

## AUTOMOBILE

A terme, les producteurs chinois devraient rafler près de 10 % de part de marché en Europe. L'enjeu pour les constructeurs locaux n'est pas de se protéger, mais d'occuper des positions fortes dans l'ex-empire du Milieu, selon le cabinet Estin.

# Le marché automobile chinois incontournable pour les occidentaux

Toyota et PSA sur le point de doubler leur présence industrielle avec leurs partenaires locaux respectifs, GM prêt à construire un nouveau modèle de berline Buick pour le marché local, Volkswagen, qui élargit son offre avec la marque Skoda : le marché chinois s'affirme très clairement comme un point de passage obligé pour les constructeurs occidentaux.

« Sur la période 2005-2015, la Chine représentera plus de la moitié de la croissance mondiale de l'industrie automobile. C'est donc une opportunité formidable pour les quinze prochaines années, estime Jean Estin, président du cabinet de conseil en stratégie portant son nom. Le problème pour les différents constructeurs est de savoir comment faire pour en tirer parti. Une chose est sûre, celui qui ne réussit pas à long terme, qui n'aura pu prendre 10 ou 15 % de cet immense marché aura plus ou moins perdu la partie dans son métier. »

Dès 2015, la production de voitures dans ce pays devrait dépasser celle des Etats-Unis et de l'Europe entière, avec près de 19 millions d'unités, contre 5,7 millions en 2005. Tant que ces fabrications sont

destinées à assouvir les immenses besoins du marché local, les constructeurs occidentaux peuvent dormir sur leurs deux oreilles. Cependant, cette situation est fort précaire, selon le cabinet Estin, qui vient de réaliser une étude sur le sujet.

### Quels atouts ?

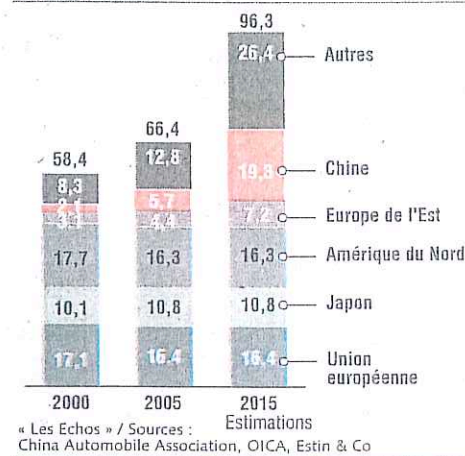
Dans moins de dix ans, « les leaders chinois atteindront des proportions significatives en Europe, soit quelque 7 à 10 % du marché, malgré des réseaux de distribution mal constitués, assure Jean Estin.

Leur vitesse de développement sera plus rapide que celle des Coréens aujourd'hui. Le milieu de gamme constitue la partie où les constructeurs français souffriront le plus. L'enjeu pour les Européens n'est plus de se protéger, mais de redéployer leur offre vers les extrêmes (l'entrée de gamme et le luxe) et de se renforcer sur les zones de forte croissance, comme la Chine ».

Si PSA est déjà présent avec une

## La production mondiale d'automobiles

En millions d'unités



usine à Wuhan, rassemblant beaucoup de modèles différents en partenariat avec Dongfeng, Renault reste à la porte de l'ex-empire du Milieu, n'ayant pu convaincre les autorités de Pékin d'implanter un site près de celui de son allié Nissan.

Toute la difficulté, face à des acteurs locaux en plein essor comme Chery, Geely, SAIC ou Dongfeng, est maintenant de savoir si les Occidentaux ont encore

des atouts à faire jouer. « Un Européen a-t-il plus d'avantages qu'un Chinois qui démarre ? N'est-il pas menacé de tomber dans la surqualité ? Il n'est pas dit que les Occidentaux sachent encore faire les modèles de bas ou milieu de gamme pour les pays émergents », s'interroge le consultant.

Une chose est sûre cependant à ses yeux, se tenir à l'écart de cette zone est encore plus dangereux. Pour le moment, une voiture de milieu de gamme, vendue autour de 22.000 euros en Europe, revient 20 % moins cher, transport compris, si elle est produite en Chine plutôt qu'en France. La fabrication d'un tel modèle en Extrême-Orient est ainsi à peu près équivalente à celle de la République tchèque, les plus bas salaires étant compensés par des coûts de transport supérieurs. « Mais la forte croissance des volumes en Chine va entraîner une baisse des coûts par rapport aux pays de l'Est au cours des prochaines années, et une amélioration de la technicité, à l'instar de ce qui s'est déjà passé dans le textile, l'électroménager, les ordinateurs ou les téléphones portables », prédit le cabinet en stratégie.

DENIS FAINSILBER