Naissance d'un marché

Shen Yuan

Édition électronique

URL : <http://journals.openedition.org/etudesrurales/7934>

DOI : 10.4000/etudesrurales.7934

ISSN : 1777-537X

Éditeur

Éditions de l'EHESS

Édition imprimée

Date de publication : 1 janvier 2002

Pagination : 17-36

Référence électronique

Shen Yuan, « Naissance d'un marché », *Études rurales* [En ligne], 161-162 | 2002, mis en ligne le 01 janvier 2004, consulté le 19 avril 2019. URL : <http://journals.openedition.org/etudesrurales/7934> ; DOI : 10.4000/etudesrurales.7934

Cet article est disponible en ligne à l'adresse :

http://www.cairn.info/article.php?ID_REVUE=ETRU&ID_NUMPUBLIE=ETRU_161&ID_ARTICLE=ETRU_161_0017

Naissance d'un marché

par Shen YUAN

| Éditions de l'EHESS | *Études rurales*

2002/1-2 - N° 161-162

ISSN 0014-2182 | ISBN 2-7132-1427-0 | pages 17 à 36

Pour citer cet article :

—Yuan S., Naissance d'un marché, *Études rurales* 2002/ 1-2, N° 161-162, p. 17-36.

Distribution électronique Cairn pour les Éditions de l'EHESS.

© Éditions de l'EHESS. Tous droits réservés pour tous pays.

La reproduction ou représentation de cet article, notamment par photocopie, n'est autorisée que dans les limites des conditions générales d'utilisation du site ou, le cas échéant, des conditions générales de la licence souscrite par votre établissement. Toute autre reproduction ou représentation, en tout ou partie, sous quelque forme et de quelque manière que ce soit, est interdite sauf accord préalable et écrit de l'éditeur, en dehors des cas prévus par la législation en vigueur en France. Il est précisé que son stockage dans une base de données est également interdit.

I. Baigou : une étude de cas

NAISSANCE D'UN MARCHÉ

Shen Yuan

LE MARCHÉ ÉTUDIÉ dans le cadre de cet article est situé dans le bourg de Baigou, au sud-est de la plaine de Chine du Nord, dans la province du Hebei, près de la ville de Gaopaidian. Baigou dépend de l'administration de Gaopaidian (anciennement Xincheng), qui a également rang de district, mais par sa localisation périphérique, le bourg a une frontière commune avec deux autres districts. Désormais appelé marché de Baigou, il se compose d'un ensemble de marchés de gros dominé par le marché de la maroquinerie et celui d'articles de consommation courante, mais comprend également sept autres grands marchés spécialisés. Sa surface totale est de 2 millions et demi de mètres carrés, plus de 10 000 articles y sont proposés chaque jour et la valeur totale des produits offerts à la vente représente plus de 40 millions de yuans¹. En 1999, le chiffre d'affaires global a atteint 61,5 milliards de yuans. En dehors de ces neuf grands marchés il existe également un espace appelé marché des transport, au sein duquel 26 sociétés se chargent de transporter les marchandises des marchés de gros vers quelque 200 villes du pays. Environ 80 camions quittent Baigou quotidien-

nement avec plus de 600 tonnes de marchandises approchant les 10 millions de yuans. Le tableau page 20 montre que ces grands marchés spécialisés possèdent tous une base financière solide.

Aujourd'hui, les marchés de Baigou sont plus importants que les autres grands marchés de la région. Le bourg et les villages alentour qui en dépendent couvrent 54,5 kilomètres carrés ; la zone urbaine proprement dite s'étend sur plus de 10 kilomètres carrés. Les différents quartiers sont aménagés le long de larges rues où l'on trouve une forte concentration de magasins et d'immeubles d'habitation. L'infrastructure est assez développée : 10 000 postes de télécommunication vers la Chine et l'étranger, une station électrique, une entreprise de distribution de l'eau d'une capacité de 5 000 tonnes. Le bourg est découpé administrativement en 5 quartiers et 29 villages où vivent près de 100 000 personnes qui détiennent soit un permis de résidence permanent soit un permis de séjour provisoire.

Ce qui est difficile à imaginer, c'est que parmi les quelque 30 000 commerçants installés dans le centre-ville, si l'on trouve bien sûr des personnes originaires de la région, on compte surtout des Chinois en provenance de provinces telles que le Hunan, le Sichuan, le Jiangxi, le Shandong et le Henan. Les acheteurs viennent des quatre coins de Chine, en voiture, en autocar, voire en empruntant l'un des moyens de transport les plus anciens : le tricycle. Chaque

1. Un yuan vaut actuellement environ un franc. En 2000, le revenu annuel moyen des villageois était de 2 434 yuans alors que le salaire des ouvriers variait entre 500 et 900 yuans.

Les neuf grands marchés de Baigou

Nom du marché	Superficie en m ²	Nombre de magasins	Nombre de stands	Effectifs	Nombre de clients par jour	Chiffre d'affaires journalier en yuans	Chiffre d'affaires annuel en yuans
marché de la maroquinerie	35 200	300	6 000	-	37 000	-	31 milliards
marché du cuir	26 000	54	80	150	-	1 500 000	-
marché de la quincaillerie	19 000	132	68	500	-	500 000	-
marché des accessoires pour bagages	12 500	-	70	-	> 3 000	3 500 000	-
marché des produits quotidiens	49 000	160	679	3 000	45 000	4 000 000	-
marché du jouet	20 000	56	373	1 300	-	800 000	-
marché du vêtement	10 000	68	118	400	-	-	1 milliard
marché de la chaussure et du chapeau	150 000	204	797	1 200	-	1 100 000	-
marché du lainage	40 000	108	1 020	2 500	-	1 500 000	-

Source : Archives du gouvernement populaire de la ville de Baigou, 2000.

jour 70 000 à 80 000 acheteurs arrivent au bourg et, d'après les statistiques, au cours de l'année 1992, le nombre de visiteurs a même atteint un jour le chiffre record de 150 000 personnes. Quelle que soit la saison, dès l'aube, la circulation et le bruit sont au rendez-vous dans les rues du bourg comme sur les voies qui y conduisent. Quand les commerces ouvrent et que les étals sont prêts à recevoir les clients, une foule interminable se dirige vers les quartiers où ont été installés les différents marchés. Puis s'élèvent la clameur des négociations et marchandages, les cris des vendeurs, la musique moderne que déversent les haut-parleurs des boutiques et des restaurants, le vacarme des klaxons et celui des moteurs. Il faut attendre trois ou quatre heures de l'après-midi que le soleil décline et que les acheteurs s'en aillent doucement pour que le bourg retrouve son calme.

Des marchés spécialisés en produits non agricoles dans une région agricole

Un ensemble de marchés spécialisés, un chiffre d'affaires très important, une population locale très vaste ainsi qu'un grand nombre d'acheteurs, une infrastructure relativement avancée : tous ces différents facteurs évoquent spontanément le milieu urbain et ses activités économiques. Or Baigou est situé en pleine zone agricole. À l'ouest du bourg se dressent les monts Taixing, 120 kilomètres plus au nord se trouve la municipalité de Pékin, 118 kilomètres vers l'est celle de Tianjin et 62 kilomètres au sud, la ville de Baoding. L'agglomération la plus proche, Gaopaidian, qui compte environ 100 000 habitants, est à 32 kilomètres du bourg. Baigou a donc longtemps été très éloigné de

tout milieu et mode de vie urbains.

