



SOMMAIRE

Faits

La Chine est le premier marché mondial d'automobiles. Pour autant, son industrie n'est pas encore consolidée et reste tournée vers le marché intérieur. La Chine adopte une stratégie d'acquisition de technologies qui passe par des *joint ventures* avec des constructeurs étrangers.

Perspectives

À moyen terme, des menaces existent de voir se créer un flux consistant d'exportations de véhicules en direction de l'Europe.

Orientation

La stratégie de conquête de la Chine doit, pour se déployer, s'appuyer sur les constructeurs étrangers. La stratégie de ces derniers est donc centrale dans la réalisation du risque d'exportation.

RÉSUMÉ ▼

La Chine est devenue, en 2010, le premier marché mondial d'automobiles avec plus de 18 millions de véhicules immatriculés. C'est une bonne nouvelle pour les constructeurs et les équipementiers français présents en Chine. Les capacités installées en Chine sont tournées vers le marché intérieur, le flux d'exportations, très faible, s'orientant essentiellement vers les pays en développement (Afrique, Amérique du Sud). La stratégie d'acquisition de technologie passe par des *joint ventures* avec les constructeurs étrangers et les coopérations semblent bien s'inscrire dans la durée. Les quelques acquisitions d'entreprises automobiles à l'étranger visent d'abord la marque et ne paraissent pas aujourd'hui dessiner une stratégie de rachats massifs d'actifs technologiques occidentaux. Pour autant, la menace à moyen terme reste importante : sa concrétisation dépendra au moins autant des stratégies des constructeurs européens que des entreprises chinoises elles-mêmes.

Pour mémoire, la présence française est ancienne. PSA, à partir de 1984, a développé ses activités en partenariat avec le chinois DFM dans et autour de Wuhan (province du Hubei) ; le partenariat qui vient d'être signé avec CHANA pour une toute nouvelle usine à Chengdu (Sichuan) devrait donner un nouvel essor à la présence française. Nos grands équipementiers ont, dès le départ, suivi et ont prospéré. Les petits équipementiers ont parfois connu des difficultés. Renault après plusieurs essais a estimé que le coût d'accès était trop élevé (il est vrai que Nissan est présent).

1 ■ UNE INDUSTRIE EN FORT DÉVELOPPEMENT, NON ENCORE CONSOLIDÉE ET TOURNÉE VERS LE MARCHÉ INTÉRIEUR

► Une industrie en fort développement dont la consolidation n'est pas achevée.

Hormis quelques voitures pour officiels, il y a 30 ans, la Chine n'était capable de construire que des camions. La Santana, premier modèle introduit en 1985 par la JV Volkswagen et Shanghai, a dominé le marché chinois durant dix ans. Depuis, la croissance a été fulgurante et, en 2009, plus de 200 nouveaux modèles ont été mis sur le marché. La forte croissance (production de 2 millions de véhicules en 2000 et de 18 millions en 2010) s'est accompagnée d'une réelle réduction du nombre de producteurs sur les quinze dernières années (de plus de mille à moins de 300), mais l'objectif de voir trois majors chinois se constituer au fil des fusions, acquisitions et regroupements n'a pas encore été atteint. Aujourd'hui les quatre principaux groupes automobiles chinois⁽¹⁾ représentent 62,1 % de la fabrication automobile (tous véhicules confondus, y compris ceux produits par des entreprises conjointes – pour mémoire la part du marché chinois des véhicules légers détenue par des entreprises à capitaux chinois n'était, en 2010, que d'environ 30 %).

Concernant les équipementiers, la situation est confuse : peu de majors chinois et une floraison de petites unités liées aux constructeurs locaux et se faisant concurrence, sur des produits généralement à faible intégration technologique. La volonté de concentration affichée par les autorités chinoises rencontre plus d'obstacles que celle réitérée depuis le IX^e Plan, concernant les constructeurs. Une dynamique prédatrice/opportuniste à l'export a poussé les équipementiers occidentaux installés en Chine à soigneusement segmenter leurs marchés.

► Une industrie tournée vers le marché intérieur.

Le marché intérieur restera soutenu tout en continuant à connaître de fortes fluctuations : le taux d'équipement est très faible en Chine, avec 50 véhicules pour 1 000 habitants à comparer à 600 en ce qui concerne l'Union européenne. La culture automobile est encore jeune et plus de 80 % des acheteurs sont des primo-accédants. Les autorités chinoises⁽²⁾ estiment que la croissance sera proche de 8 % par an d'ici 2015, il se vendra alors 25 millions d'automobiles.

