

Urbanités

Chine - Octobre 2013 - Chronique

Parties de campagne : pratiques touristiques et nouveaux usages urbains des campagnes en Chine, l'exemple de l'île de Chongming dans la municipalité de Shanghai

Emmanuel Véron



« Dans les villes, un nombre croissant de personnes se procurent des voitures non pour les déplacements de travail, mais pour ceux du dimanche, des fêtes et des vacances.

Les migrations de loisir sont souvent déterminantes des acquisitions d'une automobile et le courant général

qui développe la motorisation des moyens de transports familiaux ne peut évidemment que développer les voyages ».

J. Dumazedier, *Vers une civilisation des loisirs ?*, 1962.

Le développement urbain de la Chine est concomitant de son développement économique et de l'insertion aux dynamiques de mondialisation. Depuis le début de la période des Réformes (1978), le pays a réalisé une transition post-maoïste et le passage à une économie de marché, une révolution urbaine, accompagnée d'une transition des modes de transports. En même temps, les écarts se creusent entre ville et campagne pour atteindre des limites encore jamais franchies (Sanjuan, 2010). La modernisation entamée il y a trois décennies donne un nouveau cadre

temporel du travail, du temps du repos et du chez-soi. La période des réformes provoque une nouvelle organisation du temps.

Le tourisme intérieur chinois fort de statistiques flatteuses, est un catalyseur des mutations sociales contemporaines, notamment urbaines. Le Bureau National des statistiques du tourisme estime à 1,9 milliard le nombre de déplacements touristiques nationaux en Chine en 2012, représentant 8 % du produit intérieur brut chinois. En effet, dès 1978, avec l'arrivée au pouvoir de Deng Xiaoping, le tourisme (ré) apparaît et va jouer dès lors un rôle très politique (Taunay, 2009). Le tourisme permet l'affirmation de l'Etat-parti par l'aménagement d'infrastructures. Les trente années de réformes sont aussi celles de trente années de tourisme et d'aménagement du territoire chinois pour le tourisme.

Occuper son temps libre en partant à la découverte de son pays est désormais admis de tous. Les termes de voyage et de tourisme envahissent le quotidien des urbains chinois. La libéralisation et l'instauration d'une nouvelle gamme de loisirs apparaissent à partir des années 1980, pour prendre une place importante dès le début des années 1990. Dès lors, des espaces ruraux et urbains se recomposent avec les aménagements touristiques initiés par les autorités centrales ou provinciales.

L'attrait récent des citadins pour une mobilité à la campagne signale de nouvelles perceptions d'une société en pleine mutation. Depuis une décennie, le tourisme vert¹ est devenu une voie de modernisation pour les espaces ruraux. Il devient un outil au service du développement des villages, et de contrôle des communautés rurales dans un monde en constante implosion (inégalités de revenus et des services de santé scolaires etc.), risquant d'être un vivier de revendications et de potentielles déstabilisations politiques. Souvent perçu comme un moyen de lutte contre la pauvreté rurale, d'augmenter et diversifier les sources de revenus des populations rurales et de rénovation du bâti, le tourisme rural est au cœur des enjeux d'intégration ville-campagne.

La diffusion de l'offre touristique en milieu rural auprès des urbains connaît un véritable succès. Ce phénomène récent entraîne la multiplication des sites de tourisme et la diversification des pratiques touristiques d'urbains venus à la campagne bénéficier d'une parenthèse de verdure. Nous cherchons à comprendre quel lien nouveau se tisse entre les campagnes touristiques et les urbains chinois.

Il sera ici question de montrer comment l'instauration de temps disponible dans les villes favorise de nouveaux rapports entre ville et campagne par l'augmentation des mobilités touristiques d'urbains solvables vers les campagnes. Nous montrerons comment le tourisme rural cristallise de nouvelles pratiques et perceptions dans des lieux inédits recomposés pour les citadins. Nous nous basons sur des résultats d'enquêtes de terrain² menées sur l'île de Chongming, dans la municipalité de Shanghai.

La jouissance du temps libre

L'abandon de l'ascétisme révolutionnaire et les nouvelles possibilités de loisirs apparaissent à tous comme une émancipation décisive, procurant un sentiment de liberté, l'impression d'un retour à la période pré-maoïste.

¹ La littérature scientifique et grise en Chine utilisent les notions de tourisme rural (xiangcun lüyou 乡村旅游) ou d'agrotourisme (nongye lüyou 农业旅游).

² Notre travail s'effectue à partir des touristes urbains de la ville de Shanghai et de villes secondaires du delta du Yangzi comme Suzhou, Hangzhou ou Ningbo.

