

Une publication du Centre d'Observation Économique de la CCIP

Documents de travail

La compétitivité
hors prix des biens
intermédiaires et
d'équipement sur le
marché européen

en 2005

Laurent Ferrara

JUILLET 2006 • N° 73

Les Documents de Travail reflètent l'opinion de leurs auteurs
et n'engagent pas la Chambre de Commerce et d'Industrie de Paris

Document de travail : Publication du Centre d'Observation Economique de la CCIP,
27 avenue de Friedland 75008 Paris, Tél. 01 55 65 70 77
Directeur de publication : N. JACQUET
Imprimeur : PDI Imprimerie 2-4 rue de Bourgogne 95310 Saint-Ouen l'Aumone
Commission paritaire : n° 838 ADEP - 29.01.75
ISSN : 0999-1174, ISBN : 2-85504-505-3, Dépôt légal : juillet 2006, COE - DT 03/06
Prix : 11 euros
Mise en page : S. RANGER, Infographie : C. TILLARD-TETE

Reproduction interdite

CENTRE D'OBSERVATION ECONOMIQUE

***La compétitivité hors prix des biens
intermédiaires et d'équipement sur
le marché européen en 2005***

Laurent Ferrara (COE, Paris)

lferrara@ccip.fr

Résumé

Ce document de travail présente les principaux résultats de l'enquête d'opinion réalisée en novembre 2005 par le COE auprès d'un échantillon d'importateurs afin de mesurer, sur le marché européen, la compétitivité hors prix des biens intermédiaires et d'équipement en provenance de cinq pays européens (France, Allemagne, Italie, Royaume-Uni et Espagne), des Etats-Unis, du Japon, des pays d'Europe centrale et orientale (PECO) et de l'Asie émergente. Cette année la compétitivité des produits chinois a également été recueillie.

Parmi les principaux résultats, l'enquête souligne que la compétitivité hors prix des biens allemands reste la plus appréciée, bien qu'elle se soit érodée au fil du temps. Les produits allemands possèdent toujours une meilleure compétitivité hors prix que celle de leurs principaux concurrents japonais, français et américains, en particulier grâce à la qualité des services autour des produits. En effet, malgré une forte notoriété et des critères intrinsèques aux produits (qualité, ergonomie, contenu en innovation technologique) très appréciés, les biens japonais et américains sont handicapés par leurs délais de livraison et offrent des services moins performants. Cependant, les biens japonais présentent désormais le meilleur ratio qualité-prix.

Abstract

This working paper presents the main results of the annual opinion survey carried out in 2005 by COE in order to measure, on the European market, the competitiveness of intermediate and equipment goods in terms of price and non-price related aspects. These products are stemming from five European countries (France, Germany, Italy, United Kingdom and Spain), as well as from Asian emerging countries, United States, Japan and central and eastern European countries. This year a special focus has also been made on Chinese products.

Among the main results, the survey points out that the German non-price competitiveness is still the most appreciated, though an erosion through time. The lead of the German products towards their main competing products (from Japan, France and United States) is based on their services, such as delivery delays or commercial and customer services. In spite of their quality, design and notoriety, Japanese and American products are still handicapped by the distance to the European market implying strong delivery delays. However, it is noteworthy that Japanese intermediate and equipment goods possess the best quality-price ratio.

SOMMAIRE

Vue d'ensemble	7
Présentation de l'enquête compétitivité hors prix du COE.....	9
Résultats de l'enquête compétitivité hors prix 2005	11
La compétitivité hors prix	11
L'image prix et le ratio qualité-prix	14
L'importance des aspects hors prix.....	15
Les performances détaillées par pays de provenance	16
Allemagne.....	17
Japon	18
France	19
Etats-Unis	20
Italie.....	21
Espagne.....	22
PECO	23
Asie	24
Royaume-Uni	25
Chine	26
Annexes	27
Annexe 1 : Note Méthodologique.....	27
Annexe 2 : Graphiques	28

Vue d'ensemble

Les résultats de l'enquête compétitivité hors prix sur les biens intermédiaires et d'équipement, électriques et mécaniques, effectuée en novembre 2005 par le COE mettent en évidence les principaux faits suivants :

Des produits allemands toujours les plus appréciés pour leurs aspects hors prix

L'enquête annuelle souligne que les biens allemands restent les plus appréciés sur le marché européen en ce qui concerne leurs aspects hors prix. Bien qu'elle se soit érodée au fil des enquêtes, les produits allemands possèdent toujours une meilleure compétitivité hors prix que celle de leurs principaux concurrents japonais, français et américains, en particulier grâce à la qualité des services autour des produits. En effet, malgré une forte notoriété et des critères intrinsèques aux produits (qualité, ergonomie, contenu en innovation technologique) très appréciés, les biens japonais et américains sont handicapés par leurs délais de livraison et offrent des services moins performants. Cependant, les biens japonais présentent désormais le meilleur ratio qualité-prix.

La compétitivité hors prix des produits français devance celle des produits américains

Sur l'ensemble des aspects hors prix, les produits français gagnent une place par rapport à

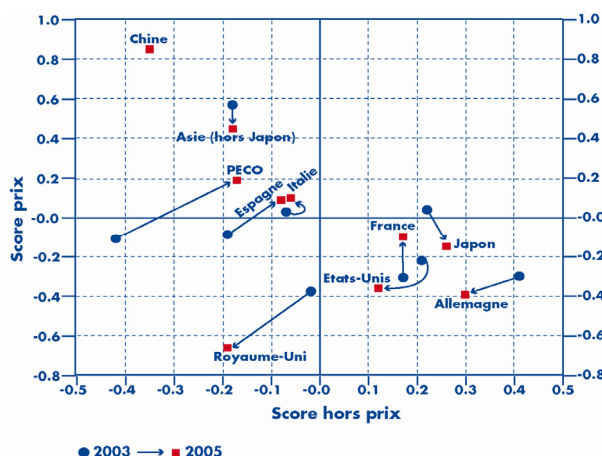
2003, au détriment des produits américains grâce à une plus forte notoriété dans le secteur des biens d'équipement, et ce malgré un léger recul du critère de qualité. Dans le secteur de l'équipement mécanique, la compétitivité hors prix des produits français s'améliore de manière significative ; ils sont désormais placés juste derrière les produits allemands, leaders incontournables sur ce secteur. En revanche, les biens intermédiaires français sont moins bien perçus, en particulier en ce qui concerne les critères de qualité et de notoriété.

Les pays à faible coût de main d'oeuvre en progression

Par rapport à la précédente enquête, l'évolution la plus spectaculaire est à mettre au crédit des biens PECO qui améliorent significativement à la fois leurs aspects prix et hors prix. Ainsi, leur ratio qualité-prix se situe dans la moyenne des pays alors qu'il était considéré comme le plus mauvais il y a deux ans. Cette hausse de l'image hors prix est sensible sur l'ensemble des critères et des secteurs. Quant aux produits chinois, ils sont jugés comme étant extrêmement avantageux en termes de prix, affichant la meilleure image-prix, mais dans le même temps leurs critères hors prix sont les moins appréciés. Cependant, au global, leur ratio qualité-prix reste intéressant pour les importateurs européens.

Achévé de rédiger le 28 juillet 2006

Figure 1 - Positionnement relatif de l'image-prix et hors prix des biens intermédiaires et d'équipement en 2003 et 2005



Source : COE, enquêtes Image 2003 et 2005

Note : Les biens en provenance de Chine n'ont été intégrés qu'en 2005

Présentation de l'enquête compétitivité hors prix du COE

Afin de mesurer l'importance des aspects prix et hors prix des produits dans le commerce international, le COE réalise chaque année, depuis 1990, une enquête auprès des importateurs de six pays européens (France, Allemagne, Italie, Royaume-Uni, Belgique et, depuis 1996, Espagne) sur l'image compétitive des produits importés en termes de prix et de critères hors prix. L'enquête porte alternativement sur les biens de consommation (années paires), les biens intermédiaires et d'équipement (années impaires). Depuis 1998, l'enquête incorpore l'image des produits importés de l'Asie émergente. Depuis 2000, l'enquête a été également élargie aux biens en provenance des Etats-Unis et du Japon et, depuis 2002, l'image des biens en provenance des pays d'Europe centrale et orientale a été également recueillie. Enfin, cette année, l'image des biens chinois a remplacé celle des biens belges dans l'enquête.

Dans la suite de ce document, seuls les biens intermédiaires et d'équipement sont considérés. Les biens de consommation ont fait l'objet d'un document de travail relatif à l'enquête effectuée en novembre 2004 (Ferrara¹, 2005, voir également Ferrara et Henriot², 2005).

Sur chacun des six marchés européens, les importateurs enquêtés jugent les produits des autres pays étudiés selon leur prix et leurs caractéristiques hors prix. Les huit critères hors prix considérés sur les produits, ainsi que leur dénomination dans la suite du document sont les suivants :

- la qualité (Qualité)
- le design : esthétique, style, présentation et conditionnement (Design)
- le contenu en innovation technologique, l'avance technologique (Innovation)
- la notoriété des marques (Notoriété)
- les délais de livraison (Délais)
- le service commercial : efficacité, écoute, réponse aux besoins (Service commercial)
- le service aux utilisateurs : renseignements téléphoniques, formation (Service client)
- le service après-vente (SAV)
- le rapport qualité-prix (Qualité-Prix)

Afin de résumer l'information sur l'ensemble des critères hors prix, on crée un critère synthétique défini comme étant la moyenne des sept critères hors prix, pondérée par l'importance accordée par les importateurs aux critères au moment de l'acte d'achat. Dans la suite du document, on notera ce critère : Hors Prix.

¹ Ferrara, L. (2005), 'L'image des biens de consommation sur le marché européen en 2004', Document de travail N°70, COE (www.coe.ccip.fr).

² Ferrara, L. et A. Henriot (2005), 'Quelle est l'image des entreprises françaises à l'étranger et quelles sont leurs performances à l'exportation ?', dans Les Entreprises Françaises en 2005, Chapitre 7, C. de Boissieu et C. Deneuve (eds.), Economica, Paris.

Les biens intermédiaires et d'équipement sont regroupés en trois secteurs d'activité différents : biens intermédiaires, biens d'équipement mécanique et biens d'équipement électrique et électronique. Le contenu détaillé de ces trois secteurs est le suivant :

- biens intermédiaires
 - matériaux de construction
 - produits verriers
 - produits ferreux
 - produits non ferreux
 - produits issus de la chimie minérale
 - produits issus de la chimie organique
 - fils et tissus naturels et synthétiques
 - produits en bois (hors meubles)
 - pâtes à papier, papiers et cartons
 - plastiques, articles en plastique et en caoutchouc
- biens d'équipement mécanique
 - ouvrages métalliques
 - quincaillerie et produits de la mécanique générale
 - moteurs, turbines, pompes
 - matériel agricole
 - machines outils
 - matériel de BTP
 - machines diverses spécialisées
 - appareils et instruments de mesure et de précision
- biens d'équipement électrique et électronique
 - composants passifs
 - systèmes informatiques et machines de bureau
 - gros matériel électrique
 - appareils et fournitures électriques

Les importateurs évaluent si le produit, sous ces différents aspects, est mieux, aussi bien ou moins bien placé que l'ensemble des produits concurrents présents sur leur marché (y compris les

produits nationaux). Pour chaque critère, des scores sont alors calculés, en supposant que ces notes résultent d'une variable latente distribuée selon une loi Normale centrée. On en déduit donc des scores moyens pour chacun des pays d'origine, sur le critère prix et sur l'ensemble des critères hors prix. Par la suite, l'analyse des scores moyens est effectuée pour chacun des trois secteurs.

Un échantillon d'importateurs représentatif de la nomenclature des biens intermédiaires et d'équipement présentée ci-dessus a été obtenu par la méthode des quotas sur chacun des six marchés européens. Pour chacune des enquêtes, le nombre total d'importateurs européens enquêtés s'élève à environ 360 (environ 60 importateurs sur chacun des 6 marchés). En 2005, le nombre exact d'importateurs interrogés est de 363. L'opinion de chaque importateur est exprimée pour chacun des critères sur l'ensemble des pays d'origine possibles ; à savoir, les cinq autres pays européens, auxquels s'ajoutent l'Asie émergente à partir de 1999, puis les Etats-Unis et le Japon à compter de 2001, les PECO en 2003 et enfin la Chine en 2005. Une observation de l'enquête est ainsi constituée de l'ensemble des notes attribuées par un importateur sur un pays d'origine. Par exemple, en 2005, si l'on se limite aux observations sur les pays d'origine européenne, on obtient alors un potentiel de 1800 observations (5×360). Cependant, certains importateurs n'ont pas exprimé leur opinion sur tous les pays d'origine possibles, ce qui engendre des observations manquantes, que l'on a retirées de l'enquête. Ainsi, pour l'enquête effectuée en 2005, on ne retient que 706 observations. Par ailleurs, lorsque pour une observation certaines notes ne sont pas disponibles, elles sont imputées d'une valeur moyenne.

Il est important de noter que cette enquête permet d'évaluer la perception « subjective » qu'un importateur se fait d'un produit ; il peut donc exister un biais entre cette image et les caractéristiques « objectives » de ce produit. Toutefois, dans la décision d'achat, c'est bien l'image que se fait l'importateur qui est déterminante.

Résultats de l'enquête Compétitivité Hors Prix 2005

Dans cette partie, nous présentons les résultats de l'enquête Compétitivité Hors Prix effectuée en novembre 2005, concernant les cinq pays européens, les pays d'Europe centrale et orientale (PECO), le Japon, les Etats-Unis, l'Asie émergente et en particulier la Chine. De plus, on

s'intéresse aux évolutions comparées de la compétitivité des biens de consommation pour les cinq pays européens, le Japon, les Etats-Unis et l'Asie émergente, au travers des trois vagues d'enquêtes réalisées en 2001, 2003 et 2005.

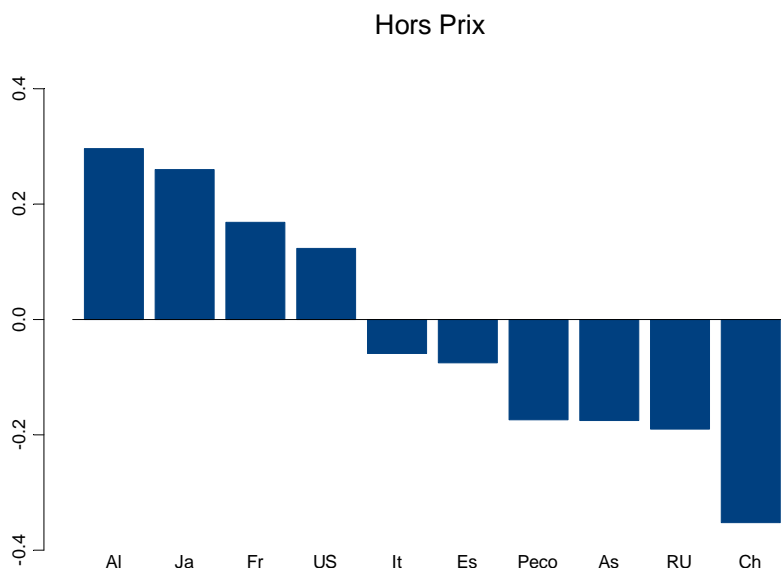
La compétitivité hors prix

Les enquêtes de compétitivité hors prix du COE permettent un éclairage original sur les enjeux du positionnement international des pays au travers des aspects hors prix, rarement considérés dans les analyses comparatives internationales. S'agissant des biens intermédiaires et d'équipement, une bipolarisation des pays apparaît.

D'un côté, certains pays émergents commencent à renforcer leur compétitivité hors prix, tout en conservant des prix très attractifs, ce qui leur procure ainsi un très bon ratio qualité-prix auprès des importateurs européens. Ainsi, par rapport à la précédente enquête datant de 2003, les produits des PECO connaissent l'évolution la plus spectaculaire en améliorant significativement à la fois leurs aspects prix et hors prix. Désormais, leur ratio qualité-prix se situe dans la moyenne des pays de l'échantillon alors qu'il était considéré comme le plus mauvais il y a deux ans. Cette amélioration de l'image hors prix est

sensible sur l'ensemble des critères et des secteurs. Quant aux produits asiatiques, en particulier chinois, ils sont jugés comme étant extrêmement avantageux en termes de prix, affichant la meilleure image-prix. Les biens en provenance des pays émergents d'Asie, y compris les produits chinois, ont profité, depuis l'enquête de novembre 2001, de l'appréciation de l'euro face au dollar (auquel sont arrimées les principales monnaies asiatiques) pour améliorer leur image-prix sur le marché européen. Mais, dans le même temps, leurs critères hors prix sont les moins appréciés. La compétitivité hors prix chinoise est en net retrait vis-à-vis des autres pays, excepté pour les biens d'équipement électriques et électroniques. En particulier, ils souffrent d'un fort déficit de notoriété sur le marché européen où leurs marques ne sont pas assez reconnues. Cependant, au total, leur ratio qualité-prix reste intéressant pour les importateurs européens.

