



Euro-Info-Consommateurs

Kehl / Strasbourg



09 Mai 2007

Analyse des résultats de l'enquête comparative des prix dans la région Alsace et Bade-Wurtemberg **EURO-INFO-CONSO MMATEURS / CHAMBRE DE CONSOMMATION D'ALSACE**

Commandée par le Ministère de l'agriculture et de la consommation du Land de Bade-Wurtemberg, cette enquête a été réalisée sur **plus de 500 produits et services (380 sélectionnés au final) dans plus de 300 magasins dans 14 villes frontalières** (*côté allemand* : Freiburg, Karlsruhe, Kehl et Offenbourg ; *côté français* : Colmar, Haguenau, Horbourg Wihr, Houssen, Illzach, Kingersheim, Mulhouse, Schweighouse sur Moder, Strasbourg et Wittenheim). **5120 prix** ont ainsi été relevés.

LES GRANDES TENDANCES PAR CATEGORIE DE PRODUITS

- **Alimentation**

L'analyse de l'ensemble des prix met en avant certaines tendances très nettes comme des économies d'échelle en Allemagne sur certains produits comme le lait, le beurre, les œufs, la farine, certains types de viande comme la viande hachée et le poulet au kilogramme, les conserves, le pain de mie, le sucre, les produits surgelés. Les produits à base de cacao, tablettes de chocolat et gâteaux sucrés sont également moins chers en Allemagne.

En revanche, il peut s'avérer plus économique de faire ses courses du côté français si l'on souhaite acheter des yaourts, du fromage, d'autres sortes de viande comme le jambon cuit supérieur et le gigot d'agneau, des condiments, des céréales, des pâtes.

- **Produits d'entretien et d'hygiène**

En principe, ces produits sont moins chers en Allemagne.

Les produits d'entretien, lessives en poudre, lessives liquides, adoucissants sont en effet toujours moins chers en Allemagne. De même pour les produits de nettoyage, le liquide vaisselle, les pastilles pour lave-vaisselle, et autres nettoyeurs sont également systématiquement moins chers en Allemagne.

En principe, les produits d'hygiène sont moins chers en Allemagne. Par ailleurs, en Allemagne, les prix de vente de ces produits sont souvent alignés d'un magasin à l'autre ou du moins très proches.

Sur un total de 31 produits choisis au hasard sur les sites internet français et allemands, 18 produits sont moins chers en Allemagne, 13 en France. Une tendance générale est donc difficile à dégager.

- **Parfumerie et soins**

plutôt moins cher en Allemagne avec des exceptions car les prix des vernis à ongle et des rouges à lèvres sont moins élevés en France.

- **Electroménager**

Les prix des produits comparés sont pour la plupart moins chers en Allemagne. Il est ainsi possible de réaliser jusqu'à 50 % d'économie en achetant des produits électroménagers de l'autre côté du Rhin.

Cependant, il existe certains contre exemples à cette tendance générale. Certaines machines à café et les rasoirs électriques sont en effet moins chers en France.

- **Nouvelles technologies**

Certains produits hifi-vidéo sont moins chers en France, d'autres en Allemagne. Cependant, ce n'est qu'en Allemagne où l'on trouvera des produits dont les prix sont deux à trois fois moins chers par rapport au prix relevés en France. Les DVD et CD vierges coûtent en effet deux à trois fois moins en Allemagne. Notons également qu'il est possible de

ES
SE
HT
MS
S
Y
W
T
H
E
S
E

Euro-Info-Consommateurs

Membre du Pôle de Compétences pour les questions transfrontalières et européennes

Rehfusplatz 11, 77694 Kehl, ALLEMAGNE, Téléphone : 0049.7851.991.48.0, Fax : 0049.7851.991.48.11

eMail : info@euroinfo-kehl.com

www.euroinfo-kehl.com

dépenser 20 % de moins en Allemagne lors de l'achat d'un MP3 vidéo, lecteurs MP3 jusqu'à 1 Go, d'une souris et cartes mémoires. Par contre, les GPS et DVD enregistreurs sont moins chers en France.

- **Jardinage/bricolage**

Incontestablement, les prix sont en moyenne moins chers en Allemagne. Cependant, les prix de certains produits sont en moyenne moins élevés en France comme les cisailles, l'engrais et les piles.

- **Automobile**

L'essence et le diesel restent moins chers en France. En revanche, le prix des pneus (4 produits testés dans 12 magasins) est moins élevé en Allemagne.

- **Jouets**

Pour les jouets il était difficile de dégager une véritable tendance, les références des produits étant rarement les mêmes d'un pays à l'autre mais il semblerait que d'une manière générale les prix soient plus intéressants en Allemagne.

- **Taxi**

Les trajets en taxi sont légèrement moins chers en Allemagne par rapport à la France.

COMMENT EXPLIQUER LES DIFFERENCES DE PRIX ENTRE LA FRANCE ET L'ALLEMAGNE ?

