

Document de travail n°51

La compétitivité française en 2014

Les parts de marché reculent en 2014

Des produits de qualité, un peu trop chers



Coe-Rexecode

JANVIER 2015

Ce document de travail a été réalisé par



**Jean-François
OUVRARD**

Directeur des études au sein Coe-Rexecode, il est en charge des travaux portant notamment sur la politique économique, la compétitivité, l'emploi et la croissance. Il a rejoint Coe-Rexecode en 2013.

Il était auparavant en charge du diagnostic conjoncturel à l'Insee après avoir occupé différents postes d'économistes au sein de la Direction Générale du Trésor. Il est diplômé de l'Ecole Polytechnique, de l'ENSAE et titulaire d'un DEA de macroéconomie de l'Université Paris 1 Panthéon-Sorbonne.



**Alexandre
JUDES**

Economiste au sein du département des études, il travaille sur des problématiques touchant à la macroéconomie et l'économie numérique.

Il a rejoint Coe-Rexecode en 2013.

Il possède en outre plusieurs expériences dans les secteurs économique et financier public et privé ainsi qu'en cabinet de conseil. Il est diplômé de l'ENSAE (2011).



Coe-Rexecode

Michel DIDIER, président ; Jean-Michel BOUSSEMARY, délégué général ; Denis FERRAND, directeur général, directeur de la conjoncture et des perspectives ; Jean-François OUVRARD, directeur des études ; Murielle PREVOST, directrice des systèmes d'information

CONJONCTURE ET PRÉVISIONS

Jean-Michel BOUSSEMARY : Amérique du Nord, matières premières - Tél. 01 53 89 20 97 - jmboussemary@coe-rexecode.fr

Charles-Henri COLOMBIER : Zone euro, Allemagne, Pays d'Europe de l'Est

Tél. 01.53.89.20.77 - ccolombier@coe-rexecode.fr

Denis FERRAND : France, compétitivité, conjoncture de l'industrie - Tél. 01 53 89 20 86 - dferrand@coe-rexecode.fr

Paula GARZON : Amérique latine - Tél. 01 53 89 20 93 - pgarzon@coe-rexecode.fr

Ludovic MARTIN : Italie, Espagne, Royaume-Uni - Tél. 01 53 89 20 80 - lmartin@coe-rexecode.fr

Thuy Van PHAM : Asie émergente, Chine, Japon, services - Tél. 01 53 89 20 96 - vpham@coe-rexecode.fr

ETUDES ET MODÉLISATION

Amandine BRUN-SCHAMMÉ : emploi et protection sociale - Tél. 01 53 89 20 81 - abrun-schamme@coe-rexecode.fr

Alexandre JUDES : macroéconomie et économie numérique - Tél. 01 53 89 20 91 - ajudes@coe-rexecode.fr

Jean-François OUVRARD : politique économique, études sectorielles - Tél. 01 53 89 20 87 - jfouvrard@coe-rexecode.fr

Pascale SCAPECCHI : énergie, environnement, politique économique - Tél. 01 53 89 20 76 - pscapecchi@coe-rexecode.fr

SYSTÈMES D'INFORMATION

Murielle PREVOST - Tél. 01 53 89 20 83 - mprevost@coe-rexecode.fr

Statistiques

Alexandre BAZERQUE : zone euro, commerce international, enquête Trésorerie, séries financières, finances publiques, Pays de l'Est, Pays d'Amérique latine - Tél. 01 53 89 20 75 - abazerque@coe-rexecode.fr

Dominique DALLE-MOLLE : États-Unis, Canada, Royaume-Uni, séries quotidiennes financières et de matières premières et NTIC, Allemagne, Italie, Espagne - Tél. 01 53 89 20 95 - ddalle-molle@coe-rexecode.fr

Marie-Claude KONATÉ : France, Asie, coûts salariaux, emploi, construction, long terme international, autres pays européens - Tél. 01 53 89 20 94 - mckonate@coe-rexecode.fr

Documentation - Informatique - site web

Fabienne BESSON-LHOSTE - Tél. 01 53 89 20 92 - fbesson-lhoste@coe-rexecode.fr

Sylvie FOUTRIER - Tél. 01 53 89 20 98 - sfoutrier@coe-rexecode.fr

Dominique DALLE-MOLLE - Tél. 01 53 89 20 95 - ddalle-molle@coe-rexecode.fr

Régine GAYET - Tél. 01 53 89 20 71 - rgayet@coe-rexecode.fr

ADMINISTRATION ET GESTION

Maria LAHAYE, administration générale - Tél. 01 53 89 20 99 - mlahaye@coe-rexecode.fr

Régine GAYET, diffusion et relations adhérents - Tél. 01 53 89 20 71 - rgayet@coe-rexecode.fr

Martine GRANGÉ, secrétariat et publications - Tél. 01 53 89 20 90 - mgrange@coe-rexecode.fr

Françoise SAINT-LOUIS, secrétariat - Tél. 01 53 89 20 89 - fsaint-louis@coe-rexecode.fr

CONSEIL D'ADMINISTRATION

Michel DIDIER, Président ; Pierre-Antoine GAILLY, co-Président ; Jacques-Henri DAVID, Président d'honneur ;

Gérard WORMS, Président d'honneur ; Michel CICUREL, Vice-président ; Pierre GADONNEIX, Vice-président ; Antoine GENDRY, Trésorier

Administrateurs : Hervé BACULARD, Patricia BARBIZET, Jacques CHANUT, Philippe CITERNE, Jean DESAZARS de MONTGAILHARD,

Jean-Pierre DUPRIEU, Jérôme FRANTZ, Michel GUILBAUD, Etienne GUYOT, Anne-Marie IDRAC, Philippe LAMOUREUX, Raymond LEBAN,

Vivien LEVY-GARBOUA, Nicolas MOREAU, Gervais PELLISSIER, Jean-François PILLIARD, Vincent REMAY, Geoffroy ROUX DE BEZIEUX,

Geneviève ROY, Frédéric SAINT-GEOURS, Jean-Charles SAVIGNAC, Bruno WEYMULLER

La compétitivité française en 2014

<i>Editorial</i>	3
Les parts de marché reculent en 2014	5
Des produits de qualité, un peu trop chers	21
Méthodologie de l'enquête	22
Les résultats de l'enquête 2014	25

Editorial

Le bilan que nous dressons de l'évolution de la compétitivité de l'économie française en 2014 est moins favorable que celui que nous faisons il y a un an.

Certes, le solde de nos échanges extérieurs de marchandises sera moins dégradé en 2014 qu'en 2013, mais cette amélioration provient uniquement de l'allègement de la facture énergétique, notamment grâce à la baisse du prix du pétrole. En revanche, le solde commercial sur tous les autres types de marchandises s'est dégradé. Et l'excédent sur les échanges de services s'est réduit.

Cette dégradation est la conséquence mécanique de nouvelles pertes de parts de marché. Le poids des exportations françaises dans le commerce mondial s'est ainsi de nouveau affaibli en 2014, notamment parce que nos exportations ont été moins dynamiques que celles des autres pays de la zone euro dans leur ensemble. Ce recul concerne dans une large mesure l'ensemble des marchandises que nous exportons et l'ensemble des destinations que nous servons. Il traduit essentiellement une sous-performance des volumes exportés au regard de la demande adressée à la France.

Pourtant, certains éléments de la compétitivité-coût des entreprises sont désormais mieux orientés. Avec la mise en œuvre du CICE et un certain ralentissement des salaires, l'évolution du coût du travail dans l'industrie manufacturière est désormais plus faible en France qu'en Allemagne et le taux de marge des entreprises industrielles françaises a nettement progressé en 2014. Mais la traduction de l'accroissement des marges des entreprises en dépenses d'investissement puis en innovation est nécessairement lente.

En 2015, la compétitivité des entreprises françaises devrait tirer profit des évolutions macroéconomiques récentes. La baisse de l'euro améliorera le positionnement-prix de nos exportateurs tandis que la très forte chute du prix du pétrole est un bol d'air bienvenu pour les marges des entreprises. Ces soutiens sont néanmoins par nature temporaires et ne doivent pas dispenser de poursuivre et intensifier l'effort sur la compétitivité des entreprises.

L'enquête compétitivité 2014 dont nous présentons également les résultats dans ce document de travail donne quelques pistes sur les priorités à poursuivre. Cette enquête est unique par son objet : depuis 20 ans, l'interrogation directe de près de 500 importateurs de divers pays européens sur les raisons qui les poussent à s'approvisionner dans un pays plutôt que dans un autre, donne un éclairage très utile sur le débat sur les facteurs-prix ou hors prix de notre compétitivité. Comme chaque année paire, l'enquête porte en 2014 sur les biens de consommation. Elle montre que, dans l'ensemble, les produits français sont positionnés sensiblement au-dessus de la moyenne pour leur qualité, leur contenu technologique ou leur notoriété. C'est un résultat constant dans le temps. Les produits français sont certes presque toujours devancés par les produits allemands mais ils sont clairement mieux valorisés par les acheteurs que les produits espagnols ou italiens. On notera néanmoins une certaine dégradation pour les produits agroalimentaires qu'il conviendra de surveiller.

L'enquête met aussi en évidence le fait que les produits français sont globalement perçus comme chers, souvent plus chers que leurs concurrents directs. Les efforts d'innovation et de maîtrise des prix doivent donc aller de pair. Ils passent par la poursuite de l'action sur les marges financières de entreprises et donc sur leurs coûts. Le résultat en demi-teinte de l'année 2014 en matière de compétitivité est une invitation à accentuer l'effort en direction des entreprises.

La notion de compétitivité

La notion de compétitivité renvoie à deux éléments : le premier est relatif aux performances commerciales sur les marchés mondiaux (les parts de marché en volume), le second à la capacité du pays à approcher le plein-emploi et à augmenter le revenu de sa population. L'analyse de la compétitivité examinée ici se rapporte à la compétitivité des unités de production implantées sur le territoire et non à celle des entreprises dont le siège se situe sur le territoire mais dont la production est répartie dans le monde.

Pour qu'une économie puisse être considérée comme compétitive, les produits et les services offerts par les unités de production implantées sur son territoire doivent répondre à la demande mondiale. Cette situation permet au pays de maintenir ou d'améliorer ses positions sur le marché mondial, à condition toutefois que ce maintien ou cette progression des parts de marché ne s'accompagne pas d'un recul relatif du niveau de vie de la population. Cela pourrait être notamment le cas d'une économie qui maintiendrait sa part de marché en volume en acceptant des baisses de prix qui pénaliseraient le revenu national. Il faut en effet que cette situation soit durable, c'est-à-dire que le maintien des parts de marché ne soit pas acquis au prix d'une baisse des salaires, des prix de vente et des profits des entreprises, ce qui sacrifierait le pouvoir d'achat et la croissance future.

Les parts de marché reculent en 2014

Le point sur la compétitivité française en 2014

- Le bilan de la compétitivité française pour 2014 est décevant. Le déficit commercial se creuse sur les produits industriels tandis que l'excédent se réduit sur les produits agricoles et agroalimentaires. Au final, la réduction du déficit commercial en 2014 est permise uniquement par l'allègement de la facture énergétique.
- Ces résultats décevants sur le déficit extérieur matérialisent de nouvelles pertes de parts de marché. La part des exportations françaises dans le commerce mondial en 2014 est au plus bas. Surtout, sur les dix premiers mois de l'année 2014, le poids des exportations françaises de marchandises dans les exportations de la zone euro s'inscrit à 12,3 %, un niveau inférieur à celui de 2013 (12,5 %).
- Cette baisse des parts de marché traduit une performance française à l'exportation en volume, par rapport à la demande mondiale adressée au pays, qui se dégrade en 2014. Les prix à l'exportation français évoluent parallèlement aux prix européens.
- En revanche, le taux de pénétration du marché intérieur par les importations (en valeur) prolonge en 2014 la dynamique à la baisse observée depuis 2011. C'est une rupture nette avec la progression qui prévalait avant 2007.
- L'année 2014 marque un point d'inflexion sur les déterminants de la compétitivité-coût. Grâce à l'effet du CICE et d'un certain ralentissement des salaires, le coût horaire du travail dans l'industrie manufacturière progresse à la mi-2014 sur un an en Allemagne contre seulement +0,6 % en France. Les marges de l'industrie française se sont également nettement redressées au cours de l'année.

Sur le plan de la compétitivité, l'année 2014 n'aura pas tenu les promesses de 2011-2013. Après une période de relative stabilisation, les parts de marché françaises à l'export ont globalement reculé en 2014 en valeur comme en volume. Le déficit commercial sur les échanges de biens industriels se creuse ainsi de nouveau, malgré un recul des importations.

Le déficit des échanges industriels s'accroît en 2014

Entre 2011 et 2013, l'atténuation de la baisse des parts de marché à l'exportation et le reflux du taux de pénétration des importations en valeur avaient contribué à une nette réduction du déficit des échanges extérieurs de marchandises (FAB-CAF hors matériel militaire, source : Douanes). D'un montant équivalent à 4,5 % du PIB en 2011, le déficit des échanges de marchandises est revenu à 3,7 % du PIB en 2013. Au regard des 11 premiers mois de l'année 2014, il devrait à nouveau se réduire pour s'établir au voisinage de 3,3 % du PIB en 2014, en réduction de l'ordre de 7 Md€. Le taux de couverture des importations de marchandises par les exportations a connu une évolution analogue : après être tombé au point historiquement bas de 82,1 % en 2011, il s'est redressé en 2013 à 84,6 % et s'établit en 2014 à 85,4 %.

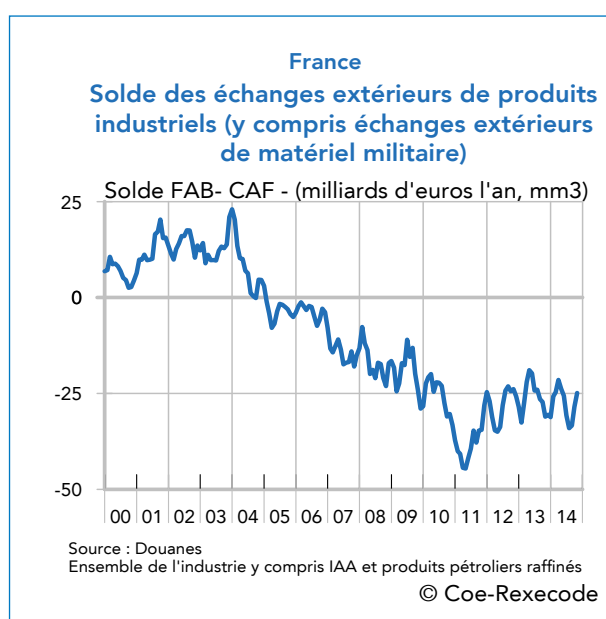
La correction du déficit commercial depuis 2011 reste de faible ampleur au regard des mouvements observés en Italie et en Espagne où le déficit de la balance commerciale a laissé place à un excédent dans le cas de la première et a fortement diminué dans le cas de la seconde.

Surtout, la réduction du déficit des échanges de marchandises en 2014 par rapport à 2013 provient uniquement de celle des échanges de produits énergétiques (y compris produits pétroliers raffinés). Pour ces produits, le déficit des échanges a diminué de 12,3 Md€ en 2014 par rapport à 2013. Cette réduction s'est amorcée au premier semestre de l'année (-4 Md€) et elle s'est très nettement amplifiée au second semestre (-8,3 Md€) avec la

forte baisse du prix du pétrole. Le taux de couverture des échanges internationaux de produits énergétiques reste faible, même s'il est remonté à 28,0 % en 2014 après un point bas à 24,7 % en 2013.

