

EM LYON BUSINESS SCHOOL
Programme Grande Ecole

Projet de Fin d'Études

**La Chine est-elle prête pour
l'économie collaborative ?**

Par Handa CHENG

8H, Shanghai

Premier réflexe au réveil, regarder l'indice PM 2.5 du jour : 258, pic de pollution sérieux mais rien d'inhabituel dans la mégapole Chinoise. Prendre le métro serait sans doute la meilleure solution dans une journée pareille. Mais penser au défi qui m'attend sur la ligne 2 un lundi matin me décourage sérieusement. Je décide alors d'utiliser **Haha Pinche**¹, un service de co-voiturage urbain pour rejoindre mon bureau. Par chance, un conducteur a accepté de me prendre en moins de 30 secondes. Je suis bientôt rejoint par un 2^{ème} passager sur le chemin.

12h10

La discussion éternelle sur le « où aller déjeuner » refait surface. Lassé par les restaurants aux alentours avec des plats imbibés de glutamates, j'ai décidé de tester **Mishi**², une nouvelle plateforme mobile qui met en relation les passionnés de cuisine et les gourmands. Mes yeux se sont arrêtés devant « le porc fumé à la sichunnaise » et accompagné d'une galette croquante d'une certaine madame Wang. Je me laisse tenté. Une demi heure plus tard, mon plat arrive encore chaud dans une box en papier recyclable au bureau. Je dévore mon déjeuner en moins de 20 mins et c'est un moi repu et satisfait qui laisse un commentaire sur le profil de madame Wang : « les photos sont trompeuses ! Le porc fumé est bien meilleur en réalité. Un conseil : demandez la sauce en rab, elle est merveilleuse ! ☺ »

17H

Profitant d'une petite pause en fin de journée, je me connecte sur **Xiaozhu**³ pour réserver un appartement pour mon prochain voyage à ChengDu. Ce site considéré comme le Airbnb Chinois est l'un des rares à mettre l'aspect communautaire comme une valeur de pilier et cela se ressent avec les hôtes.

19H

A la sortie du bureau, je me prépare à rentrer en vélib. Je reçois une notification de **renrenkuaidi**⁴ qu'un colis demande à être livré dans le compound où je vis. Etant sur mon trajet, je décide de le prendre – c'est toujours quelques yuan de gagnés- Je n'ai plus qu'à le remettre à mon gardien après l'avoir scanné en guise de preuve de réception.

Fin de journée

¹ <https://www.techinasia.com/intimidated-didi-kuaidi-chinese-carpooling-app-secures-83m-funding/>

² <http://www.avcj.com/avcj/news/2411285/sequoia-leads-usd15m-series-b-for-chinese-food-platform-mishi>

³ <http://www.xiaozhu.com>

⁴ <https://www.techinasia.com/uber-local-deliveries-china-secured-us15-million-tencent/>

L'internet a transformé notre façon d'apprendre, de s'informer, de communiquer mais s'est limité jusqu'à récemment à des échanges virtuels. Avec l'arrivée des réseaux sociaux, l'omniprésence des smartphones et certainement aussi une envie de consommer différemment (qu'elle soit motivée économiquement ou écologiquement), on voit de plus en plus de personnes utiliser internet pour se rencontrer, partager, collaborer dans la vie réelle.



Collaborative Consumption (2010), Rachel Bostman

Ce qu'on appelle communément l'économie collaborative aujourd'hui est surtout le reflet de deux entreprises dans l'opinion publique : Airbnb et Uber. Mais le phénomène se répand désormais dans tous les secteurs de la société : la santé, l'éducation, la finance voire la politique. Dans la planète des startups, il ne passe pas un mois sans qu'une nouvelle plateforme ne se lance pour « disrupter la vieille économie ». Est-ce une nouvelle forme de capitalisme ? La fin du salariat ? Une simple logique d'optimisation des ressources disponibles ? Le retour à un modèle social communautaire ? L'économie collaborative suscite autant l'espoir que des questionnements au vu de l'ampleur et la vitesse à laquelle elle commence à bousculer notre quotidien.

Mais qu'en est-il du phénomène dans un pays où le partage est encore associé aux heures sombres du communisme ? Où Facebook, Twitter ou Youtube sont censurés et remplacés dans l'usage par Weibo, WeChat, QQ, Douban ou Youku, des sites inconnus en France qui attirent pourtant chaque jour les 600 millions d'internautes Chinois⁵ ? Un gouvernement centralisé voit-il d'un bon œil un phénomène prônant la transparence et un fonctionnement décentralisé ?

Tous ces paradoxes sur la Chine ne semble pas à première vue propice à l'économie collaborative : aucune plateforme n'a d'ailleurs vraiment réussi à percer auprès du grand public. Mais le potentiel reste néanmoins énorme : pollution, bulle immobilière, crise du shadow banking ou encore les scandales alimentaires, autant de problèmes qui pourraient trouver des solutions alternatives dans le co-voiturage, financement participatif ou encore d'une agriculture locale et collaborative. Mais changer l'existant n'est pas simple, surtout si l'économie collaborative est considérée seulement comme un phénomène numérique et non comme un nouveau modèle de production et

⁵ <http://www.statista.com/statistics/265146/number-of-mobile-internet-users-in-china/>

social.

La transition d'une Chine maoïste à une économie ultra-libérale a été d'une rapidité étonnante, serait-elle prête pour accueillir l'économie collaborative pour reconstruire la politique de croissance à tout prix et retrouver certaines valeurs qui ont disparu en même temps que les inégalités sociales se sont creusées.

Sommaire

I) C'est quoi l'économie collaborative ?

1) L'origine du mot	7
2) Internet et la naissance des plateformes peer-to-peer.....	8
3) De l'échange de biens à l'échange de culture.....	9
A) Napster, le Robin des Bois de la musique ?	9
B) Open Knowledge ou la fin de la propriété intellectuelle.....	11

II) Pourquoi l'économie collaborative est devenue *mainstream* aujourd'hui

1) Les facteurs sociaux.....	12
2) Les facteurs économiques.....	13
3) Les facteurs technologiques.....	14

III) L'économie collaborative : une solution aux maux chinois ?

1) Un géant de l'internet et des réseaux sociaux.....	17
2) L'économie collaborative au secours des problèmes sociaux en Chine	19
A) Une pollution omniprésente restée impunie.....	19
B) Une bulle immobilière qui est sur le point de s'éclater ?	20
C) Le financement impossible des PMEs en Chine.....	22
D) La psychose chinoise : la sécurité alimentaire.....	22

IV) De la théorie à la réalité

1) La méfiance, un mal chinois ?	24
2) L'usage plutôt que la propriété, la mentalité doit encore évoluer....	25
3) Le 100% en ligne remis à mal en Chine.....	26

V) Historique de l'économie collaborative en Chine

1) Airizu, premier échec retentissant d'une copycat	28
2) La consolidation et l'entrée en scène des BAT : Baidu, Alibaba, Tencent	29

VI) L'économie collaborative en Chine autour de 4 secteurs clés

1) Immobilier : j'irai dormir chez vous, pas encore une réalité.....	30
2) Logistique : le déplacement des hommes et des marchandises révolutionné dans le pays le peuplé du monde.....	34
3) Financement participatif : une alternative aux banques ?.....	43
4) Restauration : quand manger redevient un acte social.....	50

Conclusion.....

53

I) C'est quoi l'économie collaborative ?

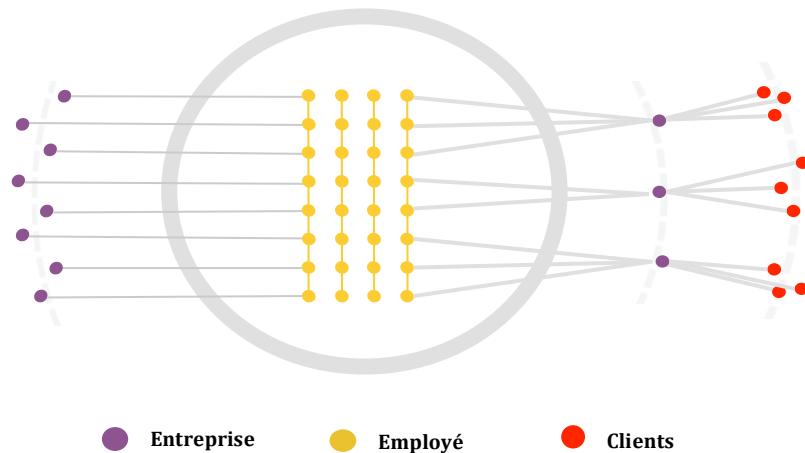
L'économie de partage, l'économie peer-to-peer, la consommation collaborative, l'économie à la demande, l'économie de plateforme, l'abus de langage semble avoir pousser l'emploi de ces termes de manière interchangeable. Ce nouveau modèle désigne les organisations qui utilisent la technologie pour associer directement l'offre et la demande sans passer par les intermédiaires classiques. Cet aspect de désintermédiation est une notion clé de l'économie collaborative mais ne suffit à la définir complètement. D'ailleurs il est difficile de donner une définition exacte car ce modèle économique est en constante évolution et des acteurs qui la composent apparaissent et disparaissent sans cesse. Pour **Rachel Bostman**, auteure du livre « **what's mine is yours** », quelques principes fondamentaux et invariants sont à la base de l'économie collaborative:

- Le cœur du business modèle doit baser sur l'utilisation des ressources existantes pour ensuite les redistribuer auprès d'autres utilisateurs
- L'entreprise ou l'organisme doit inclure dans ses principes et ses décisions stratégiques la notion de transparence, d'authenticité et d'humanité
- Faciliter l'accès aux biens et aux services au sein de la communauté car la propriété n'est plus nécessaire
- Crée une plate-forme décentralisée et horizontale pour diffuser un sentiment d'appartenance, de responsabilité collective et d'avantages mutuels

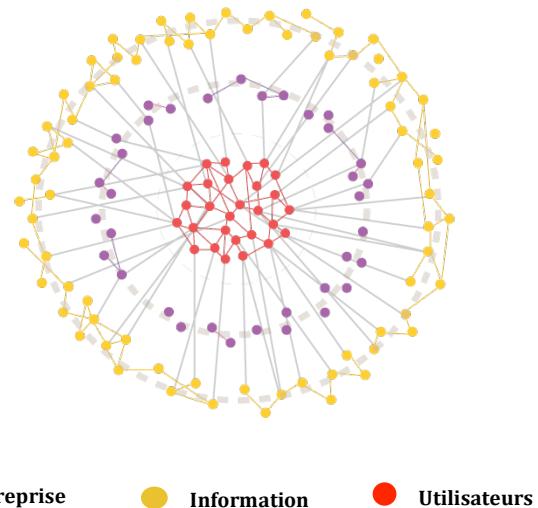
Ces 4 piliers de l'économie collaborative semblent en théorie répondre aux défis majeurs de la société actuelle tels que: la consommation de masse, les problèmes environnementaux ou encore la virtualisation des relations sociales. Mais appliqués dans la réalité, peu d'entreprises dites « collaboratives » aujourd'hui peuvent se targuer de remplir tous les critères.

Malgré ses imperfections ou les dérives qui en découlent, comme le débat sur les taxes sur les revenus, le statut de l'emploi voire les bénéfices réels sur l'économie locale, l'impact de l'économie collaborative est réelle dans notre vie quotidienne et a déjà dépassé la simple sphère économique. Comment en est-on arrivé à cela ? Est-ce qu'un corollaire de la démocratisation de la technologie ou d'un constat économique qui nous force à partager davantage et acheter moins ?

SYSTÈME CENTRALISÉ



SYSTÈME DÉCENTRALISÉ



1) L'origine du mot

Le terme – consommation collaborative - a été pour la première fois mentionné en 1978 par Marcus Felson et Joe L. Spaeth⁶, 2 professeurs de sociologie de l'université de Michigan dans un article consacré au co-voiturage et définissaient le phénomène comme étant «les événements dans lesquels une ou plusieurs personnes consomment des biens ou des services économiques dans un processus qui consiste à se livrer à des activités communes ». La description utilisée correspond davantage à l'idée du troc ou de l'entraide entre proches. L'invention du world wide web en 1990 comme nouveau moyen de communication va donner une nouvelle dimension à ce phénomène.

⁶ "Community Structure and Collaborative Consumption: A routine activity approach" publié en 1978 dans « the American Behavioral Scientist »

2) Internet et la naissance des plateformes peer-to-peer

Les années 1990 annoncent le début de la dématérialisation des données et de la démocratisation des emails. Pour la première fois, les informations peuvent être publiées et disponibles en direct à tous ceux qui sont connectés à un réseau, quelque soit leur emplacement. Le potentiel de l'internet comme vitrine d'exposition universelle a suscité rapidement un engouement parmi nombreux entrepreneurs opportunistes.

Ebay fût l'une des innombrables places de marché en ligne lancées à cette période. D'abord comme un simple site personnel du fondateur Pierre Omidyar, le système de vente aux enchères des biens entre particuliers a cependant rapidement enregistré une croissance exponentielle avec plus de 250 000 enchères effectuées dès 1996. Un tel chiffre a pu être atteint en moins d'un an car pour la première fois dans l'histoire, il est possible de réaliser des transactions de biens physiques de manière instantanée et quel que soit l'endroit où l'on se trouve. Il est à noter que CraigList, le site des petites annonces pour particuliers, est apparu quasi au même moment (1995) et que les 2 sites sont toujours parmi les 100 sites les plus visités au monde, un vrai miracle à l'ère digitale.



Page d'accueil d'Ebay en 1995

Si l'évocation de Ebay et CraigList semblent peu évident dans un chapitre consacré à l'économie collaborative, il s'agit pourtant des mêmes principes qu'on a gardé pour Airbnb, TaskRabbit et les autres. C'est-à-dire ce concept de plateforme décentralisée qui met en relation directement les membres particuliers de la communauté. Airbnb a d'ailleurs commencé par poster ses annonces sur CraigList afin d'attirer du trafic. Le système de notation par pairs ou encore l'affichage de l'historique de transaction introduits par Ebay restent aujourd'hui d'actualité pour créer un espace de confiance.

3) De l'échange de biens à l'échange de culture: le vrai début du phénomène collaboratif

Le collective **OuiShare** est un think tank qui prône une société collaborative à tout niveau et organisateur de **OuiShare Fest** à Paris depuis 2013. La définition qu'elle donne à l'économie collaborative regroupe un ensemble de phénomènes constitués par la somme des développements suivants⁷ :

- **La consommation collaborative** qui prône la location, l'échange ou la donation plutôt que l'achat et privilégie la notion de l'accès et l'usage plutôt que la propriété
- **le crowdfunding et prêt peer-to-peer** facilitent la circulation des capitaux entre individus et libèrent la monnaie des institutions financières pour faciliter l'entrepreneuriat, l'innovation et les créations artistiques
- Le mouvement **des makers et des fablabs** qui s'inscrit dans une démarche de « Do It Yourself » et de partage de connaissances et des infrastructures
- **La gouvernance horizontale et la démocratie participative** qui redonne la voix aux citoyens et rapprocher ceux qui gouvernent et les gouvernés
- **La connaissance libre** qui doit garantir un accès libre et gratuit à la culture, à la science et aux données d'utilité publique

Cette segmentation, à la différence des concepts de théories de Botsman, nous donne une vision pragmatique sur l'étendue des champs d'application de l'économie collaborative.

Dans l'histoire de l'économie collaborative, le vrai virage a eu lieu fin des années 90 avec l'explosion des contenus numériques disponibles sur internet et notamment concernant la culture. Des textes, des images, des vidéos ou encore des sons sont désormais accessibles à bout de clics et à la portée de millions de personnes, à condition de payer le prix pour respecter le droit d'auteur. 2 jeunes de 18 ans vont pourtant remettre en cause la façon d'accéder à la musique en ligne.

