

trans- versales. économie



Économie	43
Sciences.....	44
Signaux	45

✓ Jack Ma. Dessin de Taylor Jones, États-Unis.

Le rêve américain d'Alibaba

Mondialisation. Le géant chinois de la vente en ligne compte sur son système de paiement Alipay pour conquérir les marchés internationaux. Pour y parvenir, il mise sur sa plateforme mondiale de commerce en ligne, prête à concurrencer eBay.



CAGLE CARTOONS

a jusqu'à présent du mal à s'implanter en Europe et aux États-Unis. Le géant est en butte à une forte concurrence dans son pays d'origine, et les spéculations vont bon train quant à la possibilité qu'il s'attire les foudres des autorités de Pékin. De nombreuses sociétés chinoises ont mordu la poussière quand elles ont essayé de se développer à l'étranger.

Pourtant, rares sont les observateurs qui parient contre le groupe. «Si la mondialisation était enceinte et accouchait de jumeaux, ils s'appelleraient Jeff Bezos [le fondateur d'Amazon] et Jack Ma, assure Michael Zakkour, de la société de conseil en chaîne logistique Tompkins. Ils sont les plus pures manifestations de la mondialisation 2.0.»

En Chine, les tentacules d'Alibaba s'insinuent dans presque tous les aspects de la vie quotidienne : shopping, finance,

Le groupe propose une plateforme d'échanges qui serait une sorte d'OMC pour les PME.

forums de discussion, santé, loisirs, information. On peut passer des semaines sans argent liquide : on règle son café, ses vêtements ou ses factures en effleurant l'écran de son téléphone. Le service de paiement en ligne Alipay [commercialisé par Ant Financial, une filiale du groupe] est tellement développé que même certains SDF l'utilisent pour faire la manche.

Alibaba représente un dixième des ventes au détail en Chine et possède le plus grand fonds monétaire [du monde], Yu'e Bao, qui gère 1 140 milliards de yuans [145 milliards d'euros]. Le groupe a chassé eBay hors de Chine et a supplanté Yahoo, acquérant sa filiale chinoise en 2005.

Joe Tsai, vice-président directeur d'Alibaba, présente le groupe comme «un grand incubateur d'idées». Parmi celles-ci, le paiement par reconnaissance faciale ou les services de santé en ligne. L'équipe de fusions-acquisitions est constamment à l'affût de nouveaux investissements. Outre une myriade de start-up, Alibaba détient des participations dans Snap [qui exploite l'application SnapChat] et Lyft [société californienne de location de voiture avec chauffeur].

— **Financial Times**
(extraits) Londres

Alibaba est une entreprise qui se pense elle-même comme un pays. Son fondateur, Jack Ma, un ancien professeur d'anglais, s'active comme un diplomate chevronné. L'année dernière, à l'occasion du sommet du G20 organisé à Hangzhou [sous présidence chinoise], il a accueilli [au siège d'Alibaba] Malcolm Turnbull, le Premier ministre australien, Justin Trudeau, le Premier ministre canadien, et Matteo Renzi, alors président du Conseil italien.

En janvier, il fut le premier homme d'affaires chinois reçu par

Donald Trump après son élection – un mois avant que le président américain ne s'entretienne par téléphone avec son homologue chinois Xi Jinping. Depuis, il a rencontré les dirigeants d'Argentine, d'Australie, d'Israël, de Malaisie et du Pakistan [et de plusieurs pays africains].

Les ambitions de Jack Ma pour Alibaba, un groupe de commerce électronique qui pèse aujourd'hui 309 milliards de dollars, sont également planétaires. D'ici à 2036, il voudrait que les ventes sur ses plateformes dépassent le PIB de la cinquième économie de la planète, juste derrière les États-Unis, la Chine, le

Japon et l'Union européenne. Il table sur 2 milliards de clients, ce qui, rapporté à la population mondiale actuelle, équivaudrait à 1 personne sur 4.

