

## 12 | ÉCONOMIE &amp; ENTREPRISE

Le Monde  
VENDREDI 25 AVRIL 2025

SALON DE SHANGHAI



La voiture volante Trumpchi Cove au Salon international de l'industrie automobile de Shanghai, le 23 avril. WANG ZHAO/AFP

SHANGHAI - envoyée spéciale

Le Salon de l'automobile de Shanghai a tourné une page. Fini les cérémonies à l'ancienne où, tout à coup, le son de la musique monte d'un stand, attirant tous les regards quelques secondes avant que le patron de la marque ne retire la housse de protection d'un nouveau modèle pour le révéler au public. « Je suis allé à deux présentations et cela a disparu, vous avez remarqué ? », lance Xin Tianshu, le dirigeant de Leapmotor International, coentreprise entre Stellantis et la start-up chinoise Leapmotor.

Sur le stand d'en face, celui du groupe public Dongfeng, une marque historique qui veut revenir dans la course de l'électrique, « il n'a pas été question de nouveaux modèles ce matin, seulement de technologie. C'est comme si on était à une présentation de téléphone mobile. On parle de système d'exploitation, d'intelligence artificielle, de la manière dont elle permet à la voiture d'apprendre à conduire toute seule », poursuit-il. La carrosserie, la couleur, ce n'est plus un sujet. « Ce qui emporte la décision du client, c'est la manière dont la voiture va se connecter à sa vie », conclut Xin Tianshu. Ouvert mercredi 23 avril, puis accessible au public du 25 avril au 3 mai, ce salon, qui alterne avec celui de Pékin, marque un nouveau tournant pour l'industrie automobile. Un an plus tôt, les visiteurs s'extasiaient devant la SU7, voiture lancée par le fabricant de téléphones Xiaomi, digne d'une Porsche électrique pour beaucoup moins cher. On débattait encore des batteries et des temps de recharge.

## RECHARGE EN CINQ MINUTES

En 2025, l'autonomie n'est plus guère un sujet : BYD promet la recharge en cinq minutes, CATL et Huawei ont fait des annonces encore plus spectaculaires. Et plusieurs constructeurs, notamment BYD, encore, ou la start-up Li Auto, ajoutent aux voitures électriques un prolongateur d'autonomie, en anglais « range extender », un petit moteur à essence qui recharge les batteries, et permet de rouler jusqu'à... 1 400 kilomètres !

C'est autour de la conduite assistée et de ses chances de devenir un jour autonome que se cristallise l'attention. Avec d'autant plus d'intérêt que fin mars, une Xiaomi SU7, dont la conductrice s'est endormie au volant, après avoir s'être mise en mode assistance, a eu un accident, faisant trois morts. Le ministère de l'Industrie et des technologies a invité aux constructeurs de surveiller leur vocabulaire en distinguant bien conduite assistée et conduite autonome et en rappelant leurs responsabilités aux automobilistes. Lorsqu'ils utilisent la conduite assistée, dite de niveau 2, la voiture roule seule mais le conducteur doit être prêt à prendre les commandes. Lorsque la conduite est autonome – niveau 3 –, c'est la voiture qui devient responsable, le conducteur peut relâcher sa vigilance. Lorsqu'elle est de niveau 4 : il n'y a plus de chauffeur, c'est un robot-taxi. Les voitures chinoises ne sont pas encore au niveau 3. Mais elles promettent un niveau dit 2+, déjà impressionnant. « J'ai conduit pendant deux jours le modèle P7 de XPeng en conduite assistée, c'est incroyable,

## A la foire chinoise de l'auto, on vend surtout des algorithmes

L'HYPERPUISSANCE AUTOMOBILE CHINOISE 2 | 3 Avec des modèles quasi autonomes, dopés à l'IA, le salon de Shanghai marque un nouveau tournant dans la révolution automobile

dingo, témoigne Cyril Drevet, présentateur de l'émission « Turbo » sur M6. Elle s'insère dans le trafic, évite les deux-roues, l'amène d'un point à un autre sans problème. »

Pour que les autres automobilistes repèrent qu'une voiture est en conduite assistée, le gouvernement a défini un standard : une lumière bleue turquoise sur les rétroviseurs. Cette conduite assistée n'est d'ailleurs pas réservée aux modèles les plus onéreux. BYD, qui est une marque accessible, grand public – et numéro un du marché –, propose son système dit « God's Eye », en série sur tous ces modèles, y compris d'entrée de gamme. Car les ventes sont d'abord tirées par les voitures électriques abordables, pas par les plus luxueuses, vedettes du salon.