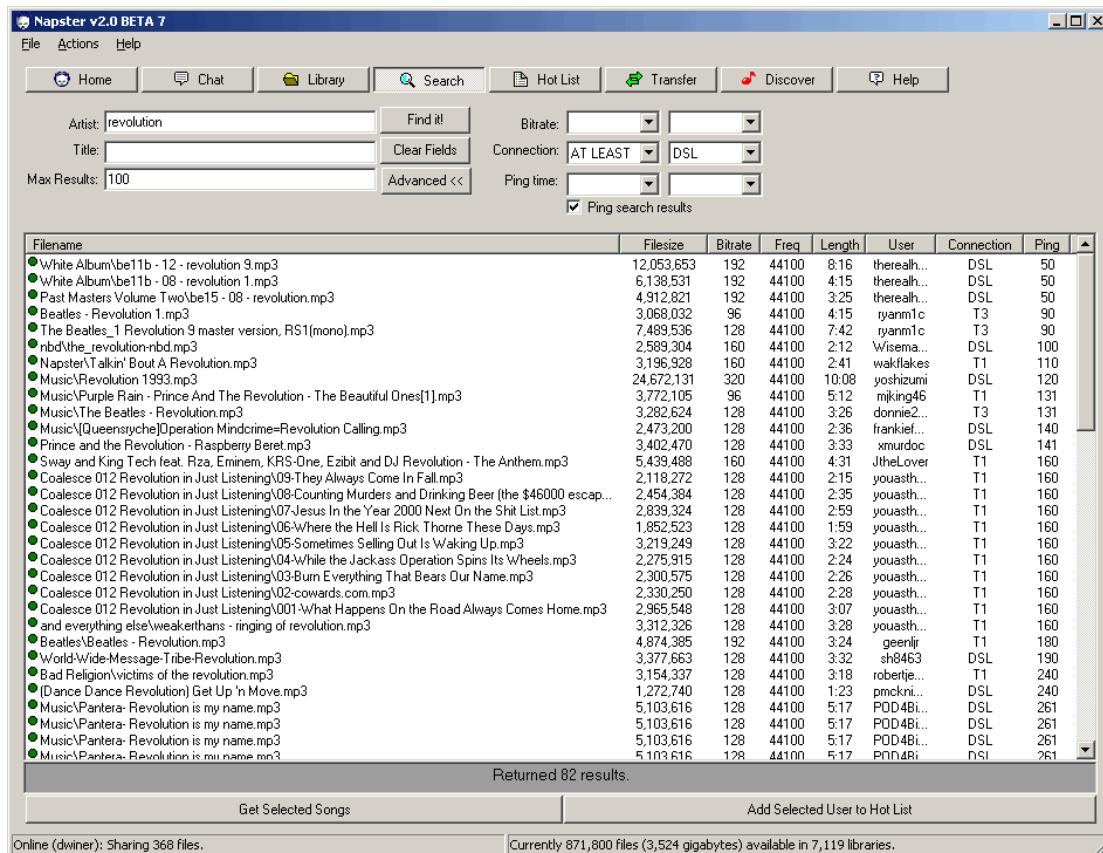
A) Napster, le Robin des Bois de la musique ?

En 1999, Sean Parker et Shawn Fanning – le premier n'a jamais été à l'université et le deuxième l'abandonne à bout d'un an – lancent Napster, un logiciel qui permettait aux internautes de partager facilement leur fichiers MP3 grâce au protocole P2P. Ce qui voulait dire qu'il n'y avait pas un serveur qui centralisait les fichiers MP3. A la place, il y avait une multitude de serveurs locaux qui ne sont autres que les ordinateurs personnels des utilisateurs. Chaque personne était ainsi à la fois receveur et serveur du fichier, d'où le nom peer-to-peer. La valeur marginale de la communauté ne fait qu'accroître au fut et à mesure que

⁷ http://ouishare.net/en/about/collaborative_economy

Napster s'agrandit puisque le débit de téléchargement dépend du nombre d'utilisateur connecté au même fichier. On arrive alors dans une sorte de « cercle vertueux » où l'augmentation du nombre d'utilisateur agrandissait la valeur de Napster.

Aussi révolutionnaire soit-il, le service restait néanmoins illégal car le partage de MP3 se faisait dans la liberté la plus totale. En à peine 1 an, le service a pu attirer plus 25 millions d'utilisateurs dans le monde, un record à ce époque (2001).⁸ Mais ce succès (trop) rapide a paradoxalement précipité la chute de Napster. L'industrie musicale américaine ainsi que les artistes se sont mobilisés pour lutter contre le piratage de masse. La défense de Napster derrière le protocole P2P n'a pas tenu. Après 2 ans de bataille judiciaire, le service est fermé fin 2001 et Napster sera racheté quelques mois plus tard par le groupe de média allemand Bertelsmann pour 85M\$: les 2 jeunes co-fondateurs ont réussi à devenir millionnaires sur le dos des artistes.



Interface de Napster sur Windows

Une plateforme d'échange de fichiers peer-to-peer comme Napster est assimilable sur de nombreux points aux principes d'une économie collaborative : un serveur décentralisé, les utilisateurs sont à la fois émetteur et récepteur de fichier, réutilisation des ressources déjà disponibles... Mais la fin de Napster était cependant inévitable : une plateforme qui privilégie les utilisateurs au détriment des producteurs de contenus n'est pas viable à long terme. Mais que se passerait

⁸ <https://en.wikipedia.org/wiki/Napster>

si la propriété intellectuelle n'existe plus ?

B) Open Knowledge ou la fin de la propriété intellectuelle

« La propriété, c'est le vol », déclarait Pierre Joseph Proudhon en 1840 pour contester les principes sur le droit d'auteur et de manière plus générale sur la commercialisation de l'art. De nos jours, le débat sur le brevet⁹, notamment dans des domaines à fort enjeu humain comme l'agroalimentaire et la médecine, est relancé. Est-ce que le brevet est un moyen d'incitation à l'innovation ou constitue au contraire un frein. Dans une ère numérique où l'accès aux connaissances n'est plus une question technique mais de permission, certains commencent à proposer une alternative (cette fois-ci) légale aux droits de propriété intellectuelle existants, jugés trop restrictifs.

Creative Commons est une organisation à but non lucratif qui prône une vision plus libre et ouverte de la propriété intellectuelle. Lancée en 2001 par Lawrence Lessig, juriste américain et ex-candidat à la présidentielle 2016 dans le camp démocrate, l'organisation est à l'origine de plusieurs licences, connues sous le nom de « licences Creative Commons »¹⁰ dont l'utilisation la plus notable est sans doute l'encyclopédie en ligne Wikipédia. Les licences Creative Commons ne visent pas à supprimer les droits d'auteur mais donnent un champ plus large à l'utilisation de l'œuvre originale et de manière gratuite. Ainsi les utilisateurs qui veulent reprendre l'œuvre originale sont complètement libres s'ils respectent certaines règles prédefinies par l'auteur : citer l'auteur, possibilité ou non d'utilisation commerciale, l'option de modification etc... Sur Wikipédia, le travail collaboratif et autorégulé permet la création de milliers d'articles en temps réel en s'appuyant sur la connaissance des experts mais aussi des étudiants, des professionnels, des retraités... Ce mode de fonctionnement unique a permis Wikipédia d'atteindre une exhaustivité inégalée, traduite dans une centaine de langues et devenir accessoirement le 6^{ème} site le plus visité au monde.

Napster, Wikipédia ou d'autres projets dans le sillage des logiciels open source comme Linux sont d'autant de démarches pour des raisons différentes et à des époques différentes mais qui ont un point commun dans leur mode de fonctionnement : les utilisateurs sont aussi les contributeurs et la valeur de leur création s'accroît au fur et à mesure que leur communauté s'agrandit. Connaître l'histoire de ces plateformes est importante pour la compréhension de l'économie collaborative aujourd'hui car les principes fondateurs sont restés les mêmes mais vont peu à peu s'appliquer au monde physique. Pour reprendre Rachel Bostman, les gens veulent « **se servir de l'internet pour se débarrasser de l'internet** »¹¹

⁹ <http://www.contrepoints.org/2014/08/08/176297-les-brevets-un-mal-necessaire>

¹⁰ https://fr.wikipedia.org/wiki/Creative_Commons

¹¹ Texte d'origine : « Using the internet to get off the internet »

II) Pourquoi l'économie collaborative est devenue *mainstream* aujourd'hui ?

Ray Algar, consultant du cabinet Oxgen Consulting a repris le terme de consommation collaborative en 2007 dans une tribune¹² lorsqu'il constate le succès de Craigslist, Ebay, TripAdvisor ou Wikipedia et l'influence de la communauté sur les comportements d'achat. Il prend l'exemple du prix fixe imposé aux consommateurs avant que ces réseaux existent : les consommateurs étaient mal informés et subissaient les conséquences d'une asymétrie d'information en leur défaveur. Mais avec l'explosion des marketplaces CtoC et des sites d'avis début années 2000, les informations étaient devenues abondantes et facilement disponibles. Les consommateurs sont dans un meilleur rapport de force face aux choix disponibles et deviennent plus exigeants.

Cette évolution s'inscrit dans la mouvance du « crowd power » qui caractérise le web 2.0 depuis le milieu des années 2000. Internet est devenu un espace d'expression, de création et de partage. L'apparition des plateformes de l'économie collaborative n'est finalement que la suite logique de ces échanges dans le monde physique. Mais les causes sont loin d'être simplement technologiques pour justifier le succès des entreprises comme Airbnb et Uber. On peut en effet les classer en 3 catégories :

1) Les facteurs sociaux qui ont changé nos rapports d'interaction et notre rapport à la propriété

- **L'urbanisation:** l'économie collaborative se base sur une communauté physique et prône une économie locale. La concentration de la population et une bonne infrastructure logistique facilitent les interactions entre les membres. Le taux d'urbanisation mondial a pour la première fois dépassé le ratio de 50% en 2007 avec l'émergence de nouvelles mégapoles dans les pays émergents comme Chongqing ou Nairobi.
- **La conscience environnementale :** un des principes fondamentaux de l'économie collaborative est l'optimisation de l'utilisation des ressources existantes, ceci par opposition à une consommation de masse et de l'obsolescence programmée. Bien que le mouvement pour un mode de production et de consommation plus responsable ne soit plus un thème nouveau depuis les années 70, les discours sur une éventuelle crise écologique sont de plus en plus médiatisés. Mais l'écologie a longtemps souffert d'un manque de réalisme sur plan économique pour s'imposer auprès du grand public. Les plateformes collaboratives, comme le covoiturage par exemple, permettent à chacun d'agir à l'échelle personnelle par des petites actions pragmatiques mais surtout économiquement rentable. Les pays comme l'Inde et la Chine peuvent particulièrement en bénéficier car les 2 pays les plus peuplés au monde sont aussi ceux qui sont les plus touchés sur le plan environnemental et

¹² <http://www.oxygen-consulting.co.uk/insights/collaborative-consumption/>

sanitaire : New Dehli et Pékin figurent régulièrement au classement des capitales les plus polluées au monde.

- **Online to Offline:** Après la décennie des réseaux sociaux, on rentre désormais dans celle de l'Internet Des Objets. Voiture, lunettes, maison, tout ou presque sera connecté dans un horizon proche. La réalité virtuelle et l'intelligence artificielle ne feront qu'accélérer ce phénomène de hyper-connectivité. Paradoxalement, les rapports sociaux ont tendance à devenir plus superficielle, les échanges sont devenus éphémères. L'économie collaborative, comme le mouvement des makers, veulent redonner un sens aux interactions humaines au delà des émoticones, des hashtag et de l'information de masse.

2) Les facteurs économiques qui permettent aux plateformes collaboratives d'être financièrement intéressants pour les utilisateurs

- **La crise financière et de l'emploi:** les comportements d'achat d'un point de vue macro sont conditionnés par la situation économique. Les Trente Glorieuses sont caractérisées par une consommation de masse en Europe qui contrastait avec les décennies de guerre et de carence qui ont précédé. On s'est depuis habitué à ce confort matériel qui nous pousse à acheter, renouveler des biens de consommation toujours plus nombreux, avec des cycles de vie toujours plus court au fur et à mesure que l'avancée de la technologie s'accélère. Mais depuis 30 ans, l'économie occidentale est ponctuée par différentes crises économiques dont la dernière remontait en 2008 avec la crise de subprimes. Ce n'est sans doute pas un hasard que les plateformes collaboratives ont commencé à pousser à cette date précise : Airbnb (2008) Uber (2009), et surtout **la ruche qui dit oui** (2010) pour n'en citer que quelques unes proposent une autre manière de consommer et de gagner de l'argent. La baisse du pouvoir d'achat pèse désormais sur les décisions de consommations et une alternative qui nous permet de monétiser nos ressources disponibles tout en profitant l'accès à des biens et de services devient l'argument principal de la consommation collaborative. Une perceuse est utilisée en moyenne que 12 minutes par an, pourquoi en acheter une nouvelle lorsque je peux l'emprunter à mon voisin ?¹³
- **L'abondance des capitaux:** L'expansion rapide de l'économie collaborative ne doit pas faire oublier une chose : une très grande majorité des entreprises créées sont à but lucratif et 99% d'entre-elles sont financées par les fonds d'investissement¹⁴. L'emballage autour du phénomène est comparable à celui du e-commerce à la fin des années 90 avant que la bulle internet éclate en 2001. En effet, plus de 23 milliards de fonds ont été levés depuis 2000, l'année où **Zipcar**, l'ancêtre de l'auto-

¹³ « The currency of the new economy is trust », Ted by Rachel Bostman

¹⁴ Jeremiah Owyang, fondateur de Crowd Companies, lors d'un discours à OuiShare Fest 2015 à Paris

partage fût lancé aux Etats-Unis.¹⁵ Les mouvements financiers semblent s'accélérer ces dernières années avec pas moins 11 entreprises de l'économie collaborative qui ont rejoint le cercle fermé des **Unicorns**, ces startups non cotées avec une valorisation supérieure à 1Md\$.¹⁶ Blablacar en est le dernier représentant, après une nouvelle levée de fonds de \$160M annoncée en septembre 2015, ce qui porte sa nouvelle valorisation à 1,2Md\$. Cet afflux massif de capitaux entraîne la naissance de plateformes en tout genre, parfois complètement inutiles et d'autres qui s'affrontent à coup de milliards pour avoir le monopole du marché.

3) Les facteurs technologiques au cœur des changements d'usages

- **Les réseaux sociaux:** La confiance est la pierre angulaire de l'économie collaborative. Louer son appartement ou partager un bout de trajet avec des inconnus n'est pas chose acquise, surtout lorsque notre espace privé et des biens de valeur sont en jeu. Dans la majorité des cas, l'entreprise peut effectivement jouer un rôle de garant en procédant à des vérifications d'identité hors ligne ou encore proposer des assurances pour couvrir les risques. Mais au bout du compte, créer un environnement de confiance est nécessaire avant toute transaction. L'omniprésence des réseaux sociaux et l'e-réputation associée à chacun ont sans doute facilité cette tâche. A l'image de Airbnb, la plupart des plateformes de partage proposent une page de profil où chaque membre peut rajouter des informations plus ou moins détaillées: biographie, commentaires des autres membres, activités sur d'autres plateformes sociales.
- **Système de paiement:** Le paiement en ligne a été pendant longtemps un frein au e-commerce avec un processus compliqué, des cartes frauduleuses, un coût de gestion élevé. Payer en ligne est devenu aujourd'hui un geste naturel avec des étapes simplifiées à l'extrême tout en garantissant une sécurité suffisante. Les pionniers de paiement électronique comme PayPal ou AliPay ont réussi à supplanter les banques et les compagnies de crédit dans la bataille aux comptes clients. D'autres acteurs ont émergé depuis quelques années en proposant des solutions plus ciblées et surtout facile à mettre en place pour les entreprises grâce aux **API**, qui permet d'intégrer le service d'un partie tierce en copiant quelques lignes de codes sans avoir à tout redévelopper. **Stripe** (pour les paiements mobiles), **Square** (pour les petites commerçants) ou **GoCardless** (pour les paiements par virement bancaire) sont justes quelques exemples de la FinTech qui rendent le paiement encore plus intuitif, moins cher et facile à intégrer pour tout type de business.

