

Chine : le pari d'un grand marché émergent

Chine - Commerce extérieur - Conjoncture - Investissements directs étrangers - Risques pays

« Il faut faire le pari de la Chine, car c'est là-bas que vont se décider le sort de la croissance et l'avenir de la mondialisation », conseille d'emblée le directeur du Conseil d'analyse économique (CEA) Christian de Boissieu, dans un éditorial présentant le rapport de Patrick Artus, Jacques Mistral et Valérie Plagnol sur [« l'émergence de la Chine »](#), paru en juin.

Selon les auteurs, « la Chine est aujourd'hui le premier fournisseur de l'Europe, l'Europe le deuxième fournisseur de la Chine ». Plus encore, l'ex-Empire du Milieu est le deuxième importateur mondial de marchandises, derrière les Etats-Unis, avec un montant de 1 053 milliards d'euros en 2010, d'après Global Trade Information Services ([GTIS](#)), leader mondial des statistiques du commerce international, partenaire du Moci.

La destination n'est, certes, pas sans risque. « Dans les pays émergents, l'important est pour les entreprises de dégager les marges qui correspondent aux risques pris », conseillait le 22 juin, Thierry Apoteker, président du cabinet de consultants TAC, lors du [2ème Forum Moci sur les risques et opportunités d'investissement](#).

Sur une échelle de 1 (la meilleure note) à 90, TAC estime que le risque en Chine est supérieur à 80 pour les libertés civiles et la transparence, seule l'Arabie Saoudite faisant pire. Le risque est encore supérieur à 70 s'agissant de la corruption, la Chine, dans ce domaine, n'étant devancée que par la Russie, le Nigeria et l'Iran. De même, pour le risque économique et financier, le grand pays asiatique obtient une note de l'ordre de 60, faisant ainsi à peine mieux que l'Iran, le Nigeria, l'Algérie et la Russie.

D'un côté, la Chine fait peur. De l'autre, elle attire. Elle fait peur, en envahissant l'espace mondial. D'après GTIS, elle est devenue le premier exportateur mondial de marchandises, avec 1 194 milliards d'euros l'an dernier. A l'occasion d'un colloque organisé par le Réseau d'innovation internationale (R3ilab), le 21 juin, à Bercy, Evelyne Chaballier, directrice des Études économiques et prospectives de l'Institut français de la mode (IFM), estimait que les coûts salariaux pourraient y augmenter de 80 % cette année. [L'inflation](#) nourrit les tensions sociales et les revendications salariales. Cette situation ne semble, cependant, pas devoir remettre en cause l'avantage compétitif de la Chine. En 2010, constatent les rapporteurs du CAE, les coûts salariaux unitaires y étaient inférieurs d'au moins 60 % à ceux des États-Unis et de près de 50 % à ceux de la zone euro et, plus particulièrement, de la France.

En outre, « les entreprises commencent à délocaliser vers le centre du pays, car la main d'œuvre est devenue trop chère à l'est, et dans les pays voisins, comme le Vietnam, le Cambodge ou le Bangladesh », expliquait Jacques Gravereau, président de HEC Eurasia Institute, centre d'excellence sur l'Asie de l'école des Hautes Études Commerciales (HEC), pendant une conférence sur « le partenariat textile avec la Chine », organisée le 17 juin, par l'association Business Fashion Forum (BFF).

Pour le président du pôle d'expertise d'HEC, « la Chine va rester l'usine du monde, mais avec plus de valeur ajoutée, car il y a des technologies chinoises qui commencent à émerger ». C'est vrai dans l'automobile, avec l'avènement de nouveaux constructeurs ambitieux, mais aussi dans l'aéronautique et l'espace, avec, notamment, le [nouveau gros porteur C 919](#). Pour Jacques Gravereau, « le bas de gamme va rester et le haut de gamme va croître ».

Si la Chine fait peur, elle attire aussi. D'abord, les entreprises occidentales profitent aussi des salaires avantageux d'une main d'œuvre locale pour y produire à des fins de réexportation. Ensuite, le marché chinois est vaste. « Et avec la corruption, la spéculation et les tontines, il y a beaucoup plus d'argent qu'on ne croit », assure Jacques Gravereau. Sur une population globale de 1,34 milliard d'habitants, 15 % constitueraient une classe aisée, avec des revenus de l'ordre de 73 000 dollars par ménage. Le 17 juin dernier, Marion Delaveine, responsable du développement du cabinet de conseil en stratégie et création Martine Leherpeur, parlait dans le domaine de la mode vestimentaire d'un [client chinois « complexe », mais aussi « avide de consommation »](#).

Après avoir enregistré des taux de 8,7 % en 2009 et 10,3 % en 2010, l'économie chinoise devrait encore croître de 9 % cette année. Pour Christian de Boissieu, « la nouvelle stratégie de croissance de la Chine vise à passer d'un modèle reposant sur les exportations à un modèle fondé sur la solidité de la demande intérieure ». Cette transition, pense le directeur du CAE, est possible avec l'augmentation des salaires et le développement de la protection sociale.

« Tant qu'il n'y aura pas de sécurité sociale, de système de retraite, les Chinois continueront à beaucoup épargner », tempère Jacques Gravereau. C'est pourquoi le président de HEC Eurasia Institute ne croit pas que la consommation puisse rapidement devenir le principal facteur du développement économique. Ces dernières années, la consommation a progressé de 15 % par an et les exportations comme les investissements de 25 %.

François Pargny