Figure 2 – Scores obtenus par les 10 pays pour le critère synthétique Hors Prix



Source : COE, enquête Compétitivité Hors Prix 2005

D'un autre côté, les produits des économies plus avancées (Allemagne, France, Japon et Etats-Unis) continuent d'être bien positionnés sur les aspects hors prix. Ainsi, bien qu'elle se soit érodée au fil des enquêtes, les produits allemands possèdent toujours la meilleure compétitivité hors prix, devançant leurs principaux concurrents grâce, notamment, à la qualité des services autour des produits. En effet, malgré une forte notoriété et des critères intrinsèques aux produits (qualité, ergonomie, contenu en innovation technologique) très appréciés, les produits japonais et américains sont handicapés par leurs délais de livraison et offrent des services moins performants. Cependant, profitant de l'appréciation de l'euro face au yen depuis la dernière enquête, les produits japonais présentent désormais le meilleur ratio qualité-prix sur le marché européen.

Entre ces deux pôles, se trouvent les pays européens qui n'ont pas su intégrer des caractéristiques hors prix fortes dans leurs produits. En particulier, la compétitivité hors prix des biens intermédiaires et d'équipement britanniques se dégrade à nouveau fortement, poursuivant ainsi la tendance observée depuis

1999. Ils se positionnent désormais au niveau des pays d'Asie émergent sur ce point. Associé à des prix jugés très élevés, ce phénomène implique que le ratio qualité-prix britannique est jugé comme étant le plus mauvais. De même, les produits italiens voient leur compétitivité hors prix stagner et se font rattraper par les produits espagnols dont les aspects hors prix se sont progressivement améliorés. Cette évolution des biens espagnols est surtout intervenue par le biais des services autour des produits.

Le tableau 1 présente le classement des pays, les uns par rapport aux autres, pour les différents secteurs, établi à l'aide de la valeur des scores pour le critère Hors Prix. On observe que le classement des dix pays selon ce critère ne varie que très légèrement d'un secteur à l'autre.

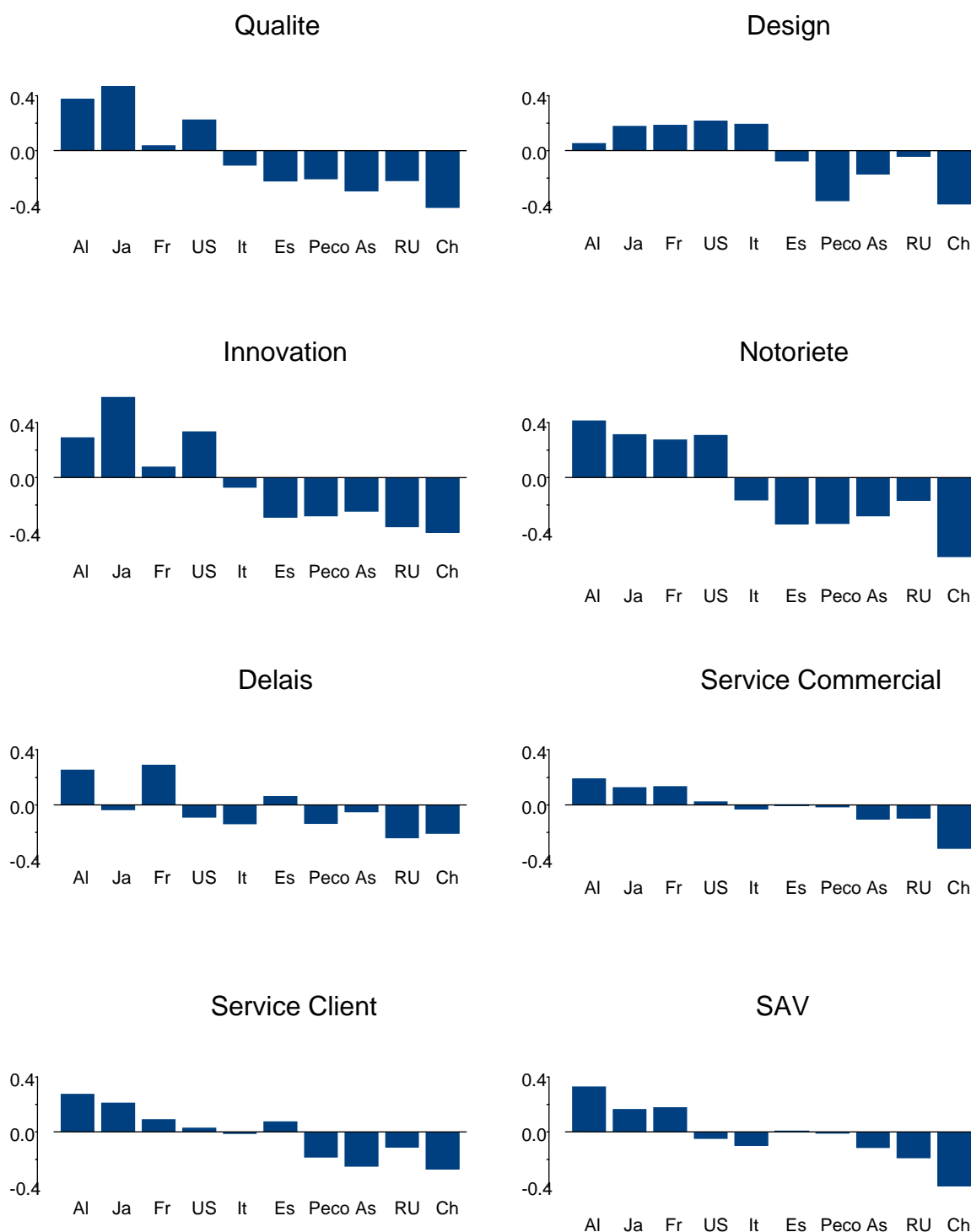
Le classement des pays depuis 2001 selon le critère hors prix n'a également que très peu évolué, soulignant ainsi le caractère structurel de la compétitivité hors prix des produits, par opposition au caractère plus conjoncturel de la compétitivité-prix.

Tableau 1 – Classement des pays par secteur pour le critère Hors Prix

	Global	Biens Intermédiaires	Equipement Mécanique	Equipement électrique
Allemagne	1	1	1	2
Japon	2	2	4	1
France	3	4	2	3
Etats-Unis	4	3	3	4
Italie	5	6	5	6
Espagne	6	5	9	7
PECO	7	8	8	8
Asie	8	9	6	5
Royaume-Uni	9	7	7	10
Chine	10	10	10	9

Source : COE, enquête Compétitivité Hors Prix 2005

Figure 3 – Scores obtenus par les 10 pays, pour chacun des critères hors prix



Source : COE, enquête Compétitivité Hors Prix 2005

Note : Les scores de chacun des critères sont calculés en ajustant les notes attribuées par les importateurs à une loi Normale centrée. Ainsi, la somme des scores des pays pour chacun des critères est égale à 0 (cf. Note méthodologique p. 58).

L'image prix et le ratio qualité-prix

En termes de prix, les évolutions d'une enquête sur l'autre sont un peu plus marquées, car liées à la conjoncture économique et principalement aux

variations de change. Toutefois, le classement des pays en 2005 est quasiment identique à celui réalisé en 2001 (voir tableau 2).

Tableau 2 – Classement chronologique des pays pour le critère prix

	2001	2003	2005
Asie	1	1	1
Italie	2	3	2
Espagne	3	4	3
France	4	7	4
Japon	6	2	5
Etats-Unis	5	5	6
Allemagne	7	6	7
Royaume-Uni	8	8	8

Source : COE, enquêtes Compétitivité Hors Prix 2001, 2003, 2005

Tableau 3 – Classement chronologique des pays pour le critère qualité-prix

	2001	2003	2005
Japon	2	2	1
France	4	5	2
Asie	6	1	3
Allemagne	1	3	4
Etats-Unis	3	6	5
Italie	5	4	6
Espagne	8	7	7
Royaume-Uni	7	8	8

Source : COE, enquêtes Compétitivité Hors Prix 2001, 2003, 2005

Entre novembre 2001 et novembre 2003, l'appréciation de l'euro vis-à-vis des monnaies des pays concernés par l'enquête, à savoir le yen et le dollar, auquel sont arrimées les principales monnaies asiatiques, avait bénéficié aux produits en provenance du Japon et d'Asie émergente. Ainsi, ces derniers avaient amélioré fortement leur image-prix sur le marché européen et par conséquent leur ratio qualité-prix. Les biens allemands ont été les principaux perdants de cette évolution sur le ratio qualité-prix.

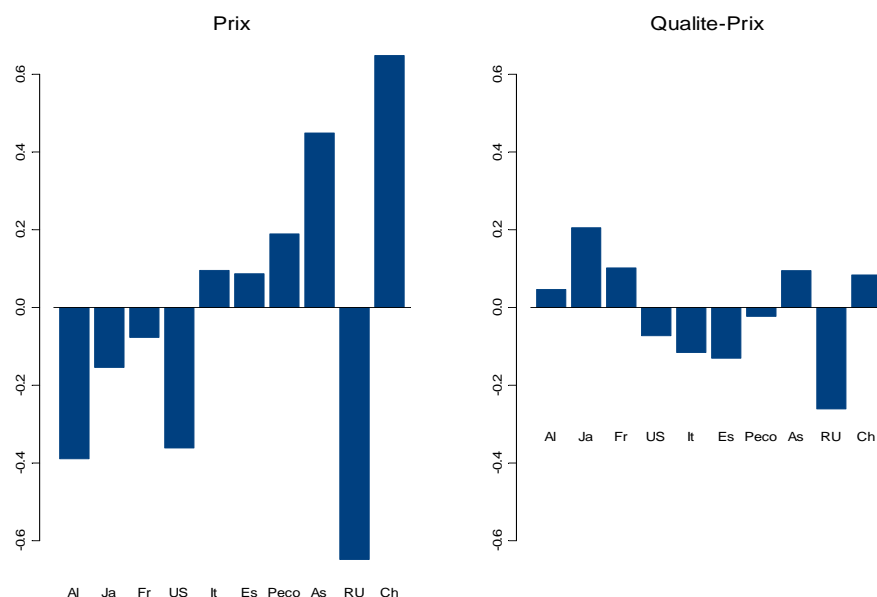
Entre novembre 2003 et novembre 2005, l'appréciation de l'euro face au yen, certes moindre qu'au cours de la période précédente, a permis aux produits japonais de se positionner

pour la première fois comme les mieux perçus quant au ratio qualité-prix.

Toutefois, l'année 2005 a été marquée par un affaiblissement de la monnaie unique européenne contre le billet vert. Ce mouvement, associé au maintien de leur position sur les aspects hors prix, a permis aux produits français de se placer derrière les produits japonais pour le ratio qualité-prix.

L'image-prix des pays de la zone euro reste relativement homogène, les prix français ayant tendance à se rapprocher des prix italiens et espagnols. Seuls les produits allemands restent jugés chers sur marché européen.

Figure 4 – Scores obtenus par les 10 pays, pour les critères Prix et Qualité-Prix



L'importance des aspects hors prix

Les nouvelles théories du commerce international mettent en évidence le caractère discriminant des aspects hors prix des produits dans la compétition internationale. Pour capter la demande des consommateurs, les entreprises se doivent désormais de répondre à leur goût pour la diversité en accroissant leur offre de variétés des produits. De plus, l'actualité économique de ces derniers mois a mis en évidence l'importance de la compétitivité hors prix. D'abord, elle constitue un outil efficace pour les entreprises européennes face à l'arrivée massive de biens en provenance de pays à bas coûts de main-d'œuvre. Ensuite, la compétitivité hors prix joue également un rôle

d'amortisseur de chocs monétaires, en termes de parts de marché à l'exportation. C'est le cas notamment au cours des périodes de surévaluation de l'euro face aux monnaies concurrentes.

Le tableau ci-dessous permet d'avoir une idée de l'importance qu'accordent les importateurs aux différents critères au moment de l'acte d'achat. On observe ainsi que la qualité est le critère le plus important pour les importateurs, le prix n'intervient qu'en troisième position mais semble gagner en importance au fil du temps. La notoriété et l'ergonomie-design sont les critères les moins sensibles aux yeux des importateurs interrogés.

Tableau 4 – Pourcentage d'importateurs jugeant le critère considéré comme important

	2001	2003	2005
Qualité	98%	99%	100%
Design	61%	59%	56%
Innovation	81%	75%	80%
Notoriété	69%	56%	64%
Délais	89%	92%	96%
Commercial	89%	93%	90%
Client	80%	75%	79%
SAV	86%	83%	83%
Prix	89%	92%	96%
Q/P	96%	97%	98%

Source : COE, enquêtes Compétitivité Hors Prix 2001, 2003, 2005

Les performances détaillées par pays de provenance

Pour chaque pays de provenance des produits, un tableau croisé contenant le classement du pays considéré pour chacun des critères (y compris le critère synthétique Hors Prix) et pour chacun des trois secteurs d'activité est construit. Ce classement, établi à l'aide des scores gaussiens, permet de synthétiser les performances des pays,

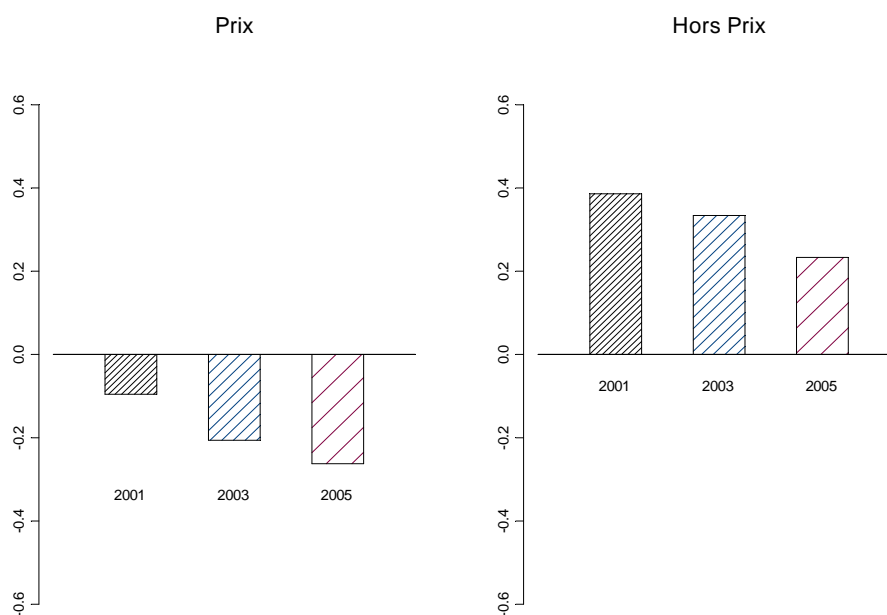
mais ne reflète pas l'importance de l'écart pouvant exister entre les pays. De plus, pour chacun de ces pays, l'évolution des critères Prix et Hors Prix est présentée depuis 2001, excepté pour les PECO et la Chine, pays pour lesquels les scores ne sont disponibles que depuis récemment.

Allemagne

Malgré une érosion continue depuis 1999, la compétitivité hors prix des biens intermédiaires et d'équipement allemands reste la plus élevée en 2005. S'agissant des différents critères hors prix, ils devancent les autres pays pour la notoriété et tous les aspects liés aux services et restent bien placés sur la qualité et le contenu en innovation. Seul le critère d'ergonomie-design peut faire figure de faiblesse. On notera que ce trait caractéristique des produits allemands est également perceptible pour les biens de consommation.

Parmi les différents secteurs, les produits allemands sont les plus appréciés pour leurs aspects hors prix dans les biens intermédiaires et d'équipement mécanique, mais se positionnent derrière les biens d'équipement électrique japonais.

