

DESIGN ET INNOVATION TECHNOLOGIQUE : Quels avantages comparatifs pour la France ?

Par Jacques ANAS (Coe-Rexecode)
janas@coe-rexecode.fr
et Jean-Gilles CAHN (CCIP)
jgcahn@ccip.fr

Le design peut-il constituer un avantage comparatif dans la concurrence internationale ? Certains milieux économiques en doutent encore. Or, une enquête menée sur la dernière décennie auprès d'importateurs de nombreux pays européens révèle qu'à côté du contenu technologique des produits, leur design peut aussi constituer un véritable atout en matière de compétitivité.

Son impact est particulièrement important s'agissant des biens de consommation, domaine dans lequel, malgré une concurrence étrangère de plus en plus menaçante, les performances françaises restent très honorables.

Mais le design et l'ergonomie ont aussi, c'est moins connu, une réelle influence sur les décisions d'achat concernant les biens d'équipement et même certains biens intermédiaires. Or dans ce cas ni la technologie, ni le design des produits français n'étant particulièrement appréciés, ces critères pèsent défavorablement sur notre compétitivité, au moins à l'égard des pays les plus avancés.

Au-delà de ces résultats, l'enquête montre encore que, si l'Allemagne¹ reste une référence incontournable en matière de compétitivité hors-prix, il y aurait aussi beaucoup à apprendre des Italiens qui savent compenser des coûts de production relativement élevés par un design et un contenu en innovation technologique de mieux en mieux reconnus.

Le design a jusqu'ici fait l'objet de peu d'études économiques. Pourtant à son égard subsistent bien des questions et son impact économique fait encore débat : *Quelle est l'importance du design en tant que facteur de compétitivité ? Comment se situe-t-il par rapport aux autres critères hors prix, en particulier par rapport au contenu technologique des produits ? Comment évaluer la qualité du design des produits français face à celle des produits étrangers ?*

C'est à répondre à ces questions et à quelques autres que s'attache la présente étude. Elle le fait en mobilisant une source originale qui a comme vertu principale d'être particulièrement objective, puisque internationale et n'émanant pas de la profession du design.

L'étude repose en effet sur l'exploitation de dix années de l'enquête « Compétitivité hors prix » du COE

(Centre d'Observation Economique de la CCIP), puis de Coe-Rexecode à partir de 2006.

Cette enquête est menée auprès d'environ 400 acheteurs professionnels européens² qui notent les produits des principaux pays industriels selon différents critères autres que le prix.

Ces critères sont : la qualité de fabrication, l'innovation technologique, le design et l'ergonomie³, la notoriété du produit, le respect des délais de livraison et les services associés (service commercial, service client...).

Les années paires l'enquête est consacrée aux biens de consommation, les années impaires aux biens intermédiaires et d'équipement⁴. Nous traiterons séparément ces deux types de biens, qui correspondent à des utilisations et des logiques de perception très différentes.

1. Pour alléger la rédaction, nous parlerons de « l'Allemagne » pour évoquer la production allemande, facilité de plume qui évidemment vaudra pour tous les pays.
2. Sont interrogés des importateurs de France, Allemagne, Italie, Royaume-Uni, Espagne et Belgique, chacun s'abstenant de répondre au sujet des produits de son propre pays.
3. Sans entrer dans l'éternel débat sur la définition du design, il a été choisi d'utiliser l'expression « design-ergonomie » afin d'obtenir un critère significatif de ce qui, dans la conception des produits, concerne tout à la fois esthétique et présentation, mais aussi fonctionnalité et valeur d'usage.
4. En sont exclus les matières premières agricoles et industrielles, les produits énergétiques et le matériel de transport (automobile, ferroviaire, aéronautique)

Le design est plus important que le contenu technologique pour les biens de consommation

Les importateurs européens sont d'abord interrogés sur l'importance

qu'ils accordent aux différents critères, hors prix, lors de leurs actes d'achat.

Tableau 1 - Importance des critères

	Biens de consommation *	Biens intermédiaires et d'équipement **
Qualité de fabrication	98 %	99 %
Respect des délais de livraison	92 %	93 %
Services associés	84 %	85 %
Design-ergonomie	81 %	59 %
Innovation technologique	74 %	80 %
Notoriété	56 %	63 %

* % de « très ou assez important », moyenne des enquêtes 2000, 2002, 2004, 2006, 2008

** % de « très ou assez important », moyenne des enquêtes 2001, 2003, 2005, 2007, 2009

Les moyennes ci-dessus sont significatives dans la mesure où les variations annuelles sont, sauf mention particulière, aléatoires et de faible amplitude.

Quel que soit le type de biens les trois mêmes critères dominant, et si la qualité de fabrication fait la *quasi* unanimité, elle est suivie par deux critères (respect des délais, et services au client) qui relèvent plus du service rendu que des qualités intrinsèques du produit. Parmi les services associés, il est accordé plus d'importance aux services commerciaux qu'à ceux destinés au client. On peut aussi noter que sur la dernière décennie le respect des délais tend plutôt à gagner en importance, surtout pour les biens intermédiaires et d'équipement ⁵.