Les exportations sont aujourd'hui très faibles : en 2010, pour 566 200 véhicules exportés (soit moins de 2 % de la production), on comptabilisait 813 600 véhicules importés, en forte progression (+ 93 % en nombre, + 100 % en valeur). La valeur (en dollars) des importations est plus de quatre fois supérieure à celle des exportations, surtout tournées vers les pays en développement avec, plus récemment, une stratégie d'implantations industrielles locales (Sénégal, Philippines pour Great Wall).

À noter qu'après les échecs de leur participation de 2008 à Francfort (crash tests révélés non-conformes) comme à Paris (fortes critiques de la presse sur la qualité des équipements), les constructeurs chinois n'étaient plus présents au Mondial de l'automobile 2010 à Paris : les marchés occidentaux ne sont pas encore à leur portée à ce stade.

1 FAW, DFM, SAIC, CHANA.

2 Su Bo, vice minister of the Ministry of Industry and Information Technology en marge du salon de Shanghai.

2 ■ UNE STRATÉGIE D'ACQUISITION DE TECHNOLOGIES QUI PASSE PAR DES JV QUI S'INSCRIVENT DANS LA DURÉE

► Une stratégie de développement par JV avec des constructeurs étrangers.

Depuis le milieu des années 1980, et plus spécifiquement à partir de la fin des années 1990, presque tous les constructeurs et équipementiers automobiles mondiaux ont progressivement mis en place des entreprises conjointes avec des partenaires chinois³⁾ ; ces dernières limitent la participation de leur partenaire à 50 % du capital de la JV. Les équipementiers, de façon plus ou moins contrainte, ont suivi le mouvement (Valeo et Faurecia ont chacun plusieurs JV). Au-delà de l'acquisition de technologies, les constructeurs chinois cherchent ainsi un transfert de savoir-faire dans l'organisation de la production, le suivi qualité et le marketing produit.

► Une coopération qui s'inscrit dans la durée mais qui n'est pas exempte de compétition.

Sur les dix ans à venir, le risque de voir les partenaires étrangers évincés des entreprises conjointes est faible. Les constructeurs chinois ont encore, et pour plusieurs années, besoin de s'appuyer sur le savoir-faire des constructeurs occidentaux, qui dépendent de leurs partenaires pour fabriquer des véhicules correspondant au goût des consommateurs chinois.

Afin d'éviter un scénario de type brésilien où les étrangers domineraient le marché, les autorités ont poussé cette politique volontariste d'un maillage de JV entre entreprises historiques chinoises et constructeurs étrangers, qui doit faire naître à terme des modèles industriels chinois originaux (la même approche a lieu dans le nucléaire civil, l'aéronautique et dans le ferroviaire, avec dans ce dernier cas, l'échec médiatisé récemment). Le développement, en marge de ces entreprises conjointes, de marques locales construirait au fil du temps une image forte du véhicule Made in China : les partenaires de PSA Dongfeng et Chang'An écoulent déjà plus de deux millions de véhicules sous leur propre griffe.

E

3 ■ À MOYEN TERME, DES MENACES EXISTENT DE VOIR SE CRÉER UN FLUX CONSISTANT D'EXPORTATIONS DE VÉHICULES VERS L'EUROPE. LEUR CONCRÉTISATION DÉPENDRA POUR PARTIE DE LA STRATÉGIE DES CONSTRUCTEURS ET ÉQUIPEMENTIERS OCCIDENTAUX.

► Des menaces existent

Les autorités parient sur la voiture électrique : le XII^{ème} plan met l'accent sur la recherche et l'innovation en matière de batteries performantes. En l'état actuel, les effets d'annonce se succèdent et le Premier ministre, le mois dernier, a plaidé pour une révision du programme national. Une des lectures possibles serait que cela illustre une déception, voire un constat d'échec sur la politique de développement des véhicules électriques en Chine :

³ Shanghai Auto Industry Corporation est leader sur le marché chinois grâce aux co-entreprises formées avec Volkswagen et General Motors, SAIC et depuis sa fusion avec son petit concurrent Nanjing Automobile. Véhicules industriels - poids lourds : devenu le leader grâce à la co-entreprise formée avec Fiat et Iveco.

