À l'ombre des commerces en bordure de route

Isabelle Thireau et Hua Linshan

Édition électronique

URL : <http://journals.openedition.org/etudesrurales/7944>

DOI : 10.4000/etudesrurales.7944

ISSN : 1777-537X

Éditeur

Éditions de l'EHESS

Édition imprimée

Date de publication : 1 janvier 2002

Pagination : 109-127

Référence électronique

Isabelle Thireau et Hua Linshan, « À l'ombre des commerces en bordure de route », *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/7944> ; DOI : 10.4000/etudesrurales.7944

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_0109

À l'ombre des commerces en bordure de route

par Isabelle THIREAU et Hua LINSHAN

| Éditions de l'EHESS | *Études rurales*

2002/1-2 - N° 161-162

ISSN 0014-2182 | ISBN 2-7132-1427-0 | pages 109 à 127

Pour citer cet article :

—Thireau I. et Linshan H., À l'ombre des commerces en bordure de route, *Études rurales* 2002/ 1-2, N° 161-162, p. 109-127.

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.

À L'OMBRE DES COMMERCE EN BORDURE DE ROUTE

Isabelle Thireau et Hua Linshan

LA POLITIQUE DE COLLECTIVISATION menée en Chine au cours des années cinquante n'abolit pas seulement la distinction entre propriétaires et non-propriétaires au sein de la société rurale. Comme l'État établit son monopole dans le commerce, l'industrie et l'artisanat, les distinctions entre villageois disparaissent aussi : jusque-là, ceux-ci s'engageaient soit dans le travail agricole soit, en partie ou en totalité, dans des activités commerciales ou artisanales. Malgré les concessions qui peuvent caractériser cette politique, les organisations collectivistes – équipes, brigades de production et communes populaires – « n'ont pas le droit de procéder à des transactions commerciales »¹. À l'exception de ceux qui parviennent à se faire embaucher dans des entreprises d'État ou collectives, les habitants des zones rurales sont désormais destinés à l'agriculture et exclus de toute activité marchande. « Il est interdit d'attribuer à un individu un document s'apparentant à une patente commerciale. Ceux qui possèdent un permis de résidence agricole² et qui se livrent en cachette à des activités commerciales doivent les interrompre immédiatement. »³

À partir de 1978, si les autorités chinoises hésitent à renoncer à leur monopole sur le commerce des grains et suivent dans ce domaine une politique marquée par de nombreux revirements [Sicular 1995], elles autorisent progressivement tous les acteurs économiques à s'adonner au commerce des produits agricoles et industriels, notamment ceux de consommation courante. Autrement dit, la pluriactivité retrouve droit de cité. Les districts ruraux voient ainsi apparaître de nouveaux espaces marchands sans qu'ait été officiellement levée l'obligation faite aux détenteurs d'un permis de résidence agricole d'exploiter les terres qui leur ont été attribuées et d'en remettre à l'État une partie de la production. Dès lors, en milieu rural, les marchands sont des paysans qui tantôt maintiennent parallèlement des activités agricoles, tantôt confient leurs parcelles à d'autres membres de la famille, ou bien encore sous-louent leurs terres en dépit du caractère illégal

1. *Archives de la province du Guangdong. Archives concernant la gestion administrative de l'industrie et du commerce*, rédigées par le « groupe de rédaction des archives de la province du Guangdong », 1988, Canton, Renmin chubanshe, p. 109.

2. En 1958, le système du permis de résidence est mis en place : chaque individu possède un permis de résidence enregistré dans un lieu donné où il doit habiter et travailler à moins qu'une mutation administrative ne lui assigne un nouveau lieu de résidence. Outre que le permis de résidence est associé à un lieu particulier, il est de nature soit agricole soit non agricole, distinction importante puisque les citoyens jouissent d'avantages beaucoup plus étendus que les ruraux. Ce système a subi au cours des années quatre-vingt-dix de profonds amendements.

3. *Archives de la province du Guangdong...*, 1988, p. 109.

de cette pratique. Il peut aussi s'agir d'individus possédant un permis de résidence non agricole, venus de bourgs ou de villes de moyenne importance pour exercer des activités commerciales dans les zones rurales.

Nous nous proposons d'évoquer ici l'espace marchand des petits commerces privés qui proposent toutes sortes d'articles du quotidien, et plus précisément ceux que la terminologie officielle appelle les « commerces en bordure de route » (*lubiandian*), situés à l'extérieur des villages.

La création de ces commerces soulève plusieurs questions. Deux problématiques seront ici privilégiées. Comment s'est déroulé le processus de légitimation institutionnelle et sociale d'activités marchandes condamnées pendant plusieurs décennies ? Comment ont été établis les règles et usages nécessaires à la construction de ces tout nouveaux espaces d'échanges économiques et sociaux ?

La légitimation des activités marchandes

Nous avons rencontré une trentaine de responsables de commerces privés dans le district de Nanhai (province du Guangdong). Néanmoins nous nous appuierons plus particulièrement sur un commerce précis pour développer notre argumentation.

Zhao Meili habite à quelque 75 kilomètres au sud-ouest de Canton, dans le village de Honglong, longtemps spécialisé dans la sériciculture.

En 1980, juste après le début des réformes, les étangs et les quelques parcelles de terre qui les entourent sont distribués aux familles qui acquièrent le droit d'exploiter individuellement ces terres collectives mais doivent remettre leur production à l'équipe de production que forme

Honglong. En 1983, la commune populaire de Jiujiang à laquelle l'équipe appartient est dissoute et elle cède la place au bourg de Jiujiang. Deux ans plus tard, les paysans deviennent libres d'utiliser leurs étangs et leurs terres et de vendre leur production comme ils l'entendent. Très vite, la sériciculture disparaît. Près des étangs, les bananiers remplacent les mûriers, la pisciculture devient l'activité principale, les parcelles de terre se transforment en potagers destinés à la consommation domestique [Thireau 1998].

Aujourd'hui, Honglong compte 196 habitants pour une superficie de 454 *mus*. Près de 20 % des villageois se consacrent essentiellement à l'entretien des étangs, 18 % travaillent dans des entreprises, 4,5 % font du commerce privé et 3,2 % sont employés par différents services ou administrations (banque, compagnie d'électricité, dispensaire).

Les foyers de Honglong tirent leurs ressources de ces activités individuelles mais aussi des revenus de la collectivité villageoise avec, en premier lieu, le fruit de la location annuelle des étangs aux familles, le montant en étant déterminé tous les cinq ans après enchères. En 1998, par exemple, le village a perçu 320 000 yuans au titre de cette location. Les revenus collectifs villageois proviennent également de la location de terres à des entreprises privées. En 1998 toujours, ils s'élevaient à 110 000 yuans⁴. Une partie des bénéfices ainsi accumulés est redistribuée chaque année aux foyers.

4. Tout au long des années quatre-vingt-dix, il existait ainsi 6 usines à Honglong (fabrication de produits chimiques, de prises électriques, de jouets). Depuis l'année 2000, il n'en reste plus que 4.

Situé dans le delta de la rivière des Perles, Honglong est moins prospère que ses voisins parce qu'assez éloigné du bourg et des principaux axes de communication de la région. Toutefois il demeure favorisé par rapport à bien des villages chinois pour ce qui est de ses ressources. En 1999, le revenu moyen des personnes détenant un permis de résidence rural était de 6 133 yuans à Jiujiang alors qu'il n'était que de 2 210 yuans pour l'ensemble de la Chine⁵.

