

## Auto : Pékin, le salon d'un marché "surpeuplé"

Par [Jean-François Dufour](#) | 26/04/2016, 8:00 | 691 mots

**Le Salon automobile de Beijing constitue la principale vitrine d'un marché le plus important mais aussi le plus concurrentiel au monde. Repositionnements et précédents difficiles repoussent la restructuration - inévitable à terme - de l'industrie automobile chinoise, et maintiennent un nombre record de constructeurs en activité. Par Jean-François Dufour, directeur, DCA Chine Analyse**



La Chine, avec un peu plus de 21 millions de voitures (sur 24,5 millions de véhicules au total) vendues en 2015, n'est pas seulement le premier marché mondial pour l'automobile. C'est aussi le plus concurrentiel.

Le pays compte aujourd'hui pas moins de 72 marques produites sur son sol, se disputant les décisions d'achat de ses automobilistes. Ce nombre anormalement élevé s'explique par une spécificité de l'industrie nationale, puisque sur les 72 marques en question, pas moins de 46 sont chinoises.

### **Des constructeurs chinois nombreux**

Les 15 plus grands constructeurs automobiles européens, américains, japonais et asiatiques (qui cumulent les 26 autres marques présentes dans le pays) se trouvent en effet confrontés sur le marché chinois à 23 constructeurs domestiques.

Ceux-ci sont à la fois leurs partenaires - dans le cadre des coentreprises obligées pour produire dans le pays - et leurs concurrents, puisque tous (ceux qui sont associés à des constructeurs étrangers comme ceux qui ne le sont pas) se sont lancés dans la commercialisation de leurs propres modèles.

Et l'année 2015 a démontré le dynamisme de leurs productions propres. Répondant pour la première fois à un souhait martelé par les autorités depuis une dizaine d'années, la part des voitures sous marque chinoise a fortement progressé, pour atteindre 38% des ventes totales de voitures dans le pays, contre moins de 34% en 2014 encore.

### **Repositionnement et pré - positionnement**

La principale explication de cette progression des constructeurs locaux, dans un contexte de ralentissement pourtant, tient à leur repositionnement sur un marché en évolution.

Les marques chinoises, qui n'ont jamais réussi à s'imposer contre leurs historiques partenaires étrangers sur le segment des berlines classiques (sur

lequel les marques étrangères, menées par Volkswagen, Hyundai, Buick et Toyota, ont encore capté presque 80% des ventes en 2015), se sont par contre positionnées dès les débuts du décollage des SUV (Sport Utility Vehicles) dans le pays.

Les marques chinoises ont assuré 54% des ventes de ce type de véhicules en Chine l'an dernier, alors que ce segment des SUV faisait un bond de 50% tandis que celui des berlines reculait légèrement. Avec plus de 6,2 millions de véhicules, les SUV, sur lesquels les constructeurs chinois ont pris la pole position domestique, sont passés en un an seulement de 20% à 30% du marché chinois des voitures. Nettement moins développé, le segment des voitures électriques (150.000 ventes en 2015) attire cependant tous les regards aujourd'hui à cause de son potentiel. Et là aussi les constructeurs chinois essaient de se positionner en tête sur un segment nouveau, sur lequel leurs concurrents étrangers ne bénéficient pas d'une avance difficile à rattraper.

### **Rôles pionniers**

Or une caractéristique commune aux segments des SUV et des voitures électriques est que, même si les « Majors » (menées par SAIC Shanghai Auto, DongFeng et ChangAn) qui ont vocation à restructurer à terme l'industrie automobile chinoise y sont tous engagés aujourd'hui, ils n'y ont pas joué le rôle pionnier.

Celui-ci est revenu à des constructeurs plus marginaux, à assise régionale plutôt que nationale, comme Great Wall, basé au Hebei, et Jianghuai, dont le siège est dans l'Anhui, pour les SUV ; ou BYD (basé au Guangdong) et Geely (dont le siège est au Zhejiang) pour les voitures électriques.

### **Une restructuration difficile mais inévitable**

Ce facteur, combiné à une première phase de restructuration - lorsque les « Majors » ont absorbé huit constructeurs plus petits entre 2002 et 2012 - qui a démontré la difficulté des intégrations, et échaudé les grands groupes chinois (acquéreurs potentiels) aussi bien que les autorités locales (qui ont leur mot à dire dans ces acquisitions), expliquent le grand nombre de constructeurs automobiles chinois restant opérationnels aujourd'hui. Les autorités nationales hésitent à forcer des rapprochements peu souhaités de part et d'autre, alors que les constructeurs secondaires jouent un rôle dynamisant pour l'industrie automobile chinoise.

La restructuration n'en est pas moins inévitable à terme : alors que le marché ralentit, pour passer d'une croissance effrénée à un rythme « normal », l'industrie automobile nationale ne pourra continuer à opérer avec un si grand nombre de constructeurs.

Jean-François Dufour, directeur, DCA Chine Analyse