

Opinions

Alibaba, la cinquième puissance mondiale

JÉRÔME RICHARD, gérant de la société Réseau Concept et délégué régional de Syntec Numérique, syndicat patronal du numérique.

Chaque année depuis 4 ans, invité en Chine, à Beijing (Pékin), je participe à la fête nationale du commerce électronique, appelée « The singles' day », ou également « 11.11 », organisée par le géant chinois du secteur, Alibaba. Créé en 2012 au prétexte de permettre aux célibataires d'acheter en ligne leurs propres cadeaux, le « 11.11 » connaît un succès commercial fulgurant. L'édition 2016 marquera l'histoire économique de la Chine et certainement celle du monde.

En 24 heures, Alibaba a réalisé plus de 16 milliards d'euros de chiffres d'affaires. Les ventes de 94 marques dépassent les 100 millions de yuans (plus de 13 millions d'euros) en 24 heures. La marque de vêtements Uniqlo a dépassé ce chiffre en moins de 3 minutes. L'industrie du luxe a profité également de cette frénésie. Guerlain, une marque du groupe LVMH, a dépassé son record de ventes mensuelles en 12 minutes. Les marques leaders se sont bousculées pour participer à la fête,

pour contribuer au succès de l'évènement et surtout bénéficier de cette euphorie consummatrice. Ce succès extraordinaire se concentre en Chine, pour l'instant...

À l'occasion de la publication de ces résultats, le 11 novembre à minuit, Alibaba a également dévoilé ses prévisions de chiffre d'affaires pour l'exercice en cours 2016, soit plus de 400 milliards d'euros : l'équivalent du cinquième Produit intérieur brut (PIB) mondial, derrière les États-Unis, la Chine, l'Europe et le Japon. Et ce n'est qu'un début.

« UNE RÉELLE OPPORTUNITÉ POUR NOS PME »

La conquête du marché mondial est engagée. La bataille est féroce entre les trois principaux acteurs, Alibaba, Amazon et JD. En d'autres termes, nous assistons à un duel sino-américain. Pour autant, voilà certainement une réelle opportunité pour nos P.M.E. européennes de se développer mondialement à travers ces trois centres commerciaux virtuels

à vocation planétaire. Amazon est déjà présent sur les cinq continents, y compris sur le sol chinois.

Alibaba s'installe progressivement dans nos économies occidentales. Pour mémoire, sa directrice du développement international, Janet Wang ; était l'invitée du Forum Vitagora, le 17 avril 2015, à Dijon. À l'époque, elle nous expliquait comment notre célèbre ostréiculteur Gillardeau vendait ses huîtres à Qingdao, Wuhan, Hangzhou, Xiamen... Dans cette quatrième révolution industrielle, celle du numérique, les positions se prennent actuellement. Nous avons perdu la bataille des places de marchés, nous devons gagner celle des contenus, fort de nos savoir-faire et de nos actifs économiques. Les récentes acquisitions chinoises et américaines en France confirment la valeur de nos entreprises. Elles témoignent également de leur vulnérabilité. Les prochains mois seront déterminants ! Qui de David ou Goliath l'emportera ?