

# La Chine, le plus grand marché au monde

En quelques années, la Chine est non seulement devenue le plus grand marché automobile au monde devant les États-Unis mais encore elle est le pays qui a vu ses ventes littéralement exploser. L'émergence économique du pays a appuyé le déploiement des sites locaux de production, concentrés dans quelques provinces, pour répondre à une forte demande intérieure. Progressivement, les marques nationales grignotent les parts de marché des marques étrangères.

La Chine est devenue le premier marché automobile au monde; elle a volé ce titre aux États-Unis en 2009. Le poids du marché chinois se juge à la mesure du volume des ventes: il s'est vendu près de 30 millions de véhicules automobiles en Chine en 2017 (dont 25 millions de voitures particulières). Il est aussi mesurable par son taux de croissance: le marché a été multiplié par sept en dix ans; en 2007, il ne se vendait que 7 millions de véhicules! Le marché chinois est sans aucun doute le marché automobile de demain.

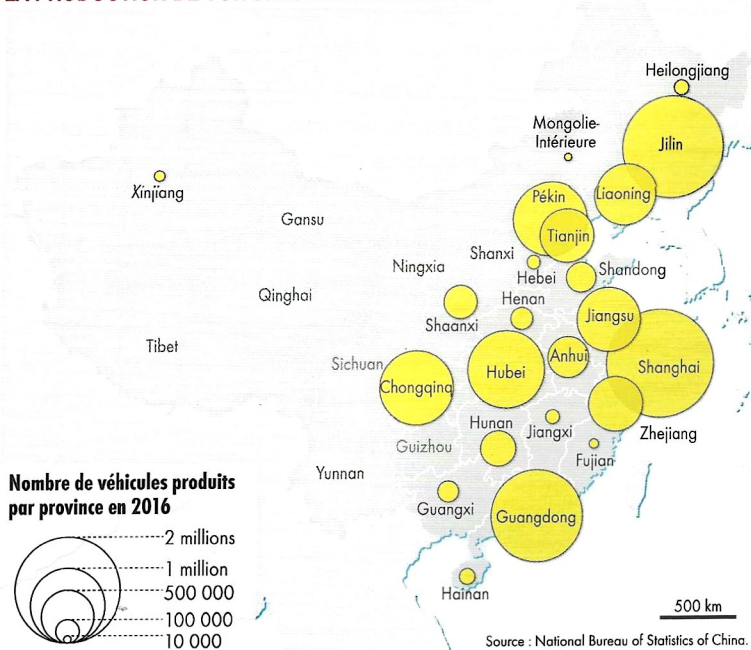
## Une industrie en pleine transformation

Le principal soutien à la forte progression de ce marché est l'industrie

automobile chinoise elle-même. Ses capacités de production lui ont permis de répondre à une demande intérieure en plein boom depuis dix ans. La Chine partait pourtant de loin. Lorsque le pays définie sa stratégie industrielle de la filière automobile au début des années 1990, son tissu industriel est vieillissant, peu performant et éclaté en plusieurs dizaines de constructeurs. L'appel aux investissements directs étrangers (IDE) pour moderniser son industrie est passé par des rapprochements entre grands constructeurs étrangers et constructeurs locaux sous la forme d'entreprises conjointes. Par exemple, Volkswagen crée en 1991 l'entreprise FAW-Volkswagen Automotive Company en s'associant avec le constructeur

FAW (First Automobile Works), basée à Changchun, une ville du Nord-Est. PSA s'est associé en 1992 au constructeur Dongfeng, implanté à Wuhan, dans le centre du pays, pour former l'entreprise DPCA (Dongfeng Peugeot-Citroën Automobile). L'État chinois a souvent pris soin de n'accorder qu'une participation minoritaire aux constructeurs étrangers afin de conserver la main sur les grandes décisions stratégiques. Les transferts de technologies et de savoir-faire dont l'industrie chinoise à bénéficier ont progressivement soutenu la montée en puissance de cette industrie. Les principaux territoires de l'industrie automobile en Chine sont la municipalité de Shanghai, la province du Jilin et celle du Guangdong, toutes trois localisées sur la façade orientale du pays. D'autres territoires comptent aussi: la municipalité de Pékin, celle de Chongqing et la province du Hubei.

