



139 rue de Bercy – bâtiment Vauban – Télédéc 627 – 75572 Paris Cedex 12
sprim-fo@dgtresor.gouv.fr – Tél. : 01.53.18.83.03 – www.sprim-fo.org

Revue de presse du 18 mars 2026

Presse – Actualités

- [«Hors de question de payer plus cher» : la flambée du kérosène fait bondir les billets d'avion et exaspère les voyageurs – Le Figaro](#)
- [« C'est très sportif » : les PME et ETI frileuses face à l'eldorado chinois – Les Echos](#)
- [L'espace, cet autre champ de bataille féroce de la guerre en Iran – Les Echos](#)
- [« Si vous êtes fou, allez-y, investissez à Cuba » : l'appel à l'aide de La Havane à la diaspora cubaine se heurte à un mur – Les Echos](#)
- [Innovation, qualité, prix... Comment sont perçus les produits français par ceux qui les achètent ? – Le Figaro](#)

ARTICLES DE PRESSE

«Hors de question de payer plus cher» : la flambée du kérosène fait bondir les billets d'avion et exaspère les voyageurs – Le Figaro

TÉMOIGNAGES - Destinations modifiées, réservations repoussées ou séjours finalement abandonnés... Face à la hausse rapide des tarifs aériens liée à l'envolée du prix du pétrole, de nombreux touristes commencent à revoir leurs projets de vacances.

La guerre au Moyen-Orient perturbe les plans de nombreux voyages. En plus des perturbations liées aux missiles dans la région, la fermeture du détroit d'Ormuz a entraîné une flambée du prix du pétrole et donc du kérosène. Plusieurs compagnies aériennes ont déjà ajusté leurs tarifs et répercuté cette hausse sur les billets d'avion des voyageurs, suscitant un vif agacement. Le 12 mars, Air France-KLM a ainsi annoncé une augmentation de ses tarifs sur les vols long-courriers pour les billets émis à partir du 11 mars. En classe économique, la hausse atteint 50 euros aller-retour.

D'autres compagnies ont suivi. Air Caraïbes, French Bee ou encore Corsair ont ajusté leurs prix sur le long-courrier, tandis qu'à l'international les annonces se multiplient. Air New Zealand, Qantas, SAS, Thai Airways ou encore Air India ont également évoqué des hausses ou des surcharges. En Asie, Cathay Pacific a quasiment doublé sa surcharge carburant sur le long-courrier à partir du 18 mars, la faisant passer d'environ 63 à 129 euros. Une envolée directement liée au cours mondial du kérosène, qui représente près d'un quart des coûts d'exploitation des compagnies aériennes. Le 11 mars, le cours moyen du carburant d'aviation a atteint près de 168 dollars le baril, selon l'indice de référence Platts, soit environ deux fois plus qu'au début de l'année.

Pour les voyageurs, la hausse est déjà palpable. Pauline, trentenaire, a failli en faire les frais pour un voyage en famille. *«Ça fait longtemps qu'on veut faire un beau voyage avec nos deux filles. On a trouvé des billets aller-retour pour quatre à 2200 euros pour partir en Guadeloupe au mois d'avril. On les a achetés juste avant le début du conflit. Quinze jours plus tard, les mêmes billets s'affichent à 3600 euros. Clairement, si on ne les avait pas pris à temps, on n'aurait pas pu partir»*, souligne cette parisienne.

«Ras-le-bol de cette mascarade»

D'autres préfèrent temporiser. Thomas, 32 ans, doit se rendre en Polynésie française fin septembre pour le mariage d'un ami. Mais face aux excédents annoncés par certaines compagnies, il hésite encore à acheter ses billets. *«J'avais commencé à regarder il y a un mois et je comptais les prendre bientôt. Mais maintenant, on apprend qu'il y a*

des surcharges à cause du kérosène. J'attends de voir si les prix redescendent», espère-t-il. À vue de nez, Thomas estime qu'il devrait ajouter 400 euros pour un billet aller-retour, qui s'affichait environ à 1700 euros il y a quelques semaines : *«Ce n'est pas seulement la somme, c'est aussi l'impression de faire une mauvaise affaire, dans tous les cas c'est exorbitant.»* Il s'est donné jusqu'au mois de mai pour réserver, en espérant que la situation géopolitique s'apaise.

