

TOUT CE QUE VOUS DEVEZ SAVOIR

# CHINA WATCH

Ce supplément est produit par le China Daily de la République populaire de Chine, qui assume l'entière responsabilité de son contenu.

## La course à la forme dope le marché

Par Wu Yiyao

Le samedi matin à Shanghai semble être le moment idéal pour permettre à des accros de la forme physique de se livrer en groupe à des exercices en extérieur qui ont l'air d'une danse synchronisée. Ils étaient près de 500, regroupés un samedi de septembre, pour prendre part à une séance d'une heure.

Les Mills, l'une des premières entreprises au monde de cours collectifs de mise en forme, a lancé sa tournée mondiale 2016 au bord des eaux chatoyantes du Huangpu. Sur l'estrade, cinq moniteurs criaient leurs instructions aux fans de « fitness » qui soulevaient de lourdes haltères au rythme d'une musique de rock and roll. « On a plus l'impression de participer à une soirée qu'à un exercice matinal », commente Zhang Qiong, 26 ans, qui s'est levé à 6 heures pour assister au premier cours de la matinée.

Pour Philip Mills, président directeur général de Les Mills, il n'est pas surprenant que les Chinois se passionnent pour les cours collectifs de gym, compte tenu de la prolifération des salles de sport et des programmes de mise en forme. Sa société compte sur une croissance rapide en Chine. « La culture physique en groupe est devenue un style de vie », dit-il. « Les gens sont persuadés de ses bienfaits pour l'équilibre entre le travail et la vie personnelle. Pour autant que je sache, la Chine compte plus de 18 000 variétés de gymnases et de programmes de mise en forme. Les Mills est réputée dans le monde entier et maintenant accueillie de plus en plus favorablement dans tout le pays ».

Dans une note de recherche, l'agence Euromonitor International indique que la demande chinoise en matière de « fitness » est l'un des dix premiers moteurs du marché grand public, parmi d'autres tels que l'habillement, les loisirs, les spectacles, l'alimentation et la boisson. Selon Joey Chio, directeur général associé de la branche locations de la société immobilière Savills China, les loisirs liés au sport, que les adeptes de la culture physique ont baptisés « athlisure » (contraction des mots anglais « athletics »



**La culture physique en groupe est devenue un style de vie.**

Philip Mills

PRÉSIDENT DIRECTEUR GÉNÉRAL DE LES MILLS

et « leisure »), ont gagné des parts de marché dans l'habillement ces dernières années. Des marques telles que Lululemon et Under Armour sont désormais très en vue dans le paysage du commerce de détail.

Les retombées ont produit des chances qu'ont su saisir les acteurs dans d'autres secteurs, notamment les concepteurs d'applications mobiles. Keep, une appli pour smartphone qui renseigne sur les exercices qu'on peut faire soi-même et fournit des programmes de formation par le biais de clips vidéo, se targue aujourd'hui de 50 millions d'utilisateurs. Tout juste deux ans après son lancement, l'entreprise a bénéficié d'investissements de série C de la part, notamment, du géant technologique Tencent Holding Ltd.

« De nombreux facteurs ont contribué à la popularité de la culture physique », dit Julian Chow, un analyste de l'agence Tang Yue Culture and Communication basée à Pékin. « Il y a les mesures gouvernementales visant au développement du secteur sportif. L'évolution des styles de vie et de plus en plus, l'accent mis sur la santé. Il y a aussi une tendance culturelle à privilégier la ligne sexy que procurent des abdominaux en béton. Il y a encore l'angoisse de la classe moyenne devant le coût des soins liés à une mauvaise santé et le besoin d'améliorer son apparence physique sous la pression du groupe ».

Les spécialistes du commerce de la mise en forme estiment que les clubs de santé et les gymnases chinois ont encore des problèmes à résoudre, indiquant que des mesures sont nécessaires pour rendre le marché plus transparent et équitable.



