

International

QUAND LES ENTREPRISES CHINOISES S'INVITENT CHEZ LES GRANDS

Olivier Lafaye

07/11/2011

Aujourd'hui deuxième puissance économique mondiale, la Chine est désormais installée à la table des grands. L'émergence du capitalisme chinois nourrit une croissance forte ; ses entreprises, toujours soutenues par le pouvoir central, s'ouvrent à la concurrence internationale. Pour y faire face, il nous faut repenser notre rapport à l'économie chinoise pour en tirer profit.

Téléchargez la synthèse :

Les entreprises chinoises ont pris un essor extraordinaire depuis l'entrée de la Chine dans l'OMC. Aujourd'hui, toute la Chine est parcourue par la vague des IPOs (Initial Public Offerings), c'est-à-dire la mise sur le marché financier du capital des entreprises, essentiellement celles qui étaient détenues jusqu'ici par les pouvoirs publics. Celles-ci sont de nouveaux lieux de pouvoir, et ce avec les encouragements des pouvoirs publics, qu'ils soient d'Etat ou locaux. Ainsi, sous l'impulsion des responsables du PCC, s'opère une « mutation » du communisme chinois en capitalisme ploutocratique.

Cette mise sur le marché, et notamment les marchés internationaux, traduit une confiance croissante dans la capacité des entreprises chinoises à affronter la concurrence internationale. Dans un premier temps, les Chinois ont joué sur leurs capacités de fabrication à bas coût (le fameux low cost), bénéficiant d'une main-d'œuvre bon marché et d'une monnaie sous-évaluée. Produire au moindre coût permet d'emporter le marché visé, quitte à perdre de l'argent, en pariant sur la possibilité de se refaire par la suite.

Ainsi, nombreuses sont les entreprises chinoises qui ont progressivement pris la place des fournisseurs étrangers et qui ont ensuite amélioré la qualité de leur production et leur positionnement pour remonter dans la chaîne de valeur, même si le chemin est encore long pour atteindre le niveau de qualité prêté aux étrangers.

Dans le même temps, un gigantesque effort d'éducation a eu lieu ; la Chine est désormais le pays qui forme le plus d'ingénieurs et s'arroge même le droit de classer les institutions universitaires. Ces ingénieurs, moins chers mais tout aussi ambitieux, sont d'un niveau comparable aux étudiants

occidentaux.

A cela s'ajoute une véritable stratégie en matière de propriété intellectuelle. Longtemps, les autorités chinoises ont fermé les yeux sur le piratage : ne pas reverser les royalties liées aux brevets permettait d'alléger les coûts et de minimiser les flux financiers vers l'extérieur par exemple. Cela a permis à la recherche chinoise de monter en puissance pour devenir à son tour productrice de propriété intellectuelle. Désormais, la Chine veut protéger son industrie, qui génère essentiellement des brevets d'application, c'est-à-dire ceux qui permettent de maximiser les dépenses de recherche et donc de créer des revenus importants.

D'où l'importance des marques, nouvelle étape de création de valeur des entreprises chinoises. L'acquisition de marques étrangères a également connu un essor considérable. Tout comme au Japon ou en Corée, se créent des marques qui non seulement s'imposent sur le marché intérieur, mais s'internationalisent très rapidement.

Ces concurrents viennent directement attaquer les technologies et les segments de marché où se trouvent bon nombre d'entreprises françaises : les grandes sociétés d'électronique, de mécanique et de télécoms sont progressivement dépassées. Une grande partie du savoir-faire industriel, de la fabrication, est en train de disparaître.

Dès lors, pour tenir compte de cette nouvelle donne, il serait par exemple de bonne politique de créer des fonds d'investissements conjoints sino-français et d'élaborer des règles communes (gouvernance, gestion financière et ressources humaines). Un grand effort est nécessaire, sur la durée, pour affirmer l'attractivité du territoire national. Cet effort passe par une meilleure coordination des moyens mis en place par l'Etat, les collectivités territoriales et les pôles de compétitivité, laquelle devrait rassurer les entrepreneurs chinois frileux et faciliter leur implantation chez nous. C'est donc une nouvelle perception de la Chine et des entreprises chinoises qu'il faut essayer de bâtir.