## LA PRODUCTION DE VOITURES PAR PROVINCE



## La progression des marques locales

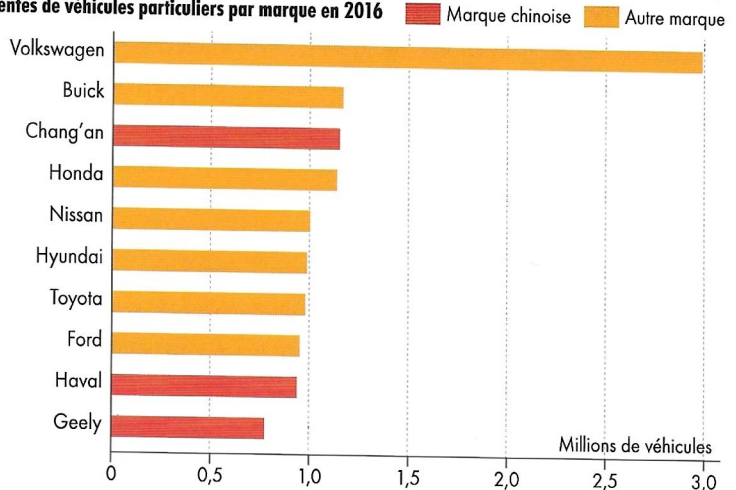
Le marché des voitures particulières est aujourd'hui largement porté par Volkswagen qui y vend plus de 3 millions de véhicules, soit environ un tiers des ventes mondiales du groupe. L'entreprise allemande possède une longue histoire avec la Chine: après avoir débuté des relations commerciales avec l'empire du Milieu dès son ouverture en 1978, elle fut parmi les premières entreprises internationales du secteur automobile à s'implanter; la production débute en 1985. Avec des volumes sans commune mesure, on retrouve dans la liste des meilleures ventes essentiellement des marques américaines (Buick et Ford)



et asiatiques (Honda, Nissan, Hyundai, Toyota). La place qu'occupent ces principaux acteurs du marché chinois ne doit pas occulter la multitude de marques présentes en Chine; le pays est en effet devenu incontournable pour les constructeurs du monde entier. Pendant longtemps, ces grandes marques étrangères étaient pour les consommateurs chinois particulièrement attractives en raison de leur réputation et du gage de qualité qu'elles représentent par rapport aux marques chinoises locales. Or, le paysage est en train de changer: les marques locales qui ne détenaient qu'environ 30 % des ventes il y a dix ans ont dépassé les 42 % de parts de marché. Il s'agit pour l'essentiel des marques détenues par les principaux constructeurs chinois, appelés les *Big Four* (Shanghai General Motors, Dongfeng, FAW et Chang'an). Ces constructeurs sont essentiellement connus pour leurs partenariats industriels avec les grands groupes internationaux dans le cadre d'entreprises conjointes; aujourd'hui, elles