À la lecture des produits commercialisés cités dans le tableau, on est amené à se poser une première question : le bourg de Baigou constituait-il une base industrielle importante ? De fait, au cours des trois décennies qui ont suivi l'année 1949, Baigou ne s'est pas particulièrement distingué de ses voisins. Le bourg se situe à l'intersection de trois districts, dans une région réputée pour sa production de riz. Depuis trente ans l'agriculture s'est diversifiée à Baigou et on y cultive le maïs, le blé, le haricot, la pomme de terre, etc. On y produit également de l'huile d'arachide et, à certaines époques, pour répondre à la demande de l'État, on y a planté du coton. Tous ces produits sont classés dans les statistiques officielles sous la rubrique des « produits ordinaires »². Les habitants de cette région ne fabriquent ni cuir naturel ni cuir artificiel, les entreprises locales ne fabriquent ni plastique ni papier, soit aucun des matériaux qui jouent aujourd'hui un rôle majeur dans la confection de maroquinerie et autres produits commerciaux.

Avant les réformes économiques de la fin des années soixante-dix, Baigou et ses environs n'avaient donc connu aucune forme d'industrialisation, au sens moderne du terme. Les villages (appelés du temps du système collectiviste « brigades de production ») administrés par le bourg (lequel était alors le siège d'une commune populaire) ne possédaient que quelques tracteurs rudimentaires, ainsi que des moulins ou des pompes électriques pour l'irrigation. Le travail agricole était essentiellement manuel, effectué à l'aide d'outils très simples. À cette époque,

2. *Annuaire statistique du district de Xincheng*, éditions de 1985, 1988 et 1990.

la seule activité pouvant être considérée comme industrielle était « l'usine de réparation de la commune » où une dizaine d'ouvriers s'efforçaient de réparer, pour les villages, les quelques machines agricoles que nous venons d'évoquer.

Si aujourd'hui les routes de Baigou sont modernes, si 32 kilomètres d'autoroute relie le nord du bourg à Pékin, si plusieurs grandes routes mènent à Baoding et à Tianjin, toutes ont été construites à partir du milieu des années quatre-vingt. Avant les réformes, seule une voie desservait le bourg : il s'agissait d'une petite route de terre remplie de cailloux et qui allait de Baigou à Gaopaidian. À l'époque, quand les gens de Baigou voulaient se rendre à Pékin, le seul moyen était de gagner d'abord Gaopaidian, puis d'essayer de prendre le train. Les livres d'histoire sur Baigou précisent tous que le bourg est à l'intersection de rivières et d'un canal, mais, après 1949, le développement de l'irrigation agricole a eu pour conséquence d'assécher progressivement les rivières alors que le canal avait été supprimé. Dans les années soixante-dix, tandis que fleurissait le slogan « dans le domaine agricole, il faut prendre modèle sur Dazhai³ », le lit du canal a même été transformé en plantation.

Comment expliquer par conséquent la prospérité actuelle de ce vaste espace marchand ? Comment de tels marchés, notamment le plus grand d'entre eux, celui de la maroquinerie, ont-ils pu se développer dans un endroit aussi éloigné de tout centre urbain et aussi défavorisé au niveau de la population, des matières premières, de la technologie, de la gestion, de l'industrie, des moyens de transport, etc. ? On peut reprendre ici la question célèbre formulée par un sociologue : « D'où viennent les marchés ? » [White 1981]

Ce texte a eu une forte influence dans le monde de la sociologie aux États-Unis. Il est considéré, depuis la remise en cause des thèses de Parsons, comme la première attaque qu'a portée la sociologie au monopole des explications économistes concernant les échanges économiques. Il semble que la thèse de White marque le début de ce qu'on a appelé à l'époque la « nouvelle sociologie économique » [Swedberg 1987]. Dès lors, un groupe de sociologues américains (et européens) a commencé à étudier des phénomènes comme le marché, les usines, le commerce, le pouvoir du capital, la gestion d'entreprises, considérés jusque-là comme des activités purement économiques. Si, dans sa thèse, White développe une idée très importante, à savoir que le marché, au sens le plus large du terme, c'est-à-dire les systèmes économiques, est le résultat des actions et interactions d'acteurs sociaux particuliers placés dans des conditions sociales spécifiques [*op. cit.*], la plupart des « nouveaux socio-économistes », ne sont pas allés aussi loin. Ils se contentent de dire que les rapports sociaux – ou, pour reprendre l'expression de Robert D. Putnam [1976], le « capital social » – sont introduits dans les échanges économiques pour en diminuer le coût et augmenter par conséquent les profits issus de telles transactions. La référence à Williamson [1975] est alors omniprésente dans ce genre d'analyses [Burt 1992]. « Utiliser la théorie et les méthodes sociologiques pour traiter des phénomènes

3. Dazhai est une localité du district de Xiyang dans la province du Shanxi qui fut choisie par Mao Zedong dans les années soixante-dix comme modèle qui viendrait confirmer la suprématie du système socialiste dans les campagnes.

économiques » [Swedberg 1994] n'a, du coup, pas permis de grandes avancées. Ainsi les sociologues n'ont absolument pas à se plaindre de l'impérialisme économique : ils l'ont en quelque manière encouragé vu la façon dont ils ont mobilisé leur propre discipline dans leurs travaux.

Citons cependant une exception importante : Marshall Sahlins. Dans sa thèse sur « l'économie à l'âge de la pierre taillée », celui-ci a essayé de fonder une sorte de théorie du prix substantiviste : il a en effet remis en cause la célèbre « courbe de l'offre et de la demande » en économie et a élaboré le concept d'habitude [1972]. Cette théorie n'a pas provoqué de grands débats en économie, ce qui n'est pas pour nous surprendre. Contre toute attente, elle sera attaquée de l'intérieur par les sociologues vingt ans plus tard [Granovetter et Swedberg eds. 1992].

Sahlins propose néanmoins des pistes de recherche très intéressantes. Si certains des constats empiriques auxquels il aboutit peuvent être révisés, il semble que l'approche adoptée soit correcte : la sociologie doit s'efforcer d'expliquer les phénomènes économiques en cherchant des voies autres que la logique purement économique justement à cause de ces ruptures qui ont, dans différents domaines, conduit à l'apparition de situations extrêmes.

