



**HAL**  
open science

# Les espaces ruraux à l'heure du tourisme citoyen : l'exemple du delta du Yangzi - Chine

Emmanuel Veron

► **To cite this version:**

Emmanuel Veron. Les espaces ruraux à l'heure du tourisme citoyen : l'exemple du delta du Yangzi - Chine. Géographie. Université Panthéon-Sorbonne - Paris I, 2016. Français. NNT : 2016PA01H034 . tel-01636057

**HAL Id: tel-01636057**

**<https://theses.hal.science/tel-01636057>**

Submitted on 16 Nov 2017

**HAL** is a multi-disciplinary open access archive for the deposit and dissemination of scientific research documents, whether they are published or not. The documents may come from teaching and research institutions in France or abroad, or from public or private research centers.

L'archive ouverte pluridisciplinaire **HAL**, est destinée au dépôt et à la diffusion de documents scientifiques de niveau recherche, publiés ou non, émanant des établissements d'enseignement et de recherche français ou étrangers, des laboratoires publics ou privés.

2016

# Les espaces ruraux à l'heure du tourisme citadin

L'exemple du delta du Yangzi - Chine

Emmanuel VÉRON

**Thèse pour l'obtention du Doctorat de Géographie**

Présentée et soutenue publiquement le 2 décembre 2016

Sous la direction de Thierry SANJUAN, Professeur, Université Paris 1 Panthéon-Sorbonne

---

*Membres du jury :*

- Mme Béatrice DAVID, Maître de conférences à l'Université Paris 8 Vincennes-Saint-Denis
  - Mme Florence DEPREST, Professeur, Université Paris 1 Panthéon-Sorbonne
  - M. Jean-François HUCHET, Professeur, Institut National des Langues et Civilisations Orientales (rapporteur)
  - M. Thierry SANJUAN, Professeur, Université Paris 1 Panthéon-Sorbonne (directeur)
  - M. Philippe VIOLIER, Professeur, Université d'Angers (rapporteur)
-



# **Les espaces ruraux à l'heure du tourisme citadin**

**L'exemple du delta du Yangzi - Chine**



À Clément De Burosse.



Manège et jeux dans le village de Qianwei (Shanghai, île de Chongming) – Emmanuel Véron, mars 2014.

## Remerciements

---

*Qui ose, gagne*

Ce travail a bénéficié du soutien de nombreuses personnes et institutions, sans lesquelles cette recherche n'aurait pu voir le jour.

Je remercie en premier lieu mon directeur de thèse, le professeur Thierry Sanjuan pour les très nombreuses relectures avisées, ses conseils pertinents et sa patience. Ils m'ont permis de continuer de découvrir, de me passionner et de nourrir ma curiosité pour la Chine d'aujourd'hui.

Mes remerciements s'adressent à Béatrice David, Florence Deprest, Jean-François Huchet et Philippe Violier, qui m'ont fait l'honneur d'évaluer mon travail.

Je souhaite vivement remercier les collègues universitaires chinois sans qui ce travail n'aurait pu aboutir. Je tiens à remercier tout particulièrement : Hu Min (université du Zhejiang) ; Gao Jun (université Normale de Shanghai) ; Huang Yucheng (université d'économie et de commerce international) et les professeurs de l'université normale de la Chine de l'Est, Ning Yuemin, Zhang Wenming et Wu Yongxing.

En France, au sein du laboratoire Prodig, j'ai bénéficié d'un soutien irremplaçable. Les nombreux échanges avec l'équipe Shanghai du programme Périssud et les différents membres de l'unité ont largement participé à cette recherche. Je remercie tout particulièrement : Jean-Louis Chaléard, Martine Berger, Antoine Brès, Jean-François Cuénot, Alexandre Henry, Jérôme Lombard, Evelyne Mesclier, Olivier Ninot, Frédéric Ogé et Florence Padovani.

J'adresse toute ma gratitude aux acteurs de la Coopération décentralisée entre la région Franche-Comté et la province de l'Anhui, qui m'ont ouvert la voie à une région magnifique. Je remercie particulièrement Jean-Paul Léotard, Jacques Le Marec et Christine Garnier, côté français ; Yao Yalan et Wang Chaoyong, côté chinois.

Puis, j'adresse mes sincères remerciements aux collègues universitaires de Paris 1 entre 2010 et 2014, qui m'ont prodigué les rudiments du formidable métier d'enseignant : Georgette Zrinscak, Antonine Ribardièrre, Etienne Cossart, Yann Richard, Brice Anselme, Jean-Louis Tissier, Catherine Carré et Florence Deprest.

Aussi, je remercie mes collègues du département des Études chinoises à l'Inalco (depuis 2014), en particulier : Pénélope Riboud, Frédéric Wang, Vincent Durand-Dastès, Jean-François Huchet, Guo Jing et Catherine Legeay-Guillon.

J'exprime ma reconnaissance à Pierre Chabal pour m'avoir permis d'élargir mes horizons de recherches en Asie, ainsi qu'à Laurent Sagart pour sa finesse d'esprit.

Un mot de remerciements aux enseignantes et architectes de l'ENSA Paris-Belleville pour les échanges lors des séminaires de post master sur la ville en Asie : Anne Grillet-Aubert, Béatrice Laurencin et Sabine Guth.

La Société de Géographie constitue un espace privilégié pour les amoureux de la géographie. Je pense en particulier à Jean-Robert Pitte, Françoise Ardillier-Carras, François Bellec, Pierre Brousse, Olivier Archambeau, Ariane Audouin-Dubreuil, Barthélémy Valla, Jacques Gonzales et Christian Pierret.



Je tiens à remercier les étudiants de l'université Paris 1 et de l'Inalco. Ils se reconnaîtront. Les échanges et les discussions furent d'une grande richesse. Continuons ensemble de cultiver notre curiosité pour le monde.

Que soient également remerciés mes collègues doctorants et jeunes docteurs : Servane Gueben-Venière, Audrey Mbagogo Koumbraït, Alexis Gonin, Léo Kloeckner, Marie Gibert, Issa Sory, Romain Dittgen, Delphine Ayerbe, Foussata Dagnogo, Kaduna Demailly, Mathilde Riboulot, Delphine Giney, Stéphane Milhaud et Ronan Mugelé.

J'adresse à mes deux camarades de thèse Jean-François Valette et Thomas Depecker, un indéfectible soutien intellectuel et humain dans la quête de spécialités en aquariophilie extrême. Bien à vous.

Ce travail a pu se construire grâce aux conseils, aux soutiens et aux aides d'amis chinois, Chloé et Pauline pour les aides de traductions ; Wang Huide, pour son regard affûté sur la Chine et enfin à mon Grand Ami, Chen Leijun, pour son intelligence. Je pense aussi tout particulièrement à deux de mes maîtres : Chen Guofu et Zhou Minde.

Mes amis en France et en Chine ont contribué de près ou de loin à la réalisation de ce travail, je pense d'abord à : Nico, Daniel, Yoann ; puis Ella, Meriem, François et Irène, Juliette, Jacques, Corentin, Jean-Jacques, Véronique, Isabelle, Juliette, Isabelle, Pierre, Phil, Cécile, Isabelle, Marie, Arthur, Fred, Martial, Danielle et les De Burosse.

Je remercie tout particulièrement Stéphanie pour son soutien et sa complicité.

Enfin, cette thèse n'aurait pu se terminer sans le soutien de ma chère famille. J'adresse toute ma gratitude à ma mère et à mon père, ainsi qu'à mon frère.

## Avant-propos

La transcription du chinois qui a été adoptée dans ce mémoire, est la transcription officielle de la République populaire de Chine, dite *pinyin* (épeler), depuis 1958. Seuls des termes, comme Pékin, nom passé dans l'usage, est conservé sous cette forme. Cette transcription appelle un usage conventionnel de l'alphabet latin. Pour aider la lecture, nous donnons ci-dessous la prononciation la plus proche possible des lettres et diphtongues différentes du français. Nous exposons en annexe un lexique franco-chinois des termes abordés dans ce travail.

Pinyin	Prononciation française approximative
b	entre « b » et « p »
d	entre « d » et « t »
g	dur en position initiale rétroflexe en fin de terme
h	guttural proche du « r »
i	« eu » (après c, ch, r, s, sh, z, zh) et « i » (autres cas)
j	« dj »
q	« tch »
r	« j »
u	« ou » « ü » (après q, j, y, x)
x	« s »
z	« dz »
zh	« dj »
ch	« tch »
ai	Comme dans le mot <i>Thaïlande</i>
ao	« â (o) »
an	« ann »
eng	« eung »
ing	« inng »
un	« unn »

## Sommaire

---

Remerciements	4
Sommaire	7
Introduction générale	9
<b>Partie I</b>	
<b>Le tourisme dans les espaces ruraux du delta, un produit de l'ouverture chinoise</b>	39
Chapitre 1. Cadrage conceptuel du tourisme dans les campagnes : approche géographique du tourisme dans les espaces ruraux d'un pays émergent	42
Chapitre 2. Cadre spatial et méthodologique pour appréhender le processus récent du tourisme dans les espaces ruraux du delta du Yangzi	80
Chapitre 3. Tourisme et formation d'une classe de consommateurs urbains	139
Chapitre 4. L'État au cœur de l'organisation du tourisme dans les campagnes : institutionnalisation du tourisme et nouvelle gouvernance rurale	179
<b>Partie II</b>	
<b>Touristes urbains dans l'espace rural : nouvelles frontières des pratiques et triomphe de l'urbain</b>	233
Chapitre 5. Dessins et mots des citadins pour se représenter le monde rural	235
Chapitre 6. Pratiques touristiques des citadins dans l'espace rural : découverte, jeu et temps du repos	292
Chapitre 7. La quête campagnarde des citadins : renouer avec les racines et une expérience touristique renouvelée	344
<b>Partie III</b>	
<b>Territoires touristiques ruraux : lieux, mémoire(s) et mégalopolisation</b>	425
Chapitre 8. Typologie des lieux et acteurs du développement touristique dans les campagnes : un processus de modernisation encadré	428
Chapitre 9. Les sociétés locales dans le tourisme : organisation collective et prestataires de services touristiques	478
Chapitre 10. Mégalopolisation, tourisme dans les campagnes et laboratoire des nouvelles ruralités	531
Conclusion générale	593
Bibliographie et sources	619
Annexes	646
Table des annexes	673
Tables des documents	674
Table des matières	681



## Introduction générale

---

*La politique d'un État est dans sa géographie.*  
Napoléon 1<sup>er</sup>

Initié en Europe depuis le XVIII<sup>ème</sup> siècle, le tourisme est aujourd'hui un puissant facteur d'organisation du monde et de reconfiguration des sociétés. Pour autant, les pratiques touristiques changent, s'adaptent et se diffusent dans le monde depuis deux siècles.

Le tourisme est considéré comme l'autre face de la révolution industrielle<sup>1</sup>. Une telle interprétation a permis à l'équipe MIT<sup>2</sup> d'alimenter la réflexion sur l'importance et la diversité des transformations liées au tourisme (Équipe MIT, 2011). La révolution touristique est alors considérée comme une des composantes de la révolution industrielle. La Chine n'a pas connu ces mêmes temporalités. Elle accuse un certain retard vis-à-vis des sociétés occidentales, qu'elle voit comme des modèles de modernité, dont elle devrait s'inspirer pour combler ses propres lacunes.

Le tourisme n'a pas toujours existé, il correspond à un processus de l'histoire contemporaine. En effet, le phénomène touristique est inscrit dans une très faible épaisseur historique. L'apparition du tourisme en Chine, il y a une trentaine d'années, est intimement liée aux revirements économiques et politiques initiés par Deng Xiaoping pour sortir le pays de son isolement relatif. L'ouverture de la République populaire de Chine (RPC) est à l'origine de la révolution touristique chinoise, comme l'avait été durant la Révolution industrielle la révolution touristique en Occident. Le tourisme en tant que secteur d'activité économique désigne l'émergence progressive d'un nouveau système de valeurs associé à un nouveau système de pratiques spatiales. Il est aussi un indicateur d'un puissant changement social en cours d'une part, et un outil efficace de transformation des lieux et des espaces d'autre part. La Chine est en train d'opérer sa « révolution touristique ». Ces mutations sont à resituer dans le contexte économique et politique de la RPC depuis le lancement des réformes alliant de manière originale une forme capitaliste de l'économie et une forme léniniste du politique (Godement, 2012).

---

<sup>1</sup> Le parallèle entre tourisme et industrialisation en Europe est intéressant, en particulier dans le cadre d'une histoire du temps présent. Le premier suit une trajectoire ascendante, tandis que le second suit une position rétrograde.

<sup>2</sup> Équipe MIT : « Mobilité, Itinéraires, Tourismes », Université Paris 7 – Denis Diderot. Cette équipe d'enseignants-chercheurs est à l'origine de l'écriture de trois ouvrages concernant le tourisme en sciences sociales et humaines. Il s'agit des ouvrages *Tourismes 1. Lieux communs* (2002) ; *Tourismes 2. Moment de lieux* (2005) et *Tourisme 3. La révolution durable* (2011).

La Chine, pays émergent, est devenue en un temps court (une génération) un acteur prépondérant de l'économie mondiale et des relations internationales<sup>3</sup>. En 30 ans, ce pays est en effet passé d'un Etat où la paysannerie était prédominante au rang de puissance économique de premier plan<sup>4</sup>. Selon le Centre d'Études Prospectives et d'Informations Internationales (CEPII), le poids de cette économie dans le produit intérieur brut (PIB) mondial était en 2010 de 10 %, il pourrait avoisiner les 21 % en 2030 et les 33 % en 2050. Les performances économiques réelles de la Chine ne doivent toutefois pas masquer ses fragilités, parmi lesquelles celles du monde rural (agriculture, paysannerie, approvisionnement alimentaire et infrastructures). En effet, un regard approfondi sur les mutations socio-spatiales actuelles en Chine est indispensable.

**Ce travail de thèse propose d'interroger le processus de transition (*zhuanxing*<sup>5</sup>) et de réformes d'État par le biais du tourisme national<sup>6</sup> dans les campagnes de l'espace mégapolitain du delta du Yangzi, dominé par la métropole internationale de Shanghai.** Ce travail permet de questionner l'ouverture chinoise depuis plus de trente ans au sens spatial (espaces ruraux supports de l'activité touristique), mais aussi économique (tertiarisation et mutation des systèmes productifs) et social (mutation des goûts, des besoins et des identités), au regard des mutations spatiales d'une des régions chinoises polarisant le développement du tourisme.

La Chine est la troisième destination touristique internationale avec plus de 55 millions de visiteurs en 2010. Le tourisme des Chinois en Chine est plus important encore. « Ils seraient 300 à 400 millions, soit l'équivalent du tiers du flux touristique mondial » (Duhamel, 2013 : 18). Alors que le tourisme n'est pas qu'un produit de l'urbanisation planétaire et de la mondialisation, mais aussi (et surtout) un principe actif de celles-ci (Lussault, 2007), l'industrie touristique se fait

---

<sup>3</sup> Nous bornons cette temporalité courte au point initial de l'engagement des réformes et de l'ouverture du pays à la fin des années 1970, puis une accélération du processus d'ouverture et de montée en puissance à partir de 1992 avec la relance des réformes suite aux événements de juin 1989 qui avaient donné un recul relatif à l'ouverture. Depuis un peu moins d'une génération, le pays est tiré par une croissance économique forte, faisant de la Chine, un pays singulier dans les États émergents en ce premier quart de XXI<sup>ème</sup> siècle.

<sup>4</sup> À la fin de l'année 2014, le FMI annonce que le produit intérieur brut (PIB) de la Chine passe devant celui des États-Unis. Le PIB chinois atteint les 17 400 milliards de dollars devançant le PIB américain (17 170 milliards de dollars). Cependant, le PIB par habitant en PPA (parité de pouvoir d'achat) de la Chine est à la 87<sup>ème</sup> place mondiale, derrière les Maldives (Banque mondiale, 2014).

<sup>5</sup> Le mot de transition correspond à un néologisme contemporain de l'ouverture de la Chine à la fin des années 1970. Il est depuis mobilisé pour qualifier le segment temporel des réformes (économiques, plus que politique) de 1979 à aujourd'hui. Ce mot peut aussi être traduit par transformation.

<sup>6</sup> Nous utilisons ici le terme de tourisme national désignant la population touristique chinoise visitant son propre pays. Au cours du chapitre 1, nous donnons l'explication et la typologie des différentes appellations de tourisme et de clientèles associées (tourisme intérieur, national et international).

l'écho direct de la trajectoire contemporaine de la Chine, devenue la deuxième puissance économique du monde en seulement trois décennies. De puissance économique, la Chine est aujourd'hui une puissance touristique en termes démographiques, économique et de déploiement d'infrastructures sur le territoire. En même temps que ce pays montait en puissance, il se dotait d'un secteur nouveau (le tourisme). Ce dernier allait devenir un outil au service de la nation pour la modernisation et le développement. Les touristes chinois étaient 100 millions à voyager dans le monde en 2014. Selon les prévisions de l'Organisation mondiale du tourisme (OMT), la Chine est en passe de devenir dans un avenir proche la première destination touristique mondiale (200 millions de visiteurs annoncés à l'horizon 2015), remplaçant la France à la fin de l'année 2014, selon Xu Jing, représentant régional pour la région Asie-Pacifique de l'OMT (Champeaux, 2011). Par ailleurs, l'inauguration de l'année 2015, année du tourisme des routes de la soie (*sidiao zhilu liuyou*)<sup>7</sup> en Chine renvoie à l'outil politique que peut représenter le secteur du tourisme. Ce dernier est bien au cœur des problématiques de la modernisation du pays et de la poursuite des réformes. Le tourisme intérieur chinois est dès lors devenu incontournable dans la mutation du marché intérieur chinois. Pour autant, la Chine conjugue toutes « les contradictions d'un développement accéléré » (Sanjuan, 2006 : 4) comme aucune autre nation d'aujourd'hui. Malgré les puissants succès de l'économie chinoise depuis 25 ans, la Chine demeure un géant encore en émergence, dont le tourisme est plus que jamais un outil au service du pays, d'une part comme outil de développement et d'autre part comme relais du discours politique national.

Ce travail de thèse s'inscrit dans la continuité des travaux sur le tourisme, plus particulièrement sur le tourisme national ou *domestic tourism* (Jafari, 1986). Il convient de comprendre le secteur du tourisme en Chine comme un processus contemporain des réformes et d'ouverture (*gaige yu kaifang*), c'est-à-dire l'apparition puis la diversification d'un secteur économique nouveau dans un pays puissant, mais encore inscrit dans la typologie des pays émergents. Par la suite, nous exposons le fruit des réformes et la transition chinoise, à savoir l'urbanisation du pays comme moteur des mutations socio-spatiales contemporaines, le triomphe de l'urbain parallèlement à un recul relatif, mais important des campagnes. À cela s'ajoute la

---

<sup>7</sup> Le programme dit des « nouvelles routes de la soie » représente un programme géopolitique du président Xi Jinping révélé durant l'année 2014. Il s'agirait d'une réhabilitation des liens et des voies commerciales de la Chine avec l'Europe en passant par les États d'Asie centrale, ceci en utilisant deux itinéraires, l'un continental et l'autre maritime. Ce projet est encore peu clair et animé par de nombreuses zones d'ombres.

problématique de rééquilibrage des campagnes et des inégalités entre ville et campagne. Puis, nous donnons le cadre spatial de cette étude : la région métropolitaine de Shanghai correspondant à une partie du delta du Yangzi. Cet espace est animé par d'importantes dynamiques touristiques périurbaines et rurales. Nous réfléchissons ensuite à la problématique et les différentes hypothèses induites par ce processus touristique. Ceci nous permettra d'exposer les lignes essentielles de nos choix méthodologiques pour enfin exposer les étapes de la recherche.

Nous situons le tourisme dans les espaces ruraux en Chine dans le cadre des défis intérieurs (problématique de développement rural) de ce pays. Ce secteur d'activité récent traduit des mutations de la société chinoise (en cours d'urbanisation) en un marché potentiel de consommateurs, dont le tourisme participe activement à la structuration de la recherche d'un certain bien-être social (Aglietta et Guo, 2012). Les mutations que connaît la Chine depuis trente ans bouleversent les perceptions d'hier. La société chinoise se trouve confrontée à des interrogations profondes sur les valeurs qui l'ont animée depuis plus d'un siècle (Sanjuan, 2006). Le tourisme national chinois encore peu étudié par les chercheurs francophones est un des facteurs de ces recompositions spatiales, économiques et sociales. L'analyse du tourisme national chinois permet de mieux comprendre les métamorphoses à l'œuvre dans un pays émergent structuré par un ordre politique fort et une société hyper normative (Thireau, 2002).

Nous cartographions (carte 1) ci-dessous la localisation de notre zone d'étude à l'échelle de la RPC dans son environnement régional. Cette cartographie propose un découpage par province, en tant qu'entité territoriale administrative.





Carte 1.

## L'écriture d'une géographie du tourisme national dans un géant émergent

La Chine est un État géant par son histoire, sa démographie et son territoire<sup>8</sup>. L'alliance d'un État-Parti<sup>9</sup> régénéré contrôlant l'économie et l'ouverture au monde de son territoire avec l'économie de marché a maintenu, puis propulsé la Chine au rang des pôles les plus importants du monde en voie de multipolarisation. L'économiste Alain Boubilil écrivait au début de l'année 2015 : « Ce que nous devons comprendre, même si c'est difficile à admettre, c'est que la Chine se rapproche très vite du modèle d'économie développée tel que nous le connaissons et, même si sa croissance

<sup>8</sup> L'immensité territoriale est de 9,6 millions de kilomètres carrés et son poids démographique de 1,3 milliard d'habitants. Le volume de population totale du dernier recensement en 2010 est de 1 340 millions d'habitants. Les sources statistiques chinoises : *Zhongguo tongji nianjian* [Annuaire statistique de la Chine], en 2011, indiquent qu'il y a 669 millions d'urbains et 671 millions de ruraux. *Zhongguo tongji nianjian* [Annuaire statistique de la Chine] 2011, Pékin, *Zhongguo tongji chubanshe*, p. 4-5. Notons que le passage du seuil des 50 % de population urbaine date de l'année 2011. Le taux d'urbanisation en 2015 est évalué à environ 55 %.

<sup>9</sup> L'expression État-Parti sera utilisée pour désigner l'État chinois. La constitution chinoise reprend les principes fondamentaux du Parti communiste chinois et la direction de l'État est assurée par les dirigeants du Parti.

reste forte, elle a de moins en moins le profil d'un "émergent". Ses exportations vont rapidement refléter cette mutation »<sup>10</sup>.

Analysée dans la longue durée, l'émergence<sup>11</sup> de la Chine est souvent présentée comme une réémergence, car ces pays ont été « des grandes puissances avant de connaître une période de déclin qui a coïncidé avec l'essor de l'Europe » (Chaponnière et Lautier, 2015 : 15). L'économiste Laurence Daziano dégage trois critères déterminants dans l'identification des pays émergents. Premièrement, un PIB par habitant inférieur à celui des pays développés ; deuxièmement, un taux de croissance élevé ; troisièmement, une amélioration substantielle du niveau de vie. À cela l'économiste ajoute la convergence des structures économiques, juridiques et fiscales vers les standards des pays développés.

Entre 1960 et 2014, la croissance de l'Asie émergente a été près de deux fois supérieure à celle des autres régions du Sud. Alors qu'en 1960 son PIB était inférieur à celui de l'Amérique Latine ou de l'Afrique et Moyen-Orient, il est désormais supérieur à la somme des deux ensembles. Simultanément, l'écart avec les pays riches s'est réduit : « le PIB de l'Asie émergente dépasse celui du Japon et approche de celui des États-Unis et de l'Union européenne » (Chaponnière et Lautier, 2015 : 12).

La Chine tient une place tout à fait originale parmi les émergents, notamment dans les flux touristiques. Sur 10 ans, le nombre de touristes internationaux dans le monde a progressé de plus de 40 %. Les chiffres publiés par l'OMT font état d'une « croissance de 4,7 % de la fréquentation internationale à l'échelle du globe en 2014<sup>12</sup> » (Origet du Cluzeau et Viceriat, 2009 : 21). Les flux internationaux de tourisme sont surtout le fait du « développement de certains pays

---

<sup>10</sup> Alain Boubilil, 7,4 % la croissance chinoise en 2014. <http://ab-2000.com/archives/2015/01/22/74la-croissance-chinoise-en-2014/> consulté le 30 janvier 2015.

<sup>11</sup> La notion de pays émergent ou d'émergence recouvre un ensemble assez large et variable d'états à travers le monde. Cette notion à une origine clairement économique et financière. Nous reprenons ici l'explication des économistes Jean-Raphaël Chaponnière et Marc Lautier dans leur ouvrage (p.108) « Les économies émergentes d'Asie », publiée en 2015. Ils nous disent : « En 1980, la Société Financière Internationale (filiale de la Banque mondiale) regroupe sous l'appellation "marché émergent" 9 pays qui ont ouvert leurs marchés financiers aux investissements étrangers de portefeuille. À la fin des années 1980, on recensait 25 marchés émergents avec plus de 30 entreprises cotées et une capitalisation minimum de 1 milliard de dollars. Ces listes variaient selon les institutions et on y trouvait les NPI et d'autres pays comme le Venezuela, la Colombie, l'Afrique du Sud, etc. Au début de la décennie 1990, la catégorie de marchés émergents s'est transformée en "pays émergents". La notion de pays émergents met l'accent sur l'attractivité des investissements et, parfois, sur le dynamisme commercial. Ce *concept mou* rassemble des économies dynamiques sans critères explicites et il est parfois dénaturé pour désigner l'ensemble des pays en développement ». Nous reviendrons dans le chapitre premier de cette thèse sur l'application et la désignation de la notion de pays émergents, notamment à travers la compréhension de différentes définitions des pays émergents.

<sup>12</sup> Les chiffres de l'OMT proviennent pour l'essentiel des déclarations des pays partenaires. Ces chiffres sont à prendre avec nuance, car des différences importantes dans la définition des mobilités touristiques varie selon les pays.

émergents à forte population » (Origet du Cluzeau et Viceriat, 2009 : 21), par la densification des moyens de transport et par une ouverture des sociétés aux pratiques vacancières. La dynamique des émergents, en particulier la Chine, est le fait de la constitution d'un marché solvable en plus d'être un marché touristique nouveau et massif. La CNTA donne le chiffre de plus de deux milliards de déplacements de touristes en Chine pour l'année 2014. Le tourisme dans les pays émergents est marqué par l'augmentation récente et importante du tourisme intérieur.

L'insertion des pays émergents dans la mondialisation est marquée par l'intensification des mobilités touristiques dans les flux mondiaux. En effet, les géographes spécialisés sur les questions de tourisme en Asie (Taunay, 2009 ; Taunay et Violier, 2012 ; Peyvel, 2009 ; Sacareau, 2006 ; et Cabasset, 2000, 2004 et 2008) soulignent l'importance de la région Asie-Pacifique comme bassin récepteur et émetteur de touristes dans le monde. Une seconde caractéristique majeure et très contemporaine (moins d'une génération) soulevée par ces mêmes chercheurs est « l'importance démographique de flux de touristes nationaux à l'intérieur de leurs frontières par rapport aux touristes internationaux » (Cabasset-Semedo, Peyvel, Sacareau et Taunay, 2010 : 221). Pour autant, cette importance numérique, qui a des conséquences spatiales et sociales profondes est peu étudiée et largement méconnue du champ des sciences sociales et humaines. Il est donc nécessaire d'en étudier et dégager les axes structurants. Il y a donc un vaste chantier à élaborer avant d'établir les fondations des dynamiques du tourisme dans les espaces ruraux en Chine. En ce sens, nous devons comprendre et identifier les acteurs essentiels de ce phénomène récent et important. La constitution d'une classe de citoyens consommateurs de produits touristiques est au cœur de la problématique touristique en Chine.

## **La construction d'une société de loisirs et nouveaux citadins : un milliard d'urbains, besoin d'ailleurs<sup>13</sup> et temps<sup>14</sup> social nouveau**

---

Ce travail de thèse propose d'identifier une mutation des goûts et besoin des citadins en matière de loisir et de tourisme. L'urbanisation et l'ouverture correspondent à la pénétration dans le tissu social de nouvelles activités et perceptions.

La Chine, hier paysanne et majoritairement agricole, est devenue un pays où le taux d'urbanisation dépassent les 50 %, où l'industrie domine et de plus en plus le secteur tertiaire dans les grandes villes. Ces dernières sont le pivot et la vitrine du développement chinois (Sanjuan, 2007 : 6). Le processus d'urbanisation s'est poursuivi en Chine à un rythme soutenu : environ 3,5 % par an depuis 30 ans<sup>15</sup>, soit 10 à 20 millions de nouveaux urbains chaque année, et « une surface urbanisée, multipliée par 6, aujourd'hui vaste comme la totalité du territoire suisse » (Doulet, 2008 : 6). Par là même, le premier ministre Li Keqiang annonçait à la fin de l'année 2013 que le taux d'urbanisation atteindrait 60 % en 2020. La population urbaine chinoise s'est accrue « de 281 % entre 1970 et 2010 » (Kamal-Chaoui *et al.*, 2009 : 5). Pour autant, le processus d'urbanisation en Chine n'est pas achevé. Le seuil du « milliard d'urbains chinois est prévu pour 2025 » (McKinsey Institute, 2009 : 13). Ainsi le pays se prépare à l'absorption de plus de 250 millions d'individus supplémentaires dans les villes d'ici à moins de 15 ans. Selon Wen Tiejun<sup>16</sup>, c'est au sein de la petite bourgeoisie chinoise (*xiaokang*) que se forme une classe moyenne la plus importante au monde, qui se chiffre entre 205 et 300 millions d'individus, soit plus de 20 % de la population du pays. Ce chiffre pourrait atteindre les 500 millions en 2015, soit 30 % de la population totale. En même temps, le Parti communiste chinois a inscrit dans ses statuts en 2002 la théorie des « trois représentativités » (*san ge daibiao*), faisant du peuple, du monde culturel et des entrepreneurs privés, les trois forces productives évacuant les anciennes classes

---

<sup>13</sup> Nous définissons la notion d'ailleurs comme une composante de la géographie de l'altérité. L'ailleurs est lié à l'idée de dépaysement, au sens de ce qui est autre, de ce qui est extérieur à un « soi » (Turco, 2003 : 53 et 59).

<sup>14</sup> Nous entendons par temps : « le temps est une des dimensions construites de la société qui recouvre l'ensemble des relations de succession et de durée des événements, mais aussi l'ensemble des représentations et des usages du temps par les opérateurs » (Lussault, 2003 : 900).

<sup>15</sup> L'urbanisation de la Chine est contemporaine de l'ouverture progressive du pays à l'économie libérale globale. Il est important de noter que la croissance urbaine est des plus accélérées depuis la reprise des réformes au début des années 1990, après un renfermement temporaire de la Chine sur elle-même, suite aux événements de mai juin 1989 place Tian'anmen.

<sup>16</sup> Économiste et spécialiste du monde rural en Chine.

prolétariennes (ouvriers et paysans) (Sanjuan, 2006). Aujourd'hui, la classe moyenne urbaine est reconnue comme une classe à part entière à l'interface des trois représentativités, en particulier celle du monde culturel et des entrepreneurs privés.

Parmi les nouvelles occasions qui s'offrent à la Chine pour pérenniser sa croissance, il y a « l'émergence d'une classe moyenne qui constitue un nouveau marché pour les biens et les services » (Lemoine, 2012 : 14 ; Aglietta et Guo, 2012 : 248 et 303). Selon certains hauts responsables chinois, c'est la demande intérieure qui devrait permettre d'assurer des taux de croissance flatteurs. Pour l'instant, la Chine est le pays dans lequel la consommation est « la plus basse par rapport au PIB, à un peu plus de 35 %, contre à peu près 60 % en Europe, alors que l'investissement est lui à 50 % (10 % en Europe) » (de Spens, 2012 : 47). La Chine est en train d'opérer des changements majeurs. Elle sort progressivement de son modèle décrit précédemment pour répondre à l'ampleur de ses défis internes<sup>17</sup>. La Chine acquiert peu à peu le statut de puissance financière par un excédent d'épargne et de surplus commerciaux. Elle passerait alors du statut « d'atelier du monde » à celui de « créancier du monde » (Meyer, 2014 : 173).

En 2022, toute la population sera couverte par la protection sociale et médicale, a promis le président Hu lors du XVIII<sup>ème</sup> congrès, nourrissant ainsi l'espoir de stimuler la consommation des ménages chinois, tandis qu'une étude du Boston Consulting Group estimait que la classe moyenne en Chine, dont les revenus sont compris « entre 7 300 et 23 200 dollars par an, devrait doubler en nombre dans le même horizon pour atteindre 50 % de la population, contre 28 % aujourd'hui » (de Spens, 2012 : 48).

Parmi les défis importants pour les autorités chinoises, il y a celui d'un passage d'un modèle économique basé sur des exportations vers une économie structurée par une consommation intérieure, par la constitution d'un marché et du développement du secteur tertiaire (Aglietta et Bai, 2012 : 303). Pour autant, la consommation intérieure chinoise reste faible, mais celle du tourisme intérieur chinois vient comme un contrepoint. L'émergence d'une classe moyenne de près de 250 millions d'individus (McKinsey, 2009 :13) dans un contexte de forte fragmentation socio-spatiale pourrait représenter un support important pour les autorités. Le développement du tourisme intérieur chinois semble être une des clefs du pouvoir chinois pour

---

<sup>17</sup> La crise des « subprimes » depuis 2007-2008 et la chute de Lehman Brother ont eu un impact colossal dans l'économie chinoise. Le plan de relance de 4 000 milliards de yuans, initié par les autorités, pour injecter des fonds dans l'économie a pu un temps limiter les effets de la crise.

assurer le décollage de la consommation intérieure, de sa diffusion des provinces littorales (ayant le plus bénéficié du développement économique) vers les provinces intérieures et périphériques. Au cœur de la consommation intérieure, le tourisme des Chinois en Chine (dans notre cas d'étude, celui du tourisme dans les espaces ruraux) est un marqueur important des mutations contemporaines.

L'urbanisation de la Chine a fait naître incontestablement une portion de la population urbaine de plus en plus ouverte sur le monde, de plus en plus informée (malgré les formes de censure), formant une classe consumériste. Il faut sans doute chercher à comprendre l'essor du tourisme intérieur chinois suivant deux points importants depuis le retour accéléré de la libéralisation de l'économie chinoise en 1992. Le premier point se situerait dans le changement de paradigme et le passage de l'utopie communiste-maoïste à un vide béant dans les esprits des citoyens chinois, surtout depuis l'échec des revendications de libertés en mai et juin 1989. Ces violences ont donné comme une contraction d'un ressort dans l'espoir d'acquérir des libertés, puis avec la relance des réformes en 1992, ce même ressort se relâche, sans pour autant avoir plus de droits et libertés.

Ainsi l'ouverture au monde et l'enrichissement personnel deviennent-ils les piliers d'une nouvelle utopie : le consumérisme et le nationalisme. Le deuxième point serait lié et alimenté par le premier. Il s'agit pour l'État-Parti de promouvoir la consommation intérieure pour relayer son actuel modèle économique, basé depuis 30 ans sur l'exportation de biens manufacturés. Le tourisme intérieur est avant tout une activité économique fondée sur la consommation. De plus, c'est pour l'État-Parti l'occasion de diffuser son message politique pour se maintenir et contrer les mécontentements, par la possibilité donner aux Chinois, en particulier citadins, de voyager, de découvrir ou redécouvrir des lieux, des activités de loisirs nouveaux et inconnus.

Pour autant, le changement d'un régime totalitaire en un régime autoritaire avec l'introduction de réformes économiques (Cabestan, 2014) entraîne depuis une trentaine d'années un renouvellement des catégories. La place de l'individu dans la société est questionnée. Des libertés individuelles sont accordées, en particulier celle de voyager dans son pays et depuis, plus récemment à l'étranger. L'accès à la propriété est également un des changements majeurs opérés depuis l'ouverture. Cependant, le régime reste autoritaire et l'octroi de libertés est limité. La Chine des réformes voit l'émergence de la notion de l'individu chinois. Ce dernier est pris entre

les relatives libertés issues des réformes et le poids du contrôle par le régime<sup>18</sup>. Il est alors un individu plus économique que politique (Chen, 2002). L'absence de pluralisme politique vient renforcer cette situation. Le peuple continue d'être pensé en termes de masses et de catégories sociales.

Le choix récurrent des touristes chinois pour un circuit touristique individualisé davantage qu'organisé semble être un signe de l'émergence de l'individualisme. Cet individualisme s'apparente plus à un hédonisme consumériste qu'à une véritable expression de l'individu. Le régime maintient un étroit contrôle sur celle-ci et ne laisse l'individu s'exprimer que dans le cadre autorisé par les réformes. La population urbaine gagne en autonomie dans sa vie quotidienne. La libre consommation constitue « une émancipation de la relation tutélaire qui, à l'exception des cadres (*ganbu*), liait tout citoyen à l'État par l'unité de travail (*danwei*) » (Angeloff, 2010 : 79). Les hiérarchies sociales et professionnelles se trouvent donc redéfinies par la liberté de consommation et la diversification des biens consommés.

Selon un sondage intitulé « la liste des désirs des Chinois », en 2005, dans le journal *Xinzhoukan* (Nouvel Hebdomadaire)<sup>19</sup>, le premier désir était « de gagner plus d'argent et de s'enrichir » (72,7 %), le deuxième était « de voyager et de faire le tour du monde » (65,1 %), et le troisième était « que la Chine devienne la première puissance du monde » (54,1 %). Puis viennent ensuite : « conduire une voiture de grande marque », « habiter dans une grande villa spacieuse », « devenir un patron », « gagner un grand prix au loto », « être chanceux dans les liaisons amoureuses ». Derrière ce sondage se dessine l'image d'une classe chinoise enrichie et consommant de plus en plus dans tous les domaines. La société chinoise voit émerger une classe moyenne dans les villes, intégrée à des logiques consommatrices, et de plus en plus revendicatrices de nouveaux goûts et pratiques. Le nouvel ordre socio-économique postfordiste, les changements dans les modes de vie, l'essor d'une société de consommation, l'enrichissement global du monde urbain aboutissent à une réelle volonté de mieux-être. Si cette couche moyenne est difficile à identifier, elle correspond néanmoins à une part de la population urbaine chinoise, aujourd'hui propriétaire de son logement au prix du marché, découvre les plaisirs de la société de consommation et des réformes du temps de travail et du voyage (Sanjuan, 2007 : 6). Le second

---

<sup>18</sup> Dans la Chine ancienne, comme dans beaucoup de sociétés « traditionnelles », l'individu était défini par le réseau de liens familiaux, locaux ou traditionnels dont il faisait partie (famille, village, clan). « Les décennies du régime maoïste n'ont rien changé à cela. La notion d'individu est toujours niée. C'est la famille et non l'individu, qui était l'unité la plus petite de la société » (Aglietta et Guo, 2012 : 32).

<sup>19</sup> Le Quotidien du peuple du 24 juillet 2007. <http://french.peopledaily.com.cn/6247424.html>

écho du sondage de l'hebdomadaire révèle les inquiétudes de la société chinoise dans les incapacités de l'État-Parti en termes de sécurité sociale, de pollutions, de sécurité alimentaire, de corruption et d'emploi.

Ces mutations sociales sont accompagnées par la production d'un temps social nouveau. Les autorités vont travailler à l'élaboration d'un nouvel agenda du temps non travaillé. Ceci a été l'objet d'une progression par étapes du milieu des années 1990 à très récemment témoignant de la complexité de mettre en œuvre un calendrier définitif dans une société en rapide changement. L'apparition du temps libre va profiter au développement des loisirs et du tourisme intérieur. En 1995, la durée légale du temps de travail hebdomadaire est passée de 44 à 40 heures. En 1999, le gouvernement décide d'instituer trois jours de congé dans l'année : la fête du Printemps, la fête du Travail et la Fête nationale du 1<sup>er</sup> octobre. Ces trois périodes sont toutes des saisons touristiques importantes sur lesquelles se concentre l'essentiel des mobilités touristiques. Les Chinois les appellent les « semaines en or » (*huangjinzhou*). En 2007, le calendrier est révisé. Les trois périodes de congés sont conservées, et des fêtes traditionnelles sont ajoutées. Le développement du tourisme est lié à la maîtrise progressive par les individus de leur temps, doublée par une modernisation des transports.