¹⁵ https://docs.google.com/spreadsheets/d/12xTPJNvdOZVzERueyA-dILGTTtL_KWKTbmj6Ry0g9XXs/edit?pli=1#gid=253059398

¹⁶ <http://www.web-strategist.com/blog/2015/06/04/the-collaborative-sharing-economy-has-created-17-billion-dollar-companies-and-10-unicorns/>

Built for developers

Robust, clean APIs that let you focus on building great products.

```

curl
Ruby
Python
PHP
Java
Node
Go
  1 curl https://api.stripe.com/v1/charges \
  2   -u sk_test_BQokikJ0vBiI2HlWgH4olfQ2: \
  3   -d amount=400 \
  4   -d currency=usd \
  5   -d "description=Charge for test@example.com" \
  6   -d "source[object]=card" \
  7   -d "source[number]=4242424242424242" \
  8   -d "source[exp_month]=12" \
  9   -d "source[exp_year]=2016" \
 10  -d "source[cvc]=123"

```

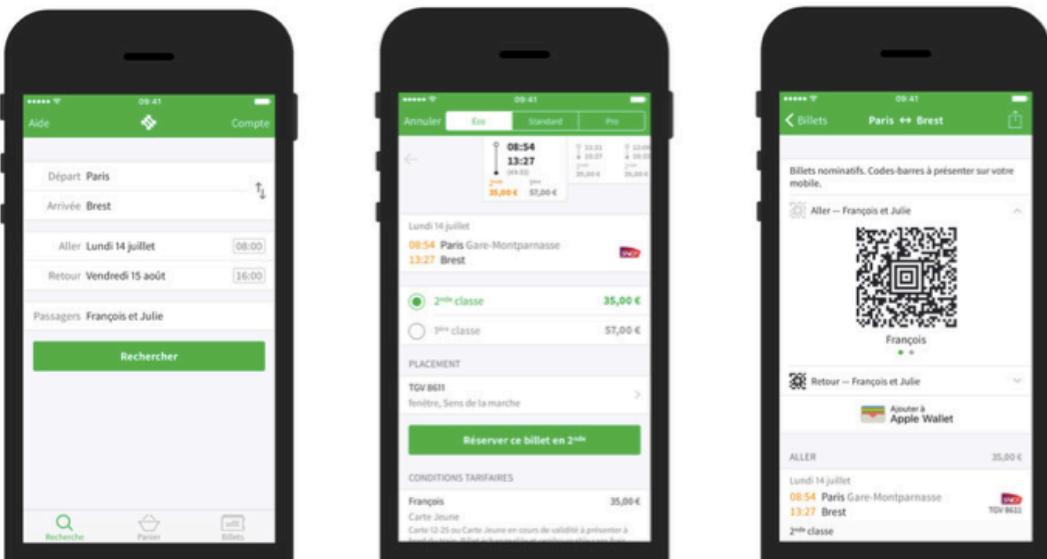
These actually work—try running them directly in your terminal.

Système d'API pour Stripe

Recherchez tous vos trajets en France et en Europe.

Achetez vos billets au meilleur prix.

Retrouvez vos billets sur votre mobile.



3 clics pour payer sur Captain Train

- Mobile:** Uber est depuis le 4 décembre 2015 officiellement valorisé à 62,5Mds\$¹⁷ après une nouvelle levée de fonds de 2,1Mds\$ pour accélérer sa croissance en Chine et en Inde. Ce chiffre impressionnant paraît d'autant plus astronomique que pour un utilisateur lambda, Uber est « juste » une application de taxi. Sauf que le mobile est devenu le centre névralgique de notre quotidien. Avec le développement des réseaux 4G et

¹⁷ <http://timesofindia.indiatimes.com/tech/tech-news/Uber-aims-to-raise-2-1-billion-to-fund-India-China-expansion/articleshow/50044972.cms>

la baisse des prix appareil, devenus de véritables mini-ordinateurs, l'adoption des smartphones est devenue mondiale. C'est d'ailleurs dans les pays émergents que l'usage est encore plus accentué : le M-Pesa, un système de paiement sur mobile, a remplacé les comptes bancaires au Kenya ; en Chine, il est possible d'accéder à un nombre incroyable de service directement sur **WeChat**, une application de messagerie instantanée.

Qu'ils soient sociaux, économiques ou technologiques, ces différents facteurs traduisent une tendance de fond et ont vocation à être universelle. L'économie collaborative a vu son modèle repris, transformé et adapté à la culture et à la politique des différents pays. Si les Etats-Unis ont été pionnier dans ce domaine et ont donné naissance à quelques noms les plus connus de cette nouvelle économie, c'est souvent dans les pays émergents qu'on pourrait y trouver des champs d'application encore plus large et aux impacts plus importants. Avec son statut de nouvelle puissance mondiale et son rapport compliqué avec l'Internet, la Chine est devenu un des laboratoires les plus intéressants pour des innovations de tout type. Si l'image du « Made in China » est longtemps associée à de la mauvaise qualité ou de simples copies, une nouvelle génération tente de répondre aux défis politiques, sociaux et environnementaux du pays par des initiatives originales. Et si l'économie collaborative était la solution ?

III) L'économie collaborative : une solution aux maux chinois ?

L'économie collaborative est un concept aussi innovant que familier dans cette Chine encore sous le règne de Mao il y a à peine de 40 ans. A cette époque, la notion de la propriété -matérielle ou immatérielle- n'existe pas dans ce pays miné par les guerres successives et la révolution culturelle. Le partage était alors érigé comme une vertu socialiste, mais qui répondait surtout à une nécessité économique. 40 ans plus tard, le communisme semble bien loin pour une bonne partie de la classe moyenne dans leur vie quotidienne, plus soucieuse pour leur situation financière qu'aux élections du parti : parler politique reste de tout façon un sujet délicat et peu de leviers d'action sont disponibles pour les citoyens lambda.

Mais si l'Etat maintient toujours une main de fer sur la diffusion de l'information, la censure ne peut jamais être totale dans un pays qui compte plus de 600 millions d'internautes. Ainsi, bien que le patriotisme n'ait jamais été aussi fort dans une Chine revenue au premier plan sur la scène internationale, la politique de la « société harmonieuse », souhaitée par les dirigeants successifs du parti, s'avère plus compliquée. Les faits de corruption, pollution, scandales immobiliers et alimentaires sont relayés quotidiennement sur les réseaux sociaux chinois. A cette colère s'ajoute un sentiment d'impuissance de classe défavorisée face à l'immobilisme de l'Etat. Dans ce contexte, l'économie collaborative qui prône les principes d'un partage de ressources disponibles, de transparence et de décentralisation pourrait-il trouver un écho en Chine ? La réponse à cette question sera de l'ordre économique et politique mais avant tout social.

1) Un géant de l'internet et des réseaux sociaux

La démocratisation des réseaux sociaux et le passage progressif de l'ordinateur de bureau au mobile ont été des éléments clés dans l'émergence de l'économie collaborative. Ces changements traduisent surtout l'ubiquité de l'internet aujourd'hui et du désir des utilisateurs à avoir tout, tout de suite et partout. Malgré un taux de pénétration encore faible (49%), la Chine est incontestablement un poids lourd de l'internet mondial : 668M d'internautes dont 594M de mobinautes¹⁸, 3 des 10 réseaux sociaux ou d'application de messagerie les plus utilisés sont chinois¹⁹ (QQ, Qzone et WeChat). Le rôle des BAT (Baidu, Alibaba et Tencent, considérés comme l'équivalent des GAFA chinois) dans l'éducation et la démocratisation des usages numériques en Chine a été incontestable.

- **Alibaba** (e-commerce, paiement électronique, logistique²⁰)
Alibaba (et sa filiale BtoC Taobao) est probablement l'entreprise ayant eu le plus d'impact économique pour d'innombrables entrepreneurs en Chine depuis sa création en 1999. La logistique, le système de paiement,

¹⁸ <http://wearesocial.net/tag/china/>

¹⁹ <http://www.frenchweb.fr/2-des-3-reseaux-sociaux-les-plus-utilises-dans-le-monde-sont-chinois/180797>

²⁰ Activités historiques seulement, les BAT sont présentes dans quasiment tous les domaines aujourd'hui par le biais de différents rachats et investissements

les solutions de marketing et de messagerie... Alibaba a presque bâtit à lui seul un écosystème complet pour rendre le e-commerce simple, accessible et sûr pour des millions de vendeurs et de consommateurs. Le défi semblait pourtant insurmontable dans un pays grand comme 14 fois la France et où une majorité des transactions se font toujours en espèces.

- **Tencent (réseaux sociaux, online gaming)**
QQ (MSN²¹), Qzone (Facebook) et Wechat (Whatsapp)²², les 3 réseaux sociaux les plus utilisés en Chine sont tous issus de Tencent. Depuis plus de 15 ans, l'entreprise originaire de Shenzhen a connu une croissance incroyable à l'image de cette ville au sud de la Chine. Dans un marché extrêmement concurrentiel que celui des réseaux sociaux, Tencent a su évoluer et s'adapter aux nouveaux usages des internautes Chinois. L'entreprise capture aujourd'hui une grande partie du temps passé en ligne des internautes Chinois et peut se targuer de s'asseoir sur une base d'utilisateurs précieuse et jeune: 88% de ses utilisateurs ont moins de 35 ans²³
- **Baidu (moteur de recherche, contenus, P2P)**
Souvent considéré comme le « Google chinois », Baidu a pourtant gagné sa première bataille dans les années 2000 contre le géant américain en proposant des liens de téléchargement de musique... illégaux. Baidu est aujourd'hui le moteur de recherche de référence en Chine et une plateforme majeure pour les contenus multimédias en ligne.



Au delà des acteurs majeurs qui ont aidé à éduquer le marché, l'écosystème des startups est aussi en pleine mutation. Des clusters d'innovation comme Pékin ou Shenzhen (considéré comme la Silicon Valley du hardware) se développent rapidement. Longtemps cantonnés aux copies, les entrepreneurs chinois puisent aujourd'hui l'inspiration dans la culture copycat ou *shanzhai* (learn & copy &

²¹ Entre parenthèses, les équivalents occidentaux, même si les fonctionnalités sont souvent très différentes.

²² Les « équivalents » occidentaux, avec des fonctionnalités cependant très différentes

²³ <http://chinaskinny.com/blog/wechat-infograph-2015>

iterate) au service de l'innovation.

2) L'économie collaborative au secours des problèmes sociaux en Chine

Les années folles de l'économie chinoise ont permis à la Chine de se hisser au plus haut de la hiérarchie mondiale et à l'émergence d'une classe moyenne au pouvoir d'achat conséquent. Mais l'opinion publique est aussi de plus en plus réceptive à l'idée d'un développement plus soutenable et plus juste car les conséquences désastreuses d'une économie non maîtrisée commencent à devenir une réalité et qui va au-delà du clivage de classes sociales.

A) Une pollution omniprésente restée impunie

Dans les métropoles chinoises, il est d'usage de regarder l'indice PM 2.5 chaque matin comme si on consultait la météo du jour. Cet indice mesure le taux de particules fines dans l'air pour indiquer la qualité de l'air à un instant t. Pékin est tristement connu pour un air particulièrement pollué. Le développement industriel des 30 dernières années s'est fait sans aucune considération écologique : pollution d'air, désertification, urbanisation sauvage, pollution de cours d'eaux... Malgré les investissements massifs des autorités dans les énergies renouvelables, le charbon reste l'énergie principale du pays et de nombreuses entreprises d'Etat ou privées polluantes restent impunies. Les quelques coups d'éclat de l'autorité pékinoise lors des événements majeurs (JO, sommet APEC, défilé de la fête nationale) pour obtenir un semblant de ciel bleu grâce à la fermeture temporaire (et forcée) des usines ne laissent personne dupe.²⁴

La prise de conscience de la population est réelle, et cela passe comme souvent par les images et vidéos sur internet. « **Under the Dome** »,²⁵ est un documentaire qui relate les causes et conséquences de la pollution en Chine. Réalisée par **Chai Jing**, ancienne présentatrice vedette de la chaîne publique CCTV, le documentaire est mis en ligne le 29 février 2015 et est devenu la vidéo la plus virale en 2015 avec plus de 200 millions de vues sur les réseaux sociaux en à peine 3 jours avant d'être censurée par les autorités.²⁶ On y apprend notamment que la pollution d'air dans la capitale chinoise est due en grande partie aux émissions de charbon non traitées dans la province limitrophe et du gaz d'échappement des voitures.

²⁴ https://en.wikipedia.org/wiki/APEC_blue

²⁵ <https://www.youtube.com/watch?v=ZS9qSjflwck>

²⁶ <http://www.theguardian.com/film/2015/mar/09/chinese-pollution-documentary-under-the-dome-taken-offline-government>



Avant et après au stade « nid d'oiseau » à Beijing en 2015

Et si le co-voiturage...

Si les solutions pour lutter contre la pollution s'inscrivent dans une volonté politique et économique à moyen-long terme, car de nombreuses industries polluantes emploient encore jusqu'à 20% de la population active dans certaines régions. Des efforts à titre individuel peuvent déjà être bénéfiques s'ils sont encouragés par les autorités.

Par exemple : le parc automobile chinois croît à un rythme de 10%²⁷ malgré les mesures de l'Etat (circulation alternée, limitation sur l'émission des plaques d'immatriculation, ventes aux enchères des plaques) pour dissuader les acheteurs afin de limiter une congestion routière qui cause déjà des bouchons monstres à Pékin.²⁸

Le co-voiturage pourrait être non seulement une réponse possible à la pollution mais surtout une solution logistique dans le pays le peuplé au monde. Prenons un cas d'étude : durant le Nouvel An chinois cette année, plus de 250 millions de personnes ont pris la route pour rejoindre leur famille,²⁹ soit tout simplement le plus grand déplacement humain au monde enregistré dans un laps de temps aussi court. Les tickets de transports sont rapidement pris d'assaut comme chaque année à cette période. Un système de co-voiturage fiable serait à la fois une solution économique pour les travailleurs migrants, logistique pour les entreprises de transport et écologique pour tout le monde.

B) Une bulle immobilière qui est sur le point de s'éclater ?

La transition démographique est une étape nécessaire dans l'histoire de développement d'un pays vers une économie émergente. Dans le cas de la Chine, cela s'est traduit par le déplacement centaines de millions de ruraux qui ont quitté leur terre natale pour rejoindre les grandes métropoles chinoises. Le rêve de beaucoup d'entre eux est de pouvoir s'acheter un appartement en ville qui leur permet de mettre la main sur le « **hukou** », le permis de résident chinois

²⁷ <http://www.lefigaro.fr/societes/2014/04/21/20005-20140421ARTFIG00029-la-chine-eldorado-de-l-automobile.php>

²⁸ <http://www.thejakartapost.com/news/2015/08/27/beijing-has-worst-traffic-congestion-china.html>

²⁹ <http://bigbrowser.blog.lemonde.fr/2015/02/18/plus-de-3-millions-de-deplacements-pour-le-nouvel-an-chinois/>

obligatoire qui donne accès à un ensemble de services publics comme l'éducation, la santé de l'aide à l'emploi. Les permis de Pékin, Shanghai ou d'autres grandes villes sont naturellement parmi les plus convoitées. Mais le prix de l'immobilier a littéralement explosé³⁰ depuis les années 2000 : entre spéculations immobilières de riches Chinois et la complicité des collectivités locales avec les promoteurs pour gonfler les chiffres de croissance (l'industrie immobilière représente 16% à 25% du PIB chinois en 2014). Mais depuis 2 ans, le marché envoie des signaux inquiétant dû à un ralentissement économique et une volonté du gouvernement à endiguer l'envolée des prix et la gronde sociale. En effet, outre les scandales d'expropriations forcées à répétition, de corruption des officiels locaux, le pays connaît un paradoxe grandissant entre d'un côté des chantiers abandonnés et où un appartement sur 5 serait vide³¹, en particulier dans les villes moyennes. Au même moment, la classe moyenne est dans l'incapacité d'acheter, le ratio prix-revenu des ménages en Chine pour l'achat d'un immobilier est parmi les plus élevés au monde³²



Réplique de Paris près de Hangzhou. Le quartier est devenu une « ville fantôme » à cause de nombreux logements invendus.

Et si le partage des biens immobiliers...