Dongfeng Motor Corporation fabrique des bus, des camions et des voitures en partie sous son nom et en partie dans des coentreprises avec PSA (DPAC), Honda, Nissan, KIA...

FAW Group Corporation entreprend une coopération avec le groupe Volkswagen et en 2003 avec Toyota [entreprise], en 2009 avec GM, etc.

Beijing Automobile Industry Holding Co. Ltd. est le fruit de la coopération sous forme de JV d'un producteur pékinois de camions et autres véhicules utilitaires aux caractéristiques locales avec Jeep et Daimler-Benz puis Hyundai.

L

- ♦ 11 G\$ devraient d'ici 2020 soutenir la R&D dans ce secteur ;
- ♦ l'annonce qu'une part importante du parc serait composée de véhicules électriques à l'horizon 2015 est régulièrement revue à la baisse⁴ ;
- ♦ une inflexion récente déplace l'accent mis sur le véhicule électrique particulier⁵ vers le bus électrique.

Toutefois, les efforts annoncés en matière de R&D, s'ils se concrétisaient, pourraient déboucher à moyen terme sur une maîtrise technologique du stockage électrique, qui rendrait la Chine particulièrement compétitive tant pour les batteries que pour les véhicules montés et une stratégie d'export vers les marchés occidentaux ne serait alors pas à écarter.

Plus généralement et à plus long terme, l'atteinte du peak oil impose à la Chine si elle veut disposer d'un parc automobile important correspondant à l'enrichissement d'une classe moyenne, pour laquelle le XII^e Plan est une étape cohérente, suppose qu'elle dispose de motorisations qui ne seront pas dépendantes des seuls hydrocarbures, ce qui explique sa stratégie à long terme en l'espèce.

Plus globalement, une montée en gamme paraît peu probable mais une amélioration de la qualité des voitures est assez certaine. À horizon de dix ans, le véhicule de luxe restera hors de portée des constructeurs chinois et ce segment restera très largement un marché d'importations (voitures allemandes notamment). En revanche, l'acquisition rapide des techniques de fabrication et la maîtrise de la qualité pourrait rendre les constructeurs chinois compétitifs avant cinq à dix ans sur les véhicules d'entrée de gamme et de gamme moyenne. **Cependant une stratégie d'export vers les marchés occidentaux ne se développera qu'en cas de ralentissement sensible de la demande chinoise.**

► La stratégie des constructeurs occidentaux sera centrale pour la réalisation de ces menaces.

La stratégie des constructeurs occidentaux implantés en Chine sera déterminante pour la concrétisation de ces menaces. Les constructeurs purement chinois ne sont pas armés aujourd'hui ni d'ici plusieurs années au moins pour affronter les marchés occidentaux et une stratégie de conquête devrait, pour se déployer, s'appuyer sur les constructeurs étrangers. La stratégie de ces derniers sera donc centrale dans la réalisation du risque d'exportation de véhicules montés vers l'Europe. À cet égard, il faut noter que GM, arrivé en Chine à la fin des années 2000 en JV avec SAIC, y a transféré son siège international (c'est-à-dire pour tous les marchés hors États-Unis).

4 ■ CONCLUSION

Dans le domaine automobile, la Chine n'est donc pas aujourd'hui l'épouvantail que l'on décrit parfois. *A contrario*, il existe un risque à moyen terme vis-à-vis des marchés européens. Eldorado potentiel pour les constructeurs européens, cauchemar potentiel pour l'outil industriel européen si, poussés par un ralentissement ultérieur de leur marché intérieur ou par leur montée en technologie, les constructeurs chinois inversaient leur perspective : ce n'est plus alors la Chine qui s'ouvrirait aux constructeurs occidentaux mais le monde qui deviendrait la cible constructeurs implantés en Chine.

4 Ainsi, lors du lancement XII^e Plan, il était question d'un parc de 5 millions de VE en 2020. En mars dernier il était question d'un marché de 1,5 millions d'unités en 2015, début juillet il était question de 0,5 million d'unités mais un communiqué du MST a depuis replacé la barre à 1 million, toujours pour 2015.

5 Malgré des aides dépassant les 7 500 \$ par unité, le marché ne décolle guère faute d'infrastructure de recharge.

Quelles que soient ces évolutions, le poids relativement plus important sur ce marché des véhicules électriques ou hybrides continue de justifier que les constructeurs français s'en préoccupent, à la fois pour être présents sur un marché en croissance, (même si son ampleur est soumise à des aléas), et pour continuer à être présentes, à terme, de façon compétitive sur leur marché domestique traditionnel.