## Retour au « royaume de la bicyclette »

Des programmes privés de location de vélos en libre-service font naître l'espoir de relancer l'amour du public pour le déplacement sur deux roues. Reportage de Luo Wangshu.

**A**u cours des années précédant la politique d'ouverture et de réforme qui a fait de la Chine la deuxième économie mondiale, les images de millions de personnes parcourant les routes à vélo ont conduit de nombreux étrangers à désigner le pays comme le « royaume de la bicyclette ». Avec la croissance économique qui a élevé le niveau de vie, la Chine est maintenant le deuxième marché automobile mondial, mais l'envers du décor, ce sont des routes saturées et un problème de pollution de l'air persistant. Aujourd'hui, de nouveaux services de partage de vélos font naître l'espoir de ranimer l'histoire d'amour du pays avec la bicyclette et de permettre aux gens de vivre une vie plus saine.

### Un tournant

Le système public de vélos en libre-service n'est pas nouveau en Chine. Alors que le nombre de véhicules sur les routes du pays a commencé à s'envoler au milieu des années 2000, les municipalités se sont mises à investir dans des projets abordables de partage de vélos. Pékin a lancé son programme en 2011 et compte désormais 800 stations de location offrant environ 50 000 bicyclettes. Wuhan, dans la province du Hubei, et Hangzhou, dans celle du Zhejiang, détiennent l'une et l'autre un record mondial du nombre de bicyclettes en service public avec 90 000 vélos pour la première et 60 000 pour la seconde.

Toutefois, les usagers se plaignent fréquemment de la lenteur de traitement des demandes et de la difficulté à localiser les pôles de location de vélos.

« Quand les bicyclettes publiques subventionnées par l'État ont fait leur apparition

**Photo ci-dessus : des employés de l'entreprise pékinoise Mobike Technology Co en selle sur le Mobike Lite, le dernier-né de ses services de vélo en libre-service, dans le district de Haidian à Pékin.**

ZOU HONG / CHINA DAILY

dans les rues de Pékin, je les ai utilisées », dit Wu Xiaohui, une danseuse pékinoise âgée de 23 ans. « Mais j'ai perdu ma carte de transport qui contenait mon dépôt de garantie et les données de mon abonnement, et il s'est avéré si difficile d'en obtenir une nouvelle que j'ai cessé de me servir des vélos ».

Ces paroles ont trouvé un écho auprès de Zhang Hui, rédactrice en chef d'un magazine à Shanghai, qui a récemment commencé à utiliser des Mobikes fournies par un système privé de vélos en libre-service. « Au début, je ne m'intéressais pas aux vélos Mobike, mais je voyais un nombre croissant de gens s'en servir et j'ai été attirée par la ligne élégante des bicyclettes. Ma curiosité était piquée et j'ai décidé de les essayer ». L'inscription était simple. « Il n'y a pas de carte de transport ou de procédure bureaucratique. Du moment qu'on a un smartphone et un dépôt de garantie de 299 yuan (40 euros), on peut rouler », précise la jeune femme de 29 ans, qui a recommandé le service aux membres de sa famille et à ses amis parce qu'il offre un mode de transport bon marché et pratique – une course de 30 minutes coûte environ 1 yuan.

### Une technologie innovante

Le système des Mobikes, exploité par une jeune entreprise appelée Beijing Mobike Technology Co, a fait son apparition à Shanghai en avril et à Pékin en septembre, incitant les gens à pédaler plutôt que conduire sur de petits parcours. Mobike se développe rapidement dans les grandes villes et figure parmi les cinq applications les plus demandées en matière de transport gratuit et de tourisme sur la

boutique d'apps en ligne IphoneChine. « Nous voulons faire revenir les vélos dans les villes chinoises », affirme Hu Weiwei, fondatrice de Mobike. « Nous employons une technologie innovante pour fournir de meilleurs services ».