En revanche, le déficit global des échanges extérieurs sur les marchandises hors énergie s'est creusé en 2014 par rapport à 2013. En effet, l'excédent sur les produits agricoles et alimentaires s'est réduit de 2 Md€ environ en 2014. Le solde sur les produits divers (édition et communication, plans et dessins, photos, œuvres d'art) qui était positif en 2013 est devenu négatif en 2014. Et enfin, le déficit des échanges de produits industriels s'est accentué pour s'établir à 26,4 Md€ en 2014 après 24,0 Md€ en 2013. Sur ce poste, la correction reste tout de même forte par rapport au point bas de 40,5 Md€ atteint en 2011. Le taux de couverture des importations de produits industriels est ainsi remonté à 92,9 % en 2014 alors qu'il était tombé à un plus bas de 89,2 % en 2011.

Les données douanières permettent par ailleurs d'examiner les échanges bilatéraux de la France avec ses partenaires, sans toutefois permettre de



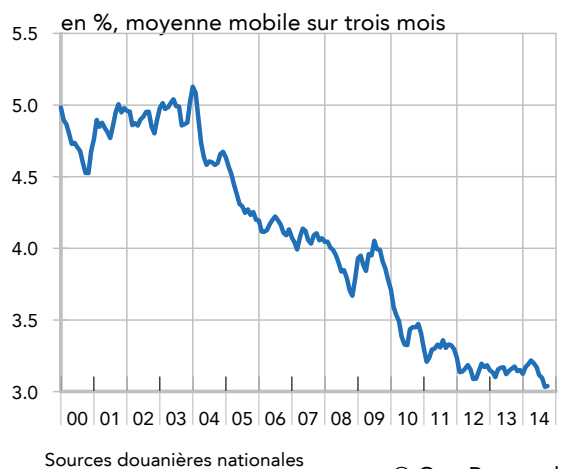
France Soldes des échanges extérieurs						
	2005	2010	2011	2012	2013	2014*
Solde de la balance commerciale hors matériel militaire (FAB - CAF)						
en milliards d'euros	-37,7	-69,2	-91,7	-84,1	-78,2	-71,2
en % du PIB	-2,1	-3,5	-4,5	-4,0	-3,7	-3,3
Taux de couverture des importations par les exportations (en %)	90,4	84,9	82,1	83,8	84,6	85,4
Solde des échanges de produits énergétiques (y compris produits pétroliers raffinés, FAB-CAF)						
en milliards d'euros	-38,0	-48,0	-62,4	-69,2	-65,7	-53,5
en % du PIB	-2,1	-2,4	-3,0	-3,3	-3,1	-2,5
Taux de couverture des importations par les exportations (en %)	31,1	28,3	28,5	26,3	24,7	28,0
Solde des échanges de produits industriels ** (FAB-CAF)						
en milliards d'euros	-6,7	-28,6	-40,5	-26,5	-24,0	-26,4
en % du PIB	-0,4	-1,4	-2,0	-1,3	-1,1	-1,2
Taux de couverture des importations par les exportations (en %)	97,8	91,7	89,2	92,9	93,5	92,9
Solde des échanges de produits agricoles et des IAA (FAB-CAF)						
en milliards d'euros	7,5	7,9	11,4	11,4	11,2	9,2
en % du PIB	0,4	0,4	0,6	0,5	0,5	0,4
Taux de couverture des importations par les exportations (en %)	122,8	118,9	125,0	124,4	122,8	118,7
Solde des échanges de produits divers (édition et communication, plants et dessins, photos, art...FAB-CAF)						
en milliards d'euros	-0,5	-0,5	-0,2	0,1	0,3	-0,5
en % du PIB	0,0	0,0	0,0	0,0	0,0	0,0
Taux de couverture des importations par les exportations (en %)	86,9	87,3	94,4	102,8	107,3	90,4
Solde de la balance commerciale avec la zone euro (FAB - CAF)***						
en milliards d'euros	-17,4	-32,1	-38,5	-43,4	-40,9	-37,9
en % du PIB	-1,0	-1,6	-1,9	-2,1	-1,9	-1,8
Taux de couverture des importations par les exportations (en %)	91,4	85,6	84,1	82,4	83,1	84,3
Solde des échanges de services						
en milliards d'euros	12,3	14,6	23,2	24,9	18,9	17,6
en % du PIB	0,7	0,7	1,1	1,2	0,9	0,8
Taux de couverture des importations par les exportations (en %)	114,3	110,6	115,9	115,6	110,9	108,8
Solde de la balance courante						
en milliards d'euros	-8,3	-17,5	-22,3	-31,8	-30,3	-22,9
en % du PIB	-0,5	-0,9	-1,1	-1,5	-1,4	-1,1
Taux de couverture des importations par les exportations (en %)	98,6	97,6	97,2	96,2	96,3	97,5
PIB (en milliards d'euros courants) **	1 772	1 998	2 059	2 091	2 116	2 142
* annualisé sur la base de 11 mois						
** Prévisions Coe-Rexecode						
*** Produits industriels hors produits pétroliers raffinés et IAA						
Sources : Douanes, Banque de France, Insee						

décomposer ceux-ci par produits. Le solde commercial vis-à-vis de la zone euro demeure fortement négatif à -37,9 Mds€ en 2014. Il reste néanmoins encore très proche du niveau atteint en 2011. Depuis 4 ans, la correction du déficit commercial français s'est fait essentiellement sur les échanges avec les partenaires en dehors de la zone euro.

La part des exportations françaises dans les échanges mondiaux de marchandises à un plus bas à l'automne 2014

Les exportations françaises de marchandises ont connu un début d'année 2014 difficile. Sur le premier semestre de l'année, elles étaient ainsi en léger recul de l'ordre de 0,5 % par rapport au premier semestre 2013. Elles se sont néanmoins redressées au second semestre, avec une progression de +0,5 % par rapport au même semestre de 2013. Au total, la valeur des marchandises exportées par la France en 2014 devrait être équivalente à celle des marchandises exportées en 2013.

Part des exportations françaises de marchandises dans les exportations mondiales de marchandises en valeur



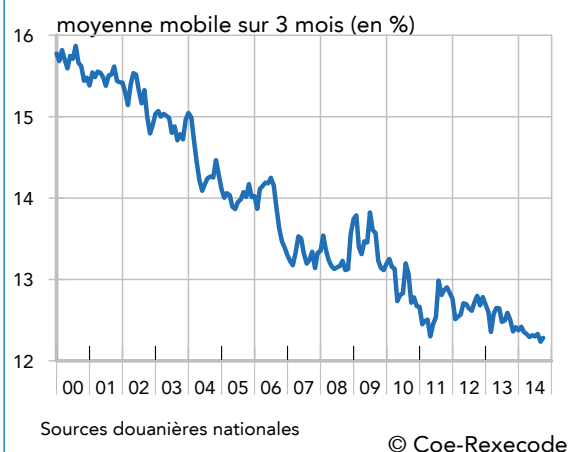
Nous avons souligné lors de nos précédents points annuels sur la compétitivité française que, depuis fin 2010, la part des exportations de marchandises effectuées depuis la France dans le total des exportations mondiales tendait à se stabiliser autour de 3,15 %. Avec le peu de dynamisme des exportations françaises en 2014, cette stabilisation ne s'est pas poursuivie : la part de marché française dans les exportations mondiales est tombée à 3,0 % en 2014. Rappelons que 0,1 point des échanges mondiaux représente sur une année de l'ordre de 20 Md€.

Sur une longue période, le recul des parts de marché des exportations de marchandises a été plus marqué en France que dans la moyenne des économies développées. De 1990 à 2014, la part des exportations françaises dans les exportations mondiales a ainsi été divisée par plus de deux, passant de 6,3 % à près de 3,0 %. La France est ainsi parmi les pays développés celui qui a connu le plus vif recul de ses parts de marché sur le long terme. Seules les économies britannique et japonaise ont connu une évolution plus défavorable, avec une part de marché mondial qui a respectivement reculé de 53,4 % et 57,3 % durant la même période.

La part des exportations françaises de marchandises dans les exportations totales de la zone euro a légèrement reculé en 2014

Ce recul tendanciel de la part des exportations françaises dans les exportations mondiales tient pour une large part à des forces qui sont indépendantes de la compétitivité de notre économie. Il traduit en partie le phénomène de mondialisation qui a mécaniquement conduit à accroître la part des pays émergents dans les échanges mondiaux. Pour mieux saisir les pertes de parts de marché de la France, il apparaît ainsi plus parlant de se comparer aux autres pays de la zone euro.

Part des exportations françaises de marchandises dans les exportations de marchandises des pays de la zone euro (toutes destinations d'exportation confondues)



En octobre 2014, la valeur des exportations françaises de marchandises représentait 12,3 % des exportations de la zone euro. C'est un niveau inférieur à celui observé en 2012 (12,7 %) et 2013 (12,5 %). L'effritement des positions françaises, entamé depuis 15 ans, se poursuit donc.

Il se poursuit néanmoins à un rythme moins soutenu depuis 2007 qu'avant cette date. Alors qu'en moyenne la part des exportations françaises dans le total de la zone euro se réduisait de 3,1 % par an avant 2007, le recul n'est plus que de 1,1 % par an entre 2007 et 2014.

La comparaison avec les autres grands pays européens (Allemagne, Italie, Espagne) dresse néanmoins un panorama peu favorable. Après avoir fortement augmenté avant 2007, les parts de marché allemandes sont désormais stables. De son

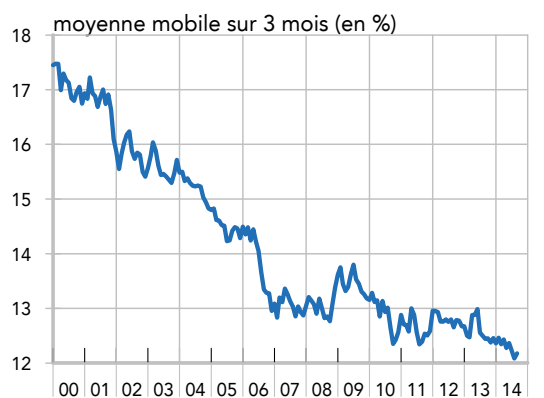
Part des exportations de chaque pays dans le total des exportations européennes (toutes destinations confondues)

	Part mi-2014 (niveau, %)	Variation 2000-2007		Variation 2007-2014	
		en points cumulés	en taux de croissance moyen par an (%)	en points cumulés	en taux de croissance moyen par an (%)
Autriche	3,7	0,4	1,5	-0,2	-0,8
Belgique	10,3	0,5	0,7	-0,1	-0,1
Chypre	0,0	0,0	8,4	0,0	1,9
Allemagne	31,9	2,7	1,4	0,5	0,2
Estonie	0,3	0,1	8,3	0,1	2,8
Espagne	6,9	0,0	0,1	0,8	1,9
Finlande	1,5	-0,3	-1,5	-0,6	-4,7
France	12,3	-3,7	-3,1	-1,0	-1,1
Grèce	0,8	0,0	0,5	0,1	2,5
Irlande	2,4	-1,1	-4,0	-0,5	-2,5
Italie	10,6	-0,6	-0,7	-1,3	-1,7
Luxembourg	0,4	0,1	3,6	-0,1	-3,5
Lettonie	0,3	0,1	10,4	0,1	5,3
Malte	0,1	0,0	-5,1	0,0	-5,0
Pays-Bas	14,7	1,0	1,1	1,6	1,6
Portugal	1,4	0,0	-0,2	0,1	0,1
Slovénie	0,7	0,3	8,1	0,0	0,0
Slovaquie	1,8	0,8	18,0	0,4	0,4
Total	100,0	0,0	0,0	0,0	0,0

Source : Eurostat, calculs des auteurs

Lecture : la part de la France dans les exportations européennes était de 12,3 % mi-2014 en diminution de -3,7 points sur la période 2000-2007 (soit un recul de 3,1 % par an) et de -1,0 point sur la période 2007-2014 (soit un recul moyen par an de 1,1 %).

**Part des exportations françaises
de produits manufacturés dans les exportations
de produits manufacturés des pays de la zone euro
(toutes destinations d'exportation confondues)**



Sources : OCDE - CTIC 5 à 8

© Coe-Rexecode

côté, l'Espagne connaît depuis 2007 une nette remontée de ses parts de marchés alors qu'elles étaient stables auparavant. Seule l'Italie se compare défavorablement à la France : les pertes de parts de marché se sont accentuées depuis 2007 et elles s'opèrent désormais à un rythme plus soutenu que celui observé pour la France.

Sur le champ des exportations de produits industriels manufacturés, les mouvements sont analogues. La part des exportations françaises dans les exportations de la zone euro s'était stabilisée également au voisinage de 12,5 % au deuxième semestre 2013. Elle est de 12,3 % en moyenne sur l'année 2014 jusqu'en septembre (dernier point connu). Compte tenu du poids du secteur dans les exportations françaises, le secteur industriel a ainsi supporté un peu plus des deux tiers des pertes de parts de marché observées pour l'ensemble de l'économie depuis 1998.

Le recul de parts de marché en 2014 concerne la plupart des marchandises exportées

Les données douanières permettent d'analyser les évolutions de parts de marché sur les différents

produits à un niveau relativement fin. Pour la majorité des produits, le rythme des pertes de parts de marché a sensiblement ralenti sur les années récentes. Les seuls produits qui ont enregistré des pertes de parts de marché plus importantes depuis 2011 qu'auparavant sont les véhicules routiers, les combustibles minéraux et les huiles d'origine animales ou végétales.

En 2014, seules trois catégories de produits exportés verraient leur part dans les exportations de la zone euro s'accroître : les matières brutes non comestibles (hors carburants) (2,5 % des exports), les combustibles minéraux, lubrifiants et produits connexes (4,1 % des exports) et les articles manufacturés divers (11,4 % des exports). Pour tous les autres produits exportés la part dans les exportations européennes recule en 2014. Les reculs sont particulièrement marqués pour les produits alimentaires et vivants, les machines et matériels de transport et les produits pharmaceutiques.

Les parts de marchés sur les exportations de marchandises hors zone euro reculent

Les données douanières sur les marchandises permettent également d'examiner les performances françaises à l'exportation par marché de destination, tous produits confondus. Au cours des années 2000, les pertes de parts de marché ont été très homogènes selon les marchés géographiques à l'exportation. Alors qu'en 2000, les exportations françaises pesaient 15,5 % des exportations des pays de la zone euro destinées à des partenaires dans zone euro, cette part est tombée à 12,5 % en 2011. Sur cette même période, la part des exportations françaises dans les exportations européennes destinées à des partenaires en dehors de la zone euro est passée de 16,0 % à 12,8 %.