Ce nouveau temps « à soi » devient du temps libre, contribuant à la recomposition du rapport aux autres comme du rapport à soi. La montée en puissance de l'aspiration des masses à une vie meilleure, auquel le tourisme est associé, la mise en pratique croissante de la liberté qu'est la mobilité touristique, la légitimation sociale de l'intérêt porté au corps et au bien-être, tout ce mouvement est en train de produire des effets profonds sur la société (MIT, 2002 :14).

Cette thèse tente de montrer des tendances et perceptions nouvelles, à savoir l'intérêt croissant et important pour le tourisme et des loisirs dans certaines campagnes. Ces dernières vont donner une modification des espaces et des lieux en relation avec le processus touristique. La transformation des lieux et des espaces permettent une double recomposition originale. Il y a une apparition de sites et une accessibilité à ces derniers, qui auparavant ne l'étaient pas, entraînant un renouvellement des regards. Puis, l'aménagement de ces lieux est spécifiquement dédié à ces pratiques touristiques nouvelles.

L'espace support (rural) à ce processus touristique est au cœur des problématiques de développement, d'urbanisation et d'équilibre ville-campagne.



## Un processus touristique récent ? 2006, année du développement des campagnes par le tourisme pour résoudre des problèmes ruraux

---

La puissance chinoise se lit ainsi dans l'essor de l'industrie du tourisme. La Chine sortie de l'enclavement est rentrée dans une mondialité touristique (Coëffe *et al.*, 2007 : 86). Ceci montre la fin d'un pays fermé à l'étranger, mais son ouverture reste sous contrôle. En Chine, selon l'Administration centrale du tourisme (China National Tourism Administration - CNTA), les tourisms intérieur et international confondus rassemblent plus de 2,6 milliards de déplacements touristiques en 2012 (CNTA, 2012). Les recettes du tourisme dépassent 2 750 milliards de yuans environ (408 milliards de dollars) en 2012 selon le *Quotidien du peuple*<sup>20</sup>. Les seules recettes du tourisme intérieur représentent 2 220 milliards de yuans. La Chine est ainsi le plus grand marché de tourisme intérieur au monde<sup>21</sup>. À titre de comparaison, le tourisme international représentait un volume de 133 millions de touristes, pour une recette de 48,5 milliards de dollars. Le tourisme en Chine est un outil de développement et de promotion d'espaces parfois en difficulté (Véron, 2013). Il devient un enjeu important au service du politique pour mobiliser des fonds et susciter des infrastructures d'aménagement.

En ce qui concerne le tourisme rural (*xiangcun lüyou*)<sup>22</sup> à proprement parler, la CNTA avance le chiffre de 56 millions de touristes étrangers en 2012 (devenant la troisième destination touristique mondiale). Ceci est donc marginal si on le compare aux statistiques du tourisme intérieur. Le tourisme rural représente 300 millions de touristes par an et 40 milliards de yuans de recette touristique (Shao, 2007 ; et Su, 2011: 2).

Le tourisme rural en Chine connaît un véritable tournant dans le cadre du XI<sup>ème</sup> Plan<sup>23</sup> quinquennal (2006-2011) et de l'organisation d'un forum international qui dicteront les directives à suivre pour les provinces concernant la définition, l'aménagement et la gestion de ce phénomène touristique. Dans la ville de Guiyang (capitale provinciale du Guizhou<sup>24</sup>), en 2006,

---

<sup>20</sup> Le *Quotidien du peuple* reprinted un communiqué de l'Administration centrale du tourisme en Chine (CNTA) <http://french.peopledaily.com.cn/Tourisme/8088339.html> (Consulté le 12 janvier 2015).

<sup>21</sup> Ces chiffres flatteurs sont à analyser soigneusement pour deux raisons. La première concernerait le mode de recueil et d'exploitation des données statistiques. La seconde raison serait de chercher à comprendre ce qui est considéré comme tourisme, comme mobilités touristiques et enfin qui sont les touristes ?

<sup>22</sup> Désignation en anglais et en chinois du secteur du tourisme rural dans la littérature concernée.

<sup>23</sup> La notion de planification est à nuancer. Le XI<sup>ème</sup> Plan est officiellement intitulé « lignes directrices », le mot plan ayant disparu (Langer, 2011 : 86).

<sup>24</sup> La province du Guizhou se situe dans le sud-ouest de la Chine. C'est une des provinces les plus pauvres, enclavées et encore très rurales de Chine. En 2012, selon l'annuaire des statistiques de Chine *Zhongguo tongji nianjian*, le PIB

s'est tenu un « forum international sur le tourisme rural » (2006 *nian xiangcunlüyou guoji luntan*) organisé et conduit par l'OMT, la CNTA, la Banque mondiale et le gouvernement de la province du Guizhou. Ce forum déclare l'année 2006 comme année du tourisme rural. Cet événement international a rassemblé plus d'une quinzaine de pays, dont les États-Unis, la France et des pays d'Asie orientale<sup>25</sup>.

Les objectifs de ce forum faisaient notamment le bilan de l'industrie du tourisme rural en Chine. Les différentes allocutions mettaient en évidence le nombre de 3 millions de touristes par an, pour une recette touristique s'élevant à 400 millions de yuans<sup>26</sup>. Les principaux thèmes traités lors du forum ont été les suivants : « implication des acteurs, conservations et durabilités, développement de produits, authenticité et qualité, et rôle des gouvernements et des organismes officiels » (OMT, 2008 : 12). Derrière ces thèmes imprécis, l'objet du tourisme rural devait être redéfini à la fois en terme d'aménagement des espaces ruraux et devenir un véritable outil de développement rural.

Le choix de l'année 2006 pour l'organisation et la tenue d'un tel événement international n'est pas le fruit du hasard. Il correspond à l'agenda de l'application du XI<sup>ème</sup> Plan quinquennal sur le territoire chinois. Il renvoie notamment à la mise en place d'un plan politique pour les campagnes en Chine : la politique d'édification des « nouvelles campagnes socialistes » (*shehui zhuyi xin nongcun jianshe*). Ce programme doit permettre la réduction des écarts ville-campagne, de développer les infrastructures de transports, de logement et d'accès aux soins. Les espaces ruraux ont été au cœur des préoccupations politiques depuis une décennie.

Placées dans les axes prioritaires d'intervention de l'État-Parti, « une succession de politiques de développement rural, de réduction des inégalités, de modernisation de l'agriculture et d'aménagement des infrastructures de base ont été mises en place » (Colin, 2013 : 11). Il s'agit dès 2004 (sous la direction de Wen Jiabao et Hu Jintao, respectivement premier ministre et président de la République populaire de Chine) de la mise en évidence de « trois problèmes ruraux » *sannong wenti*. Il s'agit d'enjeux relatifs à l'agriculture (*nongye*), à la paysannerie (*nongmin*) et aux campagnes (*nongcun*). Ceci fait référence aux analyses du spécialiste du monde rural chinois Wen Tiejun (et secondairement He Xuefeng), qui, dès la fin des années 1980, se

---

par habitant était de 19 570 yuans. Le PIB était équivalent à celui de l'Égypte : 3 100 dollars. NB. : en janvier 2014, 1 euro est équivalent à 8,25 yuans.

<sup>25</sup> En ce sens, la Chine a su développer une véritable diplomatie de l'événementiel et de l'organisation de forums et de sommets en écho à l'accueil, puis aux transferts de savoirs et de technologies venant de l'étranger.

<sup>26</sup> 1 euro en 2006 était équivalent à 9,55 yuans.

penche sur les problématiques du développement rural en Chine. Il identifie alors les trois problèmes ruraux (*sannong wenti*) comme étant le cœur de la réflexion et développera une école de la construction des nouvelles campagnes (*xin xiangcun jianshe pai*).

Depuis la fin des années 1990, un courant de pensée se développe autour des processus de transformation et développement du monde rural en Chine. Dans ce sens, les X, XI et XII<sup>e</sup> plans quinquennaux proposent successivement des programmes de modernisation et de développement des campagnes chinoises afin de réduire les écarts de développement avec les villes. Parmi les outils pris en compte, le tourisme est perçu comme primordial pour accompagner l'aménagement et l'équipement des espaces ruraux. En même temps d'une urbanisation forcée et puissante, le monde rural recule et se transforme.

C'est dans ce contexte de mutations rurales que notre travail prend toute sa place. En un peu plus d'un demi-siècle, les campagnes chinoises ont connu de nombreux bouleversements. La collectivisation, le Grand Bond en avant, la Révolution culturelle, la décollectivisation et l'industrialisation des campagnes littorales ont à chaque fois modifié les modes et conditions de vie des paysans chinois, ainsi que l'organisation du monde rural. Les dynamiques rurales aujourd'hui en Chine sont ainsi mues par les transformations de la production agricole chinoise en lien avec les logiques de marché, par les défis fonciers et environnementaux d'un pays en forte industrialisation, et surtout par la transition urbaine en cours et les nouvelles polarités métropolitaines qui émergent. Le tourisme rural marque donc une nouvelle pénétration du secteur tertiaire dans les campagnes.

Ainsi les mondes ruraux ne sont-ils plus uniquement ceux de la production et de l'industrialisation, mais également de l'aménagement et de la consommation touristiques. Les relations ville-campagne renvoient aux représentations et aux fonctions renouvelées du rural, la civilisation urbaine dominante tisse de nouveaux liens avec les mondes ruraux, par là même, la prégnance des pouvoirs publics change. « Les enjeux de la ruralité ne peuvent être relégués aux confins de l'urbanisation du monde » (Jean et Guibert, 2011 : 11). L'importance croissante des relations entre les villes et les campagnes invite donc à repenser « les politiques de développement rural parfois réduites à des programmes de développement agricole ou insuffisamment intégrées aux politiques de développement régional » (Jean et Guibert, 2011 : 13). Les dynamiques rurales engendrées par le développement d'une industrie du tourisme dans les

campagnes sont le fruit des changements profonds de la société chinoise. Le processus d'ouverture et d'urbanisation a engendré une rupture avec les logiques socialistes d'hier.

Les espaces ruraux supports du processus touristique sont analysés dans un cadre régional particulièrement dynamique ; au cœur des mutations socio-économiques issues de la politique de réformes de la fin des années 1970. Nous avons choisi la région du delta du Yangzi pour conduire nos recherches.

### **Shanghai et le delta du Yangzi, un espace pour une réflexion sur de nouvelles ruralités liées au tourisme**

---

Cette recherche donne la priorité à une interrogation essentielle, celle des mutations des rapports entre la ville et la campagne, et des adaptations aux logiques de la métropolisation, dans un contexte de domination du pôle shanghaien sur la région du bas Yangzi ou delta du Yangzi, vaste espace mégalopolitain (Sanjuan, 2004 et 2009). Au début des années 2010, le delta rassemble un peu plus de 100 millions d'habitants, plus 20 % du PIB national et 50 % des IDE en Chine (Sanjuan, 2015).

Une recherche collective publiée par l'OCDE (Kamal-Chaoui, Leman, Zhang, 2009) mettait en évidence 28 systèmes urbains régionaux<sup>27</sup>. Ce sont des espaces qui, d'une perspective fonctionnelle, établissent un lien entre des centres urbains de différentes tailles dispersés sur un territoire et un centre métropolitain. Un changement d'échelle s'opère de l'échelle urbaine à l'échelle métropolitaine. Le territoire chinois se lirait désormais au travers d'un développement régional caractérisé par sa densité de réseaux, son urbanisation, sa concentration économique et démographique. Parmi ces 28 ensembles métropolitains, la région de Shanghai et de son arrière-pays tient une place particulièrement importante dans le dispositif territorial chinois.

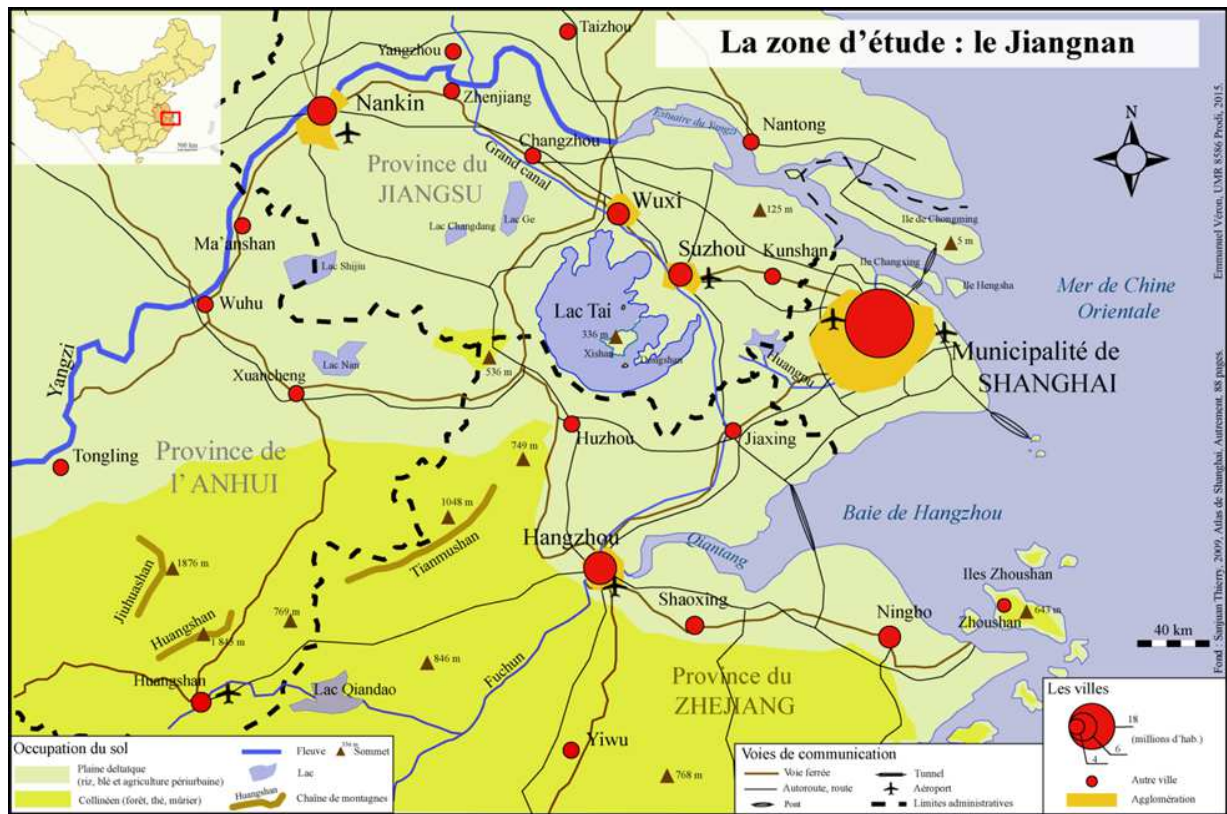
L'histoire de Shanghai et de son hinterland<sup>28</sup> (la région du delta) à la différence d'autres régions urbaines comme Pékin, Xi'an ou Chengdu ne se confond pas avec le temps long de l'histoire chinoise. Shanghai (dotée d'une enceinte dès le XIII<sup>e</sup> siècle) était d'abord un chef-lieu d'un district ou comté (*xian*) avant de connaître une révolution urbaine tardive contemporaine de la chute de l'Empire chinois et de l'« intrusion » étrangère. « Shanghai n'est

---

<sup>27</sup> Nous donnons une cartographie de ces 28 ensembles métropolitains dans le volume des annexes.

<sup>28</sup> Nous retenons la définition d'Alain JM Bernard : « Au départ, arrière-pays d'un port. Par extension, tout territoire fournissant des ressources à un nœud de réseau qui fonctionne comme commutateur avec ce territoire » (Bernard, 2003 : 455).

pas qu'une ville réelle. C'est d'abord une multiplicité de discours et d'images. Une construction politique et idéologique avant d'être une réalité urbaine et sociale » (Henriot et Zheng, 1999 : 10). Cette dimension est aujourd'hui opératoire. Shanghai domine et « fonctionne » sur une région vaste, dont le delta du Yangzi est le premier acteur.



Carte 2.

Notre région d'étude<sup>29</sup> s'étire sur des espaces deltaïques et collinaires de plusieurs dizaines de milliers de kilomètres carrés (entre 50 000 et 60 000 km<sup>2</sup>). Cette région de delta s'étire de la municipalité de Shanghai jusqu'à la province de l'Anhui, en amont du delta du Yangzi. Nous avons mené nos enquêtes de terrain de la partie méridionale du Yangzi dans la périphérie de la ville de Hangzhou dans le Zhejiang, dans le sud de la province du Jiangsu entre Nankin et le Lac Tai, dans le sud de la province de l'Anhui et enfin dans les périphéries rurales de Shanghai. Cet espace est fortement urbanisé, soumis à d'intenses transformations et aménagements. Il y a plusieurs types d'espaces ruraux composant cet ensemble régional. Notre

<sup>29</sup> La carte de distribution des sites touristiques se trouve hors annexes en fin de manuscrit.

travail prend son originalité dans la distinction de plusieurs types d'espaces ruraux supports au tourisme. En effet, ce tourisme est apparu dans les périphéries des grandes villes chinoises. Par ailleurs, il y a une distribution spatiale des lieux et des pratiques touristiques partant des espaces ruraux périurbains jusqu'à des campagnes plus éloignées, voire reculées.

Cet espace très urbanisé est dominé par la métropole de Shanghai. C'est une métropole issue de l'aventure moderne de la Chine (Sanjuan, 2009 : 13). Elle est le fruit d'une greffe, fille de l'implantation occidentale et japonaise sur les rives de la rivière Huangpu au lendemain des guerres de l'Opium. Shanghai n'est ni tout à fait chinoise, ni tout à fait étrangère. Elle est une ville à l'interface entre deux mondes.

De la première moitié du XX<sup>ème</sup> siècle à aujourd'hui, Shanghai tient une place particulière dans le dispositif économique chinois. Elle devient en quelques décennies seulement une des grandes métropoles du monde. Elle est dès lors le lieu des échanges commerciaux, et culturels entre une Chine désunie (de la chute de l'Empire jusqu'à l'instauration de la République populaire de Chine) et le reste du monde. L'originalité réside sûrement dans son ascension brutale et récente, ce qui fait souvent dire aux Chinois (en particulier d'autres villes chinoises comme Pékin, Canton, Chengdu ou Hangzhou) qu'il s'agit d'une ville sans histoire. Paradoxalement, c'est au tournant des années 1990 que Shanghai connaît une renaissance, par la relance des réformes.

C'est dans ce lieu « sans histoire » que la trajectoire contemporaine de la Chine est écrite. Les deux dernières décennies font de Shanghai une métropole, dont le bâti, ses structures économiques, ses infrastructures urbaines et autres services vont se moderniser. Marqué par une forte métropolisation de son espace régional, le rayonnement de Shanghai s'étend aux périphéries rurales et aux villes voisines. Elle est la métropole dominante de la région du delta du Yangzi jusqu'à Nankin, Hangzhou et Ningbo. Elle acquiert une force nouvelle dans sa fonction de tête de dragon (*longtou*), dont le corps serait le fleuve Yangzi. C'est au sein de cet espace métropolitain que s'opère le processus touristique qui fait l'objet de cette thèse.

Si Shanghai est incontestablement l'une des principales métropoles au XXI<sup>ème</sup> siècle, la force qu'elle tire de sa proximité passée avec l'Occident la positionne aujourd'hui en tant que vitrine du développement, et laboratoire pour le reste de la Chine. Shanghai est devenue le phare urbain<sup>30</sup> de la modernisation et de la montée en puissance de la Chine dans ce nouveau siècle, elle

---

<sup>30</sup> Les images contemporaines de Shanghai montrent fréquemment le front d'eau (*waterfront*) du quartier financier de Lujiazui dans l'arrondissement de Pudong, fruit d'un réel pastiche urbain. Les tours de la Perle d'Orient, Jinmao, du World Financial Center ou la tour Shanghai forment un *skyline* unique au monde.

se veut le modèle d'une modernité chinoise qui résiste à la banalisation des sociétés mondialisées, en se proposant comme référence nouvelle pour le monde. En plus de connaître de profondes recompositions urbaines et un renouvellement de ses structures économiques, l'extension de son rayonnement régional s'est considérablement accrue depuis vingt ans.

Shanghai et le delta du Yangzi forment une mégalopole (Sanjuan, 2009). Cet ensemble régional est constitué d'un réseau de grandes villes proches, complémentaires, dont les espaces environnants, initialement ruraux, sont reliés peu à peu en une immense conurbation dominée par Shanghai. Le delta est l'arrière-pays (hinterland) de Shanghai, il est aussi le berceau du capitalisme chinois. Les espaces ruraux maintiennent les fortes densités et le développement non agricole des campagnes donne une complémentarité fonctionnelle avec la ville. Les campagnes, dans leur rapport à la ville, reflètent désormais, en les exacerbant, les inégalités de développement qui existent à l'échelle du pays. Les régions rurales de la Chine littorale et méridionale concentrent l'initiative industrielle dans les pôles ruraux eux-mêmes. Les acteurs sont les communautés locales agricoles, qui réorientaient leurs activités vers les secteurs secondaires et tertiaires (Aubert, 2006 a : 94 ; et 2006 b : 70). Les campagnes sont investies dès lors par une industrialisation légère à vocation largement exportatrice, donnant un « développement par le bas » d'une partie de la Chine. Une porosité grandissante entre les villes et les campagnes en termes de complémentarité économique et de mobilité, ainsi qu'une polarisation de l'espace chinois sur les villes et grandes métropoles, sont à l'origine de cette évolution.

### **Cadre de la recherche : une étude du processus touristique dans les espaces ruraux en Chine**

---

Une analyse portant sur la société dans un pays émergent, la Chine, dans ses dimensions spatiales, semble nécessaire pour à la fois renouveler les approches de la géographie sur les pays émergents et contribuer à améliorer les connaissances sur ces pays (Fleury et Houssay-Holzschuch, 2012).

Avant l'ouverture de la Chine (1979), les informations disponibles étaient extrêmement parcellaires et le terrain difficile d'accès, « les chercheurs en sciences sociales et humaines en étaient réduits à user d'expédients pour mener leurs recherches » (Charon, 2013 : 1). Aujourd'hui, en revanche, l'accès au terrain chinois s'est considérablement facilité, même si le pays reste

autoritaire, et plus encore, le chercheur est face à une très abondante documentation et production de savoirs. L'immensité quasi continentale de la Chine donne un premier écueil à l'analyse en science sociale et humaine. Les approches macro des dynamiques socio-spatiales contemporaines sont plus aisées, laissant de côté les analyses à plus grande échelle. Enfin, l'accès et l'écriture de l'histoire officielle, souvent mobilisée pour aborder tel ou tel processus, ne permettent que partiellement de rendre compte avec précision des réalités. Il ne convient ni de l'écartier totalement ni d'en faire une source essentielle.

Un travail sur le tourisme intérieur chinois, en particulier l'industrie du tourisme rural revêt une triple approche, d'abord celle d'un pays autoritaire fortement dirigiste en termes d'aménagement, de gestion et de promotion, puis celle du temps très récent de l'apparition du processus touristique et enfin celle des espaces concernés, à savoir des espaces ruraux.

Aussi, l'étude du tourisme intérieur en Chine permet de mettre en évidence un triple outil pour les autorités : aménagement et réduction de la pauvreté ; diffusion de messages politiques et la possibilité d'acheter la paix sociale. Nous mobiliserons donc les champs disciplinaires du tourisme intérieur, notamment dans les pays émergents, et une géographie (rurale) renouvelée des relations ville-campagne dans un contexte de métropolisation.

Nous avons rapidement mis en évidence les creux bibliographiques sur les questions du tourisme rural en Chine. Il existe en effet peu d'étude sur le tourisme en langue française. L'intérêt<sup>31</sup> de cette étude se renforçait donc d'un approfondissement des études sur le tourisme dans les pays émergents, en particulier du tourisme national.

Nous pouvons dégager de ces lectures six caractéristiques à approfondir : 1. Un accès progressif et récent au tourisme ; 2. Le tourisme comme reflet des transformations socioéconomiques ; 3. L'importance de l'État dans l'encadrement du tourisme ; 4. Le tourisme prend appui sur des sociabilités élargies ; 5. Altérité et différentiel entre les lieux ; 6. Le rapport à la modernité et lieu de la mémoire nationale.

En Chine, et à plus grande échelle dans les régions métropolitaines, on remarque le manque d'études sur la structuration du tourisme rural, son offre, et la demande croissante pour la valorisation du temps libre dont disposent les citoyens chinois. C'est en rapport avec ces manques

---

<sup>31</sup> Ces intérêts de recherches sont sans doute à chercher dans notre itinéraire scientifique. Après un travail sur la perception du rural par les citadins shanghaiens en master 1, nous avons mis en pratique (en master 2) ces différentes perceptions par une étude sur le tourisme rural dans les périphéries rurales de la métropole de Shanghai.



bibliographiques que nous avons construit notre objet de travail. Le développement du tourisme en Chine s'est fait à travers des lieux emblématiques. Il s'agira d'identifier les moments clés de l'invention et du développement du tourisme.

Nous cherchons à comprendre l'insertion des recherches sur le tourisme par l'intermédiaire d'un travail sur le tourisme dans les espaces ruraux fortement métropolisés en Chine. Il sera question de situer notre réflexion dans un cadre large de recherche sur les études du champ touristique. Nous nous référons régulièrement aux travaux de l'équipe MIT. Cette dernière rappelle : « la question de la distinction voyageur/touriste, tourisme d'affaires, tout comme les appellations tourisme donné à toute pratique qui s'associe plus ou moins heureusement un déplacement : « tourisme de vin, tourisme vert, tourisme rural, tourisme de séjour, tourisme résidentiel, tourisme médical, etc. » (Buhalis, 2001). Ces appellations sont, pour nous, à rejeter, car elles font semblant de désigner un ensemble alors qu'il s'agit d'une certaine pratique. Or, « une pratique ne peut être congruente avec un ensemble complexe tel que le tourisme. Elle en fait seulement partie » (MIT, 2011 : 279). Nous aurons donc au cours de ce travail de thèse une méthode d'identification des pratiques. Par ailleurs, l'interrogation portera sur la qualité de l'espace touristique.

Le tourisme rural s'est majoritairement développé dans les espaces périurbains ruraux des grandes et moyennes villes chinoises (comme Shanghai, Pékin, Xi'an ou encore Chengdu), un vivier important de citoyens pour la consommation touristique. (Wu et Fang, 1996 : 265 ; Wu et Cai, 2006 : 185 ; Wu, 2001 : 355 ; Wu, Huang, Ma, 2001 : 758).

Le projet principal de cette thèse est donc d'apprécier les relations ville-campagne renouvelées par les dynamiques du tourisme rural, le contexte d'écart de richesses entre les mondes urbains et ruraux, les aspirations nouvelles des citoyens (disposant de moyens techniques, économiques et temporels suffisants) se posant des questions sur eux-mêmes. Il s'agit alors d'interroger l'insertion des communautés rurales dans le secteur du tourisme et les politiques nationales de réduction de la pauvreté et de développement rural, ici dans un contexte de métropolisation.

En Chine, l'histoire des systèmes agraires, leur poids relatif au sein de sociétés rurales ou leur insertion inégale dans le processus de mondialisation ont déterminé une situation complexe des espaces ruraux, fortement stratifiés et qu'il convient d'analyser avec une grille multiscalaire. Les travaux menés sur les transformations économiques et sociales actuelles s'inscrivent à

l'échelle de la nation chinoise, que l'on y traite d'administration locale, de corruption, de droits fonciers ou des nouvelles pratiques matrimoniales. Les données régionales ou issues d'enquêtes monographiques sont alors soit considérées comme « représentatives d'un ensemble plus large, soit juxtaposées pour présenter un tableau général » (Thireau, 2002 : 11). Par là même, nous évitons un travail monographique faisant le choix de l'échelon du village<sup>32</sup> devenu lieu touristique.

L'analyse des évolutions rurales est parfois très centrée sur les activités agricoles, ce qui peut « entretenir une confusion rural-agricole, aussi bien dans l'analyse que dans l'action » (Jean et Guibert, 2011 : 16). Le champ disciplinaire et théorique de la géographie rurale embrasse un large spectre de questions : mutations des systèmes agraires, relations entre les évolutions de la fonction agricole et les « transformations des sociétés rurales, nouvelles fonctions des espaces ruraux, recompositions sociales et spatiales des campagnes et enfin l'influence des villes sur les dynamiques rurales » (Jean et Guibert, 2011 : 16). Aussi, « l'espace rural et l'agriculture sont particulièrement propices à des réflexions sur les imaginaires, les espaces vécus et les représentations et les perceptions de la ruralité » (Jean et Guibert, 2011 : 30). Notre position de recherche se situe dans l'analyse des transformations rurales induites par le tourisme rural.

Nous aborderons dans ce contexte la pluralité des « mondes agricoles » (Hervieu et Viard, 2001 : 11), avec l'évolution des activités socio-économiques, un renouvellement des relations villes-campagnes par les mobilités touristiques et de loisirs. Notre démarche trouve alors son origine dans une réflexion intégrée des rapports villes-campagnes et des ruralités dans lesquelles se projettent les enjeux internes de la société pour penser le global (Bonnamour, 1993 : 69).

L'étude du tourisme rural dans l'espace métropolitain shanghaien renvoie donc à un renouvellement de l'analyse de l'approche des espaces périurbains ruraux en Chine. Ce travail se situe pleinement dans ce qui est décrit par les sciences humaines et sociales françaises : les campagnes périurbaines participent et sont animées par une diffusion métropolitaine (Mora, 2008 : 65). Ces dynamiques traduisent une intégration des espaces ruraux périphériques, qui étaient restés jusque-là externes aux logiques strictement urbaines. Les périphéries des métropoles sont les laboratoires actuels d'une Chine « post-réformes » (Sanjuan, 2012 : 2). La métropolisation tend à nuancer le sens d'expressions dichotomiques qui présidaient

---

<sup>32</sup> Le village, objet par excellence de l'approche monographique du monde rural, est reconsidéré en fonction de phénomènes émergents (mobilités touristiques, nouvelle activité économique, arrivée d'habitants temporaires).

habituellement aux analyses géographiques : centre et périphérie, espace public et espace privé, rural et urbain (di Méo, 2010 : 33).

Le tourisme est indicateur et un outil de transformation du monde (MIT, 2002 : 10). Le tourisme peut être un outil de développement et d'aménagement au service la réduction de la pauvreté. Il est à l'origine de la transformation et de la modernisation de lieux. Dès l'ouverture de la Chine au monde, le leader Deng Xiaoping en fait l'un des outils majeurs pour dynamiser les territoires et l'économie des provinces (Xiao, 2006). Alors que les professionnels du tourisme en France, en Europe et aux États-Unis voient en la Chine un marché encore immature, récent, en constante période de renouvellement, voire « d'essai » (Champeaux, 2011 : 29), ce secteur est devenu « l'un des théâtres importants où se joue la problématique de la modernité chinoise » (Oakes, 1998 : 47).

La levée des restrictions sur les déplacements intérieurs en Chine au début des années 1980 va paradoxalement libérer d'une part les ruraux pour les villes, mais aussi les premiers voyageurs d'agrément et ainsi positionner la Chine dans un contexte d'hyper mobilité spatiale de ses citoyens. « Le tourisme participe dans la construction de l'homme moderne, à la transformation de ses rapports au temps et à l'espace » (Garat, 2005 : 278). L'approche par le tourisme intérieur chinois permet de revisiter et de reconsidérer les approches employées pour l'analyse du tourisme, qui sont principalement basées sur l'expérience des touristes occidentaux. Si cela est vrai pour le tourisme international, cela l'est d'autant plus pour le « tourisme à l'intérieur de la Chine où les touristes intérieurs représentent plus de 95 % du nombre total des touristes » (Leicester, 2008 : 224). La Chine nous offre la possibilité de mettre à l'épreuve certaines hypothèses concernant le tourisme. Selon Jean-Louis Rocca, la société urbaine expérimente quelque chose de très proche du « double phénomène que Jürgen Habermas identifie à la modernité, c'est-à-dire une étatisation de la société et une socialisation de l'État, qui n'est en fait qu'une nouvelle mise en scène de ce qui existait déjà » (Rocca, 2010 : 26)

Il nous est donc nécessaire d'explorer et de mobiliser les travaux existants pour comprendre les aspects de l'insertion du processus touristique dans les campagnes, sa structuration, sa gestion et la consommation de l'espace rural du tourisme.

Enfin, ayant choisi d'ajuster au plus près l'état de la question à la compréhension fine du fonctionnement de la complexité du processus touristique dans les espaces ruraux métropolitains, nous avons dû faire des choix dans les références bibliographiques analysées dans le fil du texte.

Nous n'ignorons pas les apports qu'ont eus les très nombreuses recherches sur le tourisme rural, notamment anglo-saxonnes et hexagonales. Nous les mobilisons pour construire notre propos. Nous n'ignorons pas davantage les expériences étrangères qui ont pu inspirer les politiques publiques chinoises, notamment la politique de développement rural et/ou local. Nos interrogations plaçant au centre le travail « de terrain » (Sanjuan, 2007), nous avons cependant opté pour une démarche qui part moins d'une construction théorique *a priori*, qu'elle n'apporte à cette dernière, les matériaux d'une étude de cas approfondie. Les références bibliographiques ont été sélectionnées en conséquence.

Nous devons maintenant exposer les différentes problématiques que pose le processus touristique dans les campagnes chinoises du delta du Yangzi. Nous réfléchissons ensuite aux hypothèses de travail suggérées par ces questionnements.

### **Problématiques et hypothèses de travail : tourisme et espaces ruraux en Chine, vers de nouvelles ruralités ?**

---

Nous analysons le tourisme dans les campagnes comme un système fait d'acteurs, de relations et de recompositions de lieux et d'espaces. Le tourisme dans les campagnes est à l'interface de l'urbain et du rural, il en donne de nouvelles frontières, de nouveaux liens. La problématique de fond du processus touristique dans les campagnes est celle du développement des espaces ruraux, parents pauvres du développement économique que seul l'urbain aurait su saisir, et en profiter pour connaître un épanouissement actuel, dont l'ampleur est sans commune mesure avec le passé. **Comment le tourisme reconfigure-t-il certains espaces ruraux du delta du Yangzi ? Comment le tourisme établit de nouveaux liens et dépendances entre villes et campagnes ?** Ces questionnements sur d'éventuelles recompositions rurales à la périphérie de la métropole shanghaienne suggèrent trois séries de questions sur d'une part, les acteurs, et les lieux, et d'autre part, l'espace métropolitain lui-même.

Premièrement, la présence dirigiste et forte de l'État-Parti dans les choix d'aménagements et de politiques touristiques naît des lieux inédits où se concentrent bon nombre d'acteurs, d'enjeux et d'intérêts divers. Les campagnes chinoises peuvent-elles s'appuyer sur le tourisme vert pour se développer ? Cette approche met en évidence l'existence d'une force endogène agissant sur les dynamiques rurales. Comment l'action interventionniste *top down* des autorités chinoises

s'opère-t-elle ? Quels sont les rôles des différents acteurs liés au tourisme rural ? Comment les ruraux s'insèrent-ils dans l'activité touristique ?

Deuxièmement, les urbains vont-ils à la campagne ? Que vont-ils chercher ? Comment fabriquent-ils leur projet touristique ? Devons-nous distinguer les différentes aménités recherchées (besoin de nature, de campagne, de paysage) ? Y a-t-il pour autant un retour réel des mythes et utopies agraires ? Les recherches sur le tourisme en Chine sont observées par la dichotomie de la clientèle chinoise et étrangère (Taunay, 2009). La clientèle chinoise est-elle homogène dans ses choix, pratiques et imaginaires touristiques ? Quel rôle jouent les voyagistes et autres agences de tourisme (*luxingshe*) dans la fabrication du désir de voyage et la structuration de l'offre touristique ?

Troisièmement, comment le tourisme rural (participant aux dynamiques de métropolisation) s'inscrit-il dans l'espace métropolitain ? Quelles sont les conséquences spatiales de ces dynamiques contemporaines dans le système métropolitain shanghaien ? Quel(s) lieu(x) ce processus produit-il ? Comment s'opère et se coordonne la gestion des sites touristiques ? Y-a-t-il conservation ou création de lieux originaux dans les espaces ruraux et périurbains ? Y-a-t-il une hiérarchisation des espaces touristiques en fonction des pratiques des citoyens, de leur provenance au sein de l'armature urbaine du système métropolitain de Shanghai ?

Nous faisons l'hypothèse que la traduction spatiale du tourisme rural découle des dynamiques de métropolisation, et participe à l'éclatement des campagnes, et à une forte hétérogénéité des campagnes chinoises, des revenus des ruraux et donc à une restratification des sociétés rurales suivant de nouvelles rentes économiques. Le tourisme rural est une manifestation de l'économie rurale liée à la ville, comme furent dans les années 1980 et 1990 les entreprises des bourgs et cantons (*xiangzhen qiye*), notamment dans le delta du Yangzi. Il semble que l'intensité touristique est corrélée au tissu préexistant de l'industrialisation rurale engagée dans les années 1980. Cette nouvelle forme d'activité économique paraît être un support à de nouvelles et récentes activités économiques comme le choix de développer des prestations de services touristiques. En outre, l'insertion des ruraux dans le tourisme est hétérogène.

Le tourisme participe à la transformation des espaces ruraux, mais de façon partielle. D'abord, la transformation s'inscrit verticalement par le choix de villages pilotes par les autorités centrales, provinciales et locales (cantons). Ensuite, les espaces ruraux connaissent une transformation par le bas, par le développement de villages ou à plus grande échelle, de hameaux,

voire de fermes par les communautés rurales trouvant dans l'activité touristique de nouveaux revenus complémentaires à l'activité agricole. Ces derniers revenus peuvent alors servir à la rénovation du bâti, à l'achat de biens et au financement de la scolarisation des plus jeunes et aussi des soins de santé.

S'il existe une réelle pauvreté urbaine, et que, par conséquent, des urbains sont beaucoup moins riches que certains ruraux, le « paysan reste statutairement inférieur dans les mentalités » (Tyl, 2010 : 60). La reconsidération du rural est ainsi paradoxale. Deux hypothèses pourraient questionner ce paradoxe. Il y a dans un premier temps un besoin de légitimation d'un l'État-Parti en pleine crise. Ce dernier tente par l'intermédiaire du développement et la promotion du tourisme de dynamiser et de mieux contrôler politiquement les espaces ruraux. Dans un deuxième temps, un changement de paradigme est à l'œuvre. La société urbaine exprime de nouveaux besoins à travers lesquels l'offre touristique globale et les loisirs permettent le délasserment (temps de récupération), le divertissement (s'opposant au temps de travail répétitif) et le développement (participation active à la culture) (Dumazedier, 1962). Ceci peut alors se dérouler dans l'espace-temps du quotidien, s'il s'agit de loisir, ou du « hors quotidien » dans un cadre touristique (Knafou, 1997 : 8).

Malgré des perceptions encore négatives, les campagnes se dotent d'aménités. Le tourisme rural signale une mutation des goûts et perceptions que nous devons évaluer. Nous faisons l'hypothèse que ces aménités rurales nouvelles correspondent à des attentes précises de la clientèle urbaine chinoise en termes d'équipement, d'accessibilité et de services. Par ailleurs, ces pratiques touristiques se distinguent profondément des usages de la campagne connus dans les sociétés occidentales au sujet du tourisme vert, privilégiant un intérêt pour les activités de proximité, voire des pratiques réduites au lieu lui-même. Les touristes chinois sont indiscutablement « parvenus à l'âge mûr » (Chan, 2006 : 188). Nous ne pensons pas la clientèle touristique chinoise comme un bloc homogène répondant à des valeurs semblables d'un touriste à l'autre, mais plutôt comme une clientèle plurielle, que nous proposons de décliner en trois types : les clientèles extra régionales citadines, les clientèles locales rurales ou encore les ruraux devenus prestataires de services touristiques, eux-mêmes insérés dans l'industrie du tourisme et pouvant à leur tour voyager et découvrir des sites majeurs et mineurs. Nous devons ainsi distinguer les besoins (de campagne, de nature) par l'analyse des produits touristiques consommés.