Le design-ergonomie s'avère particulièrement important s'agissant des biens de consommation. Avec 81 % des importateurs de biens de consommation le considérant comme important, il arrive en quatrième position. Le design-ergonomie devance nettement dans la décision d'achat la notoriété du produit et même l'innovation technologique - information peu connue et à fortes implications en termes de marketing.

En revanche, en ce qui concerne les biens intermédiaires et d'équipement, le critère « design-ergonomie » est dominé nettement par l'innovation technologique et même par la notoriété. On

notera cependant que six acheteurs de biens intermédiaires ou d'équipement sur dix prêtent attention à ce critère. Dans ce cas, plus que les vertus esthétiques, ce sont les qualités fonctionnelles (confort et sécurité d'utilisation, facilité de maintenance...) qui sont mises en avant. On est loin alors de l'idée, encore répandue, limitant le design à un rôle d'ornementation des objets domestiques.

En ce qui concerne les biens de consommation, le design-ergonomie est considéré comme important de manière assez homogène d'un sous-secteur à l'autre, sauf pour l'agro-alimentaire, où sa prise en compte est moindre.

Pour les biens intermédiaires et d'équipement, c'est le sous-secteur des biens intermédiaires qui s'écarte sensiblement de la moyenne par le bas. A noter qu'à l'intérieur même de ces sous-secteurs, à un niveau plus détaillé, il peut y avoir dans certains cas de fortes variations.

Le critère innovation technologique a, ce n'est pas une surprise, plus d'importance pour l'achat de bien intermédiaires, et surtout d'équipement, que pour les biens de consommation. On remarquera néanmoins que le contenu technologique reste moins valorisé que certains critères de services. Cela confirme que le contenu technologi-

5. D'une manière générale, l'importance croissante accordée aux services accompagnant les produits traduit bien notre entrée progressive dans cette « économie de fonctionnalité » pour laquelle, dans une logique inversée, les produits ne sont plus que des supports matériels du service rendu.

Tableau 2 - Design-ergonomie : une importance toujours réelle, mais variable d'une activité à l'autre

variabilité à niveau plus fin

Biens de consommation	81 %
Equipement de la personne	89 %
Equipement du logement	90 %
Pharmacie et hygiène-beauté	80 %
Agro-alimentaire	67 %

très homogène

très homogène

de 56 % (pharmacie) à 90 % (parfumerie)

de 47 % (céréales et corps gras) à 85 % (boissons)

Biens intermédiaires et d'équipement	59 %
Biens intermédiaires	54 %
Equipement mécanique	62 %
Equipement électrique	67 %

de 25 % (chimie organique) à 80 % (produits verriers)

homogène, sauf 72 % (appareils de mesure et précision)

de 51 % (composants passifs) à 70 % (informatique et bureautique)

Tableau en % de « très ou assez important »

que, critère très important, ne suffit pas néanmoins à assurer mécaniquement le succès commercial. Sur la période étudiée, en ce qui concerne les biens de consommation l'importance de la technologie se serait même érodée.

Quant à la notoriété, en contrepoint de

la littérature sur la puissance des marques, ce critère n'apparaît pas aux yeux des acheteurs professionnels comme très déterminant. Le constat vaut en particulier pour les biens de consommation, pour l'achat desquels l'importance de la notoriété décroît depuis 2006.

Biens de consommation français : une intéressante 2^{ème} place en design

Critère global de compétitivité hors prix : encore juste derrière les produits allemands

Pour ce qui est de la compétitivité hors prix concernant les biens de consommation l'Allemagne occupe sans conteste la première place. Elle le fait pour chaque enquête et pour tous les sous-secteurs, à l'exception de l'agro-alimentaire où elle n'est que... deuxième !

La France occupe *en moyenne* sur la période la deuxième place, soufflant la première place à l'Allemagne en matière agro-alimentaire, mais en revanche en étant moins bien placée dans d'autres sous-secteurs, comme en particulier l'équipement du logement. Toutefois, l'avance relative des produits allemands sur les critères hors

prix, qui avait tendance à se réduire dans les années 1990, a au contraire crû à nouveau dans les années 2000 et tout particulièrement dans les dernières années, ayant pu contribuer, en partie, aux mauvaises performances de notre commerce extérieur. Celles-ci sont illustrées par un recul significatif de la part de marché des exportations françaises dans le monde, à partir de 2004.

La compétitivité hors prix situe l'Italie en moyenne en troisième position pour les biens de consommation avec, au niveau plus détaillé, une deuxième position pour l'équipement de la personne et l'équipement du logement. Mais en réalité l'Italie talonne la France et la dynamique est inquiétante puisqu'en quelques années les producteurs français se sont fait rattraper, et même légèrement dépasser en 2008.

