

# LA FACE CACHÉE DE LA CHINE

Christian SAUTTER et Catherine CADOU

La Chine a réussi à poser le 3 janvier un véhicule de prospection sur la face cachée de la Lune, qui porte le joli nom de *Chang'e-4*, emprunté à la déesse de la Lune dans la mythologie chinoise, emprunt cocasse de la part d'un régime communiste ou qui se dit tel. Pour communiquer avec la Terre, cet explorateur masqué utilise un satellite chinois de communication qui a été mis en orbite autour de la Lune, baptisé « la pie qui fait le pont ».

Cet exploit symbolique, qui hisse la Chine au niveau des Etats-Unis et de la Russie dans la conquête lunaire, s'inscrit dans une stratégie spatiale de longue durée, qui a commencé par mettre en orbite en 2003 des astronautes chinois avec des fusées chinoises et qui créera en 2022 une station spatiale habitée (quand l'actuelle station russo-américano-européenne sera supprimée). En ayant tiré 38 fusées en 2018 (médaille d'or), la Chine installe un réseau *Baidu*, concurrent du GPS américain, qui sera opérationnel l'an prochain (New York Times 5-6 janvier 2019). Tout ceci a des implications commerciales et militaires sur lesquelles règne un silence de curieux aloi.

C'est le moment de relire Sun Tzu, « L'art de la guerre » (Flammarion, 1972), rédigé au IV<sup>ème</sup> siècle avant Jésus-Christ, qui reste la Bible des stratèges chinois, à laquelle le président Trump pourrait jeter un œil s'il lui arrive de lire des livres.

Sun Tzu distingue la « force normale » et la « force extraordinaire ». Dans l'affrontement entre les grandes puissances économiques, la « force normale » de la Chine est sa main-d'œuvre industrielle et peu coûteuse : c'est la perception habituelle de « l'atelier du monde » qui fabrique des *T-shirts* ou assemble des *Ip hones*. La « force extraordinaire » est la technologie, dont la réussite spatiale est une preuve. Je compare souvent l'ascension chinoise à la fulgurante croissance du Japon durant les quarante années d'après-guerre, telle que l'a théorisée maître Akamatsu avec son « vol d'oies sauvages ». Le Japon a monté l'escalier technologique palier par palier, passant des industries textiles aux biens de consommation durables (automobile, TV et air conditionné) puis aux biens d'équipement. Partant en 1978 de beaucoup plus bas, la Chine a bondi sur la grande échelle des pompiers.

Mais pourquoi évoquer Sun Tzu, stratège militaire, à propos d'une compétition économique que le divin marché rendrait indolore, inodore et sans saveur ? La « mondialisation heureuse » serait un jeu paisible où tout le monde serait gagnant, nous répète-t-on à tout bout de champ. Il semble que les citoyens du monde, comme par exemple « les gilets jaunes », en soient de moins en moins convaincus. Nos ancêtres étaient davantage lucides : on peut lire dans le bulletin numéro 1 de la Chambre de Commerce Française au Japon, créée en 1918, « Nous devons travailler pour être prêts. La lutte militaire est finie. La guerre commerciale

commence ». (cité par Christian Polak dans « 1918-2018 », CCFJ). L'idée, il y a un siècle, était de nouer des coopérations franco-japonaises, civiles et militaires, contre les encombrants anglo-saxons !

L'État chinois a cherché systématiquement à aspirer les technologies avancées pour accélérer son développement. À la différence du Japon qui s'est toujours méfié des investissements étrangers, Pékin a ouvert des « zones franches » pour accueillir à bras ouverts des implantations occidentales avec ce *deal* fort séduisant et même irrésistible pour des capitalistes avides de chiffres d'affaires dilatés et de profits (à court terme) démesurés : vous avez accès à un gisement inépuisable de travailleurs disciplinés et peu payés, puis à un marché en expansion rapide mais, en échange, nous voulons vos technologies les plus récentes. Ajoutons que, ainsi que le disait Sun Tzu, « le général avisé défait l'ennemi grâce à l'information préalable ». Que les pays qui n'ont jamais pratiqué l'espionnage industriel jettent la première pierre à la Chine !

