

La Chine, hypermarché du monde

Economie Une nouvelle classe moyenne de 475 millions de Chinois est en train de transformer l'« atelier de la planète » en temple de la consommation

Pékin
Correspondant

C'est une révolution copernicienne : les Chinois sont devenus des consommateurs voraces, assidus, exigeants, et largement portés sur les achats en ligne. En quelques années à peine, la Chine est devenue le premier marché pour l'automobile, les téléphones portables, les ordinateurs, ou encore... les ventes aux enchères dans le domaine des beaux-arts.

Les Chinois sont cette année les premiers acheteurs au monde de produits de luxe, soit 27 % du total, selon McKinsey – en incluant les articles achetés lors d'un déplacement à l'étranger. La Chine reste l'atelier du monde, mais ce que produisent les Chinois leur est de plus en plus destiné : Apple, qui fait fabriquer iPhone et iPad dans ce pays, y écoule désormais 15 % de ses

La classe moyenne chinoise peut être estimée à 475 millions de personnes, en grande partie urbaines

produits, soit l'équivalent de 23,8 milliards de dollars (18 milliards d'euros). La Chine devrait supplanter les Etats-Unis pour les ventes de détail dès 2014 et devenir cette année-là le premier importateur mondial.

Pourtant, la consommation privée représente moins de 40 % du produit intérieur brut (PIB), contre 70 % dans les pays développés, et a même perdu du terrain ces dernières années, du fait des sommes colossales investies dans les infrastructures. Par ailleurs, la part des revenus demeure « relativement basse en Chine rapportée au PIB : 57 %, contre 63 % en Russie », notent les analystes Xiujun Lillian et Jonathan Woetzel de McKinsey dans un rapport sur

l'avenir de l'économie chinoise. Mais c'est justement là un atout. Les analystes du cabinet Deloitte expliquent dans une étude récente que « la restructuration au détriment des exportations va entraîner une hausse rapide des dépenses de consommation ».

« On dit souvent que la consommation est en retard en Chine, mais le fait est qu'elle est déjà robuste : dès qu'il y a des produits, il y a des consommateurs. L'offre a même du mal à satisfaire la demande dans beaucoup de domaines, comme le transport, le tourisme, l'alimentation, la restauration », renchérit Zhong Dajun, directeur du Centre d'observation économique Dajun.

Le fameux rééquilibrage de l'économie est donc en cours : l'heure est aux politiques dites proconsommation, et la nouvelle direction du Parti communiste chinois a annoncé qu'elle souhaitait pousser encore les salaires à la hausse. Les efforts du gouvernement pour relever les revenus dans les campagnes devraient aussi contribuer à faire monter la fièvre acheteuse dans les années à venir.

La consultante américaine Helen Wang, qui a sorti fin 2012 une réédition de son ouvrage de 2010 *Le Rêve chinois : la montée de la plus vaste classe moyenne du monde et ce que cela signifie pour vous*, calcule sur son blog que la classe moyenne chinoise peut être estimée à 475 millions de personnes, classe en grande partie urbaine. Leur pouvoir d'achat est équivalent à celui de la classe moyenne des pays développés. Le critère de base, selon elle, c'est que ces foyers peuvent désormais affecter le tiers de leurs revenus à des dépenses discrétionnaires.

De fait, les signaux sont au vert : basculement de l'urbanisation – qui a dépassé, en 2012, 50 % de la population chinoise –, part croissante des services dans la consommation, favorisée par les capacités accrues de mobilité (automobile, TGV) et de connexion (plus de 500 millions d'inter-

nautes), amélioration attendue de la sécurité sociale... Tous ces facteurs vont faire qu'il y aura en Chine « beaucoup, beaucoup plus de gens qui vont acheter de plus en plus de choses. Les sociétés qui vendent des produits de consommation sont face à une opportunité énorme, historique et sans précédent », s'enthousiasment les experts de McKinsey.

Le consommateur chinois attache de l'importance à l'image de marque des produits, tout en recherchant le meilleur prix, notamment sur Internet. Les achats en ligne ont explosé en Chine : on compte sur la Toile 190 millions d'acheteurs, soit la première population au monde. Jack Ma, le patron d'Alibaba et de sa filiale Taobao, première plate-forme chinoise d'e-commerce, prévoit pour celle-ci 1 000 milliards de yuans de chiffre d'affaires (120 milliards d'euros) en 2012.