Depuis l'enquête effectuée en 1999, les prix allemands sont considérés comme étant de plus en plus élevés, relativement à ceux des autres pays, en particulier pour ce qui de l'équipement mécanique. Les biens allemands possèdent à ce jour une image-prix équivalente à celle des biens américains. Cette évolution est en partie imputée à l'appréciation de l'euro face au dollar, au yen et aux principales monnaies asiatiques. Ainsi, le ratio qualité-prix des biens allemands s'est nettement dégradé depuis 1999, quand il était considéré comme le plus intéressant sur le marché européen. Désormais, ce ratio se situe en cinquième position, loin derrière celui des biens japonais et juste derrière celui des biens français, et asiatiques, ces derniers profitant d'une forte compétitivité-prix



	Biens intermédiaires	Equipement mécanique	Equipement électrique	Global
Qualité	2	1	3	2
Ergonomie-Design	4	3	6	5
Innovation	3	1	4	3
Notoriété	2	2	2	1
Délais	1	3	3	2
Service Commercial	2	2	4	1
Service Client	2	1	2	1
SAV	1	2	1	1
Hors prix	1	1	2	1
Prix	8	10	8	9
Qualité-prix	3	3	9	5

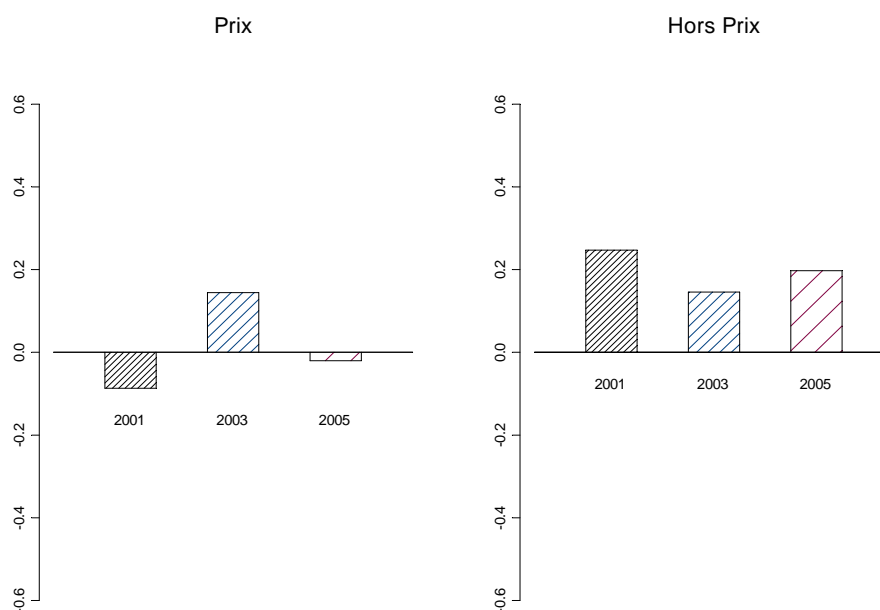
Source : COE, enquête Compétitivité Hors Prix 2005

Japon

La compétitivité hors prix des biens japonais est très bonne, proche de celle des biens allemands, qu'ils devancent pour la première fois s'agissant du critère de la qualité. Ils restent également largement leaders pour le contenu en innovation technologique qui constitue véritablement leur point fort, notamment dans le secteur des biens d'équipement électrique et électronique. Seule la performance des réseaux de distribution, et particulièrement les délais de livraison jugés trop longs, les empêche de passer devant les biens allemands sur l'ensemble des aspects hors prix. Cette enquête met en évidence de manière récurrente l'éloignement géographique comme le problème majeur des biens japonais sur le marché européen.

C'est dans le secteur de l'équipement électrique et électronique que les produits japonais obtiennent leurs meilleurs résultats sur les aspects hors prix en obtenant les meilleures notes sur tous les critères intrinsèques aux produits, ainsi que sur la notoriété.

En dépit d'une baisse de leur image-prix sur le marché européen, alors que l'euro a continué de s'apprécier face au yen, les biens japonais affichent en 2005 le meilleur ratio qualité-prix de l'ensemble des pays. Ils profitent en fait de la baisse du ratio qualité-prix des biens asiatiques pour être désormais les mieux jugés sur ce critère. Leurs prix dans le secteur des biens d'équipement électrique et électronique sont toutefois jugés très élevés.



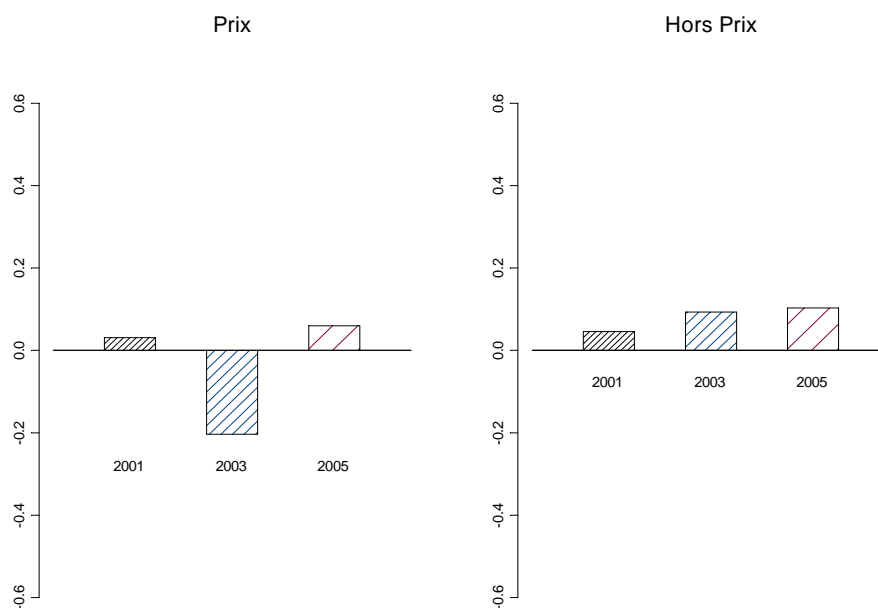
	Biens intermédiaires	Equipement mécanique	Equipement électrique	Global
Qualité	1	2	1	1
Ergonomie-Design	6	5	1	4
Innovation	2	2	1	1
Notoriété	3	4	1	2
Délais	3	6	8	4
Service Commercial	1	5	6	3
Service Client	1	4	1	2
SAV	2	3	2	3
Hors prix	2	4	1	2
Prix	3	6	9	7
Qualité-prix	1	2	4	1

Source : COE, enquête Compétitivité Hors Prix 2005

France

Le ratio qualité-prix des biens intermédiaires et d'équipement français s'est amélioré par rapport à l'enquête précédente effectuée en novembre 2003 ; il se place aujourd'hui en deuxième position, derrière celui des produits japonais et au niveau de celui des biens asiatiques. Fait notable, ce ratio se situe pour la première fois devant celui des biens allemands. Les biens d'équipement mécanique français présentent même le meilleur ratio qualité-prix. En fait, l'image-prix des biens français a su rebondir par rapport à 2003, pendant que celle des biens allemands continuait à chuter. Peut-être peut-on y voir là un effet du comportement de marge des exportateurs français qui ont su compresser leurs prix pour rester compétitifs alors que les exportateurs allemands ont continué à pratiquer des prix élevés en ligne avec la forte demande mondiale de biens intermédiaires et d'équipement.

Sur l'ensemble des aspects hors prix, les produits français gagnent une place par rapport à 2003, au détriment des produits américains, par le biais d'une plus forte notoriété dans le secteur des biens d'équipement, et ce malgré un recul du critère de qualité. Le contenu en innovation technologique, traditionnel point faible des produits français, progresse légèrement. Dans le secteur de l'équipement mécanique, la compétitivité hors prix des produits français s'améliore de manière significative; ils sont désormais placés juste derrière les biens allemands, leaders incontournables sur ce secteur. En revanche, les biens intermédiaires français sont moins bien perçus, en particulier en ce qui concerne les critères de qualité et de notoriété.



	Biens intermédiaires	Equipement mécanique	Equipement électrique	Global
Qualité	5	4	4	4
Ergonomie-Design	3	1	3	3
Innovation	4	5	2	4
Notoriété	4	1	3	4
Délais	4	2	1	1
Service Commercial	4	4	3	2
Service Client	5	2	5	3
SAV	6	1	3	2
Hors prix	4	2	3	3
Prix	7	7	5	6
Qualité-prix	7	1	2	2

Source : COE, enquête Compétitivité Hors Prix 2005

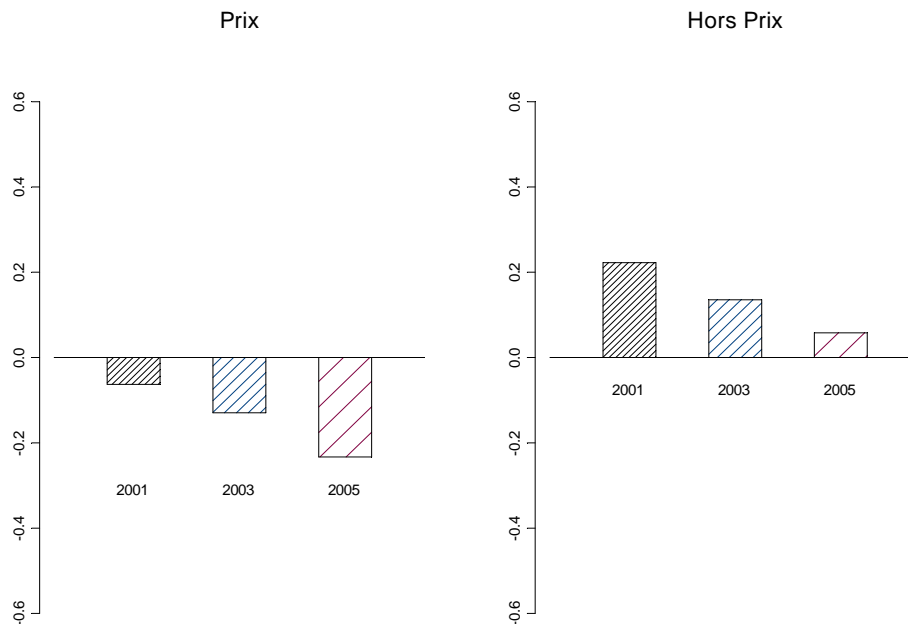
Etats-Unis

La compétitivité hors prix des produits américains recule légèrement par rapport à l'enquête précédente, au profit des produits français qui leur sont désormais préférés pour leurs aspects hors prix. En particulier, cette baisse s'effectue sur les services offerts autour des produits ainsi que sur la notoriété, qui reste cependant élevée. Les critères intrinsèques aux produits (qualité, ergonomie et contenu en innovation technologique) sont toutefois toujours très appréciés par les importateurs européens.

C'est dans le secteur de l'équipement électrique, pour lequel les aspects liés aux services

se sont particulièrement dégradés, que la compétitivité hors prix des biens américains recule le plus fortement. Les biens intermédiaires recueillent toujours de bonnes appréciations.

S'agissant des prix, le taux de change euro-dollar étant identique au moment des deux enquêtes de 2003 et 2005, les produits américains n'ont pas réussi à gagner en compétitivité-prix entre ces deux dates. Cela s'est traduit par une baisse relative de leur image-prix. Ainsi, les produits américains sont jugés chers sur le marché européen.



	Biens intermédiaires	Equipement mécanique	Equipement électrique	Global
Qualité	3	3	2	3
Ergonomie-Design	1	4	4	1
Innovation	1	3	3	2
Notoriété	1	3	4	3
Délais	5	4	7	6
Service Commercial	3	1	10	4
Service Client	3	5	7	5
SAV	4	7	8	6
Hors prix	3	3	4	4
Prix	9	8	7	8
Qualité-prix	9	7	8	7

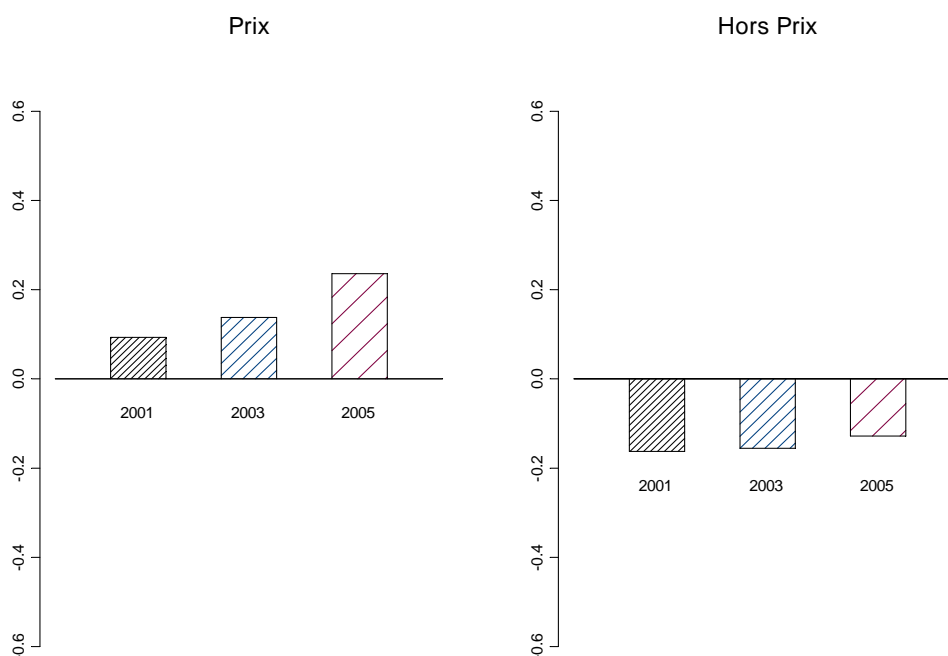
Source : COE, enquête Compétitivité Hors Prix 2005

Italie

Le score hors prix des biens italiens est stable et se situe légèrement en deçà de la moyenne des pays considérés, proche de celui des biens espagnols. Bien qu'en recul par rapport à la précédente enquête, le critère d'ergonomie-design reste traditionnellement le plus apprécié chez les biens italiens. On retrouve ce fait stylisé dans l'ensemble des secteurs, y compris dans celui des biens de consommation.

L'image-prix des biens italiens n'a également que très peu évolué par rapport à 2003. Une analyse historique de l'évolution des prix montre cependant que, au fil des enquêtes, les biens italiens ont perdu leur position au sein de la

compétition internationale sur cet aspect. L'appréciation de l'euro et les phénomènes de délocalisation ayant, entre autres, été des facteurs importants de cette évolution. En effet, en 1999 l'image-prix italienne était comparable à celle des pays d'Asie émergente alors que, à ce jour, les biens asiatiques, et même PECO, les devancent nettement sur cet aspect. De plus, contrairement aux biens de consommation, les biens intermédiaires et d'équipement italiens n'ont pas su améliorer leur compétitivité hors prix qui aurait pu leur permettre de rehausser leur ratio qualité-prix. Par conséquent, leur ratio qualité-prix figure désormais parmi les moins bien jugés.



	Biens intermédiaires	Equipement mécanique	Equipement électrique	Global
Qualité	7	5	6	5
Ergonomie-Design	2	2	2	2
Innovation	5	4	6	5
Notoriété	5	5	8	5
Délais	7	9	2	8
Service Commercial	7	3	7	7
Service Client	7	3	8	6
SAV	8	6	5	5
Hors prix	6	5	6	5
Prix	5	4	4	4
Qualité-prix	6	9	5	8

Source : COE, enquête Compétitivité Hors Prix 2005

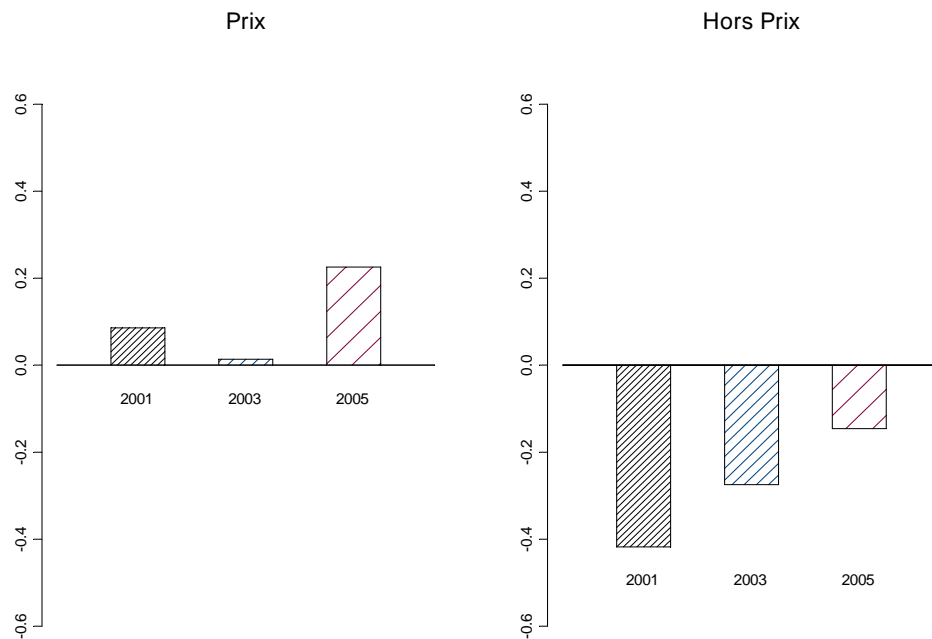
Espagne

Depuis 1999, la compétitivité hors prix des biens espagnols rattrape progressivement son retard sur les autres pays de la zone euro, elle est désormais proche de celle des biens italiens, légèrement en deçà de la moyenne des pays. Ce rattrapage s'effectue principalement par le biais des aspects liés aux services autour des produits (délais de livraisons et services client, commercial et SAV). En revanche, la notoriété des produits espagnols reste encore à être développée et constitue, avec le contenu en innovation technologique et la qualité, la principale faiblesse des critères hors prix.