Les fondements des pratiques agritouristiques, est envisagé du point de vue des ruraux, afin d'approcher les significations sociales et géographiques, ainsi que d'analyser la place et le rôle des exploitants agricoles dans les dynamiques de diversification par le tourisme et les loisirs dans le delta du Yangzi. La thèse a ainsi pour ambition de montrer l'extension, dans le temps et dans l'espace, de la diversification des revenus (non-agricoles) par le tourisme et les loisirs. L'objectif est de rendre visible et scientifiquement compréhensible un phénomène méconnu en Occident, qui reste mal défini et dont les contours sont flous.

Les espaces ruraux du tourisme sont comme des morceaux de campagne, qui s'intègrent et fonctionnent en relation avec le reste de l'espace métropolitain. Ces derniers s'inscrivent dans un système de relations avec celui-ci. Le tourisme permet un renouvellement du lien entre ville et campagne, entre espace rural et espace urbain. Il redessine les frontières de la ruralité et permet de (re)penser la place des espaces ruraux dans les ensembles métropolitains. Notre analyse doit faire émerger les éléments clés que doivent prendre en compte les territoires ruraux, s'ils veulent développer une activité touristique, certains d'entre eux disposant d'atouts à valoriser. C'est donc ici l'ensemble des ressources des territoires qui sont concernées. Il convient, à partir de segments de clientèles, de rechercher un « territoire adapté à l'activité donnée sans pour autant valoriser ce territoire dans son ensemble » (GMV, 2013 : 13).

### **Cheminement méthodologique et démarche générale adoptée**

---

La République populaire de Chine, sorti du totalitarisme, reste un État autoritaire dans lequel il n'est pas évident de conduire des recherches en sciences sociales et humaines. Cette étude cherche à appréhender l'articulation entre le développement du secteur touristique dans les espaces ruraux à la périphérie de la métropole de Shanghai et la modernisation de ces derniers. L'exploration de ces questionnements sur le tourisme dans les espaces ruraux est ainsi rendue possible grâce à des sources disponibles et directement exploitables, et l'appui d'un réseau scientifique de qualité.

Une telle approche nous conduit à déployer un ensemble de méthodes à la fois quantitatives et qualitatives pour mesurer la complexité du processus touristique dans les périphéries rurales étudiées, tout comme les motifs et les pratiques spatiales des touristes citadins inscrits dans le système touristique.

Pour répondre à ces questions et confirmer ou non nos hypothèses, nous avons avec notre méthodologie établi une série d'enquêtes par questionnaires auprès des citoyens devenus touristes, des entretiens auprès des communautés rurales prestataires de services touristiques et enfin des entretiens et discussions avec des acteurs politiques de l'aménagement (au niveau du village, du canton et du bourg et de la municipalité). Nous rassemblons un corpus de littérature grise, de cartes, guides et plans d'aménagement. Aussi, l'observation participante fut un des piliers de notre méthodologie pour comprendre dans un premier temps, les choix et motifs des touristes, et dans un deuxième temps, les pratiques de ces derniers.

Cette étude a bénéficié du soutien et de l'insertion dans plusieurs institutions françaises, mais aussi chinoises.

*- Le programme Périssud et le LabEx Dynamite (groupe de travail villes-campagnes)*

Ce travail a été rendu possible par un encadrement entre 2010 et 2012 au sein du programme de recherche Périssud « Dynamiques territoriales à la périphérie des métropoles des Suds », financé par l'ANR « Les Suds aujourd'hui », porté par l'UMR 8586 Prodig, l'UMR 7533 Ladyss, l'IRD, et l'ECNU (Université Normale de la Chine de l'Est).

Le laboratoire Prodig a mené un programme de recherche sur les périphéries des métropoles des Suds. Analysant les processus de métropolisation, ce programme de recherche est un bon appui méthodologique et matériel pour la réflexion de l'intégration d'espaces périphériques plus ou moins lointains, aux processus de métropolisation.

Longtemps centrées sur l'étude à moyenne échelle des relations entre villes et espaces ruraux, les recherches interrogent aujourd'hui à la fois les effets de la proximité et ceux de la réduction des longues distances induites par la mondialisation. En se situant dans une perspective de comparaison transnationale, ce Groupe de Travail a eu pour objectifs de caractériser les nouvelles configurations des relations villes-campagnes, dans les Nords comme dans les Suds et de contribuer à l'élaboration d'outils conceptuels et de modèles d'analyse pour les besoins de l'aménagement du territoire et du développement local.

*- La coopération décentralisée Franche-Comté/Anhui*

Ce travail s'est complété de plusieurs missions de terrain dans le sud de la province de l'Anhui, dans la région de Huangshan (les montagnes Jaunes) et du Wannan (sud du pays Wan), dans le cadre de la coopération décentralisée entre la région Franche-Comté et la province de l'Anhui.



La convention tripartite entre le ministère du Tourisme français, le Conseil régional de Franche-Comté et la Ville de Huangshan signée le 18 juin 2007 a permis de lancer un programme de coopération pour le développement du tourisme en milieu rural suite au protocole de coopération du 18 mai 1987 entre le Conseil régional de Franche-Comté et la Province de l'Anhui. L'objectif est le développement du tourisme en milieu rural pour le village de Tangmo, dans la municipalité de Huangshan, dans la province de l'Anhui, avec notamment la définition d'une politique d'aménagement du territoire au niveau local pour un développement durable. Ce programme test au plan national devrait permettre de définir une stratégie nationale.

*- Les universités chinoises (Shanghai, Jiangsu, Zhejiang et Anhui)*

La coopération avec l'Université normale de l'Est de la Chine, à Shanghai, nous a permis l'accès à nombre de documents chinois. D'autre part la collaboration au sein de cette université avec le Centre d'Étude des villes modernes chinoises, et des liens développés avec le département de géographie et de sociologie a donné l'appui nécessaire à une approche pluridisciplinaire, et étendu les réseaux scientifiques. L'Université Normale de l'Est de la Chine est notre principale université d'accueil. Nous avons tissé de nombreux liens avec les universitaires<sup>33</sup> dans plusieurs champs disciplinaires dans la région du delta du Yangzi. Parmi ces quelques universités sur lesquelles citons l'université du Zhejiang, l'université Huangshan et l'Université normale de Shanghai.

Enfin, nous exposons les différentes étapes de ce travail de thèse devant répondre aux problématiques de nouveaux liens entre villes et campagnes issus de l'ouverture économique, sociale et spatiale.

**Les étapes de la recherche pour comprendre les nouveaux rapports villes-campagnes induits par le tourisme**

---

Les questions soulevées pour cette recherche et les hypothèses proposées amènent un développement en trois parties au sein duquel nous articulons notre propos en dix chapitres.

La première partie est composée de quatre chapitres. Elle propose une présentation du contour, du contenu et des objectifs du cadre de l'étude. Cet effort de contextualisation propose de mettre en perspective l'industrie du tourisme dans les campagnes en Chine comme produit de

---

<sup>33</sup> Spécialistes du tourisme en Chine et plus particulièrement des spécialistes des questions du tourisme rural chinois, d'hôtellerie et d'hébergement rural.

l'ouverture chinoise. Un premier chapitre s'attache à poser le contexte de l'étude à travers les choix et outils disciplinaires. Un second chapitre donne la présentation de la zone d'étude mégalopolitaine, de l'insertion du tourisme dans la région et les outils méthodologiques employés. Puis, dans un troisième chapitre, nous abordons les puissantes mutations sociales contemporaines par le prisme de la constitution d'une société urbaine des loisirs. Enfin, dans un quatrième et dernier chapitre, nous exposons les mutations contemporaines de l'espace support au regard de la mobilisation du tourisme comme outil de modernisation de l'État-parti dès les années 1980 et qui dans les années 2000 est articulé avec des politiques interventionnistes de développement rural.

La seconde partie est structurée en trois chapitres et centre l'analyse sur les citoyens comme acteur majeur du processus touristique. Elle aborde les mutations des perceptions du rural par les citoyens (chapitre 5). Puis, le chapitre 6 envisage les motifs et pratiques touristiques dessinant une segmentation de la population touristique selon les classes d'âges et le statut des individus. Enfin, le septième et dernier chapitre de la seconde partie analyse d'une part l'expérience touristique différenciée des citoyens et d'autre part la dimension symbolique collective que représente le rural comme espace de délasserement et de ressourcement.

La troisième et dernière partie de ce travail envisage d'explorer les recompositions rurales produites par le processus touristique. Cette partie est articulée en trois chapitres. Le chapitre 8 expose la typologie des lieux transformés par le tourisme en lien avec les acteurs que forment l'État local et central et les sociétés privées. Puis, le chapitre 9 propose une approche des acteurs autochtones, les communautés rurales devenues prestataires de services touristiques, vecteurs de développement local. Enfin, le dernier chapitre (10) envisage une cartographie des dynamiques spatiales touristiques dans les campagnes du delta, puis une analyse de la composition des lieux comme vitrine des ruralités chinoises et enfin examine la production de territorialités touristique rurales.

# Partie I

## Le tourisme dans les espaces ruraux du delta, un produit de l'ouverture chinoise



Scène dans le parc Dongping sur l'île de Chongming (municipalité de Shanghai) (E. Véron, mars 2010).

## Introduction de la première partie

---

La première partie de cette thèse analyse le contexte du développement du tourisme dans les espaces ruraux du delta du Yangzi (cf. figure 1 ci-après). Elle est composée de quatre chapitres. Cette partie s'attachera en premier lieu à définir et poser les contours (spatiaux et thématiques) de l'objet. Nous donnons et justifions les choix de champs disciplinaires et thématiques, pour comprendre l'apparition et l'épanouissement du phénomène touristique dans les espaces ruraux de notre région de travail. Nous donnons ainsi une analyse du vocabulaire, nous explicitons notre positionnement de recherche et nous présenterons les dynamiques socio-spatiales du tourisme intérieur en Chine, et ce à travers la mise en désir des campagnes chinoises.

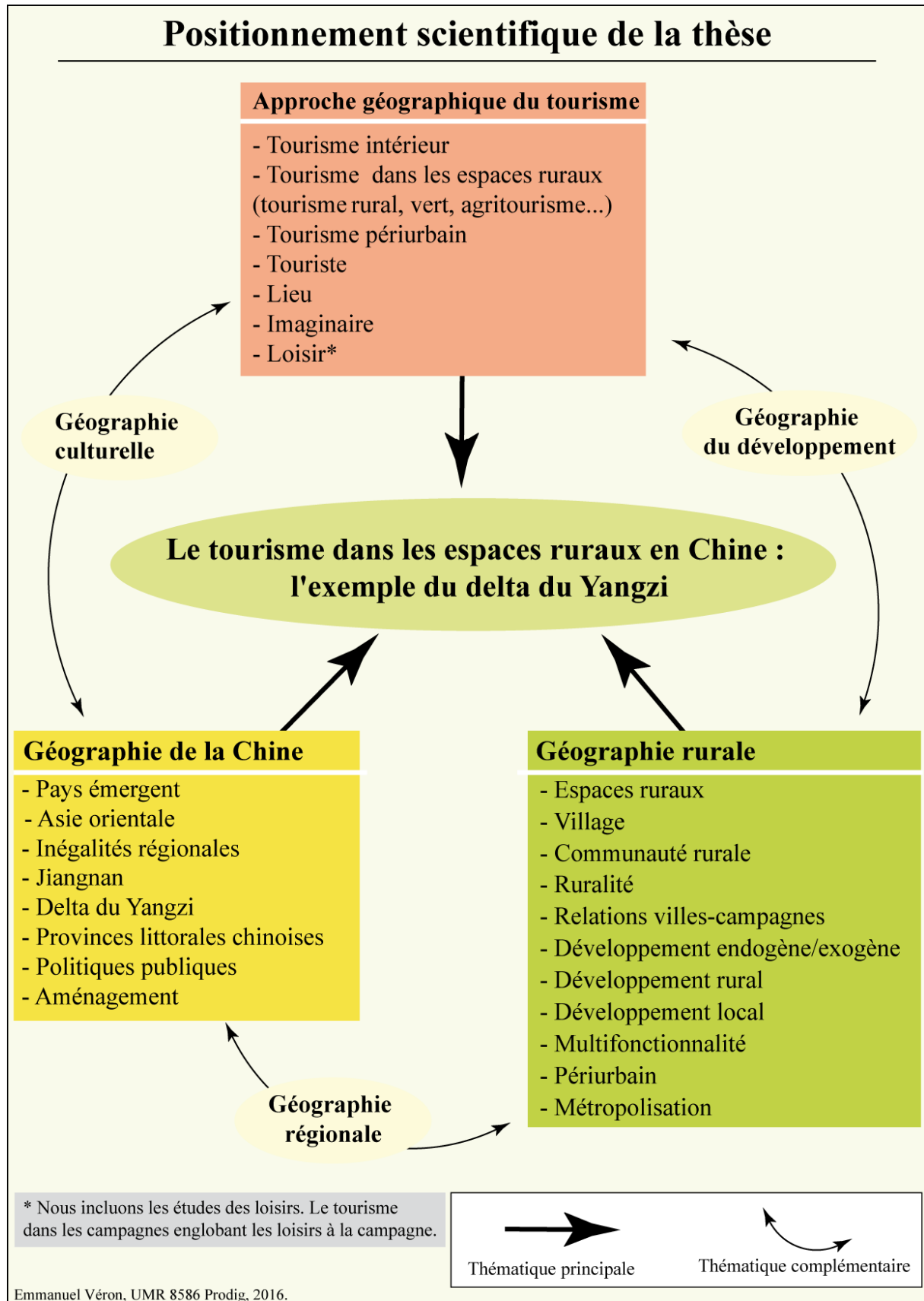
Le premier chapitre de ce travail de thèse visera à un état de l'art des dynamiques touristiques dans les campagnes. D'abord, nous veillons à faire un état de l'art des études sur le tourisme puis nous situons ces analyses dans le cadre des pays émergents. Ensuite, nous exposons un état de l'art sur les différentes formes que revêt le tourisme dans les campagnes. Enfin, nous faisons un état de l'art des questions liées aux mondes ruraux et au tourisme par l'intermédiaire de la notion de ruralité.

Dans un second chapitre, nous décrivons les contours et dynamiques de notre région d'étude. Nous discutons du processus de métropolisation, d'articulation régionale et de transformation des espaces pour appréhender la nature de l'espace support du tourisme. Nous dégagons ainsi plusieurs types d'espaces ruraux et périurbains. Ceci permet de comprendre des formes mixtes (rural-urbain) originales : *le desakota*. Puis, nous exposons le cadre géographique dans lequel le tourisme dans les campagnes s'insère. Enfin, la dernière partie de ce deuxième chapitre concerne la méthodologie employée pour enquêter sur le processus à travers la distribution des lieux, des acteurs (touristes, allochtones et ruraux, autochtones) et la perception des campagnes.

Dans un troisième chapitre, nous réfléchissons à l'apparition et au développement du tourisme en Chine, à travers le prisme de l'émergence d'une classe de consommateur touristique. Nous identifions les conditions nécessaires à la formation d'une classe de touristes chinois consommateurs (augmentation des revenus, temps non travaillé disponible et mutation des goûts).

Enfin, dans un quatrième chapitre, nous étudions le rôle de l'État et les injonctions de ce dernier en matière d'aménagement et d'institutionnalisation du processus. Le tourisme est utilisé comme outil d'aménagement et de développement. Enfin, les politiques rurales

contemporaines prennent en compte le tourisme pour diffuser de nouvelles normes (urbaines) dans les campagnes.



**Figure 1.**

# **Cadrage conceptuel du tourisme dans les campagnes : approche géographique du tourisme dans les espaces ruraux d'un pays émergent**

Le tourisme dans les espaces ruraux est un objet géographique complexe. Ce premier chapitre donne le cadre d'analyse de l'objet de recherche ainsi que son contour. En ce sens, nous exposons le cadre théorique du développement du processus touristique dans les espaces ruraux. Notre travail se positionne dans le champ des études sur le tourisme intérieur dans un pays émergent, plus particulièrement par l'analyse du « tourisme rural » dans une région métropolitaine dont les recompositions sociales, économiques et spatiales sont très intenses.

Nous veillerons dans un premier temps à situer le tourisme comme champ disciplinaire des sciences sociales et humaines comme un système incluant des lieux, des acteurs, un temps particulier (hors quotidien). Puis, nous tenterons de comprendre la trajectoire de ce « tourisme » dans la littérature occidentale à travers la dénomination de « types » de tourisms. Ceci est en effet nécessaire pour constituer un corpus suffisant à la réflexion qui nous servira de cadre à la fois conceptuel et opérationnel pour notre étude.

Par la suite, nous donnons un état de l'art d'une approche géographique de l'espace support (rural) au déploiement du tourisme. Ceci nous permet de questionner la notion de ruralité et ses mutations en lien avec le développement du tourisme.

### **1. Le tourisme : approche géographique d'un processus récent**

---

Le tourisme est un processus protéiforme récent à l'échelle de l'Histoire des hommes. Il convient dans un premier lieu de cerner ce que recouvre ce processus et de tenter de donner un corpus disciplinaire le définissant. Le tourisme dans les espaces ruraux est apparu à la fin des années 1980, début 1990 dans les campagnes périurbaines de grandes villes chinoises (Chengdu et Pékin). Cette partie envisage de comprendre le cadre conceptuel du tourisme dans les espaces ruraux (tourisme intérieur) en Chine.

### 1.1 Nongjiale, un néologisme pour dire le tourisme dans les campagnes.

L'expression chinoise *nongjiale* est courante en Chine. Les premières formes de *nongjiale* apparaissent au début en 1987 à Longquanfeng, dans la province du Sichuan, dans la périphérie de la ville de Chengdu (Chio, 2011 et Huang, 2006). Il s'agit d'un néologisme apparu au début des années 1990 pour désigner une infrastructure devant accueillir des touristes (urbain) à la campagne. Il n'existe pas de traduction en langue française. Les recherches anglo-saxonnes récentes donnent plusieurs traductions. Des traductions anglaises donnent : « enjoy yourself in farmers' families » (He *et al.*, 2004: 260), « Happy Peasant Home » (Wu *et al.*, 2015 :100), « Happy Farmer's Home» (Gao *et al.*, 2009 : 442 et Su, 2011 et 2012) ou « Peasant Family Happiness » (Chio, 2014a et 2014b).

Le mot est construit avec trois termes. Le premier *nong* signifie rural, campagne, agricole. Le mot *jia* correspond à famille, foyer, maison. Enfin, le mot *le* renvoie à heureux, plaisir, joyeux mais aussi plaisir. La construction du néologisme correspond à l'association des trois mots de manière originale. D'abord, l'association de *nong* et *jia* prend un sens mélioratif. Celui-ci désigne le foyer rural, la famille rurale ou la maison rurale (la ferme)<sup>1</sup>. Cependant, la langue chinoise possède des termes tels que *nonghu* « foyer de paysans ou maison de paysan ». Le mot *jia* n'est pas neutre. Il renvoie à la structure familiale. Puis, l'addition du mot *le*<sup>2</sup> est, dans ce cas un verbe. C'est-à-dire « trouver le bonheur (du plaisir) à la ferme» ou « être heureux à la ferme ». Cette expression n'est donc pas neutre et participe à la mise en désir des campagnes et donne une dimension fantasmée du monde rural. Nous utiliserons le mot *nongjiale* sans traduire en français. Parfois, en fonction du contexte, nous parlerons de gîte rural.

L'expression *nongjiale* s'est diffusée en deux décennies à travers le territoire chinois, les imaginaires collectifs et l'industrie du tourisme pour désigner le tourisme rural. Le *nongjiale* devient le lieu où il est possible d'avoir une expérience simple et heureuse à la campagne. Il est lieu où l'on peut « manger rural » (*chi nongjia fan*), « habiter rural » (*zhu nongjia ceng*), « voyager rural » (*you nongjia jing*) et « profiter du *nongjiale* » (*xiang nongjiale*) (Pan, 2009 : 54 ; Huang, 2006 : 42 et Xie, 2015).

---

<sup>1</sup> Idée de famille de paysans. Le Dictionnaire Ricci donne : « agriculteurs (une des neuf classes sociales). Familles d'agriculteurs. Il renvoie aussi à l'École des Agrariens : un des courants de pensée de l'époque des Royaumes Combattants, représenté par Xu Xing et Chen Xiang ». Le terme de *nongjia* est donc ancien, la valeur contemporaine de ce mot est réappropriée pour désigner un foyer paysan dans son environnement paisible, reculé et dans sa quiétude.

<sup>2</sup> Il y a une référence à un lieu joyeux, heureux, où l'on peut trouver du plaisir par le divertissement. L'idée de *leyuan* (paradis, lieu des délices) est parfois associée.

Certaines provinces avancent l'estimation de 50 000 *nongjiale*, d'autres avancent le chiffre de 20 000 à 30 000 *nongjiale* (Gao *et al.*, 2009). En 2009, le nombre de famille rurale ayant des activités dans un *nongjiale* atteint 1,3 million (Su, 2012). L'ensemble du territoire chinois connaît ce processus. Les publications chinoises se sont puissamment multipliées depuis le début des années 2000 (cf. ci-après) et les publications anglo-saxonnes se développent entre 2009 et 2015.

Il existe plusieurs formes de gestion et de développement d'un modèle et d'un symbole du tourisme dans les campagnes en Chine. Il correspond soit à une ferme restaurée, soit à un site touristique (rassemblant plusieurs *nongjiale* ou gîte). Il peut être géré par des ruraux en autonomie ou alors être dans un processus de développement rural initié par le gouvernement. Ainsi, il existe de très nombreuses formes. Aussi, le succès a entraîné la multiplication d'autres formes et site comme le *yujiale* : « trouver le bonheur à la ferme des pêcheurs », aménagée le long de rivières et fleuves ou de lacs et du littoral.

Afin de comprendre le processus touristique dans les campagnes chinoises, ce travail envisage de tracer les contours conceptuels au regard d'un état de l'art du tourisme.

## **1.2 Le tourisme, un objet géographique pour appréhender un changement de paradigme**

Nous utilisons la littérature scientifique française comme cadre théorique de référence. À travers cette partie nous cherchons à établir un état de l'art des questions de tourisme, d'en définir les contours, les acteurs, et les différents courants de la discipline géographique inscrite dans les sciences humaines et sociales.

Le tourisme est « un fait mondial » (Duhamel, 2013 : 2), « une pratique mondialisée » (MIT, 2011 : 203). Il est un indicateur et « un outil de transformation du monde » (MIT, 2002 : 10). Le tourisme peut être compris comme « un objet des sciences sociales » (David, 2012 : 1). Cet objet a récemment fait une « réhabilitation dans la recherche en sciences sociales, et ce après une période de mise à l'écart » (Docquet et Évrard, 2008 : 10). Cependant, le tourisme fut longtemps perçu comme une activité économique dont les retombées locales ou régionales n'apportaient pas uniquement des devises, mais également des impacts négatifs dans les sociétés supposées réceptrices, sans prendre part au développement.

Les disciplines comme l'anthropologie et l'ethnologie sous la plume de Picard (Picard, 1992) en Asie du Sud-Est ou encore de Michaud et de Rauch (Picard et Michaud, 2001 ; Rauch, 2002) ont permis cette réhabilitation. L'émergence d'un regard sociologique sur un objet qui était, « jusqu'au début des années 2000, le monopole quasi exclusif des géographes



et des économistes » (Vanhée, 2010). Le tourisme est devenu un objet des sciences sociales et humaines (Cousin et Réau, 2013).

Pour la première fois seulement en juin 2012 lors du G 20 fut reconnue l'importance du tourisme et du voyage comme sources d'emplois et comme éléments puissants de croissance économique (OMT, 2012). Le tourisme concerne tous les espaces (Knafou *et al.*, 1997). Qu'il s'agisse d'espaces ruraux, urbains, littoraux, montagnards ou désertiques voire extra planétaires, le tourisme a gagné l'entièreté de l'Écoumène<sup>3</sup> (MIT, 2008 et 2002 ; Lozato-Giotart, 2003 ; Stock, 2003 et Lazarotti, 2003). Que recouvre ce mot *tourisme*, à quoi correspond-il ? Comment peut-il faire l'objet d'une analyse géographique ? Il convient de donner des précisions de définition de la notion de tourisme, ainsi que de dégager les termes qui lui sont rattachés (touristes, loisirs, récréation, excursionniste). L'objectif est d'appréhender les permanences et les ruptures, les mécanismes et les dynamiques à l'œuvre (Duhamel, 2013).

La recherche sur le tourisme en Chine est contemporaine de son apparition, à savoir le milieu et la fin des années 1990. Cependant, la recherche académique ayant un rayonnement international est issue de l'organisation d'un colloque d'anthropologie en Chine avec les théoriciens de la discipline comme le sociologue israélien Erik Cohen et l'anthropologue américain Nelson Graburn. Ce colloque ouvrit la voie à des recherches tant du côté des Occidentaux que de chercheurs chinois, dont les universités, IUT et autres composantes de formations et de recherches se diffusent à travers tout le pays.

Nous commençons par définir ce qu'est le tourisme, puis nous réfléchissons à l'identité du touriste et de l'approche d'un tournant récréatif pour comprendre le tourisme aujourd'hui.

### ***1.2.1 Définir le tourisme : appréhender le tourisme comme un système***

Le tourisme est difficile à définir, du fait de la pluralité des définitions par les acteurs, les spécialistes et les touristes eux-mêmes. Des sciences sociales et humaines à l'OMT en passant par les professionnels de l'ingénierie touristique, il existe différents points de vue, donnant lieu à autant de définitions du tourisme. En effet, les études du tourisme regroupent un champ large d'études. Le tourisme fait l'objet d'une analyse aussi variée qu'il existe de types de tourisme. Ceci donnant lieu régulièrement à des querelles intestines entre spécialistes du

---

<sup>3</sup> Nous retenons la définition de la notion d'écoumène (ou œcoumène, œkoumène) suivante : « terre habitée, l'ensemble des milieux humains, des relations de l'humanité à l'étendue terrestre » (Berque, 2003 :298).

tourisme (Dewailly, 2006 ; Deprest, 1997 ; Violier, 2008 ; MIT, 2002) et parfois perçues comme des études manquant de sérieux (MIT, 2002 ; Raymond, 2004) ou encore comme un domaine à part entière (Gravari-Barbas et Jacquot, 2014 ; Gravari-Barbas, 2013 ; Cousin, 2010 et Cousin et Réau, 2013). L'avènement du tourisme de masse, dans son appellation contemporaine, est un phénomène qui apparaît aux États-Unis avant la Seconde Guerre mondiale. Puis, ce dernier va se diffuser avec la paix au reste des sociétés occidentales.

Une réflexion sur la définition et la compréhension du phénomène touristique (McCabe, 2005 ; Cohen, 1974) comme objet des sciences sociales n'est pas achevée. Il est admis que, dans la littérature scientifique, le tourisme n'est pas une « simple activité fourre-tout, rassemblant outre des touristes, des pèlerins, des hommes d'affaires » (Knafou et Stock, 2003 : 931). L'emboîtement des échelles spatio-temporelles brouille les catégories entre touristes/non-touriste et voyageurs. Plus encore, la distinction entre les séquences de temps travaillé et temps non travaillé ne suffit pas à dégager des éléments pour définir le tourisme. Par conséquent, certains auteurs plaident pour « une définition large du tourisme » (Dewailly et Flament, 2000 : 10 ; Cazes et Knafou ; 1995).

Rémy Knafou et Mathis Stock (2003 : 931), membres de l'équipe MIT, proposent une définition du tourisme comme un système. « Le tourisme n'est ni une activité ou une pratique, un acteur ou un espace ou une institution : c'est l'ensemble mis en système ». Autrement dit, le tourisme est un système d'acteurs, de pratiques et d'espaces qui participent de la « récréation » des individus par le déplacement et l'habiter temporaire hors de lieux du quotidien. Le tourisme est « un déplacement, un changement de place, un changement d'habiter et par là-même une inscription hors du quotidien » (Cazes et Knafou, 1995 : 828), variant considérablement en fonction de la catégorie sociale dont l'individu relève. Cette notion suggère l'éloignement de l'individu de sa demeure, globalement, de son espace de vie habituel. Il est donc lié à la rupture. Le délassement, le divertissement, la recherche d'autres expériences, la réalisation d'un « besoin existentiel » (Cohen, 1979, cité dans Knafou, 2003 et McCabe, 2005 : 86), ou bien jouer, se reposer, découvrir (Stock et Knafou, 2003), constituent des manières d'aborder les finalités poursuivies par les touristes.

Le déplacement temporaire d'hommes vers des lieux où ils doivent s'héberger, se nourrir, où ils ne travaillent pas et veulent des distractions, constitue à la fois un apport provisoire de population supplémentaire, un déplacement des consommations habituelles et un changement de mode de consommation. Cette inscription dans le hors-quotidien, qui fait du tourisme une activité de rupture, suscite l'émergence et le maintien d'espaces touristiques

spécifiques, d'un secteur marchand qui rend possibles les pratiques touristiques et de rapports aux populations visitées.

Ce « système » est composé par une complémentarité de touristes, territoires, lieux, espaces, marchés, pratiques, lois, valeurs et des institutions sociales. Après avoir cerné les enjeux et les limites l'institutionnalisation/définition du phénomène touristique selon l'OMT, nous allons définir ces éléments pour comprendre le processus touristique. Nous donnons une réflexion sur l'identité du touriste, puis sur les temporalités des sociétés touristiques, enfin nous abordons la question des lieux et pratiques du tourisme.

### ***1.2.2 Qu'est-ce qu'un touriste ? « On ne naît pas touriste, on le devient »<sup>4</sup>***

Le mot « touriste » apparaît dans l'époque romantique contemporaine du Grand Tour (*tourist* en 1800 et *touriste* en 1816). Ce n'est pas un simple voyageur<sup>5</sup>, parcourant une succession de lieux plus ou moins lointains de son bassin de vie, c'est-à-dire qu'il est un être en déplacement, inscrit dans une mobilité choisie. Être en déplacement sous-tend la « confrontation du touriste à d'autres lieux, différents du quotidien, confrontation à d'autres personnes (population allochtone et population autochtone) et confrontation à un autre lui-même » (MIT, 2008 : 81). Ces éléments sont des figures de l'altérité<sup>6</sup>. Ils sont inclus dans le processus de déplacement. Le touriste est une personne qui évolue, se nourrit de ces altérités choisies.

Le touriste est à la fois acteur et individu (Ceriani *et al.*, 2008) dans le processus de déplacement. Il est acteur d'abord, parce qu'il est un « actant pourvu de subjectivité et d'une intentionnalité et de compétences » (Lussault, 2003 : 39). Il est aussi un individu au sens d'acteur social élémentaire, à savoir la plus petite unité complexe indivise dans une société (Lussault, 2003c : 494). On nomme alors « touristes » les personnes qui actualisent les

---

<sup>4</sup> Il s'agit d'une proposition importante chez les spécialistes du tourisme, reprise par le géographe Philippe Duhamel dans son ouvrage, *Le tourisme, lectures géographiques*, publié dans la Documentation Photographique en 2013. Cette expression est employée par l'équipe MIT (2008). Le touriste est inscrit dans un apprentissage. « Car, on ne naît pas touriste, on le devient par un apprentissage qui prend le temps d'une vie parfois, voire celui de plusieurs générations à l'échelle du monde, voire au sein d'une même famille. Et l'apprentissage du tourisme se fait sur la durée par toute une série d'expériences aux modalités différentes étroitement liées à notre environnement social et spatial tout autant qu'à notre histoire culturelle, familiale et intime » (MIT, 2008 : 128).

<sup>5</sup> Dans la littérature spécialisée sur le tourisme, le voyageur est fréquemment opposé au touriste. Le voyageur visite des lieux de manière plus informée, plus intelligente et plus sensible que le touriste. Aussi, le voyageur a précédé le touriste dans le temps. Cette antériorité nourrit une « certaine nostalgie et permet de justifier chez certains individus du corps social la capacité à se penser comme voyageurs et non comme touristes » (MIT, 2008 : 302).

<sup>6</sup> Nous retenons ici la définition de la notion d'altérité par Angelo Turco dans le dictionnaire de la géographie et de l'espace des sociétés. « L'altérité est caractéristique de ce qui est autre, de ce qui est extérieur à un « soi », à une réalité de référence : individu et par extension, groupe, société, chose et lieu » (Turco, 2003 : 58).

pratiques touristiques dans des espaces et des temps autres que ceux de leur vie de tous les jours (Knafou et Stock, 2003 : 932).

Le touriste est un voyageur différent des autres. Littré le dit par sa définition : « celui qui voyage par curiosité et désœuvrement ». Les touristes sont motivés par la combinaison de plusieurs facteurs : psychologiques avec l'envie de départ et des facteurs d'attraction (Knafou, MIT, 2005). La motivation de partir est classiquement basée sur des motivations intellectuelles (apprendre, explorer, découvrir de nouvelles choses), des motivations sociales, des motivations pour la pratique de savoir-faire à travers des activités physiques ou intellectuelles, et des motivations en lien avec le besoin de s'échapper du quotidien, recherche de la solitude ou du repos.

Les motivations individuelles ou collectives sont influencées par leur statut dans la société et par leur environnement culturel (Urbain, 1991). Il y a donc un temps nécessaire à l'apprentissage, et à la rencontre avec des individus ou groupes d'individus ainsi que des lieux. Être touriste signifie aller vivre ailleurs, sur le territoire des autres. Le tourisme et les touristes sont donc au cœur de la rencontre, de l'échange avec l'autre (Duhamel, 2013 ; et Urbain, 1991). Les spécialistes identifient ainsi quatre populations : les retraités, les navetteurs (mobilités professionnelles), les touristes et les résidants secondaires. Tous sont animés par une intentionnalité et un projet propre. Le déplacement touristique renvoie à une triple rencontre. Une rencontre de la mémoire et de l'ailleurs, qui se manifeste par la contemplation des merveilles de la culture (sites, monuments, musées) et de monuments de la nature ; rencontre de soi-même, que l'on perçoit bien à travers tous les grands voyages initiatiques qui jalonnent l'histoire du tourisme comme dans de nombreux séjours touristiques ; rencontre de l'autre, enfin, à travers la confrontation particulière avec l'autochtone comme avec l'autre touriste (MIT, 2002).

Le touriste est à la recherche d'une confrontation au monde, à l'altérité voire d'une rencontre avec l'autre. Le touriste est porteur d'un projet de récréation à partir de lieux et pratiques choisis. Aussi, le touriste « en tant qu'individu a une identité temporaire et non-exclusive » (MIT, 2011 : 342). Enfin, si le tourisme est apparu en Europe occidentale, la figure du touriste est plurielle en fonction de la culture, de l'origine sociale, de l'âge voire du genre. Actuellement, deux interprétations coexistent pour rendre compte des comportements touristiques. Certains (notamment Clary, 1993 ; Baron-Yelles, 1999 ; Dewailly, Flament, 2000) partent des espaces et de la structuration de l'espace géographique (littoral, montagne, rural, urbain) pour interpréter les comportements des touristes. Une autre approche s'est progressivement imposée et propose une lecture du tourisme à partir des touristes, considérant

que le choix d'une destination s'effectue en vue d'accomplir un projet précis dont l'objectif est de se « recréer » (MIT, 2002 et 2005).

### ***1.2.3 De la civilisation des loisirs au « tournant récréatif » : vers une périodisation du processus***

L'identification du tourisme comme processus permet de dégager plusieurs notions corrélées à ce dernier. En effet, nous identifions le(s) loisir(s), la récréation et la récréation. Ces trois termes congruents au processus touristique doivent être définis. Il s'agit pour les sciences sociales et humaines de rendre compte des mutations des sociétés dans leur organisation, division du travail et mise à disposition d'un temps non travaillé devenant une unité de mesure pour l'individu. Ainsi le tourisme et les loisirs, ou plus exactement l'alternance du temps travaillé/non travaillé et du quotidien/hors-quotidien, peuvent-ils être mis en perspective à travers une périodisation. Il y aurait un découpage aidant à comprendre les mutations allant de la « civilisation des loisirs » au « tournant récréatif ».

L'enjeu du tourisme réside dans la reconstitution, après le travail, du corps et de l'esprit. Le tourisme comme moment de rupture est en opposition ou complémentarité du temps de travail. Le processus est compris dans une dynamique quotidien/hors-quotidien. Jafari (1988) suggère l'alternance entre un quotidien « destructeur » et un hors-quotidien « créateur ». Il prend son inspiration dans les travaux et dans les débats du XIX<sup>ème</sup> siècle sur la régulation et l'encadrement du temps de travail et du temps de loisir pour les ouvriers.

Paul Laffargue, gendre de Karl Marx, avait, en 1883, écrit, *Le droit à la paresse*. L'auteur ne se contentait pas « de montrer des riches oisifs vivant du travail des prolétaires, mais revendiquait pour les travailleurs le droit d'arrêter de travailler, de temps en temps, pour leur plaisir et pas seulement pour refaire leur force de production » (Boyer, 2002 : 394 et 1996). Jusqu'à l'aube de l'ère industrielle, l'oisiveté était la condition même du loisir. Il est alors laissé à sa « propre appréciation ». Depuis l'ère industrielle, progrès sociaux et mutations des sociétés transforment « le temps non-travaillé en temps libre » (Knafou, 2003 : 581). Dans ce sens, Dumazedier (1974) suggère que le loisir se distingue de l'oisiveté. Le loisir ne supprime pas le travail, il le manifeste par une activité de non-travail. La récréation se fait par le relâchement de contraintes sociales (Elias et Dunning, 1994).

Les loisirs sont liés au congé (« permission de partir » Picoche, 1993). Il y a une évolution du mot en fonction de son usage. De la permission donnée aux militaires, on est passé à la permission donnée aux travailleurs de s'arrêter de travailler. Par la suite, cette

permission est devenue un droit, assorti du paiement de jours non-travaillés et l'institution du travail comme valeur universelle (Deprest, 1997).

Les travaux d'Elias et de Dunning (1994) montrent le découpage de la vie dans les sociétés contemporaines en deux ensembles. Un premier est celui où se déploie un contrôle fort des émotions et des pulsions. Un second est celui où s'expriment les pulsions et les émotions. Il y a donc un temps et des activités « routinisantes » d'une part et celles « dé-routinisantes » (Elias et Dunning, 1994 ; et Friedmann, 1956). Dans leur ouvrage, Elias et Dunning, *Sport et Civilisation. La violence maîtrisée*, les sociologues décrivent en trois groupes les temporalités du temps libre :

**Action routinière du temps libre :**

- Satisfaction quotidienne des besoins biologiques et soins corporels.
- Actions routinières du ménage et de la famille.

**Activités de temps libre intermédiaires servant principalement des besoins périodiques pour l'orientation et/ou auto-contentement et l'auto-développement :**

- Travail bénévole privé essentiellement tourné vers les autres.
- Travail privé essentiellement tourné vers soi, relativement sérieux et souvent impersonnel.
- Travail privé essentiellement tourné vers soi d'un type plus léger, moins exigeant.
- Activités religieuses.
- Activités d'orientation à caractère plus bénévole, socialement moins contrôlées et souvent accidentelles.

