

## Culture automobile : bobo pékinois, bobo parisien, même combat



En Chine, où posséder une auto est encore un signe majeur d'expression de son statut social, l'économie collaborative vient déjà brouiller les pistes. Mauvaise nouvelle pour les constructeurs...

Avec Hugues Serraf pour  
Drivy

L'économie collaborative en général -- et plus spécifiquement la location de voitures entre particuliers -- est-elle un phénomène de citoyens des pays riches redécouvrant les valeurs du partage et s'éloignant culturellement du désir de possession ? On pourrait le supposer, mais il semble que ce ne soit pas le cas.

En Europe ou aux Etats-Unis, [le client type des services de ce genre](#) est statistiquement jeune, urbain, technophile et plutôt à l'aise financièrement. S'il habite Paris ou New-York, métropoles notoirement sous-motorisées, il ne lui viendrait pourtant jamais à l'idée d'acheter une voiture parce que c'est compliqué à gérer, qu'il y a des métros et des taxis (pardon, des Uber !) à tous les coins de rue et qu'il est toujours possible d'en louer une pour un weekend bucolique...

La propriété automobile, sous ces latitudes, a cessé d'être un phénomène « statutaire » ; le moyen de dire au monde qu'on est assez riche pour rouler en BMW ou assez écolo pour rouler en Prius. Dans les pays émergents, où la voiture reste ce symbole de train de vie et où l'on parle encore de « marché d'équipement » (la Chine immatricule chaque année quelque [20 millions de voitures neuves](#). Il y a 10 ans, c'était à peine 2 millions, soit l'équivalent [des ventes moyennes françaises depuis deux décennies](#)), c'est une autre paire de manches.

Et pourtant, des [Drivy](#) ou des [Getaround](#) (son équivalent US) chinois, ça existe déjà. L'an dernier à Pékin, une startup appelée [Baojia](#) s'est débrouillée pour lever 5 millions de dollars auprès d'investisseurs pour se développer dans 17 grandes villes du pays, provoquant immédiatement l'arrivée du concurrent singapourien [PPZuche](#).

### La boboïsation de la population chinoise

C'est qu'en fait, ces pays en croissance ultra-rapide mais milliardaires en habitants sont capables de faire coexister tous les modèles sociologiques de la planète : villageois misérable de campagnes tiers-mondisées, cadres moyens de province rêvant de sa première auto pour épater les voisins, bobo des méga-cités plus en phase avec ses homologues occidentaux qu'avec ses compatriotes moins sophistiqués.

Quelle différence, en effet, entre un parisien qui travaille dans la pub, achète ses meubles chez Ikéa, envoie des textos avec un smartphone et s'intoxique aux séries américaines sur son Mac et le même quidam à Shanghai ? Aucune. Est-ce que cette homogénéisation des modes de vie est une bonne chose ? Pour l'environnement et la qualité des relations humaines, assurément. Après tout, moins de voitures et un usage optimisé du parc restant, on ne va pas se plaindre. Pour les constructeurs automobiles, qui comptaient justement sur les nouveaux marchés d'Asie comme relais de croissance maintenant que l'Europe et les Etats-Unis

---

achètent davantage d'iPads que voitures, c'est moins certain.

Mais bon, la boboisation de l'intégralité de la population chinoise n'est pas encore pour demain et ils ont sans doute encore un peu de temps devant eux pour s'y préparer. Et au pire, ils pourront toujours se remettre à fabriquer des vélos : il paraît que la demande augmente. [Même en Chine.](#)