En fait, c'est surtout dans le secteur des biens intermédiaires que les biens espagnols semblent effectuer leur effort sur les critères hors prix. Ils

devancent ainsi leurs concurrents italiens sur ce secteur. En revanche, les biens d'équipement espagnols, mécaniques ou électriques, se situent parmi les moins bien jugés.

En termes d'image-prix, les biens espagnols ont résisté et ont su garder leur position depuis 2001 en dépit de l'appréciation de l'euro sur cette même période vis-à-vis des monnaies des pays considérés dans cette enquête. Dans l'ensemble, malgré une position qui n'est tout de même pas favorable, l'image du ratio qualité-prix des biens espagnols s'est sensiblement améliorée depuis 1999 et reste sur une bonne dynamique, en particulier dans le secteur de l'équipement électrique.



	Biens intermédiaires	Equipement mécanique	Equipement électrique	Global
Qualité	6	9	8	8
Ergonomie-Design	5	8	5	7
Innovation	6	9	7	8
Notoriété	8	10	5	9
Délais	2	10	9	3
Service Commercial	6	9	2	5
Service Client	4	8	9	4
SAV	5	4	6	4
Hors prix	5	9	7	6
Prix	6	5	3	5
Qualité-prix	8	10	1	9

Source : COE, enquête Compétitivité Hors Prix 2005

PECO

Par comparaison avec la précédente enquête, les biens PECO subissent la plus forte évolution de l'ensemble des pays considérés. En effet, par rapport à 2003, on assiste à une amélioration significative à la fois des aspects prix et hors prix des biens PECO. Bien que restant négatif, leur score hors prix est désormais équivalent à celui des biens asiatiques et britanniques, alors qu'il était évalué en dernière position auparavant. Cette hausse de la compétitivité hors prix est sensible sur l'ensemble des critères et des secteurs. On notera que cette dynamique sur les aspects hors prix des biens intermédiaires et d'équipement s'oppose à celle observée en 2004 sur les biens de consommation.

De même, l'image-prix des biens PECO s'est améliorée, se situant maintenant au-dessus de la moyenne des pays. En particulier, les prix dans le secteur des biens intermédiaires sont jugés très attractifs, juste derrière les prix chinois. Cette évolution de l'image-prix est en partie liée à l'appréciation de l'euro face aux principales monnaies des PECO. Ainsi, on observe désormais que les biens PECO sont jugés plus intéressants en termes de prix que les biens des pays de la zone euro, ce qui n'était pas le cas auparavant.

Ainsi, leur ratio qualité-prix se situe dans la moyenne des pays alors qu'il était considéré comme le plus mauvais il y a deux ans.

	Biens intermédiaires	Equipement mécanique	Equipement électrique	Global
Qualité	10	6	5	6
Ergonomie-Design	10	9	9	9
Innovation	8	7	8	7
Notoriété	7	7	9	8
Délais	6	5	10	7
Service Commercial	8	7	5	6
Service Client	8	9	3	8
SAV	3	8	7	5
Hors prix	8	8	8	7
Prix	2	3	7	3
Qualité-prix	5	6	6	6

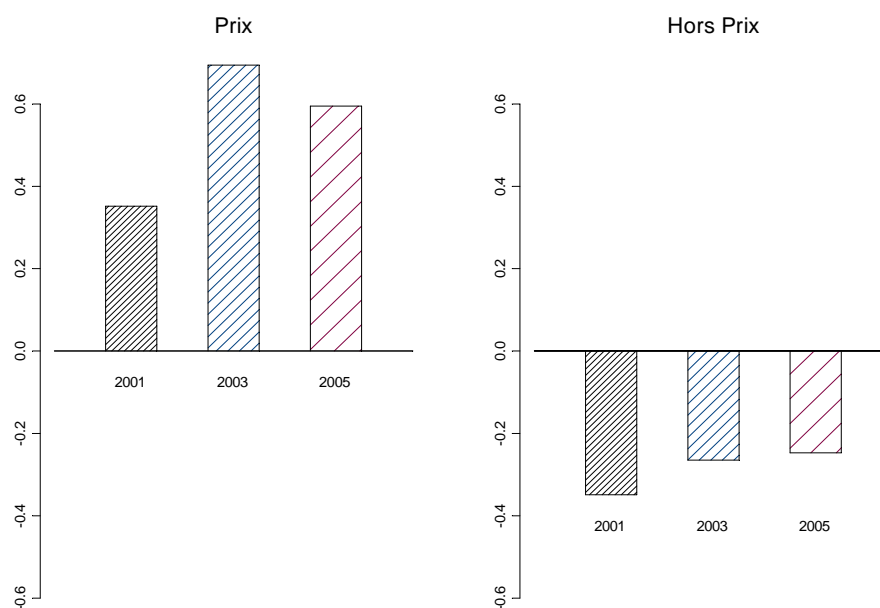
Source : COE, enquête Compétitivité Hors Prix 2005

Asie

Le ratio qualité-prix des produits asiatiques, qui était le plus apprécié en 2003 sur le marché européen, subit la plus forte baisse cette année. Ce ratio se place derrière celui des biens japonais, au même niveau que les biens français. En fait, c'est le recul de l'image-prix des biens asiatiques qui a engendré ce mouvement de repli du ratio qualité-prix. Par rapport à 2003, ces derniers n'ont pas pu profiter de gains de compétitivité-prix liés aux variations du taux de change euro-dollar, auquel sont arriérées la plupart des monnaies asiatiques, ce taux étant quasiment identique au moment des enquêtes de novembre 2003 et de novembre 2005. Ce recul de l'image-prix, qui est peut-être indicatif d'une baisse des coûts de production, est surtout vérifié

dans le secteur des biens intermédiaires alors que leur image-prix dans le secteur des biens d'équipement constitue toujours un avantage conséquent.

S'agissant de leur compétitivité hors prix, les pays émergents d'Asie subissent un arrêt de leur progression qui avait été continue au sortir de la crise de l'été 1997. Seuls la notoriété et les services autour des produits continuent toutefois à s'améliorer. Par secteur, ce sont les biens d'équipement qui sont les plus appréciés, en particulier l'équipement électrique et électronique, alors que la compétitivité hors prix des biens intermédiaires est la moins bien notée de l'ensemble des pays.



	Biens intermédiaires	Equipement mécanique	Equipement électrique	Global
Qualité	9	8	7	9
Ergonomie-Design	8	7	7	8
Innovation	9	6	5	6
Notoriété	9	8	6	7
Délais	8	1	4	5
Service Commercial	9	8	1	9
Service Client	10	6	4	9
SAV	9	5	4	8
Hors prix	9	6	5	9
Prix	4	2	3	2
Qualité-prix	4	4	2	3

Source : COE, enquête Compétitivité Hors Prix 2005

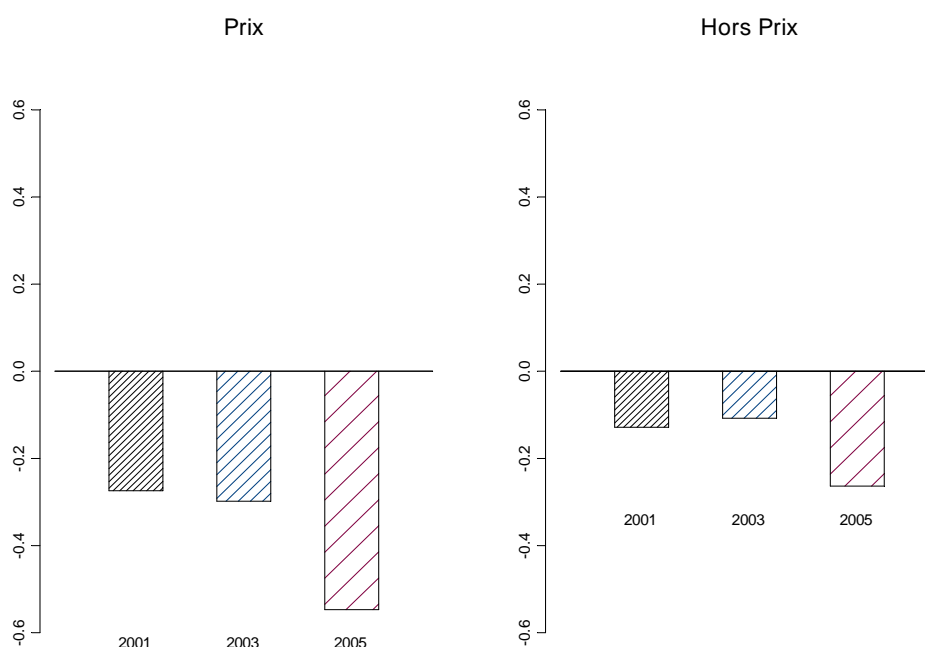
Royaume-Uni

L'image des biens de consommation britanniques s'améliore sur les aspects hors prix grâce à une augmentation des scores sur les critères relatifs aux services. Les biens britanniques ont renforcé leur image sur ces aspects qui constituaient déjà leurs atouts auparavant, les critères intrinsèques étant jugés cependant en net retrait. Parmi les secteurs, c'est pour l'équipement du logement que cette évolution positive de l'image hors prix a été la moins sensible.

Malgré une légère amélioration par rapport à 2002, notamment dans les secteurs de l'hygiène-

beauté et de l'agro-alimentaire, les biens de consommation britanniques affichent toujours la plus faible compétitivité-prix des pays considérés dans l'enquête. En fait, on constate que les biens britanniques n'arrivent pas à regagner les pertes de compétitivité-prix subies entre 1998 et 2000, lorsque la livre s'était alors fortement appréciée face à l'euro.

Au total, le ratio qualité-prix des biens britanniques s'améliore légèrement, mais reste le moins apprécié, devant celui des biens asiatiques.



	Biens intermédiaires	Equipement mécanique	Equipement électrique	Global
Qualité	4	7	10	7
Ergonomie-Design	7	6	8	6
Innovation	7	8	10	9
Notoriété	6	6	7	6
Délais	10	7	6	10
Service Commercial	5	6	9	8
Service Client	6	7	10	7
SAV	7	9	9	9
Hors prix	7	7	10	9
Prix	10	8	10	10
Qualité-prix	10	9	10	10

Source : COE, enquête Compétitivité Hors Prix 2005

Chine

Introduits à nouveau dans l'enquête du COE, les biens intermédiaires et d'équipement chinois possèdent la meilleure image-prix, de manière similaire à leur appréciation relative aux biens de consommation. De plus, leur avance sur les autres pays en termes de prix est conséquente, tout spécialement dans le secteur des biens d'équipement.

Mais, dans le même temps, les aspects hors prix des biens chinois sont les moins appréciés de l'ensemble des pays. En particulier, ils souffrent d'un fort déficit de notoriété sur le marché européen où leurs marques ne sont pas assez

reconnues. Les services fournis autour des produits sont moins mal jugés que les critères intrinsèques. La qualité des biens d'équipement mécanique est notamment perçue de manière très négative.

Par rapport à l'ensemble des produits asiatiques, les biens chinois se différencient en ayant une meilleure image-prix, mais une moins bonne compétitivité hors prix. Au global, leurs ratios qualité-prix sont ainsi identiques, évalués de manière positive par les importateurs européens. Le ratio chinois est meilleur dans le secteur des biens intermédiaires alors que dans les biens d'équipement, l'inverse prévaut.

	Biens intermédiaires	Equipement mécanique	Equipement électrique	Global
Qualité	8	10	9	10
Ergonomie-Design	9	10	10	10
Innovation	10	10	9	10
Notoriété	10	9	10	10
Délais	9	8	5	9
Service Commercial	10	10	8	10
Service Client	9	10	6	10
SAV	10	10	10	10
Hors prix	10	10	9	10
Prix	1	1	1	1
Qualité-prix	2	5	6	4

Source : COE, enquête Compétitivité Hors Prix 2005

ANNEXES

Annexe 1 : Note Méthodologique

Les importateurs de chacun des six marchés européens émettent une opinion sur les produits en provenance de cinq pays européens (Allemagne, France, Italie, Royaume-Uni et Espagne), de l'Asie émergente (depuis 1998) et du Japon et des Etats-Unis (depuis 2000). Les produits en provenance des pays d'Europe centrale et orientale (PECO) ont été introduits en 2002 dans l'enquête et, en 2004, les biens en provenance de Chine ont remplacé les produits belges.

Pour chacun des sept critères hors prix, pour le ratio qualité-prix et pour les prix, ces importateurs évaluent si les produits du pays considéré sont placés :

au-dessus de la moyenne du marché (note=3)

dans la moyenne du marché (note=2)

au-dessous de la moyenne du marché (note=1).

Certains importateurs n'ayant pas exprimé leur opinion sur tous les pays d'origine possibles, ceci engendre des observations manquantes, que l'on gère de la manière suivante : lorsque un individu interrogé sur un pays omet de noter au moins trois critères sur les neuf possibles, alors son observation n'est pas retenue (observation manquante) ; en revanche, s'il omet de noter moins de deux critères, on affecte alors comme note à ce critère la moyenne des notes obtenues pour ce critère.

Pour chacun des critères, on obtient ainsi une proportion de notes égales à 1, 2 et 3. Dans la plupart des cas, l'histogramme obtenu

présente une proportion de notes égales à 2 supérieure aux autres, ainsi qu'une symétrie par rapport à cette valeur centrale ; ceci lui confère l'allure d'une densité de distribution issue de la loi Normale. On décide alors d'ajuster une loi Normale centrée à la distribution empirique des notes. L'algorithme de Blom (1958) permet de calculer une approximation de l'espérance des statistiques d'ordre pour cette loi Normale, appelés aussi les scores normaux. Pour chaque critère, les scores normaux sont donc tous centrés et de variance quasiment identique (de l'ordre de 0.8), ce qui permet une comparaison aisée des différents critères.

Une analyse en composantes principales indique que plus de la moitié de la variance sur les scores normaux des critères hors prix peut être expliquée par un seul facteur synthétique, ce qui signifie que ces critères sont corrélés entre eux. Plus précisément, on distingue deux groupes de critères présentant une corrélation intra élevée : la notoriété et les caractéristiques intrinsèques aux produits, d'une part, et les critères de performance des réseaux de distribution, d'autre part. Ceci justifie la création d'une variable synthétique, nommée Hors Prix, qui résume l'information disponible sur l'ensemble des aspects hors prix. Cette variable est une moyenne pondérée des critères hors prix. Les poids des différents critères sont calculés à l'aide des résultats d'une question de l'enquête qui traduit l'importance que les importateurs accordent aux différents critères dans l'acte d'achat.