CRÉER UN COMMERCE EN BORDURE DE ROUTE

Zhao Meili est née en 1933. De 1966 à 1979, elle est responsable de l'équipe de production que constitue Honglong, fonction assez rare pour une femme. De 1980 à 1998, au sein des différents comités qui se succèdent à la direction villageoise, elle s'occupe des affaires « féminines et sociales » tout en étant officiellement reconnue comme médiatrice dans les différends villageois. Parallèlement, elle entreprend diverses activités avant de créer, en mars 1993, un commerce en bordure de route.

Le récit qui suit pêche par sa linéarité, la réalité étant bien sûr plus complexe. Il s'agit surtout de décrire, avant de les analyser, les choix qu'elle a effectués.

De 1980 à 1985, Zhao Meili dirige quatre personnes chargées de l'élevage des vers à soie. Lorsque cette activité prend fin, faute de susciter des revenus suffisants, elle choisit, sur les conseils d'un parent, de débiter un élevage intensif de poulets. Son mari est alors à la retraite, son fils chauffeur de camion et sa belle-fille, originaire de la province du Guangxi, ouvrière dans le prêt-à-porter. Malheureusement des épidémies se déclarent et Zhao Meili abandonne rapidement son projet. Elle décide de concrétiser

une idée ancienne : ouvrir le premier commerce du village, une petite boutique installée dans l'une des deux pièces du rez-de-chaussée de sa maison. Ce commerce dans lequel elle investit le petit bénéfice réalisé sur l'élevage des poulets, soit 400 yuans, est inauguré à la fin de l'année 1986. Quelques étagères en bois montées par son fils, un réfrigérateur placé dans un coin accueillent toutes sortes de produits de nécessité courante. Zhao Meili s'occupe seule de la vente, mais c'est son fils qui, en bateau pour commencer, puis avec le camion de la société pour laquelle il travaille, assure le transport des articles achetés chez un grossiste du bourg voisin.

En 1993, un habitant de Honglong ouvre à son tour une boutique, près du temple. Zhao Meili constate alors :

Deux commerces de ce type dans un petit village comme le nôtre, ça ne pouvait pas marcher ! De plus, ce nouveau commerce était tenu par un couple, les hommes pouvaient donc s'y rendre facilement, s'asseoir, jouer et bavarder, alors que chez moi, comme mon mari était mort, c'était pas pareil.

Elle se met alors en quête d'un lieu approprié pour développer une nouvelle activité commerciale et opte très vite pour un emplacement à l'entrée de Honglong, sur la route qui passe près du village. À l'extérieur de l'espace résidentiel mais longeant un axe de communication, ce nouveau commerce possède le même statut juridique que le précédent. Néanmoins, il

5. Le bourg de Jiujiang compte aujourd'hui 17 « villages administratifs », soit 17 anciennes brigades de production, chacune d'entre elles regroupant plusieurs « villages naturels ». *Annuaire du district de Nanhai*, 2000, p. 199.

fait partie de ces espaces marchands appelés commerces en bordure de route. Quelques mois plus tard, Zhao Meili donne sa boutique du village à la sœur de sa belle-fille et s'investit entièrement dans son nouveau commerce.

En 1996 des travaux commencent pour agrandir le commerce en bordure de route. À la place de la petite baraque qui existait précédemment on construit une maison de trois étages, dont le rez-de-chaussée est utilisé pour la boutique. Cette maison est inaugurée début 1998 et, en février, dans le respect des règles, l'autel des ancêtres quitte la maison du village pour la nouvelle habitation familiale. Celle-ci abrite désormais Zhao Meili, son fils et sa belle-fille, ses deux petits-enfants et le père de sa belle-fille qu'elle a fait venir du Guangxi en 1993 pour l'aider à tenir le magasin. L'ancienne maison de Honglong et son commerce sont aujourd'hui fermés. En effet la sœur de la belle-fille de Zhao Meili, non originaire du village et dont la boutique était, à ce titre, ignorée par les résidents de Honglong, a, en 1998, préféré ouvrir son propre commerce en bordure de route. La famille continue cependant à exploiter l'un des étangs du village et cultive autour de celui-ci quelques légumes destinés à son alimentation.

Les projets successifs développés par Zhao Meili et les siens prennent bien sûr appui sur les possibilités nouvelles dues aux changements institutionnels observés dans le domaine du commerce privé à partir du début des années quatre-vingt. En 1976, on assiste à une première levée d'interdictions et des patentes commerciales sont accordées à certaines entités collectives. En 1979, les commerces privés acquièrent une existence légale mais les instances chargées d'appliquer la nouvelle légis-

lation soumettent souvent à des conditions spécifiques la délivrance des documents nécessaires. Ainsi, une information veut que, jusqu'en 1985, seuls les cadres à la retraite et les soldats démobilisés puissent ouvrir des commerces privés en milieu rural. D'ailleurs, en 1984, le gouvernement du Guangdong critique ouvertement les clauses particulières que les autorités locales opposent aux paysans et, pour essayer de résoudre ce problème, unifie, au sein de la province, la procédure d'obtention d'une patente commerciale. En 1985, une procédure nationale est mise en œuvre. La même année, l'expression « commerce en bordure de route » apparaît ; ces commerces feront désormais l'objet d'un contrôle particulier du fait d'activités illégales (jeu, prostitution). En 1987, les personnes non originaires d'un district sont autorisées à y ouvrir une entreprise privée si celle-ci répond aux besoins locaux. En réalité, ce n'est qu'après 1993 que l'on peut obtenir une patente dans un lieu autre que celui de sa domiciliation officielle : s'il n'est pas demandé de somme supplémentaire à ces migrants, il leur faut néanmoins obtenir un permis de résidence provisoire. Pour ce faire, en 2001, les dépenses impliquées sont de 180 yuans pour une personne originaire du Guangdong mais d'un district autre que celui de Nanhai, et de 250 yuans pour une personne domiciliée dans une province autre que celle du Guangdong.

En 1993, pour créer son commerce en bordure de route, Zhao Meili suit la procédure en vigueur : elle se rend au Bureau de l'industrie et du commerce du bourg, qui gère les entreprises privées. Celui-ci distingue deux types d'entreprises : les entreprises industrielles et

commerciales dites individuelles, qui embauchent moins de sept personnes, et les autres qui, quelle que soit leur taille, sont dites privées. La petite boutique de Zhao Meili relève de la première catégorie, et il lui suffit pour obtenir une patente de fournir une photocopie de sa carte d'identité, une lettre officielle certifiant qu'elle n'a pas enfreint le contrôle des naissances et une photocopie de l'accord passé avec le locataire des lieux qu'elle utilise. La patente est renouvelée chaque année moyennant, dans le bourg en question, 250 yuans auxquels il faut ajouter des impôts mensuels⁶. Ces changements institutionnels expliquent que si, fin 1979, on ne comptait à Nanhai que 405 commerces « individuels »⁷, en 1999 on en recense 42 404 qui font travailler 91 947 personnes et répondent aux besoins d'une population de 1 786 409 habitants⁸.