**Activités de loisirs**

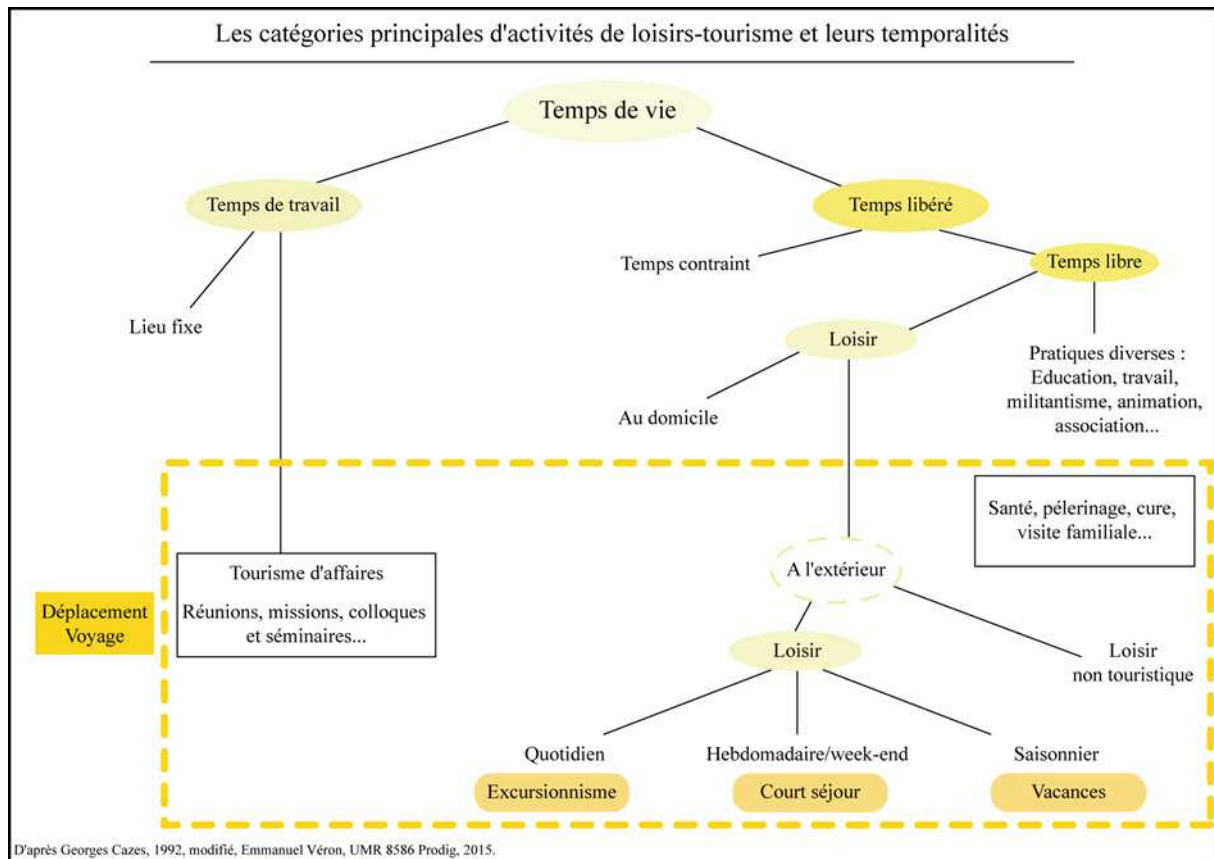
- Activités purement ou essentiellement de sociabilité.
- Activités « mimétiques » ou ludiques.
- Activités de loisirs variées, moins hautement spécialisées, souvent multifonctionnelles et ayant en grande partie un caractère dé-routinisant agréable.

Au sens large, le loisir recouvre l'ensemble des activités du hors-travail. Joffre Dumazedier, dans la continuité de Friedmann et de Veblen<sup>7</sup>, délimite véritablement le champ de sociologie des loisirs et à souligner justement son caractère d'autonomie. Il suggère la thèse de la « civilisation des loisirs » comme caractéristique essentielle des sociétés occidentales. « Nous croyons avoir démontré qu'à l'aube de l'âge post-industriel, le loisir produit par le progrès des forces productives, la régression du contrôle des institutions sociales de base et la promotion d'aspirations nouvelles de la personne, tend à exercer une influence croissante sur le mode de vie tout entier » (Dumazedier, 1988 : 253-254).

---

<sup>7</sup> Thorstein Bunde Veblen écrit une sociogenèse de la classe des loisirs. Veblen T., 1970, (1<sup>er</sup> édition en 1912), *Théorie de la classe de loisir*, Paris, Gallimard, 270 pages.

Nous schématisons ci-dessous (figure 2) l'organisation et la répartition des activités des loisirs et du tourisme suivant le temps libre ou non.



**Figure 2.**

Sources : Cazes Georges, 1992, *Fondements pour une géographie du tourisme et des loisirs*, Rosny, Bréal, 189 pages.

Le loisir correspond à l'usage du temps laissé à l'appréciation de chacun, qui a pour effet de transformer une durée disponible en temps libre (Knafou, 2003 : 581). C'est un temps affranchi des exigences du temps obligé ou contraint. Au pluriel, c'est l'ensemble des activités récréatives pouvant à la fois s'exercer dans l'espace local et le temps du quotidien et dans l'espace-temps du tourisme. Les formes de loisirs sont aussi diverses que variées. Cependant, certains loisirs correspondent à certains types d'espaces et à un temps donné.

Il est dans le temps du quotidien ou du hors-quotidien (dans le cadre du tourisme). Le temps du loisir est consacré à la (re)constitution du corps et de l'esprit. Le marché touristique vise à réduire au maximum les temps contraints et à maximiser le temps consacré aux loisirs, de préférence marchands.

Georges Cazes, dans son ouvrage *Fondements pour une géographie du tourisme et des loisirs* (1992), décline les tourisms en excursionnisme (tourisme à la journée hors du bassin

de vie), en tourisme de court séjour (trois nuits au plus) et en tourisme *stricto sensu* (plus de trois nuits) (figure 2). Le mot « excursionniste » a été inventé en 1852 par Théophile Gautier. Dans les faits, l'excursionnisme se distingue du tourisme par des pratiques n'incluant pas d'hébergement.

La littérature anglo-saxonne englobe sous le vocabulaire de « recreation » les activités relatives au tourisme et aux loisirs. En français, le mot est traduit par « récréation ». Le mot « récréation » vient du latin *recreare* signifiant faire revivre. Il appartient au champ lexical de la détente, du divertissement opposé à des occupations plus sérieuses ou au travail. Ces mots ont connu un certain succès et une utilisation fréquente dans les années 1970 et 1980 (MIT, 2008 : 103). Le terme de récréation est aujourd'hui utilisé comme synonyme du tourisme et des loisirs. L'équipe MIT (2005, 2008 et 2011) a fait le choix de supprimer le « é », et de le remplacer par « e ». Ainsi le terme de récréation apparaît-il et son usage est méticuleusement légitimé par cette équipe de chercheurs sur le tourisme. « Dès lors, récréation fait parfaitement écho à déplacement et altérité. Alors que récréation se contente d'évoquer les activités, nous lui préférons recreation qui prend en compte l'ensemble des pratiques dites de « loisirs ». [...] »

L'importance réside dans la possibilité de dépasser d'une part les problèmes sémantiques entre loisir et tourisme et loisirs touristiques, et, d'autre part, de tenter de donner un sens aux pratiques touristiques, au pire, vues comme étant « gratuites au mieux, ne recouvrant que le plaisir, l'agrément. Est mis en avant la double idée d'intentionnalité et de projet absente dans le terme récréation » (MIT, 2008 : 103-104). La notion de recreation est définie par l'équipe MIT (2005 : 341) comme « concept permettant de synthétiser un grand nombre de pratiques de rupture vis-à-vis des pratiques routinières, aboutissant à un relâchement plus ou moins contrôlé de l'auto-contention des émotions (relâchement, défoulement, permissivité) liés à une mise à distance du quotidien ».

L'équipe MIT (2011) dans son troisième et dernier volume de réflexion sur le tourisme propose un concept nouveau, celui de « tournant récréatif » ou « recreational turn ». Ceci est analysé pour l'urbain (Stock, 2007)<sup>8</sup>. La société-monde serait par essence récréative (MIT, 2011 : 199). « Nous faisons l'hypothèse que l'une des caractéristiques essentielles des sociétés humaines (avec les tournants digital et mobilitaire, les processus d'individualisation et de démocratisation, et les révolutions industrielles et urbaines) serait constituée par le

---

<sup>8</sup> Mathis Stock, 2006, «The *recreational turn* is defined here as four interrelated processes: (1) the presence of tourists in urban places; (2) the desire, by local authorities or enterprises, to have tourists in their territory; (3) the rejection of tourism (i.e., a negative attitude towards tourism); and (4) a general interpretation scheme—a “gaze” in the Foucauldian sense—based on tourism, with which to interpret the world. It expresses itself in two main modalities, usually termed tourism and leisure (Knafou *et al.*, 1997) ».



tourisme, les loisirs, et plus largement l'ensemble des modalités constitutives de récréation. Cette dernière ne serait plus une exception dans le déroulement répétitif, récurrent du quotidien, mais serait l'horizon d'une société où le travail s'est intensifié, mais où la récréation gagnerait en importance. [...] Le tournant « re-créatif » constituerait alors l'élément clé pour comprendre la direction du changement des sociétés humaines». L'objectif est bien de prendre la mesure de l'infléchissement majeur du fonctionnement des sociétés par le tourisme (initié il y a deux siècles). Dans ce sens, le tourisme devient un élément constitutif des « conditions géographiques de l'individu contemporain » (Ceriani *et al.*, 2008). Dans ce sens, Michel Lussault (2007) suggère que « le tourisme a infusé la société, petit à petit d'abord, puis deux décennies de plus en plus rapidement, pour devenir aujourd'hui un genre commun. À savoir un mode ordinaire d'organisation spatiale des réalités sociales qui non seulement s'exprime dans des espaces et des pratiques spécifiques, mais aussi et surtout devient présent au sein même de situations qui apparemment ne sont pas touristiques ».

Longtemps perçu comme deux géographies distinctes, avec d'un côté la géographie des loisirs et de l'autre la géographie du tourisme, notre travail tente de démontrer la porosité entre ces deux géographies (Liozato-Giotart, 1993). Il n'y a pas de limite stricte entre la géographie du loisir et du tourisme. Au contraire, l'observation de la diffusion des pratiques touristiques et de loisirs dans le bas-Yangzi montre qu'il y a la formation d'un espace mixte.

Ceci donne, sur de mêmes espaces, une superposition des loisirs et du tourisme (Liozato-Giotart, 1993). La géographie des loisirs est distincte de la géographie du tourisme. Il existe des confusions entre tourisme et loisirs, car ils peuvent se déployer sur des espaces identiques. Confondre loisir et tourisme revient à confondre des espaces-temps différents. Mettre sur le même plan la mobilité touristique et les autres formes de déplacement pendant le temps libre, c'est freiner l'émergence d'une analyse spécifique des loisirs (Lazzarotti, 1995).

Les loisirs sont inégalement territorialisés. Il y a des loisirs se pratiquant à domicile, dans l'espace domestique, d'autres nécessitent des déplacements plus ou moins spécifiques. L'analyse spatiale des loisirs était importante dans les années 1980 (Mirloup, 1984). Ces travaux analysent le rôle des loisirs dans la structuration des espaces urbains et de leur périphérie (les moyens et les structures aménagement, l'analyse d'opérations ponctuelles propres aux loisirs et les efforts d'intégration des loisirs aux milieux urbain et périurbain, ainsi que les politiques d'aménagement suscitées par les loisirs (« banlieues de loisirs » (Mirloup, 1984)). Enfin, certains loisirs prennent place uniquement dans le cadre d'un déplacement touristique. Les touristes peuvent pratiquer (ou non) certains loisirs sur leur lieu de

villégiature, mais ces loisirs ne sont pas systématiquement à l'origine du déplacement touristique.

La confusion de concept entre tourisme, loisir(s) et « récréation » participe grandement à la confusion et le manque de clarté de la définition du tourisme (Boyer, 2003). En sociologie Urry (1990) et Lash et Urry (1994) se penchent sur le sujet et admettent que les recherches pour comprendre la sociologie des loisirs sont plus importantes que celles sur le tourisme (Demen-Meyer, 2005).

Le tourisme, comme objet géographique, n'est pas figé. Des rythmes nouveaux le nourrissent en permanence. Ceci renvoie à la structuration du temps ou des temps du tourisme, des loisirs et du travail. Avec l'affirmation progressive mais fondamentale des activités tertiaires et l'évolution de la législation du travail, les rythmes de vie changent. Il y a une certaine annualisation de la pratique touristique ou une certaine dé-saisonnalisation dans la fréquentation des lieux du tourisme.

#### ***1.2.4 La touristicité à l'épreuve des lieux et des pratiques***

Il existe deux processus de développement des lieux touristiques. Le premier concerne des lieux existants (ou préexistants au tourisme) dans lesquels le tourisme se déploie ; le second correspond à la création *ex nihilo* de lieux par et pour le tourisme. Ces deux catégories de lieux font l'objet de la diffusion des lieux et de pratiques touristiques.

La mise en œuvre du tourisme a distingué de par ses pratiques des lieux<sup>9</sup> adaptés (Duhamel, 2013 ; Knafo et Stock, 2003). Les pratiques touristiques sont par nature associées à des lieux géographiques, à une destination. Une destination est un espace (ou un lieu) dans lequel le touriste met en jeu son projet. Ces derniers sont très divers, variables, et évoluent dans le temps. L'équipe MIT a travaillé à démontrer l'importance de l'apparition dans le temps (et l'espace) de lieux et de leurs développement. Autrement dit, il s'agit de comprendre le moment d'« émergence de leur *touristicité*<sup>10</sup> » (MIT, 2011 : 281). Ainsi existe-t-il un

---

<sup>9</sup> Le processus du tourisme génère des lieux spécifiques. Augustin Berque (2003 : 555) définit le lieu comme « là où quelque chose se trouve ou/et se passe ». Les lieux touristiques sont créés ou investis par le tourisme et transformés pendant un temps donné par la présence de touristes. Plusieurs types de lieux sont identifiés par les spécialistes. Cette typologie relève l'existence ou non du lieu avant le tourisme et du degré de transformation induite. Un lieu est peut-être « mis en tourisme ». C'est-à-dire le processus de création d'un lieu touristique ou de subversion d'un lieu ancien par le tourisme (MIT, 2008 : 300). À partir de la mise en tourisme des lieux, plusieurs types de lieux se dégagent. Parmi les lieux de « valeurs » (MIT, 2011 et MIT, 2008), il y a les hauts lieux. Nous retenons la définition suivante : « Lieu condensant une forte charge imaginaire, incarnant des pratiques et fonctionnant comme modèle pour d'autres lieux touristiques et urbains. Le haut lieu touristique est rêvé et pratiqué par tous les touristes du monde ». (Géoconfluences, 2011 et MIT, 2005).

<sup>10</sup> Nous entendons par « touristicité », le degré de la mise en tourisme d'un lieu, autrement dit l'intensité touristique du lieu. Un complément par une approche statistique permet de prendre en compte le taux de fonction touristique par le rapport du nombre de touristes pouvant être accueillis au nombre d'habitants permanents. En

positionnement scientifique du champ (« de l'approche scientifique du tourisme »), à l'objet central (« du tourisme »), à la figure cruciale de ces pratiques (« du touriste ») et des espaces concernent (« des lieux touristiques ») (Dewailly, 2006 : 16). Selon les cultures (monde européen/monde nord-américain par exemple) les référents catégoriels diffèrent, tandis que les mutations contemporaines des pratiques (diminution du temps de travail, nouvelles mobilités) rendent problématique le principe même de frontières strictes entre dénominations (Dewailly, 2006 : 121). Il y a une approche par les catégories des pratiques (statut du tourisme d'affaires ou du tourisme de soins), mais aussi par celles de la dimension spatio-temporelle (distinction entre tourisme, loisir, récréation) et enfin la nature classificatoire des pratiques (Dewailly, 2006 : 24).

Le tourisme peut être conçu comme un système qui articule les pratiques touristiques aux espaces touristiques. Les pratiques touristiques et leurs motivations sont extrêmement variées. Le tourisme vert, balnéaire, de montagne, etc. font écho aux catégories spatiales adoptées pour saisir les usages (Knafou et Stock, 2003: 932 ; Knafou *et al.*, 1997 ; et MIT, 2002). L'équipe MIT définit la pratique touristique par « ce que fait un touriste pendant son déplacement, combinaison de la mise en acte de ses intentions et des réponses qu'il apporte aux suggestions du lieu ». On distingue différents types de pratiques de récréation, selon d'une part leur rapport avec les lieux du quotidien et du hors-quotidien, et d'autre part les modalités citées plus haut (repos, découverte et jeu).

Ainsi, à travers les pratiques touristiques sont prises en compte les intentionnalités, les compétences et l'intervention des normes par les acteurs. Ces pratiques de récréation changent au cours du temps et se recomposent selon « des rapports différents au corps, à la nature, aux autres, à l'espace privé/public, à la valeur et à l'imaginaire des lieux » (MIT, 2005 : 341). Les pratiques ont été analysées sous l'angle de « la diffusion sociale » ; des classes supérieures vers les classes moyennes et populaires ; des sociétés occidentales vers le reste du monde (Boyer, 1999 et Cousin et Réau, 2013 : 31). Dans le champ des études sur le tourisme, deux écoles s'affrontent sur l'interprétation des pratiques et comportements touristiques.

Des spécialistes dans les années 1990 et 2000 partent des espaces (dans le sens de la qualité spatiale) (Clary, 1993 ; Lozato-Giotart, 1993 ; Dewailly et Flamant, 2000) et de la configuration de l'espace géographique (rural, urbain, littoral et montagne) pour comprendre les pratiques et comportements des touristes. Plus récemment, à travers les travaux de l'équipe MIT (MIT, 2002, 2005 et 2011), une nouvelle approche propose une analyse du tourisme à

---

revanche, le nombre d'hébergements ne donne pas d'information sur la qualité de l'usager (touriste ou non-touriste).

partir des touristes, en considérant que le choix d'une destination se fait dans le but d'accomplir un projet précis pour se « recréer ». Une pratique ne peut être congruente avec un ensemble complexe tel que le tourisme, elle en fait seulement partie (MIT, 2011 : 380).

L'observation des pratiques réelles des individus rend compte de ce qu'ils font et du sens qu'ils donnent à ce qu'ils font (Cuvelier, 1998). Il y a donc des modalités de la récréation. Les spécialistes des questions de tourisme dégagent premièrement le repos (soin du corps et recherche de bien-être physique et mental), où la récréation est obtenue par l'intérêt porté au délassement et le « rien faire ». Le second correspond à la découverte (découvrir le monde, apprécier les paysages, les manifestations culturelles). Enfin, le troisième est celui du jeu. Selon Philippe Violier et Véronique Mondou : « le jeu relativise la notion de performance et distingue la gratuité de la pratique par rapport aux enjeux compétitifs contenus dans le sport » (Mondou et Violier, 2009 : 2). Le tourisme renvoie aux jeux, à la découverte, à l'amusement et aux activités liées à un lieu spécifique.

Enfin, d'après des études récentes sur les pratiques touristiques (à la fois dans les sociétés occidentales et non occidentales), il y a une approche culturelle des pratiques touristiques. Les pratiques touristiques se déployant à la plage, à la montagne, à la campagne sont différentes en France, au Vietnam, en Chine, aux États-Unis. Par conséquent, le critère culturel est un marqueur important dans la mise en œuvre du projet touristique et également dans la diffusion des pratiques. Des pratiques similaires peuvent être vécues et expérimentées différemment selon les sociétés.

### ***1.2.5 Le travail de l'OMT et ses limites***

Il est impossible de connaître le nombre de touristes dans le monde. La construction statistique de l'objet « tourisme », ancrée dans une tradition terminologique aujourd'hui institutionnalisée (bases de recension de l'OMT), découpe en effet « les pratiques en fonction de leur temporalité et conduit à les séquencer en catégories closes » (Dewailly, 2006 : 32). Avec l'explosion des mobilités internationales de tourisme, les différents acteurs du système touristique ne s'accordent pas sur la définition, sur les chiffres et sur la comptabilisation des touristes. Ainsi l'OMT tente-t-elle de systématiser des définitions et des méthodes de comptage afin de donner du sens et de la visibilité aux économies et aux États. Ceci fut entrepris dans le courant des années 1990 et 2000. Depuis cette période, l'OMT a largement œuvré pour mettre en place au niveau international des règles communes dans le domaine de

l'observation statistique du tourisme<sup>11</sup>. L'OMT s'est attachée à rendre le tourisme reconnaissable et définissable à travers son caractère à la fois fonctionnel et organique liant le développement, la production, la distribution et la commercialisation de produits et de services destinés à répondre aux besoins du voyage de plaisir, l'initiative pouvant venir soit d'organismes privés, soit d'organismes publics (Tissot, 2007 : 5). Face à ces difficultés de définir un cadre pour obtenir des données objectives, l'OMT renouvelle la définition du tourisme en 1993. L'objectif est double, il s'agit d'identifier les pratiques et de mesurer le phénomène touristique. Ainsi l'OMT propose-t-elle la définition suivante : « Le tourisme est un phénomène social, culturel et économique qui implique le déplacement de personnes vers des pays ou des endroits situés en dehors de leur environnement habituel à des fins personnelles ou professionnelles ou pour affaires. Ces personnes sont appelées des visiteurs (et peuvent être des touristes ou des excursionnistes, des résidents ou des non-résidents) et le tourisme se rapporte à leurs activités, qui supposent pour certaines des dépenses touristiques» (OMT, 2014)<sup>12</sup>. Cette définition regroupe les visiteurs à la journée et les visiteurs (touristes) passant au moins une nuit en dehors de leur environnement quotidien<sup>13</sup>. Selon l'OMT il s'agit d'un déplacement hors de son lieu de résidence habituel pour plus de 24 heures, mais moins de 4 mois, dans un but de loisirs, un but professionnel (tourisme d'affaires) ou un but sanitaire (tourisme de santé).

Au tourisme s'ajoute la notion de vacances<sup>14</sup>. Depuis 1995, l'OMT définit les vacances comme l'ensemble des déplacements d'agrément comportant au moins quatre nuits consécutives hors du domicile. Par conséquent sont exclues des vacances :

---

<sup>11</sup> De nouvelles normes méthodologiques internationales ont ainsi été approuvées en mars 2008 par la commission de statistique des Nations unies, concernant à la fois le cadre général des statistiques du tourisme et le Compte Satellite du Tourisme (CST). Elles sont rassemblées dans deux ouvrages publiés conjointement par les organisations statistiques internationales concernées (OMT, Eurostat, OCDE). Il y a :

- International Recommendations for tourism Statistics 2008 (IRTS, 2008),

- Tourism Satellite Account : Recommended Methodological Framework (TSA : RMF, 2008).

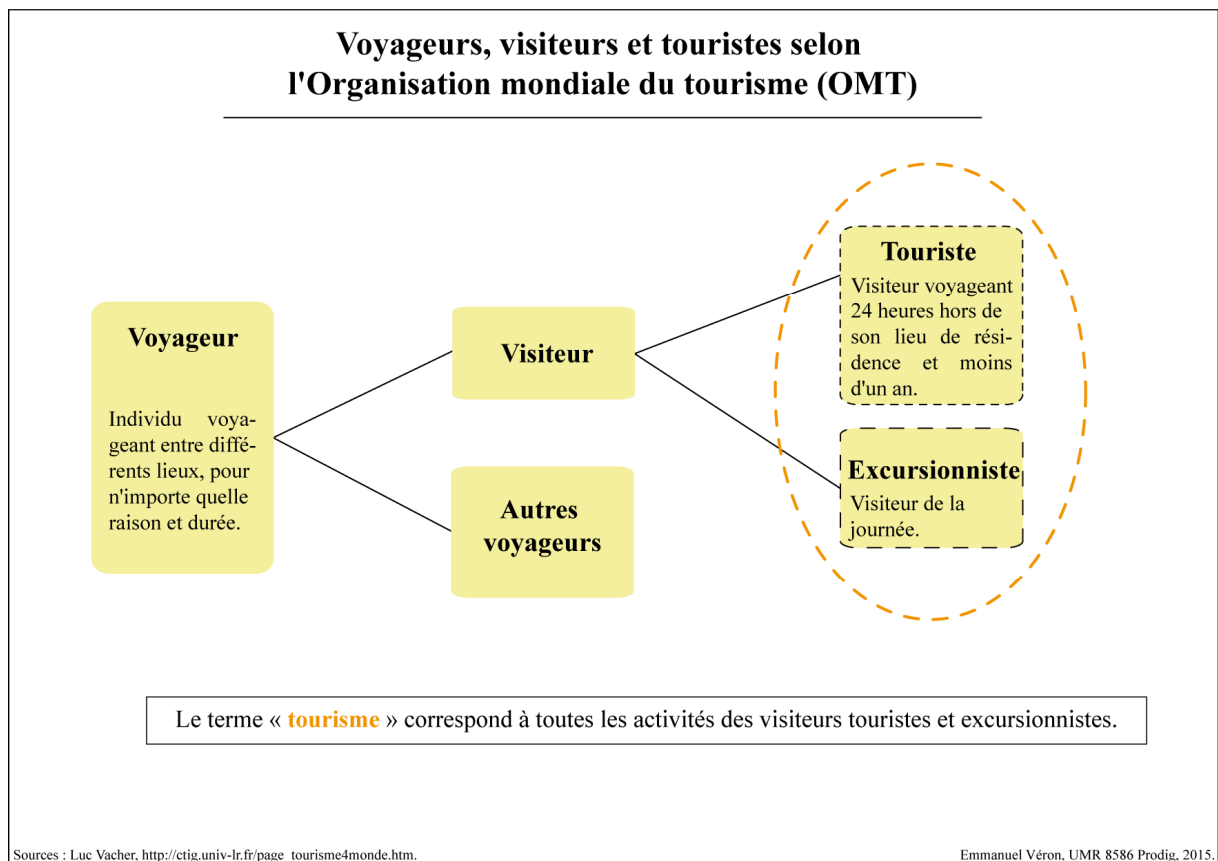
<sup>12</sup> Cette définition est issue du glossaire de base de l'OMT. Ce glossaire a été élaboré grâce au travail déployé par la communauté internationale pour définir un nouveau cadre conceptuel d'évaluation et d'analyse de l'économie touristique, travail qui s'est étendu de 2005 à 2007. Le consensus qui en est résulté sur le plan international s'est traduit par les Recommandations internationales, approuvées par les Nations unies, qui établissent les concepts, les définitions, les classifications et l'ensemble de données et indicateurs de base qui devraient faire partie de n'importe quel système national de statistiques du tourisme (<http://media.unwto.org/fr/content/comprendre-le-tourisme-glossaire-de-base>).

<sup>13</sup> Il existe à l'échelle des pays des définitions qui leur sont propres. Cependant, la définition de l'OMT est appliquée par la plupart des États.

<sup>14</sup> L'équipe MIT (2008 : 301) donne la définition suivante : « de vacant : absent, oisif ; initialement, période où les tribunaux s'interrompent. Plus généralement, aujourd'hui ; période durant laquelle cessent les activités ordinaires, le travail. Cette période peut varier de quelques jours à plusieurs semaines selon ce qu'autorisent les calendriers scolaires, la législation des congés payés ou, pour les retraités et les rentiers, le bon vouloir. Dans le temps des vacances, on peut rester chez soi ou voyager c'est-à-dire développer des activités de loisirs ou faire du

- les déplacements professionnels ;
- les voyages d'études ;
- les séjours motivés par la maladie ou le décès d'un proche ;
- les séjours de santé dans des établissements spécialisés ;
- les courts séjours d'agrément (deux ou trois nuitées) et les week-ends réguliers.

Nous retrouvons ci-dessous un organigramme (figure 3) présentant les différentes catégories de voyageurs selon l'OMT. Le touriste se distingue donc de l'excursionniste et du simple visiteur. Cependant, tous appartiennent à la catégorie « voyageur ».



**Figure 3.**

L'OMT réalise plusieurs publications conjoncturelles et structurelles sur le tourisme international bâties en partie sur les données qu'elle rassemble auprès des services statistiques nationaux. Les recettes du tourisme international comprennent les recettes liées aux voyages (et aux excursions à la journée) internationaux, hors transports.

Les chiffres de l'OMT proviennent des statistiques des pays partenaires. Ces données sont par conséquent non uniformes, parfois faussées. Les statistiques du tourisme sont donc

---

tourisme ». C'est aussi depuis le XVII<sup>ème</sup> siècle, la période durant laquelle les écoles et les facultés rendaient leur liberté aux élèves.

difficiles à établir. Les spécialistes convergent sur les limites des chiffres produits par l'OMT. Premièrement, ces statistiques rassemblent des mobilités qui ne sont pas toutes de nature touristique (pèlerinages, voyages d'affaires). Deuxièmement, elles donnent les chiffres de chaque État membre ou affilié qui mesurent des franchissements de frontières, ce qui ne va pas sans poser des questionnements. Concernant la Chine, l'OMT sépare Hong Kong et Macao, malgré la rétrocession de ces derniers respectivement en 1997 et 1999. La population touristique rassemble un groupe très hétérogène. Les touristes étrangers et nationaux sont deux catégories bien identifiables et classiques. Cependant, des questionnements et difficultés apparaissent, lorsque des catégories sont mobilisées. Il y a les résidents permanents (expatriés) et les flux affinitaires liés à « des populations ayant émigré à l'étranger qui reviennent au pays » (Duhamel, 2013 ; 2011 ; Knafo et Stock, 2003 ; MIT, 2011 : 287 ; et Cousin et Réau, 2013). Ils contribuent au développement du processus touristique de leur pays.

Dans ce sens, l'OMT donne une catégorisation claire des flux touristiques dans le monde. Nous schématisons ci-dessous (figure 4) la typologie des tourisms proposée par l'organisation internationale. Pour l'OMT, il existe six formes majeures de tourisme. Nous donnons ci-après une représentation des formes et motifs touristiques de l'OMT. Le tourisme intérieur (*internal tourism*) comprend le tourisme interne ou « domestique » (*domestic tourism*) et le tourisme récepteur (*inbound tourism*). Le tourisme national (*national tourism*) rassemble le tourisme émetteur (*outbound tourism*) et interne. Enfin, le tourisme international (*international tourism*) englobe le tourisme récepteur et émetteur. On tient compte de l'activité économique induite par le tourisme des résidents d'une destination et celle induite par l'accueil des visiteurs étrangers dans ladite destination.

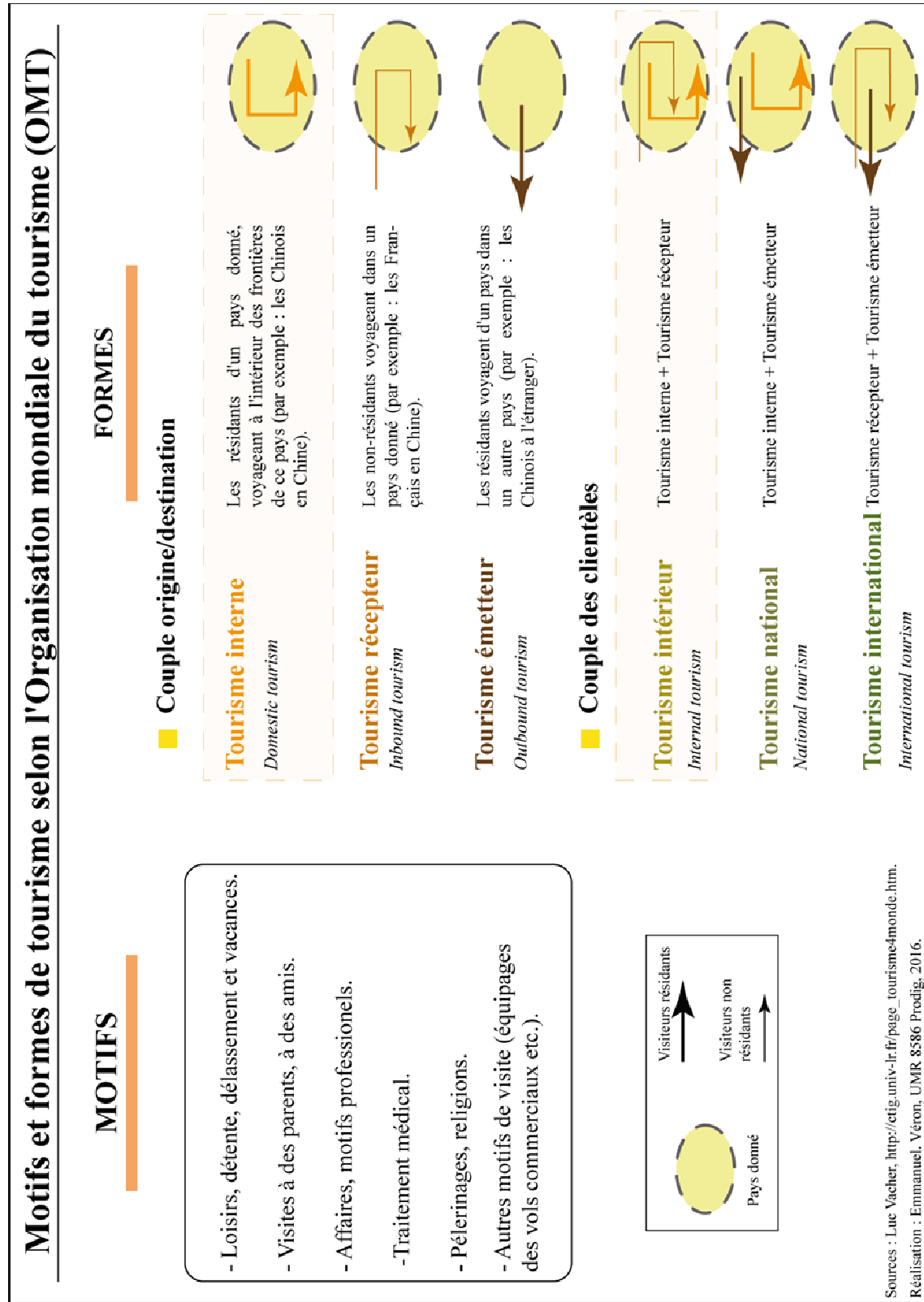


Figure 4.



Ce travail s'inscrit dans le prolongement des études sur le tourisme dans les pays émergents et en voie de développement. Ces dernières sont peu nombreuses, en particulier en géographie. Une approche par le tourisme permet de poser l'hypothèse des changements du tourisme dans le monde.

## **2. Le tourisme dans les pays émergents et le cas chinois**

---

La recherche universitaire s'est principalement focalisée sur l'analyse du tourisme international dans les pays en développement et n'a guère abordé son aspect national. L'idée a longtemps prévalu que les pays en voie de développement étaient incapables d'engendrer un mouvement touristique notable du fait de la faiblesse des revenus de la majeure partie de la population. Cette idée découle en partie du courant tiers-mondiste qui, à partir des années 1970, encourage le développement de pays désignés comme pauvres à davantage s'appuyer sur l'agriculture et l'industrie que sur le tourisme. L'application du modèle centre-périphérie au tourisme international, appréhendé comme l'activité néocoloniale d'extraversion par excellence et instrument de domination des pays occidentaux industrialisés sur les pays du Sud (Turner et Ash, 1975 ; et Turner, 1976), a empêché de concevoir l'existence d'un tourisme porté par les pays pauvres et leurs classes moyennes. La référence à la théorie de la *Pyramide des besoins* d'Abraham Maslow (1943), selon laquelle les individus ne peuvent envisager d'avoir des loisirs qu'une fois satisfaits les besoins élémentaires de l'existence, a également été un frein à la reconnaissance et à l'étude des mobilités récréatives dans les Suds.

La croissance touristique suit deux logiques spatiales. La première correspond à une mobilité internationale dont la progression est exponentielle depuis la fin de la Seconde Guerre mondiale. La deuxième logique est celle de mobilités nationales plus récentes et actuellement en forte croissance (Duhamel, 2013). Depuis près de trois siècles et l'avènement du tourisme, les flux touristiques internationaux et nationaux comme le nombre des lieux touristiques n'ont cessé d'augmenter. La diversification des pratiques est particulièrement importante et montre une certaine efficacité des différents acteurs (touristes, hébergeurs et voyageurs). La variété des lieux pratiqués est devenue de plus en plus grande et les pratiques touristiques sont en nombre accru (MIT, 2011 : 280). L'hypothèse est alors que le tourisme ne produit pas que de l'« uniformité, mais qu'une dialogique de l'uniformisation et de la production de diversité nouvelle est au cœur même du système » (MIT, 2005 : 325).

## Image des "masses" touristiques lors de la fête nationale d'octobre 2012 à Hangzhou (lac de l'Ouest)

①. 2012国庆长假国内游客总量3424.56万人次刷新纪录 新华社提出三大反思

### ②. 谁能破解13亿人休假难题

#### 文明出行仍是尴尬考题

三亚3公里海滩撒布50吨垃圾、天安门地区扫出近万吨杂物。年年黄金周,年年文明呼吁,但时至今日,旅游文明的考试结果依然不合格。网民总结出的“几大丑”:乱丢乱扔、肆意加塞、大嚷大叫、打架斗殴。

#### 公共管理依然十分滞后

高速路成了停车场,找不到厕所不见垃圾箱,景区“撞死”不限客,应急预案流于纸面或摆设。诸多棘手问题呼吁旅游业尽快创新管理思路,提高管理的专业化、国际化水平。

#### 带薪休假必须跟上

各大景区“爆棚”、不少景区面临“塌陷”、拥堵的船队累得性命难保,种种极端现象说明,严格落实带薪休假制度应是缓解“人满为患”的有效办法。只有当人们拥有和支配自己休假的权利,旅游质量才会得到提升。

### ③. 全国假日办建议立即推进带薪年休假制度落实



1. "Nouveau record du tourisme intérieur lors de la fête nationale en octobre 2012 : 34 245 600 de touristes".
2. "Qui peut résoudre le problème de 1,3 milliard d'individus en vacances ?"
3. "Les Bureaux des jours fériés ont recommandé la mise en place immédiate de congé payé annuel en avance".

Sources : Extrait du quotidien Dongfang zaobao, [Matin de l'orient], octobre 2012.

Emmanuel Véron, UMR 8586, Prodig, 2016.

Figure 5.

Cet extrait d'un quotidien chinois témoigne de l'importance des flux touristiques répartis sur seulement quelques périodes (courtes) de l'année. Par ailleurs, le nombre très élevé de touristes (plus de 35 millions en une journée en octobre 2012) rend compte des définitions du tourisme utilisées par les autorités chinoises et des modes de gestion de flux de populations très importantes dans un temps limité.

### 2.1 Les mutations en cours de la cartographie du tourisme dans le monde

Jusqu'au milieu des années 1970, 90 % des touristes internationaux provenaient des pays occidentaux. Les Trente Glorieuses ont marqué l'apogée de la diffusion sociale du tourisme

dans les sociétés occidentales. Progressivement, l'Asie orientale s'est imposée. Les populations japonaises ont voyagé et grossi les rangs du tourisme international durant la décennie 1980, puis elles ont été rejointes par certains pays d'Asie du Sud-Est. L'émergence de la Chine continue aujourd'hui de renforcer cette tendance. L'Asie devance maintenant les Amériques, l'Europe de l'Ouest recule, tandis que l'Europe de l'Est et l'Amérique latine progressent. Depuis les années 1980, un certain nombre d'aires régionales se sont affirmées sur le marché touristique, à l'instar de l'Amérique latine et une large partie de l'Asie. (Duhamel, 2013 ; Dehoorne, Saffache et Tatar, 2008 ; et Dehoorne, 2004). « Le continent asiatique s'est ouvert tardivement au tourisme » (Dehoorne, 2004 : 119). La révolution et l'explosion des transports en Asie, les forts taux de croissance accumulés, ainsi que l'amélioration des niveaux de vie depuis plus de trois décennies, ont stimulé l'émergence, puis le développement rapide du tourisme international et intérieur (Winter, Chang, Teo, 2008). Souvent, le tourisme interne est ancien. Il est issu de la création de lieux touristiques par les Européens durant les périodes coloniales. Ces lieux sont alors fréquentés par les élites locales (Peyvel, 2009 ; MIT, 2011).