Commerçants traditionnels, paysans et cadres locaux

Puisque le développement des marchés de Baigou ne peut être appréhendé en mobilisant les raisonnements économiques habituels, je me suis tourné vers la sociologie pour trouver des explications. À la suite des études sociologiques qui soulignent que le marché constitue

également une « structure sociale » [Swedberg 1994], j'avancerai que la présence, à Baigou, de ces marchés est, certes, sans doute liée à la culture traditionnelle, mais qu'elle est aussi liée aux groupes sociaux et au pouvoir de l'État et de ses représentants, c'est-à-dire à des facteurs non économiques. Cela m'a incité à étudier et l'identité des principaux groupes sociaux qui ont contribué à la naissance de cet espace marchand et les échanges qui se sont établis entre eux. Trois groupes ont profondément influencé ce processus : les commerçants traditionnels, les paysans et les cadres locaux.

LES COMMERÇANTS TRADITIONNELS

On entend par « commerçants traditionnels » les familles du bourg qui vivaient uniquement du commerce avant 1949. Avant les réformes ce petit groupe ne dépassait pas une centaine de personnes. Si ces commerçants sont appelés « commerçants traditionnels » par les responsables locaux comme par les habitants de la région, c'est pour les distinguer de ceux qui n'ont rencontré le monde du commerce qu'après les réformes économiques de la fin des années soixante-dix. L'origine de ces « commerçants modernes » est très complexe : la plupart sont d'anciens paysans, mais on trouve également parmi eux d'anciens ouvriers et même d'anciens cadres venant d'autres villes du pays. Tous ne sont devenus commerçants qu'après l'essor du marché de Baigou et jamais auparavant ils n'avaient directement vécu de la vente.

Si l'on remonte dans l'histoire, soit avant 1949, on constate que le bourg de Baigou connaissait une véritable activité commerciale. Comme nous l'avons dit plus haut, Baigou se situait autrefois – du moins à l'époque Qing et

avant la suppression des canaux comme moyens de transport – à l’intersection de rivières et de canaux. La rivière de Baigou qui coulait près du bourg permettait de remonter jusqu’au Grand Canal et de gagner la ville de Tianjin : « Mille bateaux [passaient] chaque jour et de nombreux commerçants [étaient] au rendez-vous. Les produits [remontaient] la rivière du Sud au Nord, et les commerçants de Baigou [se rendaient] ensuite dans les provinces de l’Est comme de l’Ouest. »⁴ Au cours de la construction de la rue principale du centre-ville au début des années quatre-vingt, on a d’ailleurs trouvé un fragment en pierre de l’époque Qing portant l’inscription « Auberge du Shanxi », ce qui signifie que les marchands du Shanxi étaient alors nombreux à venir à Baigou. Bien que, plus tard, la dégradation des canaux ait nettement contribué à diminuer les activités marchandes, il existait encore, au début des années cinquante, soit à la veille du mouvement de collectivisation, une trentaine de boutiques dans le quartier central. Une centaine de grands et de petits commerçants continuaient à exercer dans l’ensemble du bourg. Un vieux commerçant raconte :

À l’époque, rien qu’en fabricants d’alcool, il y en avait sept dans tout le bourg.

Pour Baigou, la vraie catastrophe a commencé en 1956. Les pays socialistes ont toujours considéré les petits commerçants et les vendeurs à la sauvette comme faisant « le lit douillet du capitalisme ». D’où la promulgation d’un document officiel cette année-là en Chine expliquant qu’il fallait « réunir le public et le privé », c’est-à-dire concrètement supprimer les petits commerces de détail et les petits artisans

de la campagne afin de les transformer en « nouveaux paysans socialistes ». En une nuit toutes les boutiques de Baigou sont fermées. Tous les commerçants se font « rééduquer » et, sans exception, deviennent de nouveaux paysans auxquels on distribue un peu de terre de sept des villages du bourg. Quelques mois plus tard, le système administratif de Baigou a changé : après avoir formé plusieurs coopératives agricoles, le bourg est devenu le siège de la « commune populaire » de Baigou. Même les cinq anciens quartiers du bourg ont été baptisés « équipe de production » pour bien montrer que « la campagne est destinée à l’agriculture ».

Les anciens commerçants se souviennent aujourd’hui avec douleur de cette époque difficile. Hu Guanching se rappelle :

À l’époque, la terre qu’on nous avait distribuée était de mauvaise qualité. Si ce n’étaient pas des terres sablonneuses c’étaient des terres peu fertiles, avec en plus des petites parcelles réparties un peu partout, une parcelle à gauche, une parcelle à droite. Il n’y avait pas d’autre solution : on était obligé d’aller faire nos cultures avec notre vélo abîmé. À cette époque-là, dès que les gens voyaient quelqu’un arriver sur son vieux vélo pour cultiver la terre, ils devinaient que c’était un des habitants du bourg devenus soudain paysans. Et comme ces nouveaux paysans ne savaient pas bien cultiver la terre, les produits ne poussaient pas aussi bien qu’ailleurs.

Pendant l’époque « révolutionnaire », les commerçants traditionnels que décrivaient des expressions telles que « leurs quatre membres

4. *Archives du district de Xincheng* publiées sous l’ère Guangxu.

ne savent pas travailler», « ils ne savent pas faire de différences entre les cinq grains de base » ; « leurs épaules ne peuvent pas supporter la palanche, leurs mains ne peuvent pas soulever de charge », étaient considérés comme inutiles, comme des « déchets sociaux ». Être soumis à des séances de critiques faisait partie de leur lot quotidien⁵. De plus, parce que leurs cultures ne donnaient pas de bonnes récoltes, ils recevaient une moindre part lors de la distribution des biens alimentaires :

Le ventre avait faim, on n'avait pas assez à manger, c'était devenu habituel.

Du coup, pour ces commerçants, être bien noté du point de vue politique est rapidement passé au second plan : il s'agissait avant tout de faire le nécessaire pour améliorer le quotidien. Au début des années soixante-dix, nombre d'entre eux abandonnent donc l'agriculture au profit du commerce : en cachette, ils reprennent leur ancien métier, courant de très grands risques car, découverts, ils peuvent être condamnés pour « destruction de l'économie collective socialiste » et subir toutes sortes de punitions allant de l'autocritique obligatoire à la prison. L'ancien commerçant Hu Guanching se souvient :

À l'époque, le slogan était « dans le domaine agricole, il faut prendre modèle sur Dazhai » : on ne se reposait pas en hiver, il fallait préparer la terre, faire des travaux hydrauliques. Or, pour faire ces travaux, on avait tous besoin de petites charrettes à bras pour transporter la terre et les engrais. Les charrettes à bras sont devenues des biens importants. J'ai su alors ce qu'il fallait faire : je suis allé au marché de la ville de Xincheng, j'ai dépensé en tout

20 yuans pour acheter un vieux vélo abîmé. Ce que je voulais c'étaient les roues. En rentrant à la maison, j'ai mis une planche sur les roues, j'ai rajouté des bords, puis une paire de manches, et voilà ! J'avais construit une petite charrette à bras. Je n'ai pas osé la sortir dans la journée, mais, le soir, je l'ai attachée derrière mon vélo et j'ai fait 30 kilomètres de nuit jusque de l'autre côté de la rivière, et je l'ai vendue 60 yuans. J'avais donc fait 40 yuans de bénéfice.