Toutefois, les encouragements au développement de commerces privés et la mise en place progressive d'organismes publics ayant pour fonction de gérer les nouveaux espaces marchands ne peuvent à eux seuls expliquer le choix effectué par certains de se lancer dans une activité peu routinière et peu standardisée. Il aura fallu en effet que ces commerçants potentiels identifient les compétences et l'expérience grâce auxquelles un tel projet pouvait aboutir, sans oublier les points d'appui pouvant contribuer à le rendre acceptable aux yeux des autres.

COMPÉTENCES ET EXPÉRIENCE

Interrogée en 1986 sur les raisons qui lui permettent de considérer qu'elle possède les compétences requises pour se lancer dans une activité commerciale, Zhao Meili répond :

D'abord, j'ai toujours fait preuve d'audace et pris des risques. Il fallait ne pas avoir peur pour être chef d'équipe de production pendant si longtemps... Et j'ai compris il y a bien longtemps que, vu le peu de terres disponibles pour le nombre de personnes à nourrir, les villages ne peuvent pas s'en sortir sans développer d'autres activités que l'agriculture. En 1974, j'ai d'ailleurs été critiquée : une équipe de travail est venue au village pendant un mois, tout simplement parce que j'avais fait planter du maïs entre les mûriers pour la consommation locale. En fait, j'étais certaine de pouvoir atteindre les quotas de production concernant les feuilles de mûrier, je voulais seulement améliorer un peu l'ordinaire des habitants de Honglong. Mais j'avais fait quelque chose d'interdit : je cherchais à développer des activités subsidiaires en cachette pour vendre les produits ainsi obtenus et enrichir mon village. Je m'opposais à la planification faite par l'État. J'ai dû faire mon autocritique... Je suis convaincue, après l'expérience de ces dernières années, qu'un village doit diversifier ses activités pour survivre. Et ce qui est valable pour un village l'est pour une famille aussi. En plus, j'avais déjà fait un peu de commerce, pendant la guerre contre le Japon, alors que je n'avais que onze ans ;

6. En 2001, Zhao Meili payait ainsi 300 yuans d'impôts au début de chaque mois. Ce montant n'a pas été établi en fonction de son chiffre d'affaires mais en fonction de la taille du magasin, du nombre de personnes y travaillant régulièrement et du nombre d'étagères, et donc de produits exposés.

7. *Archives du district de Nanhai* rédigées par le comité de rédaction des *Archives du district de Nanhai*, 2000, Canton, Zhonghua shuju.

8. *Annuaire du district de Nanhai*, 2000, p. 106.

dans la région de Shaoguan j'achetais des produits aux paysans puis j'allais les revendre aux Japonais dans leurs casernes, des aubergines, du sel. Je faisais vivre ainsi mon père et mon frère.

Zhao Meili utilise donc des éléments très variés de son expérience pour soutenir son nouveau projet. Elle recourt dans un premier temps au passé collectiviste : du fait des fonctions qu'elle exerçait alors, elle avait été amenée à prendre des décisions délicates, ce qui a renforcé son caractère plutôt audacieux. Elle a acquis d'autre part un certain savoir empirique : les foyers villageois peuvent difficilement vivre des seules activités agricoles. Puis, évoquant un passé qui n'interdisait pas encore les activités marchandes, celui de la guerre sino-japonaise pendant laquelle elle s'était livrée à la vente de quelques produits, elle peut affirmer en 1986 qu'elle a « déjà fait un peu de commerce ».

D'autres patrons de commerces en bordure de route offrent des réponses similaires : ils se tournent vers le passé et y sélectionnent des pans d'expérience qui éclairent les ressources nécessaires à l'activité de commerce. Ces compétences sont parfois liées à la période antérieure à l'arrivée au pouvoir du Parti communiste, certains ayant pu assister ou participer, par exemple dans la boutique de leur grand-père, à des échanges commerciaux⁹. Elles peuvent également être rattachées à un passé plus récent, celui de l'ère collectiviste. Les activités marchandes étant alors interdites, on se trouve dans ce cas devant un travail plus compliqué d'interprétation, de constitution de certains faits en « schèmes d'expérience »¹⁰ pouvant soutenir la nouvelle activité développée.

L'un de nos interlocuteurs explique ainsi que cette idée lui vient de son passage dans l'armée qui lui a donné l'occasion de connaître des gens originaires de toute la Chine : ce réseau social lui a permis d'envisager le commerce du détail dans l'espoir de devenir un jour grossiste et de vendre des produits en provenance des différentes régions. Un autre qui y a appris à conduire a été l'un des premiers à ouvrir un petit commerce dans la mesure où il pouvait aller chercher lui-même sa marchandise chez les grossistes, parfois très loin. Une femme, qui a travaillé à la fabrication de pâtes pour un restaurant d'État, a ouvert un petit commerce en bordure de route dans lequel elle vend aussi, à toute heure, des bols de nouilles. Un autre encore, devenu aujourd'hui grossiste et ayant participé pendant les années soixante-dix au comité de propagande de sa brigade de production, estime que les relations qu'il a établies à cette époque constituent son principal atout :

Quand je me suis lancé en 1984 dans ce commerce, les choses n'étaient pas claires. Beaucoup de ceux qui débutaient alors dans des activités industrielles ou commerciales étaient soit des personnes qui n'avaient pas peur d'aller en prison car elles n'avaient plus rien à perdre, soit des personnes qui possédaient les relations nécessaires pour ne pas y aller. Moi, à l'époque, j'avais déjà des amis un peu partout dans l'administration, alors j'étais tranquille. Aujourd'hui certains de ces

9. Le grand-père de l'un des commerçants rencontrés était ainsi un des marchands les plus importants du bourg avant 1949.

10. J'emprunte ce terme à D. Cefai [1994].

amis sont très haut placés mais je n'ai même pas besoin de faire appel à eux : plein de problèmes me sont évités simplement parce qu'on sait que je les connais.

Chargé entre 1975 et 1978 par son équipe de production d'aller vendre le surplus de canne à sucre à des magasins d'État de Canton, un commerçant raconte :

J'ai appris plusieurs choses très importantes pendant ces années-là. J'ai appris le chemin pour aller en bateau jusqu'à Canton, autrement dit j'ai appris à trouver mon chemin pour circuler dans la région et j'ai vu le monde. Mais j'ai surtout appris à négocier avec ceux qui achetaient notre canne à sucre, à vendre, à discuter, et j'ai vu que les prix étaient différents d'un endroit à l'autre. Enfin, j'ai découvert que, même si on n'est pas du même village, on peut créer des relations et devenir proches. J'ai appris à discuter avec des gens que je ne connaissais pas et ça m'est très utile aujourd'hui. Il faut dire aussi que ce que l'équipe de production faisait à l'époque, ça n'était pas vraiment permis par les autorités de la commune populaire et ça demandait un peu de courage pour nous. On était trois par bateau et il fallait faire attention à ne pas se faire attraper. Alors prendre des risques, j'avais un peu l'habitude.

Un autre enfin a participé avant les réformes au commerce illicite de certains produits, entre paysans cette fois :

Je ne connais pas de paysans qui n'ont pas vendu en cachette à l'époque certains produits de leur lopin privé. Tu ne pouvais pas survivre pendant les années soixante-dix sans vendre un peu de cacahuètes, quelques œufs, un peu de légumes. Mais il fallait trouver des intermédiaires comme

moi, des personnes qui allaient sur les marchés, qui prenaient ce risque, qui savaient où vendre et à quel prix, et il fallait leur laisser une petite marge. C'était souvent 5 % du prix de vente. On n'appelait pas ça faire du commerce, on disait qu'on aidait les autres à écouler leurs produits.

