



## ENQUETE TRANSFRONTALIERE DES PRIX DANS LA REGION ALSACE ET BADE-WURTEMBERG

réalisée par **EURO-INFO-CONSOMMATEURS**  
du 3 au 25 juillet 2008

Octobre 2008

A l'initiative des ministères français et allemand (Secrétariat d'Etat à l'Industrie et à la Consommation en France et le Ministère de l'Agriculture et de la consommation du Land de Bade-Wurtemberg), cette enquête a été réalisée sur **plus de 600 produits (381 sélectionnés au final) dans près de 100 magasins dans 19 villes frontalières** (*côté allemand* : Freiburg, Karlsruhe, Kehl et Offenbourg ; *côté français* : Colmar, Dorlisheim, Erstein, Geispolsheim, Houssen, Illkirch, Illzach, Kingersheim, Lampertheim, Morschwiller, Mundolsheim, Mulhouse, Schiltigheim, Strasbourg et Vendenheim). **2928 prix** ont ainsi été relevés, pour des produits de marque identiques.

### LA FRANCE, LE PAYS OÙ LA VIE EST MOINS CHERE POUR :

#### ➤ *L'alimentation*

L'analyse de l'ensemble des prix met en avant une **inversion de la tendance** constatée en 2007. La France et l'Allemagne ont connu ces derniers mois une forte augmentation des prix mais l'inflation est plus marquée du côté allemand. Ainsi, certains produits comme le lait ½ écrémé, les pâtes, le riz, le pain de mie sont à présent plus chers en Allemagne qu'en France.

Néanmoins, certains produits (à base de cacao, tablettes de chocolat, gâteaux sucrés) restent plus avantageux en Allemagne.

Globalement, nous constatons une différence de 7.33 € en faveur de la France sur le total des prix moyens du panier alimentation.

#### ➤ *L'essence*

Les grandes surfaces en Allemagne ne délivrant pas d'essence, seuls les prix des stations essence de part et d'autre de la frontière ont été relevés, sur trois jours dans la période du 14 au 16 août 2008. Les deux produits comparés (le super sans plomb 95 et le diesel) restent moins chers en France.

#### ➤ *Jardinage/bricolage*

La comparaison a porté plus spécifiquement sur le petit outillage (ampoules, charbon de bois, colle, engrais, piles etc.) et peu sur les « appareils », faute de références comparables. Contrairement aux tendances relevées en 2007, les prix moyens se trouvent le plus souvent moins chers en France.

### L'ALLEMAGNE, IMBATTABLE POUR :

#### ➤ *Les produits d'hygiène et d'entretien*

En 2008, l'Allemagne reste imbattable dans le secteur des **produits d'hygiène** (shampooing, gel douche, savon, déodorant, dentifrice etc...). En effet, dans 75 % des cas relevés, ces produits sont plus économiques qu'en France. Ceci ne fait que confirmer la tendance qui était retenue pour l'année 2007. Dans le secteur des **produits d'entretien**, l'Allemagne reste très compétitive en 2008 avec un écart qui s'est nettement accentué entre 2007 et 2008. En effet, alors qu'en 2007 le prix le moins cher se trouvait dans 57 % des cas en Allemagne, cette année le prix le moins cher est dans **plus de 85 %** des cas allemand.

#### Euro-Info-Consommateurs

Rehufusplatz 11, 77694 Kehl - Allemagne - Téléphone : 0049.7851.991.48.0 - Fax : 0049.7851.991.48.11

email : [info@euroinfo-kehl.eu](mailto:info@euroinfo-kehl.eu)

[www.euroinfo-kehl.eu](http://www.euroinfo-kehl.eu)



ES  
SH  
TL  
MS  
S  
Y  
W  
T  
H  
E  
S  
E

### ➤ *Les produits de beauté*

Il ressort très nettement de cette enquête que les prix des colorations cheveux, soins du visage et du corps, fond de teint, laque, crème sont globalement moins élevés sur le territoire allemand. Ceci confirme la tendance qui était déjà relevée en 2007.