Certains commerçants utilisaient le petit marché qui continuait à exister au bourg. Wu Dikeng nous précise :

À l'époque, le marché avait lieu une fois tous les dix jours. On n'avait pas le droit de vendre n'importe quoi, mais seulement quelques fruits et légumes venant de la production de notre lopin privé, ou bien des objets comme de petits outils agricoles. Parfois le règlement était moins sévère, et on pouvait acheter ou vendre, à un prix négocié, des produits alimentaires de base. À cette époque-là, les grands animaux comptaient au titre des « moyens de production » et il fallait avoir une attestation de l'équipe de production pour pouvoir en faire le commerce. Je partais au marché chaque fois qu'il avait lieu. Quelquefois j'allais d'abord faire des achats dans des villages éloignés pour rapporter des produits, comme des œufs par exemple, et, quand j'en avais assez, je revenais les vendre au marché de Baigou. Des fois quand je n'arrivais pas à acheter quelque chose, je me promenais simplement dans le marché. Quand je rencontrais des gens

5. Les sanctions politiques concernaient souvent les commerçants traditionnels qui étaient soumis à toutes sortes d'activités censées les « rééduquer ».

qui marchandaient de la nourriture ou des grands animaux, je faisais comme si j'étais un conseiller⁶, comme ça, je pouvais tout de même gagner un peu d'argent à chaque fois pour racheter de la nourriture.

Ainsi, de différentes façons, même à l'époque où le gouvernement socialiste régissait sévèrement les échanges économiques et sociaux, ces commerçants saisissaient toutes les occasions d'exercer leur ancienne activité, bien que, une fois encore, cela leur ait fait prendre d'énormes risques. Toutefois ce qui les poussait, ce n'était ni une inclination naturelle pour le commerce ni le souci de protéger un savoir local de l'intervention de l'État, même si ces commerçants étaient en général opposés à la politique officielle. Il s'agissait tout simplement d'une question de survie. En effet, si les terres qu'on leur avait distribuées avaient été fertiles, peut-être qu'après plusieurs dizaines d'années de travail agricole, ils seraient tous devenus des « nouveaux paysans socialistes » convaincus du bien-fondé de la phrase « la nourriture vient de la terre ». Mais leurs récoltes ne leur permettaient pas de vivre, ce qui les obligeait à faire du petit commerce en cachette. Lorsque se sont présentées des conditions favorables au redéploiement de cette activité, les habitudes et les savoirs ainsi conservés ont rapidement pu être mis à profit⁷.

LES PAYSANS DU SYSTÈME COLLECTIVISTE

Tout autour de Baigou s'étend la plaine, un champ doré émaillé ci et là de villages. À cinq kilomètres au nord on trouve le village de Guangqing qui, d'après les classifications officielles en vigueur, n'est pas très important.

500 familles, soit quelque 2700 habitants⁸, se répartissent sur 230 hectares. Selon les anciens, la taille des villages n'a pas beaucoup changé après les réformes : en effet, en même temps qu'augmentait la population se développait la mobilité géographique. Du temps des communes populaires le village de Guangqing s'appelait la « brigade de production de Guangqing » et comptait huit équipes. On y cultivait essentiellement du maïs, du blé et des cacahuètes.

Après le mouvement de réforme agraire du début des années cinquante, les paysans de Guangqing avaient été contraints de suivre la voie collectiviste : à l'exception des habitations, du petit outillage agricole et de l'élevage domestique (poulets et cochons), tous les moyens de production appartenaient à la collectivité.

Dans les années soixante-dix, ces « paysans collectivistes » rencontraient les mêmes problèmes que les commerçants traditionnels : une vie extrêmement difficile caractérisée par un

6. Le mot « conseiller » désigne un négociateur qui aide les deux parties à trouver un arrangement.

7. Depuis que C. Geertz [1983] a développé le concept de « savoir local », celui-ci a été souvent repris dans la sociologie chinoise pour expliquer notamment comment, avant la période révolutionnaire, les différentes localités utilisaient le savoir local pour se défendre du pouvoir de l'État. Ce savoir local semble donc constituer un facteur de développement économique. Je ne réfute pas ce point de vue, mais je voudrais préciser que le fait de s'opposer à l'État ne résulte pas toujours d'une opposition entre deux formes de savoirs ou de la nécessité d'en protéger une. Plus simplement il s'agit parfois d'éviter de mourir de faim. Autrement dit, le « savoir local » ou la « petite tradition » deviennent alors un moyen de survie.

8. Entretien avec les responsables du comité des affaires agricoles du bourg, juin 2000.

manque d'argent liquide. Ils devaient attendre la fin de l'année, le calcul et la distribution des ressources pour pouvoir toucher quelques yuans. Les revenus complémentaires provenaient uniquement de l'élevage des poules et de la vente des œufs, ce qui donna naissance à l'expression pittoresque : « récupérer de l'argent du derrière des poules ». Mais les sommes ainsi perçues étaient dérisoires. Un membre de la commune populaire explique :

Être pauvre à l'époque, vous ne pouvez pas vous imaginer ce que cela voulait dire... Avant et après les récoltes d'automne, quand bien même on essayait de réunir tout l'argent de notre famille qui comptait pourtant sept ou huit personnes, on n'était même pas capable de réunir la somme d'1 yuan.

Pourtant, pour remédier aux trois années dites de catastrophes naturelles (1959-1961), les règles administrant les campagnes socialistes étaient devenues moins sévères, permettant ainsi aux équipes de production de pratiquer des activités commerciales subsidiaires afin d'améliorer le quotidien des membres de la commune populaire. Dès lors et jusqu'en 1970, soit pendant une dizaine d'années, l'équipe de production n° 8 de la brigade de Guangqing avait essayé toutes sortes d'activités commerciales. Citons les propos d'un membre de cette équipe :

Depuis faire des paniers jusqu'à construire un moulin à huile pour fabriquer de l'huile, nous avons tout essayé et nous n'avons trouvé aucun moyen de gagner de l'argent.

Aussi, lorsqu'au début des années soixante-dix, étaient arrivés un nouveau chef d'équipe et

un nouveau comptable, la question de savoir comment augmenter les revenus des membres de la commune par des activités commerciales annexes était devenue cruciale.

Le choix de l'activité secondaire qui devait influencer le destin de tout un bourg fut le fait du hasard. Celui qui venait alors d'être nommé comptable de l'équipe se souvient :

À l'époque, on ne pensait qu'à ça tous les jours : quelle sorte d'activité pourrait nous faire gagner de l'argent ? Un jour, c'était à l'automne et on devait être en 1973, moi et le chef d'équipe, on était là tous les deux à discuter debout sur le trottoir quand, tout à coup, un ami est arrivé : il habitait dans le village de Rihai, il était venu en vélo. Dès qu'il nous a vus, il est descendu de son vélo pour nous dire bonjour. À cette époque, dans les campagnes, le vélo représentait un bien très précieux, alors tous les deux on a regardé fixement son vélo. On a vu sa selle de vélo, elle était enveloppée d'une protection noire, et au toucher, on a su que c'était du cuir artificiel. On lui a demandé : « Qu'est-ce que c'est ça ? » Il a répondu que c'était une housse et on lui a demandé à quoi ça servait. Il a dit que ça se mettait sur la selle de vélo pour la protéger. On lui a alors demandé d'où venait sa housse. Il l'avait payée 50 centimes à Pékin. Tous les deux on a réfléchi en tournant sans cesse autour de cette housse. Sur le plan technique, ça n'avait pas l'air bien compliqué ! Quand il est parti, notre décision était prise : l'activité commerciale subsidiaire que nous allions développer ce serait ça, des housses de selle de vélo, ça ne pouvait que marcher.

