

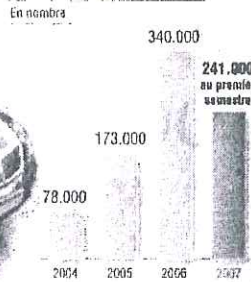
PÉKIN ET SES CONSTRUCTEURS PEUFIMENT LEUR STRATÉGIE D'EXPORTATION

Auto: les Chinois passent à l'offensive

Brilliance, Geely, Chry, Roewe, Great Wall. Encore inconnues des consommateurs européens, les marques automobiles chinoises, dont certains sont présentes cette semaine au Salon de Francfort, s'apprentent à partir à l'assaut du Vieux Continent. L'offensive est encadrée de près par Pékin, pour qui l'enjeu est stratégique.



Les exportations de voitures chinoises



Compétitivité comparée selon le pays de production



Les industriels chinois prévoient d'aborder l'Europe avec des véhicules de taille moyenne supérieure, comparables à la Renault Laguna ou à la Peugeot 407.

Le spectacle est sidérant. Sous l'effet du choc, le capot et le compartiment moteur ont été écrasés. L'habitacle est fortement déformé, le montant du pare-brise s'est retrouvé à la verticale et le plancher s'est plié sous les passagers avant. Conséquence, l'airbag a projeté la tête du mannequin vers la portière, amplifiant les lésions à la colonne vertébrale. Pour la Brilliance BS6, une berline chinoise de taille moyenne, ce crash-test réalisé à 64 km/h par l'OAMTC, l'automobile-club autrichien, est catastrophique. Fin août, le magazine russe « AutoRevu » a organisé un essai similaire avec la voiture chinoise la plus vendue en Russie, la Chery Amulet. Là aussi, les effets de la collision sont plus qu'inquiétants.

« Ces mauvais résultats ont un impact important en Chine, tant dans les sphères officielles que sur les autres constructeurs du pays », estime un familier de ces questions. En effet, l'offensive des marques locales à l'international est fermement coordonnée par les autorités de Pékin aux yeux de qui le secteur automobile apparaît stratégique. « Il s'agit de montrer que le pays est puissant sur le plan technologique », analyse Elisabeth Young, la présidente de l'importateur Asie Auto. Le onzième plan quinquennal 2006-2010 contient une feuille de route qui programme la montée en puissance des différents constructeurs sur la scène mondiale. Evidemment, le moindre faux pas, tels les mauvais résultats aux crash-tests, est susceptible de perturber les prévisions. Le gouvernement sait que les acheteurs occidentaux peuvent se détourner pendant de nombreuses années des produits d'une industrie à l'image ternie par sa qualité défaillante. Or, il ne veut pas rater la fenêtre de tir qui s'offre car il craint la concurrence à venir des indiens.

Côté prix, pas de révolution

Les péripéties actuelles ne modifient pas les objectifs à long terme. Tout autant qualitative que quantitative, la stratégie des constructeurs chinois est très différente de celle adoptée par les Japonais et les Coréens en leur temps. Eux avaient choisi de partir à la conquête de l'Europe avec des petites voitures, avant de monter en gamme. Les Chinois prévoient de s'appuyer dès le départ sur des véhicules de taille moyenne supérieure comparables à la Renault Laguna et la Peugeot 407, telle la Brilliance BS6.

Une autre idée préconçue vole en éclats : les modèles fabriqués en Chine ne sont

pas nettement meilleur marché que leurs concurrents occidentaux. « Nous estimons à 20 % la différence de coût entre un véhicule produit en Europe et un véhicule produit en Chine », indique Jean Berg, le vice-président du cabinet d'études Estin & Co. En tenant compte des 1.000 dollars facturés par le transporteur maritime, le coût d'un véhicule assemblé dans l'empire du Milieu est comparable à celui des voitures qui sortent des usines d'Europe centrale. En effet, les prix de vente annoncés par Brilliance, notamment à celui des voitures qui sortent des usines d'Europe centrale. En effet, les prix de vente annoncés par Brilliance, notamment, de l'ordre de 20.000 euros, sont très proches de ce que Skoda demande pour sa berline Octavia, par exemple.