Annexe 2 : Graphiques

**Figure 5- Biens intermédiaires:
Scores obtenus par les 10 pays, pour chacun des critères**

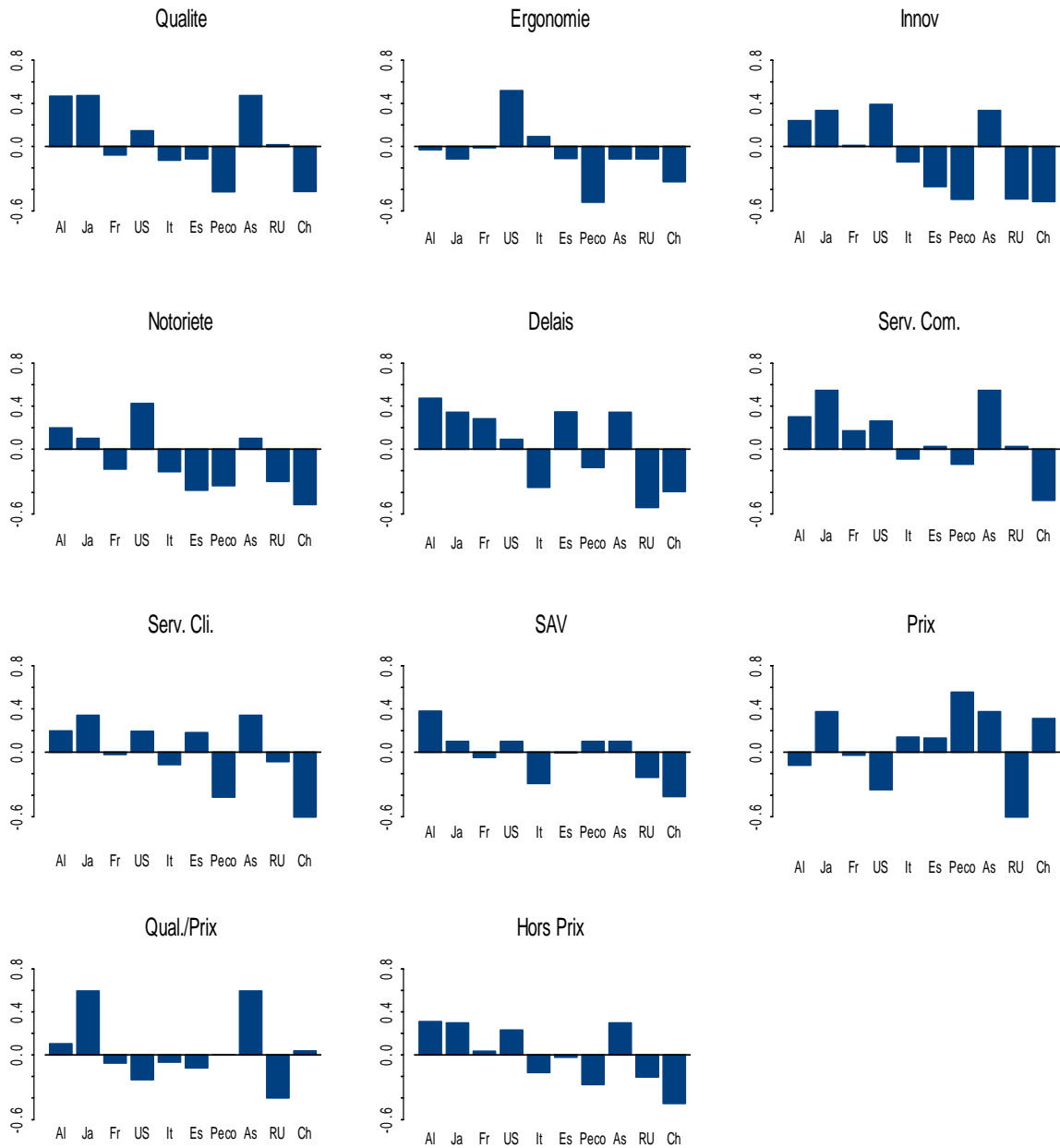
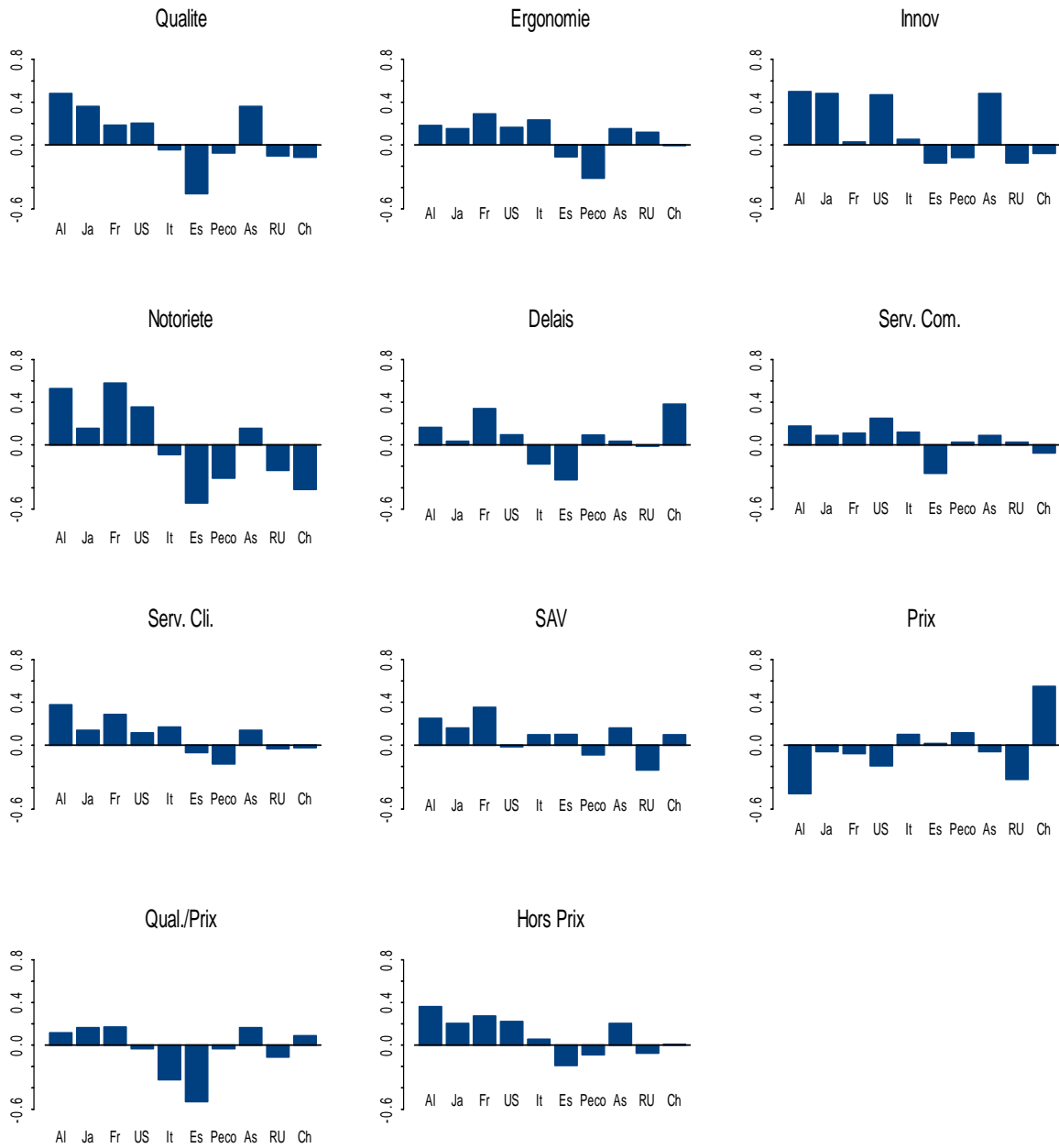


Figure 6 – Biens d'équipement mécanique :
Scores obtenus par les 10 pays, pour chacun des critères



**Figure 7 – Biens d'équipement électrique :
Scores obtenus par les 10 pays, pour chacun des critères**

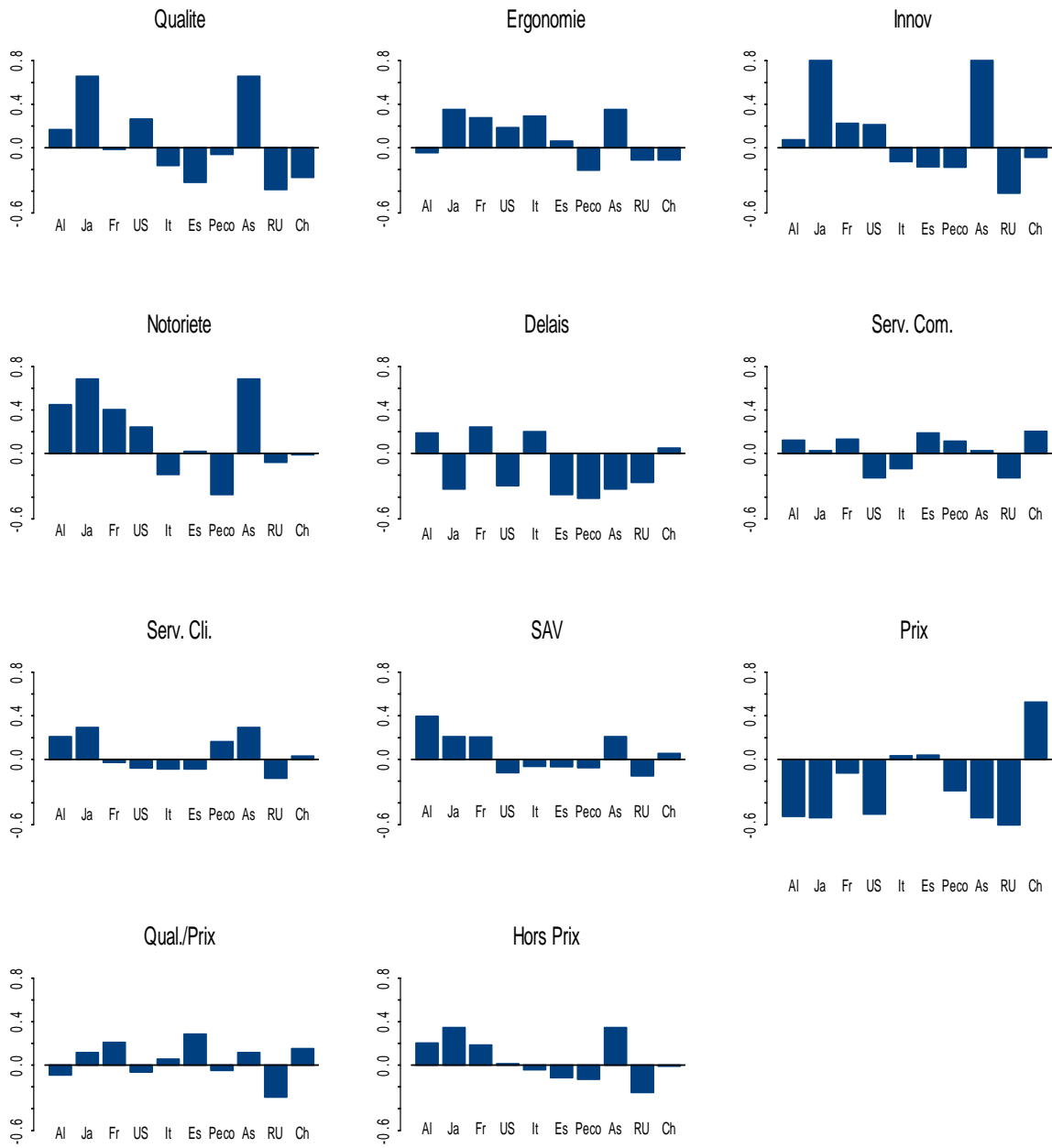


Figure 8 - Qualité :
Evolution des scores entre 2001 et 2005, pour chacun des pays

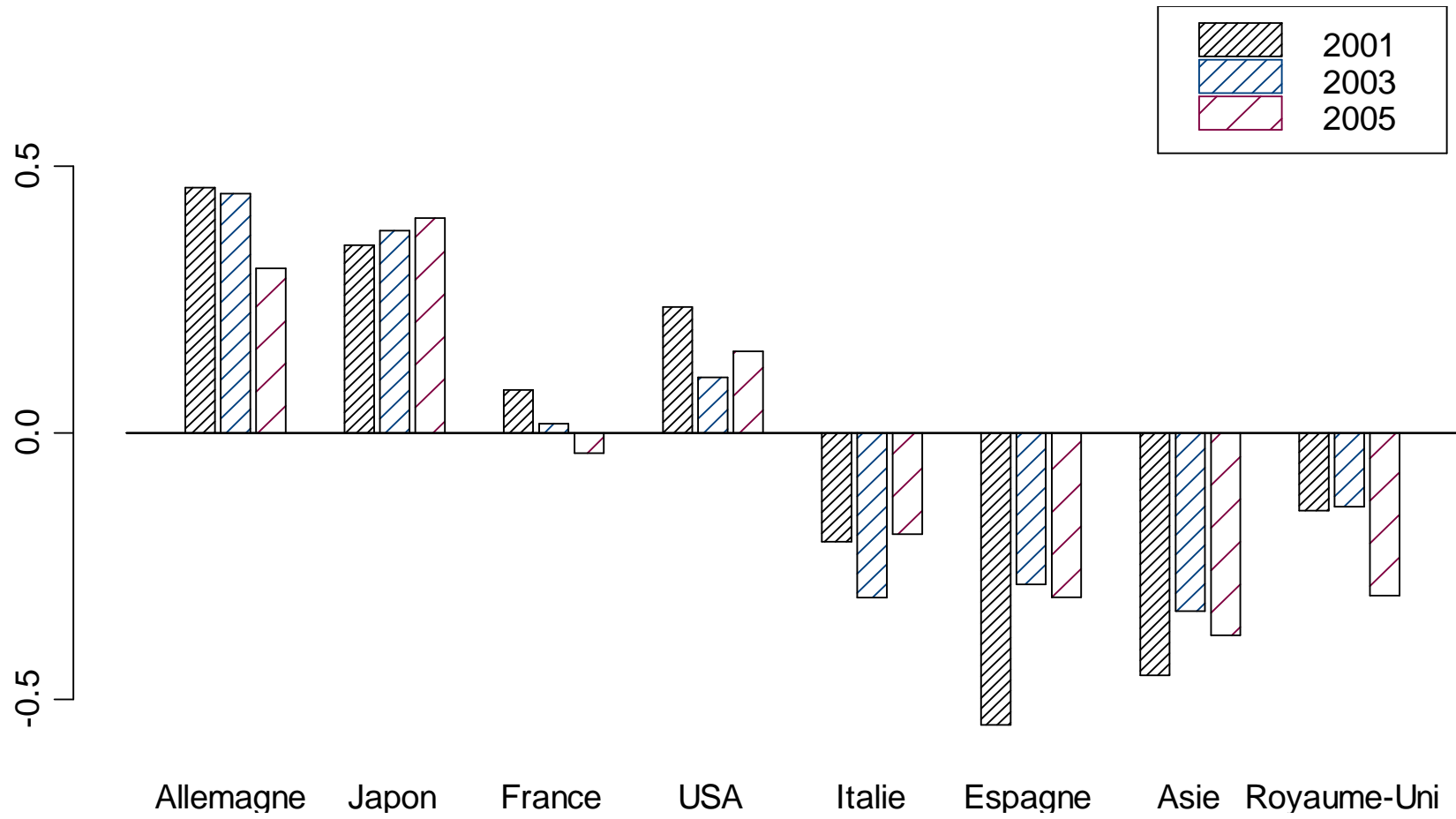


Figure 9 – Design :
Evolution des scores entre 2001 et 2005, pour chacun des pays

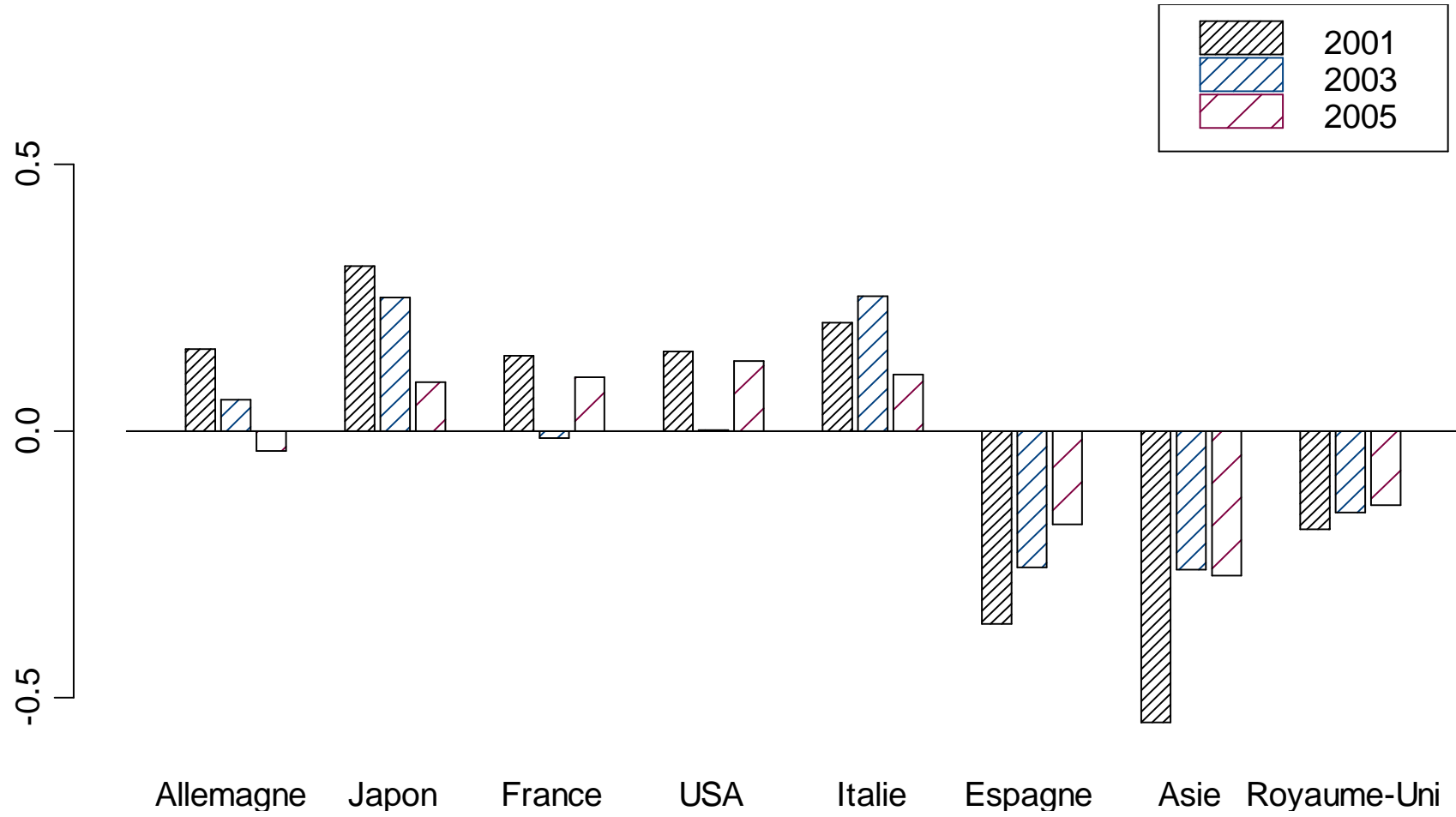


Figure 10 - Innovation :
Evolution des scores entre 2001 et 2005, pour chacun des pays

