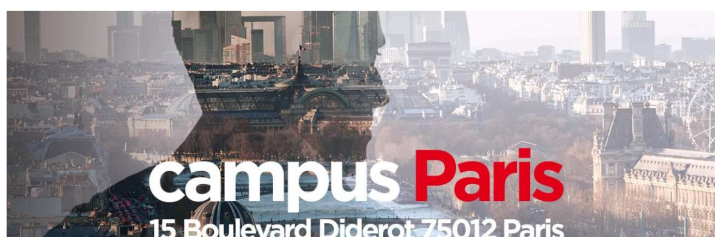


Conférence d'échanges économiques et culturels entre la Chine et la France

« La Nouvelle Route de la Soie Digitale »

Campus emlyon business school - 13 décembre 2017



M. **David BAVEREZ**, financier et investisseur vivant en Chine depuis de nombreuses années, a souhaité donné des clefs de lecture pour mieux comprendre « la Nouvelle Chine » : son nouveau modèle à la fois politique, économique, et sociétal, l'impact sur le Nouveau Monde de cette Nouvelle Chine et comment l'Europe – plus particulièrement la France –, avec une « Amérique à la Trump », a une chance unique d'exploiter le prochain quinquennat pour construire une « Nouvelle Route de la Soie Digitale » avec la Chine, afin de contrebalancer enfin la suprématie technologique américaine.

M. **David BAVEREZ** a présenté le contexte, les problématiques et les enjeux de cette nouvelle route de la soie digitale, en s'appuyant sur de nombreux exemples tirés de son livre « **Paris-Pékin express** » (Editions Francois Bourin) et de son expérience avec les acteurs chinois.

M. Baverz a ensuite répondu aux questions du public et, après la présentation du Festival du Cinéma Chinois de Paris par Mme GAO qui débutait le lendemain, la discussion s'est poursuivie autour d'un cocktail.



M. **David BAVEREZ**, in
fondateur de KDA Capital, est l'auteur du livre « **Paris-Pékin express** ».

:lity Investments et associé

François BURNICHON

Rédacteur

Ingénieur et MBA (2007). Dirigeant d'AppTek, expert en management de projets complexes et multiculturels. Collabore avec la Chine depuis 20 ans

Jean-Christophe VAUTRIN

Président du Club Chine emlyon forever

En sus de son activité professionnelle dans l'actionnariat salarié et l'asset servicing, il dirige le Club Chine de l'emlyon depuis 6 ans

Dès l'introduction, David Baverez interpelle l'auditoire pour lui faire imaginer une élection présidentielle française qui ne serait pas immédiatement suivie d'une visite à Berlin, traditionnellement destinée à iconiser le couple franco-allemand et rabâcher les mêmes lieux-communs.

A contre-pied, M. Baverez imagine un nouveau président qui prend dès le lendemain un avion pour Pékin, qui s'inquiète de son manque de connaissance de ce « pays nouveau », et qui fait appel à lui pour acquérir, l'espace d'un voyage, la connaissance essentielle de la Chine.



La Chine connaît une triple révolution : politique, économique et sociétale, qui est palpable dès que l'on vit dans le pays.

La révolution politique

M. Baverez aborde avant tout la révolution politique. Selon lui, la perception de la Chine comme une dictature est inexacte et il l'appellerait davantage une « Démocrature ». Cet animal hybride, comme seule la Chine peut en produire, est le résultat de réformes qui proviennent simultanément du haut et de la base.

Depuis le sommet, car Xi Jinping, au contraire de la stabilité du régime faussement perçue à l'étranger, se trouve dans une situation mouvante, dans laquelle les oligarques de Pékin sont remis en cause par le pouvoir économique des entrepreneurs de Shanghai. Il a lancé une vaste campagne anti-corruption, qui touche non moins de 1,5 millions de personnes, destinée à réformer la gouvernance du pays de façon autoritaire.

Depuis la base, car la Chine a vu naître, au cours des 15 dernières années, une véritable opinion publique, sous la poussée d'Internet. En l'an 2000, seules 4 millions de personnes étaient connectées. Il y a aujourd'hui 900 millions de personnes sur WeChat ! David Baverez nous propose alors un nouveau mot-valise de son invention : la Xi-bercratie. Simultanément 900 millions de personnes critiquent quotidiennement ce qui ne fonctionne pas en Chine. Xi Jinping a décidé de s'appuyer sur cette révolution numérique, pour augmenter le soft-power de son pays.

