

**PRESENTATION DU CADRE  
DE CERTIFICATION AU REFERENTIEL  
MEILLEURS RAPPORTS QUALITE PRIX  
MRQP®**

## Sommaire

<b>1. Présentation</b> .....	3
<b>2. Conditions d'éligibilité</b> .....	3
2.1 Exigence d'origine .....	3
2.2 Exigence d'ancienneté .....	3
2.3 Exigence de diffusion .....	3
2.4 Exigence relative au processus de production .....	3
<b>3. Procédures</b> .....	4
3.1 Recueil des participations .....	4
3.2 Réalisation de l'étude .....	4
3.3 Résultat et classement .....	4
3.4 Remise de la certification .....	4
<b>4. Méthodologie de l'étude</b> .....	4
4.1 Mesure de la qualité .....	4
4.2 Appréciation du prix .....	4
4.3 Calcul du rapport Qualité/Prix .....	5
4.4 Barème MRQP .....	5

## 1. Présentation

L'abréviation « MRQP », correspond aux initiales des termes Meilleurs Rapports Qualité Prix.

L'*Organisation MRQP*<sup>®</sup>, association de Droit Suisse, a pour vocation l'information des consommateurs, par la réalisation d'étude, le développement d'indicateurs et toutes autres actions servant l'intérêt de ces derniers.

« *Les Meilleurs Rapports Qualité Prix* » est un concept simple et direct, identifiant les produits et services évalués puis révélés parmi les meilleurs rapports qualité prix.

L'évaluation des rapports qualité prix, se fait via une épreuve de vérité venant traduire la parole des consommateurs et celle des experts, par une méthodologie d'évaluation rigoureusement établie.

Dans un environnement concurrentiel et en constante évolution, la quête des meilleurs rapports qualité prix, s'impose comme un des premiers critères de sélection pour le consommateur et le principal objectif des industriels et des distributeurs. C'est dans cette perspective que s'inscrit le référentiel MRQP<sup>®</sup>, mettre à disposition du marché, des repères et indicateurs, d'aide à la décision.

Face à des offres de plus en plus riches, caractérisées par la multitude et la diversité des choix, l'accessibilité de l'information MRQP<sup>®</sup>, portée directement à la vue du consommateur, en fait un catalyseur d'achat.

Par l'association des critères de qualité et du paramètre prix, la certification MRQP<sup>®</sup> vient offrir l'assurance qualité/prix optimale.

## 2. Conditions d'éligibilité

La souscription des dossiers au programme d'étude MRQP<sup>®</sup> se fonde sur 4 conditions.

La recevabilité des inscriptions, requiert le cumul de ces 4 exigences.

### 2.1 Exigence d'origine

Seuls les produits commercialisés localement sont concernés par l'étude.

### 2.2 Exigence d'ancienneté

Seuls les produits présents depuis une période suffisamment significative sur le marché, sont concernés par l'étude.

### 2.3 Exigence de diffusion

Seuls les produits dont la distribution est suffisamment significative sur le marché, sont concernés par l'étude.

### 2.4 Exigence relative au processus de production

Seuls les produits issus d'un système de production industrialisé sont concernés par l'étude.

## 3. Procédures

Les établissements autorisés à délivrer la certification MRQP<sup>®</sup>, ont le statut d'Organisme de Certification et exerce en qualité de certificateur. Ces derniers sont retenus sur des critères de compétence et d'indépendance. L'*Organisation MRQP* en charge de la diffusion du référentiel MRQP<sup>®</sup>, accrédite via licence, les organismes de certification, habilités à émettre le dit référentiel.

La certification au référentiel MRQP® est soumise au cycle des « 4R » :

### 3.1 Recueil des participations

Il s'agit de collecter les adhésions au programme d'étude, conformément aux conditions d'inscriptions préétablies (cf. Section 2).

### 3.2 Réalisation de l'étude

Il s'agit d'évaluer le rapport Qualité/Prix des produits ayant souscrit au programme d'étude MRQP®. Les études sont réalisées individuellement, sans mettre en compétition les produits entre eux. Le cahier des charges du référentiel MRQP® sert de support à l'évaluation.

### 3.3 Résultat et classement

Il s'agit de catégoriser le produit, sur le barème MRQP®, selon sa notation. La note est attribuée sur la base d'un scoring, spécifique à la typologie du produit évalué.