- *Influence des différents taux de TVA sur les prix*

Malgré l'augmentation de la TVA de 16 à 19% depuis le 1^{er} janvier 2007, les Français restent toujours aussi nombreux à effectuer leurs courses de l'autre côté du Rhin. Bien au contraire, les commerçants de Kehl, par exemple, adaptent leurs stratégies de vente à une clientèle française qui reste à l'affût des bonnes affaires. Pour les produits et services dont le taux de TVA est presque égal entre la France et l'Allemagne, les résultats de l'enquête montrent clairement que l'Allemagne reste bien moins chère sur une multitude de produits.

Pour rappel : en France comme en Allemagne, il existe un taux réduit de TVA pour un certains nombre de biens et de services (la quasi-totalité des produits alimentaires par exemple). Ce taux réduit est de 5,5 % en France pour 7 % en Allemagne. Si cette différence de 1,5 %, peut avoir une faible incidence sur le prix final, elle n'explique pourtant pas les écarts de prix entre la France et l'Allemagne. En effet, les produits alimentaires restent, à quelques exceptions près, globalement moins chers en Allemagne.

Parfois le taux réduit (5,5 % et 7%) et le taux normal (19,6 % et 19 %) ne coïncident pas entre la France et l'Allemagne pour le même produit. Citons l'exemple des boissons non alcoolisées : si l'eau et les boissons non alcoolisées sont taxées à taux réduit en France, ce n'est pas le cas en Allemagne. Celles-ci sont taxées à 19% en Allemagne et à 5,5 % en France. Cependant nous n'observons pas vraiment de différences notables de prix entre les deux pays pour les boissons non alcoolisées dont les prix ont été comparés.

D'autres taxes peuvent être prélevées sur des produits alimentaires comme la taxe sur le café ou sur les boissons alcoolisées.

- *Autres exemples de facteurs ayant une influence directe sur les prix*

En plus de la TVA, bien d'autres critères doivent être pris en compte pour expliquer les différences de prix entre ces deux pays. On peut souligner par exemple **la place de la grande distribution en France**, un secteur qui semble à première vue bien plus organisé, avec des chaînes pouvant pratiquement imposer leurs prix aux fabricants, ou encore **la présence bien plus importante en Allemagne des hard discounters**, véritable concurrence aux autres magasins qui se voient souvent obligés d'aligner leurs prix.

A ne pas oublier également, **les différences des taux d'imposition sur les sociétés ou du montant des charges sociales** ou encore les **règlementations concernant les marges arrières**.

Le **comportement des consommateurs d'un pays à l'autre** a également une influence importante sur le marketing et les prix d'un produit.

ESHHTMYS

Euro-Info-Consommateurs

Membre du Pôle de Compétences pour les questions transfrontalières et européennes

Rehlfusplatz 11, 77694 Kehl, ALLEMAGNE, Téléphone : 0049.7851.991.48.0, Fax : 0049.7851.991.48.11

eMail : info@euroinfo-kehl.com

www.euroinfo-kehl.com

- *Des obstacles subsistent dans le marché transfrontalier : l'exemple de la vente à distance*

Malgré une monnaie unique, les prix restent parfois difficiles à comparer notamment en raison de contenances différentes d'un emballage à l'autre, d'un pays à l'autre. Notre enquête a par exemple relevé que les paquets de barres chocolatés « Mars » ne contiennent pas le même nombre de barres en France et en Allemagne. En plus, les barres n'ont pas le même poids dans les deux pays.

Les mêmes difficultés se présentent pour les appareils électroniques et électroménagers. Il n'est pas toujours évident de retrouver le même produit des deux cotés du Rhin. Ce phénomène tient moins à des véritables différences techniques qu'aux **références des produits qui ne sont pas identiques d'un pays à l'autre** et qui obligent le consommateur à effectuer un travail de recherche conséquent pour retrouver le produit qu'il souhaite comparer dans les deux pays.

Autre constat : dans le secteur de la vente par correspondance, le marché transfrontalier est inexistant ! Dans le cadre de l'enquête, nous avons essayé de commander un produit chez un vériciste français dont la société mère se trouve en Allemagne. Les catalogues français et allemands sont strictement identiques, mais les écarts de prix d'un pays à l'autre varient entre 15 et 40% sur les produits du catalogue en faveur de l'Allemagne.

Sur dix produits choisis au hasard dans la gamme mode homme, femme et enfant sur le site du vériciste, la totalité des produits est bien moins chère en Allemagne. Les écarts de prix varient de 5 à 34 €. Les produits dont les prix ont été relevés sont strictement identiques ; ils ont exactement la même référence, le même numéro d'article sur les deux sites. Il s'agit de produits de marque, de créateurs ou encore de produits sans mention de la marque.

Or dès réception de notre commande, la branche allemande du vériciste nous a répondu qu'ils ne livraient pas en France. Bien entendu il est toujours possible de commander auprès de la branche française, c'est-à-dire dans le catalogue français, et de payer 15 à 40% de plus sur le même produit !

A noter : Il est vrai que les **conditions générales des deux catalogues et sites internet indiquent clairement qu'une livraison à l'étranger est impossible**. Ce comportement du vériciste allemand est **tout à fait légal**. Rares sont en effet les pays européens qui comme la France connaissent la notion du « refus de vente ». En Allemagne, c'est la liberté contractuelle qui prime ; il n'est en effet pas possible de contraindre un vériciste de livrer dans un autre pays. **Le consommateur peut seulement faire jouer la concurrence dans son propre pays, sur un marché national**. Dans ce cas de figure, l'Europe ne bénéficie pas au consommateur, condamné à acheter dans son pays de résidence.