Mais, depuis 2011, les pertes de parts de marché semblent interrompues sur les marchés intra-zone euro. La part des exportations françaises dans les

Provenance des pertes de parts de marché observées de 1999 à 2014							
	Part des exportations françaises dans les exportations de la zone euro...		en % de perte sur...				Part dans les exportations françaises en 2014
	en 1999 (a)	en 2014 (b)	gain total (b/a)	gain par an 1999-2011	gain par an 2011-2013	gain par an 2013-2014	
Produits alimentaires et animaux vivants	20,9	15,1	-27,7	-2,9	-0,7	-4,2	9,2
Boissons et tabac	33,1	26,7	-19,4	-2,0	-0,2	-4,4	3,0
Matières brutes non comestibles (hors carburants)	13,8	11,7	-15,6	-1,7	-1,1	3,6	2,5
Combustibles minéraux, lubrifiants et produits connexes	15,4	7,0	-55,0	-4,2	-7,9	3,2	4,1
Huiles, graisses et cires d'origine animale ou végétale	7,1	7,4	4,2	2,6	-2,1	-3,5	0,3
Produits chimiques et produits connexes, n.d.a. dont	18,5	13,3	-28,1	-3,2	-1,2	-0,3	19,3
Produits médicaux et pharma.	20,2	12,7	-37,1	-4,6	0,0	-8,3	6,2
Articles manufacturés	14,1	10,1	-28,8	-2,7	-1,9	0,1	11,5
Machines et matériel de transport dont :	19,3	12,7	-34,5	-4,5	-0,5	-2,4	37,3
Véhicules routiers	16,1	9,1	-43,3	-2,9	-5,1	-2,0	8,0
Autres matériels de transport	48,8	33,9	-30,5	-5,4	2,4	-6,1	10,1
Articles manufacturés divers	13,9	12,6	-8,9	-0,7	-0,2	-2,0	11,4
Articles et transactions, n.d.a.	11,0	10,9	-0,7	2,6	4,1	-36,5	1,5
Total	17,6	12,3	-29,5	-3,4	-1,0	-1,2	100,0

Source : Eurostat, Statistiques du Commerce international par CTCI

Provenance géographique des pertes de parts de marché observées de 1999 à 2014							
Afrique sub-saharienne	33,0	20,1	-39,1	-3,3	-6,2	4,0	2,9
Afrique du Nord	36,9	24,3	-34,2	-1,6	-10,4	-0,5	3,6
Proche et Moyen Orient	20,4	12,2	-40,1	-2,6	-6,6	-6,1	4,4
Amérique latine	18,6	12,9	-30,6	-2,4	0,5	-8,0	1,8
Amérique centrale et Antilles	21,5	10,8	-49,9	-5,7	7,9	-13,0	0,8
Amérique du Nord	18,4	11,7	-36,4	-3,5	1,0	-4,4	7,0
Océanie	17,6	14,8	-16,1	0,7	-12,0	-0,1	0,9
Asie centrale	14,0	12,5	-11,2	-4,1	19,7	2,5	0,3
Asie émergente hors Chine et Inde	18,6	17,2	-7,2	0,0	0,1	-7,4	4,7
Chine	20,4	11,7	-42,4	-4,5	1,8	-3,6	3,5
Japon	16,1	15,6	-3,1	0,3	-3,0	-1,0	1,5
Péninsule indienne	16,1	10,8	-33,0	-3,7	4,5	-3,7	0,8
Europe centrale et orientale	8,9	7,1	-19,7	-1,8	-0,7	1,2	5,6
Russie	10,3	9,3	-9,7	-0,7	-2,3	2,3	1,6
Zone euro	16,8	12,3	-23,4	-2,2	0,0	0,6	46,8
Europe hors ZE et PECO	17,9	11,1	-38,1	-3,5	-2,6	-0,6	12,3
Autres	36,6	23,9	-34,7	-1,6	-9,9	-2,0	1,4
Total	17,4	12,3	-29,2	-2,6	-1,0	-1,2	100,0

Source : Eurostat, Statistiques du Commerce international par CTCI

Clé de lecture : De 1999 à 2014, la part des exportations françaises dans les exportations de la zone euro pour les produits alimentaires et les animaux vivants est passée de 20,9 % à 15,1 %, soit une perte relative de 27,7 % (-2,9 % par an en moyenne sur la période 1999-2011, -0,7 % sur la période 2011-2013, -4,2 % en 2013-2014). Les produits alimentaires et animaux vivants représentaient 9,2 % des exportations françaises en 2014.

exportations de l'ensemble des pays de la zone euro s'établit ainsi à 12,6 % en octobre 2014, un niveau équivalent à celui observé en moyenne depuis 2011.

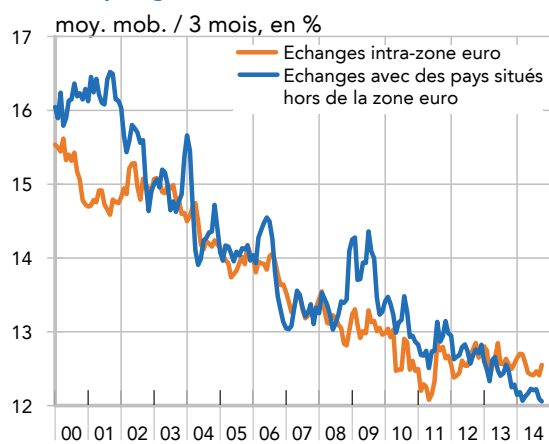
En revanche, les pertes de parts de marché se poursuivent sur les marchés situés en dehors de la zone euro. Ainsi, la part des exportations françaises sur les marchés hors zone euro ressort à 12,1 % en octobre 2014 alors qu'elle était de 12,5 % en 2013 et 12,7 % en 2012. L'hétérogénéité des évolutions géographiques hors zone euro est particulière remarquable en 2014. La part des exportations françaises dans les exportations de la zone euro progresse à destination de l'Afrique subsaharienne (+4 %), de l'Asie centrale (+2,5 %), de la Russie (+2,3 %) et des PECO (+1,2 %). Cette part recule en revanche fortement en ce qui concerne les exportations à destination de l'Amérique centrale et des Antilles (-13 %), de l'Amérique latine (-8 %), de l'Asie émergente (-7,4 %) et du Proche et Moyen-Orient (-6,1 %).

Les parts de marché résistent mieux dans les services

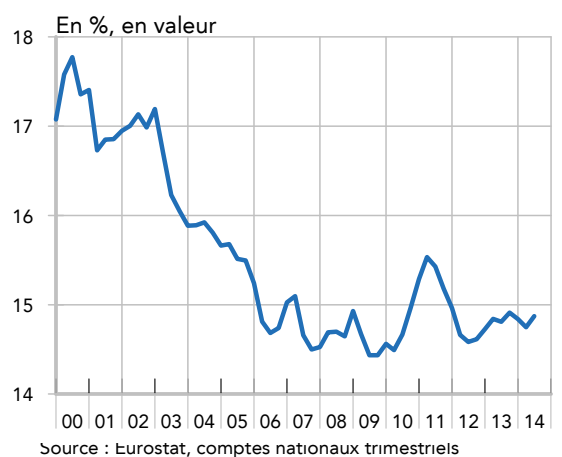
Jusqu'ici, l'examen des exportations françaises a été fait à l'aide des données douanières relatives aux marchandises. Pour compléter la vision d'ensemble, il est utile d'examiner le bilan des échanges sur les services. Les données de la balance des paiements (Banque de France) suggèrent que l'excédent s'établirait à +17,6 Md€ en 2014, en baisse de l'ordre de 1,3 Md€ par rapport à 2013.

Ensuite, les données de comptabilité nationale permettent d'examiner les importations et exportations de services. Les exportations de services estimées par les comptes nationaux représentent 27 % de l'ensemble des biens et services exportés depuis la France. Nous avons relevé lors de nos précédents points annuels sur la compétitivité extérieure de l'économie française que le recul des parts de marché de la France intervenu au début

Part des exportations françaises de marchandises dans les exportations de la zone euro par grandes zones de destination



Part des exportations françaises de services dans les exportations de services effectuées par les pays de la zone euro (en %)



des années 2000 avait concerné la plupart des secteurs d'activité, y compris les échanges internationaux de services. La part des exportations françaises de services dans les exportations effectuées par l'ensemble de la zone euro a reculé de 17,5 % en 2000 à 14,8 % en 2007, soit une baisse de 2,1 % par an de cette part de marché. Le rythme de recul des parts de marché des exportations françaises de services a ainsi été légèrement moins rapide que celui observé pour l'ensemble des biens et services (2,3 % par an).

En outre, la part des exportations de services françaises dans les exportations de services de la zone euro est globalement stable depuis 2006 autour de 14,8 %. Après un léger creux en 2013, elle est remontée vers ce niveau moyen au cours des trois premiers trimestres de 2014. Les évolutions de parts de marché sur les services sont donc plus favorables que celles sur les marchandises.

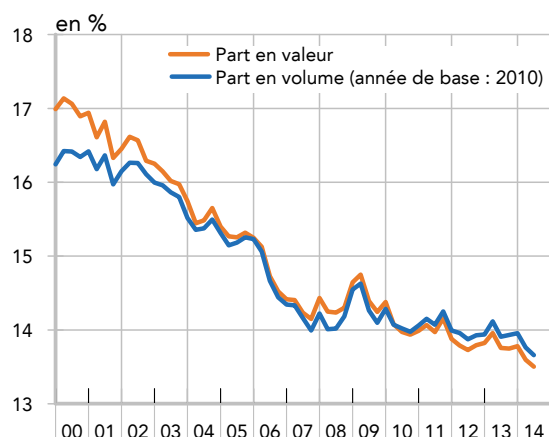
Ensembles des biens et services : baisse des parts de marché à l'exportation et stabilisation du taux de pénétration par les importations

Les données de comptabilité nationale permettent finalement de faire un bilan global sur l'ensemble des biens et services. Au total, les exportations de l'ensemble des biens et services exprimées en valeur épousent l'évolution mise en évidence sur les marchandises. Elles représentent 13,6 % des exportations de biens et services de l'ensemble de la zone euro en 2014 et cette part de marché est en nette dégradation par rapport à 2013 (-1,8 % en glissement annuel). Elle était de 17,9 % en 1999. Si la part de marché était restée à son niveau de 1999, le montant des exportations de biens et services de la France serait plus élevé de 190 Md€

Exportations de biens et services en milliards d'euros courants						
	Exportations		Parts de marché	Exportations	Différence :	Cumul de
	France (a)	Zone euro	exportations	France avec	Potentiel moins	(b - a)
	(en milliards d'euros)		France	Pdm 1999	Observé	
			en %	(b)	(b - a)	(en milliards d'euros)
1999	362,2	2 027,5	17,9	362,2	0,0	0,0
2000	418,5	2 384,3	17,6	425,9	7,5	7,5
2001	429,3	2 529,1	17,0	451,8	22,5	29,9
2002	431,1	2 564,8	16,8	458,2	27,1	57,0
2003	419,4	2 554,9	16,4	456,4	37,0	94,0
2004	443,2	2 777,6	16,0	496,2	52,9	147,0
2005	467,3	2 975,8	15,7	531,6	64,3	211,3
2006	503,6	3 296,6	15,3	588,9	85,3	296,5
2007	527,8	3 607,9	14,6	644,5	116,7	413,2
2008	546,6	3 742,5	14,6	668,5	121,9	535,1
2009	466,8	3 207,2	14,6	572,9	106,2	641,3
2010	520,5	3 671,5	14,2	655,8	135,4	776,7
2011	572,6	4 062,9	14,1	725,8	153,2	929,9
2012	587,3	4 239,2	13,9	757,3	169,9	1 099,8
2013	597,8	4 312,1	13,9	770,3	172,5	1 272,3
2014*	606,0	4 458,9	13,6	796,5	190,5	1 462,8

*Estimations Coe-Rexecode sur la base de trois trimestres
Source : Comptabilité nationale

Part des exportations françaises de biens et services dans les exportations de biens et services de la zone euro



Source : INSEE, Eurostat

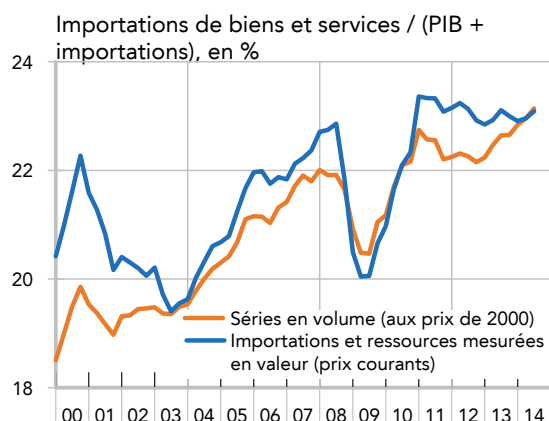
© Coe-Rexecode

en 2014, pour un manque-à-gagner cumulé de 1 462 Md€ en 15 ans.

La compétitivité d'une économie se traduit également par la capacité de ses producteurs locaux à défendre leurs marchés sur le territoire national. Ceci affecte donc la dynamique de ses importations et il est instructif d'examiner l'évolution de la part des importations dans l'ensemble des ressources de l'économie (PIB et importations).

La dynamique de pénétration du marché intérieur par les importations s'est clairement inversée depuis 2011. Entre 2003 et 2008, le taux de pénétration en valeur est ainsi passé de 19,7 % à 22,5 %. Passé le creux très important de la crise de 2008-2009, ce taux est remonté à 23,2 % en 2011. Mais, il tend depuis lors à se réduire, en nette rupture avec la dynamique passée. Il s'inscrit ainsi en moyenne à 22,9 % sur les trois premiers trimestres de 2014, en baisse de 0,1 point par rapport à 2013. Ce mouvement de baisse récent ne se retrouve pas dans les évolutions en volume. Depuis 2013, la progression du taux de pénétration en volume du marché intérieur par les importations a repris. En glissement annuel, la part des importations de biens et services dans les

France Part des importations de biens et services dans les ressources en biens et services



Source : INSEE, calculs Coe-Rexecode

© Coe-Rexecode

ressources en biens et services a ainsi augmenté de 1,7 % au troisième trimestre 2014. Elle dépasse désormais le point haut de 2010. La différence d'évolution entre valeurs et volumes traduit le fait que les prix des importations de l'ensemble des biens et services connaissent une orientation baissière depuis trois ans.

Déflateur des exportations françaises de biens et services / déflateur des exportations de la zone euro



Source : INSEE, Eurostat

© Coe-Rexecode

Les évolutions des prix français et européens à l'exportation sont similaires en 2014

Dans la dynamique des exportations, il est instructif de distinguer les évolutions de prix et les évolutions de volumes. La comparaison des évolutions de prix à l'exportation des biens et services exportés depuis la France et depuis l'ensemble de la zone euro peut être effectuée au moyen des déflateurs des exportations de biens et services fournis par la comptabilité nationale. Les résultats seraient identiques en observant les prix à la production pour les exportations manufacturières sur les marchés extérieurs.

Il apparaît que les prix des exportations françaises évoluent tendanciellement depuis 2000 de façon moins dynamique que les prix européens, avec différentes phases. Ceci a été particulièrement marqué au début des années 2000, jusqu'en 2005 puis de nouveau entre 2010 et 2012. Ces évolutions relatives vis-à-vis de la zone euro reflètent en partie celles de l'Allemagne. Ainsi, la perte de compétitivité-prix de la France par rapport à l'Allemagne a été très importante de 2004 à fin

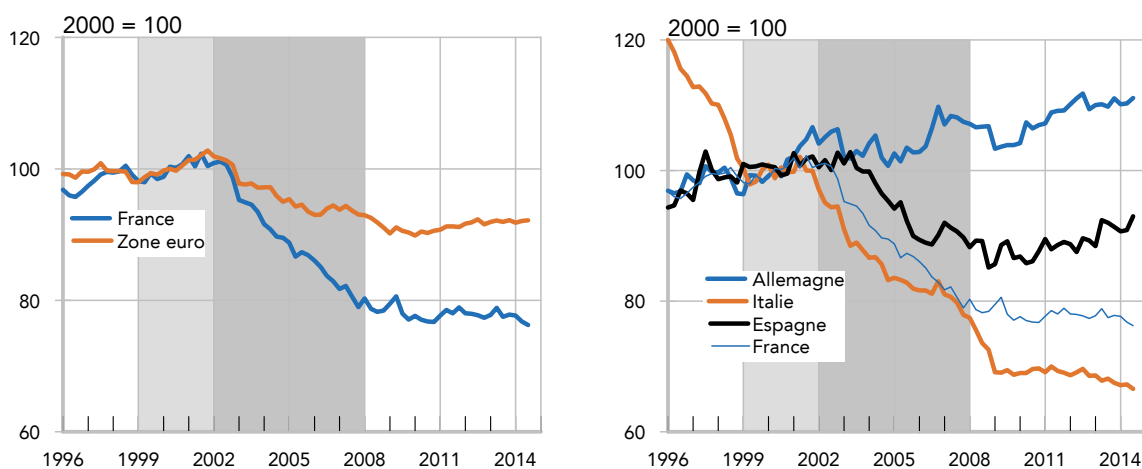
2008. Sur cette période, les prix allemands à l'exportation ont progressé en cumulé de 4 % et les prix français de 9 %. Depuis 2009, les évolutions des prix allemands et français ont été parallèles et même les prix français ont récemment baissé plus nettement que les prix à l'export allemands.

