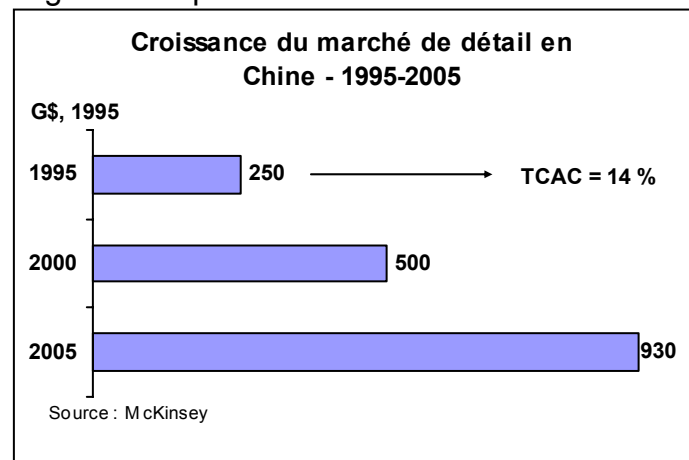


SERVICES ÉCONOMIQUES

Mark Worrall, économiste, Asie du Nord
Avril 2004

La consommation dans le profil de croissance de la Chine : Une occasion à saisir pour les sociétés canadiennes

La Chine, dont les ventes au détail annuelles dépassent les 500 G USD, surclasse désormais le Japon, naguère au premier rang à ce chapitre en Asie. Les ventes ont enregistré un taux de croissance annuelle composé (TCAC) de 15 % au cours de la dernière décennie. À ce rythme, il y aura un écart de quelque 100 G USD par rapport aux prévisions de 1999 de *McKinsey* concernant le marché du détail pour 2005. Mais à 800 G USD, le marché chinois comptera plus de 200 millions de consommateurs de la classe moyenne. D'après le négociateur commercial en chef de la Chine, la classe moyenne pourrait doubler à 400 millions de personnes en 2010. Même à ce moment-là, le revenu par habitant ne sera que de 2 000 USD, soit approximativement 5 à 10 % de celui des É.-U., du Japon ou de l'Allemagne. La Chine pourra donc maintenir une croissance rapide pendant longtemps encore avant de se rapprocher des niveaux de PIB et de revenu des grands pays industrialisés. Comme l'écrivent Huang Yiping et Rohini Malkani, de Citigroup : « La Chine récolte encore largement les « avantages de son retard » - toutes proportions gardées, plus une économie est loin des frontières de la technologie et de l'économie modernes, plus sa croissance peut être rapide. »¹



Portrait de la classe moyenne chinoise

La classe moyenne chinoise a été définie dans le document de 2001 *Research and Survey on Modern China's Social Structure* comme étant « le groupe intermédiaire », dont voici les caractéristiques :

- Les travailleurs autonomes, les fonctionnaires, les travailleurs du secteur privé qui profitent de l'ouverture du marché chinois, les « nouveaux » travailleurs intermédiaires employés dans des secteurs à forte valeur ajoutée et en expansion.
- Salaire annuel moyen de 2 500 à 3 000 USD pour les particuliers et de 7 000 à 9 000 USD par ménage composé de trois personnes.
- Répondre aux besoins de la famille en activités de loisir et de culture, y compris les voyages, les voitures personnelles, la propriété privée et le divertissement.

¹ Huang Yiping et Robini Malkani, « China and India : The New Powerhouse of Asia, » Citigroup (janvier 2004)

La classe moyenne élargie se compose de trois sous-groupes – dont le plus dominant est la classe moyenne inférieure.

- La classe moyenne supérieure : 19 % -- principalement les professionnels employés dans les secteurs primaire, secondaire et tertiaire.
- La classe moyenne médiane : 37 % -- fonctionnaires, propriétaires et entrepreneurs.
- La classe moyenne inférieure : 43% -- y compris les cols blancs, les professionnels des secteurs commerciaux et des services.