5 ■ ANNEXES

Avec 18 millions de véhicules en 2010 (13,8 millions de voitures de tourisme)⁶, la Chine est devenu le premier marché mondial. La forte croissance que connaît le pays depuis plus d'une décennie en fait plus que jamais un pôle d'attraction fort pour nos assembleurs et nos équipementiers. Les obstacles sont nombreux, les incertitudes foisonnent et la prudence est de mise. Après la satisfaction d'une demande intérieure, la Chine va-t-elle partir à la conquête du marché mondial ?

► Le marché chinois

La Chine est d'abord un marché de primo-équipement avec une demande très supérieure aux capacités de fabrication des acteurs chinois (hors JV) et, de la part des consommateurs, des critères d'achat qui ciblent de moins en moins l'offre de ces producteurs nationaux au bénéfice des marques étrangères produites sur place dans le cadre d'entreprises conjointes. Les chinois, selon la dernière étude J.D.Power, préfèrent les voitures européennes (32 % contre 25 % en 2009), japonaises (27 %/32 %) plutôt que chinoises (20 %/26 % en 2009). En 2010, les marques proprement chinoises ne représentaient que 30 % du marché, le groupe GM 13 % et le groupe Volkswagen⁷ 11,4 %⁸. Les importations ont augmenté de 80 % en 2010 : principalement Mercedes-Benz + 115 %, BMW + 86,7 % et Lexus.

En 2010, sur les 813 600 véhicules importés⁹, on compte 351 400 SUV (sport utility vehicle/4x4) et 343 700 voitures de luxe. La répartition géographique donne le Japon en tête, avec 254 888 unités, suivi de l'Allemagne (239 300 unités/près d'un milliard d'euros), de la Corée (87 400), des États-Unis (80 100 dont les modèles BMW X3 ou Toyota Highlander), du Royaume-Uni (43 300), du Mexique (31 300), de la Slovaquie (25 300), de la Belgique (10 700), de l'Autriche (10 500) et du Portugal (6 500).

Selon les statistiques du ministère de la Sécurité publique, le parc automobile chinois compte à l'heure actuelle 98,46 millions de véhicules (deux-roues motorisés exclus), dont plus de 70 millions de voitures particulières, dont 90 % de modèles de petite cylindrée. Les statistiques gouvernementales indiquent également que onze villes disposent d'un parc de plus d'un million de véhicules, notamment Pékin, qui compte la plus importante concentration, avec 4,6 millions de véhicules en circulation.

La Chine est un marché jeune, en croissance mais qui connaît de fortes disparités. Ainsi le taux de motorisation par régions varie de 200 véhicules pour 1 000 habitants à Pékin¹⁰ et Shanghai à 100/1000 dans les villes de second rang et à 30 pour 1 000 dans 20 des 34 provinces (source : Centre d'Information d'État).

Par ailleurs, des mesures d'intervention de la puissance publique affectent la croissance harmonieuse du marché. Ainsi voit-on, d'une part, des mesures d'incitation à l'achat (prêts bonifiés, primes à la casse...) et, par ailleurs, des mesures restrictives

6 Source : CAAM.

7 En Chine (son premier débouché), la marque a écoulé 852 800 véhicules au premier semestre (+ 12,9 %), dont 138 600 au seul mois de juin 2011.

8 Pour mémoire, l'an passé, PSA représentait 3,3 % du marché.

9 BMW en a vendu 58 500 au cours du premier trimestre 2011.

10 8 % du parc national (91 millions d'unités) serait concentré à Pékin qui a divisé par trois le nombre de plaques qui seront attribuées (240 000 en 2011).

limitant l'immatriculation de véhicules neufs (Pékin, Guiyang) et la circulation (péage envisagé à Canton) avec à l'horizon 2012 une taxation nouvelle modulée en fonction des émissions carbonées⁽¹¹⁾. Il est vrai que certaines de ces mesures visent à aider l'achat de voitures dans les zones rurales peu équipées. Il ne faut pas négliger l'impact des bouffées inflationnistes, auxquelles s'ajoutent les flambées spéculatives sur l'immobilier, qui toutes deux obèrent le pouvoir d'achat de la classe moyenne.

