

Résultats de l'enquête Coe-Rexecode 2009 sur l'appréciation du rapport qualité-prix des produits français par les importateurs européens (biens intermédiaires et d'équipement)

Coe-Rexecode réalise chaque année une enquête sur l'appréciation par les importateurs européens de l'image prix et hors-prix des produits importés. L'enquête menée en 2009 a porté sur l'image des biens intermédiaires et d'équipement. Elle montre un léger recul de l'image prix et hors prix des biens français par rapport aux résultats de l'enquête réalisée en 2007 sur ces mêmes produits. Au total, le rapport qualité – prix des produits français recule à la cinquième place sur les dix origines géographiques couvertes par l'enquête. Mais la quasi stabilité globale des scores sur l'ensemble (biens intermédiaires et biens d'équipement) cache en fait des disparités d'évolution par sous-catégorie de produits.

Les biens intermédiaires français occupent la troisième place pour les critères de qualité, les services et les délais de livraison. Mais ils se laissent distancer par les produits italiens en ce qui concerne le contenu en innovation et surtout le design-ergonomie. Sur le critère de la variété des fournisseurs, les produits français sont parmi les moins bien placés. Au total, en termes de rapport qualité-prix, ils perdent leur quatrième place au profit des pays asiatiques hors Japon et hors Chine. Ils sont pénalisés par des prix relatifs qui s'alourdissent.

Dans le secteur des biens d'équipement mécaniques, l'appréciation du critère hors prix s'améliore. En particulier, on notera l'amélioration sur le critère « contenu en innovation » pour lequel les produits français n'occupent toutefois que le quatrième rang. En termes de rapport qualité-prix, ils sont pratiquement à égalité avec les produits américains et italiens derrière les produits dominants sur ce secteur : allemands et japonais.

Dans le secteur des biens électriques et électroniques, les produits français voient leur image régresser par rapport à l'enquête 2007, passant du deuxième rang au quatrième rang, dépassés par les produits japonais et américains. Ils perdent leur première place pour la qualité et le service client pour se retrouver au quatrième rang, à égalité avec les produits italiens. Concernant les prix, l'image se détériore pour se retrouver au dernier rang à égalité avec les produits britanniques. De ce fait, le rapport qualité-prix régresse de la deuxième à la cinquième place. Les produits électriques et électroniques français sont dépassés par les produits américains et japonais mais aussi par les produits italiens

Depuis le début des années 1990, Coe-Rexecode réalise chaque année une enquête sur l'image en termes de prix et d'aspects hors prix des biens importés sur le marché européen. La dernière enquête menée en septembre 2009 portait sur les biens intermédiaires et d'équipement, regroupés en trois catégories différentes de produits : biens intermédiaires, biens d'équipement mécaniques et biens d'équipement électriques et électroniques. Ce sont 366 importateurs de six grands pays européens qui ont été interrogés sur l'image qu'ils ont des produits en provenance des principaux pays européens, des pays d'Europe centrale et orientale (PECO), des Etats-Unis, du Japon, et des pays d'Asie hors Japon et hors Chine, et de la Chine. Une distinction a été introduite lors de cette enquête concernant les produits chinois. Les produits chinois sont distingués selon qu'ils sont produits par des filiales de groupes étrangers implantés en Chine ou par des entreprises strictement chinoises. L'annexe 1 présente les objectifs de cette nouveauté dans l'enquête et les premiers résultats pour 2009.

Au total, l'enquête permet d'apprécier l'image des produits identifiés selon dix provenances différentes. Nous présentons ici les premiers résultats concernant l'image de l'ensemble des produits, et plus particulièrement des produits français sur le marché européen. Ces derniers occupent globalement le cinquième rang en matière de rapport qualité-prix, rétrogradant d'une place par rapport à l'enquête précédente de 2007¹.

Objectif de l'enquête « image des produits importés »

Lorsqu'on analyse l'évolution à court terme des parts de marché d'un pays, le facteur explicatif le plus souvent évoqué est la compétitivité-prix. On dira qu'un pays est compétitif en termes de prix s'il est capable de proposer sur les marchés extérieurs des produits similaires à ceux de ses concurrents

mais à des prix inférieurs. Cette compétitivité-prix des exportations dépend principalement des coûts de production, de la productivité (à travers les coûts salariaux unitaires) mais aussi du taux de change et du comportement de marge des entrepreneurs. Si la compétitivité-prix mesure la faculté à conquérir des parts de marché en offrant des prix plus compétitifs que ceux de ses concurrents, la compétitivité hors prix mesure, quant à elle, la capacité d'un pays à capter la demande étrangère et domestique par d'autres canaux que les prix. Ainsi un pays est considéré comme compétitif sur les aspects hors prix s'il est capable d'imposer ses produits indépendamment de leur prix.

Ainsi, les efforts en termes de qualité, de contenu en innovation technologique, d'ergonomie ou de design des produits permettent à une entreprise de gagner des parts de marché. D'autres critères hors prix davantage liés à l'entreprise qu'aux produits eux-mêmes, tels que la notoriété de la marque, les délais de livraison ou la performance des réseaux de distribution (efficacité des services commerciaux, du service après-vente) constituent aussi des facteurs importants dans la compétition internationale. Les critères hors prix évoluent plus lentement et sont moins sensibles aux fluctuations conjoncturelles que les prix. Ils sont fonction de déterminants tels que l'effort d'investissement matériel (augmentation et amélioration des capacités de production) et immatériel (formation, marketing, logiciels, recherche et développement) ainsi que de l'efficacité de l'organisation du travail et de la production.

La compétitivité hors prix constitue un élément important de discrimination des produits des entreprises européennes face aux biens en provenance de pays à bas coûts de main-d'œuvre, possédant donc une forte compétitivité-prix. De plus, l'amélioration de la compétitivité hors prix joue également un rôle d'amortisseur lors de chocs monétaires, permettant de maintenir les parts de marché à l'exportation.

¹ D'après l'enquête 2008, ils étaient au deuxième rang en ce qui concerne les biens de consommation. Voir « La compétitivité française en 2008 », Document de Travail n°6, janvier 2009.

L'importance des critères

Les critères de l'enquête image sont souvent des critères qualitatifs. Il est donc intéressant de connaître l'importance relative que leur accordent les importateurs interrogés. L'importance d'un critère est estimée par le pourcentage d'importateurs qui ont répondu que ce critère était « très important » ou « assez important » parmi les cinq modalités possibles de réponse.

Sur l'ensemble des cinq enquêtes menées depuis 2001, l'appréciation de l'importance des critères est relativement stable avec une domination constante des critères de qualité et du rapport qualité/prix sur les autres critères, rejoints cette année par les délais de livraison (on avait observé le même phénomène l'an passé sur les biens de consommation). Concernant le nouveau critère de variété introduit l'an passé avec l'enquête sur les biens de consommation, le résultat apparaît décevant puisque la note moyenne de ce critère se situe à la dernière place des notes (56 sur 100) presque à égalité avec le critère d'ergonomie-design (57 sur 100). L'ergonomie-design est donc un des critères jugés moins importants, ce qui n'est pas le cas pour les biens de consommation où ce critère est jugé plus important que la notoriété, la variété de fournisseurs et le contenu en innovation.

Domination de l'effet de gamme dans la compétition internationale

La décision d'un acheteur dans son choix du produit dépend d'un grand nombre de facteurs. Elle dépend à la fois du prix et de la qualité du produit. Il peut ainsi vouloir payer plus cher pour un produit à condition que la qualité de celui-ci soit suffisamment élevée. On peut établir une sorte de fonction d'utilité qui détermine les couples prix-qualité qui lui assurent la même satisfaction (nous qualifierons ces courbes d'indifférence ou d'iso-utilité d'isoquants du rapport qualité-prix, voir le diagramme). On dira alors que les produits ont le même rapport² qualité-prix lorsqu'ils se situent sur une même isoquante de rapport qualité-prix. On observera par ailleurs qu'une montée le long d'une isoquante décrit une apparente montée en gamme du produit. Traditionnellement, les produits allemands sont réputés de haut de gamme car de très bonne qualité mais chers. Par contre, les produits chinois sont réputés bon marché et de basse qualité.