### PAS DE DIFFERENCE DE PRIX SIGNIFICATIVE POUR :

#### ➤ *Electroménager, informatique, hi-fi et vidéo*

Malgré de nombreuses recherches, il n'a pas été possible de trouver les mêmes références d'électroménager dans les deux pays. La comparaison d'appareils différents mais présentant les mêmes caractéristiques techniques étant difficile, les prix des machines à laver, sèche-linge, réfrigérateur n'ont donc pas été relevés.

Dans le domaine informatique, les comparaisons se sont révélées très difficiles et les résultats non décisifs. La plupart des prix des produits retenus ne présentent pas des différences significatives comme par exemple pour les cartes mémoire ou papier photo (entre 2% et 10 % de différence entre la France et l'Allemagne) et ce, contrairement aux résultats précédents de 2007.

Quant au prix des CD vierges qui coûtaient deux à trois fois moins chers en Allemagne en 2007, un an après, le prix est toujours moins cher en Allemagne mais les écarts s'estompent sur les prix les moins chers.

#### ➤ *Parfum*

Sur 7 produits soumis pour étude, 3 produits sont moins chers en Allemagne, 4 sont moins chers en France. Aucune tendance générale ne peut donc être dégagée. Cette analyse confirme ce qui était déjà annoncé lors de l'enquête 2007. Notons toutefois que lorsqu'un produit est moins cher dans un pays, il l'est très nettement par rapport à son voisin frontalier (exemple : le parfum *Lancôme Trésor – eau de parfum, Flacon de 50 ml* : 69,60 € en France contre 57,95 € pour les prix les plus économiques, soit 11,65 € moins cher en Allemagne).

#### ➤ *Jouets*

Sur 10 produits comparés dans 11 magasins et 7 sites internet spécialisés, le jouet était à chaque fois en moyenne moins cher en Allemagne. Mais il existe parfois des différences de prix conséquentes entre les différents magasins d'un même pays. Il peut donc être opportun de se procurer tous les catalogues français et allemands et de bien comparer les produits et les prix avant tout achat.

### COMPARAISON DES « DISCOUNTERS »

Compte tenu de la présence importante des « discounters » en Allemagne et du débat sur l'implantation de ces magasins en France relancé avec la Loi de Modernisation de l'Economie, il nous est apparu intéressant de comparer en 2008 les prix de deux enseignes phares du « hard discount » présents aussi bien en Alsace que dans le Bade-Wurtemberg.

La comparaison des prix dans les magasins **Lidl** montre que le panier allemand est globalement moins cher (en moyenne 91,52 € en Allemagne contre 96,01 € en France, soit une différence de 4.49 € en faveur de l'Allemagne). **Paradoxalement aux résultats globaux, les produits d'hygiène retenus sont un peu moins chers dans les magasins Lidl en France.**

Quant aux magasins **Aldi**, le panier retenu est globalement moins cher en Allemagne (81,20 € contre 88,03 € en France, soit une différence de 6,83 € en faveur de l'Allemagne).



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

### ➤ *Influence des différents taux de TVA sur les prix*

En France comme en Allemagne, il existe un taux réduit de TVA pour un certains nombre de biens et de services dont la quasi-totalité des produits alimentaires. Ce taux réduit est de 5,5 % en France pour 7 % 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 du chocolat : s'il est taxé à taux réduit en Allemagne (7%), ce n'est pas le cas en France où il est soumis à une TVA de 19,6%.