Pourquoi ce choix ? Parce que, comme l'a expliqué l'ancien comptable, les vélos représentaient beaucoup à cette époque. En général,

quand un homme épousait une femme ou quand une famille mariait sa fille, les parents faisaient tout pour offrir un vélo comme cadeau de mariage ou comme cadeau de départ pour la fille. Un bien de cette valeur a besoin d'être spécialement entretenu, et la selle étant la partie du vélo la plus fragile, l'idée d'une housse de protection parut particulièrement astucieuse. Toutefois ce genre de chose était alors introuvable en milieu rural : le comptable et le chef d'équipe prirent la décision de la fabriquer, considérant qu'il s'agissait là d'une activité potentiellement plus rentable que les paniers ou l'huile.

Pour démarrer il fallait des capitaux. Or, l'équipe de production n° 8 ne possédait pas 1 centime ! Le comptable et le chef d'équipe avancèrent l'argent sur leurs propres économies, bien que la famille du comptable ait été notoirement en difficulté. Le comptable avait réussi à économiser plus de 80 yuans ; le chef d'équipe, quant à lui, près de 110 yuans. À eux deux ils possédaient donc en tout un peu moins de 200 yuans. Dès le lendemain du jour où ils découvrirent la housse de selle, ils partirent ensemble pour Pékin. Ils en revinrent munis de deux rouleaux de cuir artificiel noir de deuxième choix achetés au magasin Tianqiao, et de deux housses en guise de modèle. Li Macai raconte :

À notre retour de Pékin, l'équipe de production a organisé une réunion de toute urgence. Nous avons rassemblé d'abord les machines à coudre de l'équipe : il y en avait quatre en tout de la marque « Hiron-delle ». Puis nous avons fait appel à des « bonnes femmes » de l'équipe, et nous en avons sélectionné quelques-unes qui étaient très adroites. Elles ont d'abord décousu les housses servant de modèle, puis elles ont dessiné les pièces à la craie sur le

cuir artificiel. Elles les ont coupées et cousues avec une machine à coudre, ensuite elles ont cousu à l'intérieur quatre bandeaux de tissu. Ça semblait facile à faire, mais en fait c'était pas si facile et, quand on a fini ce jour-là, on a remarqué que les angles n'étaient pas très beaux ni bien plats. Alors on a décousu ces housses et on les a toutes refaites. Après plusieurs tentatives, on a fini par arriver à quelque chose de ressemblant.

De ce premier essai à la production grande échelle, l'équipe n'a pratiquement pas eu de dépenses à faire, hormis le cuir artificiel et le fil à coudre. Le modèle acheté à Pékin comportait en effet une couche d'éponge, mais l'équipe de production n° 8 lui substitua des chutes de tissu récupérées auprès de la commune. Les rubans avaient eux aussi la même provenance. Sept ou huit paysannes travaillèrent trois jours sans interruption sur les quatre machines à coudre, et le faux cuir acheté pour moins de 200 yuans se transforma en 500 housses de vélo !

Il ne restait plus qu'à vendre cette première production. L'ancien comptable précise :

Les housses de vélo de Pékin étaient vendues 50 centimes pièce. On a essayé de vendre les nôtres au même prix. On les a d'abord amenées au bureau de vente de la commune de Baigou. Le bureau de vente ne connaissait pas encore ce produit ; ses responsables se demandaient donc si ces housses allaient se vendre. Nous avons passé une demi-journée à discuter avec eux et ils ont fini par accepter d'en prendre une dizaine pour essayer. Puis nous en avons apporté aussi dans d'autres communes populaires. À ce moment-là, tous les membres de notre équipe ont eu pour tâche d'aider à vendre ces 500 housses de

vélo. En quelques jours, elles étaient toutes parties. Au bout du compte, si on enlève toutes les dépenses impliquées, le bénéfice s'élevait à la moitié du prix de vente.

L'équipe de production n° 8 de la brigade de Guangqing avait donc mis le doigt sur l'activité commerciale subsidiaire qui allait permettre à ses membres d'améliorer un peu leur niveau de vie. De ce jour, pendant que les hommes cultivaient les champs, les femmes restaient à la maison à coudre des housses de vélo. L'équipe de production organisait l'achat des matières premières, la coupe des pièces et leur distribution à chaque famille pour qu'elle les assemble avec sa machine à coudre. Les familles étaient payées à la pièce. Les responsables se chargeaient de regrouper les produits finis et chaque membre de l'équipe participait à la vente des housses. Au bout d'un an, l'équipe de production n° 8 commença à présenter des signes de richesse. Elle construisit un local collectif spacieux, fait de briques rouges et meublé de neuf. Elle acheta également un tracteur. La courbe des résultats des différentes équipes de production et le montant des ressources redistribuées par chacune à ses membres attestent la croissance progressive de l'équipe n° 8⁹.

Les autres équipes de production de la brigade prirent alors modèle sur elle. Heureusement, le produit ne réclamait ni haute technologie ni investissements financiers lourds : il n'était donc pas compliqué de faire pareil. Ainsi, dès le milieu des années soixante-dix, toutes les équipes de la brigade de Guangqing fabriquaient des housses de vélo et, très rapidement, les brigades alentour se lancèrent dans cette production.

Dès lors que plusieurs brigades se mettaient à produire le même article, la clientèle des communes voisines ne suffisait plus et il devenait indispensable de proposer cette marchandise dans des districts de plus en plus éloignés, parfois à plus de 100 kilomètres de Baigou. La bicyclette était le seul mode de livraison disponible. Aucun responsable d'équipe n'hésitait à se déplacer ; toutefois, pour se rendre dans les districts voisins, il fallait avoir une lettre de recommandation de la brigade certifiant que ces produits provenaient tous d'activités collectives subsidiaires et non d'activités capitalistes. À cette époque, vendre un produit quel qu'il soit, même si on l'avait fabriqué soi-même, était en effet interdit.

Dans les équipes de production de housses, il se trouvait toujours des jeunes paysans en bonne condition physique pour prendre leur bicyclette et aller vendre cet article dans les communes voisines. Les paysans âgés, quant à eux, n'étaient pas en mesure de parcourir autant de chemin. Ils se tournèrent ainsi vers le marché collectif qui se tenait dans les rues de Baigou tous les dix jours. Cette activité n'était évidemment pas conforme au règlement officiel : les housses de vélo n'étant

9. Le travail des membres actifs des communes populaires était autrefois rémunéré en points travail. L'équipe de production attribuait un certain nombre de points en fonction de l'état de santé de chaque membre, de sa capacité de travail et de son niveau culturel. Un homme dans la force de l'âge qui travaillait toute une journée pouvait avoir 10 points, ce qui équivalait à « une unité de base ». Chaque jour, le comptable notait dans un registre le travail effectué par chacun. L'équipe de production déterminait la valeur d'une unité en se fondant sur le résultat des récoltes de l'année, certes, mais aussi sur les ressources tirées des activités commerciales subsidiaires. En fin d'année elle réglait son dû à chaque membre de l'équipe.

pas des produits agricoles, elles ne pouvaient être vendues sur le marché.