A tout instant, il est possible de comparer les produits exportés par différents pays en fonction de deux paramètres apparemment orthogonaux : le niveau de gamme et le rapport qualité-prix. De ce point de vue, l'enquête de Coe-Rexecode

Importance des critères de l'enquête perçue par les importateurs

(en %)	2001	2003	2005	2007	2009
Qualité	98	99	100	99	99
Rapport qualité-prix	96	97	98	98	97
Délais de livraison	89	92	96	93	97
Prix	89	92	96	93	93
Service	85	84	84	86	85
Innovation	81	75	80	84	80
Notoriété	69	56	64	62	64
Ergonomie-Design	61	59	56	59	57
Variété fournisseur					56

L'importance est estimée par le pourcentage d'importateurs qui ont répondu « très important » ou « assez important » parmi les cinq modalités possibles de réponse.

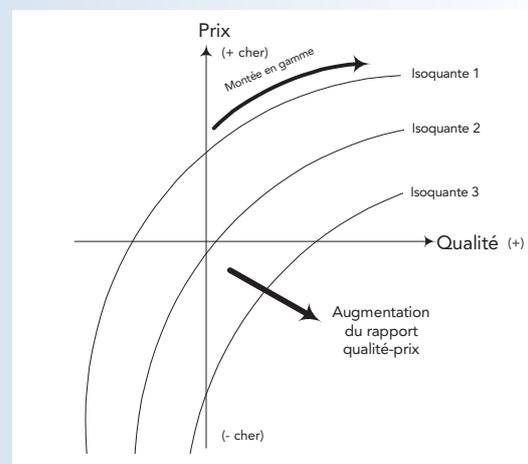
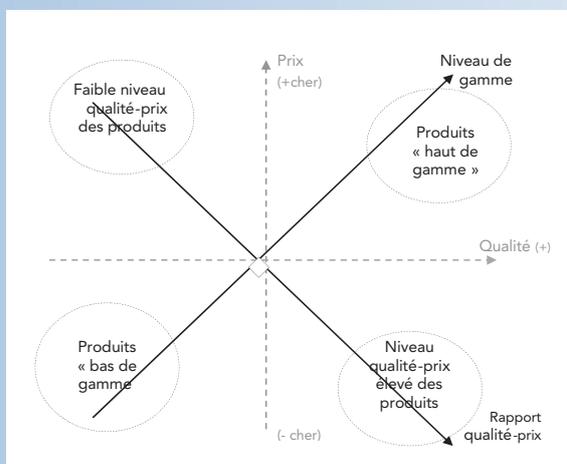
² Le mot rapport, même s'il est communément utilisé, est trompeur car la liaison entre prix et qualité qui assure une même satisfaction n'est certainement pas linéaire. Le terme rapport qualité-prix est aussi trompeur car il peut implicitement représenter la liaison entre le facteur prix et le facteur hors-prix (plus global que le prix).

Méthodologie et clés de lecture de l'enquête « image des produits importés »

Depuis 1990, Coe-Rexecode réalise chaque année une enquête auprès des importateurs de six pays européens (France, Allemagne, Italie, Royaume-Uni, Belgique et, depuis 1996, Espagne) sur l'image relative à la compétitivité des produits importés en termes de prix et de critères hors prix. L'enquête porte alternativement sur les biens de consommation, d'une part (années paires), et les biens intermédiaires et d'équipement, d'autre part (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 PECO a été également recueillie. Depuis 2004, l'image des biens chinois a remplacé celle des biens belges dans l'enquête. Dans l'enquête 2009, les produits chinois ont été scindés en deux groupes : les produits de marque chinoise et ceux de marque étrangère. Les biens considérés dans la présente enquête sur les biens intermédiaires et d'équipement sont regroupés en trois secteurs : biens intermédiaires, biens d'équipement mécaniques et biens d'équipement électriques et électroniques.

Les importateurs évaluent si le produit, pour chaque critère de compétitivité, 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-réduite. On en déduit donc des scores moyens relatifs pour chacun des pays d'origine, sur le critère prix et sur l'ensemble des critères hors prix, en pondérant les critères par l'importance que les importateurs leur attribuent. Par la suite, l'analyse des scores moyens est effectuée pour chacun des pays d'origine considérés, puis pour chacun des secteurs.

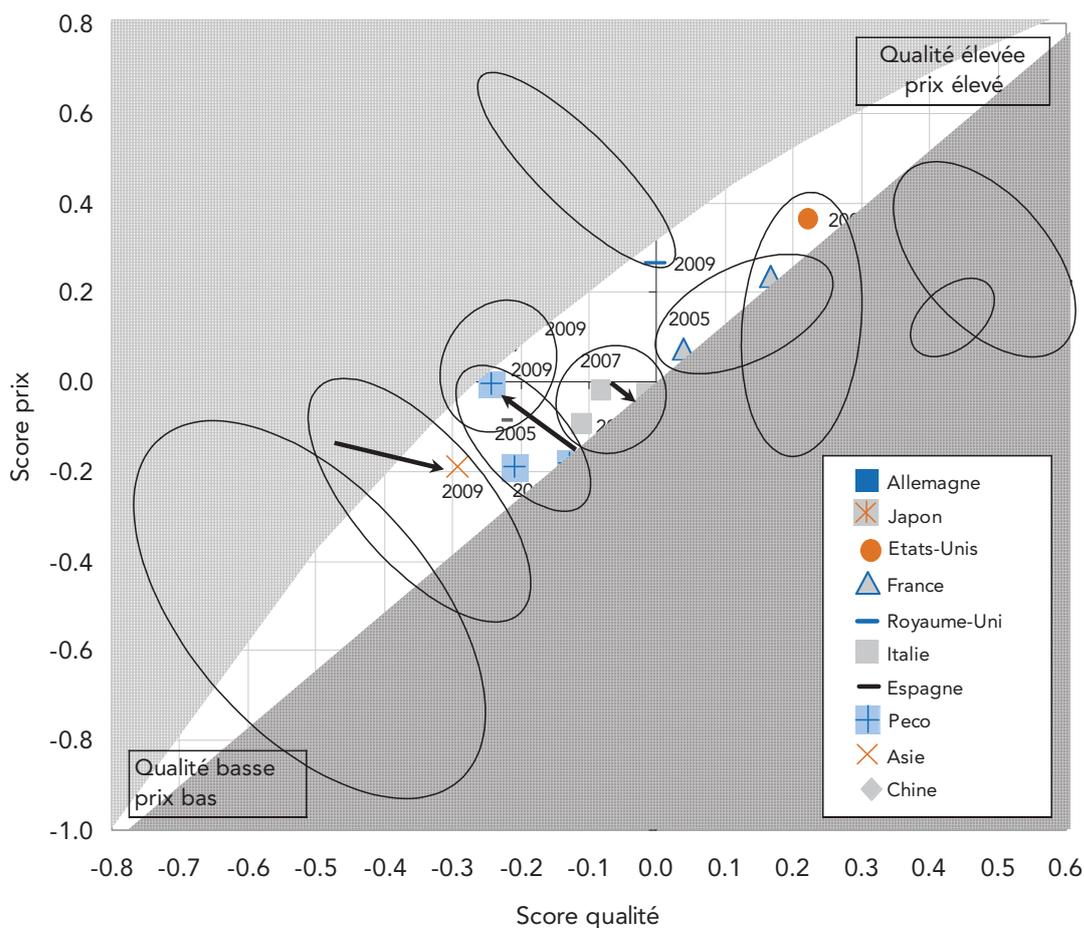
Le diagramme représente graphiquement le positionnement des produits importés suivant leurs scores en termes de qualité (ou éventuellement du critère hors-prix) et en termes de prix relativement aux moyennes constatées. Le long de l'abscisse figure le score relatif de la qualité. Plus la qualité d'un produit est considérée comme importante relativement à celles des autres produits et plus ce produit se situera dans les cadrans Est du diagramme. L'ordonnée indique le score prix relatif du produit. Plus le produit est considéré comme cher et plus il se situe à un niveau élevé (cadrans Nord). Les isoquantes regroupent les produits qui ont un même rapport qualité-prix. Sur une même isoquante, les produits « équivalents » par leur rapport qualité-prix se distinguent par leur position dans la gamme. Le déplacement le long d'une même isoquante indique une montée ou une baisse en gamme. Dans le cadran Nord-Est se trouvent les produits de gamme élevée et dans le cadran Sud-Ouest les produits en bas de gamme. Le passage d'un produit d'une isoquante à une autre reflète un changement du rapport qualité-prix. L'amélioration du rapport qualité-prix se fait soit par une augmentation de la qualité, soit par une baisse du prix, soit par les deux à la fois.