Une autre dynamique nouvelle est à l'œuvre. Le tourisme national est en train progressivement de redessiner les cartes du tourisme dans le monde. Une transition touristique mondiale se met en place. En faisant écho à la transition démographique (processus désignant le passage d'un régime démographique traditionnel à un régime nouveau), le géographe Philippe Duhamel parle de transition touristique. Cette dernière correspondrait à l'apparition d'une population touristique nationale d'abord notable, puis majoritaire. La moitié des touristes nationaux sont des Occidentaux. Leur évolution est limitée, car cette pratique est ancienne. En revanche, l'autre moitié des touristes nationaux, issue des pays émergents, ne représente qu'un « stade de développement intermédiaire » (Duhamel, 2013 : 4).

Si les géants démographiques émergents comme l'Inde ou la Chine connaissent des taux de départ similaires à ceux des pays occidentaux (de 60 % à 80 %), la population, les économies et les acteurs du tourisme seront profondément changés. En Chine, la croissance économique ininterrompue depuis plus de 30 ans a contribué à l'importante progression de la diffusion sociale du tourisme, dessinant une classe de consommateurs toujours plus importante et difficile à cerner. L'important ne réside pas tant dans la croissance numérique que dans la diversification culturelle des touristes. Des spécificités apparaissent dans l'usage d'espaces communs à l'ensemble des touristes. Cette variété culturelle est importante pour le processus touristique, car découvrir, se reposer, jouer ou être en société ne revêtent pas le

même sens selon les sociétés (Duhamel, 2013). Une approche par la culture est nécessaire pour rendre compte des dynamiques renouvelant le phénomène touristique.

Rang	Pays	Nombre de touristes internationaux (en millions)
1	Chine	130
2	France	114
3	États-Unis	102
4	Espagne	74
5	Hong Kong	57
6	Grande-Bretagne	54
7	Italie	53
8	Mexique	49
9	Russie	48
10	République tchèque	44

**Tableau 1 - Les dix premiers pays récepteurs du monde en 2020.**

Sources : Origet du Cluzeau Claude et Viceriat Patrick, 2009, *Le tourisme des années 2020. Des clés pour agir*, La Documentation Française, Conseil National du Tourisme, Rapport, 201 pages, p. 21.

Ces mutations des dynamiques touristiques mondiales signalent d'une part une croissance numérique et d'autre une diversification culturelle des touristes.

## **2.2 Émergence et tourisme : de nouveaux enjeux pour la géographie et les sciences sociales**

Nous proposons dans cette partie une définition de l'émergence et de comprendre la catégorisation de pays émergents. Ceci fait partie intégrante d'une géographie du développement. Le processus touristique, dans les pays émergents n'est pas apparu au moment de l'émergence. Des formes de tourisms associées à la période coloniale ont produit des lieux, à l'instar des dynamiques décrites par Emmanuelle Peyvel (2009) concernant le Viêtnam. En revanche, l'intensité et le poids du tourisme dans ces sociétés n'ont jamais été aussi importants que depuis leur « ouverture » et leur insertion dans la globalisation et donc depuis leur « émergence ».

Parmi les pays émergents qui ont réalisé une forte progression des mobilités touristiques dans leur territoire et dans le monde, la Chine tient une position flatteuse. Nous situons le tourisme en Chine comme un phénomène issu de l'ouverture économique chinoise et des réformes. Ainsi le tourisme est-il associé de l'émergence économique et de la formation d'une classe de consommateurs étant à l'origine de nouveaux marchés (Chaponnière et Lautier, 2015 ; Jaffrelot, 2008). Nous nous attacherons à comprendre les mutations du

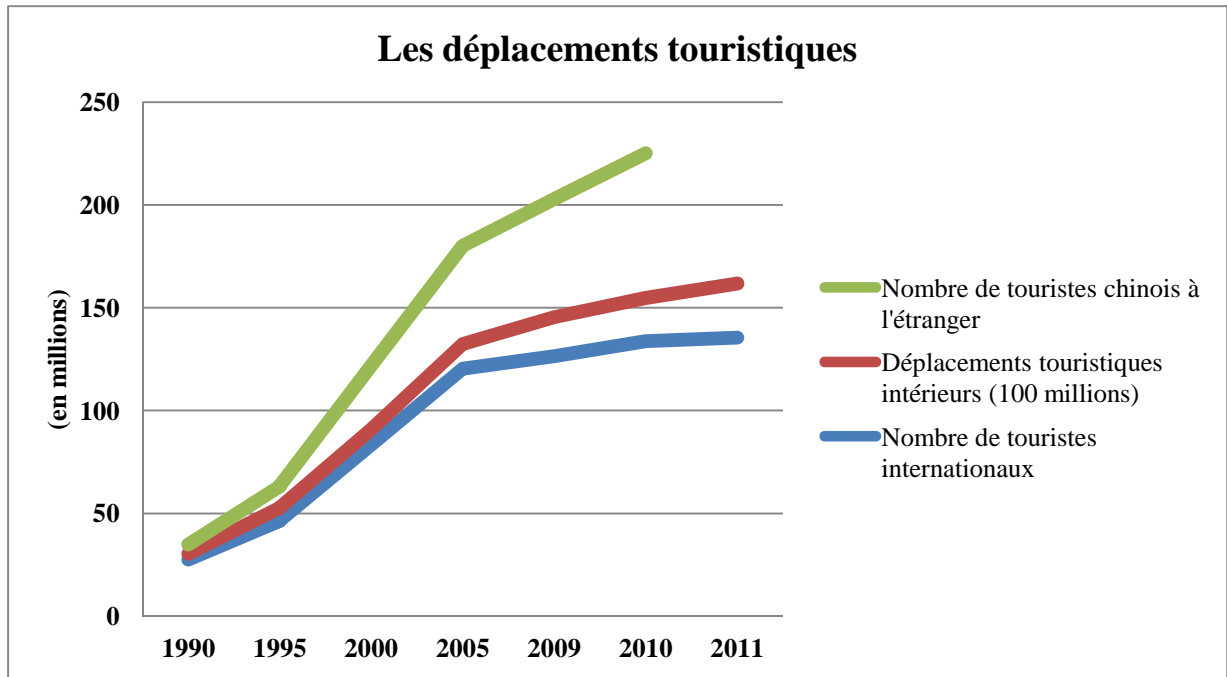
tourisme intérieur chinois dans la continuité des travaux de géographie (Nyiri, 2006 ; Taunay, 2009 ; Taunay et Violier, 2012), ainsi que des travaux sur des pays asiatiques qui connaissent une forte croissance des mobilités de tourisme intérieur : le Vietnam et les travaux d'Emmanuelle Peyvel (Peyvel, 2009), l'Indonésie (Cabasset, 2000 ; et Cabasset-Semedo, 2006) et enfin sur l'Inde avec les travaux d'Isabelle Sacareau (Sacareau, 2006).

Des travaux de ces spécialistes (Cabasset-Semedo, Peyvel, Sacareau et Taunay, 2010) ont pourtant montré, à travers les cas de la Chine, de l'Inde, de l'Indonésie et du Vietnam, combien le tourisme intérieur prend appui sur des lieux originaux, fréquentés avant tout par les populations locales, comme dans le cas des *Hill stations*, et sur des modes d'accès et des pratiques propres à ces marchés. Par ailleurs, les États contribuent en outre fortement à l'expansion de l'activité, en facilitant les départs en vacances, (par le biais des congés payés et de la liberté de circulation) et en valorisant le tourisme domestique comme outil d'unité et de développement économique national.

Le tourisme peut être considéré comme une conséquence de l'émergence tout autant qu'une mesure de celle-ci. « L'émergence », nous disent Benjamin Taunay et Philippe Violier (Taunay et Violier, 2012), devrait être saisie au sein d'un processus plus global de transition - à l'instar d'une « transition touristique » (Duhamel, 2011).

Un changement important dans les marchés touristiques du monde correspond au développement de pays dont la démographie est forte. Les flux touristiques sont stimulés par la croissance économique des pays émergents dans deux sens. Le premier serait celui des flux internationaux, tandis que le second est celui des flux à l'intérieur du pays concerné. Ainsi l'émergence n'est-elle pas seulement le fait d'une croissance économique soutenue, des parts d'investissements importants mais aussi la capacité acquise d'une population (d'un marché) à consommer. En résulte une modification des marchés touristiques dans le monde.

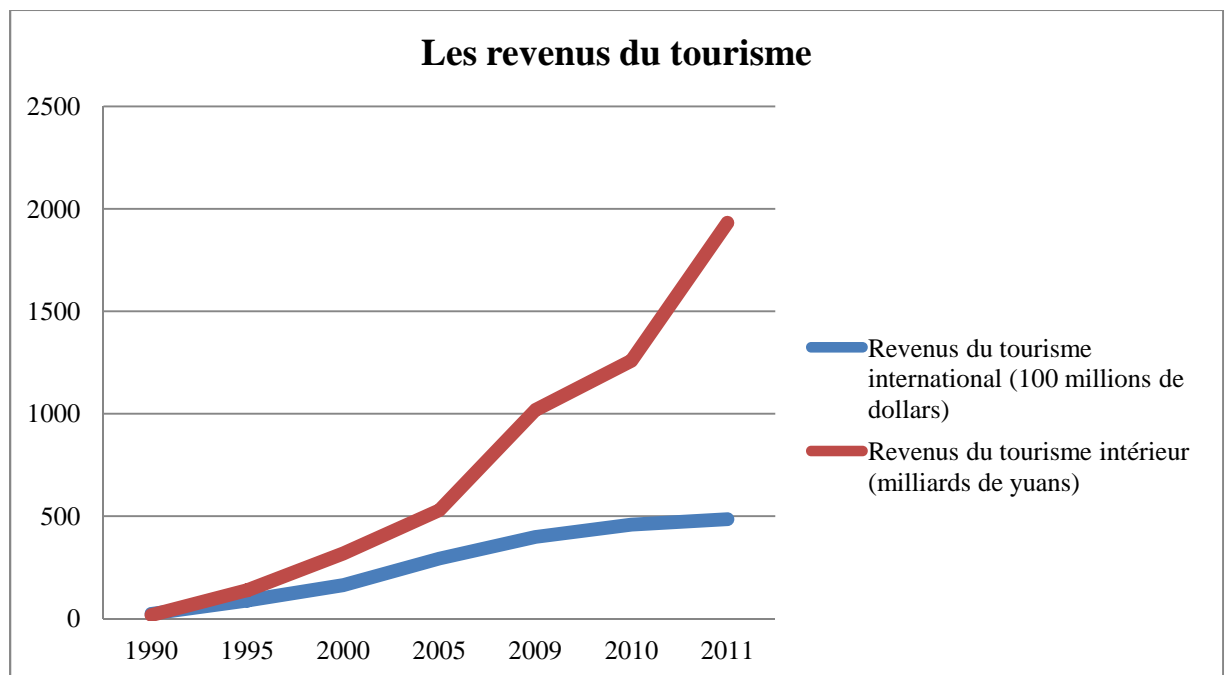
Nous proposons ci-dessous les statistiques du tourisme en Chine. Celles-ci rassemblent les chiffres du tourisme intérieur (nombre de déplacements touristiques et recettes) d'une part, et les chiffres du tourisme international (nombre de déplacements touristiques et recettes) d'autre part. Ces chiffres sont issus des statistiques nationales chinoises. Ils montrent la montée en puissance de ce secteur sur un temps court (depuis 1990). Un communiqué de l'agence de presse Xinhua donne le chiffre de 261 millions de touristes chinois en 2014.



**Graphique 1.**

Sources : Annuaire statistiques de Chine, 2013 et CNTA, 2011.

La croissance des flux touristiques est quasi exponentielle entre le milieu des années 1990 jusqu'au milieu des années 2000. Les recettes du tourisme suivent une progression similaire sur la même période.



**Graphique 2.**

Sources : Annuaire statistiques de Chine, 2013 et CNTA, 2011.

Le tourisme en Chine revêt donc la particularité d'être un phénomène récent et puissant. Aussi, Le tourisme intérieur domine très largement le tourisme international en termes de flux d'hommes et de revenus.

Après avoir appréhendé les mutations des dynamiques du tourisme dans le monde par le processus d'émergence économique donnant de nouveaux marchés touristiques, nous opérons un changement d'échelle et nous en venons à donner un état de l'art des questions de tourisme dit « rural ».

### **3. Les tourisms dans les espaces ruraux plutôt que tourisme rural**

---

Cette partie s'appuie sur la réflexion menée sur les dynamiques du tourisme dans les campagnes et la distinction des formes touristiques en lien avec le monde rural<sup>15</sup>.

Le processus touristique en cours dans les campagnes n'est pas un objet fini et uniforme. Il correspond davantage à plusieurs temporalités touristiques corrélées à des injonctions touristiques d'une part et plusieurs pratiques touristiques d'autre part. Nous proposons ici, dans le cadre de notre positionnement scientifique, un état de l'art de la question de(s) tourisme(s) à la campagne. Nous basons notre analyse sur les travaux français, anglo-saxons et asiatiques du tourisme en espace rural. Il est donc nécessaire de mettre en perspective les différentes approches et confrontations des spécialistes (au sein même de chercheurs français ou autres) des questions touristiques. En effet, il existe plusieurs approches pour appréhender le tourisme dans les campagnes (Guilbert *et al.*, 2008).

Il y a d'abord la mise en perspective dans les études du tourisme, de la campagne (« qualité spatiale<sup>16</sup> » MIT, 2011) comme espace et destination touristique singulière (Duhamel, 2013 ; MIT, 2005 et Béteille, 1996). Puis, l'identification de l'État comme acteur institutionnel (Violier, 1995 ; Bonneau, 1984) au cœur des décisions et de l'aménagement doit être précisée. Cet état de l'art est utile pour comprendre la situation des réflexions sur le tourisme. Le tourisme rural en Chine ne connaît pas une trajectoire épistémologique

---

<sup>15</sup> Ceci participe de notre positionnement scientifique. De plus, nous proposons ce vocabulaire dans la continuité de réflexions menées lors d'un colloque international en Chine à Fenghua (dans la municipalité de Ningbo, province du Zhejiang) au mois de juin 2014. Ce colloque faisait avoir pour objectif de présenter la diversité des approches concernant le processus touristique dans les campagnes. Des regards français, chinois et d'autres pays européens ont pu être confrontés. Aussi, ces réflexions ont été initiées lors d'une journée d'étude à l'université Paris 8 sous la direction de Béatrice David en décembre 2010.

<sup>16</sup> L'équipe MIT développe une approche renouvelée de l'espace touristique par sa qualité. « L'interrogation sur la qualité des lieux permet de comprendre la diversité des lieux touristiques » (MIT, 2011 : 281). Les spécialistes contestent la notion de milieu (montagne, littoral, urbain, rural), en arguant de qualités de lieux semblables, en raison de la construction spécifiquement touristique de l'espace, au-delà des milieux.

comparable aux sociétés occidentales. Du fait, de son apparition récente (deux décennies environ), le recul scientifique est encore assez court.

Aussi, l'importation de l'Occident des méthodes de réflexions, de gestion et d'aménagement du tourisme font que le processus en cours est encore à des stades de balbutiements, en termes de définition et de positionnement en tant qu'objet de recherche. Nous devons pour expliciter notre positionnement de recherche et faire un bilan de l'usage des termes et des champs de recherches sur le processus touristiques en espace rural. En effet, ce « type » de tourisme est souvent désigné par un champ lexical très varié (agritourisme, tourisme à la ferme, tourisme vert, tourisme en espace rural voire écotourisme ou tourisme solidaire).

L'espace rural offre un champ privilégié à ce que l'on appelle parfois le tourisme d'espace, à l'écart du tourisme de masse. Le tourisme rural se caractérise cependant par une relative dissémination, des équipements assez diffus, des concentrations limitées de touristes. Les activités pratiquées, en rapport avec leur espace-support, sont cependant variées. Ces termes recouvrent une large réalité tant scientifique que vernaculaire. Nous distinguons trois grandes catégories du processus touristique se déployant dans les espaces ruraux. Nous dégagons dans un premier temps le tourisme vert ; puis le tourisme rural et enfin l'agritourisme.

### **3.1 Le tourisme vert : tourisme d'espace et dimension paysagère**

Cette dénomination (tourisme vert) correspond à une « mise en désir » des campagnes (Urbain, 2002) par l'entrée paysagère et notamment d'espaces dits « naturels ». Ce « type » de tourisme est ancien et ubiquiste (Dewailly et Flamant, 2000). L'idée de campagne comme à la fois antidote et complément de la ville est récurrente dans l'histoire (Boyer, 2000 ; Urbain, 2002 ; et Béteille, 1996). En ce sens, la fréquentation de la campagne comme espace de repos, de contemplation et d'activités diverses (chasse, pêche, cueillette, jeux) est d'abord le fait des élites puis de la diffusion des pratiques aux catégories sociales plus populaires (Cousin et Réau, 2013 ; Viard, 2006 ; et Knafou et Stock, 2003). Ceci est le produit d'une construction sociale et politique de l'image des espaces ruraux.

Il apparaît de nouvelles pratiques dont la « campagne » devient le lieu (Micoud, 2002 : 80). Ceci correspond à une mutation paysagère des villages. La campagne devient « l'emblème d'un nouvel espace politique incluant la nature » (Micoud, 2002 : 86). La nature et les paysages y sont une composante majeure. Les grands sites confèrent aux espaces ruraux un label de qualité. L'aspiration à la satisfaction de nouveaux besoins personnels et l'espoir



« d'une redistribution spatiale de populations théoriquement lasses des grandes concentrations et des hauts lieux » (Vitte, 1998 : 70).

Ce « tourisme » correspond d'abord à une inversion des perceptions (là où le monde rural était chargé de valeurs négatives sur le plan ludique, tandis que le milieu social paysan était perçu sur le mode misérabiliste, routinier et reclus dans une pauvreté historique). Il renvoie à une connotation méliorative des espaces ruraux suivant une construction sociale (re)valorisée (Bétéille, 1996 ; Urbain, 2002a ; et Le Caro, 2007). La campagne n'est pas un espace répulsif et anxiogène, dans l'angoisse de la faim, des calamités climatiques et de l'arriération sociale, mais elle est pourvue d'une certaine esthétique, et devient un antidote à la ville voire à la vie urbaine. La perception de la campagne est désormais celle d'un espace de liberté et d'épanouissement. L'histoire, les us et coutumes, l'écologie, la faune, la flore, la gastronomie sont autant d'objets diffus, mobilisés pour « répondre à la nostalgie bucolique des habitants stressés des grandes agglomérations » (Garnier, 2005 : 60). La campagne est une antithèse de la ville. Elle doit désormais constituer une alternative à la ville.

En Europe, c'est bien « l'ouverture des espaces » (Bonneau, 1984: 57) qui a permis aux formes de tourisme itinérant de trouver un essor important (randonnée pédestre, les plans départementaux de randonnées, les trames vertes et bleues). Ainsi, le « tourisme vert » est-il fortement marqué par la « liberté » de circuler. C'est l'essence même des pratiques structurant ce tourisme.

Enfin, le tourisme dans les espaces ruraux est à son maximum pendant la saison d'été. La fréquentation touristique de la campagne est par définition saisonnière. Il existe une forte saisonnalité du phénomène, ce qui signifie que les lieux, espaces et acteurs concernés ne sont en activité qu'une partie de l'année. Il y a donc une discontinuité intra annuelle dans l'hébergement, les pratiques et la mise en œuvre de ce tourisme.

### **3.2 Le tourisme rural : politique d'État et développement rural**

Le tourisme rural renvoie à une catégorie touristique très précise, celle de l'aménagement rural par des politiques publiques au sortir de la Seconde Guerre mondiale en France. Cette appellation est donc exclusive d'un type de tourisme. Le tourisme rural est perçu « comme venant au « secours » des campagnes » (Desplanques, 1973 : 162 ; et Perrin, 2007 : 2). Il s'agit du tourisme dans les espaces ruraux où l'aménagement de stations touristiques sont destinées aux urbains à la recherche d'une parenthèse de verdure. Par ailleurs, ce tourisme relève d'une logique de développement territorial. Par la suite, d'autres dénominations de

formes de tourisme à la campagne rythmeront les séjours et expérimentations touristiques dans les espaces ruraux. En France, le tourisme rural est une invention politique et une injonction étatique par laquelle les touristes sont invités à occuper un espace vide laissé par l'exode rural. Si des campagnes sont aujourd'hui des destinations touristiques, elles le doivent à une évolution singulière à rebours de la dynamique des campagnes intégrées à l'économie agroalimentaire performante (Violier, 2014 - Fenghua, Ningbo, Chine).

Parmi les acteurs de la diffusion du tourisme, il y a l'État. Pour les régimes totalitaires et autoritaires, le tourisme doit être un moment de propagande (Duhamel, 2013). Les régimes planifient de grands projets d'aménagement touristiques. Avec la crise industrielle des années 1970, le tourisme est considéré comme un relais à des activités défailtantes ou en désuétude. Ce postulat s'est également observé dans les régions agricoles en difficultés. On tente alors de développer le tourisme et des activités de loisirs là où l'activité agricole connaît des lacunes ou a disparu. Des stratégies de localisation d'équipements touristiques privilégieraient « les lieux et espaces souffrant d'un manque de dynamisme économique, mais dont la proximité avec une ou des clientèles lui serait bénéfique » (Duhamel, 2013 : 7). Aussi, le tourisme apparaît comme un outil de développement et de réduction de la pauvreté et des inégalités de développement.

À un certain niveau de développement et de compétitivité, le paysan doit choisir entre une activité agricole ou une véritable reconversion dans le tourisme, « l'agriculture n'étant plus conservée alors que comme cadre de vie et comme décor » (Bonneau, 1984 : 55) et il pouvait être « un élément déterminant de l'aménagement rural ». Les injonctions contradictoires entre l'international, le national et le local en termes de politique agricole, mais aussi « d'aménagement du territoire, ainsi que la contradiction même entre différentes politiques » (Delfosse, 2008 : 168).

Pour Pierre Vitte (Vitte, 1998 : 70) le « tourisme rural entre pleinement dans le modèle centre-périphérie », à savoir un sauvetage des espaces ruraux par les devises touristiques d'urbains. Le « tourisme rural » est aussi animé par des dynamiques indépendantes de l'agriculture. Cela passe par le développement de nouveaux modes agricoles, mieux perçus par les touristes, ou par le développement de programme pédagogique visant à faire connaître le monde rural et agricole. Ces projets de tourisme sont alors souvent accompagnés et encouragés par les pouvoirs publics qui subventionnent la modernisation ou la création de structures et d'équipements. Le tourisme rural est inscrit dans une dynamique de compensation. Le but recherché par les agriculteurs est celui de dégager des revenus

complémentaires à l'exploitation agricole, soit parce ces derniers ont baissé, soit parce que les besoins des ménages se sont accrus.

Le tourisme rural rassemble des motivations variées selon les catégories sociales. Le tourisme rural est dès son apparition lié au tourisme peu onéreux, donc associé à un produit populaire. Aussi, avec la diversification des lieux et leur aménagement, le tourisme dans les campagnes peut aussi être celui d'un produit d'une certaine élite (tant dans les formes d'hébergements que de pratiques).

Les études anglo-saxonnes sur le tourisme rural (*rural tourism*)<sup>17</sup> nous permettent de comprendre les mutations à l'œuvre du monde rural en particulier en Amérique du Nord, au Canada (George, Mair et Reid, 2009 ; Butler, Hall et Jenkins, 1998) comme outil de développement rural. Le tourisme dans les espaces ruraux est une source économique nouvelle qui est valorisée par les États, mais aussi se déploie parmi divers acteurs (néo-ruraux, agriculteurs, employés dans l'hébergement, la restauration et diverses activités) donnant des formes originales observées dans la plupart des continents (George, Mair et Reid, 2009 ; Roberts et Hall, 2001 ; Sharpley et Roberts Lesley, 2004 ; et Sharpley et Jepson, 2011). Les analyses du tourisme rural au Japon (Knight, 1996) montrent l'importance du voyage dans les loisirs des urbains japonais, ceci se concentrant sur les trois principales périodes de congés (*golden week*).

Par ailleurs, le tourisme rural a bénéficié de lois d'aménagement du territoire visant à revitaliser les régions rurales vieillies, développer des partenariats public-privé, et stimuler de nouvelles activités et des investissements pour les entreprises japonaises. Le tourisme local, impliquant des populations des zones urbaines visitant les espaces périphériques. C'est le cas de la Russie à la fin des années 1990, aujourd'hui recomposé par une dilatation de l'espace touristique (Tchistiakova et Cabanne, 1997 : 575). Celui-ci se complète par la pratique d'espace montagneux, où les stations thermales et de montagnes polarisent les clientèles touristiques.

### **3.3 L'agritourisme ou agrotourisme : le développement local et la campagne comme patrimoine**

La dernière catégorie touristique dans les campagnes est celle de l'agro ou agritourisme. L'agritourisme est une forme d'accueil à la campagne intégrant les acteurs ruraux comme

---

<sup>17</sup> Le vocabulaire anglo-saxon du tourisme dans les espaces ruraux est largement dominé par l'expression « rural tourism ». Cependant, en fonction des pratiques et des réalités les expressions « outdoor recreation » ; « farm tourism » ; « hobby farming » et enfin « rural recreation/farm leisure ».

hôtes, gestionnaires et prestataires de service touristiques (activités proposées par les agriculteurs). L'agritourisme est correspond au « tourisme à la ferme ». De nouvelles sociabilités se font jour (Guisepelli, 2006, 133 ; Urbain, 2002a et Le Caro, 2007). Les valeurs accompagnant ces mouvements tendent à reléguer au second plan les fonctions productives de l'agriculture. Les populations agricoles ont effectué une conversion partielle des économies villageoises vers des activités d'accueil et de loisirs. Il peut être également perçu comme une forme de « tourisme propre à l'espace rural » qui se produit par diffusion ou « débordement » des formes de tourisme concentré telles les stations<sup>18</sup>. Il ne serait pas vu comme procurant une rentabilité suffisante pour être conduit seul, mais plutôt comme un complément de ressources pour les résidants, agriculteurs ou néo-ruraux (Bachimon, 1995). Pourtant à travers l'agritourisme, Violier (1995) aborde un exemple de tourisme diffus qui ne résulte pas d'un processus de diffusion du tourisme concentré mais d'initiatives individuelles d'entrepreneurs polyvalents au sein d'un espace diversifié. Ainsi une certaine complexité règne-t-elle dans les relations conceptuelles entre ces deux modèles.

Les transformations sont à l'origine d'un paradoxe. Alors que les espaces ruraux connaissent un « déclin pour certains inévitable » (Jean et Guibert, 2011: 5), il existe dans le même temps, dans des espaces différents une renaissance et un regain d'intérêt pour les campagnes. Ceci passe par une transformation des paysages ruraux, de nouvelles sociabilités et une recomposition en profondeur des communautés rurales.

Le tourisme dans les campagnes peut aussi être l'objet d'une activité de tourisme dit « alternatif » (Gautrat, 2004 : 81), comme perçu et devenu un objet d'aide au désenclavement. L'agritourisme utilise, pour ce faire, les temps de disponibilité des urbains pour protéger des petites exploitations qui ne peuvent prétendre bénéficier de subventions de la politique agricole (Gautrat, 2004 : 84). En opposition aux « masses » touristiques (Deprest, 1997), de petits entrepreneurs de l'agritourisme constituent une alternative au déversement des flux de touristes (Gautrat, 2004 : 91).

Ce tourisme donne lieu à une multiplicité des projets autour du « développement durable » susceptibles de reposer sur l'agriculture (Delfosse, 2008 : 168). Les exploitants agricoles passent des conventions avec des établissements pour développer un produit touristique. L'agritourisme freine le dépeuplement en permettant aux agriculteurs de rester sur

---

<sup>18</sup> Nous retenons la définition de la station touristique de l'équipe MIT (2005). Il s'agit d'un lieu touristique créé par et pour le tourisme. Le lieu est créé selon des logiques industrielles telles qu'elles s'élaboraient dès le début du XIX<sup>ème</sup> siècle dans d'autres secteurs d'activité (aménagements, équipements, moyens de communications). Les acteurs du développement de la station sont généralement multiples par leur origine géographique, leurs moyens financiers et leurs influences sur la constitution et l'évolution du lieu. Le fonctionnement de la station est saisonnier, mais induit l'installation de populations permanentes.

le territoire sans abandonner des exploitations trop petites pour s'ajuster à une agriculture industrielle (Gautrat, 2004).

Le tourisme peut se révéler un « facteur d'adaptation des sociétés rurales ; il les aide à engager de nouvelles stratégies de réappropriation et de négociation » (Torrente, 2004 : 36). Le patrimoine rural prend une place croissante dans la mise en œuvre de politique de développement local. La mise en réserve d'espaces entiers comme les parcs naturels régionaux ou « les pays » participe à ce processus. L'agritourisme agit dans des périmètres inscrits dans des limites administratives strictes. Il renvoie à un tourisme de terroir, diffus, et se veut en même temps une sorte de label territorial.

Puis, l'émergence ou la résurgence des « pays », caractérisés par leurs « analogies culturelles, patrimoniales, physique ». Terme ambigu, le pays est une référence au terroir, aux traditions et aux ancêtres. Il correspond à un idéal revisité et mythifié. « La remise au goût du jour de traditions ou encore l'invention de traditions se justifie par la nécessité de créer une animation pour attirer les touristes mais servent surtout à la population permanente » (Vitte, 1998: 76-77).

L'analyse des différentes formes du tourisme dans les campagnes montre qu'une catégorie n'exclue pas l'autre (figure 5). De par l'approche des pratiques touristiques, les spécialistes du tourisme dépassent la simple catégorisation « tourisme rural », « tourisme littoral », « tourisme urbain » ou « tourisme de patrimoine ». Aussi, si des espaces ruraux connaissent le déploiement du processus touristique, ces derniers ne sont pas figés, invariants et uniques. Les campagnes sont bien inscrites dans des dynamiques différentes donnant non pas un monde rural homogène mais plutôt des mondes ruraux. Dans ce sens, il n'est pas pertinent de parler de « tourisme rural ». Un lieu qui fut l'objet d'injonctions des autorités et de l'aménagement a pu se transformé en un lieu où la dimension agro-touristique est importante. Aussi, il est plus pertinent de parler de dimension plutôt agri- ou d'espace ouvert voire d'hébergement rural. Ceci permet de mieux saisir l'orientation du lieu selon telle ou telle dimension.

Nous disposons ci-dessous (figure 6) un schéma bilan de différentes dénominations du tourisme dans les espaces ruraux.

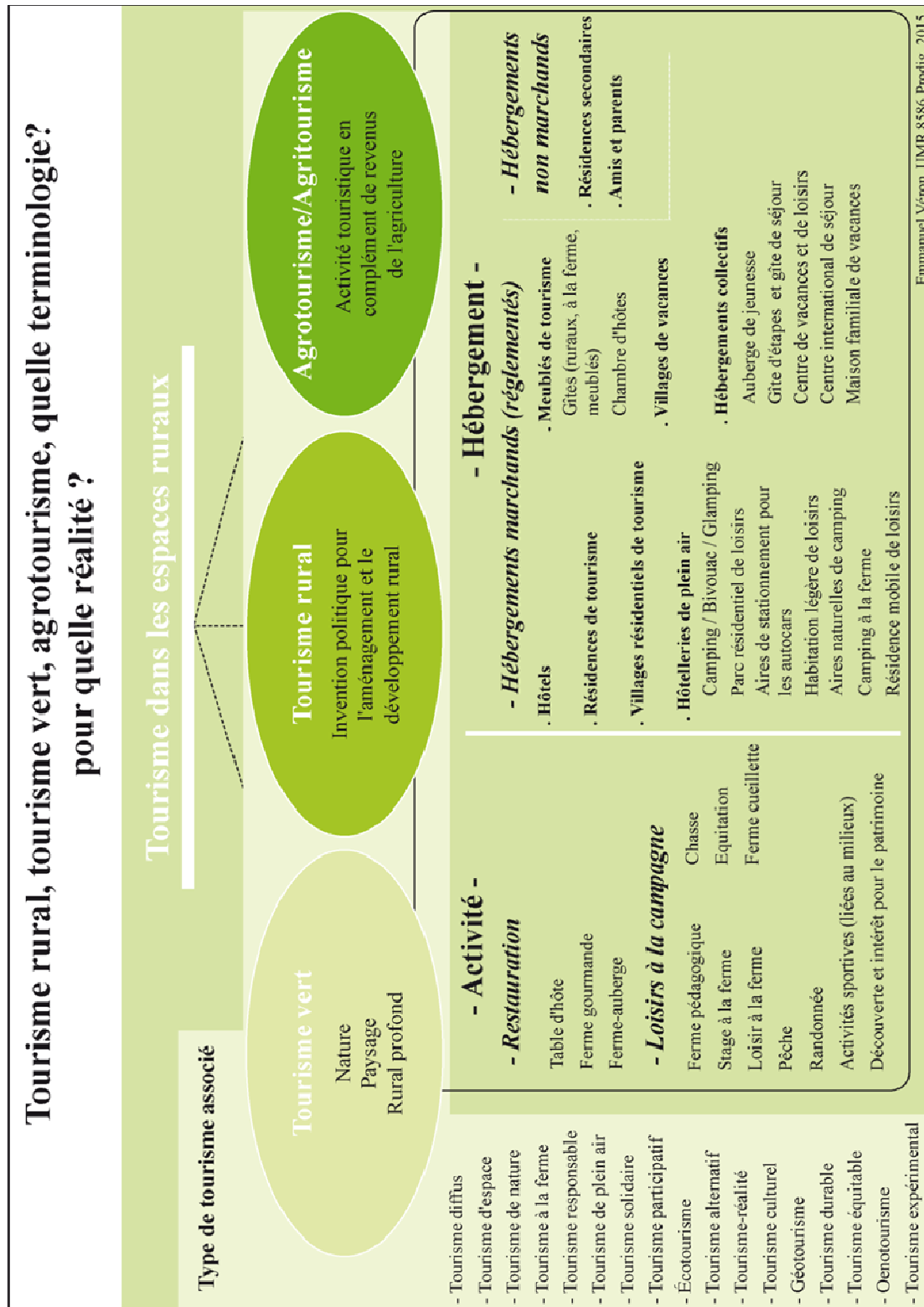


Figure 6.

### 3.4 Organisation spatiale des tourisms dans les campagnes

À travers l'identification des différentes formes de tourisme dans les espaces ruraux nous examinons un état de l'art des organisations spatiales qui y sont associées.

Les travaux des spécialistes du tourisme dans les campagnes et du développement rural de l'UMR Métafort<sup>19</sup> (notamment Luc Mazuel<sup>20</sup> et J.B. Marsat, A. Bonniot, M. Bouchaud, C. Monin, 2011) montrent que le tourisme concentré qui est le plus souvent défini dans la littérature, en référence notamment aux « stations touristiques » (Bourdeau, 1995), ou au tourisme dit « de masse » (Bachimon, 1995 ; Deprest, 1997). Le tourisme diffus est défini comme un mode de développement alternatif aux phénomènes de saturation et de surfréquentation associés au tourisme de masse (Knafou et Cazes, 1995). Pour autant, Roger Brunet dans *Les mots de la géographie. Dictionnaire critique* (1992) propose que : « répandu en tous sens, mais avec une idée de dispersion, de faible densité et parfois d'une certaine confusion ». Rémy Knafou et Georges Cazes proposent en 1995 qu'il est à la première phase d'un éventuel processus de développement touristique conduisant à d'autres formes, plus concentrées et massives de tourisme.

L'analyse de l'organisation spatiale du tourisme dans les campagnes a deux grandes caractéristiques propres et récurrentes. Il y a d'une part, la concentration du processus touristique (hébergements, animation, loisirs, des stations, villages, etc.) en lieu, puis d'autre part, la dispersion du processus (activités, randonnées, itinérance, etc.).

Le tourisme dans les campagnes est souvent analysé suivant le modèle hiérarchique centre-périphérie. Ce modèle est fondé sur le rôle d'interactions dissymétrique. L'idée de deux ensembles fonctionnant en synergie correspond d'abord aux mobilités de touristes urbains se déployant dans les espaces ruraux, et, ensuite à l'organisation du tourisme lui-même, à savoir l'injonction développementaliste d'espace à valoriser. Il donne une représentation duale du monde et prend une dimension multiscalaire. Le centre, dit dominant sur la périphérie dominée, forme deux ensembles distincts et indissociables. Ils ne prennent sens que dans « la relation dialectique qui les unit » (Lévy, 2003 : 141). Le concept centre-périphérie tient beaucoup d'une représentation du monde fondée sur la continuité territoriale où la distance et la proximité sont perçues comme des facteurs très structurants. Le concept

---

<sup>19</sup> UMR 1273 Métafort (AgroParisTech, Inra, Irstea, VetAgroSup). L'unité mixte de recherche Métafort (Mutations des activités, des espaces et des formes d'organisation dans les territoires ruraux) regroupe des chercheurs et des enseignants-chercheurs en sciences agronomiques et en sciences sociales dont les travaux visent à comprendre et accompagner les transformations des territoires ruraux. J.B. Marsat, A. Bonniot, M. Bouchaud, C. Monin. L'intégration territoriale du tourisme rural diffus : complémentarité agricole et ancrage social. Étude de cas en Auvergne. XLVII<sup>ème</sup> Colloque de l'Association de Science Régionale de Langue Française (ASRDLF), Juillet 2011, Schoelcher, France. 17 p.

<sup>20</sup> Maître de Conférences et délégué Général de l'association Source, Centre National de Ressources du tourisme et du patrimoine en espace rural. Ses travaux de recherche et ses interventions portent sur le tourisme en espace rural, le tourisme durable, le tourisme culturel et la valorisation du patrimoine en France.

exprime l'idée d'un gradient de décroissance progressive de la concentration, du pouvoir, de la puissance et de la richesse, du centre vers les périphéries.

L'émergence de nouvelles formes de loisirs et notamment l'importance croissante des déplacements liés au loisir et au tourisme interroge la géographie du tourisme (Ruppert, 1983). Il existe dans les périphéries des villes, *a fortiori* des métropoles le *Naherholungsraum* de Ruppert, c'est-à-dire un « espace de détente proche », notamment analysé par Mirloup (1984) et Lazzarotti (1995). Le tourisme rural peut être envisagé comme un processus ayant cours sur un espace touristique polyvalent. C'est la posture scientifique de Lozato-Giotart. Le tourisme est de type « vert » et rurbain. La limite entre tourisme et activités rurales ou entre pratiques de loisirs et espace de proximité périurbaine n'est pas toujours facile à fixer (Lozato-Giotart, 1993 : 142). Les flux touristiques vers les espaces ruraux sont minoritaires par rapport aux flux vers les littoraux (stations balnéaires) et les espaces montagnards (stations de sports d'hiver). Ils sont souvent difficiles à appréhender, on les distingue assez mal des flux liés au tourisme de passage, d'étape (Lozato-Giotart, 1993).

Le tourisme dit « vert » et l'agritourisme/agrotourisme correspondent soit à des foyers d'accueil localisés en milieu rural, soit à des espaces périurbains qualifiés de rurbains du fait de leur appartenance à d'anciens territoires ruraux conquis par la périurbanisation (Lozato-Giotart, 1993 : 142). Les facteurs socio-économiques (niveau de vie et besoins culturels) et la situation géographique (foyers émetteurs étant proches des espaces ruraux récepteurs) des touristes participent à l'organisation spatiale. Le lien du tourisme et du territoire reste ponctuel. À l'extrême, ce lien n'existe pas et des produits à succès peuvent être « a-territoriaux (par exemple les parcs) » (Vitte, 1998 : 82). L'espace touristique rural peut donc inclure des activités ou équipements qui correspondent plutôt à des formes de « tourisme urbain » (parc d'attractions, complexe sportif, champ de courses, grand hôtel avec salles pour séminaires) (Dewailly et Flamant, 2000). Un dernier type, le type rurbain est décrit par Lozato-Giotart comme un espace entre loisir et tourisme.