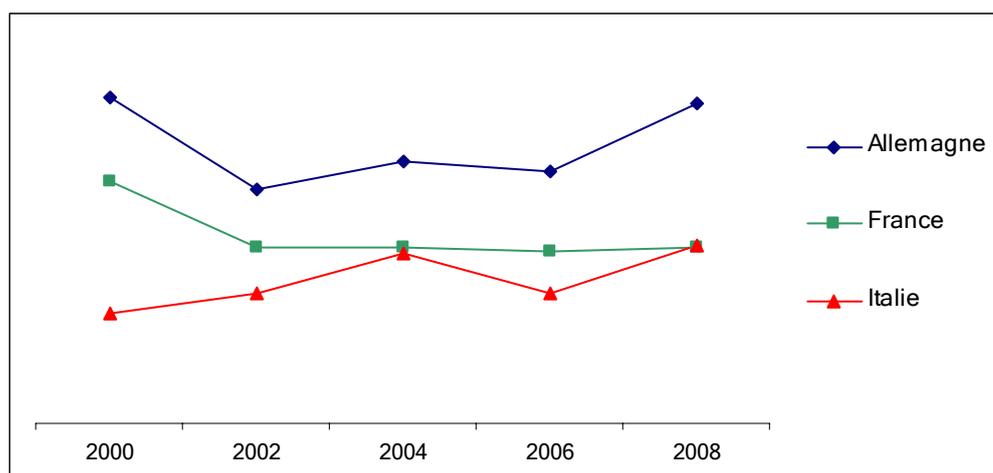
Tableau 3 - Classement des productions nationales pour l'ensemble des biens de consommation selon le critère (moyenne 2000-2008)

	Critère global de compétitivité hors prix	Critère innovation technologique **	Critère design-ergonomie **
Allemagne	1	1	3▼
France	2	5▼	2
Italie	3	3	1▲
Japon	4	2▲	4
USA	5	3▲	5
Royaume-Uni	6	6	7▼
Espagne	7	7	6▲
Chine *	8	8	8
Asie (hors Japon et Chine) *	9	9	8
PECO *	10	10	10

* moyenne 2004-2008

** position meilleure que pour le critère global de compétitivité hors prix : chiffre ▲ ; position moins bonne : chiffre ▼

Graphique 1 - Biens de consommation
Evolution du score ⁶ global de compétitivité hors prix



Viennent ensuite respectivement Japon et USA, avec de meilleures positions concurrentielles dans certains sous-secteurs : équipement du logement pour le Japon, pharmacie-hygiène-beauté pour les USA. Ces deux pays progressent significativement en 2010 grâce à une bonne image en termes d'innovation et de services rendus ⁷.

Le Royaume-Uni et l'Espagne occupent de modestes septième et huitième places, avec un niveau de compétitivité sensiblement meilleur pour la production espagnole en matière d'équipement de la personne.

A ce jour, et dans tous les sous-secteurs Chine, Asie et PECO ⁸ se partagent les trois dernières places de no-

tre classement. Pour l'instant encore, ces pays à fort avantage prix restent moins compétitifs sur les critères hors prix. Cet avantage a cependant tendance à se réduire d'après la dernière enquête de 2010, notamment en ce qui concerne les produits chinois fabriqués pour des marques étrangères.

Critère innovation technologique : une vraie faiblesse pour les produits français

En ce qui concerne l'innovation technologique appliquée aux biens de consommation l'Allemagne et l'Italie tiennent bien leur rang. L'Allemagne est toujours dans les deux premières places quel que soit le sous-secteur et l'Italie obtient même une première

6. Pour chaque critère, les importateurs évaluent si le produit est mieux, aussi bien ou moins bien placé que l'ensemble des produits importés sur leur marché. Les scores sont alors calculés en supposant que ces notes résultent d'une variable latente distribuée selon une loi normale centrée-réduite.