Au final, en 2014, les prix à l'exportation français évoluent parallèlement aux prix à l'exportation européens. L'évolution des prix ne contribue donc pas au moins dynamisme des exportations françaises en valeur.

La performance à l'exportation en volume s'effrite en 2014

Les données de comptabilité nationale en volume permettent de calculer un indicateur de performance à l'exportation. Celui-ci rapporte l'indice des exportations en volume d'une économie à celui de la demande mondiale qui lui est adressée. Cette dernière n'est pas une mesure directe. Elle consiste en une estimation de la croissance spontanée des exportations d'un pays associée à la croissance des importations en volume de ses

Indice des exportations de biens et services / Indice de la demande mondiale adressée à chaque pays (indicateur en volume)



Note : L'indice de demande mondiale adressée est estimé par l'OCDE à partir de la croissance des importations en volume de chaque pays partenaire des économies analysées. L'indice des exportations est fourni par les systèmes nationaux de comptabilité nationale.

© Coe-Rexecode

partenaires commerciaux. Si les exportations d'une économie augmentent plus vite que la demande mondiale qui lui est adressée, cela signifie qu'elle améliore en moyenne ses performances sur ses marchés. Cet indicateur est exprimé en base 100 en 2000. L'indice de la demande mondiale adressée est celui qui est calculé à cadence trimestrielle par l'OCDE pour chaque pays membre de l'organisation.

Le rapport de l'indice des exportations en volume à celui de la « demande mondiale adressée à la France » avait chuté de manière continue de 2002 à 2010, témoignant de la baisse importante des parts de marché. Il a touché un point bas à la fin de l'année 2010, puis il s'est faiblement redressé jusqu'en 2013. Il fléchit de nouveau à la baisse en 2014, dans un mouvement similaire à celui des parts de marché en valeur que nous avons examinées précédemment. Son oscillation reste néanmoins encore de faible ampleur par rapport à la chute de l'indicateur qui est intervenue de 2002 à 2008.

L'indicateur construit pour les exportations françaises se compare défavorablement sur les années récentes à celui élaboré pour l'ensemble de la zone euro. De 1998 à 2002, période de dépréciation du taux de change effectif réel de l'euro, la progression de cet indicateur de performance en volume avait pourtant été plus vive dans le cas de la France (+1,5 %) que pour la zone euro (+0,4 %). Puis, de 2002 à 2008, soit une période marquée par une vive appréciation du taux de change de l'euro, le recul de ce même indicateur a été beaucoup plus marqué dans le cas de la France (-23 % en cumul) que pour la zone euro (-10 %). Depuis le point bas touché fin 2010, l'indicateur progresse seulement légèrement plus rapidement pour la zone euro.

L'observation au niveau de la zone euro mêle des évolutions nationales très disparates. Deux groupes de pays se distinguent : d'une part, ceux qui ont structurellement perdu des parts de

marché (France et Italie notamment) et d'autre part, ceux qui en ont structurellement gagné (Allemagne et, plus récemment, Espagne).

Depuis la fin de l'année 2010, les exportations allemandes et espagnoles en volume ont progressé sensiblement plus vite que la demande mondiale qui leur était adressée (avec une progression respective de l'indicateur de 3,5 % et 5,3 % pour l'Allemagne et l'Espagne de fin 2010 à l'été 2014). Si, dans le cas de l'Allemagne, cette observation prolonge un mouvement qui s'est manifesté tout au long des années 2000, on notera qu'en 2013 et 2014, l'Allemagne n'a pas gagné de nouvelles parts de marché. Il s'agit en revanche d'un phénomène nouveau dans le cas de l'Espagne. Cette progression vient interrompre une tendance à l'érosion des parts de marché des exportations espagnoles qui était intervenue de 2002 à 2008. A l'inverse, les exportations italiennes sont moins soutenues que ne l'est la demande mondiale adressée à l'Italie. Prolongeant un mouvement de très longue période, l'indicateur recule de 3,6 % depuis la fin 2010 et ce mouvement se poursuit en 2014.

Coûts salariaux et marges des entreprises industrielles françaises : des progrès en 2014

On l'a vu, le bilan de la compétitivité française en 2014 est décevant : le solde commercial s'est dégradé sur les produits industriels ; les parts de marché reculent, notamment sur les marchés extra-européens ; ce recul traduit une performance en volume en baisse au regard de la demande adressée à l'économie française. Pour autant, l'année 2014 marque aussi un point d'inflexion sur l'évolution de la compétitivité-coût de l'industrie (coûts horaires du travail et taux de marge). L'amélioration de ces conditions, si elle n'a pas produit de résultat visible en 2014, devrait progressivement jouer favorablement.

Niveau et évolution du coût de l'heure de travail (en euros)							
	2000	2004	2008	2012	3e trim. 2014*	3e trim. 2014 2000	3e trim. 2014 3e trim. 2013 (en %)
dans l'ensemble de l'industrie et des services marchands							
Zone Euro*	20,8	24,4	26,1	29,3	30,0	44,5	1,3
Allemagne	26,3	27,8	29,3	31,9	32,9	24,8	2,2
Espagne	14,2	16,3	18,9	20,9	21,1	48,4	0,1
France	24,4	28,7	32,2	35,2	35,6	45,8	0,5
Italie	19,0	22,8	24,9	26,9	27,8	46,5	1,2
Pays-Bas	23,0	27,2	29,2	32,2	33,6	46,3	1,4
dans l'industrie manufacturière							
Zone Euro*	21,9	25,6	27,7	31,2	32,5	48,4	2,0
Allemagne	28,5	30,8	33,4	36,1	37,9	33,2	2,3
Espagne	15,1	17,4	20,3	22,4	22,7	50,2	-0,3
France	24,0	29,3	33,2	36,1	36,8	53,3	0,6
Italie	18,3	22,2	24,0	27,1	28,0	53,3	1,9
Pays-Bas	24,1	28,1	30,3	33,3	35,1	45,5	1,9

Source : Eurostat, Enquêtes ECMOSS prolongées depuis 2008 par les indices trimestriels de coût de l'heure de travail
 (*) les valeurs ont été obtenues en extrapolant les valeurs de 2008 à partir des indices de coût de la main d'œuvre

Ainsi, au troisième trimestre 2014, le coût horaire du travail dans l'industrie manufacturière progresse en glissement annuel de 2,3 % en Allemagne et de 0,6 % en France. Grâce à l'impact du CICE et un certain ralentissement des hausses salariales en France, l'évolution des coûts est ainsi devenue plus favorable à la compétitivité-coût française.

Le CICE a en effet fortement impacté les mesures statistiques du taux de marge et du coût horaire du travail. On rappellera néanmoins que l'impact effectif dans les trésoreries des entreprises a été moindre que ce que retient la statistique publique. La complexité du dispositif a en effet conduit à ce que le taux de recours soit inférieur à 100 %. En outre, pour un certain nombre d'entreprises ne payant pas ou insuffisamment d'impôts sur les sociétés en raison de la faiblesse de leur résultat, le CICE se traduit à ce stade par une créance sur le Trésor Public mais pas par un flux financier.

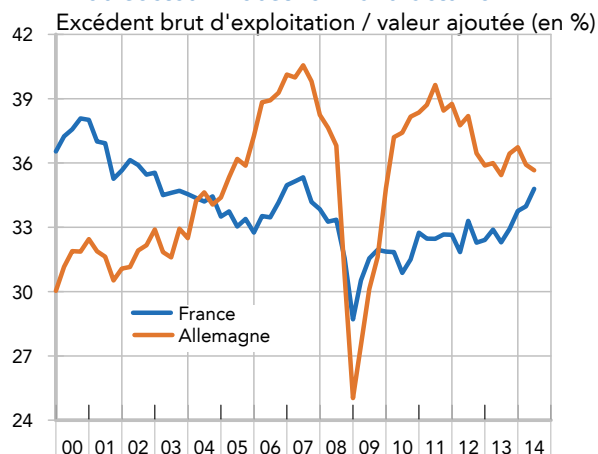
Pour autant, le terrain perdu depuis 2000 reste important. Entre 2000 et le troisième trimestre 2014, le coût horaire du travail dans l'industrie

manufacturière a progressé de 53,3 % en France contre 33,2 % en Allemagne. Cet écart s'est creusé entre 2000 et 2008, période pendant laquelle le coût horaire du travail dans l'industrie manufacturière avait en effet progressé nettement plus rapidement en France (+ 38 % en cumulé) qu'en Allemagne (+ 17 % en cumulé).

Cette évolution plus vive des coûts salariaux horaires se traduit dans les coûts salariaux unitaires (CSU). La perte de compétitivité-coût de la France vis-à-vis de l'Allemagne au cours des années 2000 est bien documentée : dans le secteur industriel, les coûts salariaux unitaires ont reculé de 3 % en France de 2000 à 2007 alors qu'ils reculaient de 13 % en cumulé en Allemagne. Dans l'ensemble de l'économie, ils ont progressé de 17 % sur cette période en France alors qu'ils baissaient de 5 % en Allemagne.

Depuis 2008, la dynamique est devenue plus favorable à la France, en particulier dans le secteur industriel. Entre 2008 et 2014 les coûts salariaux

Taux de marge du secteur industriel manufacturier



Sources : Insee, Eurostat

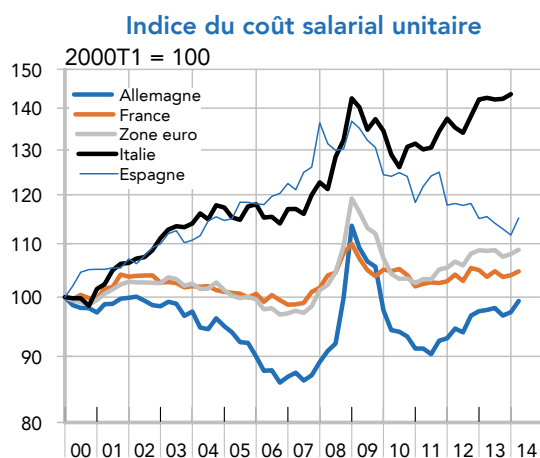
© Coe-Rexecode

unitaires dans l'industrie ont progressé de 11 % en Allemagne et de seulement 3 % en France. L'année 2014 renforce cette évolution favorable à la France : au troisième trimestre de l'année, le glissement annuel des CSU industriels s'établit à +1,1 % en Allemagne et -0,3 % en France. Dans l'ensemble de l'économie les CSU ont progressé de 10 % en France et de 18 % en Allemagne de 2008 à 2014.

Au total, le retard pris par la France par rapport à l'Allemagne dans le secteur industriel a été en partie comblé. Entre 2000 et 2014, les coûts salariaux unitaires ont ainsi progressé de 0,7 % en cumulé en France et baissé de 0,7 % en Allemagne. Les évolutions des coûts salariaux unitaires restent en revanche beaucoup moins favorables en France pour l'ensemble de l'économie : de 2000 à mi-2014, ils ont augmenté de 29 % en France contre 13 % seulement en Allemagne. Dans l'ensemble de l'économie, le rythme de progression de la productivité est comparable depuis 15 ans en France et en Allemagne, mais les salaires ont été beaucoup plus dynamiques en France.

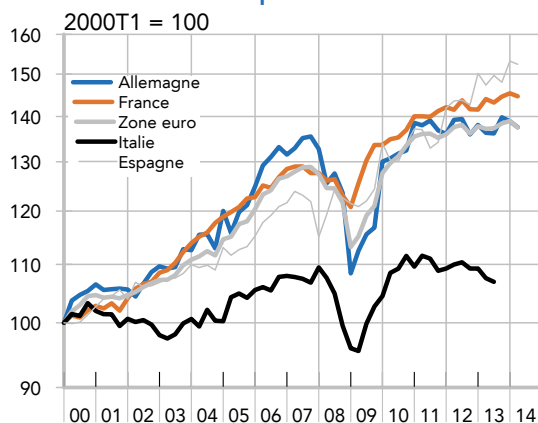
Le taux de marge du secteur industriel français se redresse nettement depuis le début de l'année 2014. Il s'établit à 34,8 % au troisième trimestre 2014, en progression de 2,5 points sur an. Cette nette amélioration a été permise d'une part par la mise en œuvre du CICE, pour un gain de l'ordre de 0,8 point. D'autre part, les salaires nominaux progressent en 2014 à un rythme proche de celui de 2013 tandis que la valeur ajoutée par salarié a nettement accéléré. On notera qu'en revanche, dans les branches marchandes non agricoles autres que les branches manufacturières, le taux de marge est stable en 2014, malgré un effet favorable du CICE de l'ordre de 0,6 point sur les marges.

Industrie manufacturière



Source : Eurostat

Productivité par heure travaillée



© Coe-Rexecode

On note enfin que l'écart de taux de marge industriel entre la France et l'Allemagne n'est plus que de 1,8 point (34 % pour la France et 35,8 % pour l'Allemagne). Il était de plus de 9 points dans notre point précédent sur la compétitivité (décembre 2013). La résorption de cet écart tient en grande partie au changement de base des comptes nationaux. Le traitement des dépenses de recherche et développement comme un investissement et non plus une consommation intermédiaire a relevé significativement le niveau de valeur ajoutée de l'industrie dans les deux pays. Mais l'effet a été beaucoup plus marqué pour la France : le taux de marge de l'industrie française a été relevé de 8 points environ et celui de l'industrie allemande de seulement 2 points.

L'Espagne, challenger en reconquête

Au-delà de la comparaison habituelle entre la France et l'Allemagne, il est utile d'attirer l'attention sur le regain de compétitivité de l'Espagne. Comme nous l'avons souligné, la part des exportations espagnoles dans les exportations de la zone euro progresse très significativement. Elle atteint 6,9 % en 2014, en hausse de 0,8 point depuis 2007. Sur la même période, la part française a reculé de 1,0 point. La part des exportations espagnoles dans les exportations de la zone euro progresse par exemple de 0,6 points en Afrique du Nord là où la France perd 5,4 point sur 2007-2014. De même, la part de marché de l'Espagne en Chine est stable sur cette période alors que celle de la France a reculé de 3,2 points.

Une comparaison sectorielle France-Espagne montre par ailleurs que la part des exportations espagnoles dans les exportations de la zone euro progresse sur la période 2007-2014 de façon signi-

ficative dans tous les secteurs, à l'exception des véhicules routiers. Au contraire, les parts de marché de la France ont reculé sur tous les produits à l'exception du matériel de transport hors véhicules routiers.

L'évolution des déterminants de la compétitivité-coût espagnole a clairement pu jouer un rôle dans ces évolutions. Les coûts horaires espagnols restent bien inférieurs aux coûts horaires français (respectivement 59 % et 62 % des coûts français pour le secteur marchand et l'industrie manufacturière au deuxième trimestre 2014). Ils connaissent en outre une progression moindre qu'en France : au quatrième trimestre 2014, les coûts du travail horaires dans l'industrie manufacturière reculent de 0,3 % en Espagne sur un an, tandis qu'ils progressent de 0,6 % en France.