apporte un éclairage original, bien qu'approximatif, sur la façon dont le couple prix-hors prix d'un pays évolue au cours du temps pour refléter soit une montée en gamme, soit une modification du rapport qualité-prix. Rappelons que cette mesure se fait à travers les opinions des importateurs et non par une mesure directe quantitative des critères. Le désavantage est que l'opinion peut être biaisée. L'avantage est que la décision d'achat dépend sans doute plus de l'opinion, déformée ou non, des importateurs que de la mesure réelle des critères.

Le graphique ci-après indique une grande stabilité entre 2005 et 2009 de l'image des pays en termes de gamme de biens intermédiaires et d'équipement puisqu'ils se situent sur l'axe d'une isoquante de gamme qui passe par l'origine, par construction des scores (centrés). Les produits allemands se situent en haut à droite de l'isoquante avec des prix jugés élevés et une qualité très appréciée (produits « haut de gamme »). En bas, à droite se situent les produits chinois avec un prix bas et un score très négatif sur la qualité. Les images des pays se dépla-

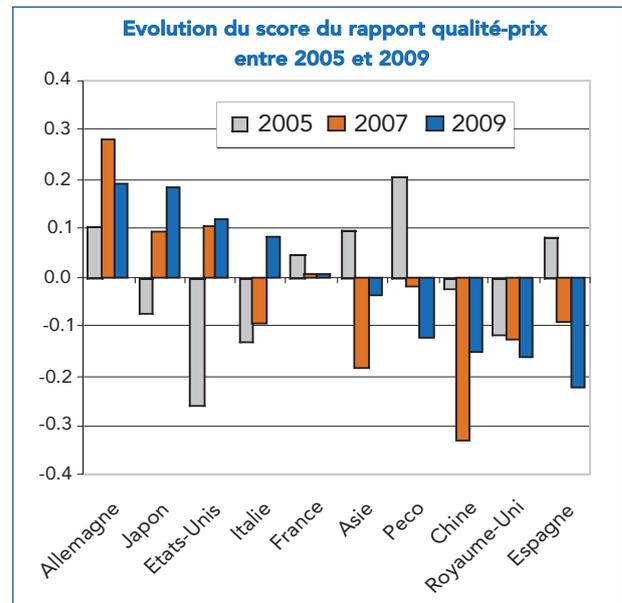
Positionnement relatif de l'image-prix et qualité des biens intermédiaires et d'équipement par rapport au score qualité-prix



© Coe-Rexecode

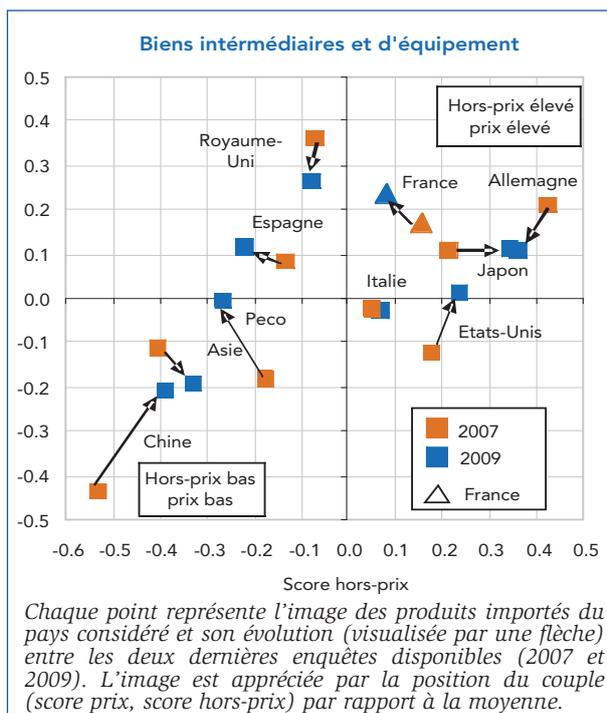
Les isoquantes de rapport qualité-prix étant difficiles à tracer, nous représentons deux zones qui permettent d'apprécier le rapport qualité-prix : une zone grisée où le score du rapport est positif et une zone bleue où le score est inférieur à 0,15.

cent souvent approximativement le long d'une même isoquante de rapport qualité-prix, c'est-à-dire qu'ils conservent un rapport qualité-prix identique. Trois zones de rapport qualité-prix ont été indiquées sur le graphique, définies à partir des scores obtenus sur la question portant sur le rapport qualité-prix. La zone en gris indique les scores positifs du rapport qualité-prix alors que la zone en bleu englobe les scores négatifs inférieurs à -0,15. On constate que rarement un pays se déplace d'une zone à une autre. Les PECO qui étaient passés dans la zone de haut rapport qualité-prix en 2007 grâce à une amélioration forte de leur qualité combinée à une meilleure image prix a régressé en 2009 à leur niveau plus bas de 2003. Au contraire, l'Italie et la Chine, sous l'impact d'une meilleure appréciation de la qualité de leur produit, voient leur ratio qualité-prix s'améliorer.



Compétitivité des biens intermédiaires et d'équipement français en 2009

Nous présentons ci-dessous les principaux résultats de l'enquête de 2009 au niveau global et pour



chacun des trois sous-secteurs. Nous effectuons également des comparaisons des résultats avec ceux provenant des précédentes enquêtes réalisées.

Tous produits confondus : cinquième rang pour le rapport qualité prix

Au niveau global, les images prix et hors-prix des biens intermédiaires et d'équipement français reculent légèrement entre 2007 et 2009. Plus généralement, on observe un léger recul relatif de l'image hors prix pour les produits de l'ensemble des pays européens et ce, au bénéfice des produits provenant de pays asiatiques, surtout chinois, et des produits américains. La crise semble avoir notamment affecté l'image des produits issus des PECO, laquelle se dégrade significativement non seulement pour le critère hors prix mais également pour l'appréciation des prix, à l'instar de ce que l'on avait constaté l'an passé sur les biens de consommation.

En termes de prix, les variations sont aussi significatives. Les produits américains perdent l'avantage comparatif qu'ils avaient acquis en 2007 grâce à la baisse du dollar. Les produits chinois perdent aussi beaucoup de leur avantage prix, poursuivant une tendance déjà constatée entre

2005 et 2007. En Europe, l'euro fort pèse aussi sur la compétitivité-prix sauf en Allemagne dont l'image prix continue de s'améliorer comme entre 2005 et 2007. L'effort de maîtrise des coûts salariaux a permis aux entreprises allemandes de gagner en compétitivité-prix malgré l'euro fort, ce qui explique le grand succès des exportations allemandes sur les dernières années.

Globalement, les biens français partagent la quatrième position avec les produits italiens sur l'ensemble des critères hors prix. Ils sont toujours dépassés par les produits américains qui continuent de progresser, comme c'était déjà le cas lors de l'enquête précédente. Ces derniers demeurent à distance de l'image toujours dominante des produits allemands et japonais.