Une des politiques gouvernementales mises en oeuvre pour maintenir la croissance des dépenses de consommation dans les années à venir consiste à accélérer le rythme de l'urbanisation. Il s'agit d'une stratégie majeure pour améliorer les revenus des paysans et élargir le marché de la consommation dans les régions urbaines en déplaçant les travailleurs de la campagne à la ville. Le tableau ci-après démontre à la fois l'évolution démographique dans les zones urbaines et rurales et la large part que représentent les villes en matière de consommation.

Répartition de la consommation selon la population					
	1982	1990	1995	2000	2001
Composition démographique					
Zone urbaine	21 %	26 %	29 %	36 %	38 %
Zone rurale	79 %	74 %	71 %	64 %	62 %
Total	100 %	100 %	100 %	100 %	100 %
Répartition de la consommation					
Zone urbaine	0 %	39 %	53 %	57 %	57 %
Zone rurale	100 %	60 %	47 %	43 %	43 %
Total	100 %	100 %	100 %	100 %	100 %

Source : HSBC

Richesse émergente

L'émergence d'une classe moyenne en croissance rapide est en train de créer de nouvelles habitudes de consommation, de façonner les valeurs et les modes de vie personnels et de déterminer les stratégies des pays étrangers qui ciblent principalement cette classe sociale. Stimulée par l'amélioration générale du niveau de vie, la consommation s'est élargie de la nourriture aux vêtements au début des années 1990, pour englober aujourd'hui les loisirs, les divertissements, l'éducation et les produits de

communication personnels.² Eu égard à l'intention des autorités chinoises d'augmenter le revenu par habitant par la réduction des impôts et des prix pour les résidents des régions rurales, le relèvement des salaires des fonctionnaires et une baisse générale des taux d'imposition, les projections de croissance actuelles de la vente au détail sont tout à fait réalisables. Enfin, l'amélioration du pouvoir d'achat en ville comme en campagne modifiera les habitudes de consommation au profit d'articles à forte valeur ajoutée. Ce phénomène est appelé « l'escalade des échelons des besoins ».

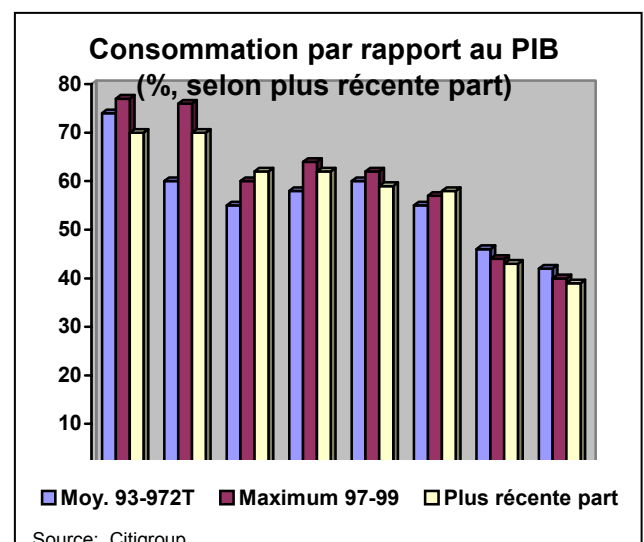
Au cours des deux dernières décennies, la croissance chinoise s'est fondée sur les exportations, qui ont explosé de 10 G USD en 1978 à plus de 400 G USD en 2003. Les revenus d'exportation ont dopé la demande intérieure pour des produits industriels légers pendant les années 1980 puis les produits électroniques grand public et les appareils électroménagers dans les années 1990. Aujourd'hui, le commerce extérieur représente la moitié du PIB, par rapport à 36 % il y a à peine trois ans. La consommation privée devrait augmenter en conséquence. Étant donné que la consommation de la Chine se situe au bas de l'échelle en Asie de l'Est, il y a une large place pour l'expansion dans les années à venir. L'autre considération importante est la croissance rapide de la population urbaine chinoise et son incidence sur la consommation. Dans la dernière décennie, cette population est passée de 350 à 500 millions et elle croît chaque année d'un nombre équivalent à la population de la Malaisie ou de Taïwan.

