



La situation économique en Chine depuis la crise

Profil du pays

- 1^{er} producteur mondial dans de nombreux domaines (acier, ciment, bicyclette, motos, télévisions, lecteurs DVD, téléphones portables, produits ménagers, chaussures, etc.)
- 3^{ème} puissance mondiale en 2008 dépassant l'Allemagne
- 3^{ème} importateur mondial
- 3^{ème} exportateur mondial
- 3^{ème} puissance scientifique mondiale
- 2^{ème} pays en R&D derrière les Etats-Unis et devant le Japon
- 1^{er} acheteur mondial d'avions civils
- 1^{er} ou 2^e pays récipiendaire des investissements étrangers selon les années
- 3^e constructeur mondial automobile en 2005. La Chine a pris le deuxième rang fin 2007 et occupe le 1^{er} rang depuis le début 2009, compte tenu de la baisse enregistrée aux Etats-Unis

Indicateurs macro-économiques

	2008	Estimation 2009	Estimation 2010
Croissance PIB (%)	9,0	6,5	7,5
PIB par habitant (en dollars)	3.315	3.622	3.915
Taux d'inflation (%)	5,9	0,1	0,7
Exportations (en milliards de dollars)	1430.9	1361.0	1513.0
Importations (en milliards de dollars)	1072.4	926.0	1038.0

Tendances économiques

Après des taux de croissance à 2 chiffres entre 2000 et 2007, le taux du PIB fut moindre en 2008, du fait de la crise ressentie surtout durant les derniers mois de l'année. Il devrait continuer à encore baisser modérément en 2009 (le Gouvernement chinois espère quant à lui 8.5 %) et à progresser plus nettement et à nouveau dès 2010. Malgré cette décroissance, l'économie chinoise a été portée par les exportations et les investissements.

Le pays est plutôt **épargné par la crise internationale** grâce à l'importance de son **marché domestique** et à son **pouvoir d'épargne** (ses banques sont saines et n'offrent pas de produits toxiques). L'**inflation** qui était galopante entre 2007 et 2008, **diminue en 2009** avant de repartir en hausse à partir de 2010. Toutefois celle-ci ne devrait pas impacter le moral des ménages chinois, incités par une panoplie d'incitations gouvernementales.

La Chine a été touchée à trois niveaux de la crise économique mondiale :

- baisse de la demande mondiale qui entraîne une chute brutale des exportations chinoises (-21%) ; baisse surtout ressentie dans les entreprises uniquement exportatrices et principalement dans les domaines du textile, du jouet et du petit électroménager.
- retournement du marché immobilier (-20% de ventes en 2008)
- placements financiers gouvernementaux aux Etats-Unis (bons du Trésor et fonds de pension américains)

Pour maintenir le rythme de croissance de la Chine et assurer la stabilité sociale du pays, son gouvernement a mis en œuvre fin 2008 un vaste **plan de relance de 460 Mds d'euros**, soit 12% du PIB chinois sur deux ans, principalement axé sur le développement de la demande intérieure pour essayer de compenser la baisse des importations. Parmi les priorités de Pékin figurent les **infrastructures**, la **modernisation de l'industrie**, l'**ouverture aux nouvelles technologies**, la **santé**, l'**éducation** et l'**aide aux campagnes**. Le 24 mars 2009 les autorités chinoises ont fait appel aux **entreprises françaises** à participer à la relance chinoise dont **les savoir-faire** correspondent à la demande chinoise actuelle : **environnement, transport, énergie, biens de consommation, services**.

Les conditions environnementales pour les investisseurs étrangers sont plus favorables car le développement des provinces de l'ouest de la Chine apporte de nouvelles opportunités (restructuration en particulier de la province du Sichuan).

La Chine sortira de la crise en étant la seconde économie mondiale derrière les Etats-Unis et devant le Japon, l'Allemagne, et la France. **C'est elle qui devrait même tirer la nouvelle croissance mondiale !** Des **opportunités intéressantes** s'ouvrent aux **entreprises françaises** mais elles doivent s'attendre à une concurrence difficile.

Sources : OCDE, Coface, Classe Export



Profil du consommateur chinois

7% des Chinois, soit **90 millions de personnes**, ont un **niveau de vie comparable au niveau de vie occidental**.

De 230 à 250 millions des Chinois peuvent chaque jour tirer un caddy Carrefour, devenu 1^{er} distributeur en Chine avec près de 70 hypermarchés.

La classe moyenne représente environ 240 millions de personnes. La classe moyenne basse devrait représenter 290 millions de personnes en 2011, et atteindrait 520 millions de personnes en 2025. Aujourd'hui, 120 millions de chinois vivent encore avec moins de 1 USD/jour.

Le consommateur chinois est très **sensible à la marque**. Les consommateurs chinois ont le sentiment que le prix est une indication de la qualité d'un produit. En revanche, la garantie, la possibilité de remboursement des produits sont moins importants. D'une manière générale, les Chinois attachent une grande importance à la recherche d'information sur un produit, préalablement à leur achat. La principale source d'information est le bouche-à-oreille. Les consommateurs chinois sont désireux de voir ce qui est disponible, particulièrement en ce qui concerne les produits étrangers.

Secteurs porteurs

- Environnement (éco-construction, matériaux générateurs d'économie d'énergie, énergies renouvelables)
- Infrastructures ferroviaire
- Transports urbain et ferroviaire
- Automobile
- Aéronautique
- Modernisation industrielle
- Electronique, véhicules hybrides et à énergie alternative
- Télécommunication
- Informatique, Hautes technologies
- Vins (et maintenant le champagne)
- Cosmétique
- Agro-alimentaire
- Décoration intérieure de la maison

Sources : OCDE, Coface, Classe Export