Les lieux touristiques peuvent s'agréger et constituer des territoires continus. Certaines pratiques touristiques agencent leurs espaces en réseau, dont les nœuds sont en général, des lieux touristiques. Dans ce sens, Dewailly et Flamant (2000) proposent une typologie des espaces touristique ayant une dimension « rurale » :

- Les espaces ruraux spécialement protégés
- Les espaces ruraux ordinaires
- Les pôles spécifiques (stations thermales, centres de pèlerinage, petites villes)
- Les espaces ruraux d'arrière-pays littoral
- Les espaces ruraux périurbains



- Les espaces de protection et de développement rural
- Les parcs (nationaux, régionaux)
- Les pays

Les espaces du tourisme sont donc variés. Tous se déploient dans les campagnes ou espaces ruraux. Nous proposons, pour terminer notre état de l'art des questions de tourisme dans les campagnes, une réflexion sur l'approche géographique du rural et de la ruralité, à savoir les dynamiques liées à l'espace support.

## Conclusion du chapitre 1

---

Ce premier chapitre nous a permis de poser le cadre théorique et conceptuel nécessaire à la délimitation de notre objet d'étude où le tourisme en Chine ne connaît pas l'épaisseur historique occidentale. La mobilisation des matériaux conceptuels du tourisme, de l'émergence et des formes du tourisme dans les campagnes a montré la mise en relation d'espaces et d'individus dont les catégories sont renouvelées.

Notre première analyse a tenté de comprendre le tourisme à travers une réflexion le positionnant comme un système fait de ruptures à la fois spatiale et temporelle. Aujourd'hui, le tourisme dans les campagnes se lit comme un processus ayant cours (pratiques et lieux) sur un espace support, les campagnes. Ainsi, nous avons pu dégager des orientations touristiques que peuvent prendre les lieux en fonction des injonctions politiques et aménageuses, des pratiques des touristes et des transformations opérées par les ruraux eux-mêmes devenus prestataires de services touristiques. Le tourisme en tant que système socio-spatial, joue alors un rôle important.

Notre seconde analyse concerne l'émergence et la poursuite de la maturation de nouveaux marchés, qualifiés d'émergents. Ces derniers sont importants, en particulier en Chine, où les progrès économiques sont à l'origine d'un des plus gros marchés de consommateurs touristiques au monde. Ceci dessine une carte nouvelle de la mondialité touristique (Coëffé, 2007) et notamment en termes de mobilités touristiques au sein des états émergents. Le tourisme intérieur chinois dépasse largement le tourisme international en termes de recette et de flux de touristes.

Enfin, l'approche de la diversité des formes de tourisme dans les espaces ruraux a permis de délimiter les contours des études sur le tourisme associé au monde rural. L'étude du tourisme permet d'appréhender la complexité des grilles de lectures affectant les campagnes. Aussi, l'utilisation des études majoritairement Occidentales en termes de concept est utile pour examiner les dynamiques à l'œuvre dans les espaces ruraux du delta.

Le tourisme dans les campagnes en Chine semble être inscrit dans un processus récent. Le cadre spatial de l'étude permet de comprendre l'insertion du tourisme dans une région économique puissante et fortement urbanisée.

## Chapitre 2

---

### **Cadre spatial et méthodologique pour appréhender le processus récent du tourisme dans les espaces ruraux du delta du Yangzi**

L'objet de ce second chapitre est de donner le cadre spatial et méthodologique de notre terrain, autrement dit de notre travail permettant de comprendre le processus du tourisme dans les campagnes du delta du Yangzi. Par conséquent, ce chapitre est découpé en deux parties.

Premièrement, nous donnons une présentation de notre zone d'étude qui correspond pour partie au delta dit « économique » du Yangzi, c'est-à-dire, un espace économique couvrant plusieurs entités administratives, mais ne connaissant pas de pouvoir politique donneur d'ordres. Nous présentons la région, soumise à d'intenses mutations sociales, économiques et spatiales marquées par le changement de paradigme de l'ouverture de la Chine au monde. Les mutations de ces espaces sont une traduction spatiale des processus de mondialisation et de métropolisation, d'une région dominée par Shanghai. Nous cherchons à comprendre l'apparition, l'insertion et l'épanouissement du tourisme dans les campagnes du bas-Yangzi (ou cours inférieur du fleuve). Il s'agit alors de définir avec précision la réalité touristique, sociale et politique qui renvoie à la terminologie du tourisme en espace rural et qui constitue le point de départ de notre démarche.

Deuxièmement, pour parfaire la présentation du terrain, nous exposons nos procédés méthodologiques. Nous permettant la mise en évidence de nouvelles relations villes-campagnes, de la revalorisation des espaces ruraux et plus globalement de nouveaux équilibres spatiaux faisant aujourd'hui du monde rural un nouvel espace de fréquentation touristique. Nous avons mobilisé les outils des sciences sociales pour mener des enquêtes : l'observation (participante), questionnaires semi-directifs et entretiens. À cela s'ajoute une méthode d'enquête que nous explicitons permettant de dégager des représentations des campagnes par les urbains : le dessin de représentation. Enfin, ce travail a fait l'objet d'une insertion plurielle à la fois dans les institutions de recherches en France et en Chine.

#### **1. La zone d'étude : l'espace mégalopolitain du delta du Yangzi**

---

Notre région d'étude se situe sur un espace deltaïque et des reliefs plus marqués (collines et montagnes) dans la partie sud et sud-ouest. Cette région s'étire de la municipalité de Shanghai jusqu'à la province de l'Anhui (partie sud), en amont du delta du Yangzi ; et de la partie

septentrionale de la province du Zhejiang au sud de la province du Jiangsu. Nous avons donc une région comprenant le delta du Yangzi<sup>1</sup> et une partie de la province intérieure de l'Anhui. En somme, notre zone de travail recoupe quatre entités territoriales de la Chine de l'est (*huadong*)<sup>2</sup>. Nous inscrivons notre travail dans la continuité des travaux de découpage régionale en Chine (Skinner, 1977 ; Sanjuan, 2007a). Ce positionnement renvoie à la géographie régionale. Skinner définit neuf macrorégions sur la base de différents indicateurs économiques et crée un nouveau paradigme qui influencera les chercheurs en sciences sociales au-delà du monde chinois (Thireau, 2002). Cette notion de macro-région permet à George William Skinner l'analyse de l'armature urbaine chinoise et des logiques de marchés de l'époque impériale des Qing. Il rend compte de la structuration du territoire impérial. Il désigne la région de *lower Yangzi* suivant une géographie historique impériale.

### 1.1 Le delta politique : les entités administratives du delta du Yangzi

La Chine est un pays unitaire (Sanjuan, 2006). La structure administrative<sup>3</sup> est très hiérarchisée. Il existe cinq niveaux d'administration en Chine : le gouvernement central délègue des pouvoirs aux gouvernements provinciaux et nomme leurs gouverneurs. Des délégations de pouvoirs similaires, de l'échelon supérieur à l'échelon subordonné, s'étendent aux préfectures, aux districts ruraux et aux bourgs. En dessous, on trouve les villages. Ces derniers ne font pas partie de la hiérarchie administrative formelle. Ce sont en revanche les

---

<sup>1</sup> La délimitation du delta du Yangzi se fait selon trois critères possibles (morphologique, géologique et socio-économique). Morphologiquement, le delta du Yangzi englobe un espace d'environ 50 000 km<sup>2</sup> et son extrémité occidentale se situe à Yizheng (une ville qui appartient à la municipalité de Yangzhou). Les géographes chinois considèrent que le delta est délimité au nord par l'axe Yangzhou-Jiangdu-Taizhou-Hai'an-Pincha, à l'ouest par l'axe Zhenjiang-monts Mao, au sud par l'axe monts Tianmu-baie de Hangzhou, et à l'est, par la mer Jaune et la mer de Chine orientale. Deuxièmement, cette délimitation peut se faire selon un critère géologique, dont la superficie est plus importante. À partir de la répartition des dépôts sédimentaires, ce critère délimite ainsi le delta du Yangzi : l'extrémité ouest du delta est située aux alentours de Zhenjiang et Yangzhou ; au nord, la démarcation est créée par deux tronçons du Grand Canal : canal Yangzhou-Tongzhou et canal Pincha ; au sud, c'est le canal Yantietang qui fait la limite. Le critère des caractéristiques socio-économiques constitue la troisième façon de délimiter la région deltaïque. Le delta contient, au-delà de la municipalité de Shanghai, la portion de la province du Jiangsu au sud du Yangzi et la partie septentrionale du Zhejiang, dont l'ensemble constitue une superficie de 99 600 km<sup>2</sup>. À partir de 2008, la prolongation de la zone économique du delta du Yangzi a permis d'englober l'ensemble du territoire du Jiangsu et du Zhejiang (Tao, 2012 : 84-85).

<sup>2</sup> La Chine de l'Est correspond aux entités administratives : municipalité de Shanghai, provinces du Jiangsu, Zhejiang, Anhui et Fujian. Ceci est un découpage culturel et historique du territoire chinois. Nous disposons dans les annexes une cartographie du découpage régional « culturel » de la Chine.

<sup>3</sup> L'organisation politico-administrative du territoire chinois est précisée par l'article 29 de la constitution. L'organisation est articulée en trois niveaux : 4 municipalités de rang provincial (*zhixiashi*) (relevant directement du Centre), 22 provinces (*sheng*) et 5 régions autonomes sont divisées en unités de 2<sup>ème</sup> rang de département autonomes (*zizhizhou*), districts (*xian*), districts autonomes (*zizhixian*) et municipalités (*shi*). Enfin, les districts et les districts autonomes sont divisés en cantons (*xiang*), cantons peuplés d'ethnies minoritaires (*minzuxiang*) ; et bourgs (*zhen*).

unités politiques de base (figure 7). Ceci donne une impression forte d'un système politique centralisé (Cabestan, 2014).

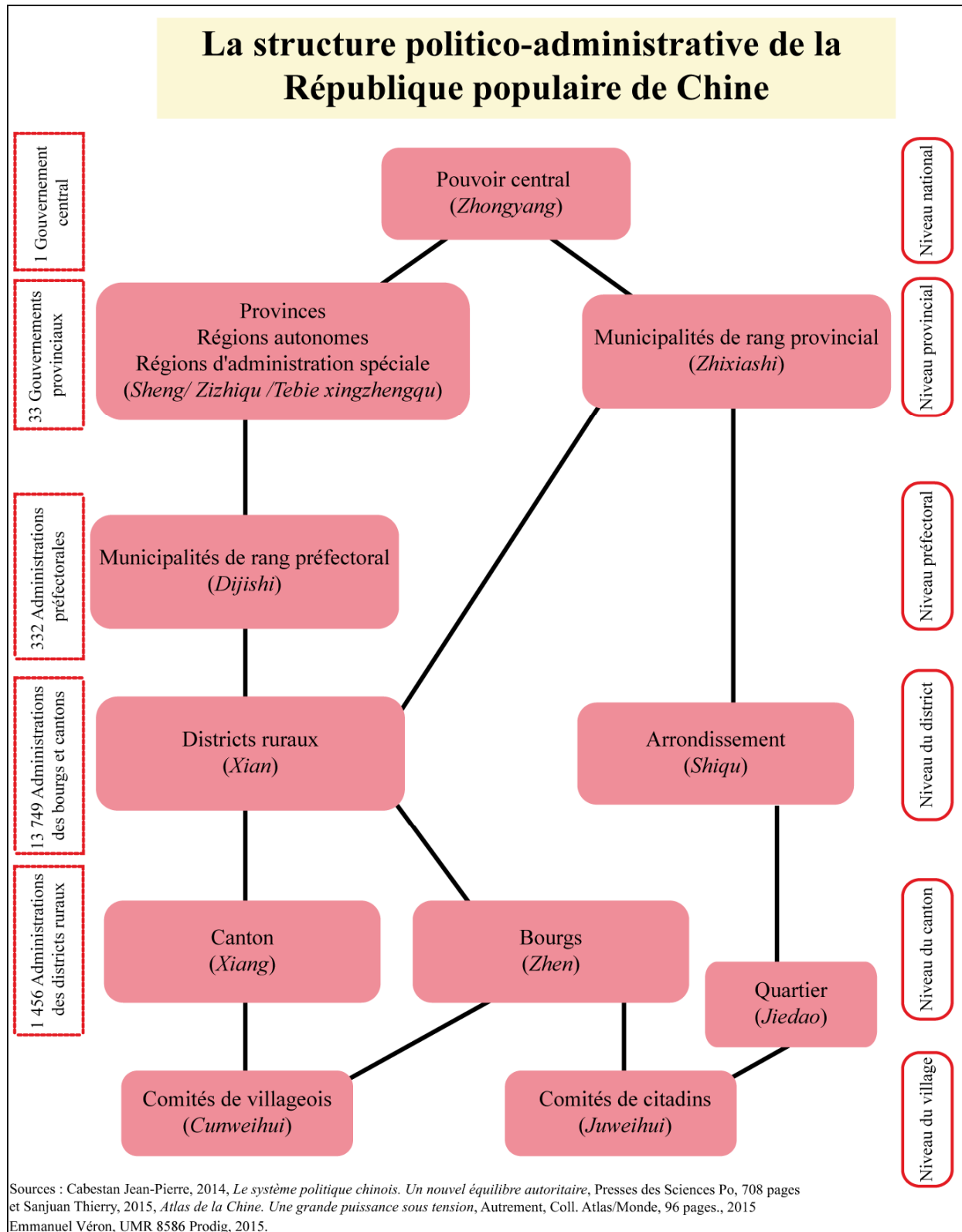


Figure 7.

À chaque échelon hormis celui du village, une structure identique se répète : un gouvernement local (pouvoir exécutif), une assemblée locale (pouvoir législatif), un comité du Parti dirigé par un secrétaire.

### ***1.1.1 La municipalité de Shanghai***

L'image d'opulence souvent associée à Shanghai masque les débuts modestes de la ville : simple village de pêcheurs passé ville marchande sous les Song, Shanghai devient siège du comté de Songjiang en 1292, statut auquel elle reste confinée jusqu'au 29 mars 1927, date à laquelle le statut de municipalité lui est enfin conféré. Au cours de la dynastie des Qing (1644-1911), Shanghai est devenue le principal port du bas-Yangzi ; et, malgré un rang administratif subalterne, c'est à la ville qu'incombait notamment l'administration des douanes de la province du Jiangsu. À l'instar de Pékin, Tianjin et Chongqing, la municipalité de Shanghai<sup>4</sup>, littéralement « sur la mer », est un territoire administratif directement administré par le pouvoir central (*zhixiashi*). Son développement bénéficie de sa position exceptionnelle à l'embouchure du Yangtsé, qui lui a permis de se constituer en une plateforme majeure du commerce international. Vitrine du succès de la politique de réformes et d'ouverture initiée dans les années 1990, la ville préfigure les grandes orientations de la Chine urbaine de demain.

La municipalité de Shanghai est un territoire ayant le statut de province. Ses subdivisions administratives comprennent huit arrondissements urbains (*qu*), huit districts suburbains (*qu*) et un district rural (*xian*). Shanghai et les trois provinces de son arrière-pays (hinterland) (Zhejiang, Anhui et Jiangsu) concentrent 16 % de la population chinoise et génèrent près du quart du PIB chinois et recueillent près des deux tiers des IDE (63, 7 %) en Chine en 2013.

---

<sup>4</sup> À l'issue de la première guerre de l'opium en 1842, Shanghai fait partie des ports ouverts par le traité de Nankin au commerce avec l'étranger. Les concessions britannique, française et américaine suivent, qui édifient les bases matérielles et légales d'un environnement moderne des affaires. Peu à peu, le centre de gravité économique de Shanghai se déplace de la vieille cité chinoise vers la concession internationale. Les entreprises privées se multiplient et qu'un embryon de services publics se met en place. Dans les années 1920, Shanghai connaît ainsi son premier âge d'or. Avant de renaître dans les années 1990. La « faction de Shanghai », représentée par Jiang Zemin (ancien Président) et Zhu Rongji (ancien Premier ministre), tient alors le haut du pavé à Pékin. Jiang Zemin, qui a débuté sa carrière politique en 1946, comme ingénieur dans une usine de produits alimentaires de Shanghai, avant de devenir le maire de la municipalité entre 1985 et 1987, est alors Secrétaire général du Parti et Président du pays. Il fait profiter son bastion de politiques économiques proactives : fermée en 1950, la bourse rouvre en décembre 1990 et la nouvelle zone de Pudong est établie trois ans plus tard. Entre 1992 et 2005, Shanghai capte ainsi près du quart (23 %) des IDE prenant la direction de la Chine, ce qui lui permet de rattraper puis de surpasser Canton, Shenzhen et les autres villes du sud, principales bénéficiaires de la croissance chinoise des années 1980. Shanghai est aujourd'hui le principal centre commercial et financier de Chine continentale.

	Shanghai	Chine	Delta du Yangzi
<b>Population</b>	24,2 millions	1,3 milliard (1,8 %)	218 millions (11 %)
<b>Superficie</b> (en km <sup>2</sup> )	6 340	9,6 millions (0,1 %)	16 %
<b>Densité</b> (en habs. /km <sup>2</sup> )	3 630	146	2 700
<b>PIB</b> (en milliards de yuans)	2 160	56 884 (4 %)	13 737 (15,7 %)
<b>PIB/habitant</b> (yuans)	90 100	41 805	62 967
<b>Structure du PIB</b>	<i>Primaire</i>	0,6 %	10 %
	<i>Secondaire</i>	37,2 %	43,9 %
	<i>Tertiaire</i>	62,2 %	46,1 %
<b>Investissements directs étrangers (2012)</b> (milliards de dollars)	15,2	121 (12,5 %)	72,7 (21 %)

**Tableau 2 – Statistiques (2013) de la municipalité de Shanghai**

(Sources : Ubifrance Shanghai-Chine, 2014 et Annuaire Statistique de Chine, 2013).

### 1.1.2 La province du Jiangsu

La province est celle qui connaît la situation la plus lacustre. Son nom est souvent associé à l'expression *yumi zhi xiang*, c'est-à-dire, la campagne du riz et du poisson. La province est bordée par les rives du Yangtsé et de la rivière Huai. Le Jiangsu est entouré au sud par la municipalité de Shanghai et la province du Zhejiang, à l'Ouest par la province de l'Anhui, et au nord par la province du Shandong. « Le pays du riz et du poisson »<sup>5</sup> regorge de plaines fertiles qui s'étendent sur 69 % d'un territoire moucheté par de nombreux lacs et rivières (17 %). Les lacs Tai et Hongze sont respectivement les troisième et quatrième plus importantes réserves d'eau douce du pays. Le Jiangsu est administré depuis Nankin, le gouvernement provincial du Jiangsu exerce sa juridiction sur 13 municipalités.

<sup>5</sup> L'expression *yumi zhi xiang* peut aussi être traduite par : « une contrée où abondent le poisson et le riz ».



	Jiangsu	Chine	Delta du Yangzi
<b>Population</b>	80 millions	1.3 milliards (5,8 %)	218 millions (36,3 %)
<b>Superficie</b> (km <sup>2</sup> )	102 600	9,6 millions (1,1 %)	-
<b>Densité</b> (habs. /km <sup>2</sup> )	767	146	2 700
<b>PIB</b> (milliards de yuans)	5 916	56 884 (10,4 %)	13 737 (43 %)
<b>PIB/habitant</b> (yuans)	74 607	41 805	62 967
<b>Structure du PIB</b>	<i>Primaire</i>	6,2 %	10 %
	<i>Secondaire</i>	49,2 %	43,9 %
	<i>Tertiaire</i>	44,7 %	46,1 %
<b>Investissements directs étrangers</b> <b>(2012)</b> (milliards de dollars)	35,8	121 (49,2 %)	72,7

**Tableau 3 – Statistiques (2013) de la province du Jiangsu.**

(Sources : Ubifrance Jiangsu-Chine, 2014 et Annuaire Statistique de Chine, 2013).

### 1.1.3 La province du Zhejiang

La province tire son appellation de l'ancien nom porté par le fleuve Qiantang, qui la traverse avant de se jeter dans la baie de Hangzhou. Il lui fut donné sous les Ming (XIV<sup>ème</sup>-XVII<sup>ème</sup> siècles). Le Zhejiang est l'une des plus petites provinces du pays, mais elle jouit d'une situation favorable au sud de la baie de Hangzhou, juste au sud de Shanghai. Sa géologie complexe est résumée par l'idiome « qishan yishui liangfen tian » (sept montagnes, une mer, deux champs)<sup>6</sup> : alors que les montagnes et les vallons recouvrent 70,4 % de sa surface, le Zhejiang dispose également de 6 500 km de côtes et 6,4 % de sa superficie est composée de lacs et de fleuves. Le nord de la province est plat, le sud est plus accidenté.

La province du Zhejiang est administrée par Hangzhou, capitale provinciale. La province compte onze municipalités. À l'instar du Jiangsu, la province est économiquement très dynamique.

<sup>6</sup>« Qishan yishui liangfen tian » : 七山一水兩分田 : sept montagnes, une mer, deux champs.

	Zhejiang	Chine	Delta du Yangzi
<b>Population</b>	54.8 millions	1.3 milliards (4,1 %)	218 millions
<b>Superficie (km<sup>2</sup>)</b>	104 116	9,6 millions (1.1 %)	-
<b>Densité (habs. /km<sup>2</sup>)</b>	522	146	2 700
<b>PIB (milliards de yuans)</b>	3 460	56 884 (6,7 %)	13 737
<b>PIB/habitant (yuans)</b>	62 164	38 331	62 967
<b>Structure du PIB</b>	<i>Primaire</i>	5 %	10 %
	<i>Secondaire</i>	50 %	43,9 %
	<i>Tertiaire</i>	45 %	46,1 %
<b>Investissements directs étrangers (2012) (milliards de dollars)</b>	21	121	72,7

**Tableau 4 - Statistiques (2012) de la province du Zhejiang.**

(Sources : Ubifrance Zhejiang-Chine, 2012 et Annuaire Statistique de Chine, 2013).

#### 1.1.4 La province de l'Anhui

La province de l'Anhui est administrée par Hefei, capitale provinciale. L'Anhui compte seize municipalités. La province est géographiquement en dehors du delta du Yangzi. Elle est en position arrière des régions littorales. Cependant, le développement économique et les dynamiques l'intègrent peu à peu dans le delta économique. La région connaît un dynamisme économique moins important que les régions voisines. Elle est une des provinces les plus pourvoyeuses en mains d'œuvre provenant des campagnes.

Cette région est traversée par le Yangzi. Cette configuration donne ainsi « deux » Anhui. La partie nord assez plane, polarisée par la capitale provinciale (Hefei) et la partie sud, plus escarpée. Le relief est beaucoup plus marqué, notamment avec les deux chaînes de moyennes montagnes des Jiuhuashan et des Huangshan (montagnes Jaunes). Cette portion méridionale est appelée le *wannan* (sud de l'Anhui), en particulier le Huizhou, dont les paysages et les systèmes agraires ont inspiré la littérature, mais aussi poésie et peinture. La région fut réputée pour la production de lettrés mandarins provenant des villages au sud des monts Jaunes.

	Anhui	Chine	Delta du Yangzi
<b>Population</b>	60.3 millions	1.3 milliards (4,4 %)	218 millions
<b>Superficie (km<sup>2</sup>)</b>	139 427	9,6 millions	-
<b>Densité (2012) (habs. /km<sup>2</sup>)</b>	495	146	2 700 hab. /km <sup>2</sup>
<b>PIB (milliards de yuans)</b>	1 904	56 884 (3,3 %)	13 737 (13,9 %)
<b>PIB/habitant (yuans)</b>	31 684	38 331	62 967
<b>Structure du PIB</b>	<i>Primaire</i>	12,3 %	10 %
	<i>Secondaire</i>	54,7 %	43,9 %
	<i>Tertiaire</i>	33 %	46,1 %
<b>Investissements directs étrangers (2012) (milliards de dollars)</b>	10,7	121	72,7

**Tableau 5 – Statistiques (2013) de la province de l’Anhui**

(Sources : Ubifrance Anhui-Chine, 2012 et Annuaire Statistique de Chine, 2013).

Ces quatre entités politiques trouvent une certaine unité à travers l’histoire et la géographie historique de la région du Jiangnan avec d’une part sa position géographique méridionale (au sud, par rapport au pouvoir de Pékin au nord)<sup>7</sup> et de son dynamisme économique et culturel.

## 1.2 Le delta du Yangzi ou la région du Jiangnan : une macrorégion chinoise

### 1.2.1 Un pays d’eau aménagé, chargé d’histoire et prospère

La zone d’étude est appelée « pays d’eau » (*shuixiang zeguo*<sup>8</sup>). Région au sud (*nan*) du fleuve (*jiang*) Yangzi, le Jiangnan est une des parties du découpage économique et culturel du territoire chinois. Cette région fut, durant les dynasties Ming et Qing, un centre économique et culturel de la Chine. Notamment, les industries de la soie et de la porcelaine en sont parmi les exemples les plus éloquents. Ainsi une économie prospère a-t-elle permis aux riches

<sup>7</sup> L’opposition Nord/Sud renvoie d’abord à celle entre les bassins du fleuve Jaune (*Huanghe*) et du Yangzi (Dorofiéieva-Lichtmann, 1991 : 79).

<sup>8</sup> Expression populaire désignant le pays de l’eau et de la plaine agricole, plutôt rizicole.

mandarins et commerçants de construire et développer villages et villes, le long des canaux et lacs. Culturellement et linguistiquement, le Jiangnan correspond à un même groupe dialectal, le dialecte Wu<sup>9</sup>. Il fait partie des trois grands foyers culturels avec la vallée du fleuve Jaune et le bassin du Sichuan, qui sont à l'origine de la civilisation chinoise (Sanjuan, 2009). Une culture « propre » au Jiangnan s'est développée et a mis son empreinte sur les régions de la Chine septentrionale dès le VII<sup>ème</sup> siècle, notamment dans le domaine de la littérature et l'art<sup>10</sup>. L'architecture traditionnelle des bourgs et des villages est composée de murs blancs du bâti et leurs toits gris ou noir se veulent être une représentation de la symbolique taoïste créatrice et animatrice de l'univers, le *yin* (noir) et le *yang* (blanc). La multitude de canaux de tailles diverses témoigne à la fois de l'ancienneté de la présence de la civilisation chinoise aménageuse, peuplante, et du fonctionnement économique organisé en relation avec l'eau de ce Sud chinois. Le delta du Yangzi propose ainsi un exemple achevé de cette Asie des moussons, faite de paysans sédentaires répartis en de très nombreux hameaux et villages, dont l'orientation est initialement rizicole (Sanjuan, 2009 ; et Sion, 1929). Le delta du Yangzi est riche d'une histoire qui en a dessiné l'armature urbaine et structuré l'espace (Milhaud, 2013).

Dans le delta alluvial du bas-Yangzi, les cours d'eau serrés les uns contre les autres forment un réseau fluvial très dense, les hommes chargés de l'organisation spatiale des villes riveraines ont adopté un urbanisme particulier, dans lequel la ville (ou le bourg) et le cours d'eau forment une complémentarité. Pour certaines villes du Jiangnan, telles que Nankin, Suzhou, Hangzhou et Yangzhou, leur aménagement aux XIV<sup>ème</sup>-XVIII<sup>ème</sup> siècles a déjà intégré la fonction hydraulique pour répondre aux besoins de la gestion urbaine. L'introduction de l'élément hydrique dans le plan d'urbanisme (dont la forme est circulaire) permet la création d'une architecture devenant le type de la « ville du Jiangnan sous les Ming et Qing », dont le paysage sera source de production en peinture, poésie et littérature (Johnson, 1993).

Les principales bourgades et cités prennent le nom de *shuixiang guzhen*, c'est-à-dire : les bourgades anciennes d'eau ou « ville d'eau ». L'appellation de *jiangnan shuixiang* est courante. Celle-ci désigne un triptyque : les paysages agraires, de canaux et la morphologie urbaine de cette région chinoise, témoignant de l'aménagement hydraulicien ancien. Ceci renvoie à l'État hydraulique imaginé par Wittfogel, dans le contrôle de l'eau et la mobilisation

---

<sup>9</sup> Les Chinois parlent de culture wu (*wuyue wenhua*). Il existe variantes du dialecte : shanghaien, Suzhou, Nankin, Zhenjiang, Hangzhou.

<sup>10</sup> La culture du Jiangnan est portée par des personnalités célèbres en Chine et dans l'histoire chinoise : Wang Xizhi, Li Yi, Wang Anshi, Lu You. Ces individus issus de la région ont développé des savoirs importants en matière de politique, de littérature, d'art et d'affaires militaires. Leurs idées se sont diffusées en Chine du nord (Pékin).

d'une importante main-d'œuvre et de ressources pour l'aménagement de grands projets (Wittfogel, 1957).



**Figure 8 – L'imagerie du Jiangnan datant des Ming (scénographie dans une ville du delta : canal, pont, bateliers et commerçants).** (Sources : Li Daoyuan, 2008, *Shuijingzhu*, [Voie navigable], Xi'an, Shaanxi shifan daxue chubanshe, p.423, 591 pages).

Des centres urbains importants (Suzhou, Nankin, Wuxi au Jiangsu, et Hangzhou et Shaoxing au Zhejiang) formèrent l'ossature du système urbain de la région. Ces villes correspondent aux anciennes préfectures. Elles étaient en liaison les unes avec les autres avec le Grand Canal, le Yangzi et un réseau secondaire de canaux. La Chine révèle l'existence d'un réseau de préfectures et de sous-préfectures d'une densité relativement homogène avec des structures en étoile caractéristiques dans les plaines les plus peuplées (Cartier, 1970 : 835).

### ***1.2.2 Une agriculture ancienne et riche, complément industriel dispersé et élites locales***

La Chine impériale, où la formation de l'État a suivi une trajectoire singulière, repose sur une structure sociale très particulière, constituée de deux éléments. Le premier comprend la classe dirigeante (les lettrés fonctionnaires) qui entoure l'autorité centrale absolue de l'empereur. Le deuxième élément est constitué d'une population étendue et d'un minimum d'associations formelles. Ceci forme un tissu particulièrement de relations sociales (Aglietta et Bai, 2012 et ; Hamashima, 2011).

Les villes du Jiangnan sont devenues sous les Ming et Qing, des lieux de résidence, pour des élites et des lettrés, qui étaient rentière du foncier, pouvait tirer leurs revenus du riz, de la soie, de la pêche et également du commerce et de l'artisanat. Ceci a donné lieu à « la

construction de vastes et importantes résidences dans les bourgs d'eau » (Sanjuan, 2009 : 60). Les empereurs chinois et leurs bureaucraties (Balazs, 1968 ; et Hamashima, 2011) ont fait beaucoup au XVIII<sup>ème</sup> siècle pour promouvoir le développement d'une économie commerciale visant à soutenir une paysannerie prospère engagée dans une production agricole et artisanale destinée à la consommation des foyers des villages avoisinants et à celle des foyers des bourgs (Wong, 2009 et 2015). Les fonctionnaires impériaux facilitèrent ainsi l'expansion du commerce en réduisant les taxes<sup>11</sup>. La circulation des biens et des hommes était rendue facile grâce aux canaux et en particulier à l'axe du Grand Canal (*dayunhe*)<sup>12</sup> (Huang, 2012).

L'agriculture (riziculture inondée principalement)<sup>13</sup> est ancienne et correspondait à de petites exploitations familiales. La société chinoise est composée d'une base de très nombreux paysans. L'agriculture est intensive fondée l'association d'une riziculture irriguée à haut rendement et des cultures de textiles (chanvre) puis de sériciculture (et diverses activités annexes arboriculture et pisciculture). À la fin de la dynastie Tang, l'agriculture se modernise et fait de la région une zone innovante pour l'agriculture devant se diffuser dans d'autres espaces de l'Empire : des systèmes de double récolte blé d'hiver et riz d'automne sont mis en place. Michel Cartier évoque même à propos des modernisations des techniques agricoles : « on peut légitimement qualifier ces innovations de révolution agricole des Tang » (Cartier, 1991 : 1013).

Les campagnes de la région sont fortement densément peuplées (300 à 500 habs. /km<sup>2</sup>) (Huang, 1990 et Li *et al.*, 2011, 86). Le métayage et les grands domaines n'existaient pas. Il s'agit d'une agriculture intensive, voire très intensive en travail. Les rendements par unité de terre sont importants. Cependant, le rendement par unité de travail est faible. La sélection des variétés de semences, les engrais organiques et les systèmes d'irrigation furent la clef de

---

<sup>11</sup> Lucien Bianco fait le lien entre la prédominance de la résistance à la rente foncière dans le delta du Yangzi et celle de la lutte antifiscale dans la grande plaine de Chine du Nord. Celle-ci étant plus sujette aux troubles sociaux et aux désordres, celui-là écologiquement et économiquement plus stable, moins porté aux violences collectives, mais une fois atteintes et franchi le seuil qui libère ces dernières plus enclines aux « actions de classe » (Bianco, 1998).

<sup>12</sup> Le terme de *caoyun* est associé au Grand Canal. *Caoyun* désigne le système d'acheminement des biens en nature que constituent les tributs versés par les provinces à l'empereur ou à ses armées. Dans les temps anciens, en effet, l'empereur imposait les provinces soumises à son autorité, sous forme de taxes agricoles principalement. Ceci renvoie notamment à l'expression ancienne d'aller au Sud, c'est-à-dire de se rendre dans la région du Yangzi, plus précisément dans le Jiangnan, et non dans la région du Guangdong ou du Guangxi. Ceci témoigne des voyages opérés par les mandarins sous l'Empire.

<sup>13</sup> Selon l'historien Li Bozhong, c'est par une adaptation économique permanente, fondée sur la combinaison de « la riziculture intensive et des productions commerciales que la société du delta du Yangzi a pu soutenir une forte croissance démographique depuis plus d'un millénaire » (Lamouroux, 2002 : 186).

l'intensivité (Naughton, 2007 ; et Fei, 1939 et 1992). Ainsi, dans le bas-Yangzi, le rendement par hectare de maïs était plus de deux fois plus élevé qu'en Angleterre dans le courant du XVIII<sup>ème</sup> siècle (Huang, 1990). Les taux de rendement de l'agriculture de la région sont importants. Ils alimentent depuis les Song via le Grand Canal en riz (et autres céréales) le Nord chinois. La région portera ainsi le nom de grenier pour le Nord de la Chine. La région connaît aussi une production agricole de coton.

Par ailleurs, l'économie agricole dans cette région se complétait de petites unités industrielles ; notamment la fabrication de produits de l'artisanat (textiles, outillage, denrées). L'exemple de la production de soierie est le plus éloquent. Ces activités étaient dispersées dans les campagnes et non concentrées dans un centre urbain. De l'élevage de ver à soie au tissage, la production industrielle de soieries était l'entreprise de familles. L'école californienne a qualifié ce type de société rurale comme hautement marchande d'économie proto-industrielle (Wong, 1999 ; et Huang, 1990).

À partir de la dynastie des Song (618-907), les habitants se sont spécialisés dans les cultures et les objets d'artisanat commerciaux. C'est également à cette période que « les industries rurales familiales se sont mises en place » (Chen, 2006 : 8). Dans le bassin du Yangzi, de nouvelles relations de travail relevant de l'économie capitaliste sont apparues en premier lieu dans le métier de la filature cotonnière du Jiangnan, où le métier à tisser devient la principale activité des paysans-artisans. À titre d'exemple, au XVII<sup>ème</sup> siècle, environ la moitié des habitants de Suzhou et de Songjiang sont salariés et exercent une activité liée à la filature textile. Un Nord féodal et bureaucratique, d'autre part, la région Shanghai, caractérisée par un capitalisme national ; et, enfin, au sud, Canton est dominée par une bourgeoisie compradore (Amin, 1996).

Dans la continuité de cette région économiquement dynamique, nous donnons l'empreinte des mutations contemporaines dirigées par l'urbanisation accélérée de cette sous-région.

### **1.3 La métropolisation et les dynamiques spatiales du delta du Yangzi, contemporaines de la relance des réformes (1992)**

En 201, le taux d'urbanisation de la région d'étude est proche de 64 % (Annuaire statistique du Jiangsu, 2011 et Annuaire statistique du Zhejiang, 2011). La région est profondément

recomposée par des dynamiques urbaines récentes. L'urbanisation chinoise<sup>14</sup> connaît un développement fulgurant et sans pareil avec la relance des réformes par Deng aux débuts des années 1990. Shanghai, par choix politique et économique, en fut le laboratoire d'essai. La traduction spatiale de l'urbanisation chinoise connaît de fortes disparités<sup>15</sup>. Les provinces littorales sont les plus urbanisées<sup>16</sup>.

Si Shanghai est devenue le phare urbain de la modernisation et de la montée en puissance de la Chine dans ce nouveau siècle, elle se veut le modèle d'une modernité chinoise (Bergère, 2002 ; Sanjuan, 2009 ; et Gil, 2008). En plus de connaître de profondes recompositions urbaines et un renouvellement de ses structures économiques, l'extension de son rayonnement régional s'est considérablement accru depuis vingt ans. Les mutations spatiales, économiques et sociales de ses périphéries sont directement corrélées à son intégration au système-monde et au développement accéléré de l'économie de marché. Elles vont stimuler de manière décisive les immenses réserves foncières des espaces périphériques à l'agglomération.

Si le tourisme s'insère dans les espaces ruraux de la région, les dynamiques d'urbanisation accélérées, en particulier de métropolisation, sont au cœur de la cohérence régionale. Nous faisons l'hypothèse que les dynamiques touristiques sont animées par la métropolisation. Nous reviendrons dans un premier temps sur un état de l'art des questions de métropolisation et de mégapolisation avant de décrire les mécanismes donnant une structuration propre à la Chine, et propre à la région : la mégalopole du delta du Yangzi dans laquelle le tourisme se déploie.

---

<sup>14</sup> Le terme urbanisation se traduit de deux façons : *chengshihua* ou *chengzhenhua*. La notion de ville (*chengshi*) est ancienne en Chine. La ville (*chengshi*) et le bourg (*zhen*) sont deux entités qui existent depuis l'antiquité chinoise. Le mot *cheng* est d'origine militaire et signifie cité de défense (entourée de muraille/mur/enceinte). Les documents Printemps et Automne de Wu Yue signalent que « l'édification de la ville a pour but la défense du pouvoir royal ». Le terme *shi* est d'origine commerciale et signifie le marché.

<sup>15</sup> Hu Angang et Wang Shaoguang sont les auteurs d'un rapport publié en 1995 sur les disparités régionales chinoises. Ce dernier fait référence au VIIe plan quinquennal (1986-1990). Ces disparités sont marquées par les inégalités de richesses et de productions entre trois ensembles distincts : celui des provinces littorales, centrales et frontalières terrestres.

<sup>16</sup> En 2000, près de 50 % de la population urbaine sont localisés dans les provinces côtières (40 % de la population totale), pour 30 % dans les provinces centrales et 20 % dans les provinces de l'Ouest (Catin, Van Huffel, 2004 : 19). On constate que dans les différentes parties du pays coexistent différentes périodes historiques. Si la majorité des régions rurales de l'ouest en est encore au stade de la pré-industrialisation, la plus grande partie du pays est « en période d'industrialisation continue, tandis que certaines zones côtières présentent déjà les caractéristiques de la postindustrialisation ou postmodernisation » (Hamel, 2010 : 80).



### ***1.3.1 Le processus de métropolisation et la région urbaine de Shanghai***

La ville de Shanghai a connu en un temps très court une urbanisation importante, impulsée par le choix de la ville comme vitrine et test de la réouverture de la Chine au lendemain du repli relatif consécutives aux événements de Tian'anmen. En une génération, le poids de Shanghai est réaffirmé. La métropole domine en l'articulant une vaste région. Le processus de métropolisation est interrogé au regard de la montée en puissance de Shanghai et des mutations des espaces périurbains et ruraux du delta.