Un afflux aussi rapide de population peut poser de graves problèmes de chômage, d'infrastructure et d'environnement. C'est justement là que la stratégie de croissance globale de la Chine, y compris les réformes visant à se conformer aux critères de l'OMC, est essentielle afin de rendre les métropoles attrayantes pour l'IDE, la création de grappes intersectorielles – et afin de les adapter aux besoins changeants d'une population urbaine de plus en plus diverse et cosmopolite.

L'OMC et l'ouverture économique

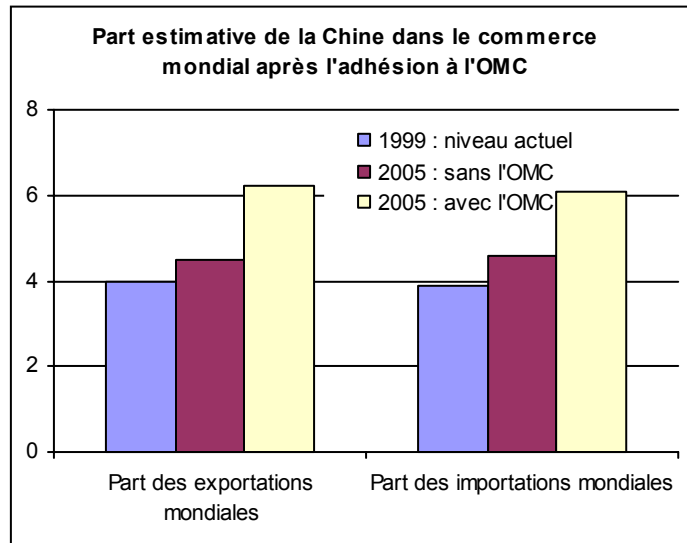
La transition de la Chine vers l'économie de marché est plus avancée que beaucoup de gens ne s'en rendent compte. En Chine, la plupart des marchés sont concurrentiels. Les prix sensibles aux forces du marché, conjugués à l'absence de toute puissance de monopole majeure, constituent un atout important et inconnu dans la majorité des pays émergents.

L'entrée du pays à l'OMC a entraîné de profonds changements qui ont permis d'ouvrir l'économie davantage et d'accroître le niveau de concurrence sur le marché intérieur.



² FrazGlen Hodgson, « La transformation économique de la Chine : impact sur l'industrie agroalimentaire », Exportation et développement Canada (mars 2004).

- Les taux tarifaires ont été réduits sur plus de 5 300 produits et le droit tarifaire moyen est passé de 15,3 % avant l'entrée à l'OMC à 11 % en 2003.
- Pas moins de 2 300 lois et règlements ont été modifiés et plus de 830 ont été abrogés.
- Différentes méthodes dans les normes comptables et des avantages fiscaux pour les entreprises chinoises et étrangères ont été graduellement supprimés pour encourager l'investissement dans certains secteurs.



Source : Citigroup

- Les banques étrangères se sont vues accorder l'accès à cinq autres villes, portant à neuf le nombre total des villes où elles sont présentes. De plus, certaines des banques ont obtenu des permis pour recevoir des dépôts en devises auprès des ménages chinois.

La plus grande ouverture et la compétitivité accrue constituent la combinaison gagnante qui a fait de la Chine un si important chaînon de l'approvisionnement mondial. En Chine, le coût unitaire de la main-d'œuvre dans le secteur manufacturier a sensiblement diminué, tandis que la production industrielle progresse au taux annuel de 18 % depuis quatre ans. Parallèlement, la croissance continue de la productivité signifie aussi une augmentation du revenu pour l'ensemble des travailleurs. Chaque année, les quelque 30 millions de travailleurs ruraux qu'absorbe le secteur industriel chinois voient leur niveau de revenu exploser, ce qui donne une impulsion supplémentaire à l'expansion de la consommation intérieure. Enfin, le boom économique chinois axé sur la productivité signifie aussi que, contrairement aux cycles précédents, les forces inflationnistes du secteur des biens demeurent bénignes.