La commune populaire de Baigou et le comité révolutionnaire local déployèrent alors beaucoup d'énergie pour empêcher ce commerce et punir ceux qui s'y livraient. Cependant, nous l'avons dit, le bourg de Baigou étant situé à la frontière de trois districts, dès que l'équipe des cadres chargés de surveiller le marché arrivait sur les lieux pour interrompre la vente, les paysans déplaçaient leur marchandise dans le district voisin, échappant ainsi à son autorité.

Si l'on veut absolument punir des civils en situation irrégulière sur le territoire d'une localité voisine, il faut, muni du « document rouge » signé par le comité révolutionnaire de son district, se rendre auprès du comité révolutionnaire du district voisin et demander aux cadres locaux de procéder aux arrestations. Ce type d'opération s'est avéré plutôt inefficace à Baigou : lorsque les cadres du district voisin recevaient le document requis et acceptaient de prêter main-forte à leurs collègues, les paysans avaient déjà disparu avec leurs housses, réfugiés cette fois dans le troisième district, où le même scénario se reproduisait ; entre-temps, les paysans de Baigou étaient tranquillement rentrés chez eux reprendre leur commerce. Cette « guerre tactique » ou stratégie de guérilla devait encourager le développement du marché collectif de Baigou à partir du milieu des années soixante-dix, et nombreux sont les paysans qui gardent un bon souvenir de cette période.

LES CADRES LOCAUX

Par « cadres locaux » on entend essentiellement les deux catégories de cadres qui travaillent au niveau du bourg – l'ancienne commune popu-

laire – et du district. À l'heure actuelle, ces cadres locaux représentent une force d'environ 400 personnes. Ce groupe s'est constitué, depuis deux décennies, à partir de la vingtaine de cadres qui exerçaient autrefois des fonctions au sein du gouvernement ou du comité révolutionnaire de la commune.

Depuis le début des années soixante-dix, on peut distinguer trois phases dans l'attitude des cadres à l'égard des commerçants et des paysans de Baigou qui ont abandonné l'agriculture pour le commerce.

La première va approximativement de 1973 à 1978. D'après les témoignages de plusieurs responsables de l'administration du district interrogés plus tard, le mot d'ordre était alors « commander et réprimer ». Les cadres locaux pensaient en effet que ce commerce étant organisé et géré par les équipes de production, il relevait de l'économie collective et devait donc être pratiqué en tant que tel. Ils voyaient dans la vente de housses de vélo à la sauvette sur le marché collectif le retour d'activités capitalistes : il s'agissait de comportements prohibés qu'il fallait absolument réprimer. En surveillant de très près le marché collectif, ils ont, malgré eux, poussé les membres de la commune à une guerre tactique pour éviter d'être pris.

La deuxième phase s'étend de 1978 à 1985 et peut être appelée celle du « laisser-faire ». Initiées en 1978, les réformes économiques ont fortement modifié la situation des campagnes : les terres ont été redistribuées aux foyers, le monopole de l'État sur le commerce de nombreux produits a cessé, les communes populaires ont été dissoutes. Ces changements successifs ont d'une certaine façon surpris et affecté les cadres locaux des zones rurales. Ces derniers ne

comprenaient pas très bien l'évolution en cours et ne savaient plus ce qu'il était possible de faire ou non, et notamment quels produits pouvaient être vendus sur le marché collectif. Dubitatifs, ils manifestaient une certaine réticence à l'égard des commerçants qui avaient alors ouvertement repris leurs anciennes activités, et se montraient méfiants à l'égard des habitants de la commune qui vendaient des produits non agricoles telles les housses de vélo. Puis ils acceptèrent la situation. Le marché de Baigou put ainsi prospérer pendant cette période et connaître une expansion très rapide.

La troisième phase va de 1985 à nos jours. Elle se caractérise par le soutien que les responsables locaux apportent au développement de ces activités commerciales. En 1985, le gouvernement chinois instaure en effet une réforme importante du financement des collectivités locales appelée familièrement « à chacun sa marmite ». Celle-ci oblige les administrations locales à trouver elles-mêmes les moyens de promouvoir leurs localités. Les cadres du bourg de Baigou tout comme ceux de la ville dont il dépend sur le plan administratif réalisent alors que le marché de Baigou peut constituer une ressource précieuse pour les finances locales. Les gouvernements locaux de ces deux échelons investissent beaucoup de temps et d'efforts tant pour développer des espaces marchands plus ou moins standardisés au sein du bourg que pour le moderniser et améliorer l'efficacité de son administration. Ils font preuve d'une grande ténacité lors des conflits avec les districts voisins qui souhaitent attirer les marchés spécialisés sur leur territoire.

Précisons que, au cours de la première phase dont nous avons parlé plus haut, les cadres du

district et ceux de la commune populaire n'appliquaient pas les règles de la même manière. En général, les cadres du district punissaient sévèrement et sans pitié tous ceux qui avaient abandonné l'agriculture pour le commerce ; ceux de la commune se montraient, eux, beaucoup plus compréhensifs, certains se rangeant même du côté de ces commerçants et paysans. Jusqu'à aujourd'hui, quand les paysans de Baigou évoquent leur passé et la lutte que se livraient les trois districts, ils ne semblent pas en vouloir à celui qui était alors chef du comité révolutionnaire de la commune populaire de Baigou. L'un d'eux explique :

S'il n'avait pas été poussé par ceux du district, le vieux chef du comité révolutionnaire ne serait pas allé prendre les biens des familles, poussant certains membres de ces dernières au suicide.

Ce chef, nommé Lu, aurait un jour confié à l'un de ses proches :

Ici la terre est maigre et les gens sont pauvres, il n'y a rien à échanger contre de l'argent, alors comment achèteraient-ils de la nourriture ? Ils attendent tous que je vienne à leur secours.

L'évolution du marché

Les changements induits par les réformes lancées en 1978 et l'attitude moins hostile des cadres locaux envers les activités marchandes ont favorisé le développement du marché de Baigou.

Dès les années quatre-vingt, les commerçants traditionnels ne se sont plus contentés de vendre des produits alimentaires et de conseiller en matière d'achat et de vente d'animaux. Pour

eux, c'est le commerce au sens large, et non l'agriculture seule, qui constitue le meilleur moyen de gagner leur vie. Untel raconte :

Dans ma vie, j'ai eu deux périodes très heureuses. La première a été l'époque de l'occupation japonaise : il n'y avait pas que la guerre alors, les Japonais protégeaient bien nos commerces, ils nous faisaient bien travailler. La deuxième, c'est l'époque de Deng Xiaoping, car on nous a laissés faire du commerce.