Sur les réseaux sociaux et les forums de voyageurs, les discussions se multiplient et certains envisagent de revoir leurs plans. *«Je devais prendre des billets prochainement mais hors de question de payer plus cher. Si ça devient vraiment trop onéreux, on restera en France pour les vacances d'été»*, écrit Florence sur Instagram. Quelques lignes au-dessous, Sam affirme pour sa part *«préférer ne pas partir»* car il en a *«ras-le-bol de cette mascarade»*.

Sur Reddit, un internaute explique vouloir *«réserver un vol pour l'Europe en septembre»* mais ne pas savoir *«s'il vaut mieux attendre ou acheter tout de suite avant que les prix n'augmentent»*. Dans les commentaires, un autre utilisateur lui répond qu'il vaut mieux réserver rapidement et privilégier des itinéraires qui évitent le Moyen-Orient. Certains observent déjà des écarts spectaculaires. Un usager a comparé les prix de vols entre le 25 février et le 11 mars : un billet Sydney Dubaï avec Emirates est passé de 2450 à 3000 dollars, tandis qu'un vol Sydney-Abu Dhabi avec Etihad a bondi de 1950 à plus de 4600 dollars.

«De l'attentisme»

Pour ceux qui ont réservé avant la flambée des prix, le soulagement est réel. Claire, 27 ans, doit partir en Thaïlande du 27 mars au 15 avril avec deux amies. *«Nous avons payé 813 euros chacune en janvier pour un vol avec Emirates avec une escale à Dubaï. Aujourd'hui, sur Google Flights, les mêmes billets s'affichent à près de 952 euros par personne»*, détaille cette infirmière. Une hausse qu'elle relativise toutefois car son départ étant imminent, une augmentation des tarifs reste normale.

Dans les agences de voyages, l'incertitude se traduit par un ralentissement de l'activité. *«Nous observons surtout de l'attentisme, ce qui est assez classique dans ce type de période»*, explique Cyrille Fradin, président du tour-opérateur FRAM. En France, l'entreprise enregistre déjà une baisse d'environ 15% des réservations. Selon le représentant, attendre trop longtemps pour réserver son vol peut néanmoins s'avérer risqué. *«Les prix de l'aérien ne devraient pas baisser dans les prochaines semaines. Anticiper reste souvent le meilleur moyen de sécuriser son voyage»*, estime-t-il. À plus long terme, une détente reste possible, notamment pour les voyages programmés l'an prochain : *«Quand le conflit prendra fin, les compagnies feront probablement des offres pour relancer la demande.»*

Une chose est sûre pour les voyageurs, une fois le billet acheté, son prix ne peut plus être réajusté. Air France rappelle ainsi au *Figaro* que l'augmentation tarifaire *«s'applique uniquement aux billets non émis»*. Une position confirmée par Corsair, qui affirme qu'il *«n'y a aucune rétroactivité»*. Autrement dit, les passagers qui ont déjà payé leurs vols peuvent partir l'esprit tranquille, du moins en théorie.



« C'est très sportif » : les PME et ETI frileuses face à l'eldorado chinois – Les Echos

Plus de 11.000 entreprises exportent en Chine. Emmanuel Macron voudrait qu'elles soient plus nombreuses. Le marché est gigantesque mais y accéder est compliqué, notamment pour les PME souvent peu outillées face à la jungle réglementaire. Et les tensions géopolitiques n'aident pas.

Avec la Chine, les chiffres sont étourdissants. Son 1,4 milliard d'habitants abrite désormais la première classe moyenne du monde, près de 400 millions de consommateurs - six fois la population française - dont le nombre a vocation à doubler à horizon 2035. [A ce niveau, c'est peu dire qu'il y a des opportunités.](#)

« Plus de 2.100 filiales d'entreprises françaises y sont implantées, et 11.800 entreprises y exportent », selon Business France en 2025. La Chine représente « 38 % des exportations françaises vers l'Asie », auxquelles contribuent « un très grand nombre de PME et de TPE ». « La Chine, c'est près de 30 milliards d'exports » l'année dernière, mesure Baptiste Thornary, coresponsable de la conjoncture de Bpifrance.