Pour atteindre ces objectifs, il propose des idées qui ressemblent plus aux projets d'un homme politique qu'à ceux d'un chef d'entreprise. Afin de renforcer l'armature

“Si la mondialisation accouchait de jumeaux, ils s'appelleraient Jeff Bezos et Jack Ma.”

Michael Zakkour,
VICE-PRÉSIDENT DE TOMPKINS

technologique de son entreprise, il s'est engagé en mars à «construire la Nasa d'Alibaba», en référence à l'agence spatiale américaine qui a permis à l'homme de marcher sur la Lune. Et alors que les négociations commerciales mondiales sont au point mort, il propose une plateforme d'échanges qui constituerait une sorte d'Organisation mondiale du commerce (OMC) pour les petites et moyennes entreprises. «Je pense que dans les dix ou vingt années à venir, la mondialisation devra être menée par les entrepreneurs», a-t-il déclaré en avril. Il a baptisé son projet l'«e-OMC».

Malgré ses projets internationaux étourdissants, Alibaba

Toutes ses filiales ne sont toutefois pas bénéficiaires. Son cloud a beau être l'un de ses plus grands projets récents, il perd 8 cents sur chaque dollar. La plateforme logistique Cainiao, qui livre 57 millions de colis par jour, est un gouffre financier, et Alibaba Pictures [cinéma] annonce des pertes de 140 millions de dollars.

Mais Alibaba ne s'en soucie pas outre mesure. Son activité de commerce en ligne lui permet de financer des start-up et de construire son propre écosystème. La formule semble lui réussir : pendant son dernier exercice, clos fin mars, le groupe a enregistré un chiffre d'affaires de 23 milliards de dollars, soit une hausse de 56 %, et engrangé 6 milliards de rends de bénéfice net, ce qui le rend bien plus rentable qu'Amazon.

En dehors de la Chine, c'est en Asie du Sud-Est qu'Alibaba est le mieux implanté. Il contrôle le groupe singapourien de commerce en ligne Lazada et détient, conjointement avec sa filiale Ant Financial, une participation dans PayTM, une société indienne de télépaiement par smartphone. Le groupe s'est lancé dans une série d'acquisitions pour accroître sa présence dans le reste du monde.

"Je suis encore un peu sceptique, note toutefois un consultant qui travaille dans ce secteur. Alibaba a échoué en Europe. Bien d'autres acteurs chinois ont eu du mal à conquérir l'étranger, en particulier les États-Unis." La première aven-

"La paranoïa est chez nous un état d'esprit."

Joe Tsai,
VICE-PRÉSIDENT D'ALIBABA

ture américaine d'Alibaba a d'ailleurs tourné court. À la mi-2015, après un an d'activité, il a revendu son site de vente en ligne 11 Main, et au moins deux de ses investissements - dans l'appli de messagerie Tango et le moteur de recherche Quixey - ont échoué.

Pour autant, Alibaba ne s'avoue pas vaincu. Son objectif, à l'entendre, c'est de ne jamais cesser d'apprendre, et de toute façon les succès financiers ne manquent pas. Jet.com, la plateforme de commerce en ligne qu'elle détenait en partie et qui a été rachetée par Wal-Mart pour 3,3 milliards de dollars l'année dernière, en est l'illustration parfaite.

Le groupe compte sur l'augmentation du nombre de touristes chinois à l'étranger pour accélérer la croissance du chiffre d'affaires international d'Alipay, un système de paiement déjà accepté par plus de 110 000 magasins [hors de Chine]. Et l'accord signé début mai avec First Data va lui permettre d'accéder d'un coup aux 4,5 millions de clients américains de ce fournisseur de solutions de paiement.

Selon Richard Windsor, analyste chez Radio Free Mobile, Alipay est le cheval de Troie d'Alibaba sur marché américain. Car ce partenariat lui donnera accès à 4 millions de points de vente américains - ce qui le mettra sur un pied d'égalité avec ApplePay. "Notre objectif est de fournir des moyens de paiement fiables aux 4 millions de Chinois qui se rendent en Amérique du Nord chaque année", explique Souheil Badra, président d'Alipay pour l'Amérique du Nord.

