



Munich/Kreuzlingen/Shenzhen, 26 juin 2019

Shenzhen, ville en plein boom, ne jure plus que par le m-business « Made in Germany »

« wee », le système de cashback et de paiement mobile à la conquête du marché chinois

Pour « wee », fleuron de la high-tech de Munich, la ratification d'un accord préliminaire portant sur l'expansion de la digitalisation à Shenzhen, l'une des villes les plus dynamiques au monde, peut être considérée comme une consécration - émotionnelle mais pas que. Wang Weizhong, plus haut responsable politique du gouvernement de Shenzhen (Secrétaire du Comité municipal de Shenzhen du Parti communiste chinois), vibrante métropole de 13 millions d'habitants, et Cengiz Ehliz, visionnaire et fondateur de « wee », viennent de poser un jalon décisif dans la coopération économique et technologique entre la Chine et l'Allemagne : « wee » arrive dans cette région économique spéciale de la province de Guangdong dans le cadre d'un partenariat public privé ! Ce programme de fidélité révolutionnaire est sans précédent dans le monde entier - sa weeApp, qui grâce à son moteur de recherche intégré, offre au commerce de détail une visibilité semblable à celle des boutiques en ligne, lui vaut, dans les milieux spécialisés, de faire figure de réponse de la Bavière au géant mondial Amazon.

La plupart des contrats signés mercredi dernier avec la municipalité de Shenzhen par les représentants de grands noms de l'industrie allemande tels que Siemens, Lufthansa ou encore Occhio, portent sur des investissements d'un milliard de dollars en provenance d'Allemagne et à destination de l'épicentre des Smart Cities et des FinTechs en Chine. Comme le prévoit le business plan de weeMarketplace AG, les investissements chinois se traduiront par la mise en œuvre efficace au niveau local du modèle d'entreprise « wee » dans le cadre d'un accord spécifique. Cette stratégie doit permettre une entrée sur le marché de Shenzhen, qui soit un modèle de genre – une étape majeure pour la poursuite des activités sur la place de marché chinoise.

« Je suis très enthousiaste à l'idée de ce projet titanesque et du déploiement de notre stratégie d'entreprise et de produits en Chine, pays où les paiements mobiles sont les mieux acceptés au monde. », se félicite Ehliz, entrepreneur multi-cartes dans le m-commerce, qui ne cache pas sa motivation après la ratification du projet et une poignée de mains avec Andrew Huyan, Secrétaire général adjoint de la Shenzhen International Investment & Promotion Association. L'actuel 'Entrepreneur munichois de l'année', d'origine turque, a toutes les raisons d'être optimiste : Un consortium d'investisseurs chinois a d'ores et déjà fait part de son intérêt pour un renforcement de la digitalisation à Shenzhen, nouvelle région pilote de « wee ». Le projet développé par la division weeSports & Entertainment AG devrait être doté d'une enveloppe considérable d'un million d'euros et est appelé à devenir le premier projet d'enceinte sportive de tout l'Empire du Milieu à être équipé d'un système de paiement ouvert. La société Swiss Fintec Invest AG, la holding qui chapeaute le groupe, s'en félicite. Mais qu'est-ce qui peut bien motiver les décideurs municipaux de Shenzhen à faire la promotion de ces investisseurs



pour « wee », à prendre ensemble à bras le corps un projet d'une telle envergure, le cas échéant, à coup de millions de subsides publiques supplémentaires ?

La réponse se trouve en premier lieu dans le caractère unique au monde d'un programme de fidélité innovant qui permet aux détaillants de tirer parti de leur principal concurrent, l'e-commerce. C'est notamment le cas dans toute l'Europe, à Munich comme dans l'Allgäu, en Lusace, une région du centre de l'Allemagne, ou dans les villes de Romandie, dont les commerçants se laissent peu à peu gagner par la ferveur qui entoure « wee ». À la différence de la concurrence, les rabais accumulés sous la forme de « wee » (en Europe, un « wee », c'est un euro) lors d'achats effectués dans plus de 1 400 boutiques en ligne de renom sur wee.com, ne peuvent être utilisés que dans les magasins de détail dit « stationnaires ».

Alternative : Le client peut demander à ce que les « wee » accumulés soient transférés sur son propre compte courant. Ce mode de paiement mobile est conforme aux exigences réglementaires.