C'est vrai qu'il faut mettre à nu ses produits. On est un peu obligé de danser avec le dragon.

Fabien Pacory, vice-président de la CCI France Chine

Emmanuel Macron aimerait qu'elles soient plus nombreuses. « Nous voulons améliorer les exports de nos entreprises », lançait-il en décembre, en Chine. Las, elles sont « frileuses », martèlent tous les observateurs. Le dernier baromètre de Bpifrance sur les TPE-PME et l'export les révèle réservées sur l'Asie : 73 % de leurs dirigeants s'inquiètent des tensions géopolitiques et 47 % du durcissement des politiques commerciales.

Montée en gamme

Gagner le marché chinois est devenu « très sportif », admet Fabien Pacory, vice-président de la CCI France Chine, chargé de la Chine du Sud et basé à Canton. D'autant plus que les petites entreprises sont rarement outillées pour y pénétrer. Les conditions réglementaires se sont accrues et les standards se sont élevés.

« Il y a encore une dizaine d'années, en Chine, acheter pour une occasion exceptionnelle, c'était forcément acheter un produit importé. Aujourd'hui, plus nécessairement », illustre Greg Autef, qui dirige C.i. Process à Shanghai, un cabinet de conseil en implantation et développement. Le made in China a gagné en préférence nationale, parce que [l'outil industriel chinois est monté en gamme.](#)

« Sur des produits techniques et cruciaux, vous pouvez exister, surtout sur des marchés de niche », assure Jean-Mathieu Sahy, fondateur de Capital Export. C'est le cas du fabricant de fours industriels isérois ECM (170 millions de chiffre d'affaires), qui a ouvert en 2019 une usine sur place, ce qui lui permet de postuler aux marchés publics chinois. « Même sur les marchés stratégiques et réputés difficiles d'accès pour les étrangers, nous arrivons à tirer notre épingle du jeu, notamment grâce à nos équipes locales, rapporte Arthur Pélissier, directeur général d'ECM tech. Et puis, il s'agit d'un gisement gigantesque : un marché de niche là-bas correspond à un gros marché ici. »

L'atout du made in France

L'étoile du made in France brille toujours sur des secteurs allant de l'industrie à l'agroalimentaire en passant par la santé-beauté. Spécialisé dans les arômes dits bruns (vanille, cacao, café, caramel), Prova (120 millions de chiffre d'affaires) a ouvert l'an dernier un bureau à Shanghai et une usine en Thaïlande pour servir, notamment, ce nouveau marché. L'entreprise « attend beaucoup de la Chine » où « ces goûts sont encore en phase de découverte », brosse le directeur régional Asie-Pacifique Julien Le Ky Huong. Avec près de « 3 millions d'euros » de chiffre d'affaires en Chine en 2025, « l'ambition de croissance » est la même que celle enregistrée sur toute la région en dix ans : « 20 % par an sur dix ans ».

Puresentinel, qui a testé le terrain à partir de 2019, a [confirmé son implantation chinoise en 2024](#) avec un partenariat de distribution exclusive, 100 % digital et s'appuyant sur un influenceur au million de followers. Une poignée de produits de l'entreprise d'aromathérapie de la Drôme, sur un catalogue de 300, sont, à ce jour, proposés en Chine pour un chiffre d'affaires de 5 millions sur un total de 115 millions en 2025.

