

COMMUNIQUE DE PRESSE | PARIS, 17 MARS 2025

Qualité reconnue, prix contestés : le paradoxe de la compétitivité française

L'enquête menée auprès de près de 500 acheteurs européens par Kantar Institut pour Rexecode et SKEMA Business School révèle une image contrastée des exportations françaises. Si la qualité, l'innovation et le design restent largement reconnus, les prix jugés élevés continuent de peser sur la compétitivité de la France sur les marchés internationaux.

Dans un contexte de recomposition des chaînes de valeur et de concurrence accrue entre grandes puissances exportatrices, la perception des produits français à l'étranger demeure globalement positive, mais fragile. C'est l'un des principaux enseignements d'une étude menée par **Rexecode en partenariat avec SKEMA Business School**, qui analyse la compétitivité des biens de consommation français à partir du regard des importateurs européens.

Résultat : la France conserve des atouts solides en matière de compétitivité "hors-prix", mais souffre toujours d'un handicap tarifaire, qui dégrade son rapport qualité-prix face à ses concurrents.

Une qualité reconnue sur plusieurs secteurs

Premier enseignement de l'étude : les produits français continuent de bénéficier d'une image qualitative forte auprès des acheteurs européens.

La France se hisse ainsi sur le podium de la compétitivité hors-prix dans trois des quatre secteurs étudiés :

- 2e place dans l'agroalimentaire,
- 3e place dans les produits pharmaceutiques et d'hygiène-beauté,
- 3e place dans l'habillement et les accessoires.

Les acheteurs interrogés saluent notamment **l'innovation, la qualité des produits et les services associés**, autant de facteurs déterminants dans la compétition internationale.

En revanche, **l'équipement du logement constitue le point faible français**, avec une cinquième place dans le classement hors-prix.

Les prix : un handicap persistant

L'étude confirme cependant une faiblesse bien identifiée de l'économie française : la compétitivité-prix. Même si le handicap du prix doit être relativisé au regard des bonnes performances de l'Allemagne.

Dans plusieurs secteurs, les produits français sont jugés plus chers que ceux de leurs concurrents. La situation est particulièrement marquée dans la pharmacie et l'hygiène-beauté, où la France arrive en dernière position sur dix pays comparés.

Dans l'agroalimentaire et l'équipement du logement, elle se situe également dans la seconde moitié du classement.

Une exception apparaît toutefois : **l'habillement et les accessoires, où la France se classe 2e en compétitivité-prix**, une performance qui reste néanmoins atypique dans le paysage général.

Un rapport qualité-prix en recul

Cette tension entre qualité reconnue et prix élevés se traduit par une dégradation du rapport qualité-prix perçu.

En 2026, la France **n'apparaît plus dans la première moitié du classement dans aucun des quatre secteurs étudiés**.

Elle se situe :

- 6e dans l'agroalimentaire,
- 6e dans la pharmacie et l'hygiène-beauté,
- 9e dans l'habillement et les accessoires,
- Et dans le bas du classement dans l'équipement du logement.

Cette évolution constitue un recul par rapport à l'enquête précédente réalisée en 2022 où la France occupait encore des positions plus favorables dans certains secteurs.

« L'image des aspects hors prix des biens de consommation français reste globalement bonne sur le marché européen. Mais notre problème principal vient du fait que les prix des produits sont considérés comme peu compétitifs par rapport à ceux de nos concurrents internationaux. Par conséquent, cela affecte le rapport qualité-prix qui est jugé médiocre par l'ensemble des importateurs européens interrogés, et cette perception a eu tendance à s'amplifier au cours des années récentes. » - **Laurent Ferrara**, professeur d'économie internationale à SKEMA Business School et président de l'International Institute of Forecasters.

Une concurrence européenne toujours intense

L'analyse des principaux concurrents confirme la pression croissante exercée sur les exportateurs français.

L'Allemagne conserve ainsi une position dominante sur les critères hors-prix, grâce à une réputation de qualité et de fiabilité industrielle. Les acheteurs européens jugent cependant ses produits de plus en plus chers.

L'Italie, de son côté, reste une référence mondiale en matière de design et d'ergonomie, notamment dans l'habillement.

Enfin, les pays d'Europe centrale et orientale continuent de bénéficier d'un avantage tarifaire structurel, tandis que la Chine progresse sur les critères qualitatifs, réduisant progressivement l'écart avec les économies européennes.