Instauration d'un nouveau temps libre

Le tourisme intérieur chinois est contemporain de réformes du temps libre. Le calendrier annuel et hebdomadaire des chinois s'est modifié ces quinze dernières années. En 1995, la durée légale du temps de travail hebdomadaire passe de 44 à 40 heures. Puis, en 1999, le gouvernement chinois décide d'instituer trois jours de congé sur l'année : la fête du Printemps, la fête du Travail, le 1er mai et la Fête nationale du 1er octobre. Ces trois périodes sont toutes des saisons touristiques de pointe. Elles correspondent aux trois semaines en or (ou weekend), les huangjinzhou (黄金周). En 2007, suite à une série de réformes, le calendrier change. Les trois périodes de congés se refondent en trois longs weekends, auxquels sont ajoutés deux ou trois jours fériés de fêtes traditionnelles (la fête des morts en avril, la fête des bateaux dragons et la fête de la Lune). Ainsi, les urbains chinois deviennent comme dirait Jean Viard, des « petits propriétaires individuels de leur temps » (Viard, 2000).

Du temps libre pour quoi faire ?

Parallèlement à l'urbanisation et à la modernisation, la société chinoise fait face à une réorganisation en profondeur de la relation entre temps individuel et temps collectif, temps privé et temps public, travail et non-travail. Le temps libre devient consommable. L'imaginaire des vacances (dujia 度假) devient peu à peu celui d'un imaginaire quotidien. Le cadre rigide du temps de labeur se dilue dans de nouvelles flexibilités, l'alternance du temps travaillé et du temps chômé. L'indispensable rupture avec le quotidien se normalise. Le désir de voyages, de vacances (Viard, 2000) gagne les urbains.

Le voyage à la campagne devient la parenthèse nécessaire à un rythme quotidien marqué par la mobilité, les nuisances de la ville et le stress récurrent. Les urbains peuvent organiser eux-mêmes leurs voyages ou passer par un tour opérateur.

Une interaction nouvelle entre ville et campagne

Le développement de l'industrie touristique par la diversification de l'offre suivant une demande toujours plus importante permet l'aménagement de lieux de récréation et de loisirs. Ce phénomène est à l'origine d'une véritable ceinture des loisirs autour de grandes agglomérations comme Shanghai, Beijing, mais également de villes de moindre importance comme Suzhou ou Hangzhou. Ainsi, une mobilité touristique est en voie d'affirmation le weekend et le temps des congés.

Cet attrait pour un ailleurs est aussi motivé par des politiques touristiques d'encouragement et de revalorisation du monde rural. Les perceptions négatives du monde rural³ sont relayées par un glissement progressif vers un monde rural chargé de rêves, de santé, de pureté, d'esthétisme-beauté, de simplicité. Il ne s'agit pas d'un bouleversement complet des représentations, mais la cohabitation de perceptions contradictoires sur un même monde.

L'instauration des congés et d'une société urbaine jouissant des loisirs entraîne une recomposition des espaces. L'alternance spatiale ville/campagne devient le double d'une alternance travail/vacances. Les citoyens expriment de nouveaux besoins. L'offre touristique, notamment celle de l'agrotourisme est au cœur des revendications d'urbains à la recherche d'altérité et de rupture avec leur quotidien.

³ Le monde rural, parent pauvre de l'essor économique chinois est souvent perçu comme anxigène, pauvre, arriéré. Ces perceptions sont doublées par les migrations de paysans sans terre devenu ouvrier (mingong 民工) en ville.



Parc forestier de Dongping sur l'île de Chongming dans la municipalité de Shanghai (E. Véron, 2010).

Moment de sociabilité à la campagne entre amis et en familles

Le tourisme permet de renouer avec des sociabilités⁴ et également un renouvellement de celles-ci. Les pratiques urbaines dans les espaces ruraux sont circonscrites au site aménagé pour le touriste.

(Re) découverte de la campagne

Si la campagne semblait être dépourvue de tout intérêt, voire perçue comme un espace arriéré (luohuo 落后), notamment depuis le mouvement d'envoi des jeunes instruits à la campagne (zhiqing 知青), deux décennies d'urbanisation rapide et intense ont suscité un retour de la campagne comme centre d'intérêt (Véron, 2013). La (re)découverte des campagnes par les urbains chinois se réalise dans des lieux aménagés pour le tourisme⁵. L'altérité⁶ recherchée se réduit au sein du lieu. L'itinérance⁷ et autres loisirs⁸ ou activités agricoles d'expérimentation se situent dans le site lui-même.