Une certaine pratique du négoce avant 1949, des activités marchandes menées à titre individuel ou collectif pendant la période maoïste : telles sont les principales expériences mobilisées pour asseoir l'ouverture d'un commerce privé. Néanmoins ceux qui sont dépourvus de pareilles ressources mettent en avant d'autres atouts pour souligner la possibilité de l'activité envisagée : un réseau social propice, une protection politique, une expérience du monde extérieur, un savoir pratique plutôt rare pour l'époque tel celui de conduire, la capacité à établir des liens de proximité hors de la sphère d'interconnaissance.

Signalons toutefois que, du fait des contraintes institutionnelles et des incertitudes qui perdurent au début des années quatre-vingt, certains, après avoir évoqué une expérience et des compétences confirmant le bien-fondé d'une activité marchande, n'oseront franchir le pas. Ce qui semblait possible ne se réalisera donc pas. Le paysan ayant vendu, au nom de son équipe de production, de la canne à sucre à Canton regrette l'occasion ratée :

Les choses n'étaient vraiment pas claires au début. Certains ont ouvert des commerces privés tout de suite, la plupart d'entre eux avaient de très bonnes relations dans l'administration, ou bien ils ne faisaient que poursuivre ouvertement une activité menée en cachette depuis long-

temps. Mais on avait tellement l'habitude des revirements politiques qu'on avait un peu peur de se lancer franchement dans le commerce. C'était l'époque où les terres étaient redistribuées aux foyers. Alors, avec mon frère, on a trouvé plus prudent d'investir dans l'agriculture, à nous deux on a pris plus de 20 *mus* de terre et au début ça marchait pas mal. Puis le prix de vente des grains a baissé, celui des engrais a augmenté. En 1993, j'ai décidé de me lancer dans la canne à sucre et les fruits, mais c'était trop tard. Il y avait des grossistes un peu partout qui pouvaient acheter plus, et plus cher que moi. Il m'aurait fallu un petit capital. Je suis jaloux de ceux qui ont démarré tôt, qui ont eu ce courage. Moi je me suis réveillé trop tard alors que j'avais tout pour réussir.

TRAVAIL DE LÉGITIMATION

Possible sur le plan institutionnel, intégré à des projets individuels, le développement d'activités marchandes nécessite cependant un travail de légitimation observable à la fois au sein de l'administration concernée et parmi les commerçants.

Ainsi, au début des années quatre-vingt, les autorités locales réservent en priorité le droit de procéder à des transactions commerciales à des individus dont sont attestées la moralité et la fiabilité politique : cadres à la retraite et soldats démobilisés. Dans un second temps, lorsque ces activités sont ouvertes à des groupes plus larges, l'accent est mis sur la moralité dans la pratique de leur travail. Autrement dit, il existe des façons plus ou moins morales d'exercer une activité marchande ; cette dernière n'est pas intrinsèquement bonne ou mauvaise.

À ce titre, les autorités de la province du Guangdong lancent en 1985 un mouvement d'é-

ducation des commerçants privés. Il s'agit de les inciter à « moraliser leur entreprise » en respectant des « pratiques marchandes civilisées » regroupées sous l'appellation des « six engagements, sept refus et trois similarités »¹¹. Les six engagements sont les suivants : être poli envers les clients ; afficher sa patente ; afficher les prix de façon claire ; respecter l'hygiène ; payer les impôts dûs ; respecter les consignes administratives. La liste des sept refus : ne pas faire passer des contrefaçons pour des produits d'origine ; ne pas faire passer des produits de seconde qualité pour des produits de premier choix ; ne pas ôter quelques grammes à la pesée ; ne pas tromper sur la quantité et la qualité des matériaux utilisés ; ne pas acquérir, par des moyens illégitimes, des ressources importantes de l'État ; ne pas vendre d'articles frauduleux ; ne pas proposer aux clients de produits de contrebande. Enfin, les trois similarités : que le client achète beaucoup ou peu, les prix doivent être identiques ; que les clients soient rares ou nombreux, les prix doivent être identiques ; que l'on vende aux personnes originaires de la localité ou à celles extérieures à celle-ci, les prix doivent être identiques. En septembre de la même année, la province édicte une « charte des commerçants privés ».

Il s'agit également pour les commerçants de faire en sorte que leur activité devienne acceptable aux yeux d'autrui comme à leurs propres yeux¹².

11. *Archives de la province du Guangdong...*, 1988, p. 161.

12. Sur cette question des jugements de sens et des jugements moraux saisis dans le déroulement de l'action, lire l'article de F. Kandil [1998].

Zhao Meili, par exemple, voit dans un premier temps la création de sa boutique comme la continuité des activités qu'elle avait menées jusque-là pour la collectivité. En 1986, elle envisage ce projet pour « faciliter la vie de tous ». On est alors dans une période de transformation rapide des modes d'accès aux biens de consommation courante : nombre de produits cessent d'être distribués aux foyers par la structure collectiviste que représente la commune populaire – qui disparaît en 1985 –, et il faut se rendre dans un village assez éloigné pour acheter les produits de première nécessité¹³. Les habitants de Honglong se plaignent de cette situation et suggèrent à Zhao Meili l'idée de son premier commerce.

Je réfléchissais à ce qui pouvait être fait pour améliorer la situation. Je savais que j'allais peut-être gagner un peu d'argent avec cette boutique mais c'était pas là mon objectif principal. À l'époque, je ne pouvais pas défendre un projet uniquement lié à mes intérêts personnels. Ma conduite a toujours été orientée par le souci d'aider autrui, de ne pas faire les choses que pour moi. Pendant des années j'ai surtout essayé de défendre les intérêts des gens de Honglong auprès de la brigade, auprès des responsables de la commune. En 1986, je ne disais même pas aux uns et aux autres que j'allais faire du commerce car ça avait pour moi un sens péjoratif. Le petit commerce en bas de chez moi, je voulais l'ouvrir juste pour aider les autres, pour répondre à une demande. C'était ça le plus important : répondre à une demande sociale. Bien sûr peu à peu les choses ont changé. Lorsque j'ai ouvert la deuxième boutique, j'ai vu les choses autrement. Car il est évident que tout devenait plus compliqué et qu'il fallait trouver le moyen de faire vivre ma famille.

Un autre patron a insisté sur le fait qu'il s'agissait pour lui de trouver une source de revenu tout en « servant autrui », reprenant, en la transformant, la célèbre formule, *wei renmin fuwu*, à savoir : « servir le peuple ».

Les uns et les autres ont donc souvent recours à des catégories spécifiques de la période maoïste pour légitimer leurs activités marchandes, catégories néanmoins réinterprétées à la faveur du nouveau contexte. Soulignons que l'expression « répondre à une demande sociale », utilisée par Zhao Meili et par d'autres commerçants, sert à valider les décisions et à donner du sens à certains imprévus. Loin d'être nouvelle, cette expression, qui existait déjà avant 1949, s'est largement répandue dans la société chinoise sous le communisme, cette idéologie présentant l'économie planifiée comme le meilleur ajustement à la « demande sociale ».

La plupart des patrons interrogés font ainsi état, lorsqu'ils retracent le parcours suivi, des projets définis à un moment donné puis de leur modification face à des faits non anticipés. Ces éléments perturbateurs et la réponse qui leur est apportée sont cependant présentés dans le cours de la narration comme autant de ressources ayant permis le succès de l'entreprise. La nécessité de « répondre à une demande sociale » est alors évoquée pour justifier les choix élaborés comme leur éventuelle requalification.