Les produits allemands sont considérés comme les meilleurs sur les critères de qualité, d'innovation technologique, de notoriété, des services associés et, de loin, sur les délais de livraison. L'Italie conserve sa première place sur le critère de design-ergonomie. Pour la variété des produits, les américains sont les mieux placés, talonnés par les produits japonais et chinois. Les produits français ont perdu leur seconde place sur la qualité pour rétrograder à la quatrième place. Ils sont généralement à la quatrième ou cinquième place selon le critère examiné. En termes de variété de fournisseurs, l'image s'est particulièrement détériorée et les produits français sont désormais parmi les moins bien placés. On soulignera cependant que ce critère arrive en dernière position dans l'ordre d'importance accordé aux différents critères par les importateurs interrogés.

Du point de vue des prix, les produits français sont considérés comme les plus chers avec les produits britanniques. Les produits chinois et asiatiques apparaissent les moins chers. Au total, le rapport qualité-prix des produits français recule à la cinquième place, derrière, dans l'ordre, les produits japonais et allemands, américains et italiens.

Evolution contrastée par sous-secteur

Les appréciations des importateurs des différents types de produits sont différenciées, comme l'indique le graphique en haut à gauche de la page 38. L'image dans le secteur des biens d'équipement mécanique change peu. Elle se détériore dans les biens intermédiaires mais seulement au niveau du critère hors prix. En revanche, c'est dans les biens électriques et électroniques que la dégradation est la plus marquée, avec un fort recul à la fois sur les prix et sur les critères hors prix.

Biens intermédiaires : léger affaiblissement sur l'ensemble des critères prix et hors prix

Nous observons de forts mouvements généraux sur l'appréciation des biens intermédiaires. Du point de vue des critères hors prix, l'image de tous les pays occidentaux régresse relativement à celle des pays émergents qui progresse (Chine, Asie, PECO). La plus forte régression concerne les produits japonais et anglais, et dans une moindre mesure, allemands. Le recul relatif est un peu plus faible pour la France.

Concernant les prix, les produits japonais sont désormais considérés comme les plus chers. A l'inverse, les produits allemands et anglais gagnent en compétitivité-prix. On peut s'interroger sur le fait de savoir si ces mouvements dans l'appréciation des critères prix et hors prix des produits anglais ne cache pas des modifications en termes de gamme de produits quoiqu'un tel mouvement en l'espace de deux ans est difficilement imaginable. Les prix des produits français sont désormais considérés comme les plus chers.

Du point de vue des critères hors-prix, les produits français occupent la troisième place sur la qualité, les services et les délais de livraison. Mais ils se laissent distancer par les produits italiens en ce

Enquête Coe-Rexecode 2009 sur l'appréciation du rapport qualité-prix des produits français

Evolution de l'appréciation des biens intermédiaires et d'équipement français entre 2007 et 2009 par grandes catégories de produits

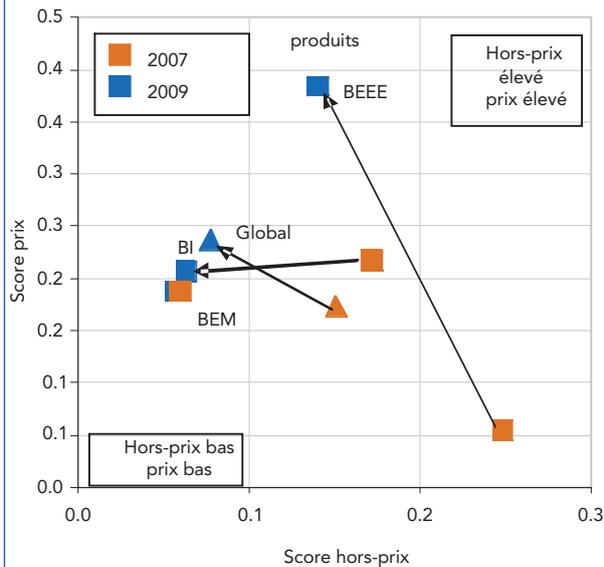


Image des biens intermédiaires de différents pays en 2007 et 2009 score hors-prix

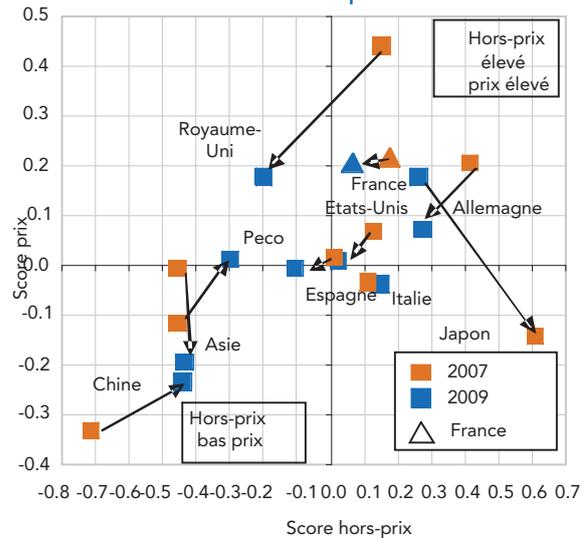


Image des biens d'équipement mécaniques de différents pays en 2007 et 2009 score hors-prix

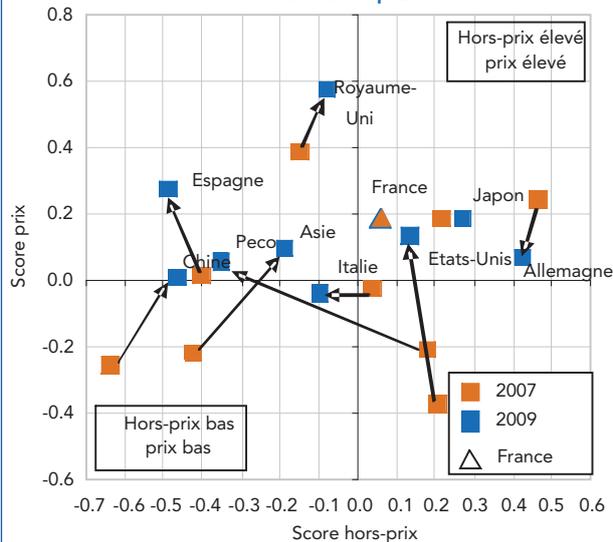
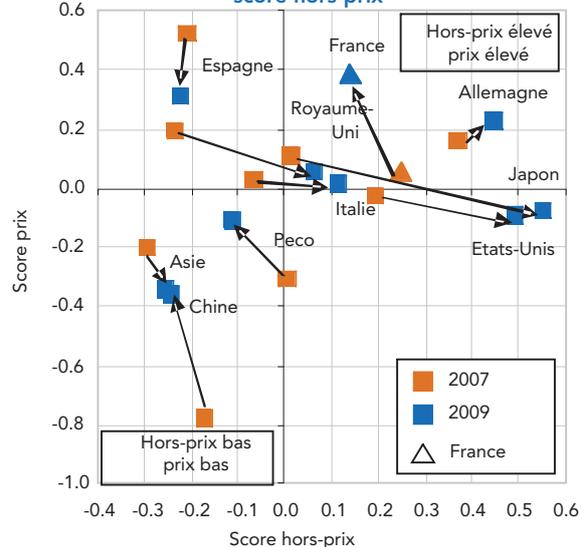


Image des biens d'équipement électriques et électroniques de différents pays en 2007 et 2009 score hors-prix



© Coe-Rexecode

Chaque point représente l'image des produits importés du pays considéré et son évolution (visualisée par une flèche) entre les deux dernières enquêtes disponibles (2007 et 2009). L'image est appréciée par la position du couple (score prix, score hors-prix) par rapport à la moyenne de ses deux critères.

qui concerne le contenu en innovation et surtout le design-ergonomie. Sur le critère de la variété des fournisseurs, les produits français sont parmi les moins bien appréciés.