Avec la conjugaison du ralentissement des coûts et du net regain de productivité de l'économie espagnole depuis 2008, les coûts salariaux unitaires espagnols ont nettement baissé. Alors qu'ils avaient progressé de 22 % entre 2000 et 2007 dans l'industrie manufacturière, ils ont reculé de 6 % depuis 2008. Ils ont en revanche progressé de 3 % en France depuis 2008.

L'économie espagnole devient de plus en plus compétitive et tend à concurrencer progressivement les produits français à l'international, en particulier dans les zones en développement et pour des produits de faible ou moyenne, voire moyenne haute technologie. Le facteur qualité semble néanmoins rester un atout français dans cette comparaison, comme le confirme la deuxième partie de cette étude. Mais le jugement global sur la qualité-prix tend clairement à se déformer au profit de l'Espagne. ■

Des produits de qualité, un peu trop chers

Les résultats de l' « enquête compétitivité » de 2014

- L'enquête compétitivité consiste à interroger chaque année depuis vingt ans des importateurs européens sur leur appréciation des produits fournis par les entreprises de différents pays. L'enquête analyse les caractéristiques hors-prix des produits et porte en 2014, comme tous les deux ans, sur les biens de consommation : équipements du logement, produits agro-alimentaires, habillement et accessoires, produits pharmaceutiques et d'hygiène-beauté.
- Depuis l'enquête menée en 2012, l'évolution des positionnements des produits de consommation français est contrastée. Le positionnement des produits pharmaceutiques et d'hygiène-beauté et des produits d'équipements du logement français progresse pour quatre des six critères hors-prix. En revanche, le jugement sur les produits agro-alimentaires et sur l'habillement se dégrade pour 4 critères sur 6.
- L'équipement du logement, les produits agro-alimentaires et les produits pharmaceutiques et d'hygiène-beauté, sont bien positionnés sur les critères hors-prix. Ils se placent ainsi au deuxième rang sur dix concurrents mondiaux en termes de qualité, derrière l'Allemagne.
- En revanche, le jugement est moins favorable pour les produits d'habillement et accessoires français. Ces produits ne sont ainsi classés qu'à la 5ème place pour la qualité ou l'ergonomie et le design et même à la 8ème place pour le contenu en innovation technologique.
- Comme en 2012, l'appréciation du niveau des prix est globalement défavorable aux produits français, avec toutefois quelques nuances : les produits pharmaceutiques et d'hygiène-beauté sont classés au 4ème rang sur ce critère, en nette progression par rapport à 2012 (quatre places gagnées).
- Au total, les positionnements des produits de consommation français en termes de qualité-prix sont très contrastés. Malgré le niveau élevé des prix, la qualité des produits agro-alimentaires et des équipements du logement leur permet de se situer au 2ème rang sur la qualité-prix. Les produits pharmaceutiques sont également mieux positionnés qu'en 2012 sur ce critère (4ème rang). En revanche, la perte de qualité-prix de l'habillement et accessoires, amorcée en 2012 s'amplifie en 2014 : les biens français s'établissent au 7ème rang sur dix concurrents en 2014 alors qu'ils étaient au 3ème rang en 2010.

Depuis le début des années 1990, Coe-Rexecode réalise chaque année une enquête sur leur perception auprès des grands acheteurs européens des caractéristiques des produits qu'ils achètent à l'étranger.

Cette enquête annuelle porte alternativement sur les biens intermédiaires et d'équipement, et sur les biens de consommation finale. La dernière enquête menée en septembre 2014 porte sur les biens de consommation, décomposés en quatre types de produits : équipements du logement, produits agro-alimentaires, habillement et accessoires, produits pharmaceutiques et d'hygiène-beauté.

Un échantillon de 485 importateurs de six grands pays européens (Allemagne, France, Italie, Espagne, Belgique, Royaume-Uni) ont été interrogés sur la perception qu'ils ont des produits en provenance des principaux pays européens, d'Europe centrale et orientale (PECO), des Etats-Unis, du Japon, de la Chine et des pays d'Asie hors Japon et hors Chine, soit dix pays au total.

L'originalité de cette enquête réside dans le classement des pays selon la qualité de leurs produits, leur contenu en innovation technologique, l'ergonomie ou le design, des qualités qui peuvent influencer l'évolution 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) sont également pris en compte. Ils représentent en effet aussi des facteurs importants dans la compétition internationale. Tous ces critères sont cependant moins sensibles que les prix aux fluctuations conjoncturelles. 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.

Nous présentons ici les principaux résultats de l'enquête 2014. Les résultats détaillés de l'enquête sont accessibles sur le site internet de Coe-Rexecode (www.coe-rexecode.fr). Après avoir rappelé la méthodologie et le mode d'exploitation de l'enquête, nous analysons la position actuelle de la France et de ses principaux concurrents telle qu'elle est perçue par les acheteurs européens. Nous tirons également des enseignements sur la position de la France sur le long terme, en examinant l'historique des enquêtes sur les biens de consommation depuis 2000.

Les résultats de notre enquête font apparaître que la « qualité » au sens large des produits d'équipement du logement, des produits agro-alimentaires et des produits pharmaceutiques et d'hygiène-beauté en provenance de France est relativement stable dans le temps et considérée comme l'une des meilleures des dix pays comparés. Pour ces biens, et malgré un prix relativement élevé, cette qualité permet d'assurer un rapport qualité-prix très favorable (équipement du logement et produits agro-alimentaires) ou satisfaisant (produits pharmaceutiques et d'hygiène-beauté). En revanche, l'enquête 2014 montre que le jugement sur la qualité des produits d'habillement et accessoires français se dégrade depuis 2008. Leur qualité est jugée comme moyenne ce qui, conjugué à des prix élevés, conduit à un « rapport qualité-prix » défavorable (7ème rang, là où l'Allemagne est 1ère et l'Italie 2ème).

Méthodologie de l'enquête

485 importateurs interrogés sur quatre catégories de produits de consommation

L'enquête « compétitivité » est menée pour Coe-Rexecode par TNS Sofres auprès de 485 entreprises. Dans chacune des entreprises de l'échantillon, la personne interrogée est la « personne qui décide du choix des fournisseurs en matière d'importation de produits industriels ». Selon les entreprises, il peut

s'agir du responsable des achats, du responsable commercial voire quelquefois du responsable technique, ou même dans les petites entreprises du dirigeant de l'entreprise.

Comme chaque année paire, les produits enquêtés sont les biens de consommations. Les produits importés par l'entreprise sont ainsi classés dans quatre catégories : équipements du logement, produits agro-alimentaires, habillement et accessoires, produits pharmaceutiques et d'hygiène-beauté. Plus précisément, les produits regroupés dans chacune de ces quatre catégories sont les suivants :

- Habillement et accessoires : Vêtements, bonneterie, articles en cuir et chaussures, bijouterie, parapluies etc.
- Equipement du logement : Electronique grand public, téléphonie, photo, ciné, électroménager blanc,- meubles, tapis, vaisselle, jeux et jouets etc.
- Produits pharmaceutiques et hygiène beauté : Produits de beauté, parfums, eaux de toilette, pharmacie etc.
- Produits agro-alimentaires : Produits à base de céréales, corps gras, viandes, poissons, sucre, confiseries, boissons alcoolisées et non alcoolisées.

Neuf critères sont examinés, dont six portent sur les qualités hors-prix spécifiques aux produits

Le questionnaire énonce ensuite une liste de critères d'appréciation susceptibles de déterminer le choix des fournisseurs par le décideur interrogé. Neuf critères sont énoncés :

- | | |
|------|--|
| n° 1 | La qualité des produits |
| n° 2 | L'ergonomie et le design |
| n° 3 | Le contenu en innovation technologique |
| n° 4 | La notoriété |

- | | |
|------|--|
| n° 5 | Les délais de livraison |
| n° 6 | L'ensemble des services associés aux produits |
| n° 7 | La variété des fournisseurs |
| n° 8 | Le prix des produits (le prix « en soi ») (indépendamment des autres critères) |
| n° 9 | Le rapport qualité-prix |

Cette liste de critères appelle plusieurs observations :

a. Les critères énoncés ne sont pas mesurables objectivement. Nous considérons cependant qu'ils sont suffisamment explicites pour renvoyer à une perception précise de la part des personnes interrogées, puis de permettre notamment le classement des pays d'origines des produits par les acheteurs.

b. Les critères n°1 à n°6 mesurent l'appréciation des caractéristiques « hors-prix » du produit. Sur ces six critères, les trois premiers sont liés très directement au produit lui-même (qualité, ergonomie et design, contenu en innovation technologique) tandis que les trois suivants sont davantage liés à l'entreprise qui fabrique ces produits (notoriété, délais de livraison, ensemble des services associés aux produits).

c. Le critère n°7 sur la variété des fournisseurs se rapporte moins au fournisseur lui-même qu'au pays du fournisseur. Un client pourrait en effet renoncer à contracter avec un fournisseur de produits implanté dans un pays à faible base industrielle, bien que ses produits soient de bonne qualité, par crainte de ne pas pouvoir trouver rapidement un fournisseur alternatif en cas de défaillance du fournisseur principal. La réponse à cette question donne donc une indication sur l'étendue relative de la base industrielle de chaque pays.

d. Le critère « prix des produits » est un critère un peu particulier dans la mesure où il ne peut être vraiment significatif que pour des produits identiques ou au moins très comparables. Un fournisseur qui offre une gamme de produits dont les prix sont plus élevés que celle d'un autre fournisseur peut néanmoins être préféré à ce dernier si ses

produits sont de meilleure qualité ou si le service après-vente est plus efficace. Le choix d'un fournisseur dépend en définitive de l'appréciation relative de l'ensemble des critères sans que l'on puisse opposer l'un d'entre eux à l'ensemble des autres. La compétitivité d'un fournisseur est un concept global dans lequel tous les critères interviennent. Il convient donc de relativiser l'opposition classique entre compétitivité-coût (ou prix) et compétitivité hors coût car la compétitivité « hors coût » est elle-même un agrégat de différentes caractéristiques.

e. Pour prendre en compte cette dernière observation, deux types de question complémentaires sont posées à l'acheteur interrogé : la première question porte sur « l'importance » qu'il accorde dans ses décisions à chacun des critères énoncés. Cette importance est mesurée par une note de 1 à 5. La deuxième question vise à synthétiser l'arbitrage entre le prix et les autres caractéristiques, en demandant à l'acheteur de noter le « rapport qualité-prix » des fournisseurs (critère n° 9).

L'enquête vise à établir pour chaque type de produit un classement des différents pays pour les neuf critères présentés ci-dessus. Pour chacun de ces critères, on demande donc à l'acheteur si les produits des dix pays considérés sont « mieux placés que la moyenne du marché », « dans la moyenne du marché », ou « moins bien placés que la moyenne du marché ».

Un classement des pays selon plusieurs critères

L'enquête permet ainsi de disposer d'une base de données constituée par les réponses de 485 acheteurs issus de six pays (France, Allemagne, Belgique, Royaume-Uni, Italie, Espagne). On fait l'hypothèse que ces acheteurs ont un comportement homogène. L'exploitation de l'enquête ne tient donc pas compte du pays où se trouve l'acheteur. Elle vise en revanche à caractériser les jugements moyens des acheteurs sur les pays des fournisseurs.

Pour obtenir le classement des différents pays pour chaque critère, on associe une note à chaque modalité de réponse : note de 3 points si les produits du pays sont « les mieux placés sur le marché », note de 2 points s'ils sont « placés dans la moyenne du marché » et note de 1 point s'ils sont « moins bien placés que la moyenne du marché ». On calcule ensuite un « score » pour chaque pays, critère par critère, en faisant la moyenne des notes attribuées par les acheteurs qui ont émis un avis sur les pays d'origine des produits et en « normant » les moyennes obtenues de façon telle qu'elles s'échelonnent de -1 (pays les moins bien placés) à 1 (pays les mieux placés). Les scores obtenus permettent ainsi d'établir le classement moyen des pays, c'est-à-dire l'ordre de préférence entre pays exprimé par « l'acheteur moyen ». On dispose au total pour chaque secteur et pour chaque critère, du classement des pays fournisseurs, que nous appellerons le classement des pays fournisseurs par « l'acheteur moyen » européen.

Suivre l'évolution de la compétitivité dans le temps

L'enquête étant conduite pour les biens de consommation tous les deux ans depuis 1996 (années paires – les années impaires, l'enquête porte sur les biens intermédiaires et d'équipement), il est possible de comparer les jugements des acheteurs au fil du temps.

Une présentation partielle mais parlante des résultats pour un secteur donné consiste à positionner chaque pays en portant sur l'axe des abscisses le score « qualité » (critère n° 1) et en ordonnée l'opposé du score « prix » (critère n° 8). Ces scores sont compris entre -1 et 1. Les produits se situant dans les cadrans « Est » (cadrans I et II) sont considérés comme ayant une qualité meilleure que la moyenne du marché. De la même façon, les produits situés dans les cadrans « Nord » (cadrans I et IV) sont considérés comme chers relativement aux autres produits. Lorsqu'un produit se déplace du « Sud-Ouest » vers le « Nord-Est » (du cadran II vers le

cadran I), il s'améliore en qualité mais son prix augmente. Il monte donc en niveau dans la gamme. Le déplacement inverse correspond à une baisse du niveau des produits dans la gamme. Dans le cadran «Nord-Est» (cadran I) se trouvent donc les produits « haut de gamme », souvent assimilés aux produits de qualité et chers. Le cadran «Sud-Ouest» (cadran III) regroupe les produits peu chers mais de moins bonne qualité. De la même façon, lorsqu'un produit se déplace du «Nord-Ouest» (cadran IV) au «Sud-Est» (cadran II) il améliore son rapport qualité-prix. Dans le cadran IV se trouvent ainsi les produits de qualité médiocre et chers, et dans le cadran II les produits de bonne qualité et peu chers par rapport au marché. On devrait s'attendre à ce que ce soit les produits figurant dans le cadran II qui gagnent des parts de marché.

Les résultats de l'enquête 2014

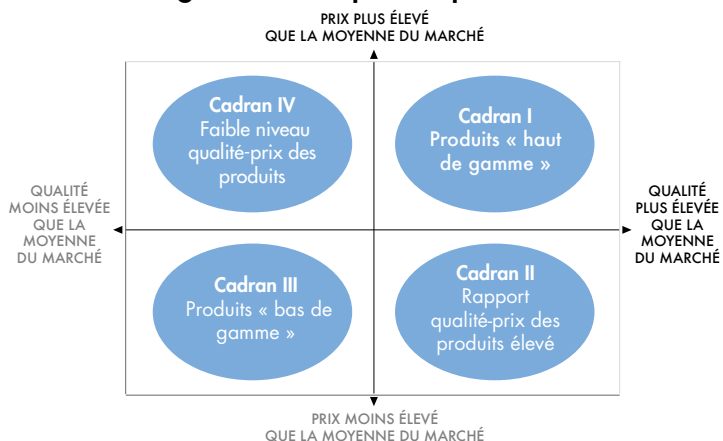
Les résultats de l'enquête 2014 sur les biens de consommation sont présentés dans le tableau ci-contre sous la forme du rang pour l'acheteur moyen européen des 10 pays étudiés, pour chaque produit et chaque critère.

Un jugement positif sur la qualité des produits de consommation français, à l'exception de l'habillement et accessoires

L'enquête 2014 montre que pour l'équipement du logement, les produits agro-alimentaires et les produits pharmaceutiques et d'hygiène-beauté, les biens de consommation français sont bien positionnés sur les critères hors-prix. Ils sont ainsi au 2ème rang sur dix concurrents mondiaux en termes de qualité, derrière l'Allemagne. Pour les autres critères de compétitivité hors-prix (ergonomie-design, notoriété, contenu en innovation technologique, délais de livraison, services associés aux produits), les produits français sont classés au plus bas en 5ème rang.