7. Voir document sur la compétitivité en 2010 de Coe-Rexecode à paraître prochainement.

8. PECO = Pologne, Tchéquie, Slovaquie, Hongrie, Roumanie, Bulgarie, pays baltes, anciennes républiques yougoslaves.

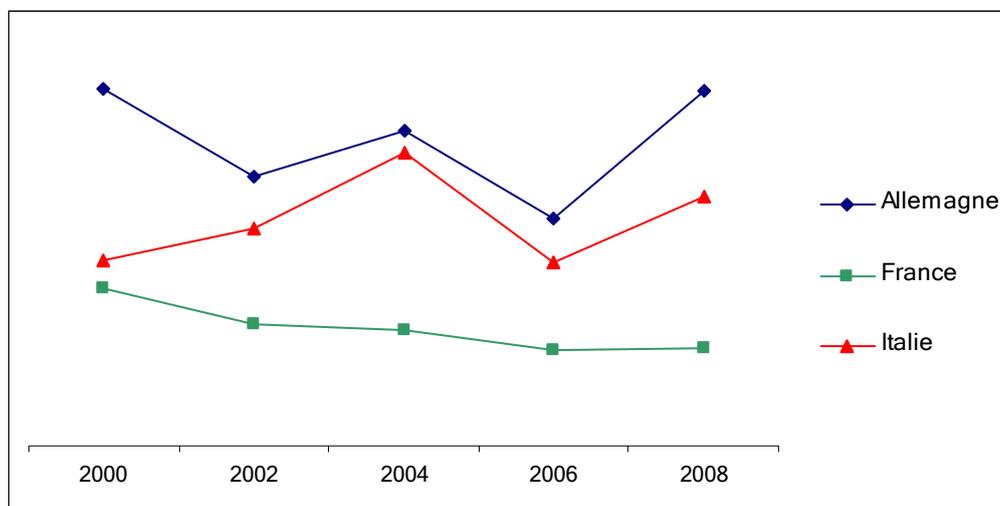
place pour l'équipement de la personne. Le grand changement sur ce critère est la présence du Japon et des Etats-Unis en deuxième et troisième positions, avec deux places de leader pour le Japon pour l'innovation technologique concernant l'équipement du logement et la pharmacie-hygiène-beauté.

Et la France ? Eh bien sur ce critère technologique, elle n'apparaît en moyenne qu'en cinquième position. C'est dire que, à l'exception du sous-secteur agro-alimentaire, pour lequel les produits français sont classés deuxième, le niveau technologique de leurs biens de consommation est relative-

ment peu apprécié. Ce critère constitue donc plutôt pour la France un handicap concurrentiel⁹. Ceci reflète, une fois de plus, malgré un bon niveau en matière de recherche, une difficulté spécifique à appliquer cette recherche dans le domaine industriel et à procéder à des transferts de technologie.

De fait cette situation ne laisse pas d'inquiéter. En effet au cours des enquêtes le score de la France en matière d'innovation technologique stagne à un niveau faible, et même tend à décroître, alors que dans ce domaine l'Italie réduit son écart avec les performances allemandes.

Graphique 2 - Biens de consommation
Evolution du score d'innovation technologique



Derrière la France, on retrouve, dans le même ordre que pour la compétitivité hors prix, Royaume-Uni et Espagne, puis en fin de classement le trio Chine, Asie, PECO qui nous rappelle que le niveau technologique reste bien discriminant au détriment des pays à bas coûts.

**Critère design-ergonomie :
une deuxième place à défendre**

Sur 2000-2008 en matière de design des biens de consommation, l'Italie est toujours première et la France toujours seconde. Les rangs moyens sont significatifs, les classements étant relativement stables d'une enquête à l'autre. Ils sont aussi assez robustes quand on analyse le positionnement en design au niveau des sous-secteurs.

De fait, l'Italie est en première position pour tous les sous-secteurs sauf pour

les produits de pharmacie et hygiène-beauté (pour lesquels elle est devancée par la France). De même la France est partout deuxième, sauf pour pharmacie hygiène-beauté, où, nous venons de le voir, elle est première et pour les produits d'équipement du logement, où elle est troisième.

La deuxième place de la France derrière l'Italie pour le design d'équipement de la personne est probablement le reflet de la montée de la production transalpine sur le milieu de gamme, marché qui fait le gros des achats des vêtements fabriqués en Europe.

L'Allemagne est en moyenne en troisième position sur la période 2000-2008.

L'analyse de l'évolution du trio de tête au cours des années passées suggérerait une France assez bien installée en deuxième position sur ce critère.

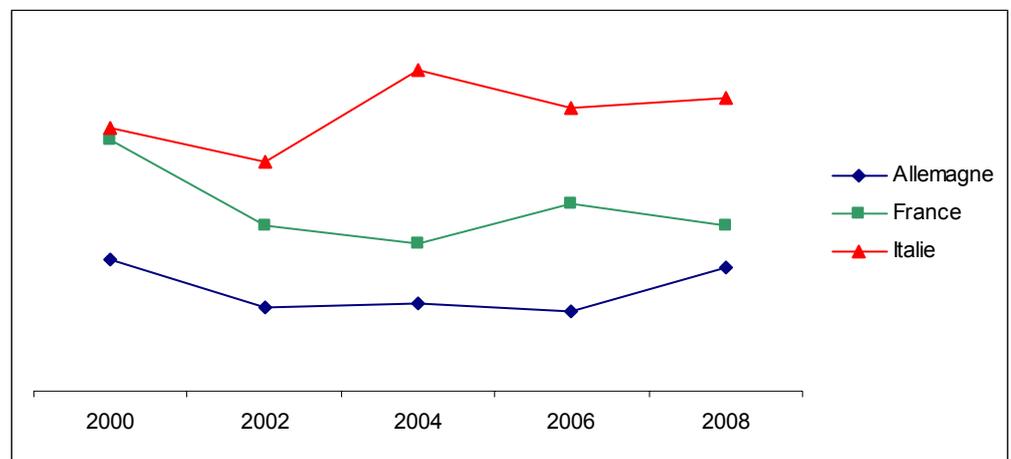
9. Contrairement au renforcement de la position concurrentielle globale qu'il représente pour les USA et le Japon.