Cette notion apparaît à nouveau lorsque Zao Meili décrit sa démarche pour sélectionner le lieu d'un second commerce :

13. Juste avant les réformes, le travail accompli par les foyers de Honglong est pour partie rémunéré en nature : huile, patates douces, sucre, cacahuètes et maïs sont directement distribués à la population villageoise.

Un après-midi, il devait être 5 heures, on a décidé, mon fils et moi, d'aller se promener pour voir où établir une seconde boutique. Je suis montée sur la moto derrière lui et on est partis. Il fallait voir où il y avait une demande sociale pour ce type de commerce. On s'est promenés longtemps, on a pris plusieurs routes. En revenant vers le village, j'ai vu qu'il y avait beaucoup d'ouvriers migrants sur la route, juste à l'entrée de notre village. Il devait être un peu plus de 6 heures et ils sortaient de l'usine avant de retourner y travailler plus tard dans la soirée. Comme je tenais la boutique dans le village et qu'elle était ouverte très tard la nuit, ça faisait longtemps que je n'avais pas quitté Honglong. Je n'avais pas réalisé qu'il y avait autant d'ouvriers migrants dans le coin. On est descendus de moto et on s'est renseignés : plusieurs usines s'étaient établies dans les villages voisins. Les ouvriers passaient sur la route juste devant le portique portant le nom de notre village, alors on a décidé d'installer là notre commerce. Le lendemain on a été voir le chef du comité villageois pour qu'il nous autorise à louer un peu de terre à cet endroit.

Peu après l'ouverture du second commerce, Zhao Meili et son fils repèrent sur une route parallèle mais beaucoup plus empruntée puisqu'il s'agit d'une route goudronnée reliant plusieurs bourgs, un magasin d'engrais qui vient de fermer ses portes. Ils s'adressent au village propriétaire pour le louer. Le fils de Zhao Meili a en effet pour projet d'y développer une activité de grossiste compte tenu des nombreux commerces en bordure de route apparus dans la région. Une semaine plus tard, des travaux de peinture sont entrepris. Au cours des premiers jours, plusieurs personnes poussent la porte de la boutique pour

demander quelle sera l'activité du nouveau commerce, faisant valoir qu'il manque dans le coin un endroit où les ouvriers migrants peuvent prendre un petit-déjeuner ou un souper. Le fils de Zhao Meili ayant rapporté ces propos à sa mère, tous deux décident, trois jours après le début des travaux, qu'il y a une demande sociale pour un restaurant bon marché proposant nouilles et beignets tôt le matin et des repas simples tard le soir, et qu'il convient d'abandonner l'idée initiale. Un restaurant sera ouvert, qui évoluera également en fonction de la demande des petits entrepreneurs locaux.

Un autre patron emploie cette même expression pour expliquer que, alors qu'il projetait d'ouvrir un second commerce de détail, l'arrivée, annoncée puis reportée, d'un grossiste à quelques centaines de mètres de sa boutique, et les regrets exprimés par les autres commerçants à cette occasion lui ont permis d'opter pour un commerce de gros.

Répondre à la demande sociale oriente donc non seulement les choix mais également leur requalification dans le cours même de l'action. Cette capacité est d'autant plus mise à l'épreuve dans les commerces en bordure de route qu'il s'agit là d'un espace public – par opposition à l'espace privé que représente la partie résidentielle du village – confronté à un environnement économique et social qui ne cesse de subir des transformations.

Règles et usages d'espaces d'échanges économiques et sociaux inédits

Lorsqu'en mars 1993 Zhao Meili ouvre son commerce en bordure de route, elle ne fait apparemment que reproduire dans un lieu nouveau l'expérience précédente. En réalité, son

déplacement de quelques centaines de mètres constitue une forme de migration : en quittant l'espace résidentiel et en s'installant sur la route en terre qui passe devant l'entrée du village, elle cesse d'avoir pour clients des membres du village qu'elle suit depuis de nombreuses années. Elle a désormais affaire à des ouvriers migrants que caractérise une très forte mobilité géographique, à des routiers et à des patrons des usines alentour. En d'autres termes, le territoire de sa famille et le réseau social qui lui est associé connaissent de profondes transformations. La situation particulière des commerces en bordure de route doit être appréhendée pour mieux comprendre les usages économiques et les formes de sociabilité qui s'y sont établis.

DES ESPACES MARCHANDS À LA PÉRIPHÉRIE DES VILLAGES

L'élargissement du territoire familial, aussi modeste soit-il, s'accompagne en effet, dans l'exemple étudié, d'une rupture avec l'ancienne activité, illustrant la nécessité évoquée par P.-A. Rosental [1999] de remettre en cause le statut volontiers attribué à la distance pour saisir les migrations et leurs conséquences. Il convient ici de décrire brièvement la façon dont les villages se présentent dans le delta de la rivière des Perles.

L'entrée est signalée au bord d'une route par un portique dont le haut porte, calligraphié et sculpté en creux, le nom du village et, sur les côtés, deux sentences souhaitant prospérité et stabilité à la localité. Le portique franchi, on pénètre sur le territoire villageois par un chemin élargi à l'occasion pour permettre le passage d'une voiture, et on accède à l'espace résidentiel après avoir longé terres et étangs.

Les habitations y sont très concentrées. Plusieurs indicateurs délimitent la partie habitée du village. Des statues de dieux en marquent les points d'accès ; la palissade en bambou d'avant 1949 a été remise en l'état dans certaines localités ; un cours d'eau entoure souvent les maisons, d'où la nécessité d'emprunter un pont pour s'en rapprocher ; de vieilles tours de garde jouxtent encore parfois certaines habitations bien qu'elles n'aient plus de fonction. En créant son deuxième commerce devant l'entrée du village, face au portique, Zhao Meili s'installait non seulement à la périphérie mais, surtout, hors de la protection des dieux tutélaires et des habitants :

Pendant les premiers mois où j'étais seule à tenir le commerce, avant l'arrivée du père de ma belle-fille, j'avais très peur. Dès que la nuit commençait à tomber, je me mettais sur le pas de la porte de la boutique pour attendre mon fils. Je craignais d'être attaquée si j'étais seule à l'intérieur. Mon fils m'aidait à fermer le magasin puis je restais seule. Il fallait bien que je tienne le coup. J'essayais de me reconforter en répétant : « Bouddha, protège-moi, mon cœur est bon... » Ma vie n'avait rien à voir avec ce qu'elle était avant, j'avais maintenant affaire à des personnes très différentes au magasin. J'étais toujours sur les terres du village mais en fait j'étais sortie du village.