#### *- La notion renouvelée d'hinterland*

Nous faisons l'hypothèse d'un renouvellement profond de la relation de Shanghai avec son hinterland en fonction du processus de métropolisation et de mondialisation. Dans ce sens, nous retenons dans un premier temps la conception décentralisée du développement. Ceci comporte des théories de la croissance endogène (réseau, territoire). Dans un deuxième temps, la mondialisation a valorisé les différenciations géographiques et accéléré la recomposition de l'espace mondial en un archipel de régions (Veltz, 1996 et Bernard, 2003). Les espaces mégalopolitains interagissent dans des relations supranationales, offrant des avantages compétitifs pour les producteurs locaux et des rendements croissants qui favorisent l'émergence de « méga-grappes » urbaines. Mondialisation et métropolisation redonnent donc de l'actualité au couple conceptuel avant-pays/arrière-pays (*foreland/hinterland*). L'hinterland peut se définir alors comme « l'espace métropolisé, fragmenté en territoires intégrés ou délaissés, chaotiques ou comptant sur leurs propres forces » (Bernard, 2003 : 456).

#### *- Gouvernance métropolitaine et aménagement régional nouveau : appréhender le processus avec de nouveaux mots*

Il y a une « nouvelle gouvernance métropolitaine pour l'aménagement urbain et les infrastructures de transports à travers un cadrage institutionnel urbain » (Goldblum, 2008 : 27 ; et 2014 : 58). Une entrée majeure concerne le secteur des infrastructures (infrastructures de base et grands réseaux), dont les enjeux en matière d'urbanisation sont majeurs - au sens de la mise aux normes des aires urbanisées et des extensions urbaines. La conception de l'aménagement urbain et la vision de l'urbanisation changent.

C'est un réseau supplémentaire d'infrastructures permettant des liaisons intercontinentales (*hubs* aériens, ferroviaires, routiers). De plus, la métropolisation s'esquisse dans sa forme de contrôle régional ouvrant sur de multiples connexions d'échelles supérieures,

à partir d'un seuil minimal de quelques centaines de milliers d'habitants (avoisinant le million, soit de 400 à 500 agglomérations, environ, dans le monde) se répartissant, dans « une même logique de bassin d'activités plus ou moins unifié, autour d'un ou de plusieurs centres plus citadins » (Di Méo, 2010 : 25). Ce réseau associerait alors des « espaces plus ou moins denses de bâtis, mais aussi des espaces naturels interstitiels, contraints hier par des effets tunnel, qui trouveraient leur place dans le réseau métropolitain » (Decoupigny, 2007: 591). L'organisation métropolitaine s'orientera vers « plus de centralisation réticulaire ou bien vers une organisation éclatée et dissoute sur un territoire urbain élargi » (Decoupigny, 2007: 591).

L'urbanisation chinoise intense et rapide depuis une génération va donner un nouveau vocabulaire et des études nouvelles se donnant pour objectif la description du phénomène<sup>17</sup>. Le processus de métropolisation était encore inconnu il y a trente ans ; celui de périurbanisation également. C'est la définition même de la ville et de l'urbain qui ont profondément changé (Tao, 2006). À partir de 1983, une nouvelle méthode est appliquée en Chine. Il s'agit d'élever directement les districts (*xian*) (ou les cantons-*xiang*) au rang de municipalité (*shi*) (ou de bourg-*zhen*).

Afin d'accélérer l'influence de la ville dans les zones rurales, le gouvernement encourage une stratégie qui permet aux municipalités de gouverner sur les municipalités de rang district. Il y a ainsi un territoire municipal (*shiyu*) administrant des espaces urbains et ruraux. Selon les autorités, afin de favoriser le développement conjoint des villes et bourgs, notamment favoriser la rurbanisation et l'industrialisation rurale dans les campagnes, la politique rurale en vigueur contribue à construire un dualisme ville/campagne en encourageant les paysans à « quitter la terre sans quitter les campagnes, entrer dans l'entreprise sans entrer dans la ville » (*litu bu lixiang*). Ainsi le développement des villes et

---

<sup>17</sup> En 1994, l'Association de géographie urbaine est fondée à Nankin, son rôle est d'étudier la planification urbaine à l'échelle de la ville administrative et de la région, conformément au contexte chinois. Les principaux fondateurs sont : Xu Xueqiang, Zhou Yixing, Ye Shunzan, Cui Gonghao, Ning Yuemin. Une école de géographie et d'études urbaines voit le jour. Ces auteurs formés à l'étranger (Europe et États-Unis) donnent de nouveaux concepts et mots pour définir et appréhender le processus d'urbanisation en Chine. Les définitions de la ville changent à mesure du déploiement du processus urbain. Les statistiques chinoises définissent ont dû adopter de nouvelles définitions de la ville. Avec l'ouverture, de nombreux bourgs et cantons ont été reclassés en villes. Les réformes administratives ont accru le nombre de bourgs (*zhen*). Enfin, les superficies de certaines grandes villes ont été largement augmentées. Ces facteurs ont considérablement participé et affecté l'urbanisation. Zhou Yixing (professeur à l'Université de Pékin) a défini un processus de l'évolution de la ville vers les villes-régions selon les phases suivantes : centre-ville (*shizhongxin*) – centre historique (*jiuchengqu*) – espace bâti (*jianchengqu*) – proche banlieue (*jinjiaoqu*) – aire mégapolitaine (*dushi qu*) – zones économique et urbaine (*chengshi jingji tongjiqu*) – mégapole (*dushi lianmianqu*). Il est à l'origine du terme de *metropolitan interlocking region (MIR)* par l'interpénétration des théories occidentale et chinoise, afin de décrire le modèle actuel de l'organisation de l'espace urbain à l'échelle régionale en Chine. Il existe un autre terme, inventé par Yao Shimou, le réseau de villes (*chengshiqun*) qui représente le type des villes-régions le plus généralisé aujourd'hui en Chine.

des bourgs offre-t-il une urbanisation des espaces ruraux, et aide les bourgs à s'intégrer politiquement dans la planification régionale<sup>18</sup> (tableau 6).

En 1997, l'association de coordination économique des villes du delta du Yangzi est créée. L'association qui voit la réunion des maires et responsables du parti par municipalité a apporté une contribution importante à l'intégration régionale (Kamal-Chaoui, Leman, Zhang, 2009 : 57). Le delta du Yangzi est une des figures de l'émergence de région métropolitaine (Kamal-Chaoui, Leman, Zhang, 2009). Cet ensemble régional est constitué d'un réseau de grandes villes proches, complémentaires, dont les espaces environnants, initialement ruraux, sont reliés peu à peu en une immense conurbation dominée par une métropole, Shanghai. Le delta économique n'est pas une entité politique. Le développement de Shanghai et des villes dans son immédiateté spatiale (Suzhou, Hangzhou) a formé dès le milieu des années 1990 une région métropolitaine. À mesure du développement économique et urbain, c'est une nouvelle région métropolitaine qui voit le jour (Changsanjiao Lanpishu, 2011 ; Luo *et al.*, 2008 et Tang, 2011)<sup>19</sup>. On parle alors de région métropolitaine du delta du Yangzi (ou de Shanghai). Une planification de l'agglomération s'inscrit dans un schéma régional (*chengshi zhenti guihua*). Une planification de l'aire mégapolitaine est alors mise en œuvre.

Le territoire municipal gère ainsi ses périphéries (rurales ou non), et procède à des changements administratifs, pour un redéploiement polycentrique de sa municipalité (Sanjuan, 2004). On passe alors à des logiques périurbaines où les espaces ruraux sont en recomposition, et de plus en plus imbriquées aux espaces urbains. La population enregistrée dans les statistiques (2013) par province montre un taux d'urbanisation important. Seule la province de l'Anhui est encore à majorité rurale.

---

<sup>18</sup> Les spécialistes chinois parlent alors de « l'aire des villes et bourgs agglomérés ». Hu Shuwei, 1998, « Yanhai chengzhen miji diu kongjian juji yu kuoshan yanjiu », (Études des espaces concentrés et diffus : les aires des villes et bourgs agglomérés dans les zones littorales chinoises), dans *Chengshi Guihua*, vol. 22 n.6, pp 27.

<sup>19</sup> Il y a une extension progressive de l'adhésion des villes de la région à la coopération économique. De moins de dix villes en 1990, la zone métropolitaine compte 14 villes au tournant des années 2000. En 2010, la zone compte 22 villes. Nous regroupant dans le volume des annexes un tableau de l'ensemble des villes des quatre entités administratives que compte notre région. Nous faisons figurer les 22 villes « membres » de la coopération et les villes susceptibles de rejoindre prochainement la coopération.

	Population urbaine	Population rurale
<b>Shanghai</b>	89 %	11 %
<b>Jiangsu</b>	56 %	44 %
<b>Zhejiang</b>	58 %	42 %
<b>Anhui</b>	42 %	58 %

**Tableau 6 – Répartition de la population urbaine/rurale par province.**

(Sources : Annuaire statistiques de Chine, 2013).

### *1.3.2 De la métropolisation à la formation d'une mégapole chinoise<sup>20</sup>*

Nous poursuivons les interrogations sur l'aire métropolitaine par le biais du tourisme dans les espaces ruraux (ou espace à dominante rurale ou éloigné des logiques métropolitaines). La métropolisation de la région s'opère par accumulation des fonctions de commandements, renouvellement important des infrastructures de transports et un étalement urbain particulièrement fort. La carte 3 montre l'étalement urbain au sein de la région d'étude. Ceci est décisif en ce qui concerne le déploiement du tourisme, en particulier l'existence et le développement du tourisme dans les campagnes.

<sup>20</sup> Le vocabulaire de métropolisation renvoie au champ lexical de la ville, de l'urbain. Associés à ce terme, nous distinguons : métropole, mégapole, mégapole. La métropole concentre des fonctions de commandements à plusieurs échelles (Baud, Bourgeat et Bras, 1997). C'est aussi un système urbain dont la configuration rend possible l'accès à un niveau d'excellence à l'échelle mondiale (Lévy, 1996). La notion de mégapole correspond à une grande ville accumulant hommes (plusieurs millions), activités et équipements-infrastructures. Enfin, la notion de mégapole renvoie à un ensemble régional urbain correspondant à un réseau de grandes villes proches et complémentaires, dont les espaces environnants, initialement ruraux, sont reliés en une immense conurbation dominée par une métropole (Sanjuan, 2009).



**Carte 3 – L'étalement urbain dans le delta du Yangzi**

On doit à des géographes l'observation et l'identification de la formation de mégalopoles en Asie, en particulier en Chine. Xu Xueqiang a considéré que le delta de la rivière des Perles correspond aux conceptions de la mégalopole et du *desakota*. Plus tard, en 1998, à la Conférence d'Hawaii, Zhou Yixing a remarqué l'existence de deux configurations urbaines chinoises à l'échelle mégalopolitaine (il parle de « metropolis interlocking region » (MIR) (*dadushi lianmianqu*) : celle du delta du Yangzi et celle de la rivière des Perles. Norton Ginsburg identifie l'extension de l'aire métropolitaine en Asie en prenant l'exemple de la région du delta du Yangzi (Ginsburg, 1991). Thierry Sanjuan analyse dans son HDR<sup>21</sup> la mégalopolisation de la Chine dans le delta de la rivière des Perles, dans le delta du Yangzi, dans la région de Pékin-Tianjin ou de Shenyang-Dalian. Ce phénomène est issu des processus d'industrialisation rurale ordonnés par le leadership chinois depuis 1949 et depuis l'ouverture et le recentrage sur les villes métropoles du développement économique participant au système économique mondial. Les espaces ruraux maintiennent les fortes densités et le développement non agricole des campagnes donne une complémentarité fonctionnelle avec la ville. Le paysage n'est plus strictement rural, ni urbain, conférant une singularité, les *desakota* analysés par T. G. McGee<sup>22</sup> (figure 9).

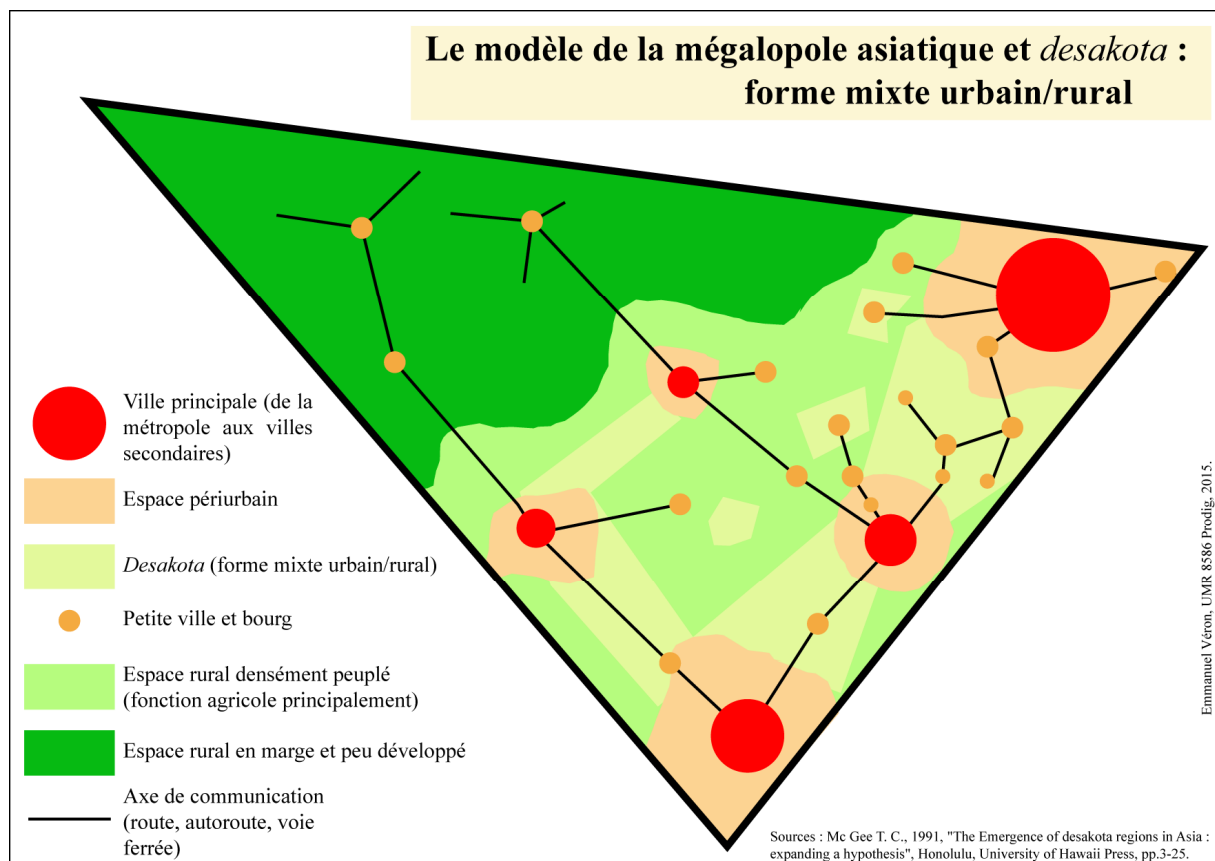
<sup>21</sup> Sanjuan Thierry, 2004. *La Chine en recomposition : pouvoirs territoriaux, dynamiques urbaines et globalisation*. Habilitation à diriger des recherches en géographie, Université Paris 1 Panthéon-Sorbonne, 3 tomes : 75, 229 et 233 pages.

<sup>22</sup> Le terme de *desakota* est issu du Bahasa Indonesia, *desa* (rural) et *kota* (urbain). T. G. McGee, à partir de l'exemple indonésien, montre les spécificités de la mégalopole asiatique, issu des travaux de J. Gottmann sur la

- Les six principales caractéristiques des *desakota* selon McGee

1. Une densité forte de population, avec un passé rizicole appartenant à de petits propriétaires ;
2. Une augmentation des activités non agricoles dans des zones autrefois largement agricoles, conduisant à un mélange intensif des activités ;
3. Une extrême mobilité et fluidité de la population grâce à l'amélioration des transports ;
4. Un mélange intense de l'occupation du sol ;
5. Un passage de la monoculture de céréales vers une diversité de cultures avec la production de bétails, de fruits et légumes, et une augmentation de la participation des femmes dans les emplois non agricoles ;
- et enfin, 6. Une classification comme zone rurale, même si les structures économiques changent rapidement.

Nous donnons ci-dessous la représentation schématique de la mégalopole asiatique.



**Figure 9.**

Les mégalopoles chinoises ne se présentent pas comme des régions urbaines dont les périphéries ont été vidées de leur population et réappropriées par la ville à l'occasion d'un

---

Megalopolis américaine de Boston à Washington. Mc Gee T. C., 1991, *The Emergence of desakota regions in Asia: expanding a hypothesis*, Honolulu, University of Hawaii Press, pp.3-25. « Configuration associant, sur fond de riziculture intensive, un développement d'ensembles urbains (anciens et nouveaux) et d'activités industrielles, stimulé par la présence d'un bassin de main-d'œuvre bon marché et par des réseaux d'infrastructures efficaces » (McGee, 1991, p. 3-25, cité dans Goldblum, 2014 : 54).

processus d'étalement urbain. Celles-ci, loin de connaître un exode rural, sont au contraire devenues attractives dans les années 1980, en raison de l'industrialisation des campagnes. Le peuplement est en transition (*settlement transition*) et n'est pas l'objet d'exode (McGee, 1991).

Un effet de régionalisation des processus d'industrialisation rurale se produit. En effet, dans le delta de la rivière des Perles (Sanjuan, 1996) ou le delta du Yangzi, les grandes villes, les pôles urbains secondaires et les campagnes industrialisées et densément peuplées participent à un même dispositif régional. Les chefs-lieux de bourgs (bourgs administratifs) polarisent des « espaces ruraux qui ne sont plus que faiblement agricoles et prennent l'aspect de petites villes économiquement dynamiques » (Sanjuan, 2006b : 156). Les rapports villes-campagnes semblent s'être transformés dans la période des réformes. La ville a accentué son poids dans les initiatives territoriales<sup>23</sup>. Dans les années 1980, les lieux de développement économique sont les pôles ruraux (bourgs et villages). Les acteurs des communautés réorientent leurs activités vers les secteurs secondaire (surtout) et tertiaire. Puis, dans les années 1990, la ville « redevient » le donneur d'ordres pour l'aménagement et l'orientation économique des espaces (ruraux compris). Ces nouvelles campagnes rurales deviennent de véritables espaces en recomposition. Un développement endogène (ou développement par le bas «bottom up») est à l'œuvre. Les surfaces agricoles sont pour partie en sursis, les entreprises rurales et industries se multiplient le long des voies de communication en périphérie des villes. Entre la ville (*chengshi*) et la campagne (*xiangcun*), les « aires de transition » (*chengxiang jiehebu*) conservent des espaces agricoles. Les Chinois utilisent le terme de *chengxiang ronghequ* pour désigner le *desakota*.

Il se distingue de la mégapole américaine par un exode rural faible, le développement non agricole des espaces ruraux, une complémentarité entre ces derniers et la ville, et l'apparition de formes mixtes. Si Shanghai est tant pondérée, c'est parce que l'espace qu'elle domine est dépendant d'elle, et il lui permet de se maintenir. Une forme originale de complémentarité est à l'œuvre.

Des observations récentes (Milhaud, 2014 ; Xie *et al.*, 2007 : 479) montrent l'évolution de l'espace du *desakota*. Le territoire n'est plus structuré seulement par de grandes villes et des corridors les reliant où se diffusent les activités urbaines, mais par une multitude de centres hiérarchisés, qui, chacun à leur niveau, organisent la répartition des activités et des populations (Milhaud, 2014). Il s'agit de l'évolution d'un *desakota* asiatique dans un

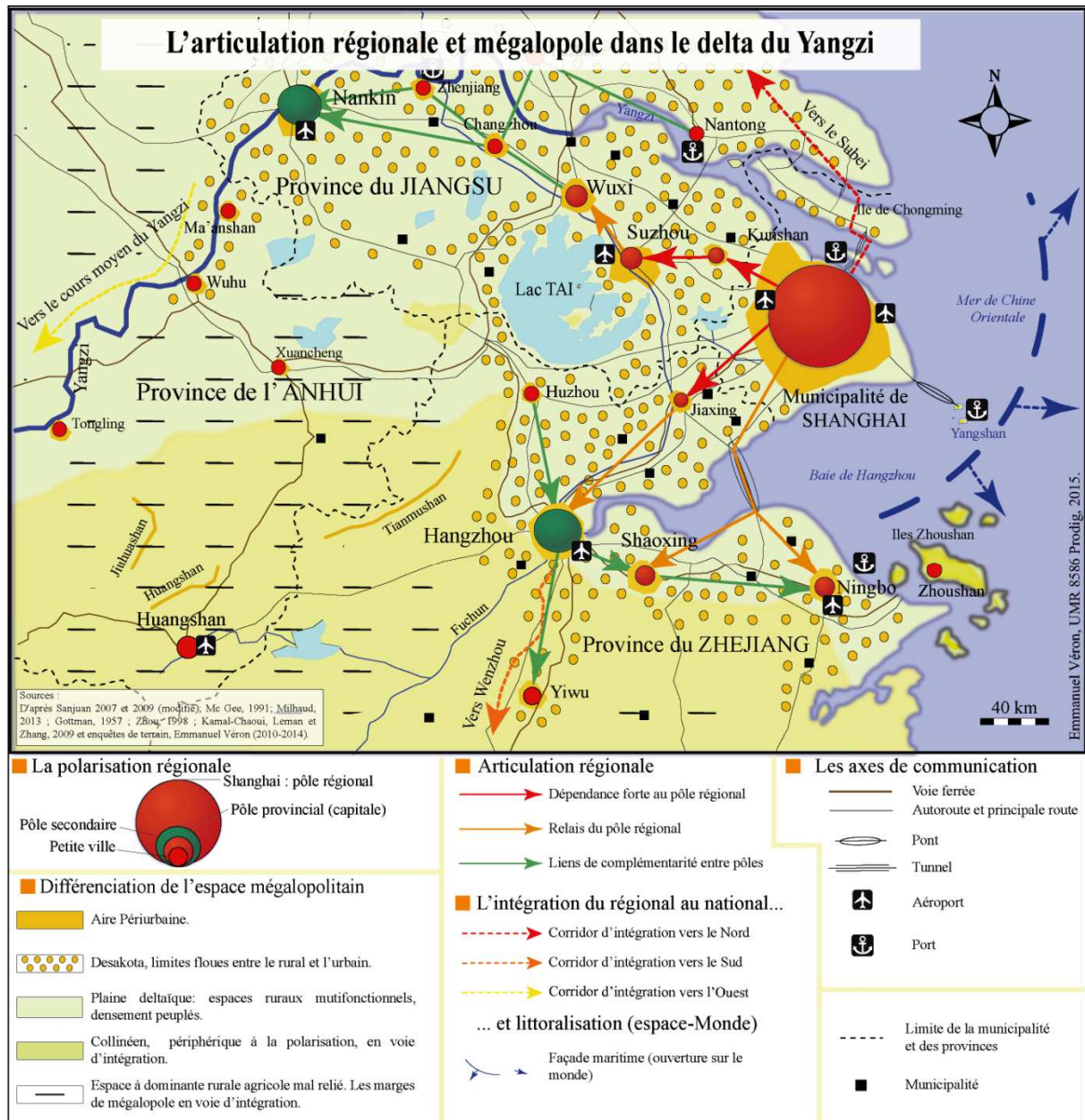
---

<sup>23</sup> Zhao Ziyang (ancien Premier ministre de 1980 à 1987, puis Secrétaire général du PCC de 1978 à 1989) lui-même, parlait de ces entités comme : « de centres économiques variés prenant appui sur des villes grandes et moyennes et fonctionnant en réseau » (Ginsburg, 1991: 42).

environnement où la croissance est très forte et où la structure administrative territoriale soutient le développement de centres secondaires indépendants. Les corridors de développement, décrits par McGee le long des axes de communication, s'étendent désormais à l'ensemble de l'espace deltaïque tant le maillage s'est densifié, et ils perdent leur caractère discriminant. L'armature des grandes villes rassemble les infrastructures internationales telles que les aéroports ou les ports internationaux, le secteur des nouvelles technologies, le secteur financier et les universités de haut niveau (planche photo 1 ci-dessous).

Nous proposons une cartographie (carte 4) de la région en appréhendant les dynamiques mégalopolitaines de Shanghai et son arrière-pays. Nous tenons compte des changements très contemporains affectant profondément la région (renouvellement des grandes infrastructures, étalement urbain et extension de l'aire métropolitaine de Shanghai), tout en nous bornant spatialement à notre zone d'étude.





Carte 4.

### 1.3.3 Mutations rurales et relations villes-campagnes : des dynamiques liées au tourisme « rural » ?

À travers ces dynamiques métropolitaines et mégapolitaines, ce sont la place et les systèmes ruraux qui sont modifiés (planche photo 1). Ils se recomposent à mesure de l'avancée de la métropolisation. Il y a ainsi d'importantes mutations rurales donnant lieu à l'identification de plusieurs types d'espaces ruraux en interne de la région. Concernant, le tourisme, ce sont plusieurs types de campagnes dans lesquels s'insère le processus touristique. Nous aurons à identifier les ressorts de cette typologie avant d'en démontrer les caractéristiques propres.

Pour autant, les analyses sur les espaces ruraux sont moins développées que les études urbaines rendant compte des processus de mégapolisation et de métropolisation. Nous pouvons aussi supposer que de nouveaux comportements socio-spatiaux, « liés à l'augmentation du temps libéré sur le travail, peuvent induire des changements structurels dans les formes de l'étalement urbain des métropoles » (Decoupigny, 2007 : 590).

L'étude des relations villes-campagnes en géographie émerge suite à une préoccupation pour le devenir des espaces ruraux proches des villes (Chaléard *et al.*, 1999). Aujourd'hui, cette réflexion se déploie dans le cadre des recherches sur l'espace périurbain, composé des espaces autour de la ville consacrés à l'agriculture et à l'élevage, entre autres fonctions résidentielles, environnementales et de loisirs. Dans la zone d'étude, l'objet du tourisme dans les campagnes s'observe ainsi dans le cadre des relations entre les zones urbanisées et leurs « campagnes » périurbaines (les « espaces ruraux périurbains ») et espaces ruraux plus éloignés des villes.

- *Les espaces ruraux, l'espace support (du tourisme) oublié des spécialistes ?*

Ces intenses recompositions régionales donnent un renouvellement des relations entre l'urbain et le rural. Par là-même, ce dernier est dès lors inscrit dans une configuration nouvelle, animé par des problématiques propres peu étudiées. Ce sont bien dans les espaces flous qui ne relèvent ni totalement de l'urbain (ou périurbain dense), ni totalement du rural (agricole et « ouvert ») et dans des espaces ruraux plus affirmés, voire éloignés, que se situent les lieux et infrastructures touristiques « vertes ». Il est donc question de mutations rurales liées à la métropolisation par le tourisme.

On assistait, auparavant, à une disparition rapide de ces espaces sous la poussée de la ville, ils se recomposent aujourd'hui autour de « systèmes d'activités qui jouent de la proximité de la métropole » (Chaléard, 2014 : 21). Les rôles des espaces ruraux sont multifonctionnels et ne se limitent pas à la production agricole. « L'évolution et la place des espaces ruraux font l'objet de peu de réflexions » (Deler, 2014 : 427). Ces espaces présentent au moins une (et souvent deux) caractéristiques parmi les suivantes : des usages agricoles intensifs et/ou des espaces verts ou protégés utilisés par les citadins ; des modes de gestion définissant clairement l'espace comme rural ; « une valorisation marchande du foncier en fonction de son rôle de réserve urbanisable (prix au mètre carré et non à l'hectare) » (Chaléard, 2014 : 20).

Les espaces de diffusion de l'urbanisation sur les espaces ruraux sont qualifiés d'espaces intermédiaires (Bonérandi *et al.*, 2003), de tiers espaces (Vanier, 2000) ; plus

généralement de périurbains (Bertrand *et al.*, 2006). Le processus de périurbanisation rend « caduc toute opposition binaire entre urbain et rural » (Glesener et Kmec, 2010: 12). Un facteur important de diversification est l'apparition de dynamiques propres à la métropolisation dans les espaces situés aux franges de la ville et que, faute de mieux, nous qualifions de « ruraux » ou « à dominante rurale ». Ce sont des espaces agricoles, boisés ou encore peu utilisés, proches dans leur définition de ce que les auteurs anglophones appellent les « open spaces ». La recherche a porté une attention particulière à ces espaces « agri-urbains » relativement délaissés tant par les spécialistes des villes que par ceux du monde rural (Chaléard, 2014 : 20). L'étalement urbain s'accompagne d'une modification des usages du territoire : à proximité des villes, usages urbains et agricoles s'opposent ou se composent. Ces interdépendances renouvelées entre ville et agriculture induisent une transformation des politiques des collectivités locales. Parallèlement, les évolutions réglementaires incitent les agglomérations à « une plus grande coopération avec les différents acteurs de leur territoire » (Thareau, 2006 : 351).

- *Questions de périurbanisation et de périphéries pour de nouvelles configurations du rural ?*  
La métropolisation voit l'intégration des espaces ruraux périphériques, qui étaient restés jusque-là externes aux logiques strictement urbaines (Sanjuan, 2012 : 2). Les périphéries urbaines sont les laboratoires actuels d'une Chine post-réformes (Sanjuan, 2012 : 2)<sup>24</sup>. La définition des périphéries est peut-être plus problématique, tant il est vrai que du centre urbain aux campagnes environnantes, les « périphéries » sont multiples, et que les termes employés, « banlieues », « périurbain », « zones suburbaines » ou « franges urbaines » sont nombreux et ne recouvrent pas partout les mêmes réalités.

Par « périphéries », nous entendons ici des espaces relevant d'une configuration d'agglomération, sans rupture spatiale forte avec la ville-centre, mais qui s'en distinguent par leur développement ultérieur, leur capacité à accueillir des déconcentrations urbaines en termes de populations, d'activités et d'équipements, et qui sont aussi le lieu de recompositions rurales dorénavant associées à la métropole (Chaléard, 2014 : 8). À travers ces dynamiques, des espaces en voie d'urbanisation rapide (foncier productif et vocation non agricole) et des

---

<sup>24</sup> Le système de planification urbaine chinoise est composé de cinq catégories : 1. Le schéma national d'aménagement et de développement du territoire, schéma régional d'aménagement et d'urbanisme ; 2. Le schéma directeur des villes et bourgs (aire d'influence des villes) ; 3. Le schéma directeur de ville (agglomération) ; 4. Le schéma directeur d'arrondissement (ou de district) ; 5. La planification locale urbaine (ou plan d'occupation du sol) (Zhou, 1995).

espaces marginalisés à faible potentiel économique sont identifiés (Quertamp, 2010 ; Chaléard, 2014 ; et Brès et Sanjuan, 2014).

Les domaines de recherches et d'analyses des espaces périurbains aujourd'hui rassemblent quatre entrées majeures. 1. La caractérisation de l'espace périurbain (en termes de peuplement comme d'activités) ; 2. Les pratiques, usages et sociabilités ; 3. La planification territoriale, gouvernance et jeux d'acteurs ; et 4. L'environnement, l'écologie et le développement durable. Le tourisme est par conséquent un des thèmes abordés pour penser les mutations en cours.

#### - *Mutations et dynamiques rurales dans la région*

Les chercheurs (Auber, 1996 et 2005 ; Chen, 2006 ; Huang, 1990 ; et Zou, 2003) ont identifié les mutations à l'origine de la transformation des campagnes et leur spécialisation dans l'industrialisation légère comme forme de développement endogène. Ceux-ci montrent l'existence de plusieurs modèles de développement dans les campagnes à l'intérieur du Jiangnan. Cependant, ces analyses décrivent des situations des années 1980, 1990 et début 2000. Nous faisons l'hypothèse, en faisant le choix de l'étude du tourisme dans ces campagnes d'une complexification socio-spatiale croissante.

L'industrialisation rurale (planche photo 1) spécialisée est stimulée par les migrations de populations paysannes et de leur « entrée dans l'industrie sans entrer dans la ville » (*jin chang bu jin cheng*). Ainsi, de nouvelles structures d'emplois industriels voient le jour dans les campagnes du Jiangnan. Ces nouvelles structures prennent le nom d'entreprises<sup>25</sup> des bourgs et cantons (EBC) (*xiangzhen qiye*) témoignant de leur implantation rurale. Les EBC ont donc eu pour rôle d'embaucher prioritairement les populations locales afin d'absorber l'excédent de la main-d'œuvre rurale environnante. À partir de cette industrialisation, deux modèles se distinguent : le « modèle de Sunan » (*sunan moshi*) et le « modèle de Wenzhou » (*wenzhou moshi*). Le premier émane des anciennes entreprises de communes et de brigades. Les entreprises rattachées à ce modèle sont le plus souvent détenues par la communauté et gérées de manière autoritaire par des cadres détenant un fort pouvoir politique. La distribution

---

<sup>25</sup> Les EBC étaient soit des coopératives paysannes (*gufen hezuo danwei*) soit des entreprises privées (*siying qiye*). Il existait trois types d'entreprises privées : les entreprises « gérées par plusieurs foyers » (*lianhu qiye*) ; les entreprises individuelles (*geti qiye*) ; et les grandes entreprises privées (*siying qiye*). Les premières bénéficient du soutien des cadres. Les entreprises individuelles sont également soutenues. « En revanche, les grandes entreprises étaient plus controversées : d'une part, elles étaient en concurrence directe avec les entreprises d'État ; d'autre part, elles accentuaient l'inégalité de la distribution des revenus et généraient même des conflits sociaux dans les villages » (Zou, 2003 : 51). Ces entreprises sont le fruit d'une adaptation progressive à un environnement institutionnel mouvant.

des revenus est assez équitable. Ces entreprises sont situées dans des régions où l'économie planifiée était développée, comme le sud du Jiangsu (*sunan*), d'où le nom donné à ce modèle. Le « modèle de Wenzhou » est apparu dans les années 1980. Il désigne essentiellement des « entreprises de petite taille, détenues par les élites rurales, gérées d'une manière plus flexible afin de s'adapter aux besoins du marché » (Zou, 2003: 53).

L'une des plus importantes modifications apportées à l'espace rural est la diminution des terres destinées à l'agriculture. Pour exemple, la superficie cultivée dans la municipalité de Wenzhou a diminué de presque 20 % entre 1981 et 2003, passant de 197 000 ha à 160 000 ha (Chen, 2006). Ces changements ont été engendrés principalement par l'implantation de la majorité des nouvelles entreprises dans les zones rurales. Les anciennes terres cultivées sont remplacées par des usines, des ateliers et toutes les infrastructures associées à leur développement (entrepôts, immeubles d'habitation, magasins, restaurants...).

## Les paysages de la région du Jiangnan



La métropole de Shanghai : concession internationale et quartier d'affaires de la Nouvelle Zone de Pudong (mars 2014).



Changshu : chantier de construction et promotion immobilière (province du Jiangsu) (août 2012).



Lac Tai : organisation des espaces ruraux (bourg, parcelles rizicoles et élevage aquacole) (province du Jiangsu) (avril 2011).



Xiaokunshan : densité rurale forte et desakota (municipalité de Shanghai - Songjiang) (juin 2011).



Longjing : terroir de thé du puits du dragon dans la banlieue de Hangzhou (province du Zhejiang) (juillet 2011).



Langxia : parcelle emblavée (blé d'hiver) et hameau (municipalité de Shanghai - Jinshan) (mai 2011).

Emmanuel Véron, UMR 8586 Prodig, 2015.

### Planche photographique 1.

## **1.4 Le tourisme et son insertion dans les dynamiques spatiales du delta**

La description de la méga région urbaine permet de comprendre les dynamiques d'un des grands foyers économiques de la RPC. Nous montrons comment le tourisme (et quelle(s) pratique(s), pour quels lieux) est lié à la métropolisation et à la modernisation chinoise depuis l'ouverture. En ce sens, cette partie s'attache à donner une description de la touristicité (nombres de touristes par an, revenus touristiques, infrastructures et équipements, et « type » de tourisme) dans la région. Nous proposons une carte de synthèse du tourisme dans la région d'étude. Le tourisme s'organise autour de la mise en scène d'un triptyque systématique : l'urbain, le patrimoine et le « naturel-paysager » (Véron, 2013).

La construction des infrastructures de transports et la périurbanisation ont renforcé la fonction récréative des périphéries et la connexion entre les pôles touristiques de la région. Les déplacements de loisirs vers les territoires limitrophes des métropoles deviennent de plus en plus importants ces dernières années. Ces territoires semblent remplir une fonction urbaine de loisirs et de détente qu'une métropole doit offrir pour diversifier son cadre de vie. L'intégration de ces territoires au système métropolitain va induire des impacts tant sur les déplacements que sur l'organisation des espaces urbains de la métropole. L'émergence de ces « nouveaux territoires naturels urbains » restructure l'organisation spatiale des franges périurbaines et rurbaines des métropoles (Decoupigny, 2007 : 590).

L'importance numérique et économique que représente le tourisme encourage les politiques d'aménagement à plusieurs échelles. Les municipalités intègrent dans leur schéma directeur des activités et un zonage ludo-touristique. À une autre échelle, celle de la région, le tourisme est identifié comme un outil d'aménagement et de cohérence régionale. Ainsi, les hauts-lieux touristiques sont identifiés et connectés entre eux. Il y a donc de fortes corrélations entre métropolisation et fonction récréative des espaces touristiques. L'objectif est décelé et comprendre ces corrélations à travers l'étude des « tourisms verts ». Ceci participe à la construction d'un territoire régional (cf. carte 5).

### ***1.4.1 Une région touristique reflet des dynamiques spatiales et économiques du delta***

L'observation des statistiques du tourisme en Chine (flux et recette) montre une corrélation forte entre les provinces littorales et les dynamiques touristiques (planche cartographique). Par là-même, il s'agit de l'articulation entre métropole et tourisme, à travers les régions littorales, intérieures (centrales) ou de l'Ouest. Ceci permet de comprendre une géographie du tourisme selon les chiffres officiels produits par les institutions. Il existe une forte

concentration des flux. Pour autant, des municipalités tirent du tourisme une part importante de leur PIB. Le cas de la municipalité de Huangshan est discriminant. La municipalité réalise en 2010 63 % de son PIB avec le tourisme. Le tourisme totalise 15 % du PIB de Shanghai (Zhang *et al.*, 2011 : 272).

La place des provinces littorales est éloquent. La province du Guangdong est la plus imposante. Ceci est lié à la circulation de personnes entre Hong Kong et le Guangdong, enregistrées comme touristes par les statistiques. Les provinces intérieures accusent des flux plus faibles, à l'exception des provinces du Sichuan, du Henan et du Shaanxi. Les villes comme Chengdu au Sichuan ou Xi'an dans le Shaanxi polarisent les flux touristique. L'Ouest chinois est lui à la marge. Les volumes cartographiés sont corrélés aux processus de métropolisation d'une part et de développement de site touristiques majeurs d'autre part. Il y a donc une fragmentation spatiale du territoire chinois en fonction des niveaux de dynamismes économiques et d'insertion dans la mondialisation et développement touristiques.

Dans ce cadre d'inégalité des dynamiques touristiques à l'échelle nationale, les provinces de la région d'études témoignent d'une économie touristique parmi les plus forte. Pour autant, il y a un l'intérieur de la région des disparités, notamment avec l'Anhui. Ceci témoigne de l'hétérogénéité à l'échelle régionale de l'intégration à la méga-région urbaine et de son dynamisme<sup>26</sup>.

#### *- Les chiffres du tourisme dans la zone d'étude*

Nous rassemblons ci-dessous les chiffres du tourisme pour les quatre entités territoriales. Ces chiffres sont issus des statistiques nationales (Annuaire statistique national, 2013). Le tourisme intérieur domine fortement le tourisme international à l'échelle de la Chine (plus de 95 % des flux de touristes sont chinois). Ceci est également opératoire dans notre région d'étude.

---

<sup>26</sup> Rapport annuel sur le développement du tourisme en Chine, 2011-2012 (*zhongguo lüyou fazhan nian du baogao shuxi, 2011-2012*). Centre de recherche sur le tourisme en Chine (*zhongguo lüyou yanjiuyuan*).