Contrefaçons. Mais ce n'est pas parce que le système de paiement par code QR d'Alipay sera largement disponible qu'il va se généraliser, tempère Richard Windsor. Car, selon lui, "son confort d'utilisation laisse à désirer et il est un peu austère". "Une expérience médiocre selon les critères des marchés développés constitue un énorme progrès de l'expérience hors connexion en Chine, et c'est à mon avis pour cette raison que les codes QR ont marché en Chine et non dans les marchés développés", a-t-il écrit sur son blog.

Les problèmes ne s'arrêtent pas là. Alibaba fait l'objet d'une enquête de l'autorité américaine des marchés financiers, qui a des doutes sur ses méthodes comptables, et à la fin de 2016 Washington a réintégré la plateforme marchande Taobao sur la liste noire "des marchés notablement connus" pour permettre la vente de produits contrefaits. Si Alibaba a mis les bouchées doubles pour purger ses sites - un travail de titan -, la boutade de Jack Ma, selon lequel "les faux produits présentent aujourd'hui une meilleure qualité et un meilleur prix que les produits originaux", n'est toujours pas passée auprès des marques et des autorités.

Mais le plus gros coup de Jack Ma est sans doute sa plateforme mondiale de commerce en ligne [eWTP]. Dévoilé l'année dernière [au sommet du G20 de

Hangzhou], ce projet porte la patte d'Alibaba : un réseau de petites entreprises avec intégration maximale des services. Le cycle de négociations commerciales de Doha lancé par l'OMC en 2001 est "tellement long que j'ai de la peine pour ces types de l'OMC", a déclaré Jack Ma en avril. Sa nouvelle plateforme va surtout servir de structure pour

Alibaba a promis de créer 1 million d'emplois aux États-Unis.

développer le commerce transfrontalier, en réglant les questions logistiques et les formalités douanières et en garantissant des droits de douane avantageux.

Alibaba a lancé ce projet grandiose par la signature [en mars] d'un premier accord bilatéral avec Kuala Lumpur. L'objectif : faciliter la tâche des PME souhaitant expédier leurs produits de Chine en Malaisie, et inversement. Ce partenariat public-privé dans la zone de libre-échange numérique de la Malaisie se concentrera sur les infrastructures, avec notamment un centre de gestion des commandes et une coopération en matière de paiements électroniques et de financement. Pour l'instant seule la logistique est en place ; les droits de douane sont encore en discussion. Alibaba serait également en pourparlers avec la Russie, qui est l'un des plus gros marchés de son site de commerce international [à prix de gros] AliExpress.

Jack Ma devra surmonter de nombreux obstacles, mais si son projet aboutit il démontrera que les entreprises - et non les États - sont les fers de lance de la mondialisation.

Afin d'accroître sa présence aux États-Unis, le groupe a adopté une stratégie censée plaire à l'Amérique de Trump : il a promis de créer 1 million d'emplois dans ce pays, en permettant aux producteurs de cerises, de vêtements ou de bougies de vendre en Chine via les sites d'Alibaba. [En juin, Jack Ma

a organisé une conférence de deux jours à Détroit, au cours de laquelle il a présenté son projet à quelque 3 000 patrons de PME.] Et afin de convaincre les sceptiques, l'entrepreneur prend la Chine pour exemple. Au cours des quinze dernières années, il dit avoir créé 33 millions d'emplois dans ce pays : les 10 millions de vendeurs présents sur son site Taobao auraient créé "au minimum" trois emplois chacun, notamment dans la logistique.

Duncan Clark, un consultant installé à Pékin qui a écrit un ouvrage sur Alibaba [L'Incredible Histoire de Jack Ma, le milliardaire chinois, éd. François Bourin, 2017], reste dubitatif. "Il existe déjà toutes sortes de plateformes [aux États-Unis] pour les niches commerciales", rappelle-t-il. Alibaba devra ainsi affronter la concurrence d'Etsy, un site spécialisé dans les articles faits main, et de grands acteurs comme eBay et Amazon.