► Constructeurs chinois

La difficulté de faire émerger des acteurs locaux est ancienne et réelle, les annonces de concentration sont récurrentes depuis dix ans et l'émergence de micro-producteurs au niveau municipal échappe aux oukases du régime central. Selon la CAAM, la production des quatre premiers constructeurs chinois (SAIC, FAW, Dongfeng et Changan) s'est établie à 11,3 millions d'unités l'an dernier et représente 62,1 % de la production totale du pays. Il faut toutefois noter que l'approche statistique de l'OICA est différente : elle comptabilise la production des entreprises conjointes sous la marque étrangère.

2010	Groupe national		JV inclus
	Tous véhicules	V L	Tous véhicules
FAW	896 060	780 507	2 572 226
DFM	649 559	350 041	2 769 883
SAIC	346 525	240 439	3 620 653
CHANA	1 102 683	929 195	2 378 052
BAIC	615 725	13 138	1 504 083

Source : OICA

► Le véhicule électrique

La créativité chinoise pourrait faire émerger de nouveaux types de micro-véhicules électriques sur des niches répondant aux besoins spécifiques du marché de pays en développement. Concernant les véhicules électriques proprement dits, les réalisations tangibles sont pour l'instant obérées par des annonces fluctuantes au fil du temps. Ainsi, l'annonce dans le cadre du XII^e Plan d'un parc de 5 millions de véhicules électriques en 2020 a fait débat⁽¹²⁾. Elle a été suivie d'une annonce estimant ce marché à 1,5 million d'unités en 2015 (mars dernier) suivi d'une annonce (début juillet) annonçant 0,5 million d'unités et d'un communiqué du MST⁽¹³⁾ remplaçant la barre à 1 million, toujours pour 2015. À noter que, lorsque l'on monte dans l'échelle des technologies innovantes intégrées au véhicule (par exemple, les moteurs hybrides), la Chine fait pâle figure au classement international. Les investissements en matière de recherche mais également de soutien à la création de parcs dédiés ou d'appui à l'achat de véhicules électriques sont impressionnants par les montants annoncés.

11 Le projet de nouveau règlement sur les taxes applicables aux véhicules, actuellement en cours d'élaboration, est appelé à entrer en vigueur en Chine au 1^{er} janvier 2012, en remplacement du règlement actuel, datant de 2007. Le projet propose notamment d'exempter totalement les véhicules sobres ou utilisant des énergies renouvelables, ce qui englobe les modèles électriques, hybrides et à pile à combustible. Des réglementations régionales devraient en outre être mises en place, selon les spécificités des parcs automobiles de certaines zones.

12 Les constructeurs étrangers critiquent vivement le projet de Pékin dans les véhicules électriques : le Plan de dix ans, en cours d'élaboration par le ministère de l'Industrie et des Technologies de l'information, ambitionne de faire de la Chine le premier pays producteur de véhicules électriques et hybrides en prévoyant *notamment d'imposer aux constructeurs étrangers de partager leurs technologies dans ce domaine avec les constructeurs chinois par le biais de créations de sociétés conjointes dans lesquels ils resteraient minoritaires*. Le Plan prévoit par ailleurs de porter trois à cinq constructeurs chinois aux rangs de compétiteurs internationaux dans les modèles 100 % électriques et les hybrides rechargeables d'ici à 2020 et d'encourager le développement de deux à trois fournisseurs de batteries de haute technologie et de moteurs. L'objectif est d'atteindre d'ici à 2020 un parc de 5 millions de modèles électriques et hybrides rechargeables, et de disposer d'une capacité de production de 3 millions de véhicules hybrides essence-électricité. Ce projet est toutefois jugé très ambitieux au sein du secteur automobile et la capacité de la Chine à atteindre les objectifs fixés fait encore débat.

13 Selon les projections du ministère de la Science et de la Technologie, la Chine disposera d'un parc d'un million de véhicules électriques d'ici à 2015 et plus de 30 villes participeront à des projets pilotes dans ce domaine.

► Les équipementiers chinois

Les premiers équipementiers chinois (milliards de dollars)

Les premiers équipementiers chinois (milliards de dollars)

Huayu Automotive Systems	3,5
Yanfeng Visteon	3,4
Fawer Automotive Parts	2,2
Guangzhou Automotive Group Components	1,9
Wanxiang Qianchao	0,8

5 champions mondiaux (vente auprès des constructeurs en 2010 (1^{ère} monte)

Bosch	34,6
Denso	32,8
Continental	24,8
Aisin Seiki	24,6
Magna Int.	23,6
Faurecia	18,2

(Les Échos 6/7/2011)

La situation des équipementiers chinois est plus opaque et plus fragmentée encore que celle des constructeurs. Si "Automotive News" ne compte aucun chinois continental dans sa liste des 100 premiers mondiaux, "Strategy Analytic" trouve quatre fournisseurs locaux dont le CA est supérieur à 1,5 milliard de dollars, ce qui les situerait entre la 50^e et la 80^e place du classement d'"Automotive New", et environ 25 dans la tranche 100/500 millions de dollars.

