

TLLX

Quelques heures à Hong Kong...

Note de synthèse d'un voyage effectué fin mai 2019, dans le cadre d'une belle conférence Tech Asie-Pacifique organisée par Goldman Sachs.

Lorsque l'on gère des fonds thématiques globaux, impossible selon nous de ne pas aller au contact direct des acteurs de la zone Asie-Pacifique, si prometteuse en matière de croissance. Cette conférence, même si elle a donné peu de clés sur la crise sino-américaine en cours, a été particulièrement riche de tendances en cours et à venir. « Pour la Chine, l'Inde, l'Asie du Sud Est, le futur ne fait que commencer ! »

Thématiques et secteurs

- Les deux acteurs des **véhicules électriques** présents ne nous rassurent pas sur un secteur dopé par les subventions. Les copies de Tesla pullulent (environ 400 acteurs sur le secteur !). Il y aura de la casse même si certains acteurs comme **Xpeng** bénéficient de soutiens de poids (Alibaba). La **batterie reste un goulot d'étranglement** technologique. Gros travail sur les coûts avec des véhicules qui devraient coûter moins cher que des Diesel d'ici 2023. A méditer : le **montant des subventions** allouées par l'Etat Chinois doit faire réfléchir les pays occidentaux avant d'ouvrir les portes à ces véhicules en Europe (ne pas oublier le précédent des panneaux solaires).
- Une **table ronde SaaS** (Software as a Service) nous confirme qu'au niveau global le thème SaaS est encore en accélération (on estime que 12% des travaux se font actuellement dans le cloud contre 50% dans 5 ans). En Chine, beaucoup reste encore à faire. En écoutant un spécialiste des solutions de gestion de risque bancaire en SaaS, on perçoit ainsi bien que les services existants voire matures en occident sont en cours de déploiement. Les intervenants du Venture Capital sont ainsi enthousiastes quant au potentiel en B2B. Evidemment le modèle d'économie de l'abonnement est vanté. A l'instar d'AWS aux US, Alibaba a très vite pris une place de leader sur le Cloud.

- Essor incroyable du **e-sport** et utilisation du levier technologique pour améliorer l'expérience utilisateur : la Chine est en avance sur les US dans de nombreux domaines. Le succès d'un jeu comme « League of Legend » et tous les développements de loisirs en ligne notamment sur smartphone (**Tencent** en étant le leader) sont spectaculaires.
- Importance fondamentale de la recherche en **Intelligence Artificielle** : l'utilisation dans la sécurité (surveillance faciale) est assumée, l'avenir de l'automobile est bouleversé, l'AIoT (L'intelligence artificielle au service de l'internet des objets) entre dans toutes les maisons, l'avenir du BigData passe par l'IA... On sent les efforts massifs. Une présentation d'un jeune acteur de l'IA (la société Horizon) démontre la capacité des fournisseurs de composants chinois à concurrencer directement les meilleurs fournisseurs d'IA US comme Nvidia. Trois années d'existence et déjà présents dans l'AIoT, la voiture autonome, la reconnaissance faciale, le « machine to machine », les robots et l'« humain augmenté ». Importance rappelée du « edge computing » dans les développements futurs : la capacité de calcul doit être locale, une voiture autonome ne saurait se fier à la fiabilité d'un opérateur Telecom, 5G ou pas !
- Repenser l'**entertainment** : qu'il s'agisse d'IMAX pour le Cinéma, de PCCW pour la production de contenus ou d'acteurs du digital, une ère incroyable s'ouvre pour les medias en Asie. PCCW produit des contenus dédiés à l'Asie qui font un malheur (un concours de type The Voice de K-POP par exemple). Cette demande de nouveaux contenus impose le recrutement et la formation de nouveaux auteurs, notamment féminins et de contenu local de qualité. **Forte influence des Millennials** avec des contenus dédiés. Importance de l'innovation : des solutions en réalité virtuelle, des écrans souples sont présentés. Les médias sociaux sont en concurrence avec les médias traditionnels pour cette génération connectée en permanence (60 heures par semaine !) et pour laquelle le concept de FOMO (peur de rater quelque chose) est clé. Les influenceurs : célébrités et acteurs de proximité font la différence. L'OTT (streaming) est en explosion et représente ainsi déjà 30% du business de PCCW. IMAX opère plus de 600 cinémas et vise les 1200, porté par les blockbusters US actuels mais aussi par un contenu local en constante amélioration.
- Le Venture Capital reconnaît que les nouvelles levées de fonds **se font souvent à des valorisations stables**. L'IPO difficile de **Xiaomi** a marqué les esprits. Ceci étant dit le Nasdaq reste un passage recommandé pour les IPO chinoises. Thèmes appréciés des investisseurs : SaaS, IA (même si, opportunisme oblige, il faut dorénavant compter le nombre de PhD dans les startups et surtout le nombre de PhD ayant vraiment publié de la recherche en IA !)

Du côté... des sociétés cotées...