**Tableau 4 - Critère design-ergonomie
classement des productions nationales (moyenne 2000-2008)**

	Ensemble des biens de consommation	Equipement de la personne	Equipement du logement	Pharmacie et hygiène-beauté	Agro-alimentaire
Allemagne	3	3	2	3	3
France	2	2	3	1	2
Italie	1	1	1	2	1
Japon	4	5	4	5	5
USA	5	6	5	3	4
Royaume-Uni	7	7	6	7	7
Espagne	6	4	6	6	6
Chine *	8	8	8	8	10
Asie (hors Japon et Chine) *	8	9	9	10	9
PECO *	10	10	10	8	8

* moyenne 2004-2008

**Graphique 3 - Biens de consommation
Evolution du score de design-ergonomie**



Mais les premiers résultats de l'enquête de 2010 révèlent que les produits japonais, et même allemands, représentent dès maintenant une vive concurrence sur ce critère.

Le Royaume-Uni, toujours en septième position pour le design des biens de consommation ferme en quelque sorte la marche en ce qui concerne les pays les plus développés¹⁰.

10. La place relativement médiocre du design des produits de consommation britanniques peut sembler paradoxale, s'agissant d'un pays doté d'un important secteur professionnel, de designers et stylistes vedettes, d'écoles parmi les plus prestigieuses au monde et bénéficiant d'une forte implication des pouvoirs publics. Mais il faut savoir que le design britannique est majoritairement tourné vers la communication, le multimédia et les services (et non vers les produits) et qu'une partie des meilleurs designers britanniques travaillent pour des firmes étrangères, souvent même en étant installés à l'étranger.

Le Japon et les Etats-Unis sont respectivement en moyenne quant à ce critère en quatrième et cinquième positions, avec un Japon tendant à améliorer ses scores tandis que les scores américains seraient au contraire à la baisse. La tendance se confirme si bien que, d'après les premiers résultats de 2010, les produits japonais prendraient même la première place pour le design d'équipement du logement et la seconde pour le design de l'habillement et de la pharmacie et hygiène-beauté.

Les résultats des PECO, de L'Asie (hors Chine et Japon) et de la Chine ne sont étudiés qu'à partir de l'enquête de 2004. Cela n'altère en rien notre classement, ces 3 entités géographiques se classant sauf à très rares exceptions de la huitième à la dixième position. C'est dire que le design constitue encore, certes avec d'autres critères mais quand même, un avantage comparatif pour les biens de consommation produits par les pays à coûts élevés, comme la France.

L'Espagne est stable autour de la sixième place, avec un classement meilleur pour le design de l'équipement de la personne.

Si l'on compare les classements des productions nationales de biens de consommation pour les deux critères compétitivité globale hors prix et

design-ergonomie (cf. Tableau 3), on voit que le score de design tendrait à faire reculer la position compétitive de l'Allemagne et dans une moindre me-

sure celle de l'Angleterre. Au contraire, il tend à renforcer légèrement la position compétitive de l'Espagne et plus fortement celle de l'Italie ¹¹.

Biens intermédiaires et d'équipement français : un critère design-ergonomie peu favorable

Tableau 5 - Classement des productions nationales pour l'ensemble des biens intermédiaires et d'équipement selon le critère (moyenne 2001-2009)

	Critère global de compétitivité hors prix	Critère innovation technologique**	Critère design-ergonomie**
Allemagne	1	3▼	3▼
Japon	2	1▲	1▲
USA	3	2▲	4▼
France	4	4	5▼
Italie	5	5	2▲
Royaume-Uni	6	6	6
Espagne	7	8▼	7
PECO *	8	9▼	8
Asie (hors Japon et Chine) *	9	7▲	10▼
Chine *	10	10	9▲

* moyenne 2005-2009

** position meilleure que pour le critère global de compétitivité hors prix : chiffre ▲ ; position moins bonne : chiffre ▼

Critère global de compétitivité hors prix : la France en milieu de tableau

Pour les biens intermédiaires et d'équipement, en ce qui concerne la compétitivité globale hors prix, la domination allemande est encore plus affirmée que pour les biens de consommation. L'Allemagne est non seulement en tête à chaque enquête, mais en plus sa suprématie s'affirme dans tous les sous-secteurs (biens intermédiaires, équipement mécanique, équipement électrique).

Suivent dans l'ordre le Japon et les Etats-Unis, qui, à la différence de ce que nous venons de voir pour les biens de consommation, s'intercalent ici devant France et Italie.

Ainsi, la France n'occupe-t-elle que la quatrième place pour l'ensemble des biens intermédiaires et d'équipement, de même que pour les sous-secteurs équipement mécanique et équipement électrique. Pour les biens intermédiairei-

res notre production nationale est un peu meilleure puisque, placée en troisième position, elle devance celle des USA.