« Pour pouvoir vendre en Chine, il fallait avoir un joint-venture, transférer la compétence, acheter local... Et puis, [petit à petit, on leur a tout appris](#) », se souvient François Luscan, co-ambassadeur de Stratégie Nation ETI et spécialiste de l'export. C'est notamment le cas dans la très innovante région Grand sud de la Chine qui abrite « une myriade de laboratoires de recherche que vous pouvez utiliser pour faire des tests, du contrôle qualité ou de l'expérimentation », décrit Fabien Pacory. « C'est vrai qu'il faut mettre à nu ses produits, dit-il. On est un peu obligé de danser avec le dragon. »

Manque d'accompagnement

Quant à la guerre commerciale, elle peut amener à quitter la piste. Comme la société Fillon Technologies, qui a définitivement fermé en Chine en décembre une usine de mélangeurs et de robots doseurs de peinture qui tournait comme une horloge depuis 1994. Le yo-yo des taxes douanières américaines sur les produits made in China lui fait accepter une offre de rachat de son foncier par le gouvernement chinois. Ce dernier ambitionne de transformer ce secteur industriel au nord de Pékin. L'entreprise, qui réalise à 95 % son chiffre d'affaires à l'export, s'est redéployée au Vietnam en août 2024 mais a « maintenu une entité de sourcing chinoise, précise Sébastien Reinbold, le président du groupe, parce

qu'il y a [des fournisseurs de grande qualité](#) qu'on ne retrouve pas pour l'instant ailleurs en Asie du Sud-Est. »

La guerre commerciale peut aussi être un avantage pour les Français car « les Chinois veulent tout faire sauf travailler avec les Américains », selon Jean-Mathieu Sahy. Bpifrance enregistre toutefois une chute de 23 % des demandes d'assurance prospection sur la Chine en 2025. Elles sont tombées à 76, alors qu'elles sont montées jusqu'à 210 en 2019.

Dans cette jungle réglementaire, concurrentielle et géopolitique, les PME et ETI françaises aspirent [à mieux être accompagnées](#). Selon le baromètre export 2026 de Bpifrance, « une entreprise sur cinq ayant exprimé des besoins d'accompagnement ou de financement à l'export les juge insuffisamment couverts par l'offre, publique et privée, existante ». « Il y a toute une palette d'outils avec la Team France export : des diagnostics business, de l'assurance prospection et, derrière, de l'accompagnement opérationnel ou du développement des compétences », plaide Baptiste Thornary. Mais près de la moitié des entreprises dans l'export ne connaissent pas l'existence de ce guichet d'accompagnement.

Michèle Warnet, avec F. E. (à Grenoble)

* * *

L'espace, cet autre champ de bataille féroce de la guerre en Iran – Les Echos

Deux attaques menées par l'aviation israélienne contre des sites liés au programme spatial iranien illustrent l'escalade des affrontements sur ce front.

[La guerre entre Israël et l'Iran](#) fait aussi rage dans l'espace. A quelques jours d'intervalle, l'aviation israélienne a annoncé avoir détruit deux sites iraniens liés au programme spatial de la République islamique. La dernière attaque en date s'est produite au début de la semaine à Téhéran. Elle visait une base spécialisée dans le développement de technologies permettant de détruire des satellites espions israéliens, ou de les « aveugler » en ne leur permettant plus d'émettre.

« L'objectif est de conserver notre suprématie dans l'espace, spécialement en matière de renseignements », a indiqué un responsable d'une très discrète division de Tsahal spécialisée sur ce front. Et d'ajouter : « Nous déployons le maximum d'efforts pour préserver une totale liberté d'action pour Tsahal dans l'espace en entravant les capacités de nuisance de l'Iran. »

Missiles intercontinentaux

Quelques jours auparavant, le bâtiment abritant l'Agence spatiale iranienne, situé à Téhéran, où sont également développées les technologies censées permettre de produire

un jour des missiles balistiques intercontinentaux capables d'atteindre l'Europe et les Etats-Unis, s'est retrouvé dans le collimateur, selon un porte-parole militaire israélien.

L'enjeu de cette bataille est énorme. Israël et l'Iran se livrent à une course contre la montre militaire et technologique. En septembre dernier, les Gardiens de la révolution, fer de lance du régime iranien, ont lancé un satellite surnommé Chamran-1, pouvant couvrir l'ensemble du territoire israélien.

Sur le papier, toutefois, l'Etat hébreu dispose actuellement d'un sérieux avantage avec sa série de satellites espions surnommée Ofek (« horizon » en hébreu). Leur nombre exact, entre 6 et 8, selon des experts étrangers, est confidentiel.