La Chine connaît un déséquilibre-prix entre l'offre et la demande sur l'immobilier que le marché est en train de corriger. Mais des millions d'immeubles, de centres commerciaux vides sont un fait et ne vont pas être résorbés aussi vite d'autant plus que l'économie commence à s'essouffler. Des plateformes de mise en relation devraient être envisagées pour optimiser l'utilisation de ces espaces que ce soit à des usages commerciaux (espaces de co-

³⁰ <http://www.economist.com/blogs/dailychart/2011/11/global-house-prices>

³¹ http://www.lesechos.fr/12/06/2014/lesechos.fr/0203559186475_cette-nuit-en-asie---en-chine--plus-d-un-appartement-sur-cinq-est-vide.htm?texte=itsunori%20onodera

³² http://www.numbeo.com/property-investment/gmaps_rankings.jsp

working) ou personnels (location de courte durée)

C) Le financement impossible des PMEs en Chine

La bourse de Shanghai a chuté de plus 35% en l'espace de 2 mois entre juin et août 2015 après une croissance folle de plus de 150% en un an. Cette bulle prédictive par beaucoup traduit une nouvelle fois la fragilité du système financier Chinois. On se rappelle encore des scandales du « **shadow banking** » qui a secoué le pays il y a quelques années. Les PME chinoises ont traditionnellement des difficultés à se financer auprès des banques classiques -toutes publiques- en raison des limites drastiques imposées en terme ratio prêt/dépôt. Les entreprises sont alors obligées de se tourner vers des circuits de financements alternatifs qui échappent plus ou moins à la réglementation bancaire, notamment à la question de la solvabilité. Le « shadow banking » désigne ainsi ces acteurs de prêt constitués en partie des grands conglomérats étatiques - qu'on appelle dans ce cas « trust companies », qui jouissent de leur relation pour récolter de l'argent auprès des ménages et des banques pour les prêter ensuite aux petites entreprises. Ces prêts à risque sont souvent vendus par des banques comme de simples produits d'assurance ou de gestion de patrimoine soi-disant à faible risque aux ménages chinois attirés par des taux d'intérêts dépassant souvent les 10%. Mais derrière la rémunération attractive cache en fait des investissements à risque très variable. Plusieurs « Trust Companies » ou des prêteurs particuliers ont fait faillite au cours des années 2009-2012, laissant des milliers de ménages ruinés et sans aucun recours.

Et si on introduisait le financement entre particuliers ?

Le « shadow banking » est la conséquence directe de l'incapacité des banques chinoises à financer les petites entreprises et un excédent d'épargne des ménages chinois qui détiennent l'un des taux d'épargne les plus élevé au monde - aux alentours de 50% contre 20% en France selon les critères de la banque mondiale³³. Un manque de régulation, de transparence mais aussi une faible connaissance des risques liés aux produits financiers des ménages ont débouché sur les différents scandales. La mise en place d'une plateforme de prêt direct entre particuliers si celle-ci est accompagnée par une obligation de transparence et de garantie, pourrait offrir de nouvelles perspectives tant aux ménages qu'aux entreprises en quête de financement.

D) La psychose chinoise : la sécurité alimentaire

Du porc transformé en bœuf, du lait à la mélanine, de l'huile de caniveau, du jaune d'œuf artificiel, du champignon blanchi à l'eau de javel, de l'alcool frelaté...³⁴, la liste des scandales alimentaires semble infinie en Chine ces dernières années et personne n'est à l'abri d'une éventuelle intoxication. L'affaire du lait

³³ <http://data.worldbank.org/indicator/NY.GNS.ICTR.ZS>

³⁴ http://www.lemonde.fr/planete/article/2013/05/03/la-chine-fait-une-indigestion-de-scandales-alimentaires_3170614_3244.html

frelaté en 2008 a été particulièrement traumatisant avec plus de 300 000 bébés touchés et les 3 principales marques chinoises de produits laitiers incriminées. Un sondage établi en 2011 indique 70% des Chinois n'osent plus acheter du lait en poudre de marque chinoise. Au pays de l'enfant roi, les parents n'hésitent plus à acheter au prix d'or des produits laitiers importés venant de la Nouvelle Zélande, de la Suisse, des Pays Bas, ou de l'Australie. La croissance rapide de l'économie chinoise a fait émerger une demande intérieure de plus de plus forte et plus exigeante sur la qualité des produits alimentaire. Mais faute de contrôle rigoureux des pouvoirs sanitaires et d'un manque de soutien des collectivités locales³⁵, certains producteurs ou petits commerçants sans scrupule n'hésitent pas à utiliser les ingrédients aux origines douteuses voire toxiques.



Les parents devant le rayon laitier dans un supermarché à Shanghai

Et si on introduisait une agriculture et un élevage transparents, locaux et communautaire ?

« **La ruche qui dit oui** » est une entreprise française qui a pour but de rapprocher les producteurs locaux et les consommateurs en promouvant un circuit de distribution court et transparent. La Chine dispose d'une bonne capacité logistique et d'excellents produits régionaux. L'Etat pourrait favoriser des initiatives similaires (avec des avantages fiscaux par exemple) à la Ruche Qui Dit Oui - qui a obtenu le statut d'entreprise sociale et solidaire en France- pour impulser une nouvelle façon de produire et de consommer les aliments en Chine.

³⁵ Par exemple : Incitation fiscale pour les producteurs locaux, séance d'information pour les producteurs qui respectent la traçabilité et la transparence de leurs produits par exemple

IV) De la théorie à la réalité

L'économie collaborative concentre en théorie toutes les vertus dont la société chinoise actuelle aurait bien besoin. Mais alors que de nombreuses startups ont tenté de reproduire le succès de Airbnb, Uber et encore bien d'autres, force est de constater que le concept reste méconnu de la grande majorité des Chinois. Ce démarrage timide fait écho à la longue liste des géants de la technologie qui ont tenté l'aventure en Chine comme Facebook, Google, Amazon, Ebay, Myspace, Twitter, toutes se sont soldées par un échec. L'économie collaborative est encore considérée comme un nouveau concept venu d'Occident et beaucoup d'entreprises ont essayé dans un premier de répliquer le même modèle en Chine. Mais l'économie collaborative implique certains rapports aux biens et aux personnes encore difficilement acceptables en Chine, de nombreuses questions restent à résoudre.

1) La méfiance, un mal chinois ?

« **Trust as Currency** » disait Rachel Botsman dans son fameux discours Ted³⁶ sur l'économie collaborative pour désigner la confiance comme la nouvelle monnaie dans une économie communautaire (par exemple : on est prêt à payer plus cher un conducteur ayant une bote note et de commentaires élogieux sur Blablacar qu'un novice tout juste inscrit sur le site). Pour une entreprise qui se veut collaborative, il est ainsi primordial de créer un climat de confiance pour les utilisateurs. Mais la société Chinoise connaît aujourd'hui une crise de confiance sans précédent et qui constitue un véritable mur invisible qui divise la société. Une étude de l'académie chinoise des sciences sociales en 2012 indique de 70% des Chinois ne font pas confiance à un inconnu³⁷. Cette méfiance s'exprime à différents niveaux :

- **Envers les institutions:** Avec un fonctionnement inhérent au parti communiste Chinois, le manque de transparence dans la prise de décision engendre des corruptions à tous les étages dans l'appareil étatique. Malgré la volonté du président Xi Jinping à faire de l'anti-corruption une des priorités de son mandat, les abus de pouvoir sont encore nombreux. Les organisations associatives n'échappent pas non plus à la règle: le scandale d'un détournement de fond à la Croix-Rouge chinoise en 2011 a fait chuter drastiquement les dons et le degré de crédibilité des ONG en général.³⁸
- **Envers les entreprises :** Le modèle de la croissance et la recherche de profit avant tout semble avoir rétrograder le respect du code du travail - déjà laxiste - et l'éthique de l'entreprise au second plan. La multiplication des scandales ces dernières années, de la multinationale d'Etat au petit

³⁶ https://www.ted.com/talks/rachel_botsman_the_currency_of_the_new_economy_is_trust?language=en

³⁷ <http://french.peopledaily.com.cn/VieSociale/8131971.html>

³⁸ <http://www.voanews.com/content/china-red-cross-still-felling-impact-from-2011-scandal/1972844.html>

commerçant du quartier, a permis d'alimenter ce rejet latent des produits « Made in China » dans un pays connu pourtant par son patriotisme farouche.

- **Envers les pairs** : La méfiance généralisée en Chine s'exprime aussi par un cynisme de plus en plus courant entre individus. Ce qui a pu être un simple fait divers est devenu le symbole de ce phénomène lorsqu'en 2011, une fillette de 2 ans fut écrasée à 2 reprises par un camion et ignorée par la suite par au moins de 18 passants alors qu'elle gisait dans un bain de sang.³⁹ Certains tentent de se justifier que les bons samaritains qui venaient en assistance aux personnes en danger et se font accusés à tort d'en être responsable de l'accident sont nombreux par le passé⁴⁰. Ce phénomène de chantage lors d'un faux accident a pris une telle ampleur qu'il est rentré dans la conscience collective (et a même hérité d'un néologisme pour le qualifier – Peng Ci)⁴¹. La confiance mutuelle a cédé le terrain à la peur et à l'égoïsme.

Même l'internet a du mal à renverser la tendance

Si en Europe ou aux Etats-Unis, les réseaux sociaux ont contribué en partie à dissiper les inquiétudes liées aux problèmes de confiance (il est assez facile rechercher l'e-réputation d'une personne sur Google pour en savoir davantage), les faits sont beaucoup plus compliqués en Chine. Outre les homonymes nombreux qui rendent presque impossible de rechercher une personne lambda sur le net, les principaux réseaux sociaux utilisés en Chine (Weibo, Wechat et Qzone) n'exigent pas jusqu'à récemment l'utilisation de l'identité réelle. L'anonymat derrière les pseudos est apprécié par beaucoup pour s'accorder une liberté de ton. Des réseaux sociaux à usage plus professionnel comme Linkedin ne sont pas encore très populaires. Tout cela débouche sur le syndrome de « profil blanc » sur nombreux sites de co-voiturage ou d'échange d'appartements en Chine et n'incite pas les utilisateurs à franchir le premier pas.

2) L'usage plutôt que la propriété, la mentalité doit encore évoluer

Comme souligné un peu plus tôt, l'économie collaborative insiste énormément sur la notion de l'accès et l'usage plutôt que la propriété. Au delà d'une logique purement économique, cela nécessite un changement de mentalité important dans nos sociétés habituées à la consommation de masse. Si l'idée a fait son chemin aux Etats-Unis et dans une moindre mesure en Europe, les Chinois restent encore très attachés au concept de propriété.

Pour bien comprendre cet attachement, il faut se plonger dans le contexte chinois. Il y a encore moins de 40 ans, le communisme social fût une réalité pour beaucoup. La notion de propriété n'existant pas et le partage des outils de travail ou la partie commune dans les immeubles était chose courante. La mort de Mao et l'arrivée de Deng Xiaoping déclencha les premières réformes économiques et

³⁹ <http://french.peopledaily.com.cn/VieSociale/7623058.html>

⁴⁰ <http://www.chinasmack.com/2009/stories/bystanders-only-help-after-old-man-says-he-fell-by-himself.html>

⁴¹ [https://www.chinaabout.net/what-is-the-meaning-of-peng-ci ? /](https://www.chinaabout.net/what-is-the-meaning-of-peng-ci/)

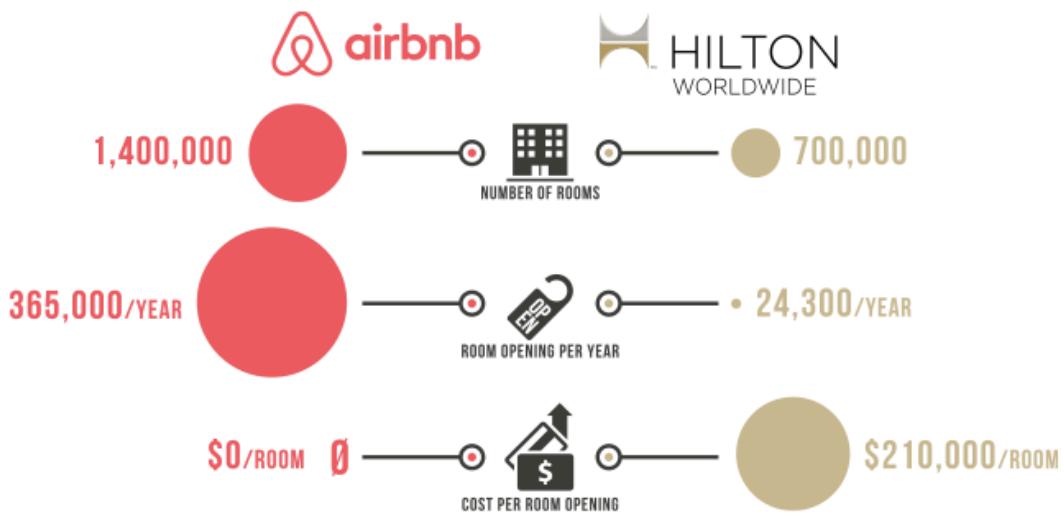
une ouverture progressive du marché Chinois au monde : la Chine communiste va embrasser l'économie de marché. Le droit de propriété « socialiste » est alors inscrit dans la constitution de 1982⁴² et ratifié par l'amendement de 2004 qui officialise l'inviolabilité de la propriété privée des individus. Cela fait donc seulement 30 ans que la Chine moderne a réintroduit la notion de propriété immobilière. L'achat d'un appartement en ville ou construire une maison neuve à la campagne est encore un rêve de toute une vie pour beaucoup de Chinois. Au delà de la spécificité chinoise, le rapport à la propriété s'inscrit aussi dans celui d'un pays en voie de développement : l'étalement de la richesse extérieure est un signe de statut social - notamment s'agissant des produits de luxe et des voitures (la Chine est le premier marché mondial dans ces 2 secteurs). Pour toutes ces raisons, partager sa maison ou sa voiture, au profit d'un revenu supplémentaire est une idée qui a encore du mal à convaincre. A la différence d'une société d'abondance que l'Occident a appris à s'habituer, la classe moyenne chinoise commence à peine à goûter le plaisir d'une richesse matérielle enfin accessible.

3) Le 100% en ligne remis à mal en Chine

Pour **Jeremy Rifkin**, économiste américain et auteur du livre « **la nouvelle société du coût marginal zéro** », la force des plateformes en ligne réside dans leur capacité à se développer de manière extrêmement rapide pour un coût marginal presque nul. Le cas Airbnb illustre assez bien cette situation. La startup créée en 2009 offre plus de chambres sur sa plateforme que les grandes chaînes d'hôtel comme Marriott ou encore Hilton⁴³ en passant de 300 000 chambres en février 2014 à 1 million dès décembre 2014. Ce genre de croissance est impossible dans l'industrie classique où l'ajout supplémentaire d'une chambre demande des investissements importants en amont. Or Airbnb ne dépense presque rien pour lister une nouvelle chambre, car sa proposition de valeur est finalement différente d'un hôtel traditionnel. Au lieu d'offrir un service de conciergerie, Airbnb propose une « *expérience voyage* » en listant les meilleurs appartements, une interface de réservation intuitive et une recommandation personnalisée. Le séjour en lui-même est délaissé au bon vouloir de l'hôte et c'est à eux de se responsabiliser pour offrir la meilleure prestation possible (Airbnb a mis en place des guides de bonne pratique ou un statut de SuperHost pour les encourager). La seule intervention physique de la part de Airbnb se réside à l'envoi d'un photographe pour mettre en valeur le bien de l'hôte.

⁴² https://en.wikipedia.org/wiki/Chinese_property_law

⁴³ <http://qz.com/329735/airbnb-will-soon-be-booking-more-rooms-than-the-worlds-largest-hotel-chains/>



Le modèle de plateforme selon Airbnb

Mais en Chine, ce modèle 100% en ligne a beaucoup plus de mal à s'imposer. Dès 2011, plusieurs startups en Chine ont repris le concept de Airbnb pour espérer de surfer sur le succès. S'il est relativement facile de produire une expérience en ligne comparable au niveau de Airbnb, les entreprises se sont rapidement rendu compte les hôtes Chinois ainsi que les appartements sont très loin des attentes des voyageurs. Les règles d'hygiène, de communication ou encore de sécurité sont des problématiques non résolues. Sans compter la réticence des propriétaires à faire confiance à une plateforme 100% en ligne pour se voir confier leur appartement. Ces problèmes sont le cas classique d'un changement d'usage soudain comme cela a été le cas avec le e-commerce. L'éducation et des cas pratiques concrets seront nécessaires pour convaincre et faire bouger les mentalités.

IV) Historique de l'économie collaborative en Chine

La Chine a connu sa première révolution numérique avec lancement d'Alibaba et le développement du e-commerce. A la fin des années 90, l'internet était encore un nom inconnu de la majorité des Chinois, acheter ou vendre des produits sur une plateforme virtuelle paraissait alors comme un projet fou. 15 ans plus tard, le e-commerce fait parti du quotidien de près de 400 millions de Chinois et la Chine est devenue le premier marché du e-commerce depuis 2013⁴⁴. Alibaba a surmonté ce qu'il semblait impossible à l'époque et a donné l'impulsion à tout un écosystème autour : réseau de PME, infrastructure logistique, paiement en ligne et surtout a réintroduit la confiance entre 2 inconnus pour réaliser une transaction financière. L'histoire pourra t-elle se répéter avec l'économie collaborative en Chine?

