

L'économie de la souscription va départager les gagnants et les perdants

La construction d'un portefeuille supposé délivrer de la performance dans la durée, nécessitait ces dernières années une exposition aux secteurs de l'économie qui allaient connaître une croissance nettement supérieure à celle de l'économie générale. Il s'agissait de l'économie de la démographie, de l'économie de la connaissance, de l'économie verte et de l'économie de la sécurité. Il devient aujourd'hui nécessaire d'y ajouter un autre pilier qui prend en compte le chiffre d'affaire des plateformes liées à l'économie de la souscription. C'est un segment qui connaît une croissance moyenne de 35% par an. Selon PWC cela représenterait 85Md\$ de chiffre d'affaire en 2025 contre 4Md\$ aujourd'hui. Il convient donc de prendre en compte cette évolution en intégrant des parties de l'économie qui portent des dénominations différentes.

L'économie de la souscription prend des noms différents selon les économistes.

L'économie circulaire couvre la récupération des produits en fin de vie pour leur prolonger leur utilisation. Elle se positionne à l'opposé de manifestations du type « Black Friday » incitant à acheter toujours plus de produits nouveaux pour jeter les produits anciens. On ne répare plus rien, on jette.

L'économie collaborative recouvre les nouveaux modes de consommation qui privilégient l'échange de biens et de services entre particuliers. Les consommateurs adeptes de ces nouvelles façons de consommer souhaitent avant tout économiser. Un français sur sept a utilisé **Le Bon Coin**. Vient ensuite l'achat groupé via des sites comme **Groupon**, le covoiturage, la location d'un appartement. Le troc n'est en revanche que marginalement pratiqué.

Cette économie digitale tourne donc le dos à plusieurs règles fondamentales de l'économie classique. La clé de répartition entre consommation courante et consommation discrétionnaire que l'on retrouve encore dans les grands indices ne recouvre plus du tout la réalité de la consommation. La valeur d'une entreprise tenait en grande partie à celle de ses actifs. Or aujourd'hui des sociétés comme **<Uber>** ou **<Airbnb>** n'ont aucune immobilisation incorporelle. Uber ne possède aucune voiture et Airbnb n'a jamais investi dans une chambre d'hôtel. On comprend bien cette évolution quand on compare le classement des cinq premières entreprises américaines en 1967 (IBM, ATT, Eastman Kodak, GM et Standard Oil of New Jersey...) avec le classement 2017 (Apple, Alphabet/Google, Microsoft, Amazon, Facebook...)

L'économie numérique est partout, multisectorielle avec le e-commerce, les médias, les réseaux sociaux et les services online. Elle est aussi une composante de la chaîne de valeur de toute entreprise. La contribution d'internet au PIB est selon les derniers chiffres connus, pour le Royaume Uni 7,2% en 2009-13% en 2015 ; Suède 6,6%-9,3% ; Israël 6,4%-8,5% ; Pays Bas 4,3%-6,8% ; France 3,2%-5,5% ; Espagne 2,2%-5,1% ; Italie 2%-4,3%.

Les plateformes numériques ne seront toutefois durables que si la rente qu'en tire leurs propriétaires est en partie redistribuée à leurs utilisateurs. Les risques de monopole des plateformes sont nombreux, la fin de la professionnalisation est une menace, les travailleurs souvent présentés comme indépendants ne le sont pas véritablement.

L'économie du partage est souvent présentée comme une nouvelle utopie. Elle ne sera pas toujours au rendez vous.

-

Les gagnants et les perdants dans la mode et l'agroalimentaire

Il est intéressant de passer en revue les principaux domaines dans lesquels se déploient ces plateformes cela permet d'anticiper quels seront les gagnants et surtout les perdants.

Dans la mode les fonds de Venture Capital ont injecté beaucoup de fonds dans ces plateformes notamment **<ThredUp>** un site de vente de vêtements d'occasion qui a levé au moment de son lancement pas moins de 131 M \$, **<Tradesy>** est un site de dépôts de vêtements d'occasion, **<RealReal>** (vêtements de luxe vintage), **<Poshmark>** propose de nombreuses marques de luxe dans des conditions attractives

Dans l'agroalimentaire le site **<Blue Apron>** qui livre aux Etats Unis des repas à domicile n'a été bénéficiaire qu'un seul trimestre en cinq ans. La société est menacée maintenant par **<Amazon>** qui vient de racheter le distributeur **<Whole Foods>**.