Le modèle flottant offert par l'entreprise libère les usagers du besoin de rechercher des points d'attache précis pour la restitution et la prise des bicyclettes, tandis qu'un GPS installé dans un cadenas « intelligent » leur permet de localiser et de louer leur vélo à l'avance. Dans la dernière génération des bicyclettes argent et rouge, Mobike Lite, qui est devenue fonctionnelle à Pékin et Shanghai le 19 octobre, le cadenas intelligent est alimenté par l'énergie solaire.

Mobike a par ailleurs lancé un système de points destiné à punir les usagers qui enfreignent aux règles. Des points sont retirés à un utilisateur qui laisse régulièrement les vélos au mauvais endroit et les comptes des récidivistes sont fermés.

### Un mode de déplacement plus vert

Avec l'expansion économique, les niveaux de pollution augmentent et la rivalité entre les différents types de transport pour se faire une place sur les routes devient féroce, si bien que des modes de déplacement plus efficaces et plus verts sont nécessaires.

Dans une étude sur le vélo en libre-service publiée en avril de l'année dernier, Roland Berger, une société internationale de conseil en entreprise, est parvenue à la conclusion suivante : « le vélo en libre-service est appelé à se développer très rapidement, offrant à ses utilisateurs un nouveau moyen de se déplacer en zone urbaine ».

## Bientôt des voyages en apesanteur pour le grand public

Par Zhao Lei

Une nouvelle société chinoise prévoit de commencer à vendre des voyages dans la haute atmosphère et dans l'espace d'ici quatre ans.

Han Qingping, directeur de ChinaRocket Co Ltd à Pékin, a déclaré que son entreprise allait d'abord mettre au point un vaisseau spatial réutilisable de 10 tonnes métriques pour envoyer entre trois et cinq passagers à une altitude de 80 km, leur permettant d'avoir une autre vision de la Terre et de faire l'expérience de l'apesanteur. Cette altitude, qui correspond à la partie supérieure de la mésosphère, est bien plus élevée que celle à laquelle peuvent voler les avions à réaction et les ballons, mais se situe juste en dessous de la hauteur à laquelle tournent les satellites. Aucune indication de prix n'a été communiquée.

« À l'horizon 2025, on produira un véhicule réutilisable de 100 tonnes pour envoyer 20 passagers en orbite jusqu'à 140 km



**Deux visiteurs essaient un simulateur de vol en apesanteur dans un parc à thème aérospatial à Shunde, dans la province du Guangdong.**

ZENG LINGHUA / FOR CHINA DAILY

au-dessus du sol », dit M. Han. Une telle altitude se situe dans la thermosphère, suffisante pour que l'on considère être dans l'espace.

« En outre, nous commencerons à employer le véhicule de 100 tonnes pour effectuer des vols intercontinentaux réguliers et de longs vols commerciaux dans l'espace à l'horizon 2030 ». M.

Han a fourni ces indications lors du New Power of Space Industry Forum (Forum de la nouvelle puissance de l'industrie spatiale) à Zhuhai, dans la province du Guangdong, le 31 octobre, veille du 11<sup>ème</sup> Salon international de l'aviation et de l'aéronautique de Chine, communément connu sous le nom de Zhuhai Air Show.

La société a été fondée à la mi-octobre par la China Academy of Launch Vehicle Technology (CALT), le premier concepteur de missiles balistiques et de lanceurs du pays. L'académie dépend elle-même d'une entité plus importante, la China Aerospace Science and Technology Corp, principale entreprise d'État chargée du programme spatial du pays.

Tang Yagang, chef adjoint du secteur de l'activité spatiale au sein de la CALT, fait savoir que ChinaRocket proposera sur le marché commercial du lancement quatre types de fusées, qui couvriront tous les orbites adaptés à des missions spatiales commerciales.



**Un client d'un programme « fitness » en pleine lecture d'une appli correspondante et en plein exercice dans un club de Pékin.** XINHUA