Là où les choses se compliquent pour les étrangers, c'est lorsqu'apparaissent des concurrents autochtones. Ayant assimilé les technologies avancées, ceux-ci raniment un esprit d'entreprise qui a résisté à un demi-siècle de collectivisme maoïste, avec les encouragements pressants des autorités nationales ou locales, armées d'une liste de secteurs stratégiques et maîtresses des clés du crédit. Bizarrement, mais systématiquement, les parts que les firmes étrangères détiennent sur le marché chinois se mettent alors à régresser. Les prix locaux sont plus faibles car les profits sont moins outranciers, et mille tracasseries administratives viennent contrarier la pénétration étrangère. Prenons l'exemple d'Apple qui était le vendeur numéro un en Chine en 2016. Deux ans après, il n'est plus que cinquième derrière Hua Wei et trois Chinois inconnus. Samsung s'est carrément fait sortir du marché quand certaines batteries se sont trop échauffées.

Notre chère France est orfèvre dans la production de normes, que l'on appelle pudiquement « barrières non tarifaires » mais, à la différence de la Chine, les normes françaises que l'administration crache à flot continu avec les meilleures intentions du monde, contrarient davantage la production des PME françaises que les importations étrangères !

Devenue la deuxième économie du monde, la Chine a l'habileté diplomatique de se prétendre une modeste économie en développement. Sauf quand le nouveau président sort à sons de trompette un plan « Made in China 2025 » qui affirme tout de go que l'Empire du milieu aura dépassé les Etats-Unis dans moins de dix ans. Il arrive que les nouveaux présidents soient arrogants.

Le président Trump a compris le danger : même s'il a les yeux fixés sur le famaneux déficit commercial de son pays vis-à-vis de la Chine, ses conseillers et ses militaires lui ont fait comprendre que la technologie était la « force extraordinaire » dont la Chine était en train de s'emparer. Il a sorti la grosse Bertha

des droits de douanes et menacé de surtaxer 200 milliards de dollars d'importations chinoises le 2 mars 2019, faisant ainsi monter d'un cran ce que la presse appelle « la guerre commerciale ». C'est lorsque cette négociation bat son plein (il reste six semaines !) que l'on découvre une curieuse alliance de fait.

Le gouvernement chinois a relu Sun Tzu : « Faire croire que l'on s'ajuste aux desseins de l'ennemi ; soyons capables de nous dérober ». Il vient d'annoncer des baisses de tarifs douaniers sur les importations de soja américain et sur les importations de voitures *made in USA*. Mais, comme General Motors vend plus d'automobiles en Chine (fabriquées sur place) qu'aux Etats-Unis, le risque d'importations torrentielles depuis Detroit est minime. Des engagements solennels mais vagues sont clamés sur le respect de la propriété intellectuelle et sur la non-ingérence de Pékin dans les négociations entre firmes privées.

Côté américain, cela grogne de plus en plus à Wall Street : la « guerre commerciale » fait baisser la Bourse ! Et le New York Times du 10 janvier publie avec à propos un grand papier intitulé : « Les sociétés américaines ont besoin des consommateurs chinois ». Apple a vendu pour 52 Mds \$ en Chine en 2018 (son troisième marché). Qualcomm y écoule 65% de ses ventes, Texas instruments 44%, Intel 24%. Le message est clair : la *high tech* américaine a besoin du marché chinois ! Les constructeurs d'automobiles s'inquiètent de ce que la demande inépuisable des citoyens chinois commence à s'essouffler. Et l'industrie financière fait le siège de Washington pour forcer la porte de Shanghai !

Bref, l'éléphant Trump, avec sa logique nationaliste désuète, ne devrait pas trop piétiner la porcelaine capitaliste, susurrent les multinationales américaines. Baisser les impôts ? Oui. Contrarier le *business* ? Non. On imagine que Pékin observe avec une certaine jubilation ces contradictions et anticipe que l'impulsif président américain se tournera vers autre chose (le mur mexicain ?) après s'être vanté des concessions (mineures) qu'il aura arrachées à Pékin.

Et l'Europe dans tout cela ? Une solution logique serait que les deux puissances continentales, Etats-Unis et Chine, se réconcilient sur le dos de l'Union européenne, marché immense et puissance politique indigente. Chasser les firmes européennes du marché chinois et foncer de conserve sur la demande européenne peut être alléchant ... en cassant au passage l'ambitieux Euro qui gêne le dollar vacillant et le renminbi émergent. Européens, écoutez Maître Sun Tzu !

« C'est un principe, en matière d'art militaire, de ne pas supposer que l'ennemi ne viendra pas, mais de compter plutôt sur sa promptitude à lui faire face. »

« Notre invincibilité dépend de nous, la vulnérabilité de l'ennemi, de lui ».

11 janvier 2019