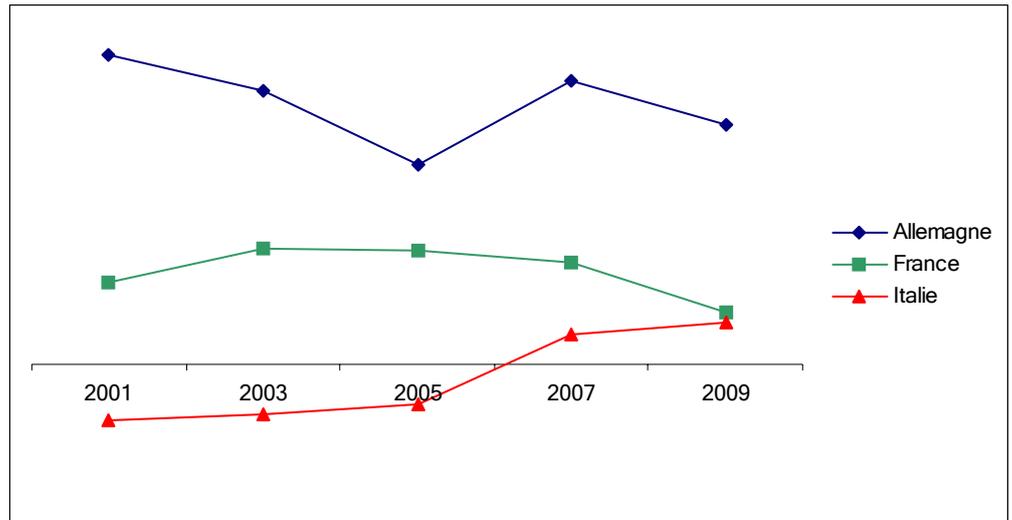
Après l'Italie, cinquième, on retrouve aux deux places suivantes le Royaume-Uni et l'Espagne.

Ferment la marche dans l'ordre les PECO, l'Asie et la Chine. On notera donc la meilleure performance des PECO, qui devancent les Espagnols pour les équipements mécaniques et électriques et dans ce dernier sous-secteur sont même plus compétitifs que les Anglais.

Si on compare France, Allemagne et Italie quant à l'évolution de leur compétitivité globale en matière de biens intermédiaires et d'équipement, on observe que, derrière le « cavalier seul » allemand, l'Italie a depuis 2005 comblé son retard sur une France, dont la compétitivité s'émousse.

11. Pour ce pays, il constitue un avantage comparatif important. Pendant longtemps le score italien en design des biens de consommation est venu en quelque sorte compenser des scores médiocres sur les critères de service et de respect des délais. La remarque est moins juste aujourd'hui, l'Italie ayant progressé dans ces domaines.

Graphique 4 - Biens intermédiaires et d'équipement
Evolution du score global de compétitivité hors prix



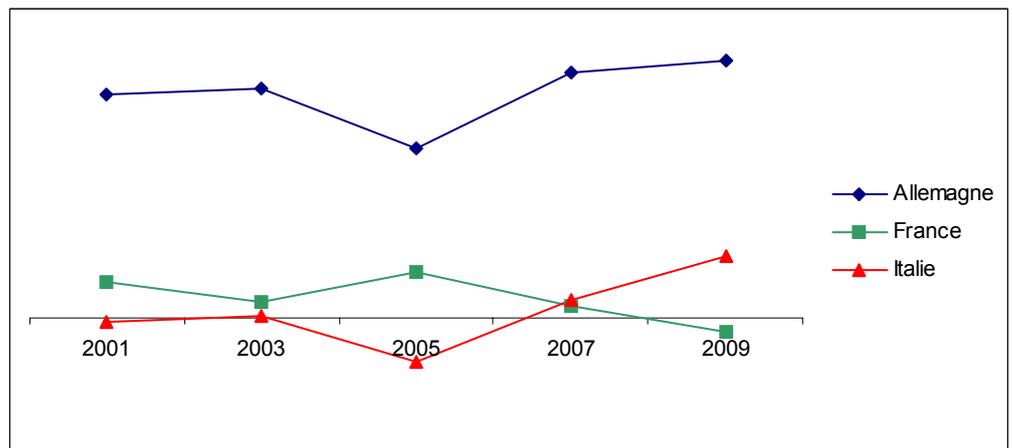
**Critère innovation technologique :
 des produits français moyennement
 appréciés**

Pour la technologie des biens intermédiaires et d'équipement, on retrouve en tête de course Allemagne, Japon et USA. Mais cette fois-ci, c'est la Japon qui est leader dans l'ensemble et pour chacun des sous-secteurs. Il est suivi

dans l'ordre des Etats-Unis et de l'Allemagne, ce derniers pays ne faisant jeu égal avec le Japon qu'en matière d'équipement mécanique.

Sur ce critère France et Italie sont proches, respectivement en quatrième et cinquième positions, mais ici encore l'évolution des années récentes serait plutôt favorable aux Italiens.