## LES VENTES PAR MARQUE

### Ventes de véhicules particuliers par marque en 2016

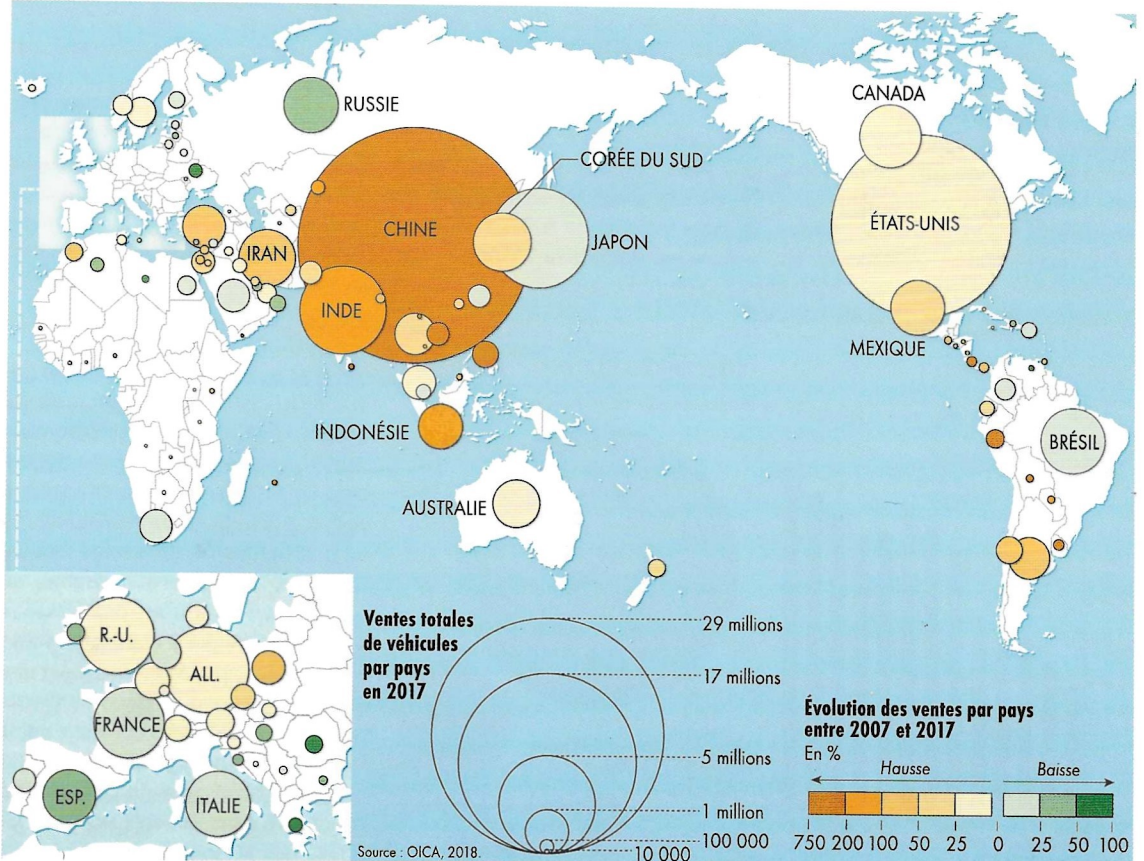


Source : Statista Consumer Market Outlook 2017.

commencent à fonder leur réputation sur leurs propres marques. C'est le cas de la marque Chang'an, fondée à Chongqing en 1862, qui arrive deuxième des ventes. Dans le classement des meilleures ventes, on découvre d'autres marques chinoises: Haval, une

marque du groupe Great Wall Motors, et Geely, marque fondée en 1986 (comme fabricant de réfrigérateurs) et qui débute la production automobile en 2002. Geely est connue pour son offensive internationale et son rachat de Volvo à Ford en 2010.

## LES VENTES DE VOITURES DANS LE MONDE



# L'Inde, un petit marché qui monte

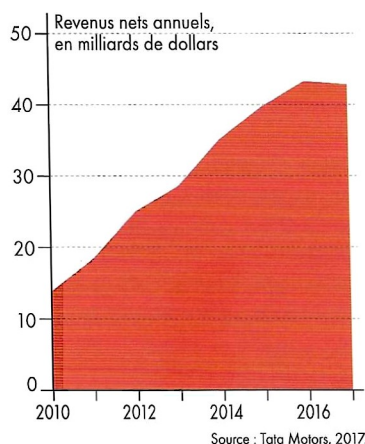
L'Inde est un grand pays mais son marché automobile est proportionnellement dérisoire. L'émergence de la classe moyenne soutient toutefois les ventes de voitures, plus importantes dans les États les plus riches de la Fédération. L'industrie automobile locale est structurée autour de quelques grands groupes industriels comme Maruti. Si la voiture occupe encore une place modeste, les motos, elles, sont cinq fois plus nombreuses.

## Une voiture pour les plus riches

Si l'accès à la voiture était considéré comme un indicateur d'émergence, on pourrait s'interroger sur la nature du développement indien. En effet, l'Inde a un très faible taux de motorisation (moins de 25 véhicules pour 1 000 habitants), qui la place parmi les pays en développement ; tous les autres grands émergents du groupe des BRICS (Brésil, Russie, Inde, Chine, Afrique du Sud) ont en effet des taux de motorisation supérieurs à 100 %. Il y avait 30 millions de véhicules automobiles en Inde en 2015 pour une population de 1,3 milliard d'habitants ; en comparaison, la Chine la même année, dénombrait 163 millions de véhicules pour une population sensiblement équivalente. En Inde, la voiture reste réservée à une élite même si la progression des ventes laisse supposer qu'une plus large diffusion est en

cours. Un peu plus de 3,2 millions de voitures particulières se sont vendues en 2017 ; ces ventes ont été multipliées par trois depuis 2005. Dans un pays majoritairement rural — 63 % de la population vivent dans les campagnes — et marqué par des grandes disparités socioéconomiques, la voiture est le marqueur des territoires les plus dynamiques. Ainsi, sur la carte des États de la Fédération indienne, on distingue nettement les États avec un plus fort taux de motorisation ; il s'avère qu'ils sont également les plus urbanisés et les plus riches : Delhi, Goa, Pondichéry, Gujarat, Tamil Nadu et Chandigarh. La diffusion de la voiture en Inde se confond avec l'émergence de la « nouvelle classe moyenne », une expression qui, dans ce pays, traduit un niveau de vie très élevé, en comparaison de la vaste majorité de la population. La voiture est également associée avec