1) Airizu, premier échec retentissant d'une copycat

Alors que Airbnb a rejoint dès 2011 le club des unicorns, des entreprises similaires commencent à prendre de l'ampleur en Chine. L'une des plus emblématiques fût **Airizu**, lancée par l'incubateur allemand **Rocket Internet** spécialement pour le marché chinois. Précurseur dans le paysage de l'économie collaborative, la startup était très médiatisée et surtout très bien financée. Fin 2012, Airizu avait déjà plus de 80 000 appartements sur son site, épargnés dans plus de 80 villes chinoises. Mais l'histoire tourne court.⁴⁵ Dès 2013, Rocket Internet annonce la fermeture du site, après avoir investi plus de \$20 millions en moins de 2 ans. L'ascension fulgurante puis la chute brutale de la startup avait alors surpris tout le monde. La raison principale évoquée est un taux de fidélisation bien trop bas (moins de 20% contre 40% à 50% dans l'hôtellerie classique en Chine). Comme beaucoup de startup, la stratégie de Airizu se basait sur une croissance rapide afin d'atteindre une taille critique pour dominer le marché. Elle subventionnait dans cette optique largement les voyageurs mais aussi les propriétaires pour les inciter à lister leurs appartements afin de gonfler l'offre jusqu'à 80 000 en à peine un an, sans trop se soucier de la qualité. Les propriétaires de leur côté sont souvent attirés par les gains immédiats mais étaient mal formés pour l'accueil des voyageurs. Ceci va alimenter un cercle vicieux où les voyageurs déçus, ne reviennent pas et les propriétaires, une fois la subvention touchée, retire leur appartement du site, faute de voyageurs. Le coût d'acquisition trop élevé a finalement eu raison de Airizu et de son modèle de croissance à tout prix.

⁴⁴ <http://ar.alibabagroup.com/2015/china-context/index.html>

⁴⁵ <http://technode.com/2013/07/11/airizu-the-german-capitalists-backed-airbnb-clone-found-closed/>

The screenshot shows the homepage of Airizu in 2012. On the left, there's a search form with fields for check-in date, check-out date, and room number, along with an orange 'Search' button. Below the search form is a section titled 'Why choose Airizu?' with three bullet points: 'Value' (prices lower than surrounding hotels by 30%-50%), 'Convenience' (over 70,000 properties in 80 cities), and 'Verification' (professional inspection team). At the bottom of this section is a green badge stating '100% Verified'. The right side of the page has a large banner advertising 'Booking Scenic Areas & Getting Tickets' with a 'Beijing Six Suburbs' offer. Below the banner is a grid of eight small images showing different types of rooms, each with its price: ¥233, ¥180, ¥200, ¥180, and two other partially visible rooms.

Page d'accueil d'Airizu en 2012, qui n'insiste pas vraiment sur le côté collaboratif mais plus comme un site de location journalière d'appartements...

2) La consolidation et l'entrée en scène des BAT : Baidu, Alibaba, Tencent

Les premiers coups d'éclat mais surtout les échecs retentissants comme celui de Airizu n'ont pas refroidi pour autant l'intérêt pour l'économie collaborative. Des géants comme Baidu, Alibaba, Tencent commencent aussi à s'y intéresser, notamment lorsque les synergies avec leur cœur de métier sont évidentes. Tencent a ainsi lancé **Didi** et suivi par Alibaba avec **Kuaidi**, des applications destinées à mettre en relation taxi et passager. Les 2 applications ont depuis fusionné, donnant naissance à un géant dont la valorisation dépasse les \$6Mds. Le nouveau service, baptisé simplement **Didi Kuaidi** est intégré dans Wechat – messagerie instantanée appartenant à Tencent et utilisé par plus de 500 millions de Chinois. Baidu, se sentant isolé, a de son côté investi dans **Uber Chine** pour mettre au profit ses compétences en matière de cartographie (Google Maps étant interdit en Chine).

D'autres acteurs ont aussi emboité le pas. **Ganji** – l'équivalent du Bon Coin local - a lancé **Mayi**, une plateforme de location à courte durée comme Airbnb dès 2011 pour capitaliser sur sa base de données déjà riche en annonce d'appartements. Tandis que **Ctrip**, l'un des plus importants sites de voyage en Chine, a investi quant à lui dans **Tujia** (qui reprend le concept de Airbnb mais avec un modèle CtoBtoC, et donc ressemble plus à un système de location traditionnel) pour étoffer ses offres en hébergement. Le fait que les acteurs de premiers plans s'y intéressent a joué un rôle important dans la démocratisation de nouveaux usages.

V) L'économie collaborative en Chine autour de 4 secteurs clés

Parler d'économie collaborative au sens strict du terme en Chine est encore trop tôt. La majorité des startups créées sont encore dans une logique de BtoC, jugeant le marché immature pour une réelle plateforme consumer-to-consumer. Mais comme partout ailleurs, il y a des secteurs dans l'économie où le potentiel est plus évident pour tester de nouvelles initiatives et pouvoir apporter de vraie valeur ajoutée aux utilisateurs, tant côté offre et côté demande.

4 secteurs sont ainsi identifiés en se basant sur les critères suivants :

- Un nombre important de compétiteurs sur le marché qui prouve que le problème à résoudre est important
- Un marché adressable conséquent
- Des secteurs occupés par des acteurs traditionnels et peu innovants
- Une solution qui répond à la fois à des problèmes environnementaux, sociaux et économiques

Il s'agit dans l'ordre du **marché de l'immobilier, des transports & logistique, de la banque et enfin de la restauration**. L'intérêt de cet état des lieux est surtout de voir comment l'économie collaborative doit s'adapter au marché Chinois. Des entreprises sont parfois poussées à faire des concessions qui les éloignent de certains principes fondateurs, mais la maturation d'un marché passe aussi par ces étapes d'éducation.

1) Immobilier : j'irai dormir chez vous, pas encore une réalité en Chine

Le tourisme de masse s'est accéléré ces dernières années en Chine avec des réformes majeures sur les congés payés et un pouvoir d'achat moyen qui ne cesse de s'améliorer.⁴⁶ Pour autant, le développement des infrastructures d'accueil accuse des retards. Les hôtels restent chers pour la qualité de services proposés et systématiquement pris d'assaut lors du *Golden Week*⁴⁷. Face à une insuffisance d'offres professionnelles, habiter chez l'habitant apparaît comme une solution à la fois originale et économique. L'idée rencontre cependant de fortes réticences à la fois chez les voyageurs que chez les hôtes à l'heure actuelle en Chine.

A) Côté offre : Des hôtes difficiles à convaincre et des appartements en manque d'âme

Le succès de Airbnb auprès des voyageurs doit en grande partie au choix des appartements. Certains logements originaux valent à eux seuls la visite. Mais dénicher ce genre de bien est rare en Chine. L'urbanisme effréné des 20 dernières années ont aboutit à des constructions sauvages au détriment de certains quartiers historiques. Des buildings à l'identique sont ainsi construits à la place des bâtiments traditionnels, procurant cette étrange sensation de déjà vu

⁴⁶ <http://www.chinabusinessreview.com/chinas-travel-and-tourism-market-takes-off/>

⁴⁷ [https://fr.wikipedia.org/wiki/Semaine_d%27or_\(Chine\)](https://fr.wikipedia.org/wiki/Semaine_d%27or_(Chine))

en voyageant d'une ville à l'autre. Les rares bâtiments anciens préservés et encore dédiés à l'habitation sont soit dans un état de délabrement soit transformés en résidence de luxe. Ce manque de choix enlève l'un des attraits principaux de ce type d'offre vis à vis des hôtels traditionnels.



Centre ville de Wenzhou, riche ville côtière dont l'architecture urbaine ressemble des dizaines d'autres villes en Chine

Convaincre les hôtes d'héberger des inconnus à la maison est une autre question épiqueuse que doit faire face les entrepreneurs. Des sites comme **CouchSurfing** n'a jamais vu une réelle adoption en Chine car la question de la confiance n'a pas été résolue. Proposer le logement contre un revenu supplémentaire n'a pas eu le même effet escompté qu'aux Etats-Unis ou en Europe. L'attachement au foyer y est encore très fort et il est généralement encore mal perçu de laisser des inconnus entrer dans l'intimité. Commence alors un travail long et coûteux d'éducation pour les entreprises pionnières car il est primordial de sécuriser un premier cercle de hôtes pour bâtir une communauté et faire marcher le bouche-à-oreille car les voyageurs satisfaits sont les plus susceptibles de devenir hôtes à leur tour et d'alimenter ainsi le cercle vertueux.

B) Côté demande : un profil de voyageur débutant et parfois surprenant

Des offres d'hébergement type Airbnb ciblent en grande partie une population connectée et habituée voire lassée des hôtels traditionnels ou encore des familles à la recherche d'une plus grande quiétude. Mais une grande partie des voyageurs Chinois sont encore peu expérimentés et privilégient les hôtels classiques ou des tours opérateurs qui sont encore très populaires.

Mais on découvre au fur et à mesure aussi des profils inhabituels qui se sont montrés intéressés par ces offres d'appartement de courte durée. Les étudiants qui se déplacent pour aller passer des concours dans une autre ville, des

professionnels pour passer des entretiens d'embauches ou encore des patients qui viennent dans des grandes villes pour passer des examens. Certaines startups qui ont vu une popularité irrégulière des appartements dans des quartiers d'université, d'hôpitaux et d'affaires ont commencé à cibler ce type d'utilisateurs avec des offres spécifiques.

C) Les acteurs sur le marché : plusieurs modèles en rodage et en évolution constante

Le business modèle communément admis comme celui de Airbnb est le CtoC où l'interaction entre hôtes et voyageurs s'affiche comme une des principales valeurs ajoutées de la plateforme. Mais le modèle de particulier à particulier est aperçu par beaucoup comme une contrainte. De plus en plus d'entreprises s'orientent alors vers un modèle de CtoBtoC qui n'a plus rien à voir avec de l'économie collaborative

Modèle CtoC

Nombreuses startups ont tenté de reproduire le succès de Airbnb sans vraiment y parvenir, y compris Airbnb lui même où l'activité en Chine n'est devenue officielle que depuis cette année après 2 ans de rodage. On peut néanmoins citer **Xiaozhu** - littéralement « petit cochon » en chinois- qui a choisi de persister dans un modèle communautaire.⁴⁸ Lancée en 2012 comme une des nombreuses copycats de Airbnb à l'époque. Xiaozhu a pivoté plusieurs fois son business modèles pour essayer de faire décoller le nombre d'utilisateurs et surtout le nombre d'hôtes, avec notamment des partenariats avec des agences immobilières dans une optique de lister leur base d'appartements. Mais après une deuxième levée de fond de 15M\$, l'entreprise a définitivement choisi le modèle collaboratif comme l'axe principal de développement, avec un objectif principal : trouver les meilleurs hôtes et les meilleurs appartements dans chaque ville.⁴⁹ Ayant conscience qu'une page web et un service client ne suffisent pas en Chine, Xiaozhu a mobilisé une équipe de business developper pour faire du marketing offline. Pour convaincre les hôtes réticents, l'entreprise n'hésite pas à offrir des services complémentaires et gratuitement : fournir les conseils de décorateur intérieur à tout propriétaire pour augmenter leur chance de location, offrir un service de conciergerie gratuit en cas d'absence du propriétaire. Xiaozhu accepte même dans certains cas de fournir une serrure intelligente pour rassurer les propriétaires sur les problèmes de sécurité. Ces opérations certes coûteuses ont permis néanmoins à Xiaozhu de devenir la première plateforme de location direct CtoC en Chine, avec plus de 20 000 logements individuels référencés et de se positionner comme le seul concurrent direct Airbnb en Chine.

⁴⁸ <http://techcrunch.com/2015/07/10/xiaozhu-series-c/>

⁴⁹ Interview avec Zhu Liu, ancien business developer chez Xiaozhu



Page d'accueil de Xiaozhu, qui me régulièrement en avant les hôtes pour renforcer le côté humain

Modèle CtoBtoC

Tujia est souvent présenté comme le Airbnb chinois. Avec 450M\$ de fonds levés depuis sa création en 2011, et plus de 300 000⁵⁰ logements disponibles en Chine, c'est effectivement l'acteur le plus valorisé sur le marché, et de très loin. Pourtant, le modèle de Tujia est très particulier et traduit bien l'état actuel du marché en Chine. En effet, Tujia ne permet pas une mise en relation directe entre hôte et voyageur mais se présente comme un vrai intermédiaire immobilier. Les propriétaires peuvent externaliser la gestion de l'appartement pour une période donnée sans se soucier des risques et les voyageurs pourront s'attendre à un service professionnel tout en profitant des avantages liés aux appartements privés, la chaleur humaine en moins. Tujia se rapproche ainsi plus d'une agence immobilière 2.0 qu'une plateforme collaborative. Mais à l'image du montant des investissements, ce modèle correspond mieux aux besoins actuels des voyageurs Chinois et semble nécessaire pour une transition en douceur vers un modèle CtoC.

Tujia met surtout en avant les appartements et les prix

⁵⁰ <http://knowledge.ckgsb.edu.cn/2015/08/12/technology/how-tujia-chinas-airbnb-is-different-from-airbnb/>

2) Logistique : le déplacement des hommes et des marchandises révolutionné dans le pays le peuplé du monde

La Chine est devenue le plus grand marché, en valeur, du e-commerce mondial depuis 2013.⁵¹ L'urbanisation accélérée a permis la mise en place d'un maillage logistique efficace qui couvre aujourd'hui la majorité des zones urbaines. Mais avec une part du e-commerce qui ne cesse d'accroître et des villes qui commencent à saturer malgré d'énormes investissements dans les transports en commun, la gestion des flux – humains ou marchandises – devient un enjeu majeur pour l'économie et l'environnement.

A) Transport des hommes: conduire moins pour se déplacer plus

19,7 millions de voitures neuves immatriculées en 2014, soit la moitié du parc automobile total français atteint en seulement un an. Ce chiffre déjà ahurissant ne révèle pas encore tout le potentiel du marché automobile en Chine où 300 millions de personnes sont détenteurs d'un permis de conduire mais seulement la moitié dispose d'une voiture personnelle⁵². Signe de puissance et de réussite, la voiture – si possible de marque occidentale- représente dans l'imaginaire de beaucoup, un rêve devenu de plus en plus accessible. Mais depuis quelques années, les autorités doivent gérer l'augmentation incessante de trafic et ses impacts sur l'environnement. Les alternatives convaincantes et profitables à tous sont encore rares : les voitures électriques restent relativement chères et manquent d'infrastructures de recharge ; Développer des solutions de transport en commun intermodaux demande des investissement sur long terme et un changement de mentalité. Dans ce contexte, de nombreuses initiatives comme le co-voiturage urbain, la conduite partagée ou la location des voitures entre particuliers sont apparues pour répondre à la question écologique, économique mais aussi d'image. Cependant, la question de confiance reste l'éternelle question épineuse dans toute solution de partage.

- Les taxis chinois se font aussi ubérisés**

Les taxis sont un moyen de transport très répandu en Chine, utilisés souvent pour pallier à l'insuffisance des transports publics mais aussi grâce à des tarifs très compétitifs.⁵³ Cependant, un problème récurrent entre l'offre et la demande subsiste dans la plupart des villes. L'impossibilité de trouver un taxi lors des heures de pics (pluie, les soirs de week-end), refus de prendre des passagers inexpliqué, sans oublier un nombre important de chauffeurs inexpérimentés – les chauffeurs de taxis sont rarement des locaux dans les villes riches côtières, le turn-over est important et beaucoup ne sont pas équipés de GPS.

⁵¹ <http://ar.alibabagroup.com/2015/china-context/index.html>

⁵² <http://www.caradisiac.com/Chine-un-parc-automobile-de-264-millions-de-vehicules-100507.htm>

⁵³ Le tarif de base à Shanghai pour les 3 premiers km est à 13 Yuan soit environ 1,8€, puis 2,5 yuan tous les km supplémentaires. Le tarif est sensiblement plus bas dans les autres villes

Les premières applications pour taxi sont apparues dès 2011⁵⁴ avec un but simple : donner la possibilité de réserver un taxi grâce à la géolocalisation et en temps réel. Pour les chauffeurs, l'application leur permet de recevoir les demandes d'itinéraire en avance et d'opter le trajet qui lui convient le mieux.

