



Label  
 Qualité  
 Produit  
 Garantie  
 Economie  
 Consommation



MR

QP

# Meilleurs Rapports Qualité Prix



## PRESENTATION

Régi par l'Organisation Suisse MRQP® et relayé par des organismes tierce partie, les Meilleurs Rapports Qualité Prix sous l'appellation MRQP® est un concept simple et direct, venant servir l'intérêt du consommateur.

MRQP® est un programme de certification visant à identifier les références ayant les Meilleurs Rapports Qualité Prix. C'est dans cette perspective, que s'inscrit le référentiel MRQP®; mettre à disposition du marché, un indicateur se présentant comme un outil d'aide à la décision pour les consommateurs, particulier ou professionnel, en quête de repère et d'opportunité.

La certification est délivrée selon un processus d'octroi minutieux, s'articulant autour de 2 fondamentaux : la QUALITE et le PRIX. Le référentiel MRQP® se positionne comme le lien triangulaire entre le consommateur, le distributeur et l'industriel. 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 les consommateurs et le principal objectif des industriels et des distributeurs.

L'accessibilité de l'information, portée directement à la vue du consommateur, en fait un catalyseur d'achat, dans une société caractérisée par la richesse et la diversité des choix.

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

## CERTIFICATION

La pertinence de la politique globale MRQP® réside dans sa cohérence et sa faculté à révéler de façon rationnelle et mathématique, les références qui à la fois maximisent la qualité et minimisent le prix.

La démarche MRQP® prend son sens et sa valeur dans toute relation et contexte commercial.

Consommateurs et experts réunis autour d'un même label, via une épreuve de vérité venant traduire, à valeur égale, la parole des uns et celle des autres, à travers une méthodologie rigoureusement établie. L'objet des études est l'évaluation du rapport qualité prix d'un bien ou service, de façon intrinsèque, c'est-à-dire en dehors de toute considération de son environnement externe. Cette mesure se fait de façon individuelle, sans mettre les produits en compétition, ni même en comparaison, et cela dans un cadre neutre et strictement encadré. Le cahier des charges MRQP® sert de base aux procédures d'évaluation, conformément la réglementation du référentiel.

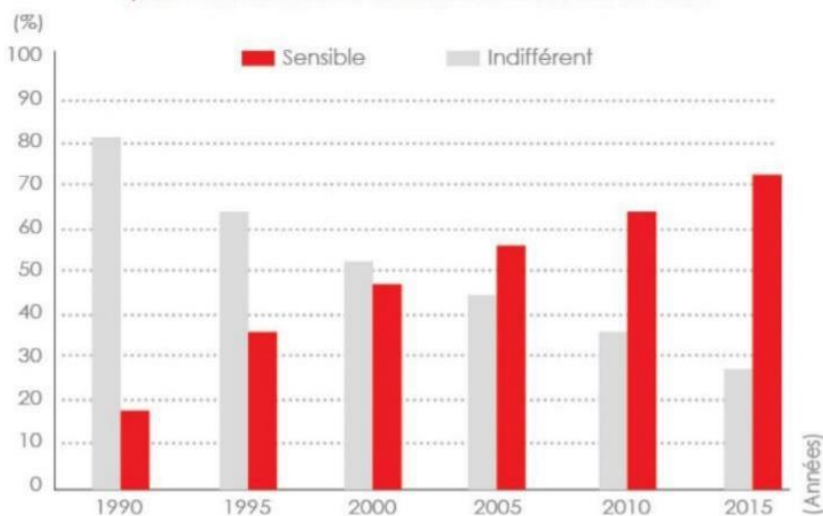
Tout service ou bien de consommation, durable ou semi-durable, ne se trouvant pas en situation de monopole, est éligible aux études, dès lors qu'il est issu d'un système de production industrialisé, qu'il est commercialisé localement, avec une ancienneté et une présence significatives sur le marché.

## CERTIFICATEUR

Les organismes de certification sont habilités à délivrer le référentiel MRQP®, sous licence octroyée par l'Organisation MRQP®. Les certificateurs sont retenus sur des critères de compétences et d'indépendance. Le certificateur doit s'assurer du respect des conditions d'éligibilité des produits au programme d'évaluation, ainsi que de la bonne application des procédures d'étude. Si le comité décisionnel conclut à une certification au standard MRQP®, le certificateur doit veiller à la bonne exécution des règles de certification.

La certification est attribuée de manière nominative et exclusive, pour une année pleine, avec le droit de jouir des marques officielles MRQP® sur la seule gamme certifiée conforme. Durant un cycle complet de certification, le certificateur doit s'assurer d'une part, du respect du cadre d'utilisation des marques MRQP® et d'autre part, de la conformité continue du produit certifié. L'entrave à ces bonnes pratiques, confère le droit, au certificateur, dans le cadre de l'exercice de ces fonctions, de suspendre voire de retirer la certification préalablement délivrée.

## Evolution de l'appréciation des consommateurs, quant aux différents référentiels Produits/Services



## AVANTAGES POUR LES CONSOMMATEURS

- Argument d'achat concret
- Aide à la décision, venant conforter les consommateurs dans leur processus d'achat
- Catalyseur d'achat -> Provoque l'acte d'achat
- Simplification des habitudes de consommation
- Amélioration des réflexes d'achat quotidien
- Optimisation et maîtrise des dépenses et du temps
- Assurance produit, en qualité et en économie
- Indice de confiance produit
- Coût d'information accessible, porté directement sur le produit, à la vue du consommateur
- Mise en concurrence des marques -> Tend vers la baisse des prix et l'amélioration de la qualité

## APPORTS POUR LES MARQUES

- Argument de vente concret
- Avantage concurrentiel significatif
- Gain de part de marché en dopant les ventes -> Effet de levier
- Gain en notoriété et valorisation de l'image de marque
- Consolidation des positions acquises et fidélisation clients
- Opportunité d'une nouvelle clientèle et de nouveaux distributeurs
- Lien de confiance entre le consommateur et la marque
- Meilleur positionnement en distribution -> Merchandising efficient
- Outil de différenciation et d'attractivité
- Source de benchmarking

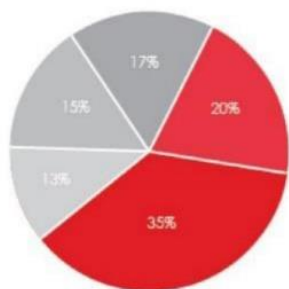
## INTÉRÊT POUR LES DISTRIBUTEURS

- Meilleure visibilité des produits à référencer
- Moderniser la stratégie et le process d'identification
- Offrir une orientation produit fiable
- Dynamiser le marché en encourageant la compétitivité



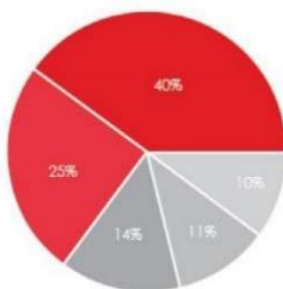
### Sensibilité du consommateur à un référentiel de qualité

Degré de sensibilité :	
Très fort	35%
Fort	20%
Moyen	17%
Faible	15%
Très faible	13%



### Sensibilité du consommateur à un référentiel de prix

Degré de sensibilité :	
Très fort	40%
Fort	25%
Moyen	14%
Faible	11%
Très faible	10%



### Sensibilité du consommateur au rapport qualité prix

Oui	88%
Non	7%
Sans avis	5%