### 3.4 Remise de la certification

Il s'agit de délivrer, au produit concerné, les marques de conformité relatives au statut MRQP®. Les certifications ont lieu si, et seulement si, les résultats de l'étude concluent à la conformité des produits, aux exigences du référentiel.

## 4. Méthodologie de l'étude

L'objectif des études est d'évaluer intrinsèquement les rapports qualité/prix des produits. Les évaluations sont opérées de manière individuelle et indépendante, respectivement, sans mettre les produits en compétition et sans considérations externes. A ce titre, le cahier des charges et procédures MRQP®, prévoit de donner la parole aux consommateurs et aux experts, à valeur égale.

Les évaluations des consommateurs et des experts se font distinctement, de manière indépendante et strictement encadrée sur la base de méthodologies scientifiques.

Les consommateurs sont retenus sur les critères de représentativité de la population locale.

Les professionnels sont retenus sur leur expérience et leur expertise métier sur chaque thème d'analyse.

La méthodologie des études MRQP® est segmentée tel que susmentionnée ci-dessous. L'approche peut évoluer en fonction de la typologie du produit évalué.

### 4.1 Mesure de la qualité

Cette première phase d'étude a pour but de mesurer la qualité du produit, selon les axes suivants :

- La qualité perçue par les consommateurs
- La qualité observée par les experts

Dans cette rubrique, il est prévu d'accorder la même importance à l'avis des consommateurs et à celui des experts. Les thèmes énoncés ci-dessus sont mesurés séparément et notés sur 10, à travers la moyenne ajustée d'une série d'attributs, pondérés par des coefficients.

Le cumul des 2 notes, conduit à une valeur correspondant à l'évaluation globale de la qualité. Cette note sur 20, est désignée « Q ».

## 4.2 Appréciation du prix

Cette seconde phase d'étude a pour but d'estimer la valeur attribuée au prix du produit, selon les 2 axes suivants :

- Le prix perçu par les consommateurs
- Le prix vu par les experts

Parallèlement à l'évaluation de la qualité, experts et consommateurs, à valeur égale, émettent respectivement une note sur 10, relative à l'appréciation intrinsèque qu'ils ont du prix (prix hors rabais, remise, ristourne et promotion).

Le cumul des 2 notes, conduit à une valeur correspondant à l'évaluation globale du prix.

Cette note sur 20, est désignée « P ».

## 4.3 Calcul du rapport Qualité/Prix

Il s'agit de définir mathématiquement de façon rationnelle et justifiée, la valeur chiffrée du « Rapport Qualité/Prix », perçue et évaluée, par les consommateurs et les experts.

La mesure de ce rapport est la moyenne, issue de la mesure de la qualité et de celle du prix, traduite numériquement par l'équation suivante :

$$R = \frac{(\sum q_i a_i) + (\sum p_j b_j)}{2}$$

$Q = \sum q_i a_i$  = Somme pondérée, des notes de la Qualité (par les consommateurs et les experts)

$P = \sum p_j b_j$  = Somme pondérée, des notes du Prix (par les consommateurs et les experts)

$q_i$  = Attribut de l'évaluation de la qualité de rang  $i$

$a_i$  = Coefficient pondérateur de l'attribut de qualité de rang  $i$

$p_j$  = Attribut de l'évaluation du prix de rang  $j$

$b_j$  = Coefficient pondérateur de l'attribut de prix de rang  $j$

## 4.4 Barème MRQP

Une référence ayant un résultat « R » supérieur ou égal à 15/20, correspondant à un excellent rapport qualité prix, est considérée, selon l'échelle de notation MRQP®, comme référence conforme aux standards MRQP®.

La valeur 15 étant le seuil critique de tolérance, en dessous duquel, les références soumises à évaluation, ne peuvent prétendre au statut des « Meilleurs Rapports Qualité Prix ». Cette valeur est fixée de manière à rendre éliminatoire, toute référence dont les notes « Q » ou « P » se situeraient en dessous de 10/20.

*Ce support est la traduction d'un document original, rédigé et diffusé en langue anglaise. En cas d'ambiguïté, la version anglaise prime et sera utilisée comme document de référence.*