Mais le début fut difficile car les chauffeurs de taxi n'y voyaient qu'un intérêt limité pour gagner plus d'argent et considéraient ces outils plus comme une distraction. L'entrée d'Alibaba et Tencent en 2013 va cependant radicalement changer les usages. Alors que le marché était complètement atomisé avec pas moins de 15 applications qui offraient des services similaires et un taux d'adoption faible des utilisateurs, Didi et Kuaidi, 2 jeunes startups ont reçu respectivement des investissements de Alibaba et Tencent. Un an plus tard, les 2 acteurs contrôlaient 95% du marché chinois.⁵⁵ Cette croissance est rendue possible grâce à stratégie radicale: dépenser un maximum de cash pour démocratiser l'usage et éliminer les concurrents. On estime en effet que Didi et Kuaidi ont dépense plus d'\$1 milliard en seulement un an et demi dans les codes promos à la fois pour les chauffeurs et les passagers. Cette pratique de dumping numérique a créé des situations ubuesques où il était presque devenu gratuit de prendre des taxis grâce aux coupons offerts par les 2 entreprises et le chauffeur est incité à utiliser l'application pour gagner jusqu'à 50% en plus du prix d'un trajet classique. Cette guerre de prix a provoqué des effets pervers : à l'apogée de la guerre des promos, il était presque devenu impossible d'avoir un taxi sans passer par les applications (les personnes les moins technophiles comme les personnes âgées ou ceux qui n'avaient pas de smartphones par exemple avaient du mal à trouver des taxis) et certains accidents étaient aussi à déplorer à cause des chauffeurs déconcentrés par les notifications incessantes. Cette stratégie est bien sûr de courte durée, les 2 entreprises ont fini par se réconcilier et la fusion a été officialisée début 2015 pour mutualiser les coûts de développement devenus trop importants et contrer l'entrée sur le marché de Uber. La nouvelle entité **Didi Kuaidi** ne prévoit pas de rentabilité avant 2017 mais compte bien convertir ses données d'emplacement sur des millions d'utilisateurs pour proposer des services personnalisés.

- **Le VTC, un nouveau service dans la zone grise**

Le marché des taxis est très réglementé en Chine. Tous les chauffeurs sont affiliés jusqu'à maintenant à des entreprises de taxi locales et avec un modèle de répartition de revenu spécifique. Mais les réglementations rigides ont débouché sur un constat évident : il manque de taxis dans la plupart des grandes villes et leur disponibilité n'est pas optimisée aux flux de demande. La présence de nombreux taxis illégaux dès la nuit tombée à Shanghai comme dans d'autres villes est chose courante, et ce bien avant l'arrivée des applications de taxi. Par conséquent, un service comme UberPool – le fait qu'un particulier puisse s'apprivoiser chauffeur de taxi

⁵⁴ http://www.chinapictorial.com.cn/en/industry/txt/2014-03/06/content_602439_3.htm

⁵⁵ <https://www.techinasia.com/chinese-taxihailing-app-didi-dache-books-5-million-rides-day-cost-225-million/>

et percevoir une rémunération - ne fera même pas débat : il est et le restera probablement interdit pendant longtemps car cela renvoie à cette image image des taxis illégaux qui pullulent en Chine et serait un aveu d'échec pour les autorités.

Cependant, le statut des chauffeurs privés professionnels est resté flou. S'ils leur sont théoriquement autorisés d'exercer une activité à titre individuel, ils ont l'obligation d'enregistrer leur véhicule auprès d'une entreprise de location et posséder une licence professionnelle (souvent à obtenir auprès des entreprises de taxis). Ces règles rendent une plateforme comme Uber ou Didi automatiquement illégale s'ils visent le marché de taxi avec chauffeurs privés. Mais cette restriction vient d'être partiellement levée après plusieurs mois de négociation : la municipalité de Shanghai vient en effet d'accorder la première licence de circulation à Didi Kuaidi, qui leur permet de devenir la première plateforme chinoise de réservation en ligne pour des chauffeurs privés. Cette licence s'accompagne aussi d'une obligation pour Didi Kuaidi d'assurer leur voiture ainsi que les chauffeurs et passagers.⁵⁶ Cette licence s'accompagne aussi d'un cadre de loi plus clair sur l'utilisation des véhicules personnels pour transporter des passagers: il n'est désormais plus nécessaire de s'enregistrer auprès d'une entreprise de location, les voitures privées sont autorisées si elle respectent un ensemble de critères (notamment l'ancienneté, le modèle de voiture, l'historique des accidents etc..), le détail des critères sera annoncé ultérieurement par la municipalité de Shanghai.

Des taxis au co-voiturage urbain, le transport collaboratif se fait encore discret

Les services de taxi ou de VTC proposés par Didi Kuaidi n'ont, au sens strict, rien à voir avec l'économie collaborative. On est plus dans une logique de transposer un service hors ligne, on arrêtait les taxis dans la rue jusqu'alors, à service connecté et personnalisé grâce à des algorithmes. Mais sans l'étape Didi Kuaidi pour transmettre l'usage de réservation en ligne, il serait beaucoup plus compliqué de faire accepter le co-voiturage ou de location de voiture peer-to-peer en ligne qui impliquent un degré de confiance encore plus important.

Didi Kuaidi, malgré son poids ultra-dominant dans les services de VTC et de taxis, reste une startup d'à peine 3 ans et s'adapte son business modèle au fur et à mesure de l'évolution de ses utilisateurs. Il n'est pas alors étonnant de voir de nouvelles fonctionnalités se rajouter à l'App comme le co-voiturage urbain, chauffeur à la demande (lorsque vous êtes pas en état de conduire vous même) voire des lignes de bus à partager entre différentes entreprises. Le transport commun du futur sera peut être avec une voiture pour tous, en même temps sans propriétaire.

- Partager sa voiture: rouler moins pour gagner plus**

Plus de 100 millions de Chinois ayant le permis n'ont pas de voiture et 90%

⁵⁶ <http://technode.com/2015/10/08/didi-kuaidi-license/>

du temps, ces mêmes voitures dorment dans les parkings. Ce paradoxe est d'autant plus criant qu'il est difficile d'immatriculer son véhicule dans les villes comme Shanghai ou Pékin où l'émission de la plaque se fait par loterie pour limiter la circulation. Certaines plaques vont coûter plus chères que le véhicule. Alors pourquoi ne pas partager son véhicule qu'on utilise pas pour amortir les frais et offrir en même temps une solution flexible à ceux qui ne peuvent/veulent pas investir dans l'achat d'une nouvelle voiture. **PPzuche**⁵⁷, **Baojia**⁵⁸, **AtZuche**, ces noms un peu barbares sont les 3 startups qui ont levé à elles seules \$100 millions pour devenir le « bon coin » de la location de voiture. Les défis qui les attendent sont à la hauteur des investissements car une voiture est encore considérée comme un objet très personnel. Les risques de vol ou encore la question de responsabilité en cas d'accidents sont leurs principales inquiétudes. Du côté des loueurs de voiture, le prix, le choix et la disponibilité restent l'éternel triptyque qu'il faut résoudre. Les 3 principaux acteurs du marché ont adopté des stratégies différentes pour faire connaître cette pratique encore marginale en Chine.

PPzuche : D'origine singapourienne (iCarsClub), PPzuche⁵⁹ est le nom donné à l'entité chinoise, devenue désormais l'axe principal du développement de l'entreprise au vu de la taille du marché.

C'était l'une des premières startups dans le segment de la location de voiture privée en ligne lorsque le site est officiellement lancé en 2013. Comme tous les pionniers dans l'économie collaborative en Chine, la startup suscite des interrogations des acteurs de location traditionnelle et pas mal de réticence des propriétaires : qui va louer ma voiture ? Suis-je responsable si la personne commet un accident/délit ? Et si la personne s'enfuit avec ma voiture ? Pour instaurer un climat de confiance et dissiper les premiers doutes, PPzuche impose une vérification stricte des loueurs : 2 ans d'expérience, 9 points minimum sur le permis (sur 12 points) et aucun accident signalé dans les 3 années précédentes. L'entreprise a aussi introduit l'installation systématique d'un boîtier intelligent sur tous les nouveaux véhicules de la plateforme. Ce boîtier permet de donner l'accès temporaire aux voitures sans clé et surtout de pouvoir tracker le véhicule pendant la durée de la location. Si des problèmes de confidentialité et d'exploitation de données sont évidents avec un tel système, il a permis à l'entreprise d'être présente désormais dans 16 villes chinoises et réussir une récente levée de fonds de 60M\$.

⁵⁷ <https://www.techinasia.com/ppzuche-icarsclub-funding-60-million/>

⁵⁸ <http://www.chinamoneynetwork.com/2014/12/10/ping-an-qiming-lead-30m-series-a-in-auto-p2p-firm-baojia>

⁵⁹ « Zu Che » veut dire louer une voiture en chinois et PP veut tout simplement dire peer-to-peer



PPzuche permet le choix du véhicule selon ses envies avec des cas bien spécifiques

Baojia : Cette plateforme peer-to-peer a été lancée en 2014 par d'anciens employés d'Alibaba et compte parmi ses investisseurs l'une des importantes compagnie d'assurance du pays, **Ping'an Insurance**. L'entreprise s'est par ailleurs associée avec les principales agences de voyages en ligne (Online Travel Agency) pour cibler la niche des voyageurs en déplacement.

Baojia a une approche plus classique de location de voiture en ligne

ATzuche : « les acteurs traditionnels de location disposent 500 000 véhicules en Chine et leur business modèle n'est pas scalable par essence. On a déjà 50000 véhicules référencés sur notre plateforme en à peine un an et notre coût marginal pour ajouter une nouvelle voiture est proche de zéro». C'est en ces termes que le CEO de d'ATzuche déclare à propos de sa plateforme. La startup s'est en effet fait porte parole de la mobilité collaborative en lançant une grande campagne de sensibilisation intitulée « **sharing for better** » avec l'appui de personnalités de tout bord. Côté confiance, ATzuche s'est liée avec la plus grande entreprise d'assurance en Chine -**TaiPing Insurance** - et propose un boîtier de localisation gratuitement à tous les véhicules mis sur la plateforme. Coté usagers, l'entreprise propose un service de conciergerie pour récupérer les voitures à la place des loueurs.



ATzuche lance une campagne pour promouvoir l'économie de partage

Les efforts consentis par ces startups ne semblent cependant pas encore payer ses fruits. De nombreux problèmes subsistent pour parvenir à un modèle viable :

- **Un manque de sens de communauté et transparence** : les profils sont rarement remplis et renseignés et il n'y a aucune incitation pour encourager les membres à le faire, bien que PPzuche comme Baojia mette la socialisation comme un des valeurs piliers de leur plateforme

- **Des outils de protections peu fiables pour les propriétaires** : Plus d'une vingtaine de cas concernant les vols de voitures suite à une location sur les plateformes peer-to-peer ont été signalés à Pékin depuis début 2015 (dont Baojia et PPzuche). Outre le bad buzz, ces vols sont surtout

révélateur des lacunes évidentes dans les dispositifs de sécurité mis en place. Les contrôles d'identité sont souvent négligés malgré l'engagement du site. Les boîtiers GPS sont faciles à désactiver par les malfaiteurs

- **Une communication à sens unique :** les chiffres sont toujours impressionnantes : 100 millions de fonds levés, présence dans 30 villes et 50000 véhicules disponibles de l'entrée de gamme aux voitures de luxe. Ce que l'on sait moins, c'est que l'activité réelle sur les différentes plateformes reste extrêmement basse. Un ancien employé de PPzuche, leader sur le marché, révèle que sur les 20000 véhicules disponibles, seulement un millier est réellement en activité. Le nombre de location se situe seulement autour de 200 par jour. Des chiffres très loin des acteurs de location traditionnelle. PpZuche a admis en avril avoir licencié la moitié de ses employés, Baojia vient d'en faire la même en passant de 600 employés à moins 300 employés.

Les signaux envoyés ces derniers mois ne sont guère rassurants quant à l'avenir du modèle économique actuel pour les plateformes de location, la confiance nécessite du temps et des moyens pour s'installer. De nouveaux acteurs s'orientent désormais vers d'autres niches comme celle de tester une voiture auprès d'un propriétaire avant d'en acheter (mieux que chez le concessionnaire car on a le retour d'expérience d'un vrai conducteur). On s'éloigne des principes de l'économie collaborative, mais ça, c'est un autre débat...

- **Le co-voiturage : une solution soutenue par le gouvernement**

Dans un pays où la voiture n'est pas encore une commodité, la culture du co-voiturage est encore inexistante. Quiconque a essayée le stop en Chine se rendra compte de la méfiance des chauffeurs. Ce sentiment ne fait qu'amplifier dans les grandes villes. Mais comment expliquer la soudaine effervescence autour des startups dans le co-voiturage urbain : 20 entreprises ont successivement levé des fonds en 2014 pour occuper ce nouveau marché.

La réponse vient peut être du gouvernement. Le co-voiturage avec un système fiable, simple et sûr est plébiscité par nombreuses municipalités. Même le ministre du transport **Yang Chaungming** a déclaré qu'il a personnellement fait du co-voiturage mais souligne toutefois l'éternel problème de confiance qu'il faudrait résoudre quand le co-voiturage s'est fait avec de parfaits inconnus.⁶⁰ Le fait que la capitale pourrait directement en bénéficier de cette nouvelle pratique n'y est sans doute pas pour rien. Pékin compte plus de 5 millions de véhicules privés immatriculés pour 21 millions d'habitants soit un ratio de près 1 voiture pour 4 pékinois, ce ratio est 3 fois supérieur à la moyenne nationale.⁶¹ La médiatisation régulière et internationale de la pollution d'air à Pékin oblige les autorités à répondre par des mesures drastiques⁶² mais malheureusement bien trop temporaires pour avoir de réels impacts sur

⁶⁰ <https://www.techinasia.com/chinas-minister-transport-private-cars-operate-commercial-cars/>

⁶¹ <http://blogs.wsj.com/chinarealtime/2014/11/28/china-soon-to-have-almost-as-many-drivers-as-u-s-has-people/>

⁶² <http://www.boredpanda.com/blue-skies-military-parade-no-cars-beijing/>

la durée. Le co-voiturage légal repose sur un principe de partage de frais et non dans un but rémunérateur. Le rôle de l'état est particulièrement important pour démocratiser et encadrer le co-voiturage :

Donner un cadre légal pour introduire la confiance:

Les inquiétudes autour du co-voiturage s'articulent autour de 2 axes en Chine aujourd'hui : la transparence de prix pour démasquer les « conducteurs clandestins » et la sécurité, tant pour le conducteur que pour les passagers.

Sur le volet prix : la municipalité de Pékin a récemment instauré une grille de prix recommandée pour l'ensemble des trajets basée notamment sur le modèle de voiture, la distance et l'heure du trajet mais aussi sur l'expérience professionnelle du conducteur. Concernant le contrôle d'identité des membres de la communauté, le gouvernement a prévu une collaboration beaucoup plus proche et réactive avec les services de co-voiturages pour les aider à identifier des personnes potentiellement mal intentionnées.

Encourager la transition avec des mesures incitatives :

Changer de mentalité prend du temps. Dans le cas du co-voiturage, il y a certes la motivation économique des conducteurs mais le facteur financier seul ne suffira pas, d'autres mesures devraient émaner de l'Etat pour inciter plus de conducteurs à partager leur trajet. Londres a par exemple ouverts les voies de bus aux co-voitureurs pour faciliter la circulation voies.⁶³ Cette dérogation pourrait s'appliquer aussi dans d'autre cas comme autoriser seulement les personnes qui font du co-voiturage en cas de forte pollution, à côté de la circulation alternée.

• Le co-voiturage en Chine : un trajet domicile-travail avant tout

Au delà des noms (**Dida Pinche**, **51 yongche**, VV Pinche, **TianTian**) et du montant de financement (Dida Pinche a levé plus de 100M\$ et TianTian a reçu le soutien de Baidu), le paysage du co-voiturage reste globalement très similaire : il n'y a presque aucune différence parmi les différentes applications proposées, même leur interfaces se ressemblent...

En effet, le trajet habituel est celui qui relie le domicile et le lieu du travail. Le fait de rencontrer des gens habitants le même quartier ou qui travaillent dans le même building permet de créer un certain climat de confiance (la probabilité que des gens soient issus du même milieu socio-professionnels ou la possibilité de faire des trajets réguliers ensemble). Il est bien sûr possible de faire du co-voiturage n'importe où dans la ville mais l'idée de tomber sur un inconnu « complet » a encore du mal à passer. C'est aussi la raison pour laquelle qu'un blablacar local n'existe pas encore car les longs trajets sont pour beaucoup une concession trop importante tant sur la confiance que sur l'engagement (si je m'entends pas avec la personne, je dois quand même la supporter pendant 5 heures..).