Conclusion

Maintenant, le caractère autonome de la robuste croissance de la Chine signifie que les exportateurs canadiens se doivent d'intégrer ce pays dans leur stratégie commerciale à long terme. Comment pouvons-nous mesurer la croissance potentielle de la Chine en tenant compte de cette réalité? Voici quelques indications clés à ce sujet :

- La Chine applique des réformes systémiques depuis plus de 20 ans. Ces réformes ont engendré d'importants gains en productivité et en efficacité bonifiés par l'entrée du pays dans l'OMC et l'application des engagements inhérents. À mesure que la Chine accumulera compétences et capitaux au cours de la prochaine décennie, les

industries de la région côtière mieux nantie vont se moderniser et celles moins exigeantes en main-d'œuvre qualifiée migreront vers les régions intérieures du pays. Ces deux tendances s'avéreront très positives pour la consommation intérieure.

- La Chine possède encore une économie largement agricole qui continue donc de profiter des « avantages de son retard ». Le passage de la main-d'œuvre agricole à une main-d'œuvre non agricole améliorera l'efficacité et les gains de productivité, tout comme la migration des travailleurs ruraux vers les centres urbains contribuera à augmenter la consommation. L'énorme bassin de main-d'œuvre du pays continuera de soutenir la concurrence internationale dans différents secteurs à mesure que l'économie se diversifiera.
- La Chine s'est transformée en double plaque tournante : elle agit comme centre mondial d'importation de biens à forte concentration de capital et d'exportation de produits manufacturés.³ Le pays est aussi devenu un modèle en matière de commerce d'intégration, lequel est « stimulé par l'investissement étranger et accorde une importance accrue à des éléments comme l'intégration des importations aux exportations, le commerce de services et les ventes par des sociétés étrangères affiliées créées par le biais d'investissements étrangers. »⁴ Les prouesses de la Chine au niveau des produits manufacturés sont maintenant bien connues, mais ce qui l'est moins, c'est que les deux tiers de l'investissement direct étranger en Chine sont affectés au marché intérieur. À l'avenir, la consommation de services jouera un rôle grandissant dans la consommation globale et l'économie en général.
- La démographie constitue la dernière pièce du casse-tête. D'ici 2020, la majorité de la main-d'œuvre chinoise aura entre 30 et 55 ans. En d'autres mots, l'économie du pays deviendra plus dynamique et moderne, si bien que les travailleurs chinois feront partie d'un groupe d'âge généralement associé à une consommation accrue de biens et services comme les voyages, les articles ménagers ainsi que les services médicaux et financiers. En d'autres mots, les facteurs démographiques vont soutenir la diversification de la croissance économique.

À présent, la question pour les sociétés canadiennes est de savoir profiter des avantages qu'offrent ces facteurs dynamiques. La Chine deviendra une force plus importante de l'économie mondiale, non seulement grâce à l'amélioration continue de son efficacité et de ses gains de productivité, mais aussi à mesure que la consommation intérieure contribuera une part plus importante au produit intérieur brut de l'économie. Le commerce d'intégration, par sa reconnaissance de l'importance de l'investissement direct étranger, fournit le cadre capable d'aider les entreprises canadiennes à miser sur leurs diverses compétences et à accroître leur part du gâteau de plus en plus grand que représente l'économie chinoise. Il présente aussi le contexte sur lequel peuvent se baser les décisionnaires pour aider les sociétés canadiennes à mieux se positionner pour contribuer encore davantage à l'expansion de la prospérité canadienne au XXI^e siècle.⁵

³ Glen Hodgson et Mark Worrall, « La Chine : une opportunité, pas une menace », Exportation et développement Canada (mai 2003)

⁴ Glen Hodgson, « Le commerce international en évolution : l'émergence du commerce d'intégration », Exportation et développement Canada (février 2004)

⁵ Glen Hodgson et Todd Evans, « Outward Foreign Direct Investment: A Key Driver of Canadian Prosperity », Exportation et développement Canada (janvier 2004).