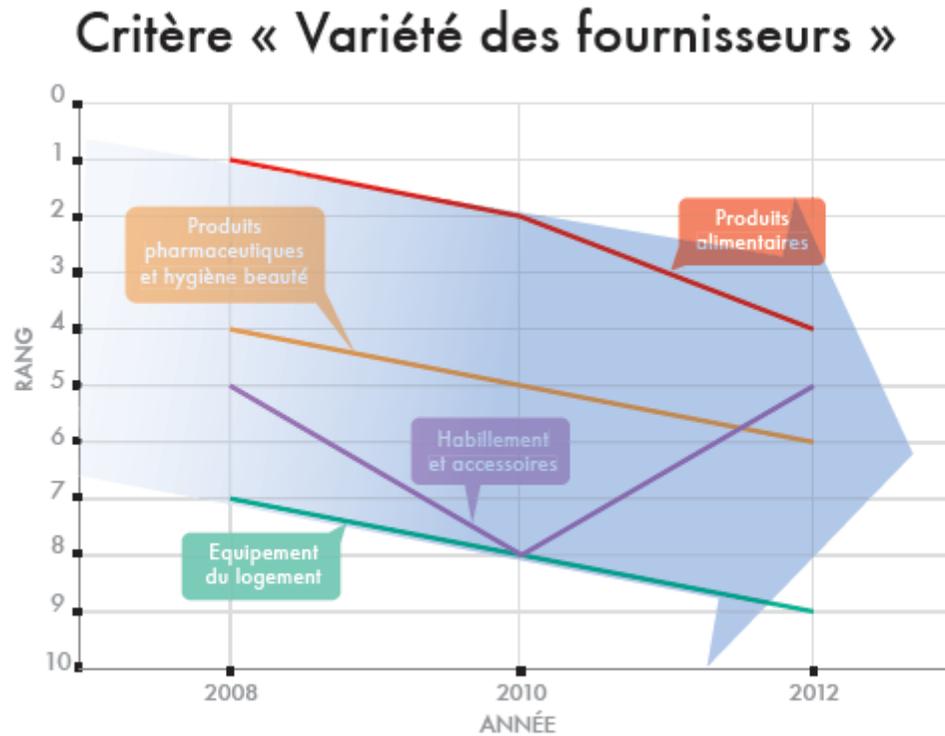
Hormis pour l'équipement du logement, l'appréciation du critère « prix » tend à se dégrader.



L'appréciation relative du rapport qualité / prix s'érode : effet prix plus que qualité au regard des réponses précédentes.



Une variété des fournisseurs qui tend à reculer (attention seulement 3 enquêtes disponibles).



Conclusions

1. La position des produits français en termes de gammes est bonne
1. La qualité globale des produits français est plutôt bonne et stable dans le temps
1. Il y a détérioration du rang en termes de prix des produits français
1. Baisse de la variété des fournisseurs

▮ Les résultats de l'enquête tendent à valider le schéma du cercle vicieux de la perte de compétitivité de l'économie française.

Confirmation du cercle vicieux