Les valeurs accompagnant ces mouvements ne tendent pas à reléguer au second plan les fonctions productives de l'agriculture. L'espace rural que l'on part découvrir est chargé de valeurs dans lesquelles le citadin se reconnaît en tant que chinois. La nourriture fraîche et saine

⁴ Nous utilisons la définition de la notion de sociabilité comme l'ensemble des relations qu'un individu ou un groupe entretient avec d'autres individus ou groupes établis sur la base de goûts et d'attractions réciproques, en prenant le pas sur des dispositifs plus classiques d'encadrement des pratiques (Guédez, 2003).

⁵ Avec le plan d'aménagement du tourisme rural (xiangcun luyou guihua 乡村旅游规划), le gouvernement a prévu de financer 10 000 villages entre 2006 et 2010.

⁶ Caractère de ce qui est autre, de ce qui est extérieur à un « soi » (Turco, 2003).

⁷ L'itinérance est ici envisagée dans une perspective géographique du tourisme. Il s'agit du déplacement de l'individu dans son voyage (randonnée, promenade, parcours le long ou sur un cours d'eau etc.).

⁸ La notion de loisir est l'ensemble des activités récréatives pouvant s'exercer à la fois dans le temps du quotidien et l'espace-temps du tourisme (Knafou, 2003).

(xinxian 新鲜), le labeur (gongzuo 工作), la terre (tudi 土地) des paysans et les activités agricoles (nongye huodong 农业活动) sont autant de valeurs d'une ruralité identitaire.

De nouvelles sociabilités se font jour (Urbain, 2008). Des sociabilités urbaines opèrent un glissement vers les lieux de tourisme à la campagne.

Entre sociabilités préurbaines: les loisirs spécifiques aux espaces ruraux.

Le voyage à la campagne en famille ou entre amis est l'occasion d'un retour dans un espace-temps perdu, celui de la campagne, d'un temps que l'on a connu avant l'urbanisation accélérée ou avec les discours des générations plus âgées. Ainsi, le site touristique devient un lieu où se cristallise l'expérience touristique de ce retour dans le temps. On y retrouve les coutumes rurales d'hier.

Les principales activités donnant lieu à des sociabilités inédites sont manger, habiter (cf. photo ci-dessous) et la découverte des activités agricoles (cueillette, entretien du potager, apprentissage de la culture de légumes, etc).



Gîte rural dans le village de Qianwei sur l'île de Chongming (E. Véron, 2012).
Sur la banderole : « Joyeux anniversaire pour les 60 ans de monsieur Sun Fahe ».

...et sociabilités urbaines: dégustation de thé, jeux de cartes et karaoké

L'expérience touristique se déroule dans des espaces aménagés, dont les activités de loisirs ne sont pas uniquement exclusives au monde rural. Le temps libre est utilisé pour reproduire des sociabilités urbaines à la campagne. Des loisirs récurrents et systématiques comme la dégustation de thé, les jeux de cartes ou le karaoké sont communs à ce que l'on retrouve dans les villes. La campagne touristique devient un espace de liberté pour le citadin en rupture avec son quotidien.

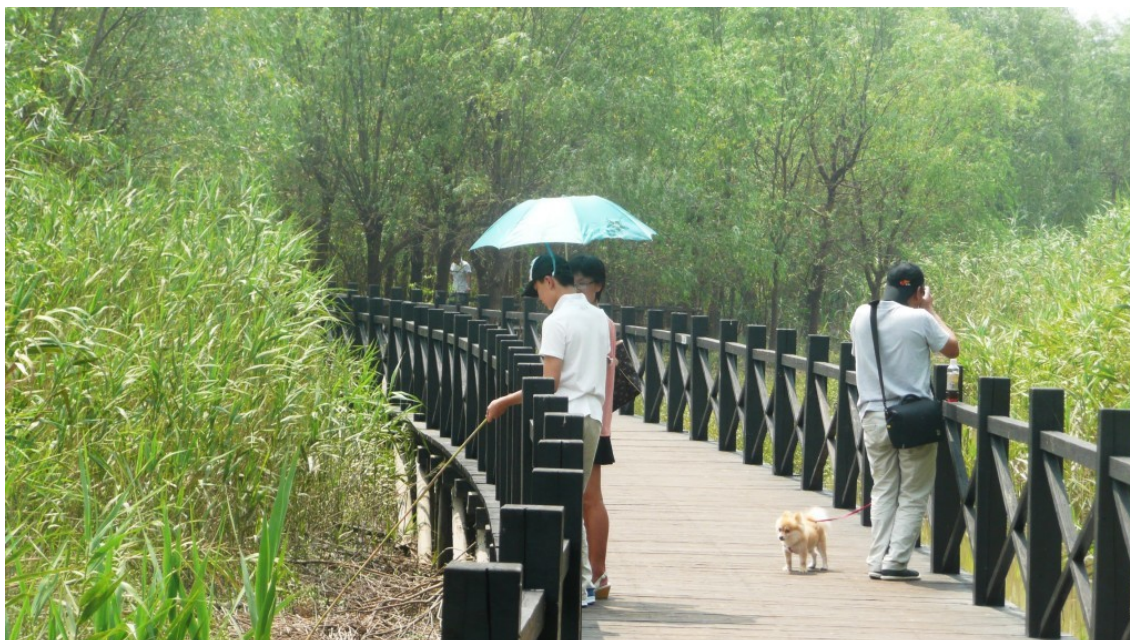
Du tourisme rural aux nouvelles pratiques des urbains dans les campagnes