Des résultats cohérents avec l'évolution du commerce extérieur

Les conclusions de l'enquête font écho aux évolutions observées dans les statistiques du commerce international.

Dans l'habillement et les accessoires, secteur où l'image des produits français reste solide, la part de la France dans les exportations européennes est passée de 12,1 % à 18,6 % entre 1995 et 2024.

A l'inverse, dans l'agroalimentaire, la pharmacie-hygiène-beauté et l'équipement du logement, le poids des exportations françaises dans l'Union européenne a été divisé par deux en trente ans, confirmant la perte de terrain face à des concurrents plus compétitifs.

« Ce qui ressort clairement de cette enquête, c'est que la compétitivité française repose sur des fondamentaux qualitatifs réels, mais fragmentés. La notoriété et l'innovation sont des leviers puissants, encore faut-il qu'ils s'accompagnent d'une cohérence sur l'ensemble de la chaîne de valeur — qualité, design, prix — pour que les acheteurs européens en perçoivent la pertinence au moment de leur décision d'achat » - Marlène Goncalves Andrade, économiste à Rexecode, en charge des analyses quantitatives de l'étude.

Une enquête unique depuis 24 ans

L'étude s'appuie sur une enquête réalisée depuis 2002 auprès de 480 importateurs européens dans six pays : Allemagne, Belgique, Espagne, France, Italie et Royaume-Uni.

Les personnes interrogées – responsables achats, responsables commerciaux ou dirigeants – sont celles qui décident directement du choix des fournisseurs internationaux.

Les acheteurs ont évalué les produits de dix grandes zones économiques (principaux pays européens, États-Unis, Chine, Japon, pays d'Asie et d'Europe centrale et orientale) selon neuf critères déterminants dans leur décision d'achat :

- Qualité des produits
- Ergonomie et design
- Innovation technologique
- Notoriété
- Délais de livraison
- Services associés
- Variété des fournisseurs
- Prix
- Rapport qualité-prix

A partir de ces réponses, les chercheurs ont établi un classement comparatif des pays fournisseurs et construit un indicateur synthétique de compétitivité hors-prix, permettant de mesurer l'image globale des produits sur les marchés internationaux.

« Notre étude objective le positionnement de nos exportations sur l'ensemble des critères hors-prix. Elle éclaire ainsi sur notre capacité à inscrire la réindustrialisation dans la durée. Dans un contexte de remontée des mesures protectionnistes, la compétitivité hors-prix constitue un facteur déterminant de résilience pour nos exportateurs » - Olivier Redoulès, directeur des études de Rexecode.

* * *

A propos de Laurent Ferrara, professeur d'économie internationale à SKEMA Business School et président de l'International Institute of Forecasters.

Laurent Ferrara est Professeur d'économie internationale à SKEMA Business School depuis septembre 2019. Avant de rejoindre SKEMA, il a occupé des fonctions de haut niveau à la Banque de France, où il était chef du service des Synthèses et Études Macroéconomiques Internationales, en charge du suivi conjoncturel des pays avancés et des grandes thématiques liées à l'économie mondiale.

Spécialiste reconnu de la prévision macroéconomique et de l'économie internationale, Laurent Ferrara préside actuellement l'International Institute of Forecasters, organisation de référence dans le domaine de la prévision. Il siège également au comité directeur de l'Association Française de Science Économique (AFSE).

Titulaire d'un doctorat en mathématiques appliquées de l'Université Paris Nord (2001), il a obtenu une Habilitation à Diriger des Recherches (HDR) en économie à l'Université Paris 1 Panthéon-Sorbonne en 2007. Ses travaux de recherche portent notamment sur l'analyse des cycles économiques, l'économie et la finance internationales et les méthodes de prévision.

Il a publié plus de 50 articles dans des revues académiques nationales et internationales, ainsi que plusieurs ouvrages et chapitres de livres consacrés à l'économie mondiale post-crise, aux méthodes de prévision et aux cycles économiques.

A propos de Olivier Redoulès, Directeur des études de Rexecode

Olivier Redoulès a pris la direction du pôle Etudes de Rexecode en octobre 2022. Il est notamment chargé de l'évaluation de l'impact des politiques publiques sur le système productif, la compétitivité, l'emploi et la croissance.