En envisageant le monde comme étant non multipolaire, mais bipolaire Chine/ Etats-Unis, Xi Jinping travaille à faire rivaliser le soft-power de la Chine avec celui des USA. Il y est aidé en cela par le comportement très « Chinois » de Donald Trump. Avec une certaine dose d'humour, D. Baverez fait remarquer que tel un Chinois, D. Trump ne respecte pas les contrats signés, comme la COP21, fait intervenir avant tout sa famille dans les affaires, et se comporte comme un « escroc réaliste ». Xi Jinping se trouve donc en terrain connu et peut manœuvrer plus aisément.

Une des voies pour augmenter ce soft power est la construction des nouvelles routes de la soie, pour lesquelles la Chine retire une influence très supérieure à ses investissements. Une autre est de systématiquement favoriser l'investissement dans les infrastructures plutôt que dans des dépenses « sociales », afin d'accélérer la croissance. La recette semble fonctionner à l'intérieur du pays, elle l'applique donc ailleurs, en Afrique et en Asie du Sud-Est en particulier.

Cette politique est le résultat d'une vision à long terme, d'une détermination, y-compris dans des changements brutaux de politique en fonction des circonstances, et du courage, inspirée de la démarche singapourienne : « chaque fois qu'une décision est à prendre, prenons la plus courageuse ». C'est ainsi que la préparation de l'avenir a toujours primé en Chine sur le bien-être et les réformes sociales, à l'inverse de ce qui s'est passé en France.

La révolution économique

La révolution économique est, elle, essentiellement numérique. Les yeux européens peinent à en prendre la mesure, principalement en raison du décalage démographique. Là où la plupart des européens envisagent leur business model pour 700 millions d'occidentaux, les chinois le dimensionnent d'emblée pour 7 milliards d'habitants, et bénéficient à la fois d'une base de coût plus favorable (700 € en moyenne de revenus contre 1700 + 1000 € de revenus et prestations sociales) et d'un effet d'échelle immédiat. David Baverez estime à un minimum de 1 à 5 l'écart de coûts de structure sur le même type de business. Ces ratios se retrouvent peu ou prou sur les dépenses de santé relativement au PIB ou le coût du crédit.

La volonté d'optimisation du business model se manifeste parfois de façons surprenantes, à l'image de ce propriétaire de Ferrari à Shanghai qui prend un passager via Uber, simplement pour « qu'un idiot paie l'essence » : dépenser pour cela ne lui amenant aucune satisfaction, au contraire de conduire une belle voiture.

Sous l'effet levier de masse, ou de densité de la population, les exemples de numérisation de l'économie chinoise sont multiples, au point que, là où européens et américains génèrent environ 4% de PIB avec les activités numériques, la Chine en est déjà à 8%. La féminisation des affaires est également plus avancée : 55% des startups chinoises sont dirigées par des femmes, à rapporter aux 20% en Californie. Enfin, la troisième caractéristique de cette révolution économique est qu'elle est concentrée sur une frange beaucoup plus jeune qu'en Occident. « Pour trouver un bon business, ne parlez jamais à quelqu'un qui est né avant 1985 » !

Les attentes de ces millenials chinois sont très différentes de celles de leurs aînés, chinois ou européens : la connectivité de la voiture est une nécessité pour 2/3 d'entre eux, beaucoup plus que la puissance du moteur. Le marché automobile est donc à l'aube d'un changement majeur de chaîne de valeur : les chinois ont déjà compris que les capacités numériques des véhicules vaudront bientôt davantage que les caractéristiques mécaniques.

La révolution sociétale

Enfin, la troisième révolution, sociétale, provient des conséquences de la politique de l'enfant unique, en vigueur depuis les années 80. Cette politique est susceptible d'être un fardeau pour la génération des moins de 30 ans. Le poids de la tradition conduira chaque individu à potentiellement assumer la charge de deux parents et quatre grands-parents, dans la continuité de la communication et des devoirs « verticaux » chinois, alors que soudainement, l'essentiel de la communication, via le numérique, est devenu horizontal. Les valeurs-clés sont donc en passe d'être bouleversées.

De plus, la productivité chinoise, que ce soit celle du travail ou celle du capital, reste très en deçà des standards occidentaux, ce qui limite la création de richesse. Enfin, la possible évolution sociétale est encore plus préoccupante si l'on considère que la classe moyenne chinoise, celle qui achète des voitures et d'autres biens de consommation, qui fait du tourisme à l'étranger, reste très minoritaire : environ 10 % de la population. Elle risque donc d'être écrasée par cette charge avant même de tirer profit de sa promotion sociale : les économies réalisées devant rester disponibles pour le soutien d'une population qui vieillit vite.