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

### ➤ *Autres pistes afin d'expliquer les différences de prix*

Afin de réaliser une enquête fiable et réaliste, à côté de la TVA, bien d'autres critères doivent être pris en compte pour expliquer les différences de prix entre ces deux pays. Il convient alors de souligner par exemple **l'importante augmentation des prix en Allemagne**. Si les prix ont globalement augmenté dans chacun des deux pays, l'inflation a été plus marquée du côté allemand. L'Allemagne a pour certains produits, et notamment dans le secteur de l'alimentaire, non seulement rattrapé mais même dépassé les prix français. Quant à place de la grande distribution en France et à la présence bien plus importante en Allemagne des « hard discounters », qui nous permettaient en 2007 d'expliquer en partie la différence de prix constatée en faveur de l'Allemagne, il conviendra de suivre dans les mois à venir si le renversement de tendance constatée cette année sur un grand nombre de produits se confirme. Notre enquête intervient en effet quelques mois après l'entrée en vigueur de la loi de modernisation de l'économie (dite loi LME) qui pourrait « bouleverser » les modes de distribution en France.

Notons également que la concurrence semble plus marquée du côté français. Nous avons en effet constaté des écarts de prix importants en France d'un magasin à un autre, alors que les prix semblent plus alignés dans les magasins allemands. Le consommateur a donc tout intérêt à comparer plusieurs magasins, et ce dans les deux pays, afin de trouver le meilleur prix.

A ne pas oublier également, les différences des taux d'imposition sur les sociétés ou du montant des charges sociales ou encore les réglementations 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. Ce ne sont que quelques exemples de facteurs ayant une influence directe sur les prix.

### ➤ *« Panier de la ménagère » du consommateur transfrontalier 2008 : les écarts de prix entre la France et l'Allemagne diminuent*

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 quarantaine d'articles de marque, puis nous avons additionné les prix moyens de ces produits.

Pour une meilleure comparaison des prix par produits, nous avons constitué 3 paniers : un panier « produits alimentaires », un panier « produits d'hygiène et d'entretien » et un panier global. Voici les résultats que nous avons constatés.

ES  
SH  
TL  
MS  
S  
Y  
N  
T  
H  
E  
S  
E



## ▪ La France : bon élève dans l'alimentaire

Dans le secteur de l'alimentaire, le panier de la ménagère en 2007 était sensiblement au même prix en France (48,50 €) et en Allemagne (48,38 €).

En 2008, l'écart se creuse en faveur de la France. Ce consommateur virtuel pourrait économiser plus de 3 € s'il achète ces produits en France (49,13 € pour 52,39 € en Allemagne). Ce constat renverse la tendance observée en 2007.

Cette différence s'explique en partie par l'inflation, plus importante en Allemagne qu'en France. Les prix des matières premières alimentaires ont notamment connu une forte augmentation de l'autre côté du Rhin. Les pâtes *Barilla Spaghettoni n°7* (500g) ont par exemple augmenté de 54 % en 1 an, passant de 0,97 € en 2007 à 1,49 € en 2008. Les yaourts *Danone Gervais* (6x50g) deviennent ainsi moins chers en France en 2008 (1,33 € contre 1,51 € en Allemagne) alors qu'ils coutaient 1,16 € en 2007 outre-Rhin.

Entre 2007 et 2008, selon notre enquête, le panier des produits alimentaires a connu une augmentation de 8% en Allemagne contre 1% en France. Cette différence donne l'avantage à la France qui devient donc plus intéressante dans le secteur de l'alimentaire que l'Allemagne.

## ▪ L'Allemagne : « l'hygiène, c'est son rayon » !

En ce qui concerne les produits d'hygiène et d'entretien, le constat est net et l'écart important : les prix sont en moyenne beaucoup plus bas en Allemagne qu'en France. Ce consommateur virtuel réaliserait une économie de plus de 10 € en achetant ces produits en Allemagne plutôt que dans un magasin français.

Sur 11 produits relevés dans les deux pays, 9 sont moins chers en Allemagne : un produit de plus par rapport au panier moyen des produits d'hygiène et d'entretien de 2007.

Les prix ont augmenté dans les deux pays mais dans une moindre mesure. Contrairement à l'alimentaire, l'Allemagne a connu une inflation moins importante dans ce secteur (4% contre 5 % d'augmentation pour la France).