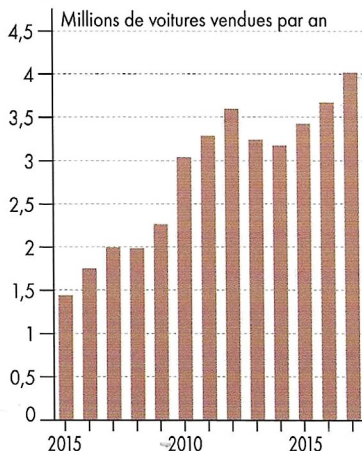
## LES REVENUS DE TATA MOTORS



l'apparition des grands quartiers résidentiels d'appartements dans les périphéries des grandes métropoles et la construction des nouvelles infrastructures routières. C'est cette société de l'enrichissement qui soutient les ventes de voitures.

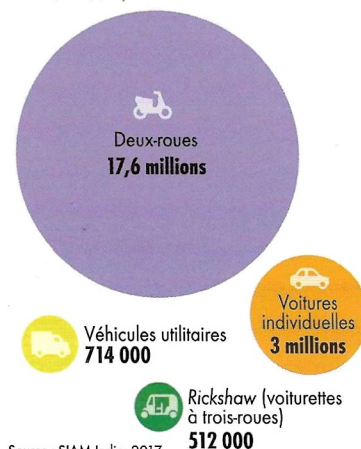
## LE MARCHÉ DES VÉHICULES MOTORISÉS

### VENTES D'AUTOMOBILES



### STRUCTURE DU MARCHÉ

Ventes par type de véhicule en 2016-2017



## Une industrie émergente

L'industrie est largement dominée par le constructeur local Maruti, associé depuis 1982 à l'entreprise japonaise Suzuki. L'entreprise conjointe détient plus de la moitié du marché ; elle a vendu 1,6 million de véhicules en 2017. D'autres constructeurs locaux, dans des proportions moindres, se positionnent dans la tête des ventes ; il s'agit de Mahindra & Mahindra et Tata Motors. Mahindra & Mahindra est une entreprise historique, issue de l'Indépendance, qui s'est fait connaître par le rachat de marque coréenne SsangYong en 2011 et une prise de participation majoritaire dans Peugeot Scooters en 2014. Tata Motors est une entreprise



du célèbre groupe Tata; historiquement, lorsqu'elle est créée en 1945, elle produit des locomotives. Elle entre dans la fabrication de véhicules automobiles au milieu des années 1950 en partenariat avec Daimler-Benz; en 1998, elle est la première entreprise indienne à produire la première automobile 100 % locale, la Indica. L'entreprise s'est fait connaître avec la Tata Nano, la petite voiture urbaine la moins chère au monde: avec un prix de vente à 2000 dollars lors de son lancement en 2008, elle était censée attirer les nombreux propriétaires de motos indiens. Les revenus de Tata Motors ont été multipliés par trois depuis 2010. Les constructeurs étrangers produisent également en Inde

pour tenter de se positionner dans l'attente d'un véritable décollage. Les différents constructeurs, locaux et internationaux, localisent leurs usines dans quatre régions principalement: au nord (Delhi et Haryana), à l'est (Calcutta), à l'ouest (Maharashtra, Gujarat et Madhya Pradesh) et au sud (Chennai et Bangalore).

### Le royaume des deux-roues

La demande de mobilité en Inde est essentiellement assouvie par les deux-roues; le pays en est devenu le premier marché au monde avec plus de 20 millions d'unités vendues en 2017: environ 12,5 millions de motos et 6,5 millions de scooters. Il se vend ainsi près de sept fois plus de

deux-roues en Inde que de voitures. Cet accès à la mobilité motorisée touche la véritable classe moyenne, celle qui correspond grosso modo à la moitié de la population du pays. On peut acheter en Inde une moto neuve pour moins de 500 euros. Dans l'État du Maharashtra où le nombre de deux-roues immatriculés est le plus élevé du pays, on calcule un taux de motorisation deux-roues de 150 ‰ soit dix fois plus environ que le taux de motorisation voitures. La place des deux-roues en Inde rappelle une situation courante en Asie, et en particulier dans plusieurs pays d'Asie du Sud-Est, comme la Thaïlande, l'Indonésie et le Vietnam où les deux-roues motorisés assurent l'essentiel des besoins en mobilité.

### TAUX DE MOTORISATION PAR ÉTAT