Le 12 décembre, au moment de recevoir le prix de la personnalité économique de l'année, lors d'une cérémonie organisée par la télévision centrale CCTV, M. Ma a parié 100 millions de yuans avec l'autre vainqueur ex aequo Wang Jianlin, patron du groupe de distribution Wanda, que le commerce en ligne atteindrait 50 % des ventes de détail en Chine dans dix ans. De quoi donner le tournis. ■

BRICE PEDROLETTI

Certains cadres ont des salaires « français »

La hausse des salaires des ouvriers en Chine atteindra en moyenne 9,1% en 2012 (contre 9,4% en 2011), selon un sondage du cabinet de conseil en ressources humaines Aon Hewitt. Malgré ce ralentissement, la hausse reste sensible pour les employeurs, et les disparités salariales sont fortes.

Le patron d'un fabricant français de composants basé à Shanghai note que ses chefs de département chinois sont désormais aussi bien payés qu'en France. Ce qui est loin d'être le cas de ses managers et de ses ouvriers. Ces derniers touchent 3 000 yuans par mois, soit 360 euros.



L'irrésistible essor des étudiants émergents

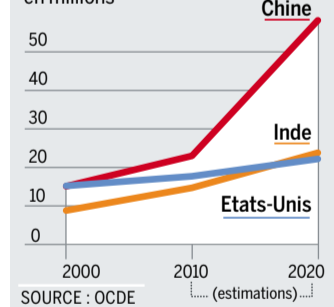
Education Les diplômés des pays occidentaux sont devenus minoritaires

En 2013, l'Asie devrait clairement distancer l'Occident en tant qu'« usine à étudiants ». Les nouvelles puissances économiques du G20 non membres de l'Organisation de coopération et de développement économiques (OCDE) – la Chine, l'Inde, l'Indonésie en premier lieu, puis l'Afrique du Sud, l'Arabie saoudite, l'Argentine, le Brésil, la Corée du Sud et la Russie – devraient former 78 millions d'étudiants, contre 71 millions pour les vieux lions d'Occident (appartenant au G20 et à l'OCDE) : Allemagne, Australie, Canada, Etats-Unis, France, Italie, Japon, Mexique, Royaume-Uni, Turquie.

La bascule a eu lieu en 2011, indiquait en mai l'OCDE. En 2020, 40 % des 204 millions d'étudiants des pays de l'OCDE et du G20 viendront de deux pays : Chine et Inde. Les Etats-Unis et l'Union européenne ne pèseront plus que pour un quart du total. Dans un contexte où le nombre d'étudiants aura doublé dans le monde entre 2000 et 2020, la perte de leadership de l'Occident souligne l'essor de la Chine (et de l'Inde) en matière d'enseignement supérieur.

La progression chinoise est spectaculaire : le nombre d'étudiants, d'universités et de publications scientifiques ont, en quelques années, explosé. Selon l'OCDE, ce dernier indicateur a progressé de 16,4 % entre 1999 et 2009, contre +2,6 % au niveau mondial et +1 % pour les Etats-Unis. Autre élément, alors que les jeunes se rendent de plus en plus à l'étranger pour étudier, la part des étudiants asiatiques explose : de 36 % du total en 2009, leur part pourrait passer à 70 % en 2025. « Les pays de

Nombre de diplômés en millions



l'OCDE sont leur première destination, notamment les Etats-Unis, relève Mathilde Mallet, responsable géographique Asie à Campus-France, l'organisme public chargé de promouvoir l'enseignement supérieur français à l'étranger. Mais l'Asie cherche à devenir une région d'accueil, ce qui serait une révolution. Le nombre d'universités chinoises (avec Hongkong et Taïwan) présentes dans le fameux classement de Shanghai a doublé entre 2003 et 2012, passant de 18 à 42 (sur 500).

« Effort d'attractivité »

Sur cette scène universitaire mondiale toujours plus multipolaire, « le risque, pour l'Europe, est de devenir un partenaire secondaire », prévient Stéphane Vincent-Lancrin, analyste à l'OCDE. C'est la qualité qui fera la différence. « Je ne suis pas tellement inquiète pour l'Europe, assure M^{me} Mallet. Mais elle a un effort d'attractivité et de lisibilité à faire. Je ne suis pas sûre que la qualité puisse suffire. Quoi qu'il en soit, il faudra du temps avant que nous soyons englobés par la vague asiatique ! » ■

BERNARD FLOCH

Un parc à thème à Chongqing, une ville-province d'environ 30 millions d'habitants, située dans le sud-ouest de la Chine, en août. TIM FRANCO