Aux autorités nationales qui répétaient jour après jour qu'il fallait « s'éduquer auprès des paysans enrichis » ils répondaient :

Les réformes, elles sont donc faites pour permettre au peuple de mieux vivre. Mais comment mieux vivre si on ne fait que cultiver la terre ? Pour pouvoir s'enrichir, il faut faire revivre le marché comme par le passé, c'est-à-dire développer le commerce.

À Baigou, lorsqu'on parle du « passé », on évoque la période précédant l'arrivée au pouvoir du Parti communiste et la collectivisation.

Les commerçants ont donc très rapidement repris leurs activités marchandes telles qu'eux ou leur famille les pratiquaient autrefois : d'une part en achetant des produits fabriqués dans les villages alentour, par exemple des jouets en terre, et en les revendant sur le marché de Baigou ; d'autre part, en faisant venir de Tianjin, mais aussi des provinces du Zhejiang ou du Guangdong, des petites fournitures, des images et autres articles pour les revendre en gros ou au détail à Baigou. En près de vingt ans, l'extension des activités commerciales et l'augmentation du nombre des articles proposés ont donné naissance à plusieurs marchés spécialisés.

Les paysans, de leur côté, ne se contentaient plus de la seule fabrication de housses de vélo dont les revenus se faisaient de moins en moins importants. Au milieu des années soixante-dix, les villages étant très nombreux à les confecturer, l'offre avait surpassé la demande et le prix de vente avait beaucoup baissé. Pour maintenir un certain niveau de revenus, les paysans devaient rechercher de nouveaux produits. Sans que l'on sache cette fois quelle équipe de production a montré l'exemple, les foyers domestiques se sont lancés dans la fabrication de sacs à main : comme les housses, ils étaient en similicuir, munis de deux petites poignées, voire d'une fermeture pour les plus luxueux. Signalons que les responsables locaux de l'époque et les membres de l'administration se promenaient presque tous avec un sac dans lequel ils transportaient cahiers, journaux, thé, etc. Même si la technique de fabrication de ce genre de sacs n'était pas plus compliquée que celle des housses de vélo, ce nouveau produit a eu un fort retentissement : il a orienté les paysans de Baigou vers un secteur industriel nouveau, celui de la maroquinerie, destiné à une clientèle plus large que la seule population locale, ce qui ouvrait de nouvelles perspectives.

La fabrication de sacs et de bagages a connu une croissance rapide non seulement à Baigou mais aussi dans 5 districts voisins, qu'il s'agisse d'usines collectives ou d'ateliers domestiques. Plus de 200 000 personnes réparties dans 500 villages travaillent aujourd'hui dans le secteur de la maroquinerie. La production locale représente 29 % de la production nationale. Des centaines de milliers de sacs et de valises passent par le marché de Baigou pour être exportés un peu partout en Chine et, depuis

quelques années, vers des pays de l'Europe de l'Est et la Russie¹⁰.

Les paysans ont d'abord cherché à vendre eux-mêmes les sacs et valises qu'ils fabriquaient comme ils l'avaient fait pour les housses de vélo. Ils prenaient leurs articles et se rendaient dans les autres districts de la province du Hebei et dans d'autres provinces de la Chine du Nord pour les proposer aux grands et petits magasins d'État. Ils s'installaient aussi dans les rues des grandes villes pour essayer de vendre directement leur production. On a pu retrouver dans treize provinces des traces des activités commerciales menées ainsi par des paysans de Baigou. On était alors au début des réformes, les revenus étaient encore peu élevés et, bien que de piètre qualité, ces sacs ou bagages trouvaient acheteur. Les paysans d'un certain âge qui ne pouvaient pas se déplacer facilement procédaient comme à l'époque où ils vendaient des housses de vélo à la sauvette sur le marché collectif de Baigou, sauf qu'il s'agissait cette fois de sacs et de valises.

Le marché de Baigou a ainsi fini par être connu aux quatre coins du pays comme lieu de fabrication d'articles de maroquinerie. Peu à peu, des petits commerçants sont venus d'autres provinces pour faire des achats en gros et revendre dans leurs propres boutiques ou à des détaillants. Il y avait là plus de choix qu'ailleurs et on pouvait y obtenir de meilleurs prix vu la concurrence. Comme les commerçants de l'extérieur étaient de plus en plus nombreux à se déplacer jusqu'à Baigou, les paysans de Baigou ont cessé de circuler : ils sont passés du statut de commerçants itinérants à celui de commerçants fixes, tenant un magasin ou un stand dans la partie du marché où se concentraient les vendeurs

de bagages. Le commerce de la maroquinerie prenant de l'ampleur, un marché local spécialisé a vu le jour à côté d'un marché de produits de première nécessité. Ces deux marchés de gros ont ensuite encouragé le développement de plusieurs autres marchés spécialisés.

Ainsi, certaines activités de production et de distribution pratiquées par les commerçants et les paysans ont donné naissance à un espace marchand spécialisé. Dans un premier temps, les produits agricoles ont progressivement disparu du marché traditionnel de Baigou pour

10. Le marché des bagages de Baigou peut être considéré comme un marché qui regroupe la production de 7000 ateliers dirigés par des familles paysannes. La plupart de ces ateliers obéissent à une règle de fonctionnement traditionnelle en Chine du Nord qui veut que « l'homme travaille à l'extérieur et la femme s'occupe de l'intérieur ». Dans le passé, « l'homme travaille à l'extérieur » signifiait que la main-d'œuvre masculine effectue particulièrement les activités de production, et « la femme s'occupe de l'intérieur » signifiait que la femme assume toutes les tâches ménagères. L'homme étant, du fait de cette règle, la source principale de revenu de la famille, son autorité dominait au sein de celle-ci. À Baigou, dans le cadre de la fabrication des bagages, le sens de cette règle a profondément changé. « L'homme travaille à l'extérieur » signifie que l'homme se charge principalement d'approvisionner l'atelier en matières premières et de vendre les produits finis. C'est ainsi que sur le marché du bagage, plus de la moitié des stands sont tenus par des hommes. À l'inverse, « la femme s'occupe de l'intérieur » signifie que la femme est responsable de l'atelier familial, donc du processus de fabrication des bagages. Comme la femme gère toute la vie au sein de l'atelier familial, sa position sociale s'est considérablement élevée. On assiste donc dans ces foyers ruraux à un transfert de pouvoir : celui-ci est passé des mains des hommes à celles des femmes. C'est un résultat auquel ne s'attendaient pas ceux qui sont à l'origine de la fabrication des bagages et qui traitaient alors de « bonnes femmes » les paysannes qui fabriquaient les housses de vélo.