C'est pourtant sur ces voies de communication que se développent, dès le milieu des années quatre-vingt, de nombreux commerces et marchés. Une fois les activités marchandes redevenues légitimes, un des problèmes qui se posent est celui de l'espace qu'elles peuvent occuper alors que toute parcelle dans les campagnes est

propriété collective et que tout terrain dans les villes appartient à une unité de travail précise. Dans les zones rurales en développement, les terres situées en bordure de route sont donc souvent louées à des marchands privés, conduisant ainsi à une forme d'urbanisation très bien décrite par T. Sanjuan [1997]. De moindre qualité, voire non cultivables, ces espaces sont cependant considérés par les commerçants comme particulièrement attractifs parce que la périphérie est plus ouverte au public que le cœur des villages. Faciles d'accès pour la clientèle et les marchandises, ces routes prolongent l'aire marchande que constitue le bourg. Ajoutons que, pour un commerçant intéressé par une localité autre que celle où il est officiellement domicilié, louer ces terres périphériques, y ouvrir une boutique et y résider est beaucoup plus facile que de s'installer, avec un statut d'étranger, au sein d'un village. Pour Zhao Meili comme pour les autres responsables de commerces en bordure de route, l'autre avantage d'un tel emplacement tient au fait qu'ils accèdent à une clientèle plus large que la seule population villageoise : les ouvriers migrants travaillant pour les entrepreneurs qui ont choisi des terres à la périphérie des villages pour y construire leur usine.

De fait, les entreprises sont nombreuses dans le delta de la rivière des Perles et elles embauchent surtout des ouvriers domiciliés ailleurs. En 1999, le district de Nanhai accueillait ainsi 701 141 personnes avec un permis de résidence provisoire sur un total de 1 786 409 individus¹⁴. Jiujiang, bourg administrant le village de Honglong, comptait la même année une population totale de 98 614 habitants dont 28 000 migrants¹⁵. Si les migrants qui résident aujourd'hui dans certains districts du delta ne viennent

majoritairement que d'une seule province autre que le Guangdong, ceux qui se dirigent vers le district de Nanhai viennent d'une dizaine de provinces dont le Guangxi, le Sichuan et le Hunan [Poon 2000 : 11].

Les contacts sont néanmoins ténus entre la population locale et la population migrante. À Honglong les ouvriers migrants logent dans les dortoirs de leurs entreprises qui, on l'a vu, sont plutôt installées en périphérie du village, près des axes de communication. Seuls quelques ouvriers en provenance du même village que la belle-fille de Zhao Meili ont pu louer de vieilles maisons. Cette situation n'est pas exceptionnelle¹⁶. Une étude menée par un chercheur chinois dans quatre villages des provinces du Hebei, du Jiangsu, du Zhejiang et du Guangdong montre en effet que 88 % des ouvriers migrants dorment dans les dortoirs des usines [Yao 2001]. N'étant pas membres du village à part entière, ces migrants ne jouissent pas des mêmes avantages sociaux que les autres. Ils ne sont pas considérés comme « actionnaires » et ne reçoivent donc pas leur part des bénéfices villageois redistribués aux résidents. De même, ils n'ont pas le droit de participer aux élections

14. *Annuaire du district de Nanhai*, 2000, p. 14.

15. *Idem*, p. 201.

16. Elle diffère cependant de celle évoquée par He Bochuan dans sa contribution à ce numéro. Dans les zones de développement économique en effet, une partie des terres villageoises a été expropriée. La diminution des activités agricoles ainsi entraînée, associée à l'afflux d'une main-d'œuvre migrante, a souvent conduit les autorités villageoises à créer une nouvelle source de revenus collectifs en construisant au sein de l'espace résidentiel des immeubles destinés à être loués aux nouveaux arrivants.

qui désignent la direction villageoise. Plus généralement, ils ne sont pas les bienvenus dans la partie résidentielle. Toujours selon l'étude citée plus haut, 16,9 % seulement des ouvriers migrants interrogés disent avoir eu des échanges avec des membres du village où ils résident. Méfiants et ne parlant pas le même dialecte, voire la même langue que les villageois, ils préfèrent faire leurs achats à l'extérieur du village. Comme ils ne possèdent pas de bicyclette pour accéder aux bourgs un peu éloignés, ils deviennent les clients privilégiés des commerces en bordure de route.

Les transactions commerciales qui se déroulent dans ces espaces ne font pas que se superposer à des échanges sociaux bien établis. Elles s'effectuent entre des lointains devenus proches du fait de la migration, et, plus encore, entre des personnes anonymes dans des régions rurales caractérisées par l'importance des relations personnelles. En ce sens, ces commerces constituent un lieu où d'une part s'institutionnalisent des pratiques marchandes et d'autre part s'expérimentent de nouvelles modalités du lien social.

PRATIQUES MARCHANDES

Interrogée sur les pratiques marchandes développées dans son commerce en bordure de route, Zhao Meili, à l'instar d'autres commerçants, se refuse à évoquer des règles ou usages qu'il suffirait d'appliquer. Elle affirme au contraire :

On agit sur le moment comme on pense devoir le faire, c'est-à-dire selon les principes et les éléments dont il faut tenir compte. Je n'ai jamais été voir comment font les autres dans leur boutique.

Voici quelques-uns de ces principes.

Suivre les demandes exprimées par les clients concernant, par exemple, le choix des produits. Zhao Meili précise :

On achète en fonction de ce qu'ils demandent, dans la mesure où la demande est raisonnable et où il ne s'agit pas d'un article trop particulier ne pouvant intéresser que quelques personnes car je ne peux pas tout avoir. Quand j'ai ouvert ce second commerce, j'ai d'abord placé le même genre de produits que dans ma première boutique, mais j'avais affaire à des clients très différents. Dans le village on venait surtout me voir pour des articles qui faisaient défaut tout à coup, le sel ou l'huile, un peu de riz pour le repas du soir. Ici, les ouvriers migrants ont besoin de beaucoup plus de choses, tout ce qui est nécessaire à la vie quotidienne ou pour écrire à la famille. Au début je ne savais pas trop ce qu'il fallait acheter, ce sont eux qui me l'ont dit.

Le deuxième principe tient à la nécessité de tenir compte des expériences négatives que l'on a pu avoir avec certains clients. Autrement dit, les marchands apprennent aussi à leurs dépens. Un commerçant nous explique :

On a tous payé des frais d'apprentissage. Ce qu'on appelle l'apprentissage payant, c'est quand tu perds de l'argent mais que tu en tires une leçon. Par exemple, quand tu te fais avoir parce que le client t'a embrouillé avec ses demandes, il est revenu en arrière, il a changé d'avis, alors à la fin tu oublies de lui faire payer certains produits. Ou quand il te rend la monnaie avec beaucoup de billets pliés et qu'il n'y a pas le compte, ou encore quand il te paye avec des faux billets... Tu as perdu de

l'argent, mais tu as compris ce qui pouvait t'arriver et tu vas essayer d'éviter que ça se reproduise. Aujourd'hui, quand il y a des jeunes qui s'installent, j'essaye de les mettre au courant pour diminuer au maximum leurs frais d'apprentissage.

Un troisième principe vient de l'adoption, jugée raisonnable, de règles marchandes formulées par autrui. Dès la création de son premier commerce, placée devant la nécessité de fixer des prix de vente, Zhao Meili a trouvé légitime d'aligner ses prix sur ceux pratiqués par le grossiste auprès duquel elle a fait ses premiers achats. Ce grossiste possédant également plusieurs commerces de détail, elle y a relevé les prix affichés et a proposé exactement les mêmes.

Ça me semblait la façon la plus normale de fixer mes prix. Il y avait bien une raison aux prix proposés par le grossiste pour la vente au détail. Il était en plein bourg et ne pouvait pas faire n'importe quoi. Au début je recopiais ses prix mais très vite j'ai arrêté. J'avais compris qu'il ajoutait simplement 10 %, parfois 12 %, au prix de gros des produits. C'était comme ça quand j'ai commencé, c'est toujours le cas aujourd'hui. Les gens du coin qui vont au bourg peuvent ainsi vérifier que je pratique les mêmes prix que tout le monde. Je ne vois pas au nom de quoi je vendrais moins cher ou plus cher... Ça ne serait pas raisonnable.