A Rexecode, Olivier Redoulès a publié des travaux de référence portant sur l'estimation des écarts de durée du travail entre pays européens, l'analyse comparée de la fiscalité appliquée sur le travail qualifié, le positionnement relatif des exportations et de l'industrie françaises par rapport à celles des autres pays européens, la fiscalité de production appliquée aux ETI et à l'industrie, l'évaluation de l'impact financier de la réforme des retraites adoptée en 2023, l'incidence de la fiscalité énergétique et carbone sur la compétitivité industrielle, etc.

Avant de rejoindre Rexecode, Olivier Redoulès était Rapporteur général adjoint du secrétariat permanent du Haut Conseil des finances publiques et Conseiller référendaire en service extraordinaire à la première chambre de la Cour des comptes.

Diplômé de l'École polytechnique et de l'École nationale de la statistique et de l'administration économique (Ensaie), administrateur de l'Insee, Olivier Redoulès a débuté sa carrière à l'Insee en 2008, au sein du département de la conjoncture comme économiste et statisticien, avant de rejoindre la Direction générale du Trésor en 2011. Nommé conseiller financier à l'Ambassade de France en Suède puis en Turquie, il occupe ensuite les postes de Directeur des études économiques (2017-2019) et de Chef économiste (2019-2020) au Medef.

Olivier Redoulès est vice-président de la Société d'économie politique.

A propos de Marlène Goncalves Andrade, économiste à Rexecode

Diplômée du Master Analyse et Politique Economique spécialisé en Recherches en sciences économiques à l'Université de Paris Panthéon-Assas après une CPGE ENS D2 en économie, en parallèle d'une licence en économie, Marlène Goncalves Andrade a rejoint Rexecode en tant qu'économiste alternante en septembre 2024. Elle est économiste depuis décembre 2025.

Chargée de l'analyse des données quantitatives et des travaux de recherche au sein du Pôle Études et Modélisation sous la direction d'Olivier Redoulès, Marlène Goncalves Andrade est spécialisée dans les enjeux de compétitivité, d'attractivité et de commerce international.

Elle contribue aux travaux du pôle visant à évaluer l'impact des politiques publiques sur le système productif, l'emploi et la croissance, en France comme à l'international. Une expertise qu'elle a notamment développée à travers ses travaux de recherche sur le lien entre image de marque nationale et performance économique, sujet de son mémoire intitulé : "L'image fait-elle l'exportateur ? Mesure et analyse des écarts entre compétitivité perçue et performance révélée dans le commerce international".

À propos de Rexecode

Fondé en 1957, Rexecode est le premier centre de recherche macroéconomique français proche des entreprises. Son financement est assuré par ses 70 adhérents ou clients (entreprises, institutions financières, organisations professionnelles...) issus de secteurs et domaines variés, garantissant l'indépendance des analyses de Rexecode.

L'équipe de Rexecode assure une double mission :

Elle accompagne les entreprises dans la compréhension de leur environnement économique par la veille conjoncturelle et les prévisions macroéconomiques mondiales.

Elle participe activement au débat de politique économique en France, notamment sur les moyens pour renforcer une croissance durable et la compétitivité du système productif.

Son pôle énergie climat vise pour sa part à intégrer la problématique de la transition énergétique et de la maîtrise du réchauffement climatique dans les analyses et les prévisions macroéconomiques.

Pour en savoir plus : www.rexecode.fr

À propos de SKEMA Business School

Avec 11 000 étudiants de plus de 130 nationalités, 190 professeurs et 63 000 diplômés dans 145 pays, SKEMA Business School est une institution d'enseignement et de recherche globale qui forme des talents engagés pour transformer le monde durablement. L'hybridation entre les sciences humaines et sociales et celles de la donnée est le cœur de son modèle et l'exposition globale en est le mode opératoire.

Multi-accréditée (AACSB, EQUIS, EFMD Accredited EMBA), l'école est reconnue dans le monde entier pour sa recherche, ses plus de 70 programmes d'excellence et sa structure internationale multi-sites dans sept pays : Afrique du Sud, Brésil, Canada, Chine, Émirats arabes unis, États-Unis, France.

Pour en savoir plus : www.skema.edu

Contacts presse

Rexecode :

Olivier Redoulès

oredoules@rexecode.fr

Tél. +33 (0) 1.53.89.20.87

SKEMA Business School:

Christine Cassaboïs

christine.cassabois@skema.edu

Tél. +33 (0) 6 27 49 36 59