Cette maîtrise de la productivité et le savoir-faire occidental en termes de financement, et plus généralement de prise en compte du marché des seniors, sont très vraisemblablement une opportunité pour nos entreprises.

De même, celles qui peuvent, à l'inverse des marchés de niches comme les produits de luxe ou non profitables, comme Tesla, aider la Chine à produire en grandes quantités, et pour un coût raisonnable des biens et des services qui répondront à ce contexte sociétal, seront les bienvenues en Chine. C'est un des sens à donner à la présence de Xi Jinping à Davos. C'est un modèle appliqué avec succès par certaines entreprises comme Valeo : les constructeurs, chinois ou pas, ont besoin du savoir-faire de l'entreprise, et il n'y a donc aucune raison pour Valeo de brader ses composants, ni de se risquer sur des co-entreprises.

De même, l'Allemagne vend 70 milliards d'euros de produits et services à la Chine contre 20 seulement pour la France, simplement en proposant au juste prix des produits indispensables à la Chine. L'exemple des robots Kuka, récemment rachetés par une entreprise chinoise est évocateur. Kuka a littéralement « robotisé » la Chine.

Selon D. Baverez, nous ne pouvons pas nous dispenser, particulièrement pour les industries les plus porteuses comme l'environnement, d'une analyse sérieuse et systématique des technologies nécessaires au succès. Pour chacune, les questions à poser sont : « La Chine la maîtrise-t-elle ? », et « La France la maîtrise-t-elle ? »

Si la double réponse est « non » et « oui », il y a du champ pour les affaires. Sinon, la réciprocité des échanges, tant demandée par la France, est un leurre. Il y a des technologies pour lesquelles il est vraisemblablement trop tard, mais l'excellence en termes de véhicules électriques peut se vendre, tant la Chine en a besoin.

Nous devons nous méfier à la fois de notre arrogance et de notre défaitisme, et l'ouverture du dialogue sur des bases réalistes peut offrir de belles opportunités à notre économie. Nous avons de plus un avantage géographique déterminant : le décalage horaire est relativement modéré, et les européens peuvent parler dans la même journée avec les chinois le matin et avec les américains l'après-midi.

Il y a donc urgence à considérer le marché chinois pour ce qu'il est, et non d'après l'idée que nous nous en faisons depuis la révolution industrielle, et à être prêts à s'adapter à une révolution sociétale dont nul ne sait sur quel modèle elle va déboucher. Education, loisirs et culture, santé etc... sont autant d'opportunités qu'il sera possible de saisir uniquement si une relation de confiance se noue entre Europe et Chine.

Questions de la salle

Quel serait votre conseil pour combattre et dépasser le manque de confiance voire le scepticisme vis-à-vis des possibilités de business avec les chinois, en dépit des clichés et des craintes ? »

Il ne faut pas se leurrer sur les projets présentés de manière économique, mais qui sont en réalité géopolitiques, proposés en vitrine par la Chine. Il faut prendre chaque projet de manière objective et se projeter sur le long terme, en vérifiant les perspectives de croissance et de rentabilité. Par exemple, l'Iran est très probablement attractif en termes d'investissements, dont ils ont un réel besoin économique, mais pas le Pakistan, essentiellement sous influence de décisions politiques. Il faut se méfier également des investissements « de prestige » comme les TGV : la plupart des lignes sont déficitaires.

De même, le fameux « One road, one belt » traduit l'interrogation des chinois sur la manière de considérer les affaires avec l'Europe. Interrogation résolue de manière pragmatique, en conservant deux possibilités : par le sud de l'Europe, les produits low cost, acheminés à bas coût par voie maritime ; au nord, les produits high tech, qu'il faut pouvoir rendre disponibles rapidement, quel qu'en soit le coût. Les investisseurs européens doivent tenir un raisonnement aussi objectif et pragmatique, et la France doit se positionner dans ce jeu, et décider à quelle partie elle appartient.