Un autre principe légitime veut que l'application d'une norme ou d'une règle dépende des relations établies. Les prix doivent varier en fonction de l'identité de l'acheteur et, plus précisément, de ses liens avec le vendeur. C'est ainsi que Zhao Meili réduit la facture lors-

qu'elle a affaire à de proches parents, quel que soit le village dont ils sont originaires, ou lorsqu'elle a affaire à des voisines et amies de Honglong. He Cailin, un autre commerçant, privilégie, quant à lui, les hommes avec lesquels il travaillait au sein de son équipe de production du temps des communes populaires. Le prix varie donc selon les liens existant entre marchands et clients. Il varie également selon l'importance de la somme à payer en vertu d'un autre principe partagé : les faveurs échangées doivent représenter un coût certain pour celui qui les octroie et offrir un avantage certain à celui qui en bénéficie.

Tu ne peux pas faire payer moins cher tes proches sur n'importe quel produit. Par exemple, tu ne peux pas leur faire perdre la face en leur faisant payer 40 centimes un gâteau qui en vaut 50. C'est faire semblant de faire un geste à leur égard mais en réalité tu les vexes car tu considères que cette petite réduction est importante pour eux. On n'a pas besoin d'avoir beaucoup d'expérience dans le commerce pour savoir ça. Alors, si des personnes très proches de toi achètent pour un tout petit montant, soit tu ne leur fais rien payer du tout, soit tu leur demandes la totalité de la somme. Il faut que le prix à payer soit relativement important pour que tu puisses proposer une réduction. Par exemple, le litre de lait qui coûte 9 yuans, je le fais payer à certains au prix où je l'achète moi-même au grossiste, soit 1 yuan de moins, et ça finit par faire une petite différence. Je leur dis : « Je te le fais pareil », et ils comprennent. C'est très clair pour tout le monde ces choses-là, tu n'as pas besoin de te poser de questions pour savoir comment faire.

Les modalités de paiement dépendent également du degré de confiance. Si, dans la plupart des commerces en bordure de route les clients paient comptant, certains d'entre eux paient à crédit, les comptes étant faits avant le Nouvel An. Il s'agit d'une part de clients réguliers dont la mobilité géographique est faible : des paysans originaires du même village que le commerçant, des proches parents ou des patrons d'entreprises locales. Mais il peut s'agir aussi d'ouvriers migrants issus de la même localité qu'un membre de la famille : ainsi ceux qui viennent du Guangxi comme la belle-fille de Zhao Meili peuvent bénéficier d'un crédit. Il en va de même dans les boutiques, de plus en plus nombreuses, tenues par des migrants : les ouvriers originaires de la même localité que les patrons peuvent y faire leurs achats à crédit, avantage important dans une région où les salaires sont souvent payés avec retard.

Enfin, l'utilisation des liens de parenté permet d'instaurer la confiance nécessaire entre ceux qui tiennent un même commerce et de diminuer les coûts salariaux. Le père de la belle-fille de Zhao Meili, qui aide cette dernière à tenir le commerce, n'est pas salarié mais considéré comme un membre du groupe domestique dont il partage les ressources. Un commerçant précise :

Une des choses les plus compliquées aujourd'hui c'est à qui faire confiance pour tenir le magasin car une personne seule ne suffit pas, il faut quelqu'un qui reste dans la boutique quand tu vas chercher des produits dans la pièce où tu les entresposes. On ouvre très tôt le matin et on ferme très tard le soir. Il faut bien manger et se reposer à tour de rôle. L'été on n'est pas trop de deux ou trois pour répondre à la demande. On est

donc plusieurs à recevoir de l'argent de la main des clients, il faut pouvoir être tranquille. C'est pas que tu puisses toujours avoir confiance dans tes proches parents, mais tout de même, il est moins probable que tu sois trompé par l'un d'entre eux que par un ami ou une simple connaissance.

La validité accordée à un ensemble de principes identifiés comme raisonnables explique ainsi l'apparente facilité avec laquelle des usages partagés se sont progressivement répandus dans ces commerces en bordure de route. Des schèmes interprétatifs moraux ont joué un rôle important comme repères pour fonder de nouvelles règles marchandes.

NOUVELLES FORMES DE SOCIABILITÉ

Contrairement aux commerces villageois, les commerces situés en bordure de route constituent des espaces sociaux spécifiques dans la mesure où ils mettent en présence des individus hors de la sphère d'interconnaissance. Des échanges y ont lieu en effet entre les commerçants et nombre de clients : habitants des villages voisins, propriétaires des usines alentour, ouvriers migrants, routiers de passage. Des échanges se font également entre paysans et ouvriers migrants, patrons et ouvriers, et entre ouvriers migrants. Ces commerces participent ainsi de la formation de nouvelles formes de sociabilité au sein de la société chinoise en rapprochant ceux qui hier étaient lointains, en identifiant d'autres liens de confiance que ceux ancrés dans l'appartenance durable à un groupe ou à une entité géographique. Cela est d'autant plus vrai qu'il s'agit de lieux où l'on peut s'attarder, voire passer plusieurs heures si on le désire.

Chez Zhao Meili, comme chez les autres commerçants, espace privé et espace public sont clairement délimités mais tous sont invités à venir s'asseoir et discuter. La boutique, installée dans la grande salle qui occupe presque tout le rez-de-chaussée de la maison, est divisée en deux par un long comptoir. L'espace véritablement public est situé en deçà du comptoir et on y trouve plusieurs bancs et chaises, les clients pouvant consommer sur place ou simplement se reposer. Derrière le comptoir s'alignent les étagères où sont exposés les différents produits, les réfrigérateurs qui gardent les boissons au frais l'été, et quelques tables et canapés qui accueillent d'anciens voisins de Honglong, des proches ou des parents, des patrons ou encore des migrants devenus des amis. Parmi ces derniers, certains sont des jeunes couples qui ont construit une petite baraque sur les terres de Honglong. N'ayant ni électricité ni eau courante, ils viennent régulièrement à la boutique recharger les batteries de leurs téléphones portables ou s'approvisionner en eau. Cet espace situé derrière le comptoir est également la salle à manger de la famille et les repas y sont pris en même temps que sont servis les clients. Seules les personnes avec lesquelles Zhao Meili entretient des liens de proximité sont autorisées à pousser le battant de bois qui permet de passer de l'autre côté du comptoir. L'espace véritablement privé occupe les deux étages supérieurs. Quelle que soit la nature de leur relation avec Zhao Meili, les clients peuvent passer de longs moments dans la boutique, qui ouvre ses portes vers 6 heures du matin et les ferme vers 22 heures 30, et partager un peu de la vie familiale.

Chaque groupe de clients a ainsi progressivement développé un certain nombre d'atten-

tes à l'égard de ces commerces qui ne sont pas uniquement des lieux de transactions économiques.