⁶³ <http://www.turbo.fr/actualite-automobile/709425-autoroute-a1-voie-reservee-taxis-bus-covoiturage-2015/>

Si le paysage actuel du co-voiturage est tristement monotone, on constate néanmoins quelques évolutions déjà dans les usages. Alors qu'on encourageait jusqu'à présent le conducteur à prendre le plus de passagers possible (un système one-to-many), de plus en plus d'applications proposent désormais le système one-to-one qui oblige les conducteurs à ne prendre qu'un seul passager à la fois. Le système de one-to-many multiplie le détour pour les conducteurs et rallongent le temps d'attente pour les passages. Or si le prix d'un co-voiturage à Pékin coûte en moyenne 2 fois moins cher qu'un taxi normal, peu de passagers sont prêt à attendre 2 fois plus longtemps. Ce changement s'est fait aussi dans une logique pour lutter contre les conducteurs « professionnels ». Certaines applications n'hésitent plus à limiter le nombre de trajet par jour pour détecter des irrégularités.



De gauche à droite : TianTian, Dida (qui propose la réservation de co-voiturage pour le nouvel an chinois) et 51 YongChe

L'évolution vers des segments plus niches ou encore vers des trajets inter-cités devraient être l'étape suivante mais le secteur reste friable. VV Pinche vient de licencier 90% de ses employés après une valorisation de 1,5Mds\$ début 2015. Ces chiffres n'ont décidément peu de valeur face au nombre réel d'utilisateurs

B) Transport des marchandises: tous coursiers et coursiers pour tous ?

La Chine est devenue le premier marché du e-commerce depuis 2013 et pour la première fois, le nombre de colis envoyés en volume a dépassé celui aux Etats-Unis⁶⁴ avec une croissance de 42% annuelle. La livraison intra-ville a enregistré une croissance encore plus importante à hauteur de 51%. Acheter en ligne est désormais devenu un réflexe et les consommateurs s'attendent à une livraison

⁶⁴ <http://www.prnewswire.com/news-releases/china-express-delivery-industry-report-2015-300139962.html>

fiable, rapide et économique.

Les transporteurs privés à l'image de **Shun Feng Express**⁶⁵ ont accompagné la montée du e-commerce en Chine et sont aujourd'hui largement devant China Post, la poste publique, en terme de volume de colis envoyé. Cependant, les goulets d'étranglement reste un phénomène courant malgré la multiplication des acteurs dans ce secteur (plus de 50 services d'envoi de colis se côtoient sur Taobao, le Ebay local). C'est particulièrement vrai pendant les fêtes ou durant le « **single day** », le Black Friday local initié par Alibaba le 11 novembre de chaque année qui a vu le site vendre plus de 7Md\$ de produits en 90mins⁶⁶ cette année. Face à la forte hausse de la demande, des services de coursiers à la demande apparaissent comme une alternative à la fois pour résorber les pics de commande mais aussi pour des raisons de coût d'exploitation évidentes. Ces services répondent en général à deux problèmes fréquents :

- **La livraison du dernier km :** le dernier km désigne la dernière étape dans le processus de livraison et aussi la plus importante car c'est le seul moment où le client est en contact direct avec la livraison et nécessite (encore) le déplacement d'un coursier. Les plateformes de coursiers collaboratifs permettent à n'importe de qui de devenir ce coursier pour effectuer la livraison du dernier km. La livraison est théoriquement plus rapide et plus économique car il possible de mobilier des coursiers instantanément dans les zones à proximité.
- **La livraison du premier km :** au lieu de se déplacer soi même pour emballer et envoyer son colis, il est désormais possible de faire appel à un service à domicile qui s'occupera de toutes les tâches liées aux envois. A la différence du dernier km, il s'agit du premier contact avec le client dans le processus de l'expédition, l'impression professionnelle du service est importante. Une formation pourrait s'avérer nécessaire pour les coursiers pour répondre éventuellement à toute question de l'utilisateur.

Renren Kuaudi est le pionnier de la livraison participative en Chine. La startup fait la promesse d'une livraison en moins de 30mins pour une distance inférieure à 3km dans la même ville. Elle se place ainsi entre une entreprise de transport classique et l'utilisateur final pour s'assurer le premier et le dernier km.

Pour garantir la sécurité des colis, tout coursier doit associer sa carte bancaire à la plateforme et un montant correspondant à la valeur des colis transportés est prélevé avant chaque livraison afin de se prémunir des vols ou dégradation.

Cependant, comme les autres secteurs, le modèle participatif dans la livraison est encore incertain sur le plan légal. Renren Kuaidi a dû temporairement arrêter ses activités dans plusieurs villes dont Shanghai fin 2014 pour avoir commencer ses services avant l'approbation des autorités. Nombreux cas de vols et de perte ont aussi été signalés malgré les mesures de prévention.

⁶⁵ <http://www.sf-express.com/hk/en/#>

⁶⁶ <http://www.abc.net.au/news/2015-11-11/alibaba-sells-24-billion-merchandise-in-90-minutes-singles-day/6930518>



Renren Kuaidi où il est possible de choisir des produits qu'on veut acheter et se faire livrer directement (écran de droite)

3) Financement participatif : une alternative aux banques de détail ?

Le système bancaire chinois est à l'image du pouvoir politique du pays, un système centralisé. Les principales banques du pays sont publiques et ont été initialement créées pour financer les grands travaux du pays. Outre la banque de Chine, les autres membres du « big 4 » sont la **banque agricole de Chine**, la **banque industrielle et commerciale de Chine** et la **China construction bank**. Si ces banques ne sont aujourd'hui plus dédiées à leur secteur d'origine, le financement privé, notamment pour les PMEs, reste un vrai sujet de préoccupation.

Plusieurs initiatives sont récemment lancées par la banque centrale de Chine avec la création des banques privées⁶⁷ pour relancer la croissance économique passée sous la barre de 7% pour la première fois depuis 20 ans. Alibaba et Tencent ont aussi eu le feu vert de pour ouvrir leur banque privée et virtuelle pour venir en aider des entrepreneurs en difficulté financière.

C'est dans ce contexte qu'est né le financement participatif en Chine. Le concept n'est pas nouveau, **Zopa**, le pionnier du peer-to-peer lending est lancé en Angleterre dès 2004. Dérivé du microcrédit popularisé par **Muhammad Yunus**, le financement participatif permet la mise en relation via internet des particuliers en capacité de financement avec des entreprises ou individus

⁶⁷<http://www.latribune.fr/actualites/economie/international/20140311trib000819346/la-chine-veut-creer-cinq-banques-privees-pour-financer-les-pme.html>

demandeurs d'emprunt. Dans son rapport sur « **le potentiel du financement participatif dans les pays émergents** »⁶⁸ publié en 2013, la banque mondiale estimait que la Chine est un marché à 50Md\$ d'ici 2025. Cette estimation est calculée sur la base du montant disponible destiné aux investissements privés, quelques soit la forme, pour toute personne gagnant un revenu annuel supérieur à 10 000\$ par an. Ce chiffre peut paraître relativement faible lorsqu'on sait que le taux d'épargne des ménages chinois dépasse les 30%⁶⁹ (contre 5% aux Etats-Unis et 8% dans la zone euro⁷⁰) et qu'une part croissante de la population adopte une mentalité orientée investissement et consommation. Les investissements financiers traditionnels imposent un seuil d'entrée souvent trop élevé pour les ménages. Le financement participatif apparaît comme une solution pour absorber cet excès d'épargne des ménages et répond en même temps au problème de financement pour les entrepreneurs du secteur privé.

On peut généralement distinguer 3 types de financement participatif:

- **Financement avec contrepartie** : Les investisseurs reçoivent en échange de leur soutien financier des contreparties prédéfinies par les créateurs de projets. Les contreparties étant pour la plupart des produits tangibles et facilement compréhensibles, le risque est limité pour les investisseurs individuels. Ceci explique la popularité de ce mode de financement auprès du grand public. En 2014, plus de 1400 projets ont récolté auprès de 0,11M de personnes 30M\$ sur des plateformes comme **demohour**, **Taobao** ou **JingDong** en Chine. A titre de comparaison, 5600 projets ont réussi à récolter 215M\$ auprès de 2,8M investisseurs aux Etats-Unis sur les plateformes comme **Kickstarter** ou **Indiegogo**. Cette énorme différence s'explique d'abord par une méconnaissance du crowdfunding en Chine, notamment sur leur proposition de valeur. `

Côté porteurs de projets, la peur de se faire copier subsiste : présenter un projet détaillé sur une plateforme publique est perçu comme un risque de voir son idée reprise par d'autres. Mais ne pas assez dévoiler son projet risque de compromettre la levée de fonds et l'intérêt du public. Résultat, les idées vraiment innovantes sont rares sur les principales plateformes existantes. La quasi-totalité des projets concernent des hardwares ou des produits qui n'apportent qu'une amélioration esthétique. Du coup, ces sites se transforment par défaut vers une marketplace de pré-commande pour des produits high-tech. Il n'est alors pas étonnant que Taobao (Alibaba) et JingDong, les 2 plus grands sites de commerce en ligne BtoC se soient emparés de ce créneau. Mais d'autres plateformes plus niches commencent à apparaître comme **MusicKid** qui permet aux jeunes musiciens de financer leur premier album ou **tmeng**, l'équivalent pour les jeunes cinéastes.

Pour démocratiser le concept en Chine et attirer les projets créatifs, la majorité des plateformes ne prélèvent peu ou pas de commission sur l'argent récolté alors que c'est souvent leur unique moyen de monétisation. Ces sites proposent par ailleurs des tutoriels voire des

⁶⁸ http://www.infodev.org/infodev-files/wb_crowdfundingreport-v12.pdf

⁶⁹ <https://www.imf.org/external/pubs/ft/fandd/fre/2012/09/pdf/barnett.pdf>

⁷⁰ http://www.oecd-ilibrary.org/economics/taux-d-epargne-des-menages-previsions_20743858-table7

formations gratuites pour aider les porteurs de projets à mieux valoriser leur idée.

Mais la plus grande menace vient sans doute des autorités chinoises. Les plateformes de crowdfunding sont en principe illégales puisque les réglementations financières interdisent la collecte d'argent public directement auprès des particuliers. Elle doit transiter obligatoirement par une entité financière indépendante et certifiée capable de collecter de l'argent public. Ce processus alourdit non seulement les frais mais rallongent aussi le délai entre la collecte des fonds et leur distribution aux porteurs de projets.

The screenshot shows the homepage of the '点名时间' (Point Name Time) crowdfunding platform. At the top, there is a navigation bar with links for '首页' (Home), '项目' (Projects), '发起项目' (Start Project), '搜索' (Search), '服务介绍' (Service Introduction), '注册' (Register), '登录' (Login), and social sharing icons for Weibo, WeChat, Douban, and others. Below the navigation, there are several project cards arranged in a grid. Each card includes a thumbnail image, the project title, its status (e.g., '筹资成功' - Fundraising successful or '筹资失败' - Fundraising failed), the end date, a progress bar, and the amount raised. The projects include:

- 虎卫军®**: 筹资成功 (Fundraising successful) on 2015/12/27. Raised ¥14,046 (140% of goal). Project description: '有线耳机终结者——虎卫3A蓝牙耳机' (The end of wired headphones — Huguard 3A Bluetooth headphones).
- 萌猫网剧《大侠如风》**: 筹资成功 (Fundraising successful) on 2015/12/20. Raised ¥6,093 (121% of goal). Project description: '萌猫网剧《大侠如风》圣诞限定礼，软萌又好吃' (Mengmiao web drama 'Great Hero Like Wind' Christmas limited gift, soft and cute).
- ‘采田’计划——传统蜡染手工产品**: 筹资失败 (Fundraising failed) on 2015/12/16. Raised ¥392 (13% of goal).
- pqi**: 筹资失败 (Fundraising failed) on 2015/12/20. Raised ¥3,435 (6% of goal). Project description: '苹果手机/平板专用U盘' (Apple mobile phone/tablet dedicated USB drive).
- 漂洋过海只为对你说声黑凤梨**: 筹资成功 (Fundraising successful) on 2015/12/14. Raised ¥13,310 (133% of goal). Project description: '漂洋过海，只为对你说声黑凤梨 (xi) (huan) (ni)' (Crossing the ocean just to say black pomelo (xi) (huan) (ni)).
- JW**: 筹资失败 (Fundraising failed) on 2015/12/09. Raised ¥3,359 (3% of goal). Project description: '吉湾一号云端端机 自主研发CPU 中华芯 香港造' (Jiwan No.1 Cloud-end machine, independently developed CPU, China Chip, Hong Kong produced).
- 直击人心的真实**: 筹资失败 (Fundraising failed) on 2015/11/30. Raised ¥800 (1% of goal). Project description: '直击人心的真实' (Strikes at the heart's truth).
- 积木公社**: 筹资失败 (Fundraising failed) on 2015/11/25. Raised ¥8,944 (11% of goal). Project description: '好积友的诗意图乌托邦' (Good積友's poetic Utopia).

DemoHour, l'un des pionniers du crowdfunding en Chine mais qui reste relativement inconnu du grand public : on remarque 5 projets sur 8 présentés sur la page d'accueil n'ont pas réussi à atteindre leur objectifs...

- **Financement participatif en capital** (ou equity crowdfunding) : utilisé souvent par des startups en phase d'amorçage pour lever des fonds rapidement, ce type de financement correspond à une prise de participation en action de l'entreprise pour les investisseurs. Ces plateformes permettent à toute personne avertie de devenir des business angels et investir dans un portefeuille de startups.
- Contrairement à des pays où l'investissement privé est très ancré dans la culture et des régulations existent pour encadrer le risque, les investisseurs privés chinois reposent très largement sur du « **guanxi** », c'est à dire leur réseau personnel. Les prêts bancaires étant contraignants et l'investissement privé manque de transparence, les entrepreneurs « early-stage » ont majoritairement recours à de la love money. Mais depuis quelques mois, Pékin multiplie des soutiens publics à l'equity crowdfunding pour soutenir les créations d'entreprises, et d'emplois,

dans un contexte de ralentissement économique que la Chine n'a plus connu depuis les années 80.⁷¹ La commission **de régulation des marchés financiers chinois (CSRC)** a publié début août un texte pour donner un cadre légal à ces plateformes. Ainsi selon CSRC, chaque projet soumis en ligne est limité à **200 investisseurs accrédités** mais la définition de l'investisseur accrédité reste floue. Dans une tentative d'encadrement signalée un peu plus tôt dans l'année, le CSRC définissait comme critères d'éligibilité les personnes respectant l'une des conditions suivantes⁷² :

- Investir au moins RMB 1million dans un projet
- Posséder un patrimoine net d'au moins RMB 10 millions
- Posséder un patrimoine net d'au moins RMB 3 millions et gagner un revenu annuel supérieur à RMB 500 000 pour les 3 années précédentes

Ces critères sont jugés très stricts (bien au delà des critères donnés par la banque mondiale – qu'on rappelle à seulement 10 000\$ de revenu par an - pour estimer le marché de financement participatif en Chine) et bien que ces critères ne soient pas définitifs, ceci limiterait le nombre d'investisseurs potentiels à un petit groupe de très riches Chinois, qui seraient par ailleurs les moins intéressés par ce type d'offre. L'Etat reste donc prudent sur le financement participatif pour éviter de nouveaux scandales au temps de shadow banking. Cela passera par une meilleure transparence des projets pour attirer les investisseurs, tout en essayant de protéger leur information, seuls les investisseurs qualifiés peuvent avoir accès à leur info en ligne par exemple. La preuve est que ce genre de financement n'est plus réservé aux PMEs : Dalian Wanda, l'un des plus conglomérat chinois, présent notamment dans l'immobilier, a réussi à lever plus 800M\$ en 2015 grâce au financement participatif⁷³.

ac 天使汇

首页 | 创业项目 | 投资人 | 众创空间 | 新手指南 | 找项目, 投资人, 众创空间 | 注册 | 登录

4 天使合投一步搞定融资和资源

1 创建项目
创建完善项目并申请挂牌

2 获得认购
获得亲友及认证投资人投资

3 缴款交割
签署投资协议获得投资款

4 后续资源
定期跟投资人同步项目进展

创建项目,发起天使合投

天使汇跟投指数基金
单笔最高80万 / 48小时极速决策
免费申请

AngelCrunch, la plus importante plateforme de « angel investment » en Chine et fortement inspirée du modèle américain AngelList

⁷¹ <http://www.scmp.com/business/china-business/article/1861840/beijing-backs-equity-crowdfunding-develop-entrepreneurial>

⁷² <http://blog.sharein.com/regulations-allowing-china-share-crowdfunding-revolution-published/>

⁷³ <http://www.wsj.com/articles/chinas-wanda-group-raises-805-million-in-crowdfunding-push-1434687631>

- **Financement peer-to-peer** : Il s'agit ici de la forme de financement qui se rapproche le plus d'une banque de détail. Un particulier accepte de prêter un montant à un autre particulier en échange d'un taux d'intérêt défini en fonction du risque encouru. Les plateformes de « crowd lending » comme on les appelle propose souvent une rentabilité plus élevée pour les prêteurs et des conditions d'accès plus favorables aux emprunteurs. Ces caractéristiques en font du financement peer-to-peer une alternative intéressante au circuit de financement classique. Cependant le système d'évaluation de risque est encore sous développé en Chine, une plateforme privée de prêt 100% en ligne mettra du temps à s'imposer.