La tendance observée en 2007 est confirmée : l'Allemagne reste imbattable dans cette catégorie de produits.

## ▪ Conclusion : L'Allemagne reste intéressante mais la différence de prix entre les deux pays diminue

Concernant le prix des produits en général, à part quelques exceptions, les produits qui étaient moins chers dans un pays en 2007 le restent en 2008.

Les prix ont augmenté dans chaque pays mais globalement l'inflation a été plus forte de l'autre côté du Rhin. On constate en effet une augmentation de 7 % du panier en Allemagne, contre 3 % en France. Un panier qui coutait en moyenne 76 € en 2007 en Allemagne coûterait désormais 81,15 €. En France, l'augmentation est plus modérée : le panier passe de 85,77 € en 2007 à 88,20 € en 2008.

L'écart des prix diminue significativement entre les deux pays. Alors que nous constatons une différence de prix de 9,77 € entre les paniers de 2007 en faveur de l'Allemagne, en 2008 le panier global français coûterait 7,05 € plus cher qu'en Allemagne.



Si l'Allemagne reste malgré tout encore intéressante pour les consommateurs, notamment pour l'achat des produits d'hygiène et d'entretien, il conviendra de suivre attentivement l'évolution des prix en 2009 afin de voir si la diminution de la différence de prix entre la France et l'Allemagne se confirme.

## CONCLUSION

### **Consommateurs de la région Alsace et Bade-Wurtemberg : achetez toujours moins cher !**

Cette étude de prix montre que l'Europe soutient les consommateurs en leur offrant la possibilité de comparer les prix et la qualité des produits dans chaque pays.

C'est bien cette Union européenne à laquelle il est trop souvent reproché d'être abstraite, éloignée des gens, technocratique, qui a rendu possible la création d'un marché européen des biens et des services.

En revanche, le consommateur d'une région frontalière peut directement profiter des prix moins élevés sur certains produits de l'autre côté de la frontière. Son pouvoir d'achat s'en trouve de fait augmenté. Sur « le panier de la ménagère » que nous avons constitué, le consommateur avisé qui achète de part et d'autre du Rhin pourra économiser jusqu'à 8% 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.

Cette étude contribuera en premier lieu à augmenter la transparence et l'information sur les prix pour le consommateur, qui sera ainsi toujours plus apte à profiter des avantages concrets que peut lui offrir l'Europe.

*La liste des produits et les graphiques résumant les principaux résultats de l'enquête sont consultables sur : <http://www.euroinfo-kehl.eu/fr/evenements-et-publications/>*

### **Remarque à propos de l'actualisation**

La publication de notre enquête (achevée fin septembre) en ce début décembre peut paraître tardive, mais nous avons voulu prendre en considération les annonces très médiatisées de baisses de prix de certains distributeurs et discounteurs. Nous avons ainsi tenté de vérifier la réalité des informations publiées dans la presse (14-17.11.2009) sur un échantillon représentatif de produits figurant dans notre enquête (cf. liste complète des discounteurs et panier de la ménagère).

ES  
SH  
TL  
MS  
S  
Y  
W  
T  
H  
E  
S  
E



Au final, même si nous avons pu constater des baisses sur certains produits (ex. le lait, ou encore certains produits laitiers et céréaliers), ces baisses annoncées ne semblent pas encore profiter aux consommateurs. Sur les produits de nos paniers, les baisses de prix ne nous semblent pas encore suffisamment significatives et ne sont pas à la hauteur des attentes des consommateurs, surtout après la communication faite à ce sujet à grande échelle ces dernières semaines.

SYNTHESE

**Euro-Info-Consommateurs**

Rehfusplatz 11, 77694 Kehl - Allemagne - Téléphone : 0049.7851.991.48.0 - Fax : 0049.7851.991.48.11

email : [info@euroinfo-kehl.eu](mailto:info@euroinfo-kehl.eu)

[www.euroinfo-kehl.eu](http://www.euroinfo-kehl.eu)