être remplacés par toutes sortes d'articles liés à la vie quotidienne et à la maroquinerie. Dans un second temps, la fréquence des marchés collectifs a augmenté : on est passé d'un marché tous les dix jours à un tous les deux ou trois jours. Puis le marché est devenu quotidien. Ces transformations se sont produites pendant la deuxième moitié des années quatre-vingt, à l'époque où la réglementation étatique a commencé à changer et où les responsables locaux, ayant compris le parti qu'ils pouvaient tirer du développement d'un marché plus régulier et plus conséquent, ont décidé de soutenir paysans et commerçants.

Dès lors, en intervenant directement dans les affaires du marché, le pouvoir gouvernemental a suscité une infinité de problèmes cause d'importantes fluctuations. Il a aussi, il est vrai, encouragé une plus grande spécialisation et standardisation des espaces marchands, en assignant à chaque spécialité un lieu spécifique et en construisant des structures pour abriter les échanges. Mais c'est là une autre histoire¹¹.

*
* *

Le marché de Baigou est donc né de l'existence d'un espace marchand tel qu'il en existait dans presque tous les bourgs ruraux. Des conditions économiques nouvelles ont cependant permis la création d'un nouveau type d'espace marchand. Trois facteurs ont concouru à ce processus de différenciation.

Tout d'abord, dans un pays socialiste qui concentre les pouvoirs politiques et économiques, il subsiste des zones géographiques, à la périphérie ou à l'intersection des découpages administratifs, caractérisées par une sorte de flou

quant au contrôle exercé par les autorités locales. Ce flou autorise parfois l'apparition de formes économiques dans ces espaces qui échappent un peu à la bureaucratie locale. Le marché de Baigou s'est ainsi développé dans un premier temps à l'intersection de trois districts. Des activités commerciales ont pu prospérer dans cette zone, les acteurs sociaux impliqués faisant preuve d'une grande souplesse et d'un grand pouvoir d'adaptation pour se soustraire aux contraintes imposées par le pouvoir en place et poursuivre leur entreprise.

Ensuite, les interactions et interdépendances entre des groupes sociaux ayant à l'origine des intérêts très différents expliquent également le développement de ce nouvel espace marchand. Le système collectiviste implanté dans les campagnes chinoises a en effet forcé des commerçants traditionnels à travailler dans les champs, activité qui ne leur permettait de survivre que très difficilement. Il leur a également attribué le statut de « déchets de la société », les plaçant dans une position telle qu'ils n'avaient rien à perdre en se livrant à ces activités commerciales fortement contestées. Pourtant, sans l'alliance entre ces commerçants et sans le regroupement massif des paysans dans la production d'articles de maroquinerie, un marché spécialisé comme celui de Baigou n'aurait pu voir le jour. Il aurait sans doute évolué, mais n'aurait pas

11. Après les réformes économiques, l'administration locale est devenue un « animal économique » très particulier. Pendant très longtemps elle a protégé ce marché à sa façon : dans un pays socialiste, gérer l'économie locale en « étant absent » constitue finalement une façon discrète de soutenir et protéger les échanges économiques. Mais, dans le même temps, elle n'a cessé d'intervenir sur le marché, ce qui a fortement affecté son bon fonctionnement.

connu ce développement particulier. Les cadres locaux ont, eux aussi, contribué à l'essor du marché en cessant progressivement d'entraver les activités marchandes. S'ils n'ont pas apporté leur soutien au début, ils ont fini par « laisser tomber » ou être « moins sévères », comme ils le disent eux-mêmes. Ironie de l'histoire : l'absence d'intervention de l'administration locale aura joué ici un rôle de première importance dans le développement social et économique.

Enfin, le hasard joue un rôle non négligeable. L'essor d'un grand marché spécialisé dans le secteur de la maroquinerie ne pouvait être en effet anticipé à Baigou au nom de règles économiques immuables. L'existence d'un groupe de commerçants traditionnels était certes de nature à conférer une certaine vitalité au marché, conduisant peut-être à une situation proche de celle que l'on observe actuellement dans le district de Yiwu de la province du Zhejiang. Mais rien ne prédisposait Baigou à devenir l'un des

marchés de maroquinerie les plus importants de Chine. S'il n'y avait eu l'initiative d'individus tels le chef et le comptable de l'équipe n° 8 pour développer une activité subsidiaire, s'il n'y avait eu la rencontre fortuite, comme dans les contes de fées, d'un ami à bicyclette d'où la décision de fabriquer des housses de vélo, si la production locale n'avait augmenté dans des proportions telles que l'offre soit devenue supérieure à la demande, obligeant la plupart des paysans à changer de production, si les paysans âgés qui ne pouvaient se déplacer au loin n'avaient pris le risque de venir vendre leurs housses au marché collectif afin de survivre, le marché de Baigou ne serait sûrement pas ce qu'il est. Comme le dit fort justement l'ancien comptable de l'équipe n° 8 :

Au début nous avons seulement voulu développer une activité subsidiaire pour gagner un peu d'argent. Qui aurait pu deviner qu'il en sortirait un tel marché ?

Références bibliographiques

Burt, R.S. — 1992, *Towards a structural theory of action. Network models of social structure, perception and action*. New York, Academic Press.
Geertz, C. — 1983, *Local knowledge. Further essays in interpretive sociology*. New York, Basic Books.
Granovetter, M. et R. Swedberg eds. — 1992, *The sociology of economic life*. Boulder, Westview Press.
Putnam, R.D. — 1976, *The comparative study of political elites*. New York, Prentice Hall.
Sahlins, M. — 1972, *Stone age economics*. Chicago, Aldine-Atherton.

Swedberg, R. — 1987, *Economic sociology : past and present*. Londres, Sage Publications. — 1994, « Market as the social structure », in N. Smelser et R. Swedberg eds., *Handbook of economic sociology*. Princeton, Princeton University Press.
White, H. — 1981, « Where do markets come from? », *American Journal of Sociology* 87: 517-574.
Williamson, O.E. — 1975, *Markets and hierarchies. Analysis and antitrust implications. A study in the economics of internal organizations*. New York, The Free Press.

Résumé

Shen Yuan, *Naissance d'un marché*

Dans un bourg de la Chine du Nord, Baigou, un grand marché de maroquinerie connaît un essor considérable depuis deux décennies. En analysant les facteurs qui ont soutenu localement ce processus et qui ne confortent pas les théories habituelles ayant trait à la constitution et à la stabilisation de tels espaces marchands, cet article apporte différents éléments de réponse à l'une des questions que se posent les spécialistes de sociologie économique : d'où viennent les marchés ? L'accent est mis sur les caractéristiques des trois groupes sociaux qui ont contribué à façonner ce marché : ceux que l'on appelle les « commerçants traditionnels » (soit ceux ayant exercé une activité marchande avant 1949), mais aussi les paysans ayant vécu sous le système collectiviste et enfin les cadres locaux.

Abstract

Shen Yuan, *A market is born*

In Baigou, a town in northern China, a major leather goods market has grown up over the past two decades. The factors that have locally favored this process do not support usual theories about the formation and stabilization of marketplaces. Other answers are provided to the question that economic sociologists ask about the origins of markets. Emphasis is laid on the traits of three social groups who have helped shape this market: the so-called "traditional merchants", who were trading before 1949; peasants, who lived under the collectivist system; and local officials.