En quête d'un réseau de distribution

La première vague d'exportations fera débarquer en Europe les marques Brilliance, Geely, Chery, Roewe et Landwind. Brilliance est l'une des plus offensives. Il y a quelques mois, elle prévoyait de commercialiser dans l'Union près de 160.000 véhicules d'ici à 2009. Son programme semble cependant avoir pris un peu de retard. Les premiers modèles, BS6 et BS4, sont attendus début 2008. Geely, constructeur de véhicules peu conformes aux goûts européens, repense à l'heure actuelle toute sa gamme. Il pourrait arriver sur le Vieux Continent à partir de 2010. Encore plus méconnu est Byd Auto, filiale du fabricant de batteries Byd Co. Directeur général de l'activité automobile, Xia Zhibing a récemment indiqué qu'il désirait proposer en Europe la berline compacte F3, en commençant l'an prochain par le Portugal et les Pays-Bas. Déjà représenté en Italie, le fabricant de 4 x 4 Great Wall désire pour sa part que ses volumes exportés, tous marchés confondus, égalent, dès l'an prochain, ses ventes sur son marché domestique, autrement dit quelque 40.000 unités. Quant à la Roewe 750, née de l'acquisition d'une partie de MG Rover par SAIC (voir

ci-dessus), elle pourrait débarquer fin 2008. Une année plus tard, le groupe de Shanghai complètera son offre par un véhicule de taille inférieure.

Pour tous les constructeurs, la question du réseau de distribution est capitale. En France, Asie Auto sera l'importateur des Brilliance et des tout-terrain Landwind. Cette structure dirigée par Elisabeth Young, naguère membre du comité de direction de Rover France, peut s'appuyer sur 140 points de vente, dont une bonne part issue de l'ancien réseau du britannique. Les autres marques cherchent actuellement un importateur capable de leur proposer un réseau. Parmi les prétendants, le groupe suisse Frey, partenaire historique des constructeurs asiatiques en France, semble bien placé. Il pourrait importer les Roewe 750 de SAIC.

Voici trois ans déjà que les industriels chinois de l'automobile ont commencé à vendre hors de leurs frontières certains de leurs modèles, en particulier au Proche-Orient. Geely et Hafei ont immatriculé quelques milliers d'unités en Syrie. Depuis 2005, leur activisme en Afrique a abouti à la commercialisation de près de 10.000 véhicules, notamment dans la partie orientale du continent. Dans les deux cas, il s'agit de petites voitures économiques et de petits utilitaires. S'ils sont peu coûteux à l'achat, leur qualité est souvent très éloignée des standards en vigueur en Europe et aux Etats-Unis. Les autorités chinoises le savent. C'est pourquoi, dans un premier temps, ces véhicules ne seront pas commercialisés dans ces régions.

Autorisations d'exporter

A Pékin, il y a un peu plus d'un an, le 17 août 2006, lors d'une de ces grandes cérémonies dont les Chinois ont le secret, le ministre du Commerce, Bo Xilai, a rendu publics, en présence du vice-Premier ministre Wu Yi,

les noms des huit zones géographiques autorisées à exporter des véhicules. Il s'agit des villes de Shanghai, Tianjin, Chongqing, Changchun, Wuhan, Xiamen, Wuhu et Taizhou. Le ministre du Commerce ainsi que la Commission nationale pour le développement et la réforme ont également donné la liste des 160 entreprises, constructeurs et équipementiers qui ont reçu le feu vert pour vendre à l'étranger.

Les licences accordées aux constructeurs sont renouvelables chaque année. Les autorités entendent ainsi s'assurer que les objectifs qualitatifs sont bien remplis. Mais pas seulement. Elles sont aussi attentives au volet quantitatif. Les surcapacités dont souffre de façon endémique l'industrie automobile chinoise ne sont pas dues uniquement à l'implantation de ses concurrents occidentaux. Les groupes locaux y ont fortement contribué. C'est pourquoi beaucoup d'entre eux ont joué des coudes pour figurer sur la liste des constructeurs autorisés à exporter. Forts de l'image de celui qui a réussi à vendre des voitures à Paris ou à Berlin, ils comptent en effet accroître sans difficulté leurs ventes sur leur marché domestique. Ils seront alors les mieux placés pour aborder l'étape suivante : celle de la concentration du secteur. L'an dernier, l'industrie automobile chinoise a monté 5,7 millions de voitures et d'utilitaires, et les experts prédisent un triplement des volumes d'ici à 2015. Avec 19 millions d'unités assemblées, la Chine dominerait alors le palmarès mondial des pays producteurs. La taille de son marché permettra aux marques présentes de progresser plus vite que ne l'ont fait les Japonais et les Coréens. Giorgietto Guigiaro, président du renommé bureau d'études transalpin Ital Design, prédit : « Les Chinois mettront quinze ans à faire ce que les Japonais ont réalisé en quarante années. »

