

La Nano de Tata
La voiture régresse-t-elle pour équiper les pauvres du monde entier ?
Une mise en perspective sociologique, historique et géo-politique

Freysenet Michel
Directeur de recherche CNRS

La présentation, en janvier 2008, de la Nano, une voiture à 2 500 \$, par le constructeur indien Tata Motors a fait sensation. Beaucoup pensèrent qu'elle ne pouvait être qu'une sous-voiture, polluante et dangereuse, acceptable seulement dans des pays ne pouvant se permettre d'être exigeants. D'autres virent en elle le symbole d'un Monde générant partout et toujours plus de pauvres, dans l'incapacité d'acheter un véhicule neuf fiable, sûr, confortable et correctement équipé.

Depuis longtemps, les constructeurs ont essayé d'imaginer des véhicules spécifiques ou adaptés aux conditions matérielles et économiques des pays dits alors en voie de développement. Citroën, par exemple, avait lancé dans les années 70 la FAF (Facile à Fabriquer, Facile à Financer) : une dérivée de la 2CV. Ce modèle n'eut pas le succès espéré. Entre la frange privilégiée de la population qui n'avait d'yeux que pour les modèles vendus dans les pays développés, les artisans et commerçants acheteurs de voitures d'occasion de x^{ème} main importées, et la grande masse circulant au mieux en vélo ou en cyclomoteur, il n'y avait guère en effet de place pour un véhicule neuf spécialement destiné à ces pays. Les constructeurs se contentèrent d'offrir aux classes moyennes naissantes, mais à l'avenir encore très incertain, des modèles en fin de vie dans les pays développés, dont ils purent ainsi prolonger localement la production à moindres frais.

Avec les années quatre vingt-dix, la donne change. L'implosion des régimes communistes ouvre de nouveaux marchés. La libéralisation de la circulation des capitaux donne naissance à une nouvelle division internationale du travail bénéficiant à certains pays appelés depuis émergents, et inversement soumettant une partie des salariés des pays développés à une moindre progression de son pouvoir d'achat et à une plus grande insécurité d'emploi.

Fiat fut le premier constructeur à penser que le temps était venu de proposer une voiture spécifiquement destinée aux pays dont le décollage économique paraissait maintenant durable. Il conçut la Palio, une petite berline de 4 places. Ce fut un échec au regard des espérances et des moyens mis. Mal adaptée aux besoins, elle pâtit beaucoup de son lancement en pleine « crise asiatique » en 1997.

Dans le même temps, le creusement des inégalités dans les pays développés orientait la demande des ménages favorisés par la déréglementation salariale et financière vers des véhicules aussi arrogants socialement que désastreux écologiquement, les SUV (Sport Utility Vehicles), alors que celle des autres refluit vers le bas de gamme et les véhicules d'occasion. Ce contexte permit aux constructeurs coréens de pénétrer les marchés occidentaux en offrant les petits véhicules les moins chers, alors que les

constructeurs historiques surenchérisaient dans la sophistication et le suréquipement pour se départager sur des marchés globalement stagnants en moyenne période.

Après quelques années de circulation des capitaux entre de nombreux pays promis à être, tour à tour, des eldorados, les BRIC (Brésil, Russie, Inde, Chine) émergent nettement de la nouvelle géo-politique. L'analyse que fit Renault alors fut que les couches sociales économiquement ascendantes de ces pays risquaient d'être condamnées encore longtemps aux véhicules d'occasion importés, très coûteux à l'usage et peu sûrs. Pour atteindre le niveau de prix possible pour elles et répondre à leurs besoins, le véhicule neuf à leur proposer devait être une robuste familiale, pluri-usage et tout chemin, raisonnablement sûre, grâce à une conception entièrement repensée et à une production dans des pays à bas salaires. Il en est résulté la Logan à 6 000 €, dont le succès fut immédiat. Mais la plus grande surprise est venue de ses ventes croissantes dans les pays d'Europe occidentale. Elle confirma, s'il en était besoin, le décalage qui s'était installé entre l'offre automobile et les possibilités d'achat des ménages de plus en plus nombreux à avoir des revenus stagnants ou décroissants.

Mais il restait encore à prendre en compte la demande potentielle, considérable dans les pays émergents, de ces populations qui utilisent des deux roues pour de multiples usages, tout en aspirant à un « quatre roues » plus pratique et moins dangereux, sous réserve d'être à peine un peu plus cher. Est-ce que la Nano de Tata, vendue 2 500 \$ dans sa version de base, répond à ce cahier des charges ? Est-ce qu'elle pourrait trouver preneur dans les pays développés, comme la Logan ?

Si l'abaissement des barrières douanières et la possibilité d'investir ont permis aux constructeurs historiques de pénétrer des marchés en expansion, ils ont permis aussi aux constructeurs locaux de se procurer les capitaux nécessaires et d'accéder aux technologies qui leur faisaient défaut. Tata Motors a produit 540.000 véhicules en 2008, sans compter ceux de Jaguar et de Land Rover, marques achetées à Ford la même année. La Nano a été commercialisée en juillet 2009. Elle est une vraie voiture au dessin moderne, consommant 4,5 l au 100 km et pouvant rouler jusqu'à 110km/h. Le modèle de base est sans air conditionné, ni radio, ni coussins d'air, ni ABS, mais peut en être équipé. Une version européenne est en préparation pour répondre aux normes de sécurité et de pollution de l'UE, à un prix se situant entre 4 et 5 000 €. Elle ne concurrencera pas la Logan, qui répond à d'autres besoins. Mais elle pourrait être la première ou la deuxième voiture des ménages pauvres, contraints d'avoir une automobile pour aller travailler.

Logan, Nano et leurs futures concurrentes, sont-elles l'expression d'un rapprochement des revenus et des conditions de vie des couches sociales « ascendantes » des pays émergents et des couches « perdantes » dans les pays développés ? Seront-elles les *world cars* d'un monde globalisé et rendu « concurrentiel » par la libre circulation des capitaux ? Tout dépendra de l'issue politique de la présente crise que ce monde a engendrée.

Freyssenet Michel

Sociologue, Directeur de recherche CNRS, Co-fondateur du GERPISA

Dernière publication : Freyssenet M. (ed.), *The Second Automobile Revolution*, Palgrave MacMillan, Londres, New York, 2009, 468 p.

Freyssenet M., **La Nano de Tata. La voiture régresse-t-elle pour équiper les pauvres du monde entier ?**, *Le Mensuel de l'Université*, Les Nouvelles Éditions Universitaires, media en ligne 21 décembre 2009. Éditions numériques; <http://www.lemensuel.net>, freyssenet.com, 2009, 212 Ko, ISSN 7116-0941.