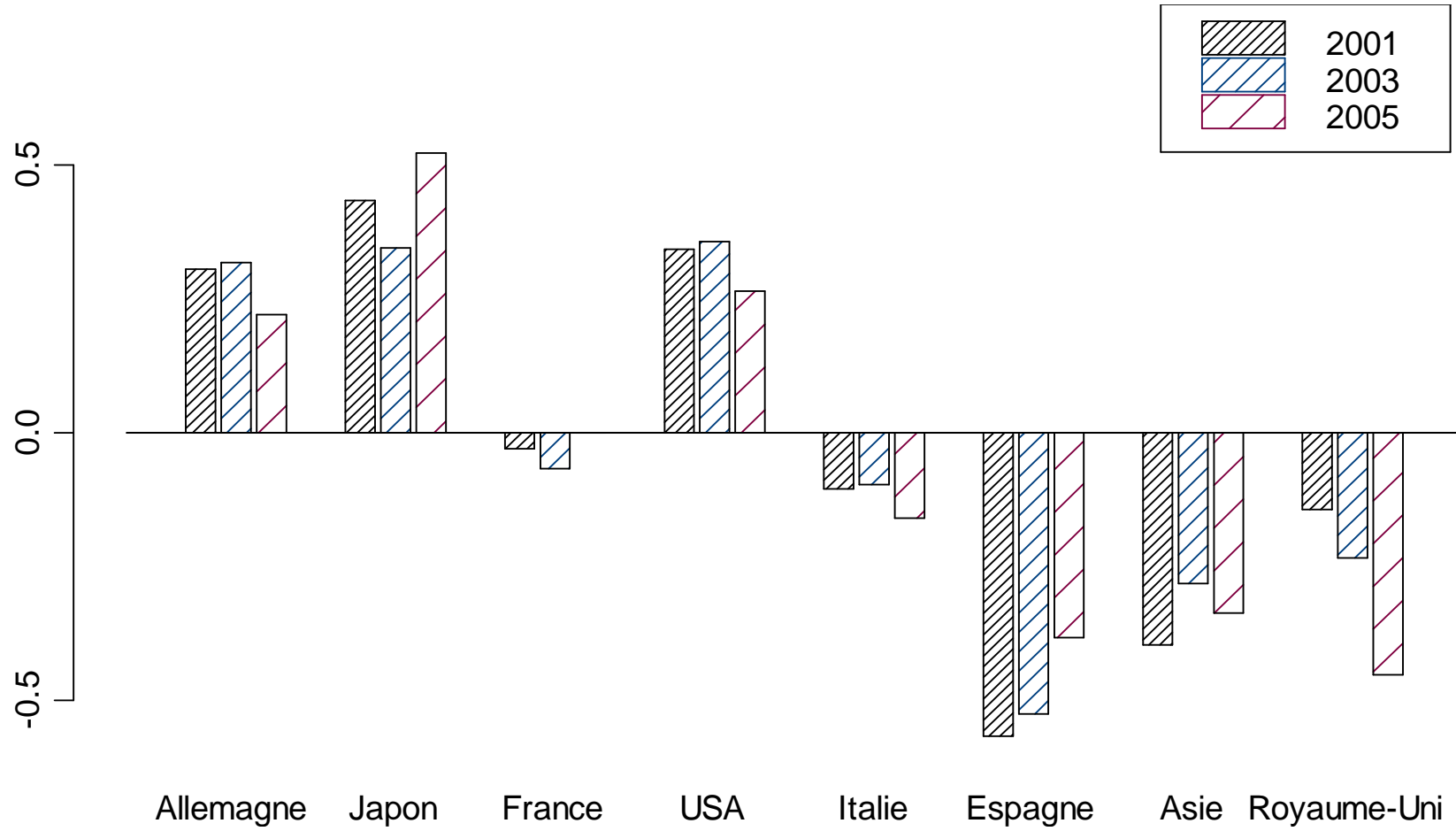


Figure 11 - Notoriété :
Evolution des scores entre 2001 et 2005, pour chacun des pays

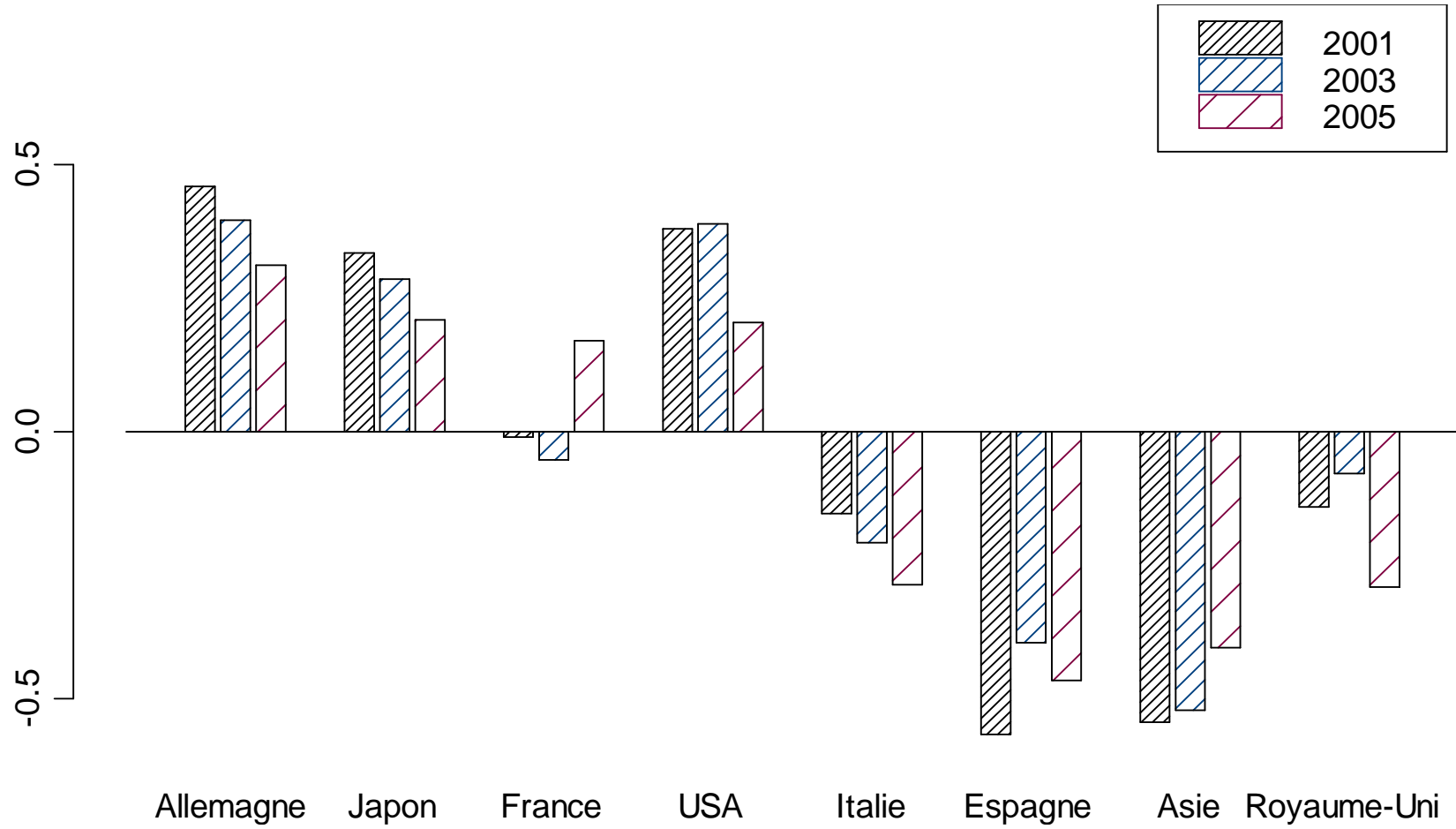


Figure 12 - Délais de livraison :
Evolution des scores entre 2001 et 2005, pour chacun des pays

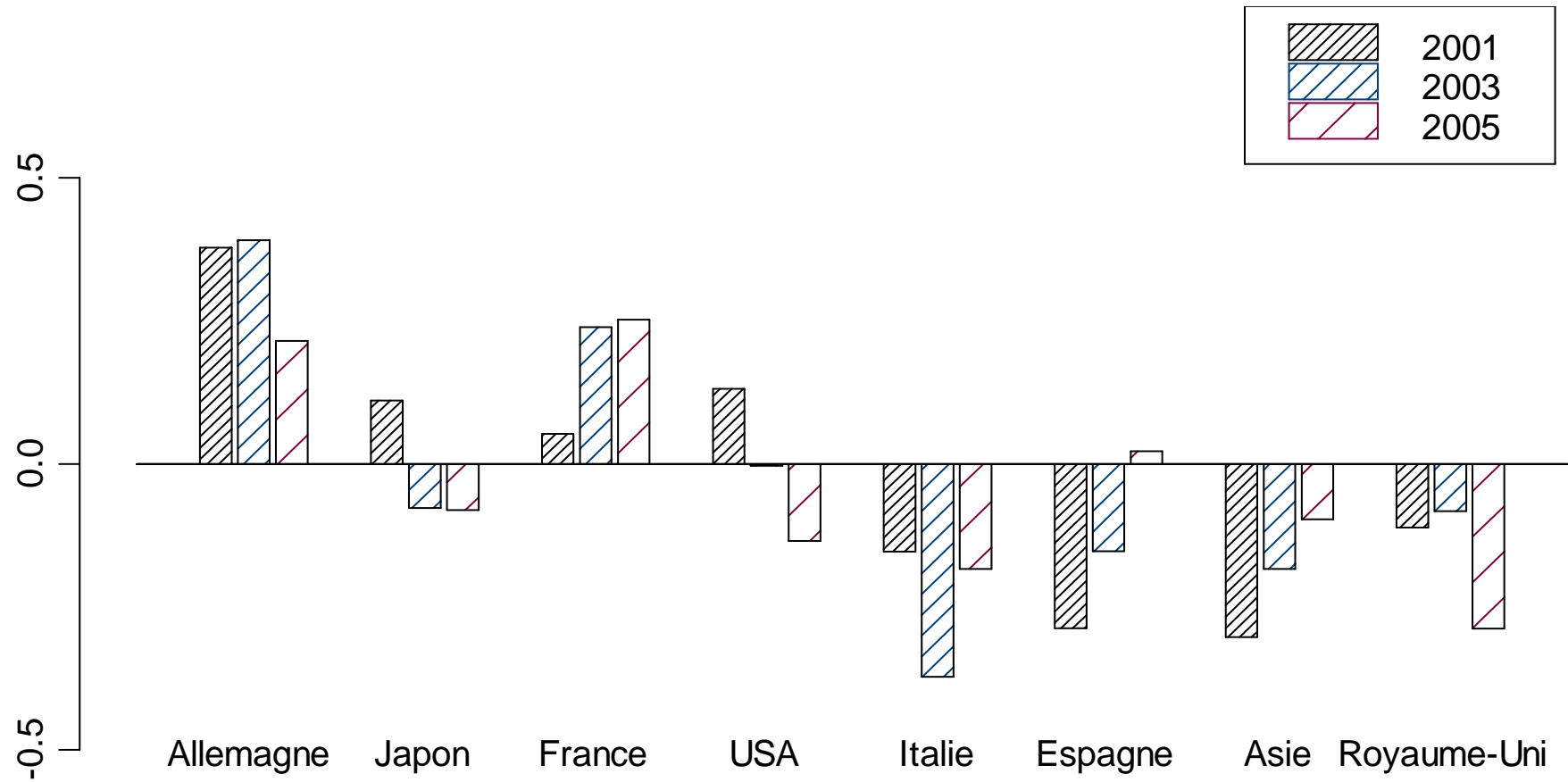


Figure 13 -Service Commercial :
Evolution des scores entre 2001 et 2005, pour chacun des pays

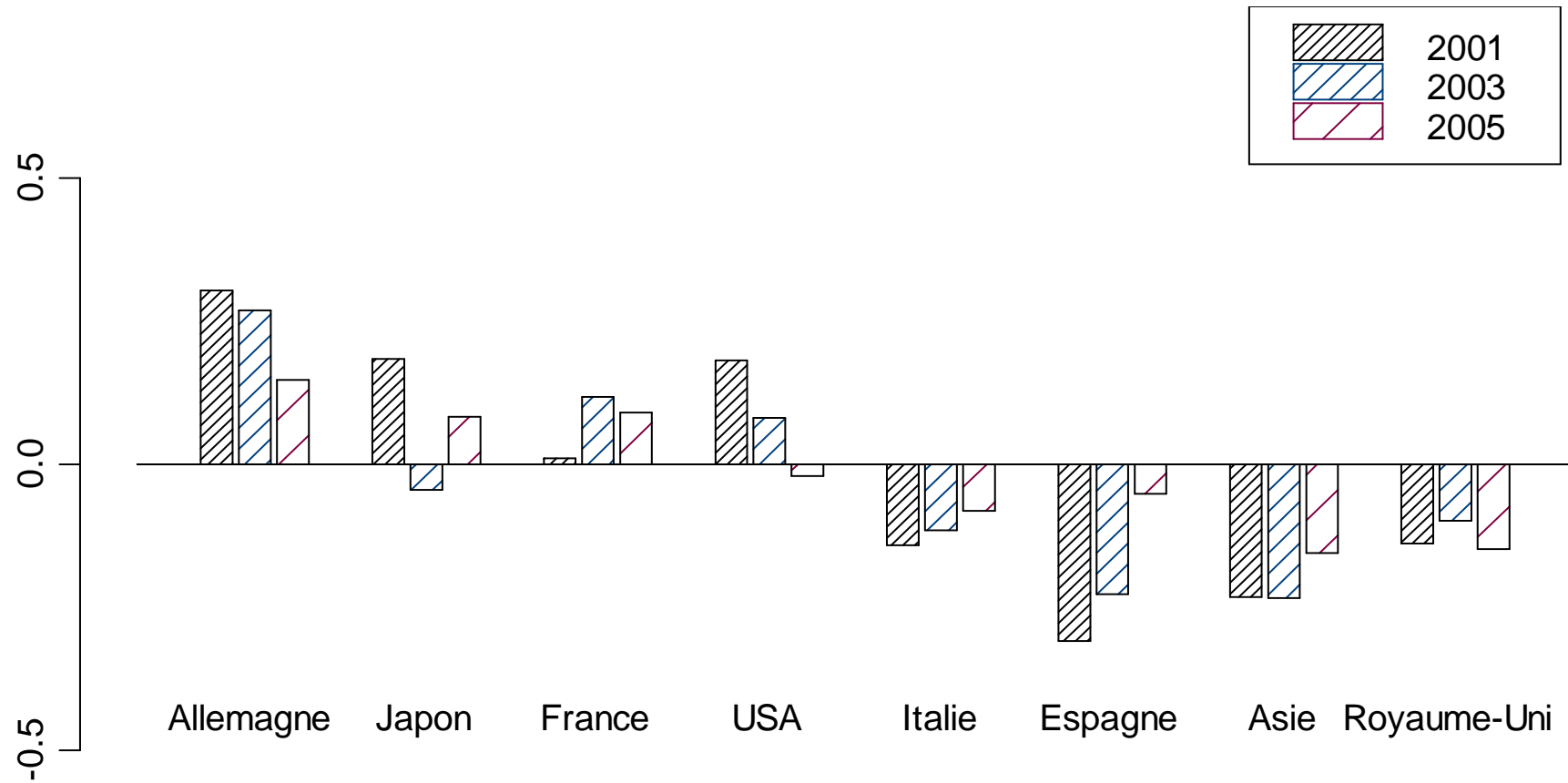


Figure 14 – Service Client :
Evolution des scores entre 2001 et 2005, pour chacun des pays