Ces nouvelles dynamiques touristiques mettent en relation ville et campagne par la constitution de lieux dans les espaces ruraux où se cristallisent les mutations d'une société citadine chinoise dont les pratiques spatiales se renouvellent. La construction d'une nouvelle ruralité est en cours, par un triptyque de la campagne rêvée, fantasmée et enfin retrouvée.

Campagne rêvée

On assiste à une transformation des campagnes. La campagne du labeur glisse vers celle des loisirs, de la contemplation et du non labeur⁹. La campagne est prise d'une dimension esthétique où la notion de paysage prend une importance sensible. Par là même, des mots chinois dans les discours collectifs comme le sinogramme, ye (野) en mandarin, représente, d'une part, la campagne, d'autre part, la nature sauvage. Yeyi (野意), c'est le goût de la campagne (Berque, 2011).

Associées à un territoire ainsi qu'à des valeurs d'authenticité et de tradition, les pratiques folkloriques (les danses, les chants, et les fêtes traditionnelles du calendrier chinois) participent à la construction d'un imaginaire de la ruralité activant un sens identitaire national. On retrouve dans la campagne les traits de la culture et de l'histoire chinoise. Enfin, cet accès à la campagne (reconstruite) donne un sentiment de liberté lors de la pratique d'activités touristiques devenues un outil pour l'évasion et la découverte.



Une famille shanghaienne avec le chien de compagnie visitant le site de Xixhashidi dans l'ouest de l'île de Chongming (E. Véron, 2012).

⁹ Il y a un glissement du labor en latin (labeur, travail, la souffrance) à l'otium (temps libre, oisiveté) (Berque, 2011). Les mots chinois sont similaires. On retrouve ces termes dans les discours de citadins devenus touristes: laodongli (劳动力) pour le labeur; kongxian shijian (空闲时间).

Campagne fantasmée

Les espaces ruraux du tourisme sont aussi au cœur de problématiques environnementales et en lien avec la sécurité alimentaire. L'aménagement des sites de tourisme donne lieu une normalisation du bâti, des paysages, et plus globalement de la campagne. Il y a comme un hygiénisme par l'aménagement par le plan des espaces ruraux. Cet hygiénisme favorise l'enracinement des représentations d'une campagne comme espace sanitaire et lieu d'un repos moral. Ce thème de la régénération par la nature/campagne se fonde sur trois piliers essentiels: la gastronomie saine et fraîche, l'air pur, les relations de simplicité avec les paysans.

Les lieux offrent ainsi une vitrine des planifications en cours et futur de ce que le gouvernement central voudrait des campagnes chinoises, comme laboratoire des campagnes futures : les produits locaux et bio ; les expérimentations agronomiques (hydroponie et techniques de pointes) ; des aménagements durables, technologies et énergies renouvelables.



Touriste shanghaien photographiant une scène rurale reconstituée dans le village de Qianwei sur l'île de Chongming (E. Véron, 2012).

Campagne retrouvée

L'image idyllique de la campagne s'accompagne d'un retour au passé. Parfois assimilé à un tourisme des racines (xungen lüyou 寻根旅游) d'attachement familial à la région d'origine souvent rurale, le voyage à la campagne est le moment de renouer le lien rituel avec les ancêtres (David, 2007). C'est également le lieu de la mémoire, des rites et traditions que la période de Réformes et d'Ouverture a fait disparaître. Le monde rural est historicisé par l'exposition de savoir-faire, d'outils, de paysages. La ruralité se construit aussi par un découpage temporel, celui des saisons agricoles. Vivre les saisons agricoles entre quête de l'esthétique et rythmes agricoles collectifs est possible. Les prises photos dans un champ de colza, ou de pêcheurs en fleur sont des temporalités (les saisons) que le citadin s'approprié lors de son séjour touristique.