En revanche, le jugement des importateurs est plus défavorable pour les produits d'habillement et accessoires français. Ils ne sont ainsi classés qu'à la 5ème place pour la qualité ou l'ergonomie et le design et même à la 8ème place pour le contenu en innovation technologique, devant la Chine et l'Asie hors Chine et Japon.

Diagramme « qualité-prix »



Dans le diagramme « qualité-prix », un point représente les scores du pays sur les critères qualité et prix (par rapport à la moyenne du marché).

**Classement des dix pays fournisseurs par l'acheteur moyen européen
pour les trois secteurs étudiés en 2014**

	France	Allemagne	Roy.Uni	Italie	Espagne	PECO	Etats-Unis	Japon	Asie	Chine
Equipement du logement										
Qualité	2	1	4	6	7	8	3	5	10	9
Ergonomie-design	4	3	6	5	7	9	1	2	10	8
Contenu en innovation technologique	3	2	4	6	7	9	1	5	10	8
Notoriété	3	1	5	6	9	7	2	4	8	10
Délais de livraison	3	1	4	7	10	6	2	5	8	9
Ensemble des services associés aux produits	4	1	2	7	6	8	3	5	10	9
Variété des fournisseurs	5	1	4	8	10	9	2	7	3	6
Prix	7	1	2	10	6	4	9	5	8	3
Rapport qualité-prix	2	1	5	10	6	8	7	3	9	4
Produits agro-alimentaires										
Qualité	2	1	5	6	3	9	8	4	7	10
Ergonomie-design	3	2	6	4	7	8	5	1	9	10
Contenu en innovation technologique	3	2	8	4	7	10	5	1	9	6
Notoriété	1	2	4	3	5	9	6	7	8	10
Délais de livraison	3	1	5	6	2	8	7	4	9	10
Ensemble des services associés aux produits	1	3	7	5	6	9	8	2	4	10
Variété des fournisseurs	1	3	10	2	5	9	6	7	4	8
Prix	8	9	10	7	3	5	2	6	4	1
Rapport qualité-prix	2	4	10	7	1	6	9	5	3	8
Habillement et accessoires										
Qualité	5	1	6	2	7	9	4	3	8	10
Ergonomie-design	5	2	8	1	7	6	4	3	9	10
Contenu en innovation technologique	8	2	6	3	7	5	4	1	9	10
Notoriété	4	1	5	2	7	10	6	3	8	9
Délais de livraison	3	1	4	6	7	8	2	5	9	10
Ensemble des services associés aux produits	4	1	7	5	6	10	3	2	9	8
Variété des fournisseurs	8	2	10	1	6	9	4	3	7	5
Prix	5	4	10	6	3	9	8	7	2	1
Rapport qualité-prix	7	1	10	2	5	8	9	3	4	6
Produits pharmaceutiques et d'hygiène-beauté										
Qualité	2	1	4	5	7	8	6	3	10	9
Ergonomie-design	3	1	6	2	7	8	4	5	10	9
Contenu en innovation technologique	3	1	5	6	7	8	2	4	10	9
Notoriété	1	3	5	4	7	8	2	6	9	10
Délais de livraison	5	1	4	7	6	9	3	2	10	8
Ensemble des services associés aux produits	3	1	5	6	7	9	2	4	10	8
Variété des fournisseurs	6	1	7	5	8	10	2	3	9	4
Prix	3	5	7	2	1	10	4	8	9	6
Rapport qualité-prix	4	1	7	6	3	9	2	5	10	8

Source : Enquête « Compétitivité », Coe-Rexecode

Depuis l'enquête menée en 2012, l'évolution des positionnements est également contrastée selon les produits. Le positionnement sur les produits pharmaceutiques et d'hygiène-beauté et les produits d'équipements du logement progresse pour 4 des 6 critères hors-prix. En revanche, le jugement sur les produits agro-alimentaires et sur l'habillement se dégrade pour 4 critères sur 6. Les produits agro-alimentaires français sont ainsi jugés globalement moins favorablement sur la qualité en 2014 que les produits allemands alors que l'inverse était vrai en 2012.

On notera également que les délais de livraison sont le seul critère hors prix sur lequel aucun des produits français ne progresse tandis que l'ergonomie-design est l'unique critère sur lequel aucun produit français ne recule. Enfin, si la variété des fournisseurs apparaît forte pour les produits agro-alimentaires (1er rang), elle apparaît beaucoup moins satisfaisante pour les trois autres types de biens.

Malgré des prix élevés, la qualité-prix des produits d'équipement du logement et des produits agro-alimentaires est très bonne

Comme en 2012, l'appréciation du niveau des prix est globalement défavorable pour les produits de consommation français. Le rang moyen sur les 4 types de produits évalués est comparable à celui des Etats-Unis et meilleur que celui de l'Italie et du Royaume-Uni. Il est en revanche inférieur à celui de l'Allemagne, de l'Espagne, et bien évidemment, de la Chine.

Il y a néanmoins un certain nombre de nuances entre les différents produits. Les produits pharmaceutiques et d'hygiène-beauté français sont ainsi classés au 4ème rang sur le critère prix progressant de 4 places par rapport à 2012. De même, le positionnement sur les prix de l'habillement et accessoires est légèrement plus favorable qu'en 2012, avec une progression de la 6ème à la 5ème place. En revanche, l'appréciation du prix des produits fran-

çaise se dégrade nettement pour l'équipement du logement (7ème rang, en recul de 3 places par rapport à 2012) et pour les produits agro-alimentaires (8ème rang, en recul d'une place).

Les produits français de l'équipement du logement, de l'agro-alimentaire et de la pharmacie sont donc caractérisés par une qualité forte et des prix élevés. La balance entre les deux caractéristiques apparaît finalement favorable. La qualité des produits agro-alimentaires et des équipements du logement leur permet de se situer au 2ème rang sur la qualité-prix. Au bénéfice de leur progression sur les prix, les produits pharmaceutiques sont également mieux positionnés qu'en 2012 sur la qualité-prix (4ème rang).

Ce positionnement favorable en termes de qualité-prix pour ces trois produits contraste avec celui des produits d'habillement et accessoires français : ils s'établissent au 7ème rang sur 10 concurrents en 2014 en termes de qualité-prix alors qu'ils étaient au 3ème rang en 2010.

En 2013, comme chaque année impaire, notre enquête portait sur les biens intermédiaires et les biens d'équipement mécaniques, électriques et électroniques. Le positionnement des produits de consommation français étudiés dans la présente enquête apparaît globalement plus favorable que celui des biens d'équipement et intermédiaires, à l'exception de produits d'habillement et accessoires. Les produits d'équipements du logement, les produits agro-alimentaires et les produits pharmaceutiques et d'hygiène-beauté sont en effet mieux positionnés que les biens intermédiaires et d'équipement à la fois sur la qualité et sur les prix. En comparaison, la qualité des biens d'équipement et intermédiaires est en général au 3ème rang, nettement derrière l'Allemagne et le Japon. Sur les produits de consommation, l'Allemagne est également en tête mais la qualité des produits japonais n'est pas considérée comme supérieure à celle des produits français.

Evolution du positionnement des produits français depuis 2000

Le fait de disposer de l'enquête depuis 1996 permet d'examiner l'évolution du rang des produits de consommation français. Nous présentons dans les pages suivantes sous forme visuelle pour chaque critère l'évolution du rang de la France parmi les dix pays fournisseurs depuis 2000. Nous regroupons les résultats des quatre familles de produits sur chacun des neuf graphiques correspondant aux neuf critères. L'idée est de mettre en évidence d'éventuelles tendances dans l'évolution du jugement des importateurs sur les produits français. Ces tendances sont représentées schématiquement sur les neuf graphiques par une large flèche bleue.

L'enquête 2014 présente deux caractéristiques essentielles : d'une part un certain décrochage de l'appréciation sur les produits d'habillement et accessoires alors qu'elle était jusque-là relativement homogène avec celles des autres produits de consommation ; d'autre part une consolidation de l'appréciation sur les caractéristiques hors prix et la qualité-prix des produits d'équipements du logement, agro-alimentaires et pharmaceutiques et d'hygiène-beauté

Dans le détail, l'appréciation des importateurs sur la qualité des produits de consommation français est en moyenne stable depuis 2000. Elle s'est constamment maintenue à un niveau élevé pour les produits pharmaceutiques et les produits agro-alimentaires. Alors qu'elle était seulement moyenne en 2010 pour les produits d'équipement du logement, l'appréciation sur la qualité s'est redressée en 2012 et à nouveau en 2014. A l'inverse le jugement sur la qualité des produits d'habillement et accessoires est au rang le plus bas depuis 15 ans. Les évolutions sur l'appréciation du contenu en innovation des produits sont très similaires.

S'agissant de l'ergonomie et design, ce critère a été en recul pour l'ensemble des produits de 2000 à 2012. L'enquête 2014 manifeste une pause dans cette érosion, qui demandera à être confirmée dans les enquêtes suivantes. De même, l'évolution de la

notoriété apparaît favorable : le rang atteint en 2014 est le plus haut des 15 dernières années pour les produits d'équipements du logement, les produits agro-alimentaires et les produits pharmaceutiques et d'hygiène-beauté. La notoriété est en revanche au plus bas pour les produits d'habillement et accessoires, tout en demeurant au-dessus de la moyenne (4ème rang).

Sur les délais de livraison, les évolutions sont moins favorables : en 2014, aucun produit ne progresse sur ce critère. Enfin, l'appréciation sur les services associés s'était affaiblie pour tous les produits entre 2000 et 2010, mais l'enquête 2014 semble confirmer que ce mouvement est interrompu.

Au total, les évolutions de qualité-prix sont très hétérogènes entre les produits. Celle-ci s'était globalement dégradée entre 2000 et 2012. L'enquête 2014 suggère que cette tendance s'est interrompue. Le redressement est net pour les produits pharmaceutiques et d'hygiène-beauté et encore davantage pour les produits agro-alimentaires et d'équipement du logement. En revanche, l'appréciation sur la qualité-prix des produits de l'habillement et accessoires est au plus bas depuis 15 ans.

Sur le prix, les biens de consommation français étaient mieux positionnés que la moyenne dans nos premières enquêtes, mais ce n'est plus le cas depuis 2004. Logiquement, le jugement sur ce critère est plus variable que celui sur les caractéristiques hors-prix, puisque les circonstances conjoncturelles influent sur les prix plus que sur les qualités intrinsèques des produits. Globalement, les biens de consommation français se maintiennent en termes de prix entre la 4ème et la 8ème place depuis 10 ans et c'est à nouveau le cas en 2014.

« Deutsche Qualität » et renforcement sur les prix en Espagne

Une analyse analogue menée sur les produits allemands, italiens et espagnols fait apparaître les caractéristiques de nos principaux concurrents européens et peut donner des pistes d'explication aux évolu-

tions de parts de marché en Europe sur les dernières années.

Les produits de consommation allemands sont très bien classés sur la plupart des critères hors prix et leur positionnement s'est même renforcé depuis 2012. L'Allemagne est en tête sur la plupart des critères hors prix, et jamais au-delà de la 3ème place. On retrouve là un leadership constaté également dans notre enquête sur les biens d'équipement et intermédiaires réalisée les années impaires.

Sur les prix, l'appréciation des produits allemands est très hétérogène, beaucoup plus que pour les produits français : les équipements du logement allemands sont au 1er rang sur le prix (la France est 7ème) alors que les produits agro-alimentaires sont au 9ème rang (la France est 8ème). Mais globalement le positionnement sur les prix des produits allemands a progressé depuis 2012. En outre, la qualité est suffisamment favorable pour que le jugement sur la qualité-prix des produits allemands soit très favorable : ils sont au premier rang sur ce critère pour les produits d'équipements du logement, les produits d'habillement et accessoires et les produits pharmaceutiques et d'hygiène-beauté. En revanche, sur les produits agro-alimentaires, les produits allemands ne sont qu'au 4ème rang, alors que la France est en 2ème position (l'Espagne est au 1er rang).

La qualité des produits de consommation italiens est en général considérée comme moyenne et elle tend à se dégrader depuis 2012. Le jugement est toutefois beaucoup plus positif sur les produits d'habillement

et accessoires que sur les autres types de biens. Or, dans le même temps, les prix italiens sont considérés comme élevés. De ce fait, là où la France a gagné des places sur la qualité-prix depuis 2012, l'Italie en a perdu.

Enfin, les produits espagnols sont en dessous de la moyenne sur les critères de qualité à l'exception des produits agro-alimentaires. Pour ceux-ci un positionnement en 3ème position sur la qualité (derrière l'Allemagne et la France) et sur les prix (derrière la Chine et les Etats-Unis) permet aux produits espagnols d'afficher globalement la meilleure qualité-prix des 10 pays examinés. Sur les trois autres types de produits (habillement, équipements du logement et pharmaceutique) le rang espagnol n'est jamais meilleur que 6ème sur les critères hors-prix, bien en deçà du rang des produits français. Mais les produits espagnols se distinguent également dans l'enquête 2014 par une nette amélioration de leur positionnement sur le prix : avec un rang moyen autour de la 3ème place (contre 7ème rang environ en 2012). Ils apparaissent désormais significativement moins chers que les produits français, allemands ou italiens. Grâce à cette nette amélioration sur les prix, l'Espagne gagne des places sur la qualité-prix pour les produits d'équipement du logement, les produits agro-alimentaires et les produits pharmaceutiques. L'enquête 2014 dessine donc une amélioration de la compétitivité espagnole passant aujourd'hui principalement par les prix. Ce résultat ne doit pas surprendre dans la mesure où l'amélioration des qualités hors-prix des produits est un processus lent. ■