**C'EST AUTOUR DE LA CONDUITE ASSISTÉE ET DE SES CHANCES DE DEVENIR UN JOUR CONDUITE AUTONOME QUE SE CRISTALLISE L'ATTENTION**

Quant aux robots-taxis, ils sont bien là, encore cantonnés à quelques quartiers tests de cinq villes. Mais les start-up qui les concoivent préparent leur décollage. Au salon, l'une d'elles, Pony AI a présenté trois nouveaux modèles conçus avec Toyota, ainsi qu'avec Saic et GAC, deux constructeurs chinois détenus par l'État. Les lidars, ces radars lasers aussi nombreux que visibles qui servent d'yeux et de cerveau à la voiture, rassemblés dans une sorte de tour sur le toit, seront plus discrètement intégrés dans la carrosserie. Cette nouvelle génération de voitures sans chauffeur – la septième – sera produite en série, ce qui fera baisser leur coût de 70 %, promet la société. James Peng, le PDG de Pony AI, compte passer d'une flotte de 250 robots-

taxis à 50 000 mondialement en 2028. Car il vise bien le marché international, avec un avantage : ses voitures seront de 20 % à 30 % moins chères que celles de Waymo, la filiale d'Alphabet (Google), a-t-il déclaré au salon. L'IA a aussi aidé dans le châssis. C'est à qui présentera les suspensions les plus efficaces – dopées par l'intelligence artificielle pour amortir les trous dans la chaussée et ne pas réveiller le passager en pleine sieste ou en plein film. Ni présente ainsi sur son stand une voiture se déhanchant sur ses suspensions au rythme commandé par l'IA.

## AVION À DÉCOLLAGE VERTICAL

Les puces ultrapuissantes, les radars à 360 degrés sortent des voitures pour équiper robots et drones, qui animent les stands. Chez XPeng, le robot humanoïde qui salue les visiteurs est constamment entouré, tout comme l'aéronef drone, sorti du coffre d'un pick-up futuriste, et prêt à décoller. CATL ou GAC ont aussi conçu leur petit avion à décollage vertical. Quant à BYD, il propose un coffre de toit adaptable à tous ses SUV ou 4 × 4, avec à l'intérieur, un petit drone qui peut, sur commande, suivre la voiture et la filmer.

Dans ce nouvel univers où les voitures sont toujours plus grandes, plus grosses, et plus gourmandes en données, il reste de moins en moins de place pour les marques occidentales ou japonaises. Fini le temps où l'immense parc des expositions avait un hall pour les marques étrangères et un autre pour les chinoises. Aujourd'hui, chaque groupe chinois occupe un hall, laissant, à la marge, une place aux étrangers. Volkswagen, Audi, BMW, Toyota, Mazda ou Ford font encore de la résistance. Toutefois, Volkswagen a fait son deuil de sa place de numéro un en Chine. « Notre objectif est d'être en 2030 la première marque internationale sur les véhicules nouvelle énergie », explique Stefan Mecha, son patron pour la Chine, qu'il a révélé, lors d'une soirée grand spectacle, trois modèles conçus pour le marché local. Les constructeurs occidentaux ne changent pas si facilement leurs habitudes. ■

SOPHIE FAY

Prochain article Wan Gang, père méconnu du miracle automobile chinois

## A Pékin, les centres commerciaux, nouveaux temples de la voiture électrique

IL TOMBE DES HALLEBARDES, vendredi 18 avril à Pékin, et le nouveau toit en verre du Jingxi Joy City, centre commercial aux confins orientaux de la capitale, n'a visiblement pas été bien coté. L'eau goutte jusqu'à l'entrée du magasin Tesla, orné par deux boutiques de vêtements de randonnée. Une femme de ménage fait briller les sièges blancs d'une Model 3 rouge rubis. Les vendeurs sont jeunes. L'un d'eux, arrive en avril, répète, brochures sous l'aisselle, que « Tesla reste la référence dans son domaine ». Sur un mur blanc, on lit : « Posséder une Tesla = avoir une belle vie. » Depuis 2022, en Chine, les fabricants de véhicules électriques, lancés dans une compétition acharnée, misent sur les centres commerciaux pour aller au contact de leur clientèle, laissant la périphérie des villes aux « ancêtres » de la voiture à essence.