Film du lancer de lanterne (denglong 灯笼) dans le village de Qianwei sur l'île de Chongming (E. Véron, 2012) : <https://youtu.be/ZZrucDfvjok>

Enfin, la possibilité de jardinage signale une appropriation nouvelle. Certains gîtes ruraux possèdent un jardinet que le citadin peut louer au paysan le temps qu'il souhaite. Le développement des résidences secondaires est en cours dans les lieux touristiques en périphérie des villes chinoises. Des parcs résidentiels de villas privatives ou locatives sont parfois associés à des sites touristiques.

La société touristique chinoise s'inscrit dans un espace temps éclaté, individualisé et collectionneur d'image par l'expérience renouvelée de l'altérité. Un espace temps collectif, celui des vacances d'une strate de la société chinoise, est en construction. Le tourisme rural, encadré et promu par les autorités centrales, provinciales ou municipales est un véritable outil de modernisation, d'esthétisation et de normalisation des espaces ruraux, souvent décrits comme les perdants de l'essor économique chinois. La production de lieux touristiques comme des « ailleurs familiers » (Urbain, 2008) est opératoire dans une partie limitée du monde rural, et par là même, redéfinit la relation entre espace rural et espace urbain. C'est notamment à travers la construction (en cours) d'une ruralité d'agrément, que les citadins vont pouvoir exprimer leurs goûts, leurs pratiques et leurs demandes. L'affirmation du secteur touristique intérieur chinois signale la montée en puissance d'une classe d'urbains solvables, exprimant de nouveaux besoins et une quête identitaire sur leur histoire et leur territoire.

EMMANUEL VÉRON

Emmanuel Véron prépare une thèse de doctorat en géographie sur les nouvelles relations ville-campagne engendrées par le tourisme rural en Chine. Il a choisi la région du grand Shanghai (delta du Yangzi) pour conduire ses recherches. Plus généralement, il s'intéresse aux mutations de la Chine contemporaine, de sa société et de son espace. Il travaille sous la direction du Professeur Thierry Sanjuan, et est rattaché à l'UMR 8586 Prodig et à l'Université Paris I Panthéon-Sorbonne, où il est ATER.

Bibliographie

Berque Augustin, 2011, « Le rural, le sauvage, l'urbain », *Études rurales*, vol. 1, n°187, p. 51-61.

David Béatrice, 2007, « Tourisme et politique : la sacralisation politique de la nation en Chine », *Hérodote, Chine, Nouveaux enjeux géopolitiques*, n°125, pp. 143-156.

Dumazedier Joffre, 1962, *Vers une civilisation des loisirs ?*, Paris, Seuil, 309 p.

Guédez Annie, 2003, « Sociabilité », pp. 849-850, in Lévy J., Lussault M., *Le dictionnaire de la géographie et de l'espace des sociétés*, 1034 p.

Knafou Rémy, 2003, « Loisir », pp. 581-582, in Lévy J., Lussault M., *Le dictionnaire de la géographie et de l'espace des sociétés*, 1034 p.

Sanjuan Thierry, 2010, *La Chine et le monde chinois. Une géopolitique des territoires*, avec la participation de Pierre Trolliet, Paris, Armand Colin, 384 p.

Taunay Benjamin, 2009, *Le Tourisme intérieur chinois : approche géographique à partir de*

provinces du sud-ouest de la Chine, thèse de doctorat, Université de la Rochelle, 471 p.

Turco Angelo, 2003, « Altérité », pp.58-59, in Lévy J., Lussault M., *Le dictionnaire de la géographie et de l'espace des sociétés*, 1034 p.

Urbain Jean-Didier, *Paradis verts, désirs de campagnes et passions résidentielles*, Paris, Payot, 2002, 414 p.

Véron Emmanuel, 2013, « Recompositions rurales et tourisme périurbain dans la municipalité de Shanghai », pp.287-299, chap.19, in Jean-Louis Chaléard (ed.), *Métropoles aux Suds, le défi des périphéries*, Paris, Karthala, 440 p. (À paraître).

Viard Jean, 2000, *Court traité sur les vacances, les voyages et l'hospitalité des lieux*, Paris, L'aube, Intervention, 176 p.