

CAAREA

Voiture électrique : croiser les offres et le savoir entre l'Europe et l'Asie

EN SEPTEMBRE DERNIER, AU SALON DE L'AUTOMOBILE DE MUNICH, LA PRÉSENCE DES CONSTRUCTEURS CHINOIS N'EST PAS PASSÉE INAPERÇUE, COMME UN GRAND NOMBRE D'OBSERVATEURS L'A D'AILLEURS ÉCRIT. ENTRETIEN AVEC BRUNO LABUZAN, FONDATEUR ET PDG DE CAAREA, AUTOUR DU MARCHÉ CHINOIS ET DES VÉHICULES ÉLECTRIQUES, UN SUJET DEVENU ÉMINEMMENT POLITIQUE.



La Chine est devenue le premier pays exportateur de véhicules... pouvez-vous nous en dire plus ?

Que 41% des exposants du grand rendez-vous de l'automobile à Munich soient chinois ne fait que rappeler que la Chine est devenue le 1^{er} exportateur de véhicules au monde, surpassant le Japon (source : Douanes chinoises). Souvenez-vous, les Japonais avaient réussi à conquérir le monde en faisant des voitures identiques à celles de leurs concurrents, mais plus fiables. Les Chinois, eux, ne font pas des voitures identiques aux modèles occidentaux, mais des voitures innovantes, fiables et surtout moins coûteuses à l'achat.

Non seulement sont-ils devenus les « champions » des véhicules électriques et de l'électronique em-

barquée, mais aussi ont-ils réussi à conquérir le public par leurs prix.

La différence est de taille : en Europe, un véhicule chinois présente un écart de prix de 25 à 30 % avec ses concurrents occidentaux (source : Jato Dynamics).

Comment se démarquent les constructeurs européens ?

Face à cette offensive, les Européens organisent leur riposte sur deux fronts. L'Union européenne s'est emparée du sujet et a décidé de protéger son marché face à la déferlante de véhicules chinois, dont les coûts de fabrication seraient, dit-on, largement sponsorisés par le gouvernement.

De leur côté, les constructeurs européens font évoluer leur stratégie. Des efforts sont réalisés pour produire moins cher et ainsi essayer de répondre aux baisses de commandes et à l'inflation croissante. Néanmoins, ce n'est pas là leur seul positionnement. Il est intéressant de remarquer que les industriels européens entendent aussi consolider leur position et relever le défi du véhicule électrique haut de gamme. Un segment justement très convoité par leurs concurrents chinois. Aux dires mêmes de ces derniers, tel BYD, l'engagement des Européens en faveur des nouvelles énergies dans l'automobile est d'ailleurs impressionnant.

Comment Caarea s'accommode de ces deux marchés, européen et chinois ?

Au-delà des politiques nationales qui s'affrontent sur fond d'industrie automobile, les stratégies des constructeurs asiatiques et européens présentent bien des convergences possibles, comme nous l'observons depuis la Chine et la Corée, deux positions historiques de Caarea. En Chine, les avancées en matière de qualité des batteries électriques ont su conquérir de nombreux clients, mais s'accompagnent encore peu de services annexes, notamment de solutions assurantielles. En Europe, les constructeurs ont depuis quelques années placé ces mêmes services au cœur de leur stratégie, face à un automobiliste qui ne prête plus tant attention à la voiture en elle-même qu'aux facilités de mobilité qu'elle représente.

Europe et Asie sont deux poids lourds de l'automobile. Derrière la compétition exacerbée qu'ils se livrent, il ne faudrait pas perdre de vue que ces deux marchés ont bien des différences, tant dans leurs atouts que dans leur maturité. Un écart que nous voyons, chez Caarea, comme une opportunité, comme une occasion de croiser chemins, savoir et offres.

Si l'Europe et l'Asie semblent diamétralement opposés en matière d'automobile, ils sont aussi facilement à portée, pour qui a la volonté de tendre la main.