

Document

La voiture de M. Zhao, espoir de la reprise mondiale. (01.08)

Le Monde – 31.07

Nourrie par l'imprudence et l'aveuglement des financiers, la crise actuelle trouve une de ses causes dans les déséquilibres majeurs observés entre les Etats-Unis et la Chine. Les Américains consomment trop et n'épargnent pas assez, les Chinois, au contraire, ne consomment pas assez et épargnent trop.

A l'issue du sommet bilatéral, qui s'est tenu cette semaine à Washington, les deux pays se sont engagés à corriger le tir en adoptant des politiques économiques visant à assurer une *"croissance plus durable et plus équilibrée à l'avenir"*.

De fait les comportements commencent à évoluer. Côté américain, le taux d'épargne a entamé une remontée. Quant aux Chinois, ils consomment de plus en plus et s'endettent plus volontiers. Le marché automobile chinois, reparti en flèche depuis six mois, est emblématique d'une nouvelle culture de la consommation parmi les classes moyennes, portée par les plus jeunes générations.

Zhao Guangming, 26 ans, est propriétaire, depuis novembre 2008, d'une Citroën C4 grise. Le modèle, fabriqué en Chine et sorti en août 2008, est l'un des plus populaires de la marque. Guangming lui trouve de la *"personnalité"*, et une *"image dynamique"*.

Comme 80 % des acheteurs chinois, c'est sa première voiture. Ses parents n'en ont jamais eu : son père, ingénieur, et sa mère, enseignante, vivent dans une petite ville du Hebei, dans l'est du pays. Lui s'est installé à Shanghai après l'université pour y rejoindre sa femme, originaire de la région. Il est ingénieur chez un fabricant de logiciels taïwanais à Pudong, le prestigieux quartier d'affaires de Shanghai. La voiture, dit-il, c'est *"à moitié pour le plaisir, à moitié parce que c'est pratique"* : ses beaux-parents habitent à 70 km du centre et le couple s'y rend un week-end sur deux.

Pendant les mois qui ont précédé l'acquisition de sa Citroën, Guangming a fait connaissance, via la section shanghaienne de Xcar, l'un de ses portails Internet très populaires consacrés à la voiture, de tout un groupe d'internautes amateurs de C4. Ils ont comparé les prix, les options. Depuis, ils organisent des sorties ensemble : samedi 25 juillet, ils sont ainsi partis en convoi de huit C4, une vingtaine de personnes, cueillir des pêches, et visiter la ville traditionnelle de Xincheng, à une trentaine de kilomètres au sud-est de Shanghai. *"Comme on n'allait pas très loin, on a pris plus de voitures. Sinon, on se serre, ça permet de partager l'essence, les repas, et puis on se relaie pour conduire"*, raconte Guangming.

A l'origine, le groupe avait tenté d'obtenir un rabais du concessionnaire, en faisant un achat groupé, une pratique très répandue en Chine. En vain. Pour payer la voiture 108 000 yuans (11 200 euros), Zhao Guangming a avancé un tiers de la somme, et contracté un crédit, qui lui coûte 2 900 yuans par mois pour deux ans, et s'ajoute à celui de l'appartement du couple, 3 900 yuans mensuels. Ses parents l'ont aidé pour l'appartement, dans la banlieue de Shanghai, mais la voiture, c'est lui, et sa femme. Il gagne 8 000 yuans par mois, elle, 4 000. *"Ces deux prochaines années, on a prévu de faire attention"*, reconnaît-il. Son épouse a parlé des Maldives pour des prochaines vacances, mais lui, visiblement, est bien plus convaincu par l'exploration en voiture de la région.

"LES PARENTS DERRIÈRE"

Si le marché automobile est plus mature et moins dynamique à Shanghai, où l'économie s'essouffle, que dans le reste de la Chine, il préfigure les évolutions de demain. Les nouveaux loisirs associés à la possession d'une voiture individuelle créent tout un nouveau marché de services inexistants à l'ère du voyage en groupe et des transports en commun.

"Le week-end, c'est toute une expédition de partir faire du tourisme en voiture, les gens ne sont pas rassurés, c'est aussi pour ça qu'ils partent en groupe de voitures", explique Alexandre Guirao, directeur

marketing de Citroën à Shanghai. La très forte croissance du premier marché mondial de l'automobile (+ 30 % pour les voitures particulières sur les cinq premiers mois de l'année, et + 48,5 % en juin) est en grande partie le fait des villes moyennes de l'intérieur, ainsi que des campagnes : les cylindrées de 1,6 litre (comme la C4 de Zhao Guangming), ou moins, ont été défiscalisées.

Et les paysans ont droit à des rabais pour l'achat de mini-véhicules, un segment en pleine explosion. *"L'achat d'une voiture, c'est souvent pour la famille élargie. Il faut mettre les parents derrière. Et il n'est pas rare que tout le monde participe à l'achat. Les prix ont énormément baissé en Chine par rapport à il y a une dizaine d'années. La voiture reste une grosse dépense, mais devient abordable"* poursuit M. Guirao.

La génération des 25-35 ans joue souvent un rôle moteur dans la décision d'achat, et c'est elle, féru d'Internet, qui a lancé la pratique des achats groupés, à l'initiative de sites Web spécialisés, des clients eux-mêmes, ou d'intermédiaires. *"A Shanghai, les achats groupés, ce sont souvent des jeunes, qui paient eux-mêmes leur véhicule, pour des montants autour de 100 000 yuans"*, explique Miao Jianqing, fondateur de Eachcar.

Cette plate-forme, leader à Shanghai, organise des groupes d'achat par marque et non par modèle : M. Miao, ancien vendeur pour une marque coréenne, en a une dizaine en cours, d'une trentaine de personnes et parvient à des rabais d'environ 10 % du prix annoncé. Les cycles d'achat durent en général deux semaines. *"Les gens, quand ils se regroupent eux-mêmes, ne tombent pas toujours bien par rapport aux objectifs des concessionnaires. Nous, on est plus au courant"*, explique-t-il.

Le dimanche, Eachcar envoie du personnel pour accueillir l'ensemble des clients d'un groupe chez le concessionnaire choisi. La société se rémunère sur la publicité et les services aux clients, comme les assurances, ou encore l'immatriculation. A Shanghai, l'acquisition d'une plaque minéralogique coûte plusieurs milliers d'euros. Eachcar, ou d'autres, propose, pour dix fois moins cher, une plaque... d'une autre région de Chine.