Car contrairement aux pays anglo-saxons, le recours au crédit est récent en Chine et s'est développé progressivement avec la société de consommation et de l'entreprise privée. Aux Etats-Unis, la longue culture du crédit a permis le développement des lois beaucoup plus strictes. Chaque résident américain possède par exemple un « **credit score** » attaché au numéro de sécurité sociale. Noté sur 800⁷⁴, ce credit score permet d'évaluer le risque de solvabilité de l'individu et est indispensable à la moindre opération financière aux Etats-Unis comme souscrire à un abonnement mobile ou ouvrir une ligne électrique. Il n'est alors pas étonnant de voir les Etats-Unis devenir le premier marché du prêt peer-to-peer car le processus de demande en ligne est extrêmement simple et rapide. Pour chaque demande, il suffit pour l'emprunteur de renseigner son « credit score » et quelques informations supplémentaires comme la nature de son prêt et ses revenus annuels. Une simulation lui permet en coup d'œil de voir le montant auquel il a droit, ainsi que les taux d'intérêt. Plus de 2000 sites de prêts en ligne ont émergé en Chine depuis 2012 mais la plupart n'ont que peu de chose à avoir avec du financement participatif. **DianRong**, une plateforme créée par l'un des co-fondateurs de **Lending Club**, l'un des acteurs majeurs du prêt collaboratif aux Etats-Unis, peine à décoller malgré une levée de fond record de 219M\$⁷⁵ et une équipe expérimentée. Pour attirer les particuliers, les plateformes proposent des taux d'intérêt élevé allant de 5% à 25%, ce qui est largement supérieur au taux observé sur les autres plateformes mondiales comme Lending Club ou Zopa (qui se situent entre 4% et 10%, même en prenant en compte des écarts d'inflation). Le recours aux fonds des particuliers reste cher donc pour les PMEs mais les taux pratiqués restent bien inférieurs à ceux du « shadow bank » qui frôlaient facilement 40%. Cependant, pour limiter des risques trop importants en terme de solvabilité, de plus en plus de plateformes se tournent vers une version hybride où elles essaient de s'appuyer sur des agences de crédit locales pour trouver et valider les différents projets de financement. 3 modèles de plateformes se côtoient ainsi sur le marché Chinois actuel :

⁷⁴ 800 est le score maximal et un score de 300 est généralement synonyme d'interdit bancaire

⁷⁵ <https://www.crunchbase.com/organization/dianrong#/entity>

- Le modèle Peer-to-Peer offline:

Incarné par **Credit Ease**, souvent présenté comme le leader du peer-to-peer lending en Chine⁷⁶ mais l'entreprise ressemble plus à une entreprise de gestion de patrimoine avec plus de 30 000 employés dont une grosse partie dédiée à la vente de ses produits. Il est néanmoins possible de demander un emprunt directement en ligne pour les particuliers.

- Le modèle PtoBtoP :

Les cas d'insolvabilité peuvent atteindre 1% du montant total d'emprunt pour des banques traditionnelles en Chine. Ce taux est naturellement encore plus élevé pour du peer-to-peer lending du fait d'un seuil d'entrée plus faible. Considérant que les plateformes leader du marché aient accordé jusqu'à 100 millions de prêt, un risque mal maîtrisé serait fatal. Ainsi, certains sites vont identifier une partie des demandeurs d'emprunt directement auprès des agences de crédit traditionnelles qui vont se charger de l'évaluation du risque et se portent responsables en cas d'insolvabilité. En contrepartie, ces agences vont profiter de la visibilité des plateformes et leur accès au financement. Mais cette intermédiation alourdit les processus : il faut en moyenne 3 jours d'attente pour valider une demande sur **RenRenDai** ou **Yooli**.

- Le modèle Peer-to-Peer :

les sites comme **ppdai** ou **dianrong** qui ont choisi le modèle 100% se sont spécialisé dans les emprunts de faible montant et proposent des options de diversification extrêmement poussée (nature de l'investissement, notation interne de l'emprunteur, sa région d'origine etc..) aux investisseurs pour limiter le risque au maximum. Les deux entreprises ont par ailleurs investi massivement dans le smart data pour combiner l'historique d'activité et les données tierces pour essayer de prédire les risques d'insolvabilité.

⁷⁶ <http://english.creditease.cn/about/Overview.html>

4) Restauration : quand manger redevient un acte social

La restauration est un marché à 376Mds\$⁷⁷ en Chine et ce chiffre n'inclut pas encore la restauration rapide. Le développement du pays s'est accompagné d'une tertiarisation progressive de l'économie et plus particulièrement l'industrie de l'hospitalité (hospitality industry) comme les hôtels, bars ou restaurants. La nourriture occupe une place centrale dans la culture chinoise héritée des 5000 ans d'histoire, d'évolution, de mélange. La première question qu'on vous demande en Chine n'est pas le traditionnel « comment allez-vous » mais « avez-vous mangé ». Malgré l'urbanisation et la disparition petit à petit de la street food, il est toujours possible de manger presque à toute heure dans les grandes villes chinoises.

L'arrivée de l'internet a vu tout d'abord apparaître les sites de recommandation puis rapidement la livraison est devenue accessible partout, à toute heure au bout d'un clic. La livraison des plats est depuis devenue quelques années une industrie à elle toute seule car les opportunités sont énormes : une concentration urbaine très élevée couplée avec la faible capacité logistique de nombreux restaurants. Le « take-away » fait parti par ailleurs des habitudes locales où il est possible de se faire livrer même par des restaurants haut de gamme. Les deux plateformes majeures de recommandation et de livraison -**DianPing**, un équivalent de Yelp et **Ele.me**, une application de livraison repas, ont levé chacun plus d'un milliard de dollar pour se développer.

Parallèlement, sous l'effet de l'explosion des émissions culinaires qui prône le fait maison et des scandales alimentaires à répétition, de plus en plus de concepts naissant autour de repas à domicile voire des repas partagés ou vendus par des particuliers sur internet.

- Chef à domicile, pour les amateurs de cuisiner maison sans effort**

Des sites comme **Idachu** ou encore **Haochushi** mettent en relation des chefs professionnels avec des particuliers. Pour un prix dérisoire, entre 10€ pour 4 plats et 14€ pour 6 plats, ingrédients non compris, il est désormais possible de bénéficier le talent des professionnels à domicile. Si le but initial était d'en faire une plateforme ouverte où les chefs pouvaient disposer librement de leur horaire, il s'est avéré qu'il y avait une très grande disparité entre les prestations. Afin de garantir une régularité dans la qualité de prestation proposée, une grande partie des sites ont internalisé les chefs, qui sont donc devenus des employés et bénéficient à ce titre des formations de mise à niveau, notamment sur le matériel utilisé et le processus à respecter.

Cette forme de standardisation enlève l'originalité et la surprise qu'on attend d'un tel service. **Haochushi** se rend d'ailleurs compte et n'exclut toujours pas de revenir à un modèle plus collaboratif en attendant de trouver des chefs qualifiés et disponibles pour éviter les mauvais retours client. L'aspect social reste néanmoins présent car les chefs autant que les

⁷⁷ <http://www.ibisworld.com/industry/china/full-service-restaurants.html>

clients sont invités à se parler et échanger pour éviter l'impression d'un statut de pur prestataire externe.



Des menus pour des occasions spéciales sont disponibles. Chaque chef possède une page profil où il est possible pour les clients de noter et commenter

- **Plats cuisinés maison : le airbnb de la restauration**

La richesse de la cuisine Chinoise ne se limite pas à ses 8 cuisines régionales officielles. Chaque ville comporte sa dose de variation, d'invention et de spécialité. Partant du constat qu'il y a une incroyable offre de plats rarement proposés dans les restaurants et une ressources inexploitée de cuisiniers à talent, Feng Xiao, un serial entrepreneur a fondé **Mishi**⁷⁸ en 2013, la première plateforme de restaurant peer-to-peer où les particuliers peuvent mettre en vente leur plat fait maison à d'autres membres de la communauté. La plateforme tient à cette valeur communautaire et n'a surtout pas vocation à devenir une marketplace pour des professionnels et impose pour cela une limite de plats pouvant être proposé chaque jour.

Pour autant, Mishi encourage les particuliers qui sont motivés par des revenus supplémentaires. En effet, après une inspection de la cuisine et un bref entretien, chaque cuisiner amateur validé reçoit des formations gratuites, que ce soit sur l'hygiène, l'entretien de la visibilité en ligne, gestion des stocks de produits etc. Des outils de cuisine ainsi qu'une séance photo sont aussi offerts. Côté clients, la réservation d'un plat se fait comme sur n'importe quelle autre plateforme, avec une mise en avant de chaque cuisinier et un format plus interactif.

- **Un repas collaboratif ou un diner plus que parfait**

Après le chef à la maison et commander le repas chez un particulier, pourquoi pas combiner les deux ? L'idée est de redonner le caractère

⁷⁸ <http://www.mishi.cn>

social d'un repas en s'improvisant chef le temps d'un soir et proposer à des inconnus de venir manger à la maison. On pense notamment aux émissions comme « un diner presque parfait » qui incarne bien le concept, avec les caméras en moins. En Chine, organiser des diners chez des inconnus n'est pas un phénomène nouveau mais s'appliquait jusqu'à présent à une occasion spéciale. Le « **non jia le** », littéralement la joie à la campagne, a été popularisé dans les années 2000 où il devenait courant pour des familles à la campagne de proposer aux touristes de passage des repas composés de produits locaux, et bio. Cette proposition de valeur trouve un écho particulièrement efficace auprès des citadins qu'aujourd'hui, le « non jia le » est devenu en lui même une activité et ces restaurants de famille se sont beaucoup professionnalisés.

Plus proche de nous, les entreprises comme **EatWith** ou **VizEat** existent depuis plusieurs années en Europe et propose à n'importe qui d'ouvrir sa porte pour accueillir des étrangers diner à maison. Des équivalents Chinois n'existent pas encore à ce jour car inviter des inconnus diner à la maison dans un but social n'est pas encore une idée très répandue. Mais des expérimentations commencent à avoir lieu dans plusieurs villes, notamment par le biais de WeChat. L'application de messagerie instantanée intègre à la fois la fonction de chat en group, de paiement en ligne et d'un mur d'actualité pour partager les photos, ce qui fait d'elle un outil idéal d'organisation et de partage.

Malgré les tractions encourageantes et un début d'intérêt général pour ce qu'on appelle l'économie collaborative, le terme est en réalité abusé et paraît bien trop pompeux par rapport à ce qu'il se passe réellement en Chine. Comme la brusque transition d'une économie maoïste à l'économie de marché il y près de 40 ans, l'économie collaborative est entré en Chine comme un nouveau modèle de capitalisme 2.0 en oubliant souvent l'aspect social et politique. Or l'économie collaborative a été pensée à la base non comme seulement un modèle économique mais avant tout un modèle social.⁷⁹

Si Airbnb, Uber et d'autres startups vénérées par les fonds d'investissement ont indéniablement apporté une plus value aux consommateurs en rendant l'usage plus simple, la transaction plus sûre et des prix plus bas, leur contribution à la société d'un point de vue macro-économique est encore discutable :

- **Lorsque** Uber et Lyft (comme Didi et Kuaidi en Chine) s'engaient dans une guerre de prix en dépensant des millions de dollars⁸⁰ pour avoir le monopole du marché (et des données utilisateurs), le principe de décentralisation vole en éclat.
- **Lorsque** un rapport indique que la congestion n'a pas vu d'amélioration depuis l'arrivée de Uber à Londres et qu'au contraire, il y a de plus en plus de personnes qui se détournent du transport public pour faire leur trajet en taxi grâce aux promotions de Uber, la caution écologique vole en éclat.⁸¹
- **Lorsque** Airbnb devient petit à petit, non plus « comme votre seconde maison » mais un site de location pour des rentiers ou agences professionnelles, en aggravant au passage la bulle immobilière, comme c'est le cas à San Francisco⁸², la caution sociale saute aussi en éclat.

Or quand ces entreprises sont érigées comme des modèles en Chine pour reproduire l'économie collaborative à la chinoise, avec un prisme purement économique (le fameux modèle O2O - online to offline ou tout simplement du e-commerce appliqué aux services), un biais est installé dès le début. Bien sûr, la recherche de profit n'est évidemment pas tabou, la dimension économique est d'ailleurs souvent le facteur déclencheur pour les utilisateurs et nécessaire pour l'entreprise ou l'organisation d'exister et se développer de manière pérenne. Blablacar est un bon exemple en passant d'un modèle gratuit mais marginal (co-voiturage.fr) à un modèle payant mais présent dans 20 pays. Mais trouver le bon business modèle sans trahir les principes fondamentaux de l'économie collaborative n'est pas chose aisée, surtout dans une Chine où des obstacles sociaux (comme la confiance), culturels (l'attachement à la propriété) et politiques sont nombreux au développement d'une société décentralisée, transparente et participative.

La récente création d'une commission sur l'économie collaborative⁸³ en Chine à l'initiative des géants comme Linkedin, Tencent, Lenovo ou Kuaidi pourrait

⁷⁹ <http://rachelbotsman.com/thinking/>

⁸⁰ <http://valleywag.gawker.com/uber-and-lyft-price-war-drives-major-competitor-out-of-1646194932>

⁸¹ <http://techcrunch.com/2015/08/26/uber-london-impact/>

⁸² <http://www.sfchronicle.com/airbnb-impact-san-francisco-2015/#1>

⁸³ <http://en.acnnewswire.com/press-release/english/27135/chinese-regulators-welcome-new-industry-association-led-by-didi-kuaidi-in-support-of-sharing-economy>

donner un poids sur la table de négociations avec les régulateurs administratifs mais servira surtout aux intérêts privés des entreprises citées.

Ailleurs dans le monde, de nombreuses initiatives sont en train de réintroduire la notion d'une réelle économie collaborative que ce soit :

Sur le plan politique

- **Budget Participatif** de la mairie de Paris qui permet aux Parisiens de soumettre⁸⁴ et voter directement des projets urbains grâce à une allocation de 5% du budget annuel de la ville.
- **Parlement & Citoyens**⁸⁵ qui permet à tout citoyen de participer à l'élaboration d'une loi.

Sur le plan social

- **Des Repair Cafés** qui s'inscrivent dans le mouvement des makers et luttent à leur manière l'obsolescence programmée un peu partout dans le monde en organisation des sessions de réparations gratuites avec des bricoleurs bénévoles.⁸⁶
- **La'Zooz** est la version israélienne de Uber qui prône la décentralisation des informations avec l'utilisation de la blockchain comme moyen de paiement et des données complètement ouvertes aux membres de la communauté.

Ce ne sont que quelques exemples de très nombreuses initiatives dans le monde qui tentent à leur manière de se réapproprier le concept d'économie collaborative dont le succès est malheureusement trop souvent mesurée à sa valeur économique. Pour la Chine, cette médiatisation monétaire aura au moins le mérite, on l'espère de faire connaître le mouvement, pour que l'économie collaborative pourra être un jour être repris par les paysans, les ouvriers, les étudiants, les chercheurs... le concept d'une « société harmonieuse » réclamée par le parti communiste Chinois depuis une dizaine d'années sera peut être alors enfin légitime.

⁸⁴ <https://budgetparticipatif.paris.fr/bp/>

⁸⁵ <https://www.parlement-et-citoyens.fr/>

⁸⁶ <http://repaircafe.org/fr/>