

La Chine, nouvel eldorado des équipementiers ?

RÉGION. Automobile. Les donneurs d'ordre incitent les sous-traitants à les suivre sur le premier marché mondial



Sur une chaîne de montage de la Chery QQ, en Chine. AFP

Le géant et emblématique constructeur General Motors est mal en point. Pour éviter la sortie de route, le fleuron de l'industrie américaine a été placé sous le fameux « chapter 11 » et a subi une injection d'aides et de fonds publics de quelque 50 milliards de dollars. Mais lorsqu'un monde vacille, un autre s'éveille. Alors que GM paye de ne pas s'être remis en cause et de ne pas avoir su s'adapter à la demande de ses clients historiques, sa déclinaison chinoise affiche une santé insolente.

Associé aux entreprises locales SAIC et Wuling motor, GM vient de battre un nouveau record des ventes en septembre sur le sol chinois. Depuis le début de l'année, cette joint-venture a vendu 1,3 million de voitures et devrait atteindre 1,6 million à la fin de l'année. C'est déjà plus que le million de voitures négociées l'an passé.

Cette ironie de l'histoire illustre la nouvelle donne sur le marché mondial de l'automobile dont la Chine est devenue le... numéro un. On sait déjà que près de 8 millions de véhicules particuliers ont été vendus en Chine depuis le 1er janvier et que le cap des 12 millions pourrait être atteint en 2009. Le pays des vélos a rattrapé son retard. Qui aurait imaginé cela il y a vingt ans ? Les planificateurs officiels chinois, pas forcément réputés pour leur pessimisme, n'en attendaient pas tant. Ou pas aussi tôt. Les constructeurs ont besoin d'être suivis sur place.

Ce revirement sur l'échiquier mondial doit inciter les entreprises du secteur automobile champardennais à revoir leurs positions. C'est du moins ce que pense la région Champagne-Ardenne. Son pôle international aide et appuie les entreprises régionales souhaitant exporter voire s'implanter en Chine. Pour cela, elle a fait appel à la société Energie 7, qui peut servir de relais dans ce grand pays communiste converti au pas de course au capitalisme.

« Les principaux constructeurs et équipementiers mondiaux sont là. Ne pas aller en Chine, c'est accepter de ne pas être présent sur le plus gros marché mondial. C'est accepter de ne pas vendre à ceux qui seront demain des géants », expliquait le mois dernier Pierre Dhomps, président de Energie 7, lors d'une conférence organisée à Charleville-Mézières. Pour Armand Chen, ancien président de Faurecia China, invité à la conférence, « il y a un train à prendre » en Chine, comme c'était le cas, il y a quelques années en l'Europe de l'Est. En fait, les grands donneurs d'ordre demandent de plus en plus à ce que les sous-traitants de deuxième voire de troisième rang les accompagnent en créant des filiales sur place. Reste à savoir si les petits poissons champardennais peuvent se risquer dans les grandes eaux chinoises. La chose mérite un voyage d'étude estime la région qui ne demande qu'à passer le relais.

Auteur : Julien Bouillé
Article paru le 03 novembre 2009
L'Union – L'Ardennais