Au total, en termes de rapport qualité-prix, les biens intermédiaires français perdent même leur quatrième place au profit des pays asiatiques hors Japon et hors Chine, pénalisés par des prix relatifs qui s'alourdissent. Les biens intermédiaires japonais sont considéré comme chers. Le Japon perd sa première place du point de vue du critère qualité prix pour les biens intermédiaires. Il est rejoint par l'Italie qui fait une percée « relative » significative sur ces produits.

**Biens d'équipement mécaniques :
l'appréciation des critères hors prix
des produits français s'améliore légèrement**

Sur ce secteur, l'image relative hors prix des produits asiatiques s'améliore alors que celle des PECO s'effondre. Du point de vue du critère du prix, l'image relative des produits allemands s'améliore fortement si bien que les produits allemands occupent le quatrième rang pour les prix contre le dernier rang il y a deux ans. Cette forte amélioration de la compétitivité-prix explique les succès à l'exportation du secteur de la mécanique allemande, néanmoins tempérés par la crise.

Couplée à une image hors-prix dominante, l'amélioration de l'appréciation du critère du prix permet aux produits allemands de reprendre la première place aux produits américains sur le critère qualité-prix.

Les produits français consolident leur position sur les critères hors prix derrière les deux grands leaders mondiaux : allemands et japonais et dans une moindre mesure derrière aussi les produits américains. Ils gagnent un rang sur tous ces critères à cause du fort recul des PECO sur l'ensemble des critères. On notera l'amélioration significative sur le critère « contenu en innovation » pour lequel les produits français occupent le quatrième rang contre le septième il y a deux ans. En termes de rapport qualité prix, les biens d'équipements français sont pratiquement à égalité avec les produits américains et italiens, derrière les produits les plus appréciés sur ce secteur : les produits allemands et japonais.

**Biens d'équipement électriques et électroniques :
forte dégradation de l'image prix et hors prix**

De manière opposée à ce que l'on remarque sur les deux secteurs précédents, le secteur des biens électriques et électroniques voit l'image hors prix des pays occidentaux s'améliorer fortement au détriment de celle des pays émergents asiatiques

Classement des scores obtenus par les différents biens français pour les différents critères de l'enquête

	Biens intermédiaires	Biens d'équipement		Global
		mécaniques	électr. et électron.	
Qualité	3	4	5	4
Rapport qualité-prix	5	5	6	5
Délais	3	3	5	4
Notoriété	4	4	4	4
Service	3	5	7	5
Innovation	5	4	8	5
Ergonomie-Design	4	4	5	5
Variété fournisseur	9	7	9	8
Hors prix	5	4	5	5
Prix	10	8	10	10

et des PECO. Les produits japonais ravissent la première place aux produits allemands. La France fait exception avec un fort recul de l'image hors prix par rapport à 2007. Elle passe du deuxième au quatrième rang, dépassée par les produits japonais et américains. Du point de vue des prix, les produits français pâtissent aussi d'une perte de compétitivité. Ils sont même désormais jugés plus chers qu'en Allemagne.

Pour chacun des critères hors prix, le recul des produits français est patent. Ils perdent leur

première place pour la qualité et le service client pour se retrouver au quatrième rang, à égalité avec les produits italiens. Seul le quatrième rang, en matière de notoriété, est conservé. Concernant les prix, l'image se détériore pour se retrouver au dernier rang, à égalité avec les produits britanniques. De ce fait, le rapport qualité-prix régresse de la deuxième à la cinquième place, dépassé par les produits américains et japonais mais aussi par les produits italiens. Ces érosions des images établissent un recul important du rapport qualité-prix pour un niveau de gamme pourtant inchangé.

Annexe I

Une nouveauté dans l'enquête : la distinction des produits chinois suivant la nationalité de la marque

Le morcellement international de la chaîne de production, associé à la mondialisation et aux délocalisations, rend plus floue la notion de « nationalité » d'un produit. Pour certaines zones, et notamment pour les pays émergents, la provenance géographique des produits n'est plus forcément une caractéristique suffisamment discriminante lorsqu'on veut qualifier les produits du point de vue de leurs performances hors prix. Cela est notamment le cas des produits chinois. Du fait de l'importance grandissante qu'ils ont dans le commerce international, nous avons introduit dans cette enquête une nouveauté : une distinction des produits chinois selon qu'ils sont de marque chinoise ou étrangère (fabriqués dans les filiales chinoises de groupes étrangers). Les résultats de cette distinction sont probants et il serait opportun d'étendre cette distinction à d'autres produits comme ceux en provenance des PECO.

Globalement, l'image hors prix des produits chinois occupe le dernier rang des pays étudiés. Les produits chinois de marque étrangère sont cependant à quasi égalité avec l'image hors prix des produits espagnols et des PECO. L'écart entre les images des produits fabriqués en Chine suivant

la nationalité de la marque est la plus grande pour les biens intermédiaires

L'examen des critères montre que c'est sur la notoriété, le design-ergonomie et les services rendus que les écarts sont les plus grands. Par contre, que les produits soient de marque étrangère ou de marque chinoise, les écarts sont moins significatifs sur les critères qualité et contenu en innovation. Cet écart n'existe plus ou peu, comme on pouvait s'y attendre, sur les délais de livraison et le prix.

On observe cependant que, sur les biens intermédiaires, les prix des produits chinois de marque étrangère sont mieux jugés que ceux de marque chinoise. Conjugés à leur avantage hors prix, ces produits chinois présentent un rapport qualité-prix qui les situe au premier rang de tous les pays. En contraste, les biens intermédiaires chinois d'origine domestique, sont au dernier rang sur tous les critères hors prix et le rapport qualité-prix. Concernant les biens électriques et électroniques, les produits nationaux sont relativement moins chers, ce qui confère un rapport qualité-prix au cinquième rang mondial, loin derrière les produits américains et japonais mais proches des produits allemands ou italiens.

**Classement des produits fabriqués en Chine
selon les critères prix et hors-prix et selon la « nationalité » de la marque**

d'une marque...	Biens intermédiaires		Biens d'équip. mécaniques		Biens d'équip. électr. électron.	
	chinoise	étrangère	chinoise	étrangère	chinoise	étrangère
Qualité	11	10	11	9	11	10
Rapport qualité-prix	11	1	8	7	5	10
Délais	11	9	10	11	9	8
Notoriété	11	9	11	8	11	7
Service	11	5	9	10	11	8
Innovation	10	7	9	7	6	10
Ergonomie-Design	11	9	11	7	11	8
Variété fournisseur	4	8	5	3	1	4
Hors prix	11	7	9	8	9	8
Prix	2	1	2	3	1	3

Annexe II

Liste des critères, composition des sous-secteurs, pays interrogés et liste des pays d'origine des produits de l'enquête « image des produits importés »

Liste des critères

- La qualité des produits
- Le design des produits (esthétique, style, présentation, emballage) ou leur ergonomie.
- L'innovation, 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 de fournisseurs
- Le prix
- Le rapport qualité / prix

Liste et composition des trois sous-secteurs

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, cartons
- Plastiques, articles en plastique et en caoutchouc

Biens d'équipement mécaniques :

- 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 électriques et électroniques :

- Composants passifs
- Systèmes informatiques et machines de bureau
- Gros matériel électrique
- Appareils et fournitures électriques