<**Plated**> a développé également aux Etats Unis un service qui livre à domicile l'ensemble des ingrédients permettant de réaliser un plat. Son succès menace les magasins de distribution alimentaire et les restaurants de proximité

-

<**Amazon Easy Life Premium**> propose déjà d'être l'agrégateur d'un ensemble de services qui court circuitent les producteurs et les distributeurs.

La révolution des transports est devant nous

Dans les transports le Vélo occupe une place très importante. Il a attiré plus de 2Md\$ d'investissement au cours des 18 derniers mois. <**Ofo**> (ex Beijing Bikelock Technology) est le numéro un en Chine avec 55% de part de marché. Après avoir levé 1,3Md\$ en mai dernier, il va bientôt s'attaquer au marché anglais. <**Mobike**> est basé à Shanghai. Il a <**Tencent**> pour actionnaire et <**Foxconn**> à Taiwan.

A Paris, le Vélib <**Cyclocity**> de JCDecaux va être remplacé par <**Smoovengo**> un nouvel acteur promu par la Mairie de Paris dans des conditions très peu transparentes. . Les derniers chiffres connus sur le contrat Decaux montrent que compte tenu du niveau de vol et de vandalisme, le contrat n'était pas profitable. Les quelque 20.000 vélos actuels devront être remplacés avant la fin mars 2018 par de nouvelles bicyclettes présentées comme plus légères et plus solides, une sur trois devant disposer d'une assistance électrique.

Dans toutes les grandes capitales des projets se développent notamment : <**Call a Bike**> en Allemagne, <**Obike**> à Singapour, <**Boris**> et <**Pony Bikes**> à Londres. Le marché n'est pas si facile que cela puisque la société <**PBSC**> a fait faillite au Canada.

La voiture est aussi un domaine dans lequel on enregistre de nombreuses initiatives.

Jeremy Rifkin, auteur de « The Zero Marginal Cost Society » a prédit que dans 25 ans le partage de la voiture sera devenu la norme et que la possession d'une voiture deviendra une curiosité. Chaque voiture partagée entrainerait la suppression de 15 voitures. <**BlaBlaCar**> fondé par Frédéric Mazella a réussi à lever plus de 100M\$ au moment de sa création. Il a lancé en France le concept de co-voiturage qui déstabilise à la fois le marché automobile et les systèmes de

transport.

<**Heetch**> met en relation des passagers souhaitant se déplacer sur de courtes distances en ville. Il continue d'exister contrairement à <**Uber Pop**> et <**Djump**>.

-

Les voitures partagées vont de plus en plus être utilisées par les citadins ayant besoin d'un véhicule pour une durée courte...<**Getaround**> est une plateforme américaine de location de voitures entre particuliers qui permet de s'affranchir de tous les tracas suscités par la possession d'une voiture et surtout de sa sous utilisation. .

Jean Baptiste Rudelle le fondateur de <**Criteo**> vient de créer la société <**Wedrive**> Il va y retrouver de nombreux concurrents comme <**Bolloré**>, <**Mobizen**>, <**Ubeego**>, <**ConnectivityHertz**>, <**WayzUp**>, <**Zip Car**> (Avis), <**Ubeego**> (Europcar), <**Communauto**> (Peugeot), <**Koolicar**> (Peugeot), <**Travelcar**> (Peugeot), <**Getaround**> (Toyota), <**iDVroom**>, <**Karos**>, <**Less**>. Pour le moment personne ne gagne d'argent sur ce créneau.

-

La location de voiture avec l'ensemble des prestations y compris l'assurance se développe beaucoup avec <**Flexdrive**> et <**Carma Car**>. De plus en plus d'entreprises utilisent cette solution de proposée notamment par <**Green Cove**>

Pour les transports par autobus les « Macron Bus » ne gagnent pas d'argent <**Ouibus**> (44% de part de marché / SNCF), <**Flixbus**> (36% pm/Allemagne), et <**Isilines**> (23% pm/Transdev) vout perdre 60M€ sur 180M€ de chiffre d'affaire

Dans le domaine des scooters enfin, <Cityscoot> a levé 15M€ en 2016 et propose à Paris 1600 scooters utilisés par 55 000 abonnés.

Il resterait à passer en revue les domaines de l'immobilier du cinéma et de la presse pour comprendre à quel point l'économie de la souscription va bouleverser notre façon de consommer et nos habitudes d'investissement.