Mais pour d'autres observateurs, le groupe a toutes ses chances. "Il y a trois ans [les Américains] ne connaissaient pas Alibaba, c'est pourquoi son introduction en Bourse [aux États-Unis, en 2014] était si importante, estime un analyste. De nombreux agriculteurs américains regardent [la chaîne d'information financière] CNBC. Ce sont aussi des hommes d'affaires."

La peur pour moteur. Peut-être que le plus gros obstacle, paradoxalement, se dressera en Chine. Biad et Tencent, qui avec Alibaba composent la sainte trinité chinoise des géants de l'Internet, le talonnent dans pratiquement tous les domaines.

Face à tous ces défis, Alibaba explique avoir la peur pour moteur. L'entreprise est dirigée par un homme qui n'est pas un ingénieur et n'a aucun appui au sein de l'État chinois. Elle est née juste avant l'explosion de la bulle Internet et a créé Taobao au moment où l'épidémie de Sras paralysait Hong Kong et une partie du sud de la Chine. En février, Joe Tsai, le

vice-président, déclarait à des investisseurs : "La paranoïa est chez nous un état d'esprit. Et c'est pour nous la marque de fabrique des plus grands noms d'Internet."

— Louise Lucas
Publié le 23 mai

Tour de vis

●●● La campagne menée depuis plusieurs mois par Pékin contre les "investissements à l'étranger irrationnels" des entreprises chinoises vient d'être codifiée. Le 18 août, les autorités ont publié une directive définissant trois catégories d'investissements, relate le **South China Morning Post** : ceux qui sont interdits (jeux, industrie du sexe, technologies militaires, et, plus généralement, tout ce qui "menace les intérêts nationaux et la sécurité du pays"), ceux qui font l'objet de restrictions et supposent une autorisation spéciale (fonds d'investissement en actions, immobilier, hôtellerie, loisir, cinéma, sport...), et ceux qui sont encouragés (énergie, exploration minière, agriculture, hautes technologies, recherche et infrastructures soutenant le projet des nouvelles routes de la soie du président Xi Jinping). Les autorités soupçonnent certaines entreprises de "délibérément surpayer les trophées" qu'elles s'offrent à l'étranger afin "de sortir de l'argent du pays", analyse le **Financial Times**. Largement financée par l'emprunt, la frénésie d'acquisition des groupes publics et privés fait peser d'énormes risques sur le secteur bancaire chinois tout en accélérant l'hémorragie de capitaux. Sous la pression des autorités, ces flux se sont déjà réduits : les investissements dans des entreprises non financières à l'étranger ont plafonné à 57 milliards de dollars lors des sept premiers mois de l'année, contre 103 milliards au cours de la même période de 2016, selon les statistiques officielles chinoises.

SÉRIE D'ÉTÉ

LA CHINE
MAÎTRE DU MONDE ? 6/7



trans- versales. économie



Économie	43
Sciences.....	44
Signaux	45

✓ Jack Ma. Dessin de Taylor Jones, États-Unis.

Le rêve américain d'Alibaba

Mondialisation. Le géant chinois de la vente en ligne compte sur son système de paiement Alipay pour conquérir les marchés internationaux. Pour y parvenir, il mise sur sa plateforme mondiale de commerce en ligne, prête à concurrencer eBay.



CAGLE CARTOONS

a jusqu'à présent du mal à s'implanter en Europe et aux États-Unis. Le géant est en butte à une forte concurrence dans son pays d'origine, et les spéculations vont bon train quant à la possibilité qu'il s'attire les foudres des autorités de Pékin. De nombreuses sociétés chinoises ont mordu la poussière quand elles ont essayé de se développer à l'étranger.