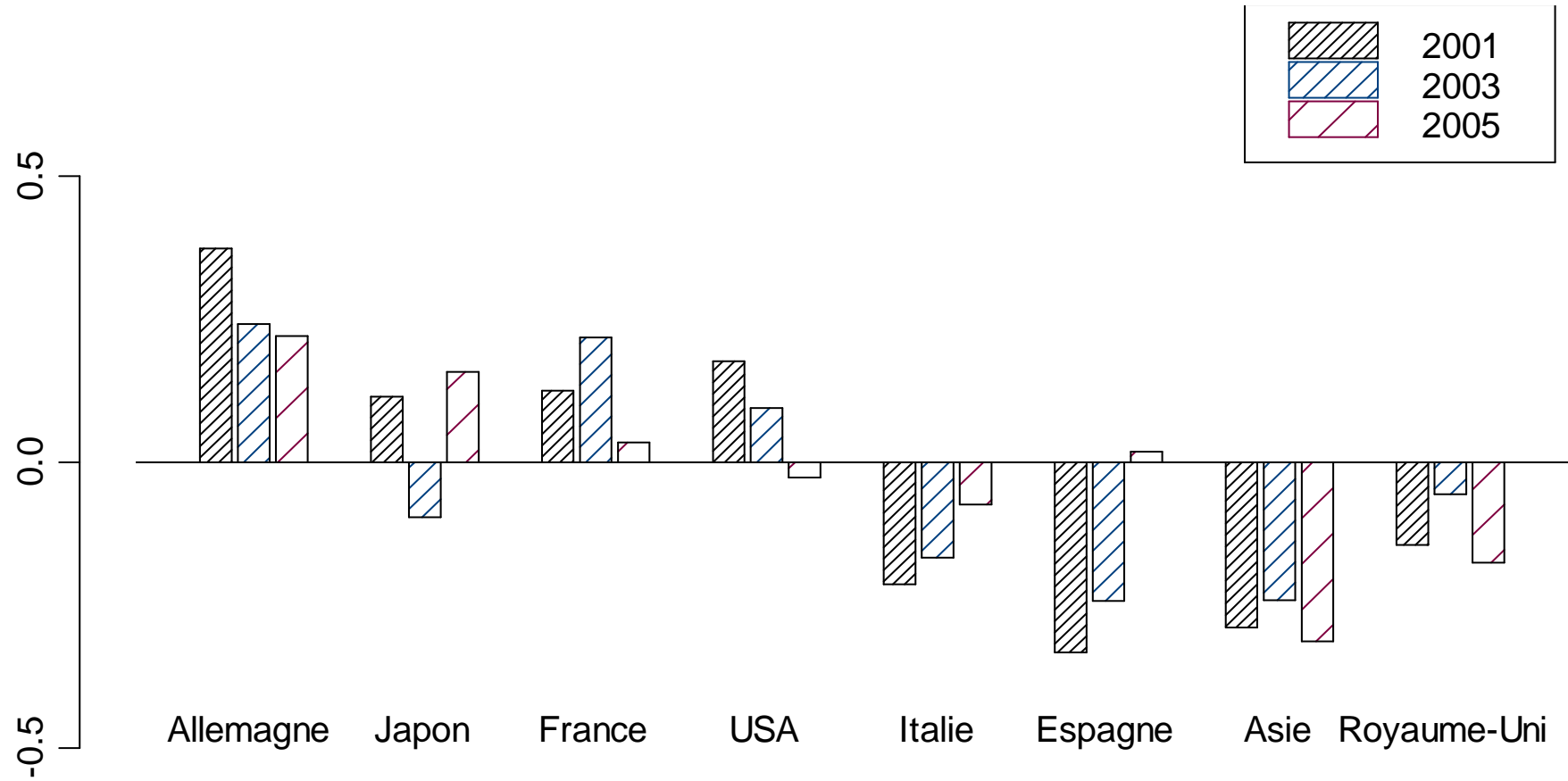


Figure 15 – SAV :
Evolution des scores entre 2001 et 2005, pour chacun des pays

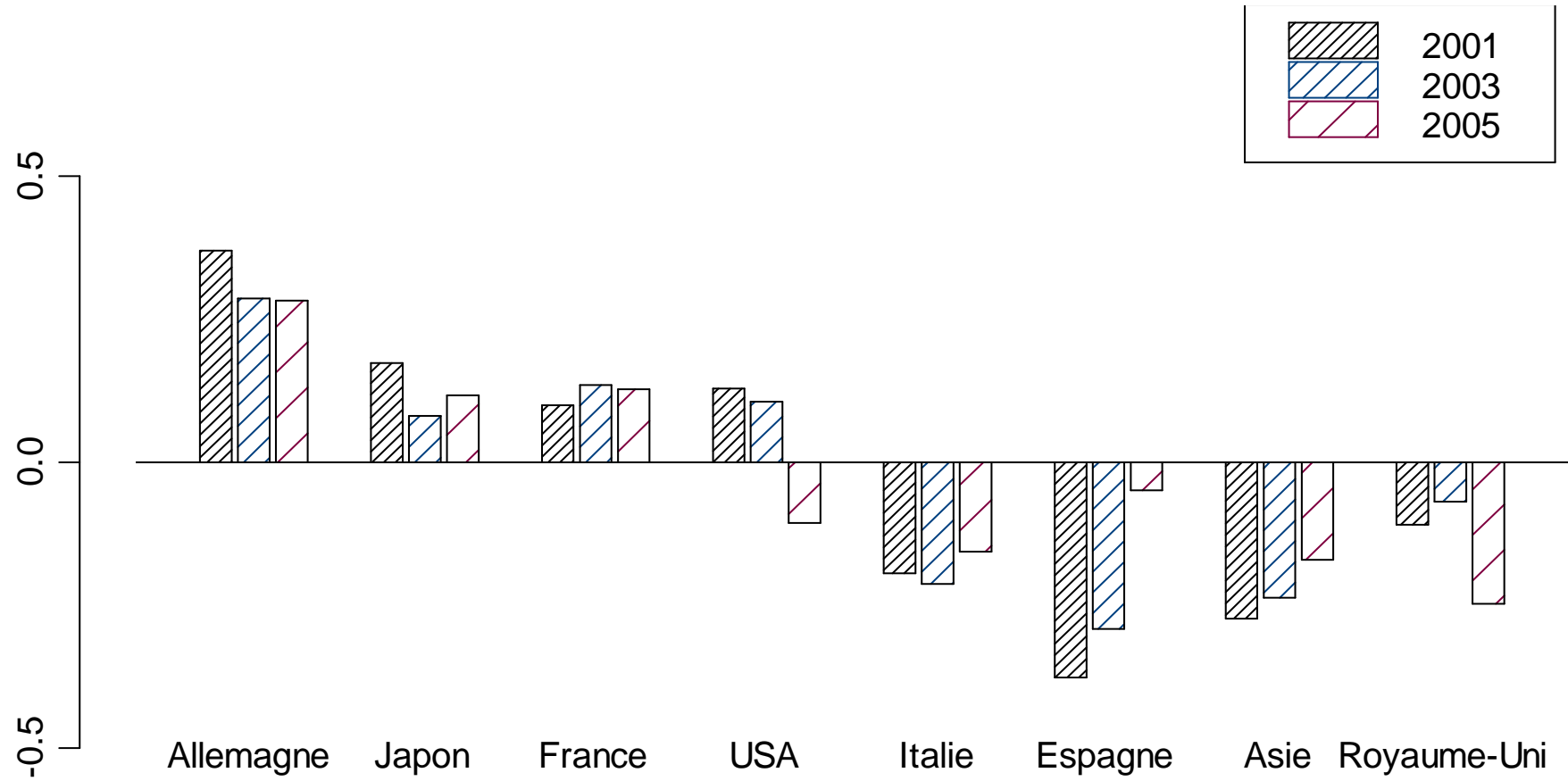


Figure 16 - Prix :
Evolution des scores entre 2001 et 2005, pour chacun des pays

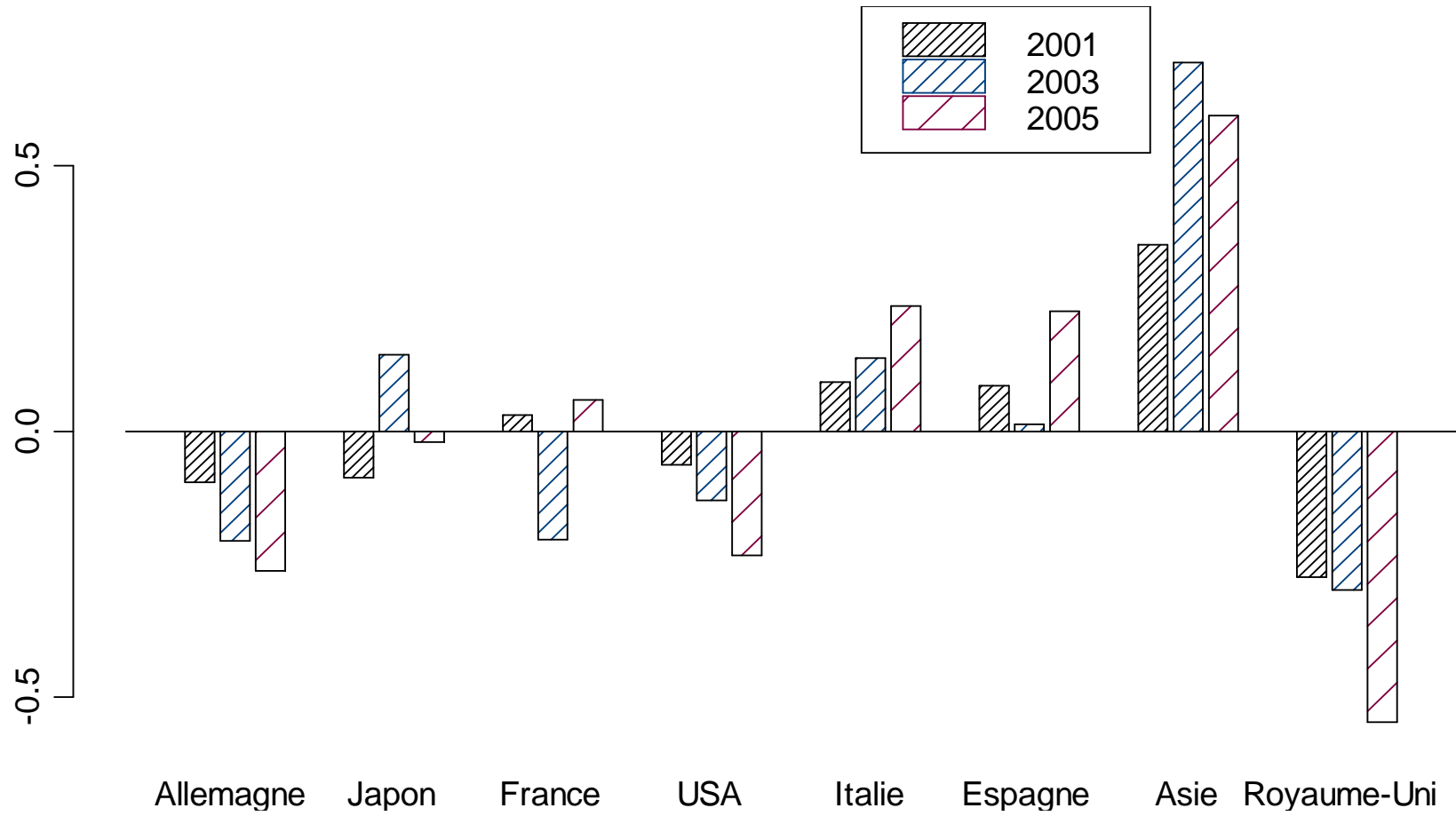


Figure 17 - Qualité-Prix :
Evolution des scores entre 2001 et 2005, pour chacun des pays

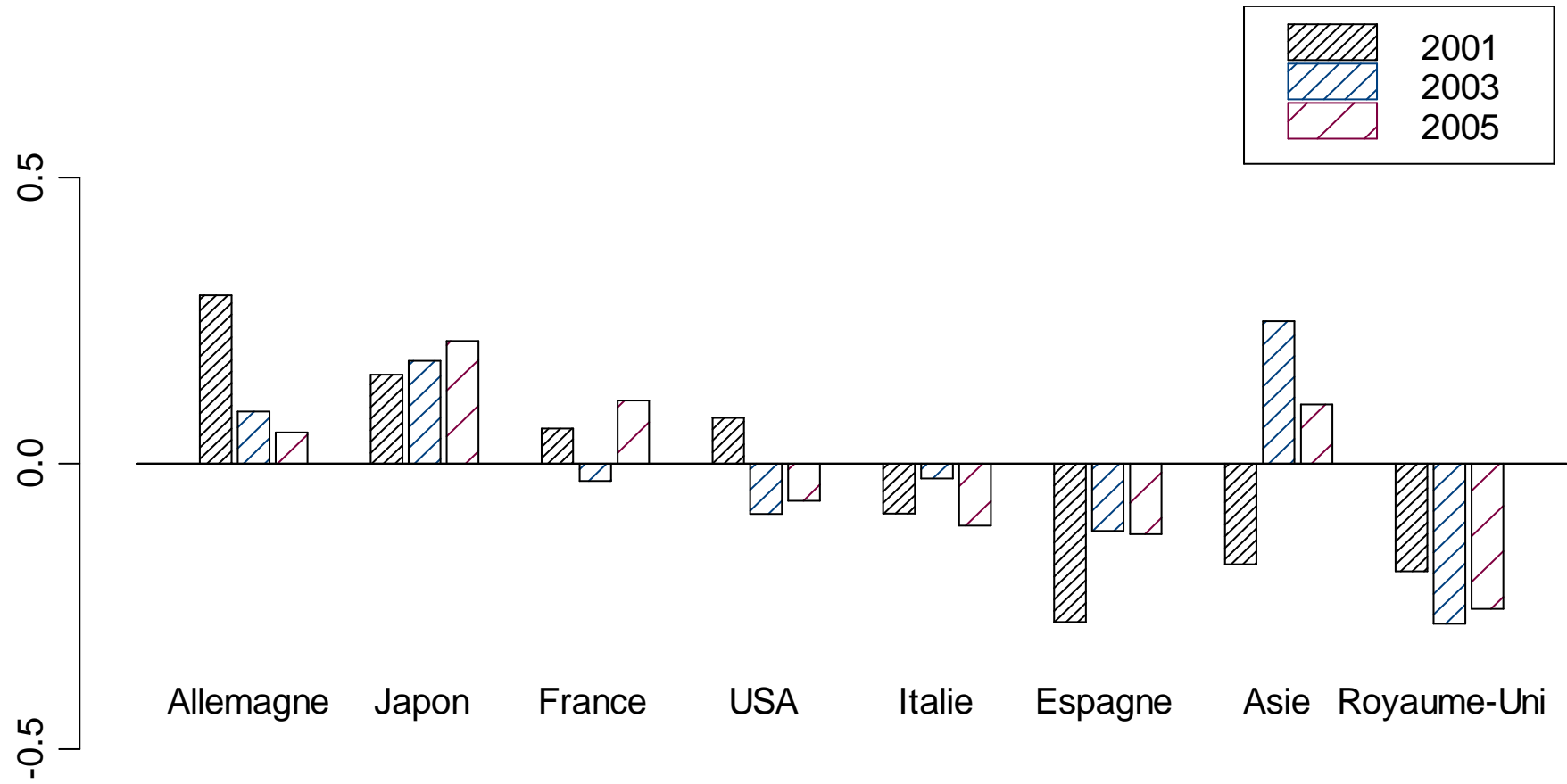


Figure 18 - Hors Prix :
Evolution des scores entre 2001 et 2005, pour chacun des pays