Graphique 5 - Biens intermédiaires et d'équipement
Evolution du score d'innovation technologique



En seconde partie de tableau on trouve pour ce critère technologique, le Royaume-Uni suivi de l'Asie (hors Chine et Japon) et de l'Espagne. On notera donc ici les très médiocres scores de l'Espagne en innovation technologique, qui si elle est relativement compétitive en ce qui concerne les biens intermédiaires se retrouve en

toute queue de classement pour les équipements mécaniques et électriques, derrière l'Asie et les PECO. On remarquera inversement la relative percée de l'équipement électrique en provenance d'Asie, qui, quant à son niveau technologique, arrive en sixième position, juste derrière les économies les plus performantes.

Globalement c'est néanmoins la production chinoise qui ferme la marche en ce qui concerne la technologie.

Si l'on compare les classements sur les critères compétitivité globale et innovation technologique (cf. Tableau 5), on voit que, en début de classement, le

niveau technologique pèserait sur la position concurrentielle de l'Allemagne alors qu'il favoriserait celle du Japon et des USA. En fin de classement l'innovation technologique aurait une influence positive sur la position de l'Asie et plutôt négative sur celles de l'Espagne et des PECO.

Tableau 6 - Critère Design-ergonomie classement des productions nationales (moyenne 2001-2009)

	Ensemble des Biens Intermédiaires ou d'Équipement	Biens intermédiaires	Équipement mécanique	Équipement électrique
Allemagne	3	3	2	3
Japon	1	2	1	1
USA	4	6	4	2
France	5	4	5	5
Italie	2	1	3	3
Royaume-Uni	6	5	6	7
Espagne	7	7	8	7
PECO *	8	9	7	6
Asie (hors Chine et Japon) *	10	8	9	10
Chine *	9	10	10	9

* moyenne 2005-2009

Critère design-ergonomie : un design insuffisant à combler les autres déficiences

Deux pays alternent à la première place en ce qui concerne le design-ergonomie des biens intermédiaires et d'équipement : le Japon et l'Italie.

En moyenne sur la période 2001-2009 c'est le Japon qui, de très peu, tient la tête. Ce pays est aussi en moyenne le premier pour le design des biens d'équipement mécanique et électrique, alors qu'il n'occupait qu'une place moyenne pour le design des biens de consommation.

Le design italien, déjà premier pour les biens de consommation, se trouve juste derrière le premier pour les biens intermédiaires et d'équipement, ce qui constitue une très remarquable performance d'ensemble. Les Italiens sont même premiers pour le design des biens intermédiaires, laissant les deux premières places pour les sous-secteurs plus techniques au Japon, à l'Allemagne ou aux USA.

L'Allemagne occupe en moyenne la troisième place, avec souvent, d'une enquête à l'autre, des positions plus

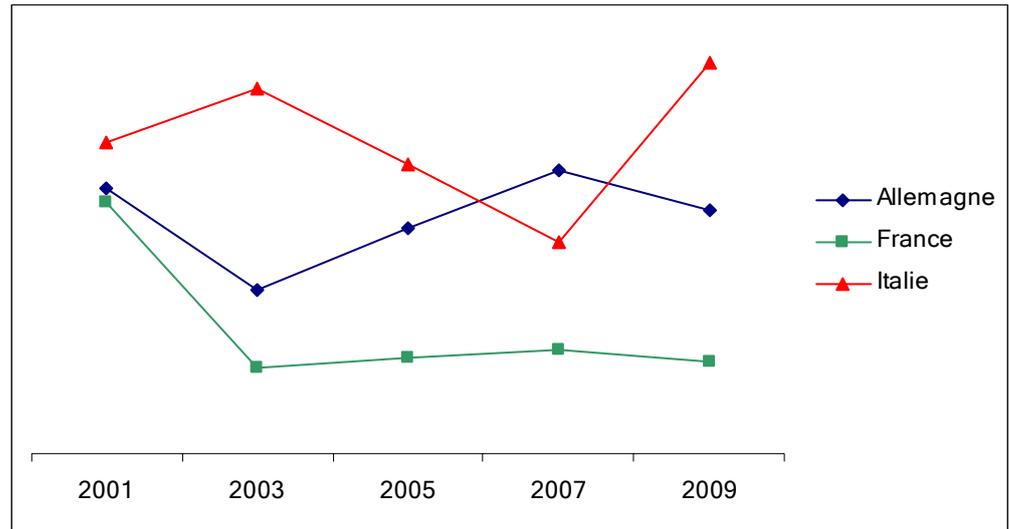
avantageuses encore pour l'équipement électrique ou la mécanique.

La compétitivité de leur design de biens intermédiaires et d'équipement place les Etats-Unis quatrième position, avec à vrai dire des performances très variables selon les sous-secteurs : deuxièmes pour l'équipement électrique, mais seulement en sixième position pour les biens intermédiaires.