Au Jingxi Joy City, sans doute par surplús et prudence, les rivaux chinois de Tesla n'ont pas encore investi dans une boutique « en dur » : ils se partagent l'espace central du centre commercial, une sorte de hall de gare où l'on s'assoit sur une bubble tea avant de gagner les escalators vers les étages dévolus aux vêtements, aux jeux vidéo et aux restaurants. Chaque voiture a droit à sa petite estrade. A son pied, deux fauteuils en feutre, une table basse et un pupitre où se poste le commercial. « Avant, je travaillais dans le leasing d'imprimantes professionnelles japonaises », explique Mei Ulan, 27 ans et originaire de Mongolie-Intérieure. Sa mission est d'at-

tirer les clientes au sortir du magasin Lululemon, marque d'habits pour yoga, vers « sa » voiture, la Onvo L6o, lancée en 2024 par le chinois Nio pour tailler des croupières à la Tesla Model Y. « Deux ans de recharge gratuite, emprunt sur cinq ans sans intérêts, soit 44 000 yuans [5 260 euros] d'économie, tout ça jusqu'au 30 avril, profitez-en ! », récite-t-il. Juste à côté, c'est la L7 de Li Auto, constructeur de la province de Jiangsu. Les sièges massants et les écrans extra-larges de ce SUV en font un véritable home cinéma. Deux enfants s'y prélassent devant un dessin animé. « Ils avaient très envie de tester, mais je garde mon Audi », prévient leur père, un quadragénaire informaticien chez ByteDance (qui n'a pas souhaité donner son nom). Un commercial lui entonne la liste de toutes les aides publiques à l'achat : « Pour en profiter au maximum, il est conseillé de céder sa voiture à essence à un oncle immatriculé dans une autre province. » A bon entendeur...

## Attirer les promeneurs

Ici, les fabricants de téléphones portables ont été remis au sous-sol. Pas d'Apple Store à l'horizon, mais les Honor, Oppo, Redmi, Vivo, Huawei sont bien là. Ce dernier est parvenu à faire entrer une Luxeed 57, sa berline développée avec le constructeur étatique Chery. Dans les grandes artères de la capitale, les centres commerciaux pullulent et chaque enseigne doit y mettre du sien pour attirer les promeneurs.

Au luxueux Oriental Plaza de Wangfujing, souvent décrit comme les Champs-Élysées de Pékin, Xiaomi, fabricant de téléphones, d'objets connectés et, désormais, de voitures électriques, ne présente que son plus beau modèle, sous trois couleurs : la SU7 Ultra, aux sièges baquets et aileron arrière, à 106 000 euros. Au Wuksong Huaxi, l'ambiance est beaucoup plus survolée. Ici, les magasins sont en partie tournés vers l'extérieur et font face à une patinoire en plein air, à un skatepark, à des toboggans géants et à des terrains de basket. Le lieu est, en somme, un parc d'attractions. Habillés en queue-de-pie et distribuant des roses, les vendeurs de voitures Huawei l'ont parfaitement compris.

Retour dans l'ouest de Pékin, où l'ancienne aciérie étatique Shougang est devenue un parc de loisirs tourné vers la réalité augmentée et entouré de résidences huppées. Le site a conservé intacte son architecture industrielle et est présenté par les autorités comme un joyau de rénovation urbaine. Un centre commercial s'y est frayé un chemin au moment des Jeux olympiques d'hiver de 2022. Murs de briques apparentes et nature luxuriante : la thématique a forcé les marques automobiles à revoir leur copie. Plus question pour Li Auto, par exemple, de plagier le minimalisme immaculé de l'Apple Store. Place au camping chic, avec des tentes de coton, des plantes et des paniers en osier entre ses prochains SUV. ■

JORDAN POUILLE (À PÉKIN)