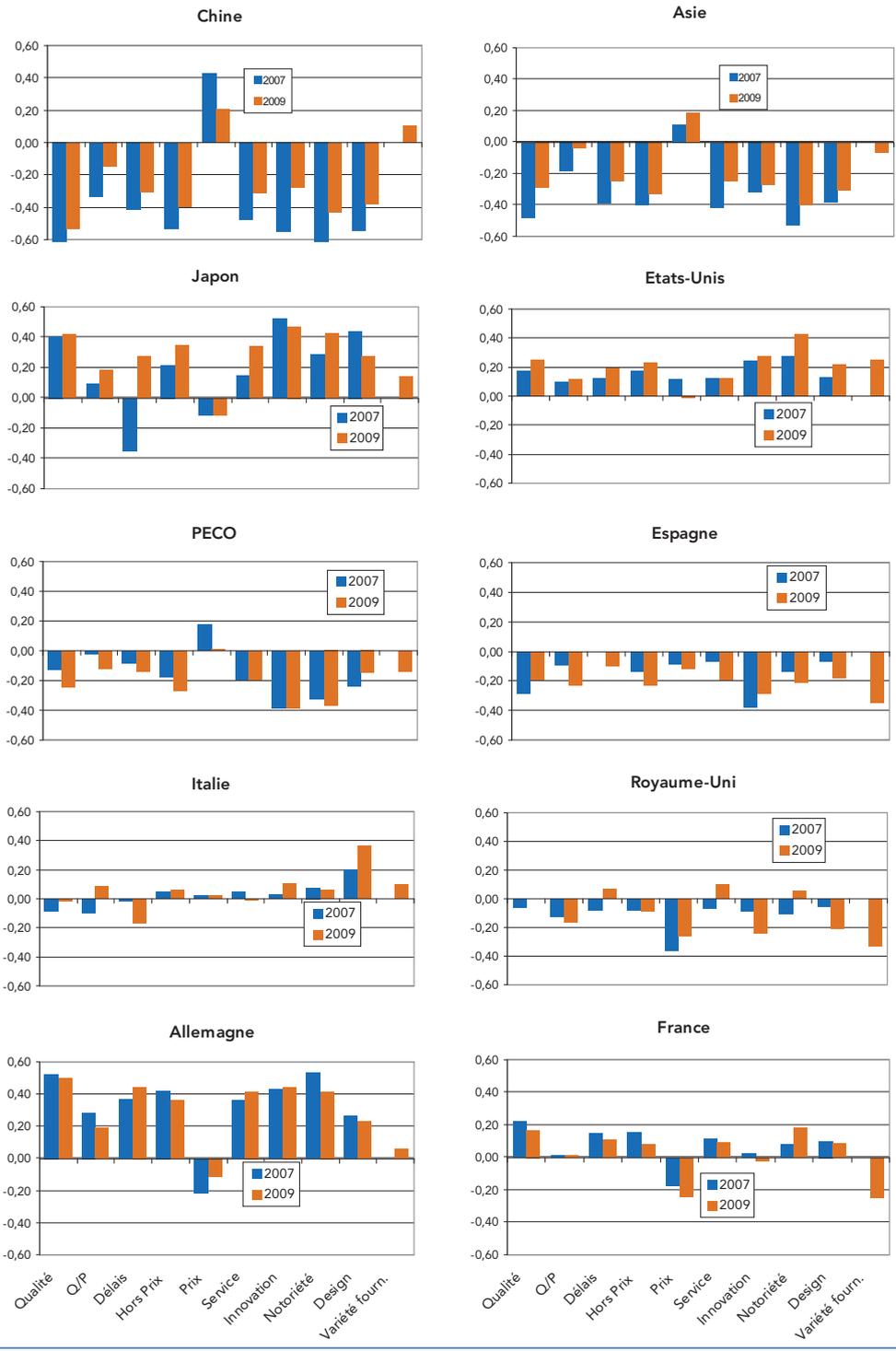
Pays interrogés

- France
- Allemagne
- Belgique
- Royaume-Uni
- Italie
- Espagne

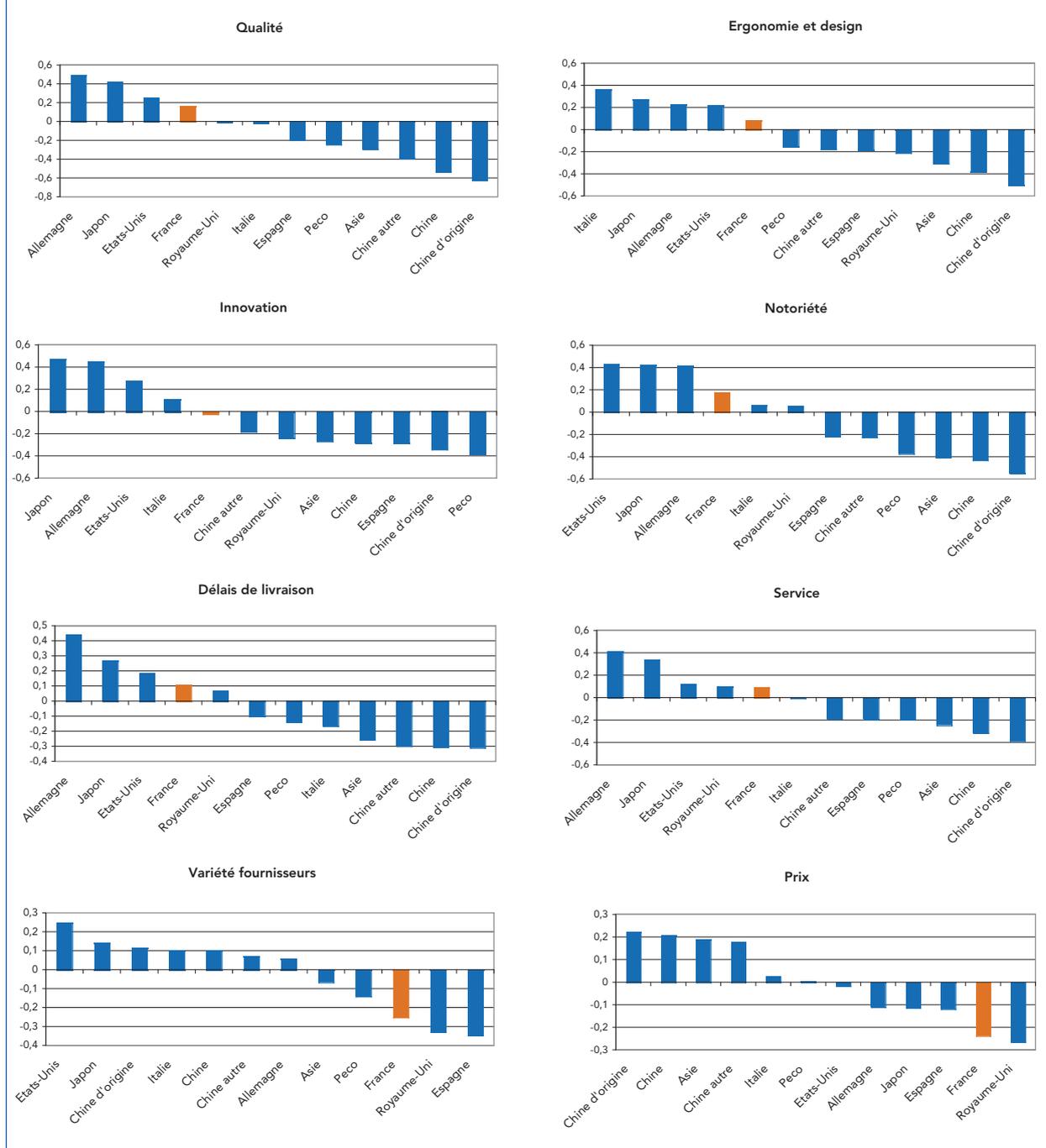
Liste des pays d'origine des produits

- France
- Allemagne
- Royaume-Uni
- Italie
- Espagne
- Pays d'Europe centrale et orientale
- Etats-Unis
- Japon
- Asie hors Japon hors Chine
- Chine, de marque chinoise
- Chine, de marque étrangère

Scores par pays pour les différents critères appréciés par les importateurs européens

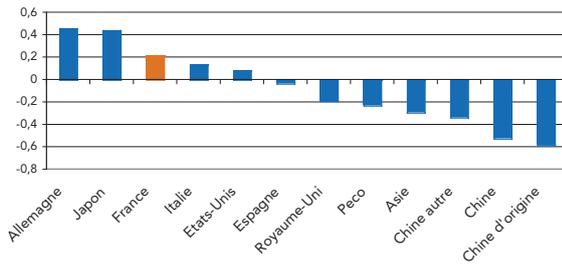


Scores par critères de l'appréciation par les importateurs européens de l'ensemble des biens intermédiaires et d'équipement