Diagramme « qualité-prix » pour les biens d'équipement du logement

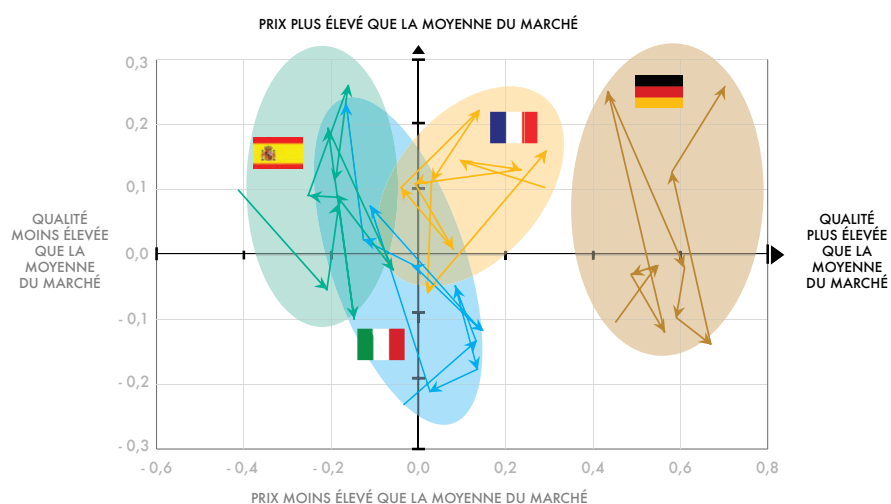


Diagramme "qualité-prix" pour les produits d'habillement et d'accessoires

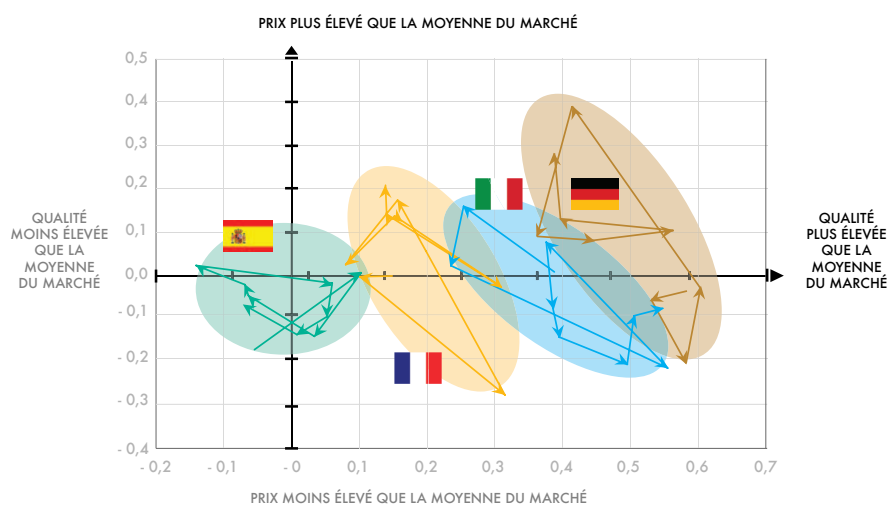


Diagramme « qualité-prix » pour les produits agro-alimentaires

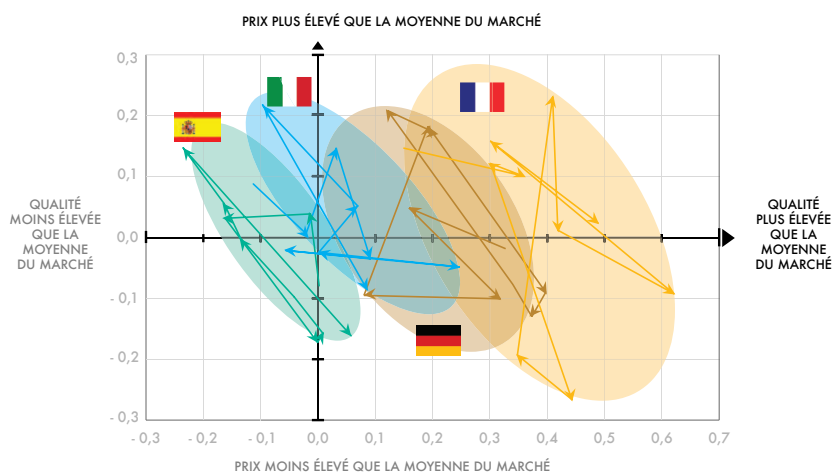
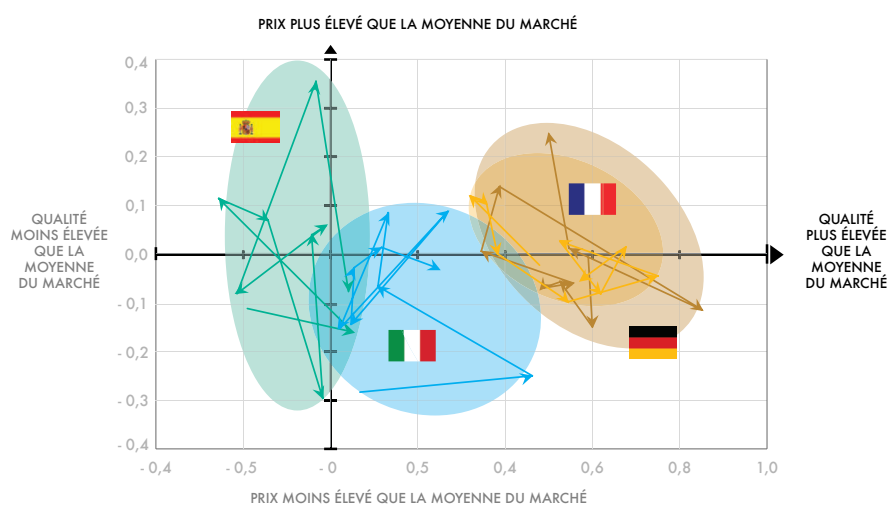
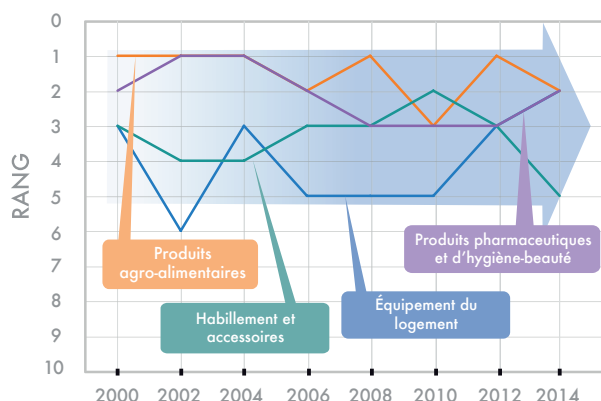


Diagramme « qualité-prix » pour les produits pharmaceutiques et d'hygiène-beauté



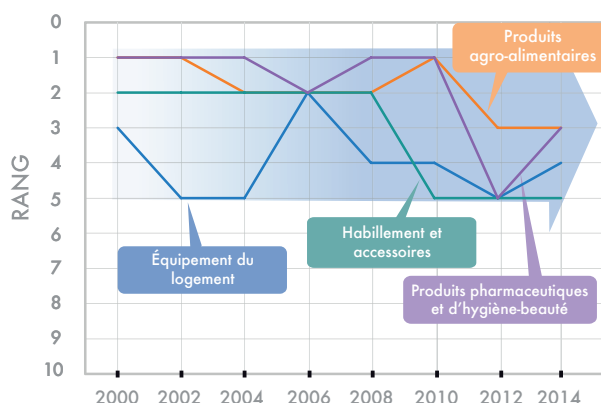
Rang des produits français parmi les produits de dix pays fournisseurs

Critère « Qualité »



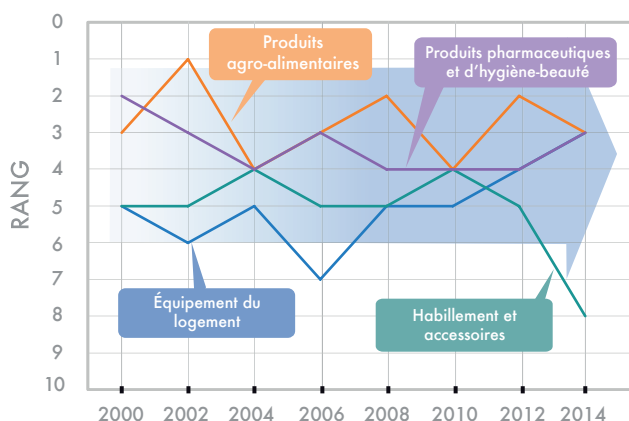
Le rang sur le critère qualité est stable depuis le début des années 2000, avec un rang moyen entre la 2ème et la 3ème position. Le regain de qualité sur l'équipement du logement observé en 2012 est confirmé en 2014. En revanche, l'appréciation sur la qualité baisse pour l'habillement et accessoires

Critère « Ergonomie – Design »



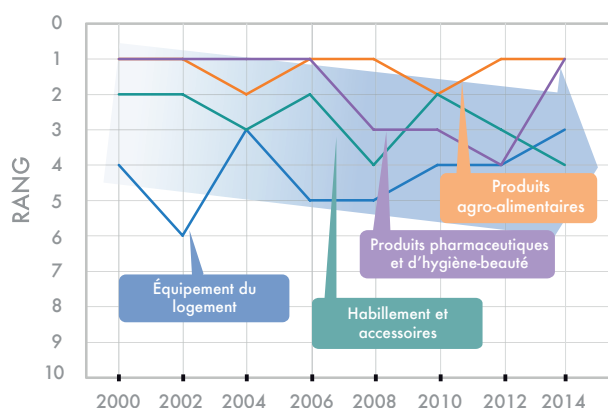
L'appréciation sur l'ergonomie et le design est orientée à la baisse pour tous les biens depuis 2000 hors équipements du logement. L'année 2014 constitue néanmoins une pause dans cette érosion, qui sera à confirmer dans la prochaine enquête.

Critère « Contenu en innovation »



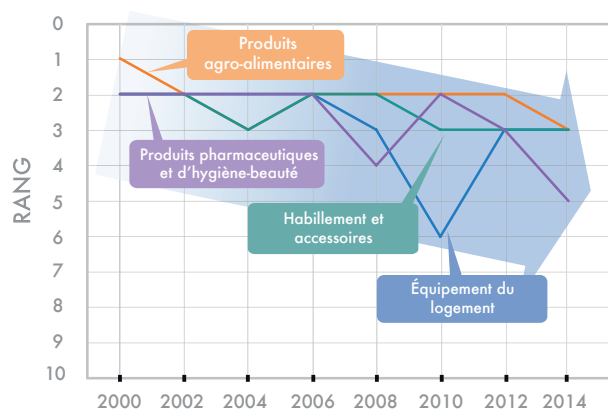
Le rang du contenu en innovation est relativement stable sur la période, autour de la 4ème place en moyenne sur tous les produits. L'année 2014 est marquée par des évolutions fortement divergentes entre les produits d'habillement et accessoires pour lesquels le recul est très important et les autres produits de consommation où le jugement reste favorable.

Critère « Notoriété »



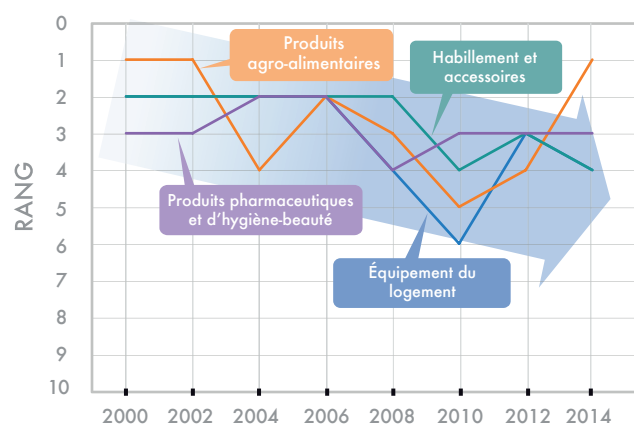
La notoriété des biens de consommation s'est érodée jusqu'en 2010, en particulier pour les produits pharmaceutiques et d'hygiène-beauté. Ce mouvement semble globalement interrompu dans l'enquête de 2014. La notoriété recule toutefois d'une place pour les produits d'habillement et accessoires.

Critère « Délais de livraison »



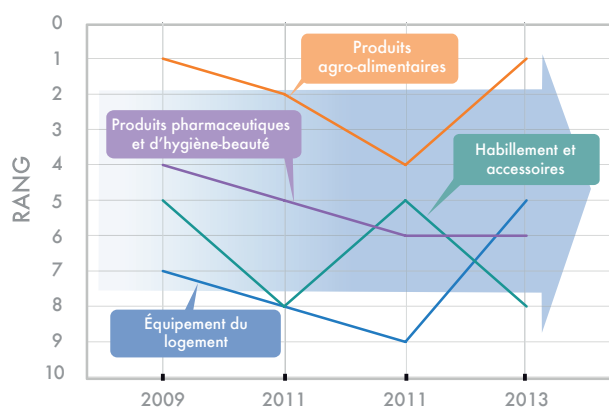
L'appréciation sur les délais de livraison s'est dégradée depuis 15 ans. Elle est stable en 2014 pour l'équipement du logement et l'habillement, mais elle recule pour les produits agro-alimentaires et les produits pharmaceutiques et d'hygiène-beauté.

Critère « Services associés »



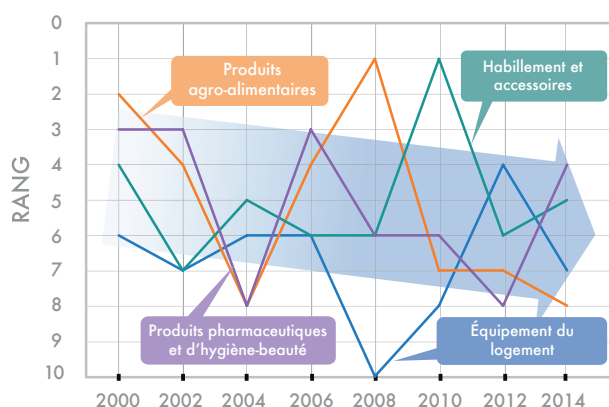
L'appréciation sur les services associés aux produits a baissé depuis 15 ans, mais ce mouvement semble interrompu depuis 2010. Elle progresse même fortement depuis 2010 pour les produits agro-alimentaires et pour les produits d'équipement du logement.

Critère « Variété des fournisseurs »



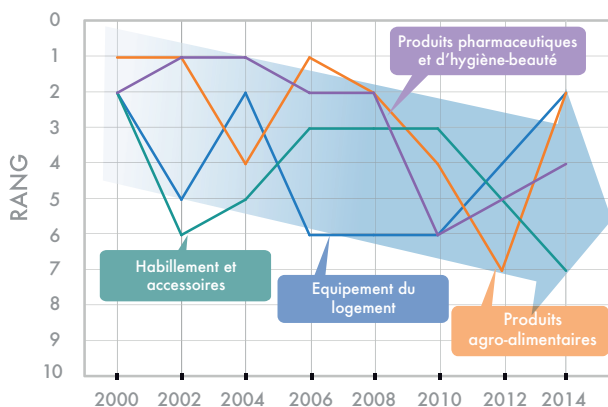
Le critère de variété des fournisseurs n'est mesuré que depuis 2008 et les mouvements d'une année à l'autre sont difficiles à décrypter. On notera néanmoins que la variété des fournisseurs est jugée bonne pour les produits agro-alimentaires mais faible pour les trois autres types de biens de consommation.

Critère « Prix »



Le rang des produits de consommation en termes de prix s'est dégradé entre 2000 et 2004. Il est en moyenne stable, à un niveau bas depuis 10 ans. En 2014, le positionnement des produits pharmaceutiques et d'hygiène-beauté s'améliore nettement.