Certains ont grandi dans le giron d'un constructeur d'État : Huayu Automotive Systems, filiale à 60 % de SAIC, fournit en châssis, moteurs et pièces de sécurité les filiales communes avec Volkswagen et GM. Il en est de même pour Fawer, l'équipementier de FAW et Guangzhou Automobile Group Components pour GAC⁽¹⁴⁾. D'autres équipementiers ont bénéficié du partenariat avec un groupe étranger : Yanfeng et Visteon par exemple. Ces cas sont plus rares dans la mesure où les fournisseurs étrangers n'ont pas, comme les constructeurs, d'obligation légale de s'associer avec un acteur local pour s'implanter en Chine.

La domination des équipementiers étrangers est patente et les constructeurs chinois s'approvisionnent largement chez Bosch, Denso, Valeo et les plasturgistes hongkongais qui ont délocalisé leurs unités de production vers la toute proche province du Guangdong (Canton) il y a plus de 20 ans déjà. Les équipements importés (près de 20 milliards de dollars des États-Unis en 2010, + 50 %) proviennent, en premier lieu, du Japon (10 G\$ en 2010 - 8 G\$ en 2009, 7 en 2008, 6 en 2009), puis d'Allemagne.

Les quelques achats récents de fleurons occidentaux par des équipementiers chinois ne dessinent pas encore une véritable tendance à long terme (Ningbo Joyson/Preh - Allemagne, Beijing Hainachuan Automotive Parts/Inalfa annoncé en avril finalisé en juillet 2011 - Belgique), AVIC/Nexteer-États-Unis) mais pourraient plutôt ressortir d'un affichage volontariste du Fonds d'Investissement Public chinois.

¹⁴ En juin 2011, Great Wall a conclu un partenariat avec l'équipementier allemand Mahle, qui lui fournira des éléments de moteurs (systèmes de ventilation, pistons, etc.) pour ses véhicules de loisir Haval et ses pick-ups Wingle.

► Les exportations

Exportations	2008	2009	2010	Janvier-Mars 2011
Véhicule privé		149 556	282 931	
Véhicule commercial		182 815	261 943	
TOTAL	611 995	332 371	544 874	158 287
%		-46,20 %	63,90 %	52,70 %
Sorties usine		2 009	2 010	ratio export
VP		10 331 315	13 757 794	0,60 %
VC		3 313 479	4 304 142	1,70 %
TOTAL		13 664 749	18 061 936	0,90 %

Source : CAAM.

Le flux d'exportations⁽¹⁵⁾, en 2011, va certainement dépasser les 600 000 unités et retrouver le niveau atteint en 2007. L'augmentation des coûts des intrants et de la main-d'œuvre tout comme la consolidation de la devise chinoise sont sources d'inquiétudes : la perte de compétitivité attendue pousse les constructeurs chinois à redéfinir leur stratégie à l'international. Ainsi Chery, Great Wall, Geely, BYD et Brilliance, qui privilégiaient l'exportation de leurs véhicules, s'intéressent de plus en plus à des implantations dans le pays où les ventes de leurs véhicules sont prometteuses (serait-ce là une forme de délocalisation à la chinoise ?).

Si les exportations ont historiquement été d'abord celles de véhicules commerciaux (camions essentiellement) portés par FAW et Beiqi Foton, pour la première fois en 2010 les véhicules légers en ont constitué la partie prépondérante en nombre (50,4 % contre 27,8 % en 2005, 48,4 % en 2008, 42,2 % en 2009). Chery, premier exportateur avec 91 436 unités en 2010 a vu ses exportations doubler en un an, le flux étant essentiellement porté par l'Égypte et le Brésil. Great Wall garde ses liens avec la Russie et a démarré des lignes de production au Sénégal et aux Philippines (capacité de 10 000 unités/an chacune, mais un objectif total de 100 000 unités en 2013).