Certains de ces engins sont spécialisés dans l'imagerie optique, ce qui les rend capables de prendre des photos de très haute résolution d'objets de quelques centimètres, tandis que d'autres, tel l'Ofek 19, le dernier satellite en date mis sur orbite en septembre dernier, permettent de « voir » à travers les nuages, les tempêtes de sable et de nuit.

Des renseignements essentiels

Un détail : Israël, un des rares pays au monde à disposer de ses propres lanceurs, expédie ses satellites vers l'ouest, c'est-à-dire à l'inverse du mouvement de rotation de la Terre, pour éviter qu'en cas d'accident au décollage, les débris du satellite tombent dans des « pays hostiles » de la région.

L'ensemble de ce dispositif a permis, lors de la « guerre des douze jours » contre l'Iran en juin dernier, d'établir un véritable catalogue de 12.000 images du territoire iranien. Il fournit des renseignements essentiels, notamment sur les cibles militaires et nucléaires iraniennes.

Autre avantage, et non des moindres : ces satellites repèrent quasiment en temps réel le décollage des missiles balistiques iraniens. Cela permet de donner l'alerte et d'appeler la population israélienne à se réfugier à temps dans des abris antiaériens, quelques minutes avant que ces engins se rapprochent d'Israël.

Les photos satellites prises « avant » et « après » une attaque aérienne israélienne d'objectifs iraniens détruits constituent également un matériel utilisé à des fins de relations publiques par Tsahal, en vue prouver de visu son efficacité à la population israélienne et maintenir son moral.

Pascal Brunel (Correspondant à Tel-Aviv)

* * *

« Si vous êtes fou, allez-y, investissez à Cuba » : l'appel à l'aide de La Havane à la diaspora cubaine se heurte à un mur – Les Echos

Le régime cubain, en quête de solutions pour relancer son économie, invite sa diaspora, notamment celle des exilés cubains aux Etats-Unis, à venir financer l'île. Mais la mesure suscite plus de réticences que d'enthousiasme.

Alors que l'étau qui asphyxie l'économie cubaine ne se desserre pas, au point que l'île vient de connaître sa sixième panne générale d'électricité en dix-huit mois, les autorités tentent de sortir de l'impasse dans l'urgence. Et viennent de lancer un appel à sa diaspora.

Et notamment aux milliers de Cubains qui ont quitté l'île et se sont installés aux Etats-Unis et principalement en Floride. « Cuba est disposé à avoir une relation commerciale fluide avec les entreprises américaines », ainsi qu'« avec les Cubains résidant aux Etats-Unis et leurs descendants », a déclaré Oscar Perez-Oliva Fraga, le ministre du Commerce extérieur et de l'Investissement étranger, dans un entretien à la chaîne américaine NBC.

Cuba veut favoriser les investissements dans les infrastructures

Selon le quotidien américain « The Miami Herald », qui cite une source anonyme proche du dossier, la décision de Cuba est une réponse directe à la pression croissante exercée par l'administration de Donald Trump pour entreprendre des réformes sur l'île communiste. Et de fait une concession symbolique de la part des dirigeants cubains qui s'opposaient à cette idée depuis des années.

Concrètement, plusieurs mesures destinées à séduire ceux que l'on appelle souvent les « marielitos », par référence aux milliers de personnes qui ont fui l'île dans les années 1980 par le port de Mariel, ont été annoncées lundi. A l'avenir, les Cubains de l'étranger, même s'ils ne possèdent pas de résidence dans l'île, auront la possibilité d'ouvrir des comptes bancaires en devises étrangères dans les banques de l'île mais pourront aussi posséder des parts ou s'associer à des entreprises privées dans le pays.

Cette possibilité ne concernerait pas que les 10.000 PME privées que compte le pays depuis qu'elles ont été autorisées il y a cinq ans. Les investissements qui pourront être autorisés vont « au-delà de la sphère commerciale », a en effet précisé le ministre. « Cela s'applique à des investissements, pas seulement des petits investissements, mais également à d'importants investissements, en particulier dans les infrastructures », a-t-il ajouté. En clair, il s'agit pour le régime d'obtenir de quoi relancer le tourisme, de restaurer

le réseau électrique vieillissant de l'île mais aussi de permettre le redressement du secteur minier.