La France, deuxième rappelons-le, pour le design des biens de consommation, se trouve ici rejetée 3 places plus loin. Comment expliquer cette cinquième place en design de biens intermédiaires et d'équipement ? Est-ce en quelque sorte une résurgence de la médiocre compétitivité de la France en matière d'innovation technique, les importateurs interrogés lui infligeant une manière de « double peine » ? Ou bien beaucoup de designers français, dans la lignée des arts décoratifs, négligeraient-ils encore de s'intéresser à des produits autres que ceux de consommation, laissant ces produits, plus techniques, aux bons soins des seuls ingénieurs ?

Ce résultat réclame en tout cas de notre part réflexion et réaction.

Graphique 6 - Biens intermédiaires et d'équipement
Evolution du score de design-ergonomie



En évolution, depuis 2003 la France stagne à niveau bas loin derrière Italie et Allemagne.

Derrière la France, Royaume-Uni, Espagne, PECO, Asie et Chine occupent sensiblement les places que pour le design de produits de consommation. On notera cependant une relative performance des PECO qui font mieux que l'Espagne pour le design de l'équipement mécanique et mieux qu'Espagnols et Anglais pour l'équipement électrique.

On voit qu'ici encore la mauvaise appréciation du design Chinois et

asiatique participe au faible niveau de compétitivité hors prix de ces pays.

Si l'on compare les niveaux concurrentiels des pays selon les deux critères de compétitivité globale hors prix et de design-ergonomie (cf. Tableau 5), il apparaît que le design-ergonomie favoriserait la compétitivité hors prix des biens intermédiaires et d'équipement pour l'Italie et dans une moindre mesure pour le Japon et en fin de tableau pour la Chine. Au contraire il pèserait relativement sur la compétitivité de l'Allemagne, de la France, des Etats-Unis et de l'Asie.

Conclusion : facteur de compétitivité ayant sa place parmi les autres, si le design ne peut pas tout, il peut beaucoup

Si nous avons traité de manière séparée les biens de consommation et les biens intermédiaires et d'équipement, c'est que l'innovation technologique et le design-ergonomie ont des impacts différents sur ces deux familles de produits. Nous avons vu que pour les biens de consommation, aux yeux des importateurs, l'importance du design est supérieure à celle de la technologie, alors que le rapport s'inverse pour les biens intermédiaires et d'équipement. De fait, si le critère design conserve toujours un poids, ce qui est attesté par 6 importateurs sur 10, sa contribution à la compétitivité hors prix tend à diminuer à mesure qu'augmente la technicité des produits. Ainsi, le

design conserve-t-il une importance plus forte pour les équipements mécaniques ou électriques que pour les biens intermédiaires.

Il est apparu aussi que les différentes économies nationales entretenaient des relations différentes avec le couple innovation technologique-design et ergonomie.

L'Allemagne reste la référence en matière de compétitivité hors prix, que ce soit pour les biens de consommation ou les biens d'équipement. Avec d'excellents scores pour l'ensemble des critères, notamment l'innovation technologique et les services, le fait qu'elle

ne figure qu'en troisième position pour le design (derrière l'Italie et la France pour les biens de consommation, l'Italie et le Japon pour les biens intermédiaires et d'équipement) ne la pénalise pas vraiment.

Pour l'Italie et la France, l'enjeu du design est plus important.

L'Italie bénéficie pleinement de son très bon niveau en design, qui constitue pour elle un véritable avantage concurrentiel, comme chacun le sait, pour les biens de consommation (habillement, ameublement...) mais aussi, c'est moins connu, pour les biens intermédiaires et d'équipement. L'effet du design est d'autant plus favorable à la compétitivité que l'Italie, traditionnellement médiocre en matière de services (respect des délais, service client) s'est au cours des dernières années améliorée dans ces domaines.

La France souffre depuis longtemps d'une image de moindre innovation technologique de ses productions. Jusqu'ici, en ce qui concerne les biens de consommation, un bon design et de bons services palliaient en grande partie la faiblesse perçue en contenu technologique, ce qui a permis jusqu'en 2006 de conserver une compétitivité hors prix, en deuxième place derrière l'Allemagne.

Mais depuis, dans un mouvement ascendant régulier, l'Italie a sur la compétitivité globale hors prix rattrapé la France et l'a même légèrement dépassée. Et maintenant, d'après les premiers résultats de l'enquête 2010, c'est le Japon qui vient concurrencer les produits français.

En ce qui concerne les biens intermédiaires et d'équipement, les productions françaises souffrent plus encore d'une faiblesse en contenu technologique. Et là, en outre, leur design n'est considéré que comme moyennement performant. Ainsi, se retrouve-t-on avec un niveau de compétitivité globale hors prix lui-même très moyen.

Pourtant s'il est un bénéfice à attendre du design c'est bien « d'humaniser » les technologies, autrement dit, de faire passer d'une technologie intéressante à un produit commercialisable sur un marché. Un meilleur design devrait permettre aux producteurs français de mieux intégrer les innovations technologiques dans leurs produits, l'effort devant porter en priorité sur les biens intermédiaires et d'équipement. C'est alors seulement que, face à la concurrence internationale, les produits français pourront bénéficier pleinement de l'effet différenciant du design.