- **Xiaomi**, autrefois qualifié d' « Apple chinois » pour ses smartphones a objectivement raté sa cotation en bourse. Ceci étant dit, le groupe est numéro 1 des ventes sur les smartphones en Chine et son développement impressionne, notamment par son développement sur l' **Internet des objets** utilisant l'IA pour la reconnaissance vocale (#1 des smart TV, Air conditionné connecté, Machines à laver...), et pour un développement massif en Inde. Il faut dire que Xiaomi est dans le top 5 ventes de smartphones dans 40 pays et numéro 1 en Inde. 70% de la croissance est hors smartphones et hors PC.
- Grande sérénité de la **CFO d'Alibaba** eu égard notamment à la faible exposition de son business avec les USA. Il faut dire qu'hors auto, le marché du retail chinois a dépassé celui des US. Alibaba a dorénavant 650 millions de clients sur ses plateformes et souhaite en ajouter 200 à 300 millions. Gros travail sur l'acquisition client, la recommandation et la connaissance client. Importance clé de la vidéo. Efforts prévus dans la livraison de nourriture, les magasins. Le **business du cloud** paraît directement inspiré du géant de Seattle et offre des perspectives extrêmement prometteuses. Les Chinois ne dépensent en IT que 3% de leur PIB contre 4,5% aux US. Le software c'est 25% des dépenses en Chine contre 75% aux USA. L'incursion dans les paiements est impressionnante: Alipay c'est aujourd'hui 1 milliard de clients ! Alibaba affiche la plus forte croissance parmi ses comparables globaux : sérénité !
- Le CFO de **Baidu** est à l'offensive. Il faut dire qu'il intervient juste après une publication décevante qui marque une baisse du CA dans le search et les premières pertes depuis l'IPO de 2005. Très offensif sur l'innovation avec notamment les « super apps », les smart mini programs (remplaçant des apps) destinés aux annonceurs et un travail par verticaux (secteur de la santé par exemple). Enthousiasme sur l'offre AI/reconnaissance vocale Dueros, présente à la maison, en hôtels et en voiture (BMW, Volvo...) Présentation d'Apollo, programme de voiture autonome bénéficiant de partenariats prestigieux (BMW, Daimler...). Baidu se débat !

Du côté des startups

- **Byju education** est une startup de cours en ligne indienne dont le fondateur passionné déroule le concept et présente des chiffres qui défient l'entendement : 2,4 Millions d'utilisateurs en quelques mois , 450 Millions d'USD de CA ...Il faut dire que les cours sont multi-langues (9 langues locales) et que la population indienne est prête à payer pour des cours en ligne de qualité eu égard à la faiblesse du tissu scolaire local et de la volonté des familles de voir leurs enfants réussir à tout prix.
- **OYO**, start-up indienne dans l'hôtellerie, soutenue notamment par Softbank et Sequoia, affiche une croissance vertigineuse. Le concept est de proposer à des hôtels indépendants une rénovation/standardisation et l'intégration dans le réseau OYO. Les résultats sont excellents en termes de taux de remplissage et l'entreprise se concentre sur des villes moyennes. Le concept se déploie dorénavant en Chine : en quelques mois OYO est devenu 6^e opérateur d'hôtels au monde et a déjà dépassé ACCOR !
- Dans les paiements/Fintech, **Paytm** est une entreprise indienne dans laquelle Softbank et Berkshire ont investi. **La Fintech devient un concurrent sérieux des banques universelles.** L'offre inclut des comptes rémunérés et la proposition de solutions d'épargne, le tout en digital/mobile. Paytm perce dans un pays où le cash représente 87% encore des transactions. La start-up veut être une « super app » en élargissant ses services, par exemple en vendant des tickets de spectacles.
Gros potentiel Fintech en Asie car les niveaux de développement sont extrêmement disparates. On paie par QR Code en Chine, de nombreux chinois sont passés directement du cash à l'application Wepay de Tencent. Et en même temps... les taxis à HK c'est cash only !
- **Times India**, groupe de presse créé en 1838, offre un exemple de réussite de diversification en ligne avec 110 Millions d'utilisateurs quotidiens et 450 Millions de MAU (Monthly Active Users). **Sa filiale de streaming Gaana écrase Spotify ou Apple Music** avec des contenus locaux notamment. L'entreprise affiche 51% de PDM dans les news avec une suite complète de sites et notamment des offres spécial Millennials ressemblant à BuzzFeed. A noter : seul 20% du contenu des sites provient du print. Un site cricbuzz (cricket) dont l'audience est dix fois supérieure au numéro 2. Pour l'anecdote, il arrive en Inde que le mot cricbuzz soit plus recherché que cricket sur Google ! Times India a racheté un lecteur de streaming MXplayer qui leur permet d'être #2 de l'OTT en Inde en 4 mois ! **Il y a un avenir digital pour la presse traditionnelle !**

Eléments d'ambiance

- Mon dernier passage à Hong Kong datait de 2006...Mon Dieu qu'ils ont construit depuis...et la pollution semble avoir nettement empiré.
- Une visite de centre commercial et une ballade en centre-ville confirment l'appétit pour les produits de luxe européens (mais combien y-a t-il de revendeurs Rolex sur une distance de 500 mètres ?) et pour les produits cosmétiques (présentés par murs entiers).
- Une visite le mercredi soir aux courses (en plein centre) s'impose : spectacle sur le champ de course et surtout dans les tribunes. Démon du jeu oblige : 10% des recettes fiscales de Hong Kong proviennent du Jockey Club, premier contribuable de l'île.
- En pleine guerre commerciale US – Chine assister, à une conférence à Hong Kong était une expérience assez excitante sur le papier. La réalité c'est que face à un Donald Trump aussi impulsif, les acteurs sur place ont encore du mal à appréhender les conséquences de l'escalade en cours. Entre langue de bois et attentisme objectif, difficile de se forger une opinion sur les perspectives à court et moyen terme.
- Il faut compter avec la Chine : volontarisme politique, volonté forte d'innovation avec des concepts propres, capacité à consommer, besoins en infrastructures... Un tissu d'évidences peut-être, mais une sous-estimation/ investigation selon nous de la part de nombreux européens.
- Pratiquement sûr d'avoir eu le plaisir de faire l'objet d'une reconnaissance faciale à la sortie de Hong Kong...Un peu angoissant...Mais je reviendrai quand même !

Rédigé le 29 mai 2019

Stéphane Toullieux

Fondateur TLLX

Président Athymis Gestion

Twitter : @stoullieux

Email : stoullieux@tllx.info