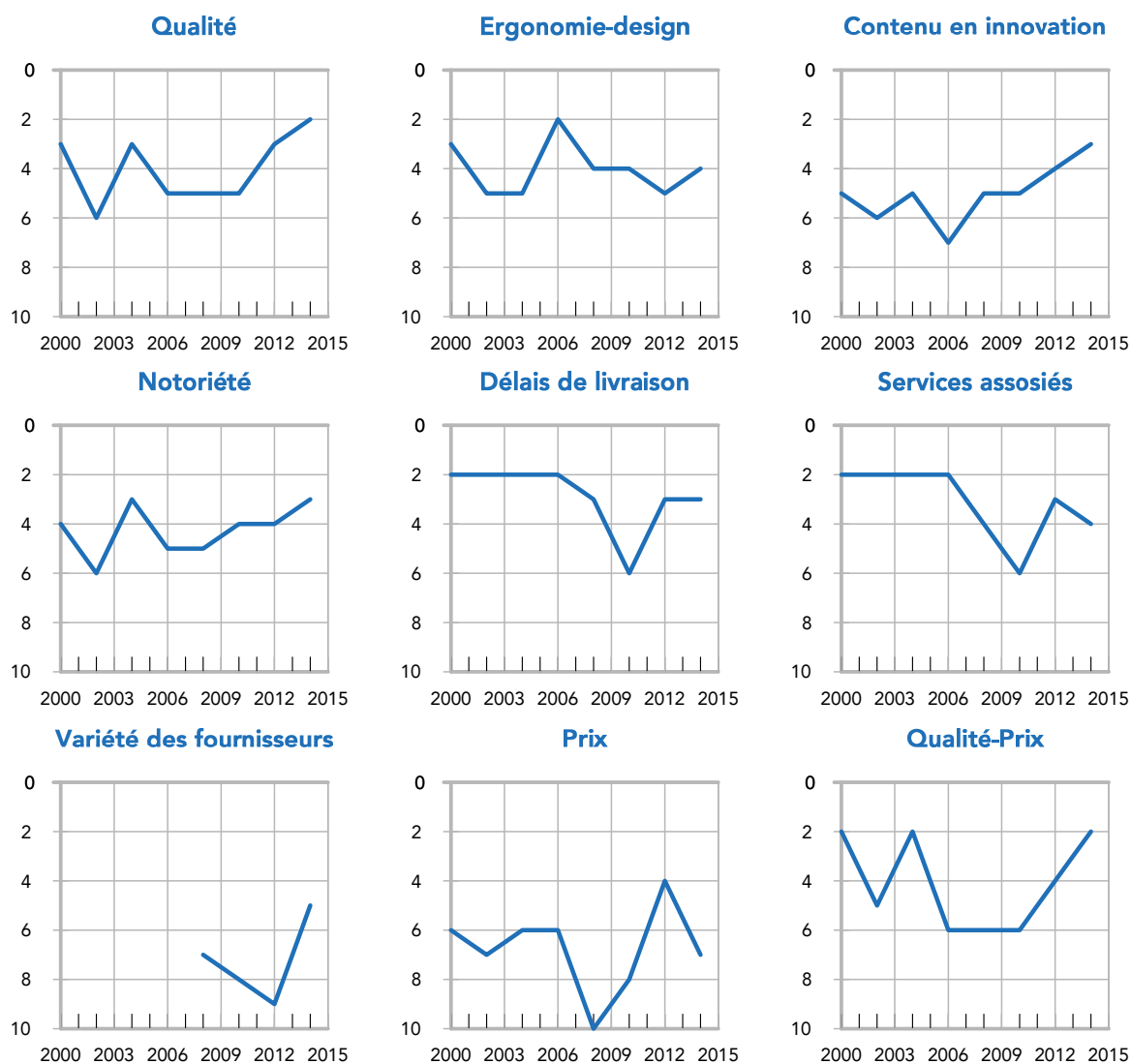
Critère « Qualité-prix »



Le rapport qualité-prix s'est tendanciellement dégradé entre 2000 et 2012 pour les biens de consommations en moyenne. L'enquête 2014 suggère que le recul se poursuit pour l'habillement et accessoires. En revanche, cette tendance est interrompue pour les autres biens.

Equipement de logement

Les produits français d'équipement du logement sont positionnés légèrement au-dessus de la moyenne sur les caractéristiques hors-prix. L'appréciation des importateurs progresse même depuis 2010 sur le contenu en innovation et la qualité. Le prix est jugé élevé, sans dégradation depuis 2000. Au total, l'appréciation sur la qualité-prix se redresse depuis 2010.

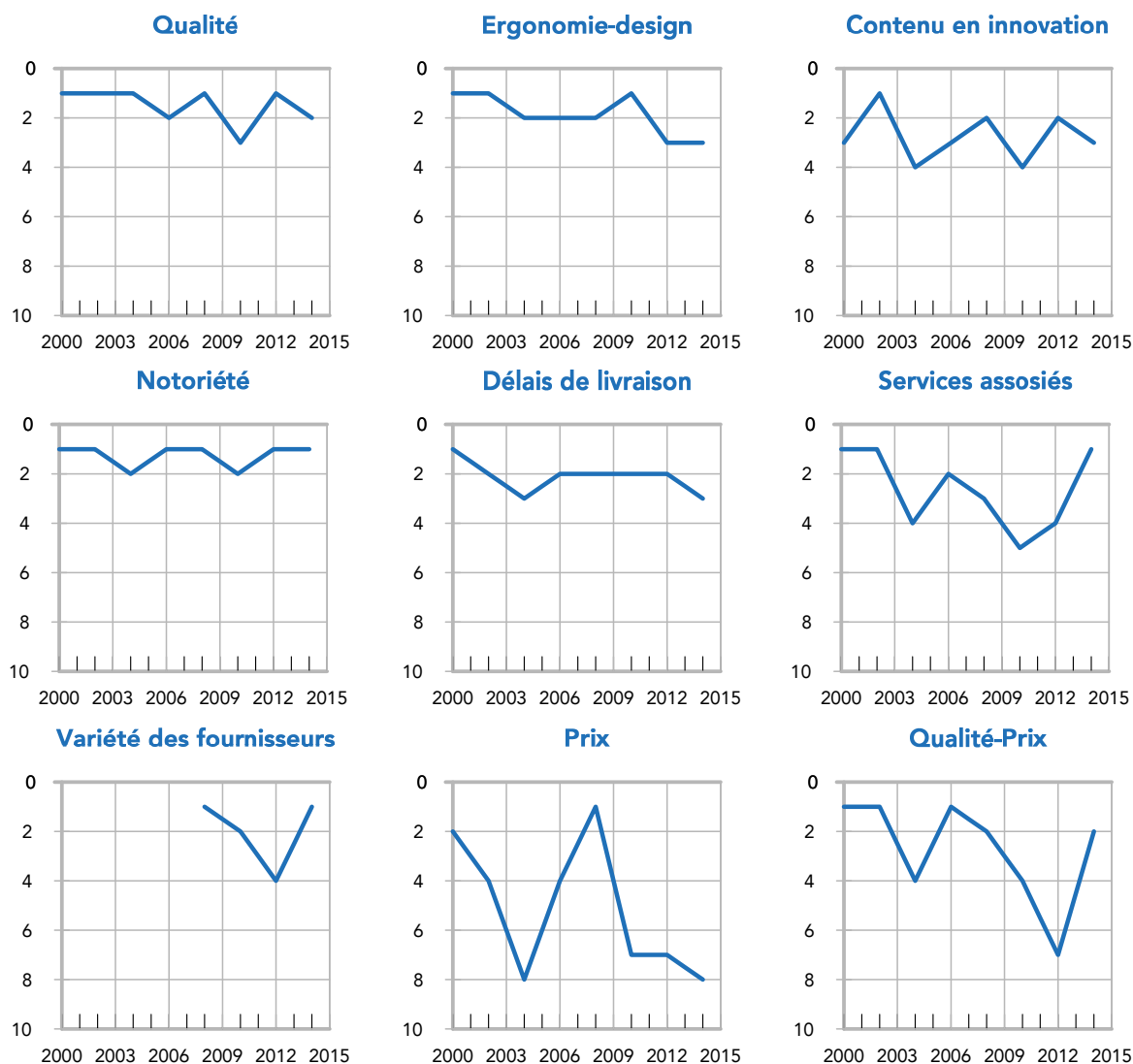


© Coe-Rexecode

Lecture : évolution du rang des produits français plus les neuf critères.

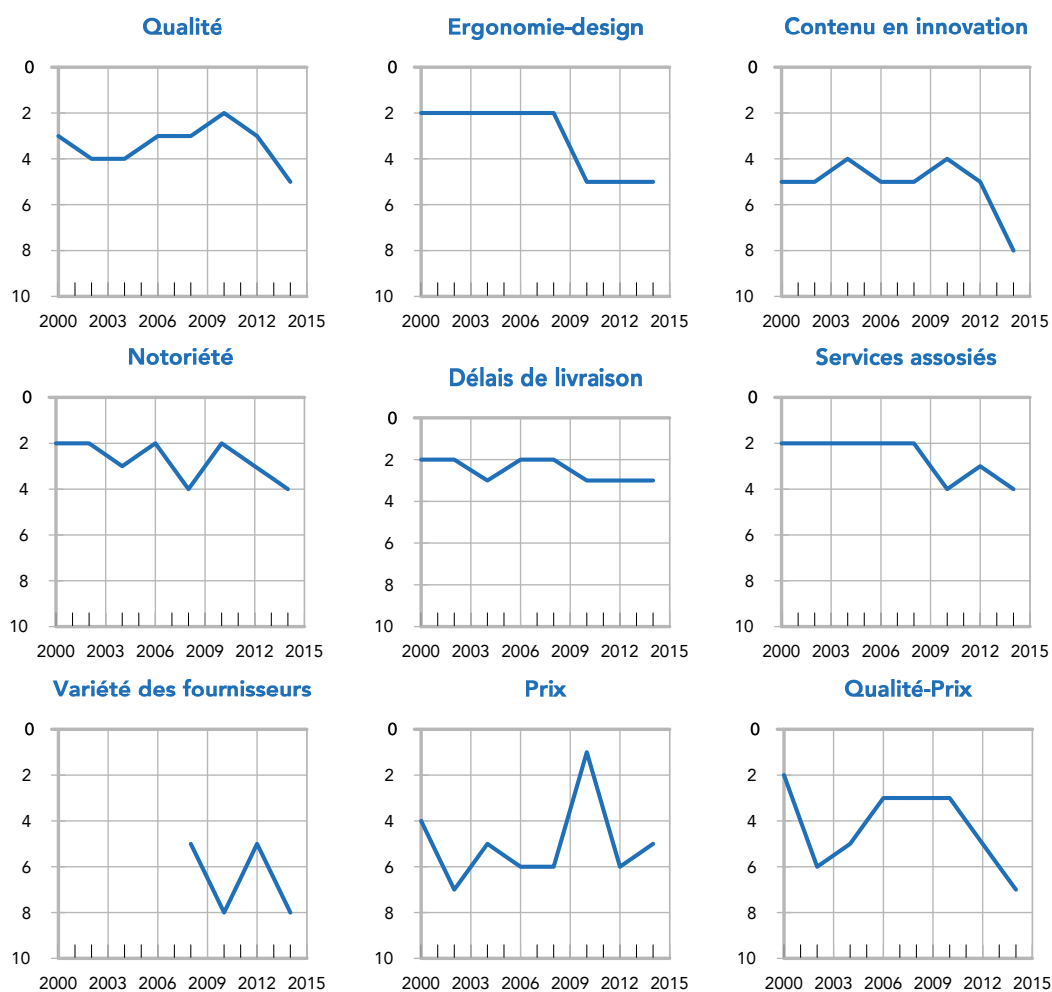
Produits agro-alimentaires

Le jugement sur les caractéristiques hors-prix des produits agro-alimentaires français est très favorable. Ils sont ainsi systématiquement classés sur les rangs 1 à 3. En outre, et contrairement aux autres biens de consommation, la variété des fournisseurs est jugée favorablement. Le positionnement prix a connu de fortes variations depuis 2000. On notera néanmoins que depuis 2010, le rang des produits français est bas sur ce critère (7ème ou 8ème).



Habillement et accessoires

Le jugement sur les caractéristiques hors prix des produits d'habillement et accessoires français est clairement en recul depuis 2010. Pour les 6 caractéristiques, le rang en 2014 est inférieur à celui obtenu quatre ans auparavant. L'appréciation sur les prix est relativement stable, mais au total le jugement sur la qualité-prix relative se dégrade nettement.



Produits pharmaceutiques et d'hygiène-beauté

L'appréciation des qualités hors prix des produits pharmaceutiques et d'hygiène-beauté français s'est quelque peu érodée au cours des quinze dernières années. Ce jugement se redresse néanmoins en 2014 pour quatre critères. L'appréciation sur les prix était également moins favorable en 2012 qu'en 2000. Le rang sur ce critère progresse nettement en 2014, un élément qui devra être confirmé. Au total, la qualité-prix reste jugée favorablement, même si les produits français sont moins bien positionnés qu'au début des années 2000.



Coe-Rexecode, l'analyse économique au service des entreprises

1

Un service d'études économiques dédié à l'entreprise

Coe-Rexecode offre à ses adhérents
en exclusivité :

- un **diagnostic** de la conjoncture mondiale
- des **prévisions** argumentées
- un **réseau** d'échanges avec les entreprises adhérentes et les économistes
- une **équipe** disponible (documentalistes, statisticiens, économistes)
- les **outils** de l'analyse économique (tableaux de bord, diapotheques, radars, etc.)

2

Un acteur du débat de politique économique

Coe-Rexecode met à la disposition du public :

- des **documents de travail**, **notes d'actualité**, **tableaux de bord**, **cahiers de graphiques** sur les enjeux majeurs de la politique économique : croissance, compétitivité, emploi, économie numérique, développement durable, finances publiques
- des **enquêtes originales** (trésorerie des entreprises françaises, compétitivité qualité et prix des produits des grands exportateurs mondiaux)

Pour en savoir plus sur le forfait
adhérent ou les études publiques,
contactez-nous :
contact@coe-rexecode.fr



Coe-Rexecode

29 avenue Hoche 75008 PARIS
Tél. (33) 01 53 89 20 89

www.coe-rexecode.fr

twitter @CoeRexecode

Coe-Rexecode... centre d'observation économique et de recherches pour l'expansion de l'économie et le développement des entreprises

Retrouvez l'intégralité des documents périodiques réalisés antérieurement par le Coe et Rexecode sur notre site internet www.coe-rexecode.fr

Documents de travail récemment parus

<i>Perspectives économiques 2014-2015 : une croissance mondiale en ordre dispersé</i>	N° 50 - septembre 2014
<i>La durée effective du travail en France et en Europe : résultats de 2013 et mise à jour de l'étude de janvier 2012</i>	N° 49 - juin 2014
<i>Une grille d'analyse des évaluations des impacts macroéconomiques de la transition énergétique</i>	N° 48 - mai 2014
<i>Perspectives économiques 2014-2015 : croissance sous stimulant monétaire</i>	N° 47 - mars 2014
<i>Deuxième dividende numérique : enjeux économiques de la date des enchères</i>	N° 46 - mars 2014
<i>Les enjeux de la compétitivité des services de prestations intellectuelles pour la compétitivité globale</i>	N° 45 - janvier 2014
<i>La compétitivité française en 2013</i>	N° 44 - octobre 2013
<i>Perspectives économiques 2013-2014 : la croissance s'installe, les écueils demeurent</i>	N° 43 - septembre 2013
<i>Divergences et disparités entre pays de la zone euro</i>	N° 42 - juin 2013
<i>L'impact macroéconomique de la suppression du déficit du système de retraite selon les leviers mis en oeuvre</i>	N° 41 - juin 2013
<i>Perspectives économiques 2013-2014 : une croissance mondiale semée d'embûches</i>	N° 40 - avril 2013
<i>L'impact sur les secteurs industriels de l'introduction d'une taxe carbone en France</i>	N° 39 - avril 2013
<i>La compétitivité française en 2012</i>	N° 38 - novembre 2012
<i>Les conditions du déploiement de l'Internet à très haut débit : comparaison internationale et enseignements pour la France</i>	N° 37 - novembre 2012
<i>La contribution de l'industrie du médicament à la réindustrialisation du territoire</i>	N° 36 - septembre 2012
<i>Perspectives économiques 2012-2013 : l'Europe enlisée</i>	N° 35 - septembre 2012



Coe-Rexecode

Centre d'Observation Économique et de Recherches pour
l'Expansion de l'Économie et le Développement des Entreprises

Siège social : 29 avenue Hoche • 75008 Paris • www.coe-rexecode.fr
Téléphone : +33 (0)1 53 89 20 89 • Fax : +33 (0)1 45 63 86 79

Association régie par la loi du 1^{er} juillet 1901 • APE 9412 Z • SIRET 784 361 164 00030 • TVA FR 80 784 361 164
www.coe-rexecode.fr • [www.twitter.com/CoeRexecode](https://twitter.com/CoeRexecode)

Partenaire de la



CCI PARIS ILE-DE-FRANCE

ISSN : 1956-0486