Pourtant, rares sont les observateurs qui parient contre le groupe. «Si la mondialisation était enceinte et accouchait de jumeaux, ils s'appelleraient Jeff Bezos [le fondateur d'Amazon] et Jack Ma, assure Michael Zakkour, de la société de conseil en chaîne logistique Tompkins. Ils sont les plus pures manifestations de la mondialisation 2.0.»

En Chine, les tentacules d'Alibaba s'insinuent dans presque tous les aspects de la vie quotidienne : shopping, finance,

Le groupe propose une plateforme d'échanges qui serait une sorte d'OMC pour les PME.

forums de discussion, santé, loisirs, information. On peut passer des semaines sans argent liquide : on règle son café, ses vêtements ou ses factures en effleurant l'écran de son téléphone. Le service de paiement en ligne Alipay [commercialisé par Ant Financial, une filiale du groupe] est tellement développé que même certains SDF l'utilisent pour faire la manche.

Alibaba représente un dixième des ventes au détail en Chine et possède le plus grand fonds monétaire [du monde], Yu'e Bao, qui gère 1 140 milliards de yuans [145 milliards d'euros]. Le groupe a chassé eBay hors de Chine et a supplanté Yahoo, acquérant sa filiale chinoise en 2005.

Joe Tsai, vice-président directeur d'Alibaba, présente le groupe comme «un grand incubateur d'idées». Parmi celles-ci, le paiement par reconnaissance faciale ou les services de santé en ligne. L'équipe de fusions-acquisitions est constamment à l'affût de nouveaux investissements. Outre une myriade de start-up, Alibaba détient des participations dans Snap [qui exploite l'application SnapChat] et Lyft [société californienne de location de voiture avec chauffeur].

— **Financial Times**
(extraits) Londres

Alibaba est une entreprise qui se pense elle-même comme un pays. Son fondateur, Jack Ma, un ancien professeur d'anglais, s'active comme un diplomate chevronné. L'année dernière, à l'occasion du sommet du G20 organisé à Hangzhou [sous présidence chinoise], il a accueilli [au siège d'Alibaba] Malcolm Turnbull, le Premier ministre australien, Justin Trudeau, le Premier ministre canadien, et Matteo Renzi, alors président du Conseil italien.

En janvier, il fut le premier homme d'affaires chinois reçu par

Donald Trump après son élection – un mois avant que le président américain ne s'entretienne par téléphone avec son homologue chinois Xi Jinping. Depuis, il a rencontré les dirigeants d'Argentine, d'Australie, d'Israël, de Malaisie et du Pakistan [et de plusieurs pays africains].

Les ambitions de Jack Ma pour Alibaba, un groupe de commerce électronique qui pèse aujourd'hui 309 milliards de dollars, sont également planétaires. D'ici à 2036, il voudrait que les ventes sur ses plateformes dépassent le PIB de la cinquième économie de la planète, juste derrière les États-Unis, la Chine, le

Japon et l'Union européenne. Il table sur 2 milliards de clients, ce qui, rapporté à la population mondiale actuelle, équivaudrait à 1 personne sur 4.

Pour atteindre ces objectifs, il propose des idées qui ressemblent plus aux projets d'un homme politique qu'à ceux d'un chef d'entreprise. Afin de renforcer l'armature

“Si la mondialisation accouchait de jumeaux, ils s'appelleraient Jeff Bezos et Jack Ma.”

Michael Zakkour,
VICE-PRÉSIDENT DE TOMPKINS

technologique de son entreprise, il s'est engagé en mars à «construire la Nasa d'Alibaba», en référence à l'agence spatiale américaine qui a permis à l'homme de marcher sur la Lune. Et alors que les négociations commerciales mondiales sont au point mort, il propose une plateforme d'échanges qui constituerait une sorte d'Organisation mondiale du commerce (OMC) pour les petites et moyennes entreprises. «Je pense que dans les dix ou vingt années à venir, la mondialisation devra être menée par les entrepreneurs», a-t-il déclaré en avril. Il a baptisé son projet l'«e-OMC».

Malgré ses projets internationaux étourdissants, Alibaba