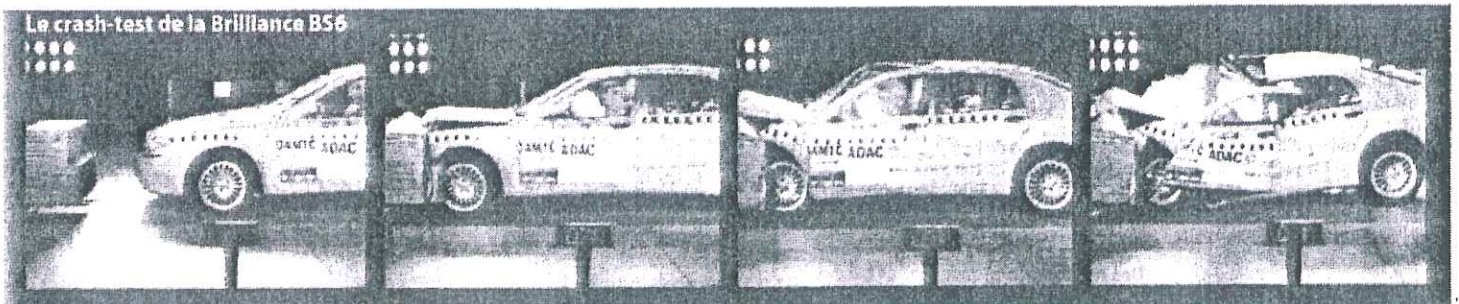
Une telle croissance des volumes entraî-

nera une baisse sensible des coûts unitaires. L'étude du cabinet Estin & Co. intitulée « La croisière jaune » prévoit qu'en cas de quadruplement de la production, les coûts baisseraient de 20 % à 30 % suivant les groupes. A ce moment-là, la deuxième phase de la croissance chinoise à l'international s'appuiera sur des véhicules de plus petite taille, et cet avantage de coût sera alors un atout majeur.

Des usines à l'étranger

Quelques constructeurs, cependant, misent sur une production à l'étranger, afin d'éviter certaines barrières douanières. Chery dispose déjà de sept unités réparties entre l'Iran, l'Indonésie, l'Égypte, l'Uruguay, l'Ukraine, la Russie. Et cinq autres constructeurs - Geely, Great Wall, Zhongxing Automotive, Lifan Group, Beijing Auto Holdings - ont dans leurs tiroirs des projets industriels à l'international correspondant à une capacité globale d'à peine 230.000 véhicules par an. Résultat, si la localisation de la production au plus près des marchés européens permet de réduire les frais de transport, le fractionnement entre un trop grand nombre de sites atténue le potentiel de baisse du prix de revient.

Quelque soit les lieux de production retenus, les constructeurs chinois vont devoir relever de nombreux défis. Convaincre de la qualité de leurs produits est l'un des plus délicats. La partie est donc loin d'être perdue pour les constructeurs occidentaux, car la proximité de l'Europe centrale et le savoir-faire de sa main-d'œuvre peuvent constituer une excellente ligne de défense. Dans des registres différents, les voitures produites par PSA Peugeot Citroën avec son partenaire Toyota en République tchèque ou par Renault, via Dacia, en Roumanie, pour ne prendre que des exemples français, illustrent la résistance à laquelle se heurteront les Chinois.



Des crash-tests comme celui de la Brilliance B56, réalisé à 64 km/h par l'automobile-club autrichien, risquent de nuire durablement à l'image des voitures chinoises.