Exportations (10 premiers 2010)	2009	2010
Chery	47 700 (1)	92 000
Chang'an	40 700 (2)	65 000
Great Wall	35 100 (3)	55 400
Dongfeng	22 800 (6)	48 000
BAIC	27 500 (5)	37 300
Brilliance	20 400 (7)	30 700
GAC	28 400 (4)	25 100
Jiangnan	hors 10	23 200
Lifan	hors 10	22 700
Jianghuai	12 100 (10)	21 700

Source : Douanes chinoises.

() = Rang de classement en 2009.

15 Pour mémoire, en 2010, l'Allemagne a exporté 76,3 % de sa production, l'Inde 17,9 %.

Le classement des premiers exportateurs est assez volatil et la dispersion géographique impressionnante. On note toutefois que l'Amérique Latine l'emporte sur l'Afrique comme première destination. Les dix premières destinations au 1er avril 2011 sont respectivement : le Brésil, l'Algérie, la Russie, l'Iraq, la Syrie, le Chili, l'Iran, le Vietnam, l'Uruguay et l'Egypte. Le continent africain qui comptait pour 31 %, en 2009, passe à 18 % pour ces premiers mois 2011. L'Amérique du Sud passe de 10 % à 39 %, le Moyen-Orient garde une part stable qui oscille entre 19 et 21 %, l'Europe varie peu passant de 15 à 17 %, l'Asie elle passe de 17 à 13 %.

Les destinations de ces exportations pour 2010 étaient : Algérie (42 200), Syrie (32 800), Vietnam (32 800), Russie (31 300), Chili (31 200), Iran (30 600), Egypte (30 000), Brésil (28 900), Bangladesh (25 300) et Iraq (24 200).

► **Les points qui demandent un suivi attentif**

Plusieurs points méritent une attention, voire une vigilance, particulière :

- ♦ L'insistance des autorités chinoises à voir les constructeurs étrangers développer localement des marques nouvelles de voitures à bas coût... pour accroître le nombre de marques chinoises ne s'accompagne pas d'un assouplissement indispensable des conditions draconiennes auxquelles doivent se plier les entreprises conjointes du secteur automobile (part du capital détenu plafonnée et obligation croissante en matière d'intégration de fournitures locales) ;
- ♦ Le cadre nouveau qui est esquissé dans le XII^e Plan pour le développement du véhicule électrique chinois apparaît plus draconien que celui qui a accompagné le développement des JV pour le véhicule thermique ;
- ♦ Le processus à suivre en matière de certification⁽¹⁶⁾ pour les pièces automobiles importées reste une barrière qui privilégie de façon radicale les producteurs implantés dans le pays ;
- ♦ La lancinante question des pièces contrefaites est l'objet d'un différend important puisque, s'il est vrai que, en matière de législation, des progrès impressionnants ont eu lieu, ce sont les modalités pratiques qui freinent les recours. Pour les pièces détachées, ce sont nos marchés export traditionnels (Afrique de l'Ouest, Maghreb) qui sont écumés par les contrefacteurs chinois, parfois avec la complicité des distributeurs.

► **Un premier champ de confrontation**

Celui des pays émergents et des pays détenteurs de matières premières où les constructeurs chinois essaient de se tailler des parts de marchés aux dépens des fournisseurs traditionnels (européens, nord-américains, japonais...). Les marchés liés (compensation) expliquent en partie les fortes fluctuations dans le palmarès des premiers exportateurs chinois. Cela devrait perdurer tant la main publique est forte derrière ces contrats et les tensions entre constructeurs chinois difficiles à réduire.

Ainsi, la création de sites d'assemblage ou de construction de véhicules au Sénégal, aux Philippines, en Turquie, par exemple, doit être suivie attentivement. L'attention doit aussi plus particulièrement porter sur les marchés "captifs" que sont souvent les matériels de transports de personnes (bus, minibus, taxis collectifs), de marchandises (camions, fourgonnettes) ou de chantiers (BTP, mines, aménagements et équipements portuaires).

Enfin, pour anecdotique que cela soit, l'émergence de véhicules électriques qui paraissent insolites (tricycles avec batteries au plomb, coques plastiques customisées pour des transports de marchandises diverses, de bétail, d'enfants...), leur diversité, leur nombre (peut-être le million d'unités est-il déjà dépassé) est un laboratoire d'essai grandeur nature quant à l'exploitation de niches sur un marché qui ira croissant : un bon tiers du parc japonais n'est-il pas déjà constitué de micro-voitures ?