C'est dans la cité bucolique de Bad Tölz qu'ont été menés à bien avec succès les tests aux marges (ou stress-tests) exhaustifs relatifs à la mise en réseau synergique du premier système de paiement « ouvert » au monde dans une enceinte sportive - avec digitalisation complète de la weeArena et intégration des commerçants locaux à l'infrastructure « wee » - et l'e-commerce. Concrètement cela signifie que : un acheteur qui effectue des transactions chez les commerçants locaux ayant adhéré au programme « wee », et qui y bénéficie d'un rabais pouvant atteindre les 10 % par transaction, peut utiliser son crédit de « wee » pour payer son billet d'entrée aux matchs de DEL2 (2e échelon national de hockey sur glace) des Tölzer Löwen, se restaurer sans espèces dans ce temple de la glace au moyen de sa weeCard ou de la weeApp ou effectuer des achats dans la boutique des supporters, en accumulant à chaque fois des rabais sous forme de « wee ». La singularité du projet pilote de Bad Tölz et le savoir-faire acquis pour l'occasion dans le domaine du développement de technologies, de la mise en œuvre et de la gestion de projet servent de schéma directeur à la multiplication en cours au niveau européen et au développement systématique qui en découlera sur 25 marchés urbains et ruraux d'ici 2024.

Et pourquoi l'une des villes les plus innovantes du monde en matière de technologie a-t-elle opté pour « wee » et le concept sans précédent de weeSports & Entertainment pour les enceintes sportives ? Il s'agit d'une part de dynamiser un commerce de détail fortement sous-représenté et d'améliorer la qualité de vie de la population avec un éventail d'offres toujours plus vaste. D'autre part, la Chine et Shenzhen en particulier prévoient d'investir des milliards dans la construction d'installations sportives dans l'optique de devenir un acteur majeur du sport professionnel et de pouvoir répondre à la demande croissante des fans de sport de haut niveau. La mise en œuvre du modèle de Bad Tölz en matière de paiement mobile en réseau avec garantie de cashback est appelée à jouer un rôle majeur à cet égard.

Oliver Kaiser, Président de l'Advisory Board de la division weeSports est convaincu du succès du projet en Chine : « *Suite au succès de la mise en œuvre de notre propre infrastructure technologique, nous projetons d'implanter « wee » au-delà de Shenzhen, dans l'ensemble du territoire du Guangdong, la province la plus peuplée de Chine avec plus de 100 millions d'habitants.* » Fort d'une expertise reconnue en matière de fidélisation, ce professionnel du sport business a pour credo : « *Nous souhaitons que le consommateur chinois puisse à l'avenir utiliser la WeeApp pour régler tous ses achats du quotidien sans*



espèces tout en accumulant notamment du cashback, mais pas uniquement. Outre l'avantage financier, nous offrons à un public croissant de fans de sport des événements uniques avec leurs idoles, en les associant à des offres de merchandising, à des expériences au stade et à du marketing numérique. Si la moitié seulement des près de 1,4 milliards de Chinois s'intéressent au sport, notre business case pourrait concerner un potentiel de clientèle supérieur à 500 millions de fans. »

Plus de 20 chefs d'entreprise de Shenzhen, représentant un chiffre d'affaires total de l'ordre de 500 milliards d'euros dans toutes les filières concernées, tels que l'automobile, le capital-risque, l'aéronautique, l'informatique, l'énergie, la banque, le développement de projets, etc. composaient la délégation chinoise de haut rang, qui a été chaleureusement reçue par Roland Weigert, Secrétaire d'État au Ministère bavarois des affaires économiques, du développement régional et de l'énergie.

La Shenzhen International Investment & Promotion Association (SZIIPA), en charge de l'organisation, avait déniché le cadre idoine pour cette conférence sino-allemande sur la coopération économique et technique : l'hôtel Vier Jahreszeiten Kempinski. La visite de la délégation allemande à Shenzhen est prévue pour la fin de l'été 2019 dans le but de se faire une idée du contexte commercial et de l'évolution économique sur place et de finaliser les contrats pour les projets. La direction de « wee » entend bien être du voyage et ses attentes seront grandes.

Contact presse :

weeMarketplace AG/weeSports & Entertainment AG/weeBusiness GmbH
Head of Corporate Communications
Attaché de presse
Tilmann Meuser
c/o CP/CONSULT Consulting Services GmbH
Tél. : +49 (0) 201/890699-15; mobile : +49 (0) 177/8095117
meuser@cp-cs.de

P.S. :

Nous proposons un service de mise à disposition de matériel illustratif libre de droit (photos, images animées) en téléchargement sur <http://blog.wee.com/presse/>
Nous vous remercions par avance pour toute publication avec envoi du justificatif correspondant.

Informations concernant wee : <http://wee.com> ainsi que <https://weesports.com>
Pour en savoir plus sur Monsieur Cengiz Ehliz, visionnaire et fondateur de wee :
<http://cengizehliz.com/>



Le 19 juin 2019, la cérémonie de signature a été l'occasion de réaffirmer, pour l'avenir, le partenariat économique et technologique entre la métropole de Shenzhen et des entreprises pour la plupart munichoises. Cengiz Ehliz (à l'extrême gauche) est heureux de signer au nom de "wee".