

APRÈS LA CHINE, L'INDE S'ÉVEILLE À SON TOUR.

Le continent le plus peuplé s'ouvre au monde et bon nombre de sociétés françaises y voient de belles opportunités. L'occasion pour La VF de faire un tour d'horizon des valeurs qui profitent le plus du boom des marchés asiatiques.



Jouez la Chine et l'Inde

Quand la Chine s'éveillera... le monde tremblera ! La prophétie attribuée à Napoléon 1^{er} et reprise il y a trois décennies par Alain Peyrefitte commence à prendre corps. L'appétit de croissance de la quatrième puissance mondiale effraie ou fascine, d'autant que son émergence s'accompagne de celle de tout un continent. L'Inde, qui connaît une démographie galopante, comptera une population active de près de 1 milliard d'individus à l'horizon 2030, et dépassera ainsi la Chine. Le développement de ces deux puissances en devenir s'est accéléré sous l'effet de la mondialisation, synonyme de délocalisation vers ces zones à faible coût de main-d'œuvre.

Mais d'autres moteurs prennent désormais le relais : les gigantesques besoins en infrastructures de ces économies dynamiques et l'appétit de consommer d'une classe moyenne en plein essor alimentent une croissance qui galope au rythme de 10 % par an en Chine et presque autant en Inde. Combinés aux pays d'Asie du Sud-Est, ces deux géants représentent 30 % de la croissance mondiale attendue entre 2004 et 2015, dont 22 % pour la seule Chine.



R. DECOULUREA

Les secteurs en vogue

En Chine... ... et en Inde

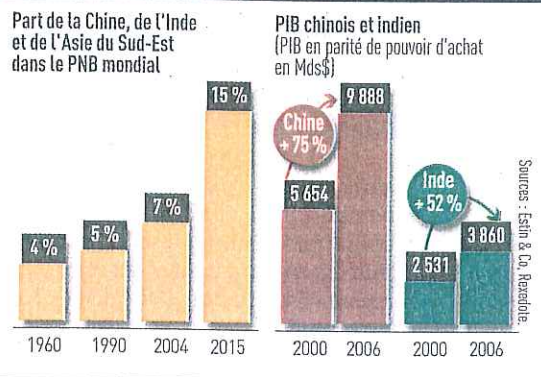
(Croissance annuelle moyenne du marché pour les cinq prochaines années)

» Luxe	20 %	» Services informatiques	25 %
» Semi-conducteurs	20 %	» Luxe	20 à 25 %
» Tabac	20 %	» Hôtellerie et loisirs	20 %
» Biens d'équipement	15 à 20 %	» Automobile et composants	15 à 20 %
» Aéronautique et défense	8 à 10 %	» Construction	11 à 20 %

Source : Société générale

Un essor inéluctable

Deux économies galopantes



Le poids économique de la Chine explose. Le pays représentera 9 % du PNB mondial en 2015, contre 4 % en 2004, selon le cabinet Estin & Co. Chine, Inde et Asie du Sud-Est représentent 30 % de la croissance mondiale attendue entre 2004 et 2015.

Les chiffres donnent le vertige

INDE	CHINE
» 9,4 % de croissance du PNB en 2006-2007	» 10,4 % de croissance du PIB attendus en 2007
» 1,1 milliard d'habitants	» 1,3 milliard d'habitants
» 200 millions d'Indiens appartiennent à la classe moyenne	» 250 millions de Chinois appartiennent à la classe moyenne
» 550 millions d'Indiens ont moins de 25 ans	» N° 1 mondial dans la production de TV, jouets, chaussures...
» 500 Mds\$ d'investissements en infrastructures d'ici à 2012	» 243 Mds\$ de dépenses pour l'environnement d'ici à 2010
» 500 millions d'abonnés au téléphone mobile en 2010	» 500 millions d'abonnés au téléphone mobile en 2010

Sources : Banque mondiale, Mintel, SG, IFF

► QUESTIONS À...

L'Asie, une opportunité de croissance incontournable



Les grandes entreprises françaises peuvent-elles faire l'impasse sur la Chine ou sur l'Inde ?

Assurément non. Ce sont les marchés où tout se passe. L'Inde est actuellement au niveau où était la Chine il y a dix ans et elle va rattraper son retard dans les prochaines années. Le gouvernement se montre extrêmement volontariste et compte investir au moins 500 milliards de dollars en infrastructures (transports, énergie...) d'ici à 2014 pour accompagner le fort développement du pays.