Aucun pétrolier n'a abordé Cuba depuis plus de deux mois

Des possibilités d'investissements favorisées par le fait que, début mars, le gouvernement cubain a adopté un décret qui définit un cadre juridique pour créer des entreprises mixtes entre entités étatiques et acteurs privés, quelle que soit leur nationalité. Une première dans l'histoire du régime castriste puisque jusqu'à maintenant, les coentreprises étaient possibles sauf avec des sociétés à capitaux américains.

Il faut dire qu'il y a urgence pour La Havane. Alors que Donald Trump multiplie les déclarations et parle de « prendre » Cuba « d'une manière ou d'une autre », et que les deux pays ont admis être entrés en discussions, la situation sur l'île empire chaque jour, faute de recevoir le pétrole autrefois livré par le Venezuela. Alors qu'aucun pétrolier n'est arrivé sur l'île depuis plus de deux mois, les secteurs clés que sont le tourisme, l'extraction du nickel, l'agriculture et le tabac sont touchés de plein fouet par les restrictions énergétiques. Et du fait du durcissement de l'embargo, le pays est en manque de devises.

L'embargo américain « nous prive d'un accès à des financements, à de la technologie, à des marchés et ces dernières années, il a eu pour objectif en particulier de priver notre pays d'un accès au carburant », a encore résumé Oscar Perez-Oliva Fraga.

« Si vous êtes fou, allez-y, investissez à Cuba »

Reste à savoir si la diaspora répondra aux souhaits de La Havane alors que, depuis 2021, environ deux millions de personnes ont quitté Cuba, l'exode le plus massif qu'a connu l'île depuis l'arrivée au pouvoir des castristes qui a eu pour conséquence de faire passer la population du pays sous la barre des 10 millions d'habitants. Rien n'est moins sûr, notamment au sein d'une communauté installée en Floride et qui est majoritairement anti-castriste et favorable aux idées républicaines de Donald Trump.

La proposition de l'Etat cubain est « absolument inacceptable », a rapidement réagi l'activiste exilé Ramon Saul Sanchez. « Si vous êtes fou, allez-y, investissez à Cuba », a, de son côté, lancé, lors d'une conférence de presse, Carlos Gimenez, élu républicain de Floride et membre de la Chambre des représentants. « Il faut un changement politique avant tout changement économique », a-t-il martelé avant d'ajouter que le régime actuel n'est digne de confiance ni financièrement ni autrement. « Il se trouve qu'ils dirigent un gouvernement », a-t-il déclaré. « Ce sont des voleurs. De simples voleurs, et ils sont là uniquement pour s'enrichir. »

Claude Fouquet

* * *

Innovation, qualité, prix... Comment sont perçus les produits français par ceux qui les achètent ? – Le Figaro

DÉCRYPTAGE - Si la qualité est globalement au rendez-vous, la France pâtit à l'international de tarifs trop élevés. Entre baisser les coûts de production et viser l'excellence, il faut choisir.

La France fabrique de bons produits... mais les vend un peu trop cher. Tel est en substance le message de l'étude Rexecode-Skema sur « *la compétitivité des exportations françaises auprès des importateurs étrangers* », publiée ce mardi. Cette enquête, menée par Kantar Institut auprès d'un panel d'environ 500 responsables des achats répartis dans six pays européens, permet de se faire une idée de la compétitivité « *hors prix* » des biens de consommation français à destination des ménages, c'est-à-dire en prenant en compte « *la qualité, l'ergonomie et le design, le contenu en innovation, la notoriété, les services associés, les délais ou encore la variété des fournisseurs* », détaillent les auteurs. Celle-ci est comparée à celle des dix principaux pays exportateurs du monde (États-Unis, Chine, Allemagne, Italie, Royaume-Uni...). Cette compétitivité hors-prix « *est globalement perçue positivement* » : sur les dix pays comparés, la France se classe deuxième dans l'agroalimentaire, troisième pour ce qui est des produits pharmaceutiques et hygiène beauté, troisième dans l'habillement et les accessoires.