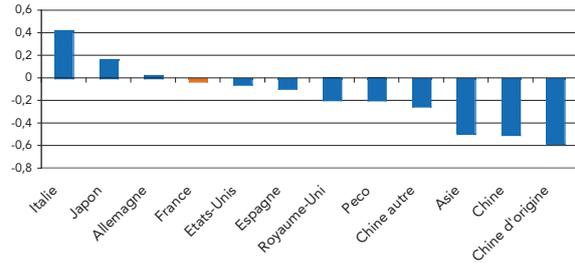


Scores par critères de l'appréciation par les importateurs européens des biens intermédiaires

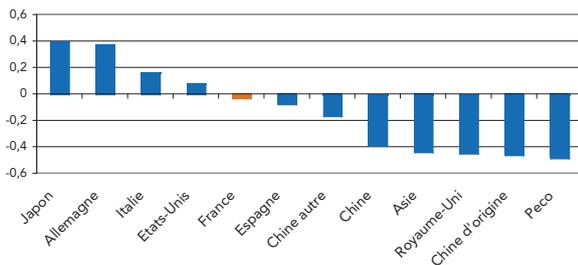
Qualité



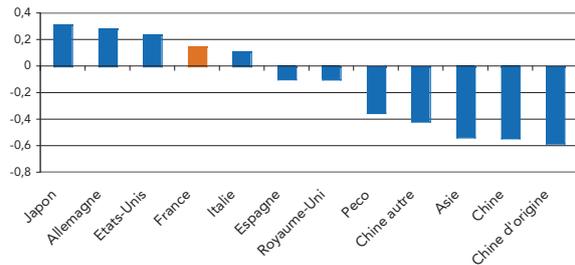
Ergonomie et design



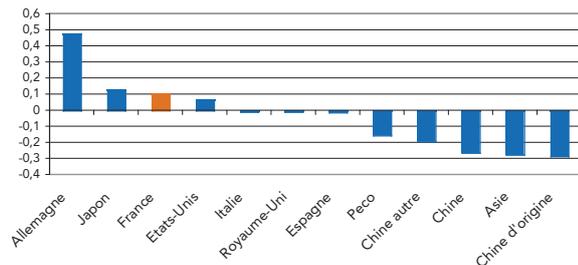
Innovation



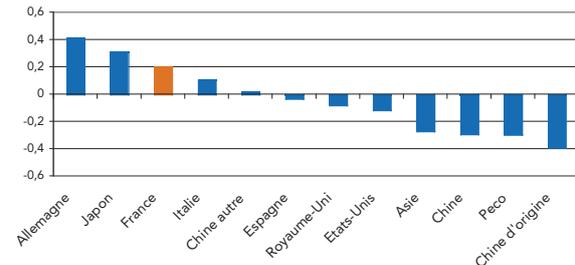
Notoriété



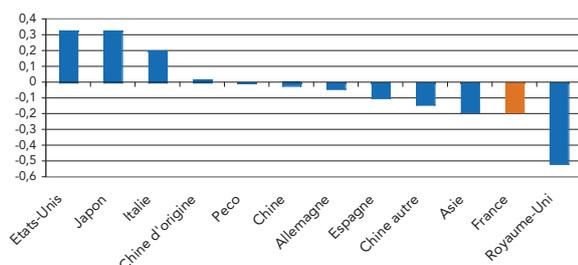
Délais de livraison



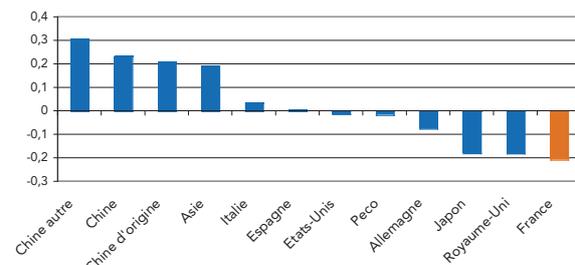
Service



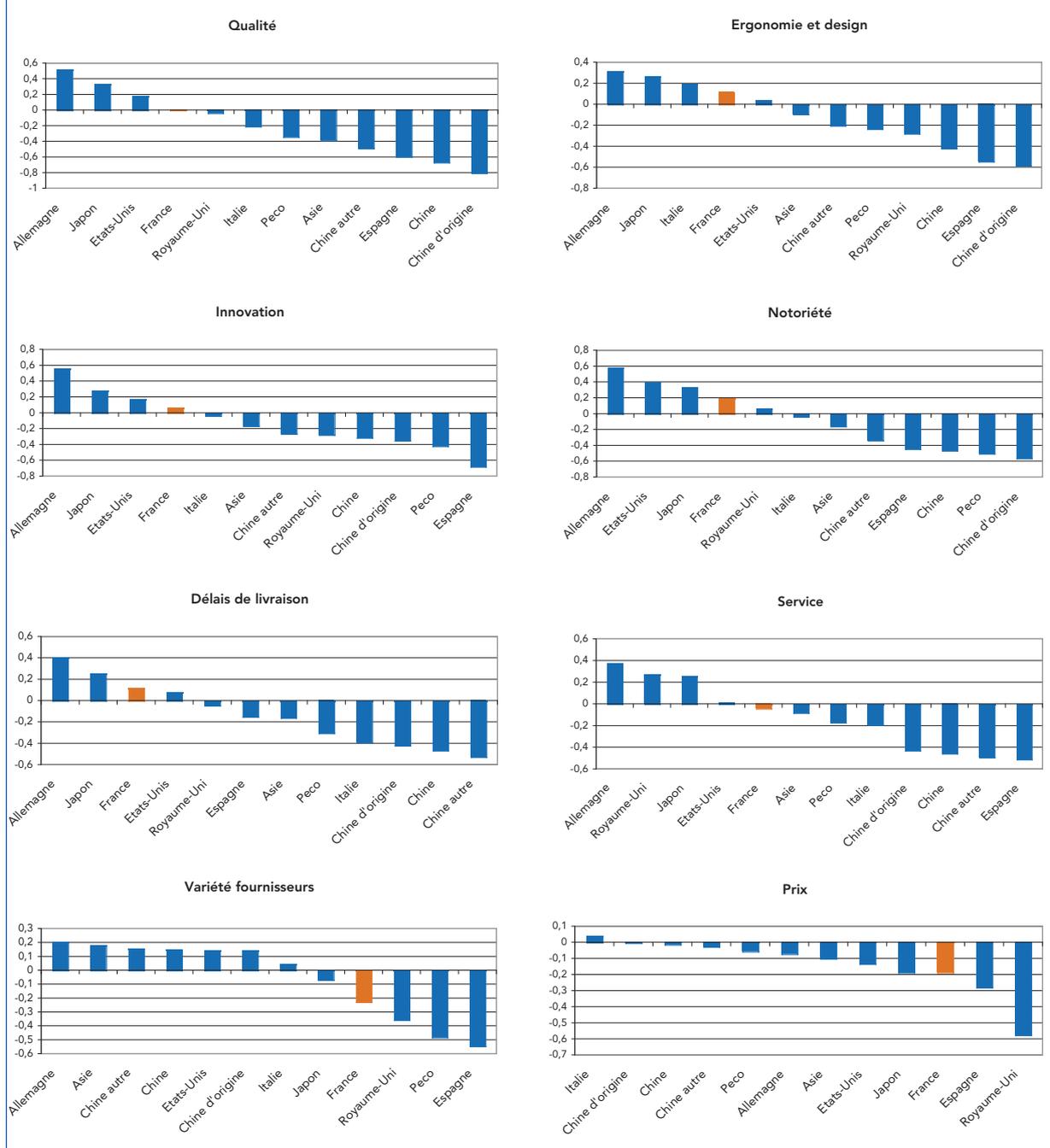
Variété fournisseurs



Prix

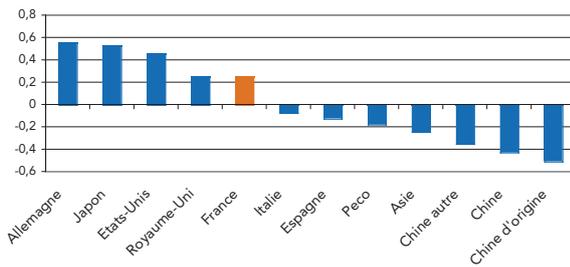


Scores par critères de l'appréciation par les importateurs européens des biens d'équipement mécaniques