Votre exposé tend à montrer que le succès provient d'une économie mise sous contrôle politique. Pensez-vous que la vision purement économique de l'Occident est appelée à l'échec ? »

La réponse tiendrait plutôt dans le fait que les hommes les plus talentueux en Occident sont maintenant des businessmen. En Chine, une des raisons de succès peut être que le politique ET l'économie se mélangent profondément. Une autre différence est que l'on ne verra jamais un politicien chinois prendre une décision pour s'enrichir, si c'est une mauvaise décision pour son pays, ce qui est courant aux Etats-Unis, aujourd'hui. Un autre exemple est le « cours » du CO2, qui se maintient à un niveau très bas, sous l'impulsion de lobby européens et surtout américains. Cela traduit la prééminence du pouvoir économique dans ces pays. Si ce cours doit remonter, ce sera vraisemblablement avant tout sous l'effet de décisions politiques chinoises, qui pourraient bannir les produits étrangers non respectueux de l'environnement, allant même jusqu'aux produits laitiers, issus de l'élevage intensif.

L'Asie est donc susceptible de devenir, à l'image de la mode des selfies, un réel Trend Setter.

Beaucoup disent que faire des affaires en Chine demande beaucoup de temps, et de bonnes relations, particulièrement avec les autorités politiques. Confirmez-vous, et quel serait votre conseil à de jeunes entrepreneurs issus de l'EM-Lyon ? »

La seule vraie question à se poser est : « Est-ce que ce je propose est bon ou pas pour le pays ? » Si c'est le cas, le succès sera possible. Pour le choix d'un partenaire, il n'y a pas de recette magique. Une clé de lecture est les questions que peuvent poser les potentiels partenaires. Si elles sont toutes orientées sur le court terme, il y a peu de chances de construire une relation durable, la seule qui compte vraiment en Chine. Si elles s'orientent sur une période de 2 ou 3 ans, c'est un signal positif. La sincérité et l'intégrité sont les passages obligés d'une relation durable, même s'il y a des difficultés. Enfin, proposer un produit à la page, et

non de la génération précédente, voire créer régulièrement des tendances directement en Chine est indispensable.

Pensez-vous qu'être français peut être un avantage en Chine ? »

A l'image de la French Tech qui est un bon concept en France pour changer les mentalités, mais qui est incomprise à l'étranger, il faut se méfier de cette approche, mais penser dans des termes internationaux ou chinois. Ne pas dire « Je suis soutenu par la French Tech », mais dire « J'ai la meilleure technologie pour vous / du monde ». Cependant, nos points communs relationnels, ou gastronomiques sont étonnants et nous avons tout pour avoir de bonnes relations. L'alliance Europe / Chine est donc susceptible de concurrencer les Etats Unis par l'excellence technologique européenne, alliée au volume du marché asiatique.

En fait de « Route de la soie digitale », ce que l'on constate, c'est plutôt une nouvelle grande muraille digitale. N'y a-t-il pas là une contradiction ? »

Là encore, il ne faut pas imaginer qu'il s'agit d'une situation durable. La Chine a perdu sa place de première puissance du monde au 19^{ème} siècle parce qu'elle s'est refermée sur elle-même. Elle ne commettra pas deux fois la même erreur. Encore une fois, les dirigeants sont suffisamment pragmatiques pour ne pas refuser l'accès aux ressources nécessaires à leurs chercheurs et scientifiques, et au-delà de ce pas en arrière, il n'y a rien d'impossible à ce que les mouvements à venir soient des pas en avant. S'adapter à cette réalité est plus susceptible, selon Tim Cook, par exemple, de changer les choses durablement que l'affronter directement.

Quelques photos de la conférence

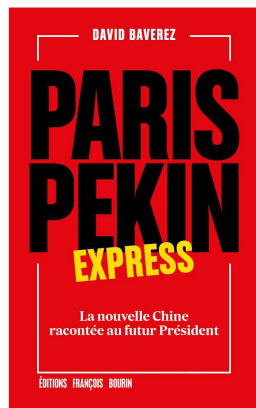




M. BAVEREZ en compagnie notamment de Mme GAO, Présidente du festival, M. ZHU Qinxiao, producteur et Mlle CHEN Huier, réalisatrice

M. BAVEREZ en compagnie de Mme GAO et de l'équipe qui a organisé la soirée

Un au-revoir et une invitation à lire le livre de David Baverez et à aller voir le Festival du Cinéma chinois qui se tient chaque année à Paris



Remerciements à M. David BAVEREZ, aux participants et à emlyon forever pour son soutien, à François BURNICHON, rédacteur du présent compte-rendu et Jordane PELLERIN, notre photographe ainsi qu'à Isabelle Guanxin SONG pour sa participation à l'organisation.

Nous vous rappelons que le prochain évènement du club chine emlyon forever sera le restaurant de Nouvel an chinois le 21 mars 2017 avec l'UIPPCR (promotion de la Route de la Soie) au restaurant l'IRIS 183, rue Saint-Martin 75003 Paris à 19h