- *Panier du consommateur transfrontalier*

Afin de donner une idée concrète des économies qu'il est possible de réaliser en comparant les prix de part et d'autre du Rhin, nous avons **sélectionné une trentaine d'articles** dans la liste alimentaire, entretien et parfumerie puis nous avons **additionné les prix moyens de ces produits**.

Ce consommateur virtuel pourrait économiser environ 10 € s'il achète ces produits en Allemagne (72,10€ en Allemagne pour 82,33 €).

Il faut bien préciser qu'il s'agit de l'économie moyenne que pourrait réaliser ce consommateur. Il ne s'agit pas de l'économie réalisée si le consommateur virtuel achète systématiquement dans le magasin où le prix le moins cher est pratiqué.

Par ailleurs, ce consommateur virtuel pourrait, au vu de cette étude, acheter systématiquement les produits en moyenne moins chers en France dans un magasin français et les produits en moyenne moins chers en Allemagne dans un magasin allemand. Il pourrait ainsi encore réduire sa facture de 10 à 20 € !

ES
SE
HT
MS
S
Y
W
T
H
E
S
E

Euro-Info-Consommateurs

Membre du Pôle de Compétences pour les questions transfrontalières et européennes

Rehlfusplatz 11, 77694 Kehl, ALLEMAGNE, Téléphone : 0049.7851.991.48.0, Fax : 0049.7851.991.48.11

eMail : info@euroinfo-kehl.com

www.euroinfo-kehl.com

CONCLUSION

Consommateurs de la région de l'Eurodistrict Strasbourg-Ortenau, achetez toujours moins chers !

Il est souvent reproché l'Union européenne d'être abstraite, éloignée des gens, technocratique. C'est pourtant bien l'UE qui a rendu possible la création d'un marché européen des biens et des services.

Pour rappel : la libre circulation des services et des marchandises garantie par le traité d'Amsterdam offre la possibilité aux entreprises de s'implanter sur le territoire d'un autre Etat membre ou du moins d'y commercialiser ses produits et ses services. **Il ne s'agit en aucune manière d'une obligation.**

Toute entreprise reste libre de commercialiser des produits ou des services dans différents pays et d'adapter ses prix au marché en question et également à ses concurrents.

Le consommateur, quant à lui, reste le plus souvent prisonnier de son propre marché national. La vente à distance et le commerce électronique pourraient éventuellement contribuer à l'essor d'un marché européen des biens et des services. Le consommateur serait alors à même de comparer les prix des produits vendus en Euro par un site allemand, espagnol et français, et ainsi faire pleinement jouer la concurrence.

Cette étude montre entre autre que certaines entreprises de vente à distance refusent parfois de livrer à l'étranger afin de proposer des prix plus élevés dans les pays voisins. **La vente à distance ne permet pas toujours au consommateur d'acheter « moins cher » à l'étranger.**

Au contraire, **le consommateur des régions frontalières peut directement profiter dans le pays voisin des prix moins élevés sur certains produits.** Son pouvoir d'achat s'en trouve de fait augmenté. Sur « le panier de la ménagère » que nous avons constitué, un consommateur avisé achetant de part et d'autre du Rhin pourra **économiser jusqu'à 20% du prix** qu'il aurait payé s'il avait fait l'ensemble de ses courses dans son propre pays.

L'enquête sur les prix est destinée en premier lieu à servir les intérêts des consommateurs mais aussi à leur montrer qu'avant tout achat, il est utile de comparer. En d'autres termes, **l'objectif est de sensibiliser chacun d'entre nous à s'informer, à comparer avant d'acheter !** En incitant le consommateur à jouer un rôle actif dans le marché transfrontalier, on souhaite lui faire découvrir une autre façon de consommer, le rapprocher d'autres pays afin qu'il profite concrètement du marché européen et de la nouvelle concurrence commerciale qui en découle. Ainsi le consommateur moderne pourra s'approprier un nouvel espace économique, en devenant lui-même un véritable acteur économique.

L'objectif de cette enquête était avant tout de comparer les prix de produits et de services de part et d'autre du Rhin. **La qualité des produits doit rester un facteur essentiel dans le choix d'un bien ou d'un service. Cet aspect fera l'objet d'une prochaine étude de l'Euro-Info-Consommateurs.**

La liste des produits et les graphiques résumant les principaux résultats de l'enquête sont consultables sur :
www.euroinfo-kehl.com/FR/fra1.htm

Euro-Info-Consommateurs

Membre du Pôle de Compétences pour les questions transfrontalières et européennes

Rehlfusplatz 11, 77694 Kehl, ALLEMAGNE, Téléphone : 0049.7851.991.48.0, Fax : 0049.7851.991.48.11

eMail : info@euroinfo-kehl.com

www.euroinfo-kehl.com

ES
SE
HT
LM
YS
S