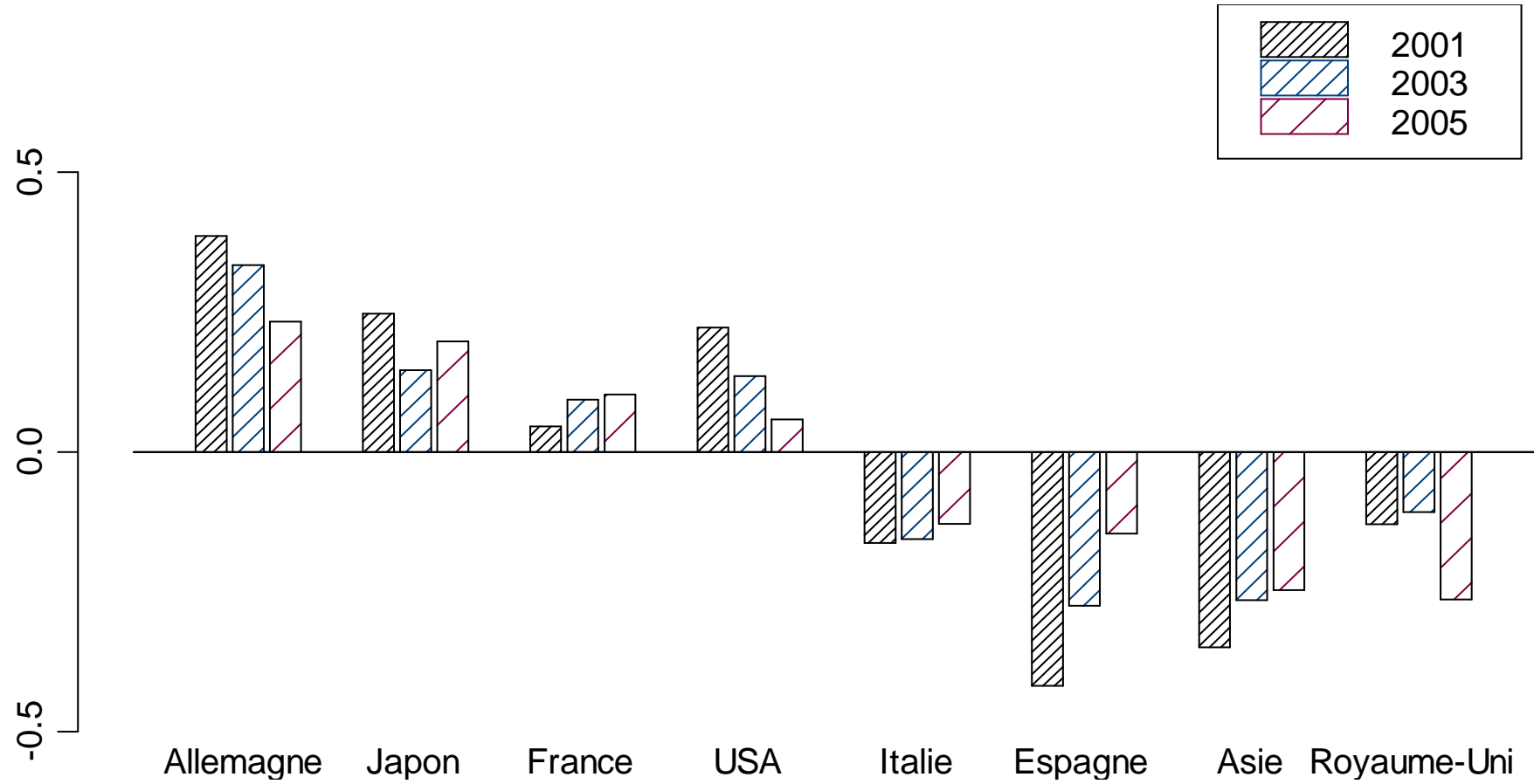


Figure 19 – Biens intermédiaires :
Evolution des scores pour les critères Prix et Hors prix entre 2001 et 2005, pour chacun des pays

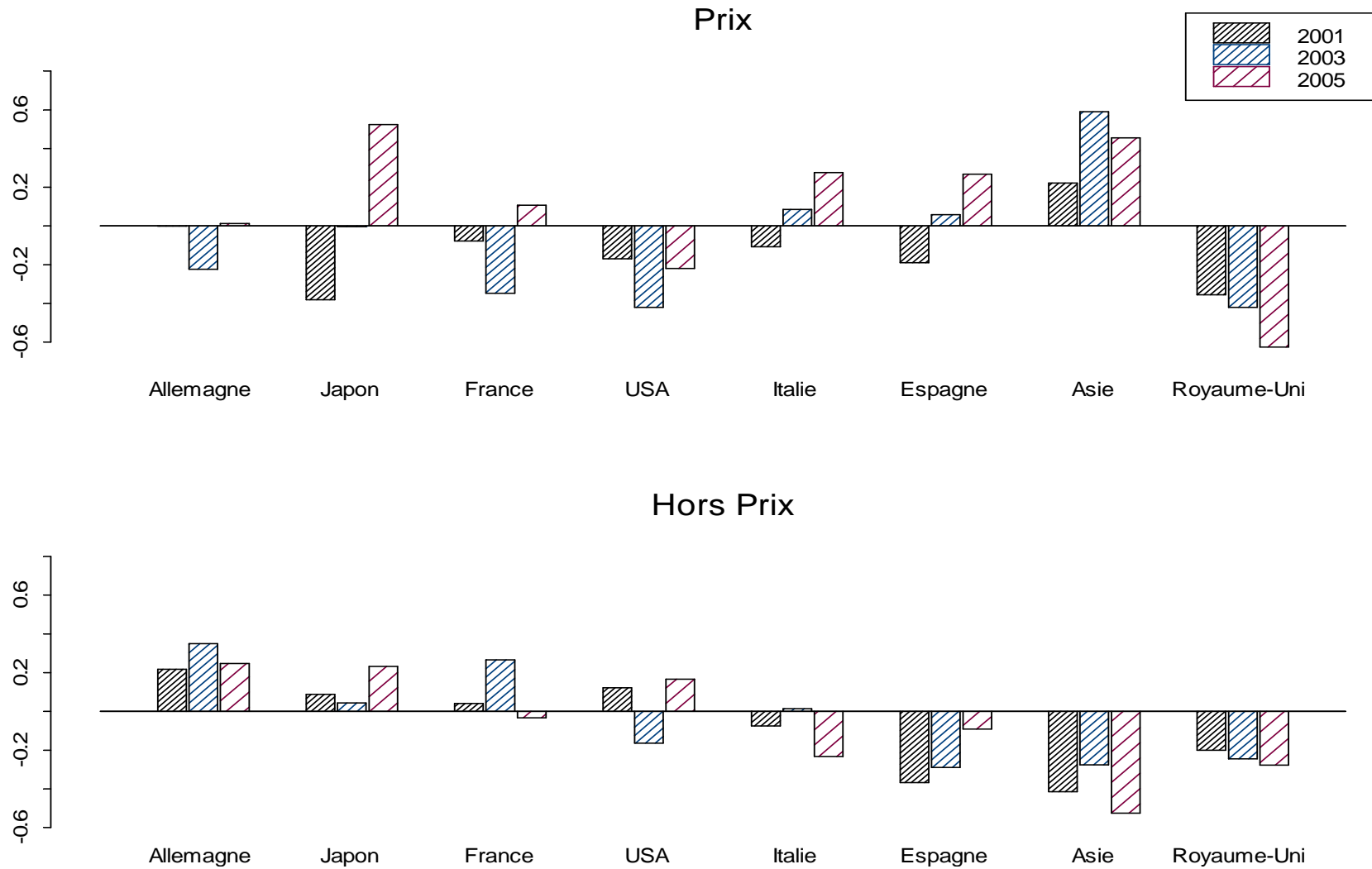


Figure 20 – Biens d'équipement mécanique:
Evolution des scores pour les critères Prix et Hors prix entre 2001 et 2005, pour chacun des pays

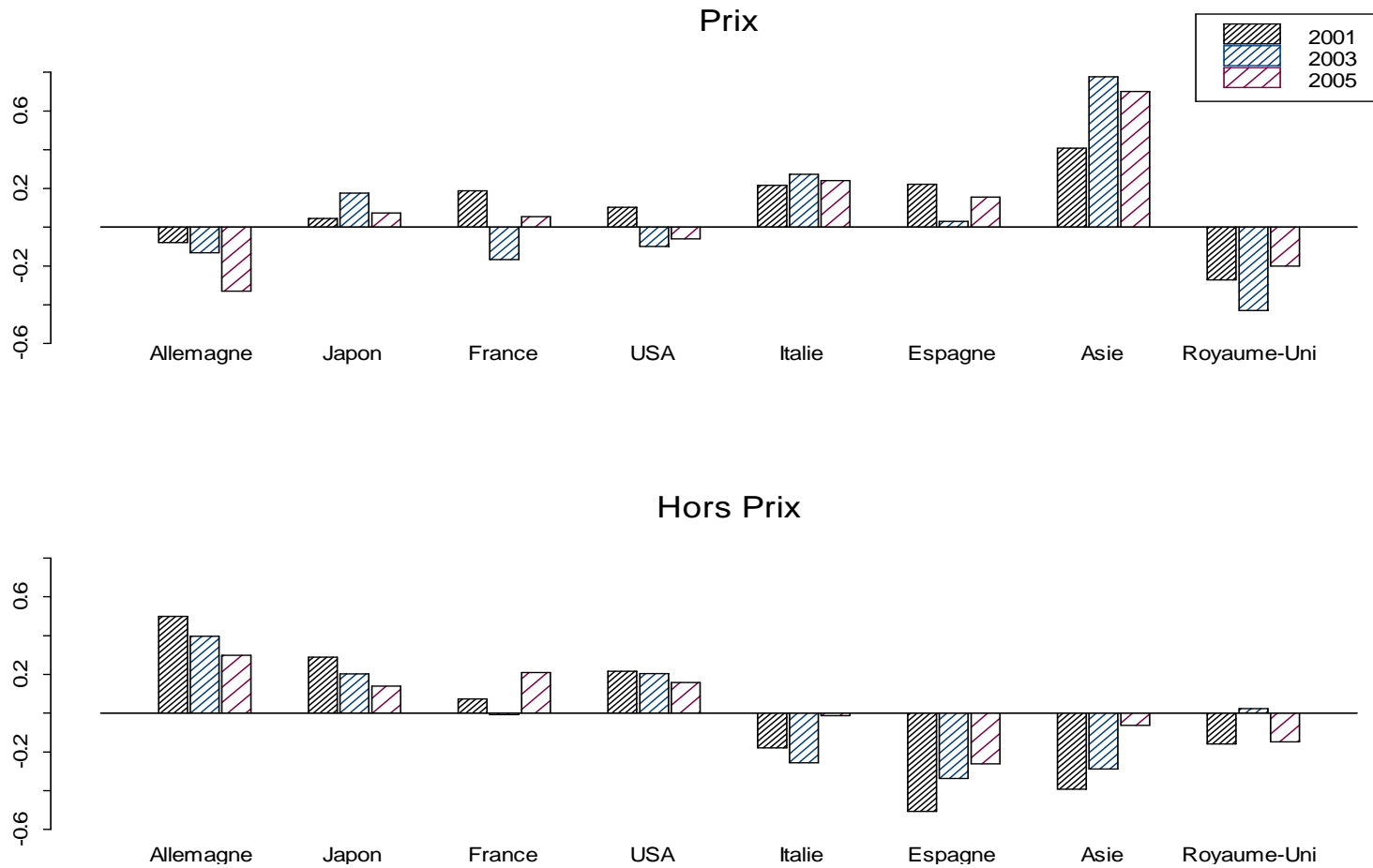
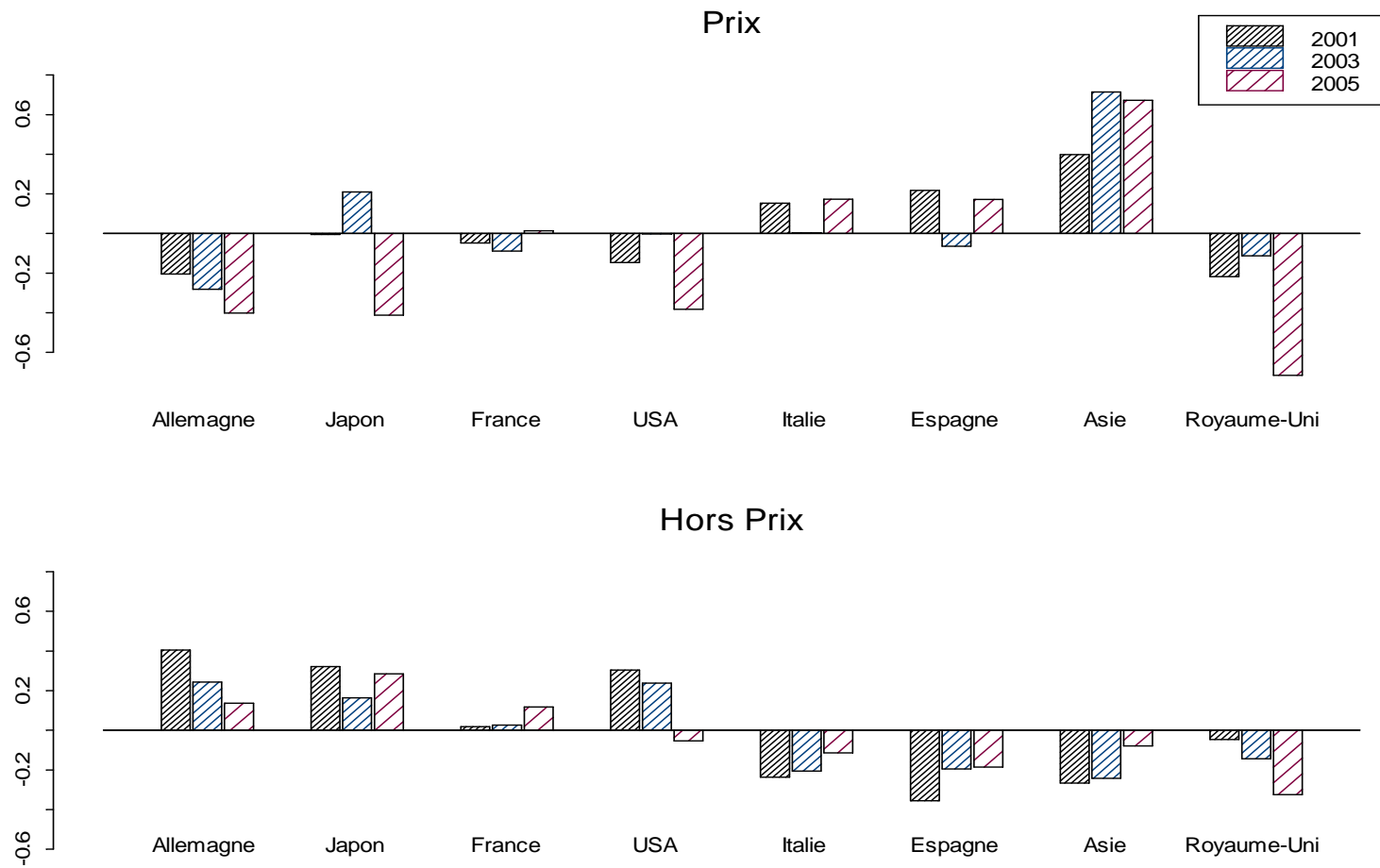


Figure 21 – Biens d'équipement électrique et électronique :
Evolution des scores pour les critères Prix et Hors prix entre 2001 et 2005, pour chacun des pays



Liste des 10 derniers Documents de Travail publiés par le Centre d'Observation Economique

N°72 - Juin 2006 DT 02/06	Un nouvel indicateur d'entrée et sortie de récession pour la Zone Euro par Laurent FERRARA
N°71 - Mai 2006 DT 01/06	World Trade in 2006 and 2007 par Alain HENRIOT
N°70 - Juin 2005 DT 03/05	Compétitivité hors prix des biens de consommation sur le marché européen en 2004 par Laurent FERRARA
N°69 - Avril 2005 DT 02/05	Le difficile retour en emploi des seniors par Pierre CAHUC
N°68 - Avril 2005 DT 01/05	Labour Productivity in France: Recent Trends and Expectations par Carole DENEUVE et Alain HENRIOT
N°67 - Octobre 2004 DT 02/04	L'objectif de Barcelone, 3 % du PIB pour l'effort de recherche en Europe : quelles conséquences pour la France ?
N°66 - Juillet 2004 DT 07/03	L'image des biens intermédiaires et d'équipement sur le marché européen en 2003 par Laurent FERRARA
N°65 - Novembre 2003 DT 06/03	Le syndrome japonais est-il transmissible aux Etats-Unis et à l'Europe ? par Thierry COVILLE
N°64 - Juillet 2003 DT 05/03	L'image des biens de consommation sur le marché européen en 2002 par Laurent FERRARA
N° 63 - Juin 2003 DT 03/03	Pour une meilleure protection de l'emploi par Pierre CAHUC