Considérons, par exemple, les ouvriers migrants. Les commerces en bordure de route représentent tout d'abord un lieu où ils peuvent être contactés mais aussi d'où ils peuvent contacter autrui. Ces boutiques possèdent en effet un téléphone en accès public : les ouvriers viennent y passer leurs coups de fil et reçoivent également à heure fixe des appels de leurs proches. Tout au long de la journée se succèdent ainsi dans la boutique des personnes qui viennent attendre une communication. Si ce poste est assez lucratif pour les commerçants, certains acceptent en outre de recevoir le courrier des ouvriers – ce qui implique le versement d'une somme supplémentaire au facteur – et de le leur distribuer gratuitement. De nombreux salariés des usines proches de Honglong consultent chaque samedi la pile déposée la veille par le facteur sur le comptoir de Zhao Meili.

Ces espaces marchands sont aussi un lieu d'information concernant les possibilités de travail. Des individus employés dans les différentes entreprises de la région s'y rencontrent, comparent leurs conditions de travail, font état des besoins de leur usine ou au contraire des difficultés rencontrées par celle-ci. Plus généralement, il n'est pas rare de voir des ouvriers migrants fraîchement arrivés entrer dans une boutique pour demander quelles sont les usines qui embauchent. Les entreprises collent d'ailleurs régulièrement sur la façade des boutiques des placards indiquant les jours de recrutement et les conditions d'embauche. De même, les organismes privés affichent à l'entrée de ces commerces l'intitulé et le programme

des différents stages de formation technique qu'ils proposent aux migrants.

Ces espaces marchands sont enfin le lieu où tous peuvent se tenir informés des événements extérieurs. Les boutiques relativement importantes sont abonnées à plusieurs journaux que les consommateurs peuvent consulter sur place. Mais surtout, la plupart possèdent une télévision fonctionnant toute la soirée : c'est d'ailleurs entre 18 et 22 heures que ces commerces sont le plus animés, les ouvriers s'y réunissant pour suivre les informations et les séries qui leur succèdent. Si, pendant les années quatre-vingt, les ouvriers avaient tendance à se regrouper, pour regarder la télévision, entre personnes de même origine géographique, la situation a aujourd'hui changé.

Lieu d'information mais aussi de loisir, le commerce de Zhao Meili ferme ses portes une fois le dernier film achevé. Dès lors, tous ceux qui voudraient faire des achats doivent frapper à une petite fenêtre par laquelle ils pourront être servis jusqu'à minuit.

*
* *

En Chine, les projets économiques élaborés aujourd'hui étaient hier impossibles. Les individus rencontrés sélectionnent certains épisodes biographiques et établissent, grâce à leur imagination interprétative, des liens entre les savoirs et les compétences acquis hier et les activités qu'ils souhaitent développer. Il s'agit souvent de savoirs considérés comme rares et donc précieux par rapport à un champ d'expérience collectif.

Soulignons que les ressources mobilisées pour justifier l'activité marchande sont rare-

ment liées à un savoir-faire économique mais sont plutôt ancrées dans la sphère sociale ou politique.

De plus, les arguments se transforment au fur et à mesure qu'évoluent les activités commerciales. Autrement dit, il existe une historicité des principes de légitimation. Ces justifications prennent souvent appui sur des formules familiales ayant fondé, des décennies durant, les orientations politiques. Les mobiliser, tout en leur assignant un sens nouveau, permet de créer des associations entre le cadre normatif passé et les activités présentes.

En l'absence de règles ou d'usages routiniers dans ces commerces en bordure de route, les acteurs ont recours, pour agir, à des principes identifiés comme raisonnables. Les commerçants interrogés insistent en effet sur la réponse qu'ils apportent à une situation donnée en fonction de normes partagées contribuant à une certaine uniformisation mais aussi à une certaine acceptabilité des pratiques. L'action ne se réduit pas ici à un calcul concernant l'optimisation des profits mais inclut une « pluralité de jugements dans laquelle le jugement instrumental est subordonné à un jugement moral et à un jugement de sens »¹⁷. L'absence de règles précises n'interdit donc pas l'émergence d'activités économiques nouvelles, lesquelles se fondent largement sur des usages sociaux, des relations de proximité, un savoir pratique.

La collectivisation visait à briser l'importance des liens particularistes entre les individus, au sein des groupes de parenté ou encore des groupes territoriaux, tels les villages et les lignages. Il s'agissait de fonder une morale sur

17. « Présentation », *Raisons pratiques* 9, p. 13.

des principes universalistes et abstraits. La très grande dépendance des individus par rapport aux structures collectivistes et aux groupes locaux qu'elles délimitaient, mais aussi les limites imposées à la mobilité géographique, ont opposé autant d'obstacles à la réalisation de cet objectif.

La migration interne qui a eu lieu dans des proportions sans précédent depuis les réformes rapproche ceux qui hier étaient lointains, redessine les territoires des individus et des

groupes, recompose leurs réseaux sociaux. En mettant en présence des citoyens qui ne se connaissent pas, elle oblige à une redéfinition des formes de sociabilité. À leur échelle, les commerces en bordure de route participent de ce processus. Au sein de ces espaces marchands, la distinction entre proche et lointain est à la fois atténuée et retravaillée, des relations de proximité naissant de la régularité d'une relation marchande non fondée sur un lien communautaire.

Références bibliographiques

Cefai, D. — 1994, « Type, typicalité, typification », *Raisons pratiques* 5 : 105-128.

Kandil, F. — 1998, « De la rationalité à la raison pratique », *Raisons pratiques* 9 : 145-172.

Poon, E. — 2000, « Non-*Hukou* migration to the Pearl River Delta, South China, 1990-1995 ». Occasional paper 145, Department of Geography, The Chinese University of Hong Kong.

Rosental, P.-A. — 1999, *Les sentiers invisibles. Espaces, familles et migrations dans la France du XIX^e siècle*. Paris, EHESS.

Sanjuan, T. — 1997, *À l'ombre de Hong-Kong. Le delta de la rivière des Perles*. Paris, L'Harmattan.

Sicular, T. — 1995, « Redefining state, plan and market. China's reform in agricultural commerce », *The China Quarterly* 144 : 1020-1046.

Thireau, I. — 1998, « Recent change in a Guangdong village », *The Australian Journal of Chinese affairs* 19-20 : 289-310.

Yao, T. — 2001, « Shehui paichi he jingji qishi (Exclusion sociale et discrimination économique) », *Zhanlue yu guanli* 3 : 32-42.

Résumé

Isabelle Thireau et Hua Linshan, *À l'ombre des commerces en bordure de route*

Les auteurs de cet article s'intéressent au processus de légitimation qui, dans le district de Nanhai (province du Guangdong), a soutenu le développement de boutiques privées, situées à l'extérieur des villages, le long des axes de communication, et que l'on appelle « commerces en bordure de route ». Les marchands interrogés ont en effet été amenés à requalifier leur expérience passée à la lumière des compétences requises pour initier une activité économique non seulement nouvelle, mais surtout condamnée moralement depuis des décennies. Les échanges au sein de ces nouveaux espaces marchands ne prennent pas appui sur des règles préétablies mais mobilisent des usages sociaux et des principes partagés.

Abstract

Isabelle Thireau and Hua Linshan, *In the shade of roadside shops*

What legitimation processes have underlaid the development, in Nanhai District (Guangdong Province), of private shops located outside villages along highways? When asked, business people were led to re-describe their past experiences in the light of the skills required for a business that was new but, even more important, had been morally condemned for several decades. Transactions in these new so-called “roadside shops” do not follow preestablished rules; instead, they are upheld by shared principles and social practices.