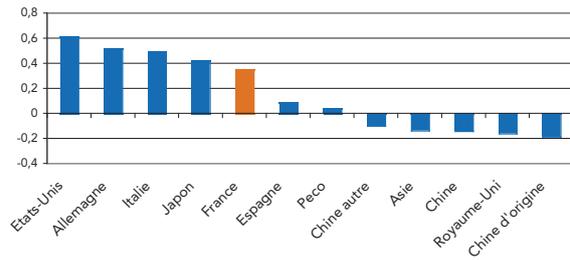


Score par critères de l'appréciation par les importateurs européens des biens d'équipement électrique et électronique

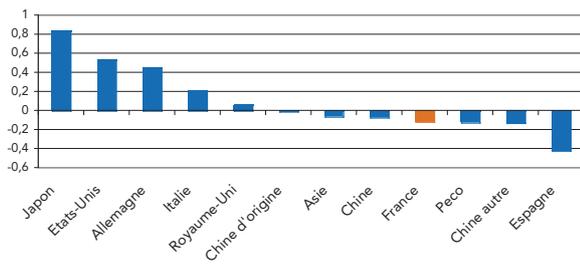
Qualité



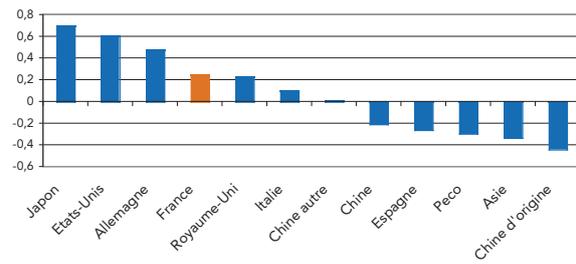
Ergonomie et design



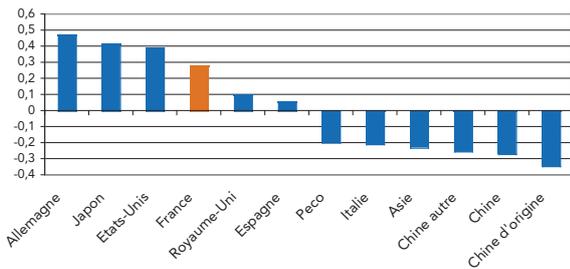
Innovation



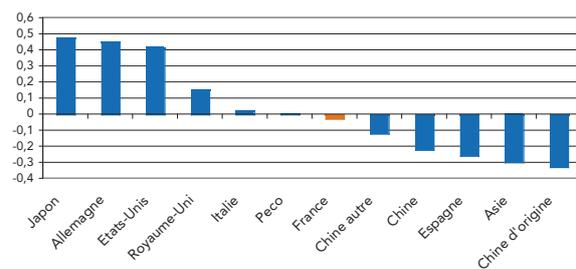
Notoriété



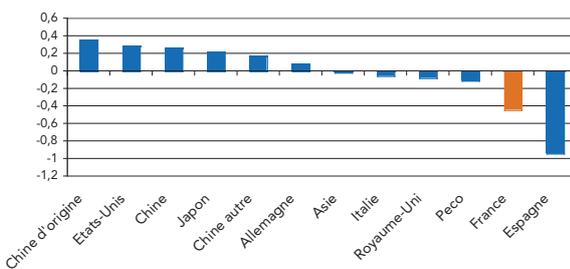
Délais de livraison



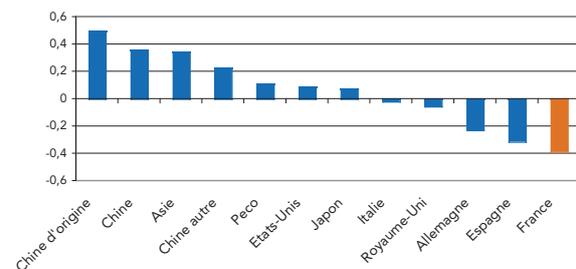
Service



Variété fournisseurs



Prix



Coe-Rexecode...

L'analyse économique au service des entreprises et du débat public

1 Une mission de veille conjoncturelle

Coe-Rexecode assure un suivi conjoncturel permanent de l'économie mondiale et des prévisions économiques à l'attention de ses adhérents :

- **Réunions de conjoncture et perspectives**
- **Documents** : cahier graphique hebdomadaire de 400 séries statistiques, Lettre de quinzaine présentant notre lecture de l'actualité économique, présentation trimestrielle des perspectives économiques, en France et dans le Monde : matières premières, pays émergents...
- Un accès **aux économistes** pour toute demande ou interprétation de problématiques conjoncturelles
- Un accès au **centre de documentation** pour la veille et la recherche d'informations
- Un accès au **service statistique** : nos statisticiens alimentent quotidiennement la base Teleco riche de plus de 9 000 séries et distribuée par Global Insight.

2 Une mission de participation au débat de politique économique

La participation au débat public de politique économique est soutenue par des membres associés (institutionnels), la Chambre de Commerce et d'Industrie de Paris et des membres partenaires (entreprises). L'activité de participation au débat de politique économique comporte trois volets : des travaux d'études spécifiques, un cycle de réunions de politique économique et l'organisation des *Rencontres de la croissance* (avec la participation du Premier Ministre) prolongées par l'édition d'un ouvrage sur l'état d'avancement des réformes en France.

• Un cycle de réunions sur des questions de politique économique

Plusieurs thèmes d'actualité sont abordés lors de réunions de travail préparées par Coe-Rexecode auxquelles participent des représentants des membres associés et partenaires, des économistes et, le cas échéant, d'autres personnalités extérieures.

• Les travaux d'études spécifiques

Des travaux d'études sont menés pour analyser les conséquences économiques du Grenelle de l'Environnement, le développement des entreprises du secteur des services à la personne, le lien entre économie globale et télécommunications. Les axes de recherche portent sur *le financement de la protection sociale*, sur *l'emploi et les chiffres de la compétitivité française* et sur *l'évaluation économique des politiques de protection de l'environnement*.

• Les Rencontres de la croissance

Coe-Rexecode organise depuis 2003 les *Rencontres de la croissance*, placées sous la présidence du Premier Ministre. L'institut publie à cette occasion un ouvrage aux Éditions Economica, remis au Premier Ministre et largement diffusé. Les titres des ouvrages précédents étaient : *Des idées pour la croissance*, ouvrage recueillant les contributions de 77 économistes, *La croissance par la réforme* et *Demain l'emploi si...* (disponibles en librairie, Éditions Economica). Ces manifestations ont pour but d'éclairer l'ensemble des acteurs économiques et sociaux (entreprises, fédérations professionnelles, administrations, personnalités politiques et de la société civile...) sur les modalités et enjeux de la croissance, de débattre des réformes structurelles qu'elles impliquent, d'examiner le chemin parcouru au cours des dernières années et d'envisager celui qui reste à parcourir vers l'objectif d'une croissance durable au rythme de 3 % l'an.

Les adhérents de Coe-Rexecode

L'adhésion à Coe-Rexecode est ouverte à tous, entreprises, administrations, fédérations professionnelles, quelle que soit leur taille. Les 80 adhérents correspondants de Coe-Rexecode comptent de grandes entreprises industrielles, des banques, des organismes de gestion financière, des fédérations professionnelles et des administrations. Les membres associés sont les membres qui soutiennent les études sur le système productif et la participation au débat de politique économique.