La qualité est une chose, mais encore faut-il écouler la production. Si la France peut se réjouir de cette bonne image de marque, ses prix - sans prise en compte de la qualité - sont quant à eux jugés « *trop peu compétitifs dans la majorité des secteurs* », notamment en pharmacie et hygiène et en beauté, où elle est classée dixième, c'est-à-dire bonne dernière. Idem pour les autres secteurs : le pays est sixième concernant l'agroalimentaire, septième dans l'équipement du logement, et avant-dernier dans l'habillement et les accessoires. L'étude en conclut que le rapport qualité-prix français est « *médiocre* ». Or « *in fine, c'est ce qui détermine l'acte d'achat* », rappelle Laurent Ferrara, professeur d'économie internationale à Skema Business School.

Notion subjective

Cette appréciation de la qualité et du prix reste cependant éminemment subjective, comme en témoigne le traitement particulier réservé à l'habillement et accessoires : sa cherté est largement acceptée à l'international. Mais c'est bien la seule catégorie qui, en raison de son positionnement luxe, est ainsi favorablement accueillie. Pour le reste, la France a beau progresser en matière d'innovation, notamment dans l'agroalimentaire, ou en ce qui concerne les prestations complémentaires, la qualité perçue connaît une détérioration entre 2022, date de la précédente enquête réalisée avec la même méthodologie, et 2026, souligne le rapport.

De ce tableau contrasté, il ressort que « *le rapport qualité-prix subit un repli généralisé* ». La France se situe désormais en deuxième moitié du classement dans tous les secteurs en 2026, alors qu'elle occupait encore la troisième place dans la pharmacie et hygiène beauté et l'habillement et accessoires en 2022. Si le pays pratique des prix élevés, il en est de même pour l'Allemagne ou les Pays-Bas. Mais à la différence de ces pays, « *notre compétitivité hors prix ne suffit pas à compenser* », explique Olivier Redoulès, directeur des études de Rexecode. « *L'Allemagne est tellement forte en qualité et en innovation qu'elle est mieux perçue en termes de qualité-prix* », ajoute-t-il, relativisant l'impression actuelle de déclin industriel outre-Rhin. À l'inverse de la France, « *des pays comme la Chine ou l'Italie sont en train de monter* », fait remarquer Marlène Goncalves Andrade, économiste à Rexecode. Une montée en gamme qui vient renforcer l'impression de baisse du rapport qualité-prix de nos produits.

Innover pour regagner des parts de marché

Ces résultats qualitatifs sont cohérents avec les mauvais résultats du commerce extérieur français, dont le déficit atteint 69 milliards d'euros en 2025. Côté pile, la part de la France dans les exportations européennes d'habillement et accessoires est passée de 12,1 % à 18,6 % entre 1995 et 2024. Côté face, le poids des exportations françaises dans l'Union européenne a été divisé par deux en trente ans dans l'agroalimentaire, la pharmacie-hygiène-beauté et l'équipement du logement, ce qui illustre une perte de compétitivité face à nos voisins, pointe l'étude. Que faire alors pour regagner des parts de marché à l'international, dans un contexte où les marges de manœuvre budgétaires nous manquent, empêchant notamment de baisser fortement la fiscalité du travail ? « *La France a déjà fait des efforts de compétitivité ces dernières années* », rappelle Olivier Redoulès, et « *un coût du travail élevé n'empêche pas les Pays-Bas ou l'Allemagne d'être compétitifs* ». Selon lui il est nécessaire aujourd'hui « *d'investir davantage dans le hors prix afin de se distinguer* », qui plus est dans un contexte de tensions commerciales qui pénalisent le milieu de gamme. Imiter le modèle allemand, en somme.

* * *

Pour adhérer à notre syndicat, il suffit de remplir et de renvoyer ce [bulletin d'adhésion 2025](#) accompagné du paiement correspondant.