Quels sont les secteurs qui en bénéficient le plus ?

Les fournisseurs de biens d'équipement continueront à profiter des besoins des deux géants asiatiques. L'Inde est en retard dans le domaine du traitement de l'eau et l'on estime que 40 % de l'électricité produite est perdue ou volée, preuve de l'obsolescence du réseau. En Chine, la croissance des investissements industriels continue au rythme de 15 à 20 % par an. Les secteurs liés à la consommation (luxe, agroalimentaire...) vont, eux, bénéficier des besoins d'une classe moyenne en plein essor. Un chiffre symbolique : en 2010, 1 milliard de Chinois et d'Indiens posséderont un téléphone mobile.

Alain Galène, responsable adjoint de la recherche actions paneuropéenne, et Sarbjit Nahal, analyste financier à la Société générale.

Est-ce plus compliqué de s'installer en Chine ou en Inde ?

Un groupe étranger a certes plus de facilité à s'implanter en Chine qu'en Inde, où les pesanteurs bureaucratiques ralentissent souvent les processus de décision. Cela dit, être présent est une chose, mais gagner de l'argent en est une autre. Les trois quarts des sociétés étrangères implantées en Inde sont rentables, contre seulement 20 % en Chine ! Une raison parmi d'autres : la plupart des groupes indiens sont des sociétés à contrôle familial. Souvent cotées en Bourse, elles ont une tradition de transparence et une vocation à faire fructifier leur patrimoine. En Chine, les partenaires locaux des groupes étrangers sont essentiellement des sociétés étatiques, qui cherchent à créer de l'emploi plutôt qu'à engranger des bénéfices.

Propos recueillis par F. C. et E. S.

Ce déplacement inexorable du centre de gravité économique de la planète suscite légitimement l'intérêt des sociétés françaises. Car les chiffres donnent le vertige : 1 milliard d'abonnés au téléphone portable d'ici à 2010 en Chine et en Inde, près de 100 milliards de dollars d'investissements prévus dans les infrastructures électriques indiennes, un parc automobile chinois qui flirtera avec les 150 millions de véhicules en 2020...

« Il faut miser sur les sociétés qui vont chercher la croissance où elle se trouve, c'est-à-dire en Chine et en Inde », préconise Jean-Paul Pierret, directeur de la stratégie à Natexis Bleichroeder, qui relève au passage que cette nouvelle donne a revivifié des secteurs longtemps oubliés, comme les producteurs de matières premières et de biens d'équipement. Une stratégie initiée de longue date par Edouard Carmignac (Carmignac Gestion), qui se plaît à répéter que les Etats-Unis ne sont plus le marché directeur de l'économie mon-

diale. Aujourd'hui, pas question de chinoiser : du spécialiste de la rencontre en ligne Meetic au géant du yaourt Danone, la cote parisienne affûte ses armes pour conquérir ce nouvel eldorado. Plus facile à dire qu'à faire ! S'implanter dans de tels pays implique en effet l'apprentissage de pratiques commerciales parfois radicalement différentes.

Des secteurs parfois intouchables, des marchés complexes

Certains secteurs sont tout simplement interdits aux acteurs étrangers (médias, sondages, armement, agriculture transgénique...). « En Chine, outre de lourds investissements, il faut accepter de perdre de l'argent sur les premiers contrats et de faire des concessions, notamment technologiques, explique France Kalfon, gérante du fond Europe Impact Asie à la Française des placements. C'est le prix à payer pour récolter les fruits de la croissance. »

Les récents déboires des Danone et autres Siemens témoignent aussi de la complexité de ce marché, même si les entreprises implantées de longue date ont l'habitude de telles péripéties.

« De manière structurelle, le marché chinois reste plus ouvert que les autres pays asiatiques. Cette ouverture nécessaire est favorisée par les autorités. L'organisation des affaires est claire, ce qui facilite les implantations », tempère Jean Berg, vice-président de Estin & Co. En parcourant la cote et en se fondant notamment sur deux importantes études réalisées par les analystes de la Société générale, qui passent en revue les valeurs européennes sous le prisme sino-indien, *La Vie Financière* vous révèle sa liste de valeurs préférées parmi les gagnants de ce que certains appellent déjà la plus grande opportunité de croissance depuis la révolution industrielle ■ Dossier réalisé par Frédéric Cazenave et Emmanuel Schafroth