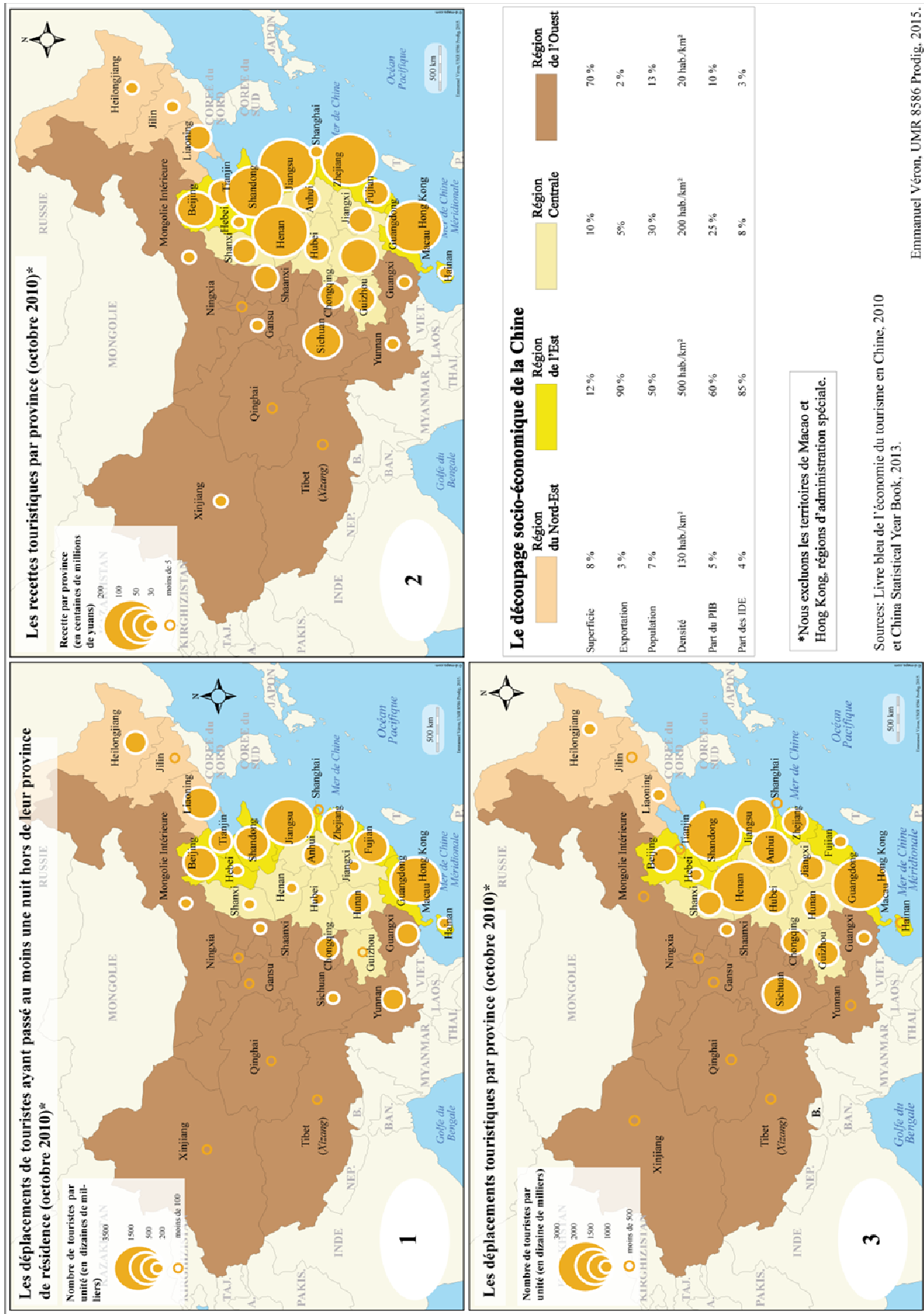


Planche cartographique 1.

▪ La municipalité de Shanghai :

Le territoire de Shanghai a reçu 260 millions de touristes chinois en 2013. Le nombre de touristes internationaux s'élève à 7,57 millions. Les recettes touristiques sont respectivement de 354 milliards de yuans et de 5 milliards de dollars.

▪ La province du Jiangsu :

La province du Jiangsu a reçu 515 millions de touristes nationaux en 2013. Le nombre de touristes internationaux est de 2,9 millions. Les recettes touristiques sont respectivement de 695 milliards de yuans et de 2,4 milliards de dollars.

▪ La province du Zhejiang :

La province du Zhejiang a reçu 434 millions de touristes nationaux en 2013. Le nombre de touristes internationaux est de 8,7 millions. Les recettes touristiques sont respectivement de 520 milliards de yuans et de 5,4 milliards de dollars.

▪ La province de l'Anhui :

La province du Jiangsu a reçu 336 millions de touristes nationaux en 2013. Le nombre de touristes internationaux est de 3,9 millions. Les recettes touristiques sont respectivement de 290 milliards de yuans et de 1,7 milliard de dollars.

#### ***1.4.2 Des hauts lieux aux circuits secondaires : l'armature du tourisme dans le Jiangnan***

##### *- La métropole, les villes secondaires et le «tourisme urbain»*

Le tourisme est essentiellement, en RPC, un fait urbain. Les flux et l'économie touristique sont particulièrement concentrés dans les villes. Les villes de Shanghai, Hangzhou, Suzhou ou Nankin polarisent l'essentiel des flux touristiques. Le développement du tourisme s'est fondé sur les villes et leur développement. En effet, les villes possédaient les infrastructures nécessaires au déploiement du tourisme (hôtellerie, transports) d'une part et les lieux mis en tourisme d'autre part (musée, aménagement urbain).

Aussi, le renouvellement urbain a fait le jeu du tourisme. La métropole de Shanghai et les villes secondaires du delta ont développé une capacité d'accueil (hébergement), multiplié les voyagistes et créé des lieux majeurs, tout en proposant des lieux de sociabilité. Le tourisme est d'abord urbain et culturel, pour les touristes internationaux comme pour les touristes nationaux (Taunay, 2009 ; et Xu, 1999). En ce sens, les villes forment une armature de hauts-lieux touristiques à trois échelles : régionale, nationale et internationale. Le tourisme intérieur comme international est un outil de développement. Il s'agit d'un instrument qui est utilisé par l'État pour produire des lieux urbains (Taunay, 2009).

La ville de Shanghai est au cœur des enjeux de modernité. Le tourisme est articulé à travers la rue de Nankin, la rive ouest de la rivière Huangpu (le Bund ou *waitan*, «la rive des étrangers»), la nouvelle zone de Pudong (CBD notamment) et les quartiers des concessions contrastant avec ladite « vieille ville chinoise » *chenghuangmiao*. La ville s'érige en modèle de référence pour les villes chinoises (Sanjuan, 2009). L'exposition universelle en 2010 a continué de forger ce rôle. Dans le Jiangsu, la ville de Suzhou polarise plus que Nankin. De par sa dimension historique et son rôle dans la région (proximité du Grand Canal), la ville s'est dotée d'un patrimoine culturel et historique incomparable. Les jardins, les canaux et la ville basse (protégée) forment l'essentiel des motifs des voyages touristiques.

Nankin tient une place importante pour le tourisme national mais secondaire pour le tourisme international. Elle est avant tout une ville (capitale impériale) de mémoire endeuillée. Enfin, la capitale provinciale du Zhejiang, Hangzhou, est un lieu majeur du tourisme en Chine. Le lac de l'Ouest (*xihu*) et les terroirs de thé (*longjing*) sont au cœur de la mise en tourisme de cette ville d'histoire (ancienne capitale impériale) reliant le Nord (Pékin) avec l'extrémité méridionale du Grand Canal<sup>27</sup> (Zhang et Hu, 2009) (cf. planche photographique 2).

- *Les autres lieux majeurs : espaces de « nature » et lieux historiques et culturels*

Parmi les hauts-lieux du tourisme, les sites dits « naturels » ou de dimension paysagère unique ou exceptionnelle tiennent une place importante, tout comme les bourgades historiques, véritables synthèses de l'identité de la région du Jiangnan.

Les montagnes Jaunes ( ou Huangshan) forment un site d'ampleur national et polarise une clientèle d'abord internationale dans les années 1980, puis, à partir des années 1995, le tourisme intérieur domine<sup>28</sup>. À ce lieu sont associés des villages et bourgs dont l'architecture, la morphologie et l'histoire forment les motifs de la mise en tourisme. Parmi eux, nous pouvons citer les villages classés à l'Unesco : Xidi et Hongcun. Aussi, la ville de Huangshan ou Tunxi a connu d'importants investissements pour la restauration de la ville ancienne organisée autour d'une rue ancienne (*laojie*) (cf. planche photographique 2). Nous étudions précisément ces lieux qui intègrent les problématiques de tourisme dans les campagnes. D'autres sites « naturels » sont importants dans les dynamiques du tourisme, en particulier dans la province du Jiangsu avec le lac Tai et le lac Qiandao au Zhejiang. Ces sites sont l'occasion de la célébration du paysage et de la nature (*ziran*) (Berque, 1995).

---

<sup>27</sup> Nous retiendrons le dicton chinois, connu de tous important dans les imaginaires collectifs : « Shang you tiantang, xia you suhang ». « Au ciel, il y a le paradis, sur Terre, il y a Suzhou et Hangzhou ».

<sup>28</sup> En 2010, selon les statistiques de la province de l'Anhui, plus de 20 millions de touristes auraient visité la région. En 2008, la CNTA comptabilise plus de 3 600 licences de guides touristiques.

À cela s'ajoute la mise en tourisme de six bourgs d'eau (*shuixiang guzhen*) au milieu des années 1990 répartis entre le Jiangsu, le Zhejiang et Shanghai. Ces derniers sont dans la continuité des hauts-lieux urbains. Ils correspondent à un tourisme culturel et historique donnant l'identité au Jiangnan.

*- Diffusion des lieux : lieux secondaires et potentiel touristique inexploité*

À cette armature diversifiée se pose le problème de la saturation des lieux et de la diversification touristiques de la région. La maturation<sup>29</sup> en cours du processus donne l'ouverture à d'autres lieux dans l'environnement régional. La trilogie (urbain, patrimoine, « nature-paysage ») se poursuit. Des villes secondaires comme Shaoxing ou Ningbo (Zhejiang) voient les aménagements et les flux touristiques augmenter. C'est aussi le cas de villes dans le Jiangsu comme Wuxi ou Yangzhou. Concernant le patrimoine et l'histoire, le tourisme se diffuse à des bourgs secondaires ou des lieux importants de la culture chinoise, comme à Putuoshan, une des quatre montagnes sacrées bouddhistes<sup>30</sup>. Les sites « naturels » se multiplient, prenant parfois appui sur d'anciennes stations datant de l'âge d'or des concessions, comme à Moganshan dans le Zhejiang (Zhang et Hu, 2009). C'est aussi le cas de la chaîne de montagnes au nord des Huangshan : les Jiuhuashan dans l'Anhui.

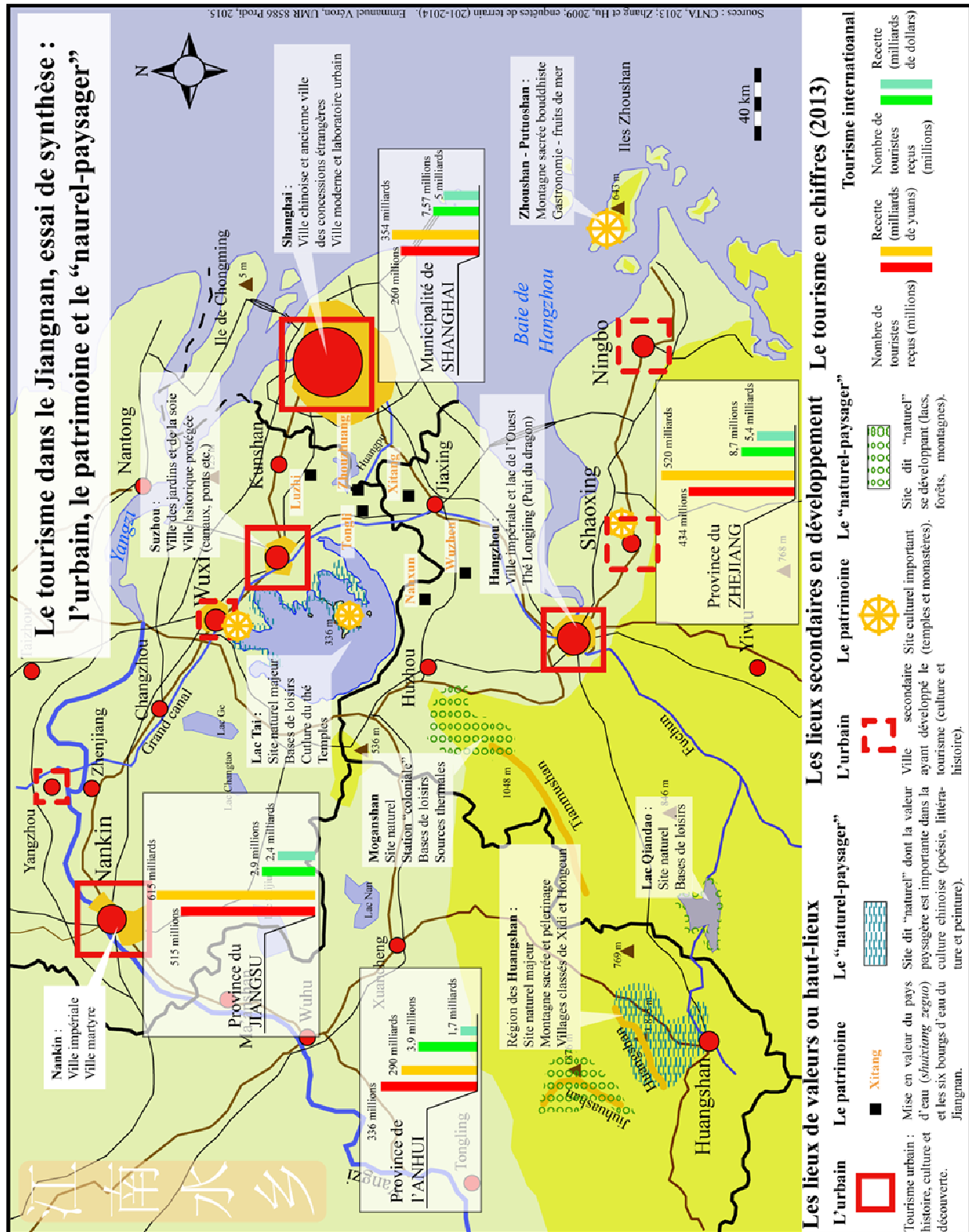
Le potentiel touristique inexploité est important. La diversification des pratiques, des lieux et l'acquisition de compétences touristiques donnent un substrat solide pour l'apparition et l'affirmation de tourisme « vert ». C'est dans ce contexte d'émergence, puis de diffusion et de multiplication de lieux que notre travail sur les dynamiques touristiques dans les espaces ruraux prend place.

Nous réalisons une cartographie (carte 5) de synthèse du tourisme dans la région d'étude à partir d'enquêtes de terrain, des manuels de géographie du tourisme en Chine (*zhongguo lüyou dili*) et d'ouvrages statistiques.

---

<sup>29</sup> Nous retenons la définition du Larousse : « Processus menant au développement complet d'un phénomène, à la plénitude d'une faculté ».

<sup>30</sup> Le mont Putuoshan est une des quatre montagnes sacrées du bouddhisme chinois. Chacun des quatre grands bodhisattvas (*pusa*) résident dans ces montagnes, aussi, ces derniers représentent un état. Les montagnes sont : Guanyin au Putuoshan (dans la province du Zhejiang) représentant la compassion, Wenshu au Wutaishan (dans la province du Shanxi) représentant la sagesse, Puxian à l'Emeishan (dans la province du Sichuan) représentant la pratique et Dizang au Jiuhuashan (dans la province de l'Anhui) représentant le vœu. A ces quatre ensembles de montagnes, s'ajoute les cinq montagnes sacrées correspondant aux cinq points cardinaux chinois (nord-sud ; est-ouest et centre) : Taishan (dans la province du Shandong), Huashan (dans la province du Shaanxi), Hengshan du nord (dans le Shanxi), Hengshan du sud (dans le Hunan), et Songshan (dans le Henan). Nous n'avons pas spécifiquement conduit d'enquêtes sur ces lieux. Cependant, nous avons rassemblés des témoignages de touristes et de la littérature touristique et scientifique sur la montagne de Putuo.



Carte 5 – Le tourisme dans le Jiangnan, essai de synthèse.

## Le tourisme dans la région du Jiangnan : l'urbain, le patrimoine et le "naturel-paysager"



Shanghai : vue sur le quartier d'affaires (Lujiazui) depuis le Bund (juillet 2011).



Lac Tai : temple sur l'île de Xishan, province du Jiangsu (avril 2011).



Suzhou : jardin de la politique des simples (juillet 2011).



Tunxi : rue ancienne et restaurée (*laojie*) et ville ancienne dans la province de l'Anhui (avril 2011).



Zhujiajiao : bourg d'eau dans la municipalité de Shanghai (juillet 2012).

Hangzhou : le lac de l'Ouest et la ville (avril 2012).



Emmanuel Véron, UMR 8586 Prodig, 2015.

Après avoir donné les fondements de l'articulation régionale, la deuxième et dernière partie de ce chapitre envisage d'exposer les procédés méthodologiques comme construit empirique.

## **2. L'itinéraire méthodologique et le terrain chinois**

L'objet de cette partie est d'exposer les différents outils méthodologiques utilisés pour l'enquête de terrain. La méthodologie d'enquête employée n'est ni un segment temporel monolithique, ni espace-temps linéaire. Elle correspond plutôt à une construction se déployant sur l'ensemble du travail de thèse. Le but de cette méthode cherche moins à valider des hypothèses de départ qu'à comprendre la manière dont, par exemple, une création de valeur a été perçue, des impressions ont été reçues ou des situations ont été vécues. L'emprunt de méthodes aux autres disciplines des sciences sociales<sup>31</sup> est enrichissant. Une méthode de recherche est une véritable construction réflexive qu'il faut en permanence remettre en cause au regard des réalités rencontrées. La prise de conscience du passage de l'observation de l'autre, au sens général, à l'observation de relations humaines est un moment où la part subjective est créatrice de connaissance.

L'enquête correspond à la production d'un matériau empirique pour la recherche. Le terme d'enquête désigne la séquence de production de ce matériau empirique, mais aussi, par extension, le matériau sur lequel se fonde une recherche. Si l'apport des sciences sociales réside principalement dans le fondement et la pertinence empirique des interprétations du monde qu'elles proposent, on comprend d'emblée l'importance qu'elles accordent à l'enquête (Haegel, 2003).

L'enquête se déroule selon trois phases empiriques (l'observation, les questionnaires semi-directifs et les entretiens) qui se complètent les unes les autres, ne suivant pas un ordre chronologique. L'expérience de l'observation participante dans le travail de thèse est une expérience empirique particulièrement riche, certes elle permet le déblocage d'incompréhension du fait de l'éloignement culturel et des représentations qui s'en dégagent, mais surtout c'est une formidable expérience pour la vie humaine qui loin de perdre en scientificité donne une objectivation des résultats au chercheur. Un complément indissociable des autres méthodes d'enquêtes que sont les questionnaires et entretiens est nécessaire au

---

<sup>31</sup> « Un relatif consensus règne parmi les anthropologues sur la nécessité d'une immersion personnelle du chercheur dans le groupe social étudié afin de combiner observations sur la quotidienneté et recueil des discours des acteurs. L'entrée de l'anthropologue dans un champ microsocial, son acceptation, son intégration en font un acteur social au sens fort du terme » (Selim, Hours, 2009 : 16).

travail d'enquête. Par là-même, l'expérience de l'observation a permis de construire des grilles de questionnaires et d'entretiens.

Il semble primordial de connaître l'ensemble des savoirs accumulés par les générations antérieures pour envisager l'étude et l'analyse d'un monde qui est culturellement et linguistiquement difficile d'accès. La compréhension des différences commence par l'expérimentation et la rencontre de l'étranger. Ce « terrain » est devenu une sorte d'impératif toujours présent dans les projets scientifiques ou les discours des édiles locaux ou nationaux. Le terrain est une entité spatio-temporelle et une instance épistémique où se manifeste l'attitude empirique du chercheur dans sa tentative d'établissement de faits scientifiques, de construction d'un savoir. On distingue deux types de productions de données : l'observation et l'enquête (Elissalde, 2004 et Volvey, 2003).

Le terrain ne peut être confondu ni avec l'objet de recherche ni avec l'espace de référence de celle-ci. « Méthodes directes d'appropriation et de construction intellectuelle d'un objet scientifique, elles posent la question politique et morale du « rendu » cognitif et discursif du terrain » (Volvey, 2003 : 905). Thierry Sanjuan (1996) soulignait dans sa thèse de doctorat que l'on ne dira jamais assez les difficultés du terrain chinois. La méthodologie du chercheur en géographie doit s'adapter en permanence aux contraintes, difficultés et « impossibilités » du terrain chinois. Ces limites diverses sont à la fois spécifiques à la Chine et génériques au travail d'enquêtes dans les États autoritaires et du Sud<sup>32</sup>. Cela suppose une attitude réflexive voire critique sur les données utilisées (statistiques) et produites (résultats d'enquêtes).

La combinaison de plusieurs méthodes d'enquête permet d'interroger le processus touristique sans faire d'exclusivité à la déduction ni l'induction. Une « démarche hypothético-déductive part d'une construction théorique posée comme vraie, confronte celle-ci dans un second temps à la réalité observée pour en tester la validité » (Cailly, 2003 : 232).

Deux approches ont été privilégiées :

- Une approche des évolutions de la demande et de son influence dans la mise en tourisme des lieux, ainsi que dans l'organisation de l'offre et de l'espace d'accueil (les campagnes) :
- Une approche sur la transformation des ruraux en prestataires de services touristiques.

---

<sup>32</sup> Nous entendons par difficultés et « impossibilités » les accès difficiles, voire impossibles, à des sources, à des lieux ou des personnes physiques du fait de la fiabilité (des sources) et l'interdiction. Ceci est aussi parfois le fait de l'éloignement culturel. Le vis-à-vis de la Chine et de l'Occident est un des grands enjeux contemporains », que la « pensée chinoise nous découvre d'autres cohérences », qu'elle « nous fait aussi revenir, en amont, sur les partis pris de notre Raison », qu'elle est donc « le plus à même, aujourd'hui, d'intriguer la pensée et d'ébranler la philosophie » (Jullien et Zarcone, 2002 : 17).



Ce travail a nécessité une immersion pour comprendre les enjeux en cours. Dans la continuité des travaux de master 1 et 2<sup>33</sup>, six missions de terrains d'une durée très hétérogène ont été conduites (cf. schéma de l'organisation du terrain) : quatre missions de courte durée (deux semaines) et deux missions de longues durées (sept et onze mois) ; totalisant vingt mois de « terrain » répartis sur la durée du doctorat de 2010 à 2014 (figure 10).

---

<sup>33</sup> Le master 1 (janvier-avril 2009) visait à la compréhension de la perception du rural par les citoyens chinois en prenant l'exemple de Shanghai. Ceci a permis d'identifier un changement de perception et de représentation des campagnes par les Chinois citoyens et de cibler des lieux et une clientèle touristiques. Puis, dans le cadre du master 2 (janvier-avril 2010), des dynamiques touristiques dans les périphéries rurales de Shanghai ont pu être décrites. Ceci a permis d'approfondir les connaissances de lieux touristiques et de développer des contacts au sein des universités de la région.

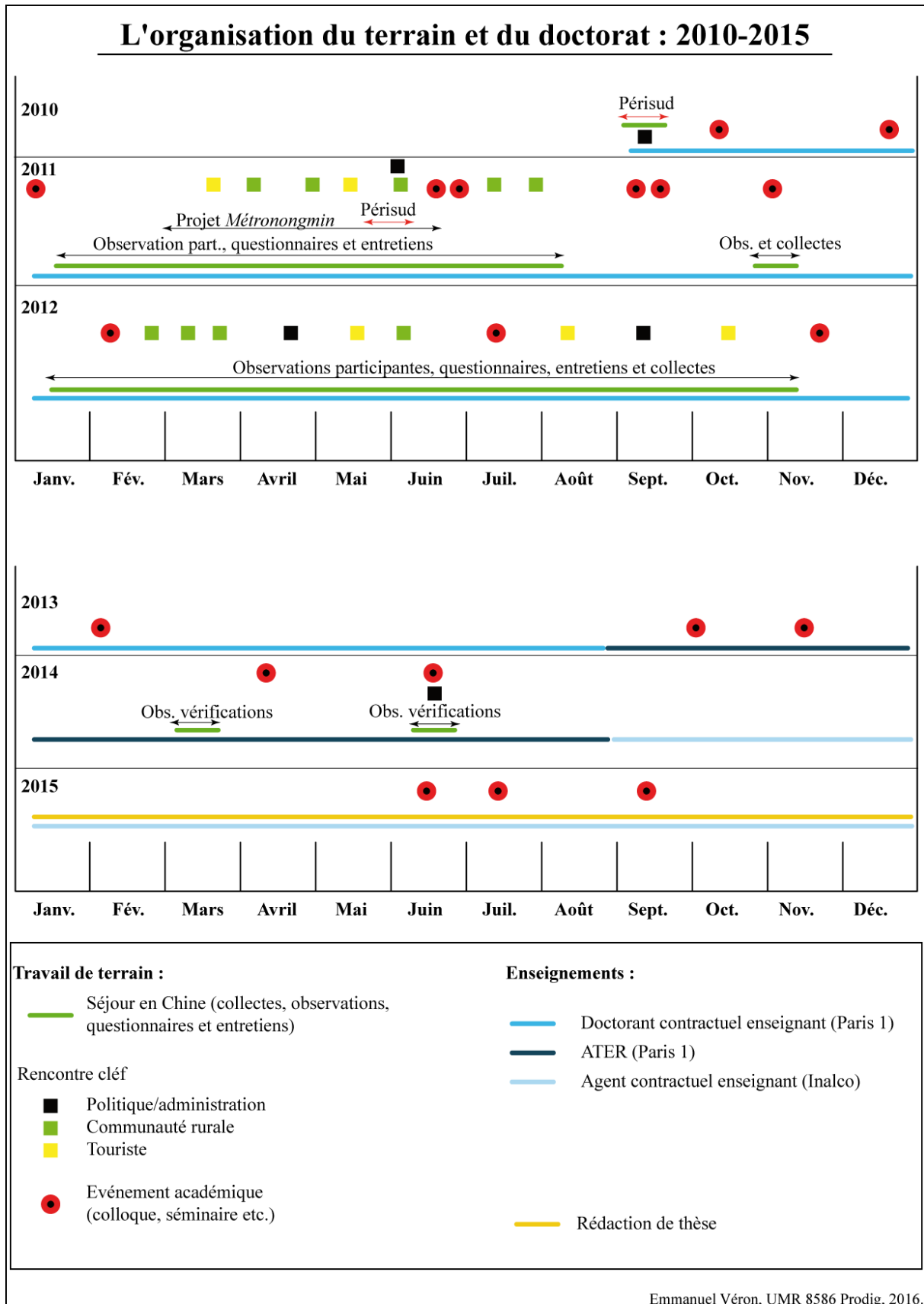


Figure 10 - L'organisation du travail de doctorat (2010-2015).

## 2.1 Les outils utilisés pour étudier le processus touristique dans les campagnes du delta du Yangzi

L'enquête de terrain a nécessité la mobilisation de plusieurs outils. Ces derniers sont communément utilisés dans les sciences sociales et humaines pour objectiver une recherche. L'ensemble des données récoltées lors de l'enquête est important. Ce premier constat précède celui de l'ordre et la place des résultats recueillis pour le travail de recherche. L'enquête est le fruit de l'expérience de terrain, mais aussi en tant que chercheur ce que l'on est capable d'en comprendre, puis de transmettre ceci en un savoir scientifique. Le passage de l'observation à l'écriture et à la mise en perspective de ce que l'on observe est une phase délicate, où la subjectivité est susceptible de prendre le dessus.

Les interrogations plaçant au centre le travail de terrain, ont permis d'opter pour une démarche qui part moins d'une construction théorique *a priori* qu'elle n'apporte à cette dernière les matériaux d'une étude de cas approfondie. Les références bibliographiques ont été sélectionnées en conséquence.

Le schéma ci-dessous (figure 11) propose l'organisation de la mobilisation successive des outils d'enquête.

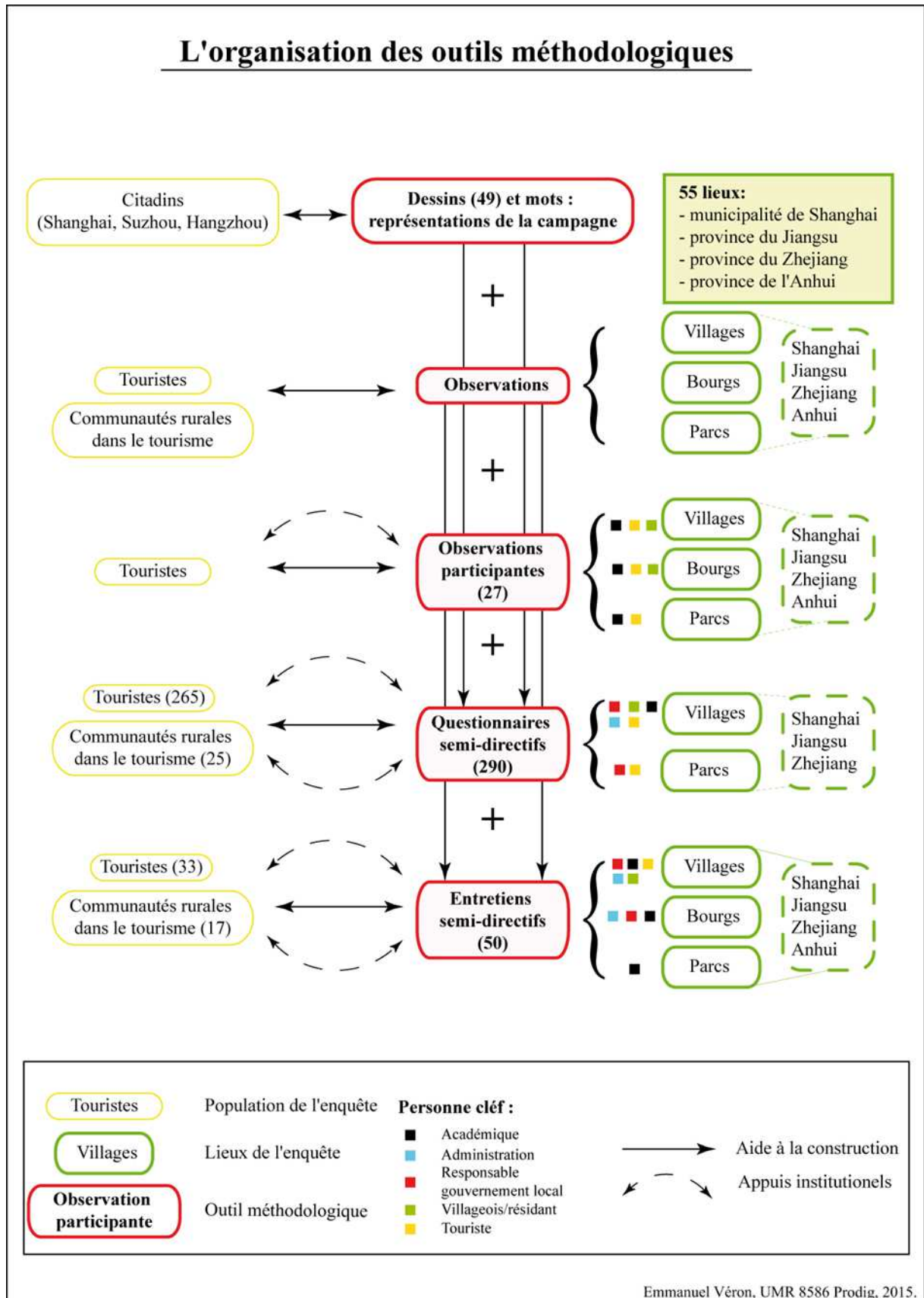


Figure 11.

### ***2.1.1 Les dessins et les mots de la perception de la campagne***

Un outil supplémentaire a été déployé pour comprendre les perceptions et représentations des campagnes par les Chinois. En effet, suite à un protocole mis en place et testé au cours du travail de master 1, nous avons demandé dans un questionnaire de donner cinq mots rappelant la campagne, puis de dessiner la campagne. Ceux-ci ont fait l'objet d'un approfondissement dans le travail de doctorat. Ces enquêtes (d'urbains allochtones) ont permis de rassembler 49 dessins exploitables, dont le contenu varie sensiblement sur 150 feuillets distribués à des urbains (principalement à Shanghai, Suzhou et Hangzhou) dans nos réseaux constitués. La plupart des enquêtés n'ont pas donné pas une représentation suffisamment exploitable (un trait, un cercle...).

Cependant, la question des mots fut plus exploitée par les individus (cf. Chapitre 3). Les représentations sous forme de dessins sont envisagées de la même manière que les cartes mentales. Ils correspondent à une expression dessinée (ou cartographiée) d'une « représentation subjective de l'espace »<sup>34</sup> (Staszak, 2003 : 132). À savoir, ces dessins sont des représentations (spatiales ou autres) mobilisant des savoirs et des savoir-faire à partir desquels un individu ou un groupe conçoit l'espace, ou dans notre cas le mot *nongcun* (campagne), l'ordonne, la pratique et lui donne un sens.

#### *- Perception et représentation : imagerie collective d'un objet*

La perception sera envisagée comme « l'activité sensorielle et cognitive par laquelle l'individu constitue sa représentation intérieure (son image mentale) du monde de son expérience ». (Di Méo, 2003 : 701). Les processus perceptifs conduisant un individu à qualifier tel ou tel objet sont une conjoncture de multiples déterminations provenant de son affect, de ses attentes, de sa position qui le caractérise comme individu dans le temps et dans l'espace d'une société et des valeurs culturelles.

La perception, comme la cognition, est un processus comportant une interaction entre un individu et son environnement. Au lieu de perception, nous devrions parler de cognition, car ce terme couvre l'ensemble du phénomène de la perception à l'attitude (Bailly, 1977). En résulte alors le rôle que jouent les représentations dans la construction des discours et des

---

<sup>34</sup> Ce concept (également un type de document géographique), proposé par des géographes anglo-saxons durant les années 1960, a rencontré un succès important durant les années 1970, en lien avec le courant de la « géographie de la perception ». La carte mentale est une structure cognitive de la perception et de la conception de l'espace (Staszak, 2003 ; et Gould et White, 1984).

pratiques. Ces représentations peuvent constituer la mémoire d'un groupe. La représentation se construit à partir d'iconographies, d'images.

La représentation d'un espace met en jeu l'histoire de l'individu, son imagination, ses références et donc une composante socioculturelle. Ainsi apparaît un modèle paysager spécifique de telle ou telle culture, et on identifie *a posteriori* ces paysages uniquement parce qu'ils possèdent certaines particularités. L'acte de percevoir comprend l'action de trois éléments : des stimulations extérieures au corps humain, le cerveau les interprétant via les organes sensoriels. L'individu qui perçoit est sujet aux déterminations plurielles : ses attentes, son affect, ses valeurs culturelles et sa position dans le temps et l'espace.

La perception se réalise en présence de la chose perçue, à la différence de la représentation qui suppose un temps différé, de courte (mémoire immédiate), ou de longue durée (l'histoire ou mythe fondateur). Ce qui confère une plus grande présence du facteur culturel. La représentation est toujours une interprétation. Selon Bernard Debarbieux (2003 : 791), la représentation correspond à « une configuration idéelle, immatérielle ou stabilisée dans des objets, qui réfère à une entité autre, de nature idéelle ou matérielle, à des fins pratiques de communication, d'illustration, d'action ».

Les représentations individuelles et sociales sont deux choses distinctes. Les premières peuvent être interprétées comme étant le résultat d'un itinéraire de vie, d'une vision du monde singulière. Les secondes correspondent à des formes de connaissances ordinaires, socialement élaborées et partagées, et dans l'adoption d'attitudes ou de comportements collectifs. Elles participent ainsi à la construction d'une vision commune à tous les individus d'un groupe.

### ***2.1.2 L'observation participante de touristes chinois***

L'observation issue de phénomènes cognitifs essentiels à la vie humaine est filtrée par notre être culturel construit et par des céités biologiques. Les solutions à la réactivité ne sont pas dans la régularisation, la restriction ou la suppression des interactions sur le terrain. Elles réclament que l'on devienne sensible et réceptif à la façon dont les protagonistes se perçoivent et se traitent les uns les autres. Le chercheur est une source de résultats, non « pas de contamination de ceux-ci » (Emerson, 2003 : 410). Jean-François Staszak dans le *Dictionnaire de la géographie et de l'espace des sociétés* définit l'observation comme l'examen empirique *in situ* d'un phénomène ou d'un processus afin d'en acquérir une connaissance.

Dans le cadre du raisonnement inductif qui fonde l'empirisme naïf, l'observation est la phase première de la démarche scientifique. « L'observation diffère de l'enquête ou de l'entretien en ce que l'observateur est supposé être passif et totalement extérieur à son objet » (Staszak, 2003 : 676-677).

Le procédé méthodologique de l'observation participante très usité en sociologie et ethno-anthropologie (Copans, 2008). Il l'est de plus en plus en géographie (Retailé et Collignon, 2010). Ce type d'observation est devenu un recours méthodologique quasi incontournable pour extraire et construire une réalité géographique quelconque.

Les travaux précurseurs de Bronislaw Malinowski en anthropologie/ethnologie donnent les rudiments méthodologiques (Malinowski, 1989). L'observation participante est parfois décrite comme peu structurée en termes méthodologiques, elle laisse le libre cours au chercheur de son acte d'observateur sur son terrain d'études (Soulé, 2007). Selon Platt (1983), c'est vers la fin des années 1930 que l'expression « observation participante » semble faire son entrée dans son acceptation actuelle, en tant que technique de recherche dans laquelle le sociologue observe une collectivité sociale dont il est lui-même membre.

#### *- Questions de méthodologie et de scientificité*

L'observation participante est le fruit depuis plus de six décennies de recherches en sciences sociales de discours scientifiques montrant que ces délimitations sont floues, que son caractère est très général en ce qui concerne sa démarche (Soulé, 2007 ; Lapassade, 2001 ; Delaporte, 1993).

L'observation participante implique de la part du chercheur une immersion totale dans son terrain, pour tenter d'en saisir toutes les subtilités, au risque de manquer de recul et de perdre en objectivité. En participant au même titre que les acteurs, le chercheur a un accès privilégié à des informations inaccessibles au moyen d'autres méthodes empiriques (Soulé, 2007). Le travail d'observation est alors connu en tant qu'observateur extérieur. Le degré de participation constitue un autre élément central de différenciation entre les formes d'observation participante (de Sardan, 2001).

#### *- L'application de l'observation participante dans notre suivi des touristes chinois.*

Le nombre de groupes de touristes suivis n'excède en général pas 35 à 40 personnes. Le plus souvent, il s'agit de groupes de 20 à 30 touristes, sinon des petits groupes de 6 à 10 personnes. L'inscription au groupe touristique est immédiatement faite. Il s'agit d'un touriste étranger au sein d'un groupe de touristes chinois venant en Chine pour découvrir des sites touristiques

aménagés, découvrir la région et la campagne chinoise périphérique à la métropole de Shanghai.

Les étapes de l'action participante s'articulent depuis la prise de contact à la participation directe aux activités avec les individus observés. La participation entraîne inévitablement des relations de proximité, voire une intimité avec les acteurs d'un terrain. L'observation constitue pour sa part une activité « naturelle » de tout participant. Mais, dans son acception académique la plus rigoureuse, elle est supposée s'appuyer sur une mise à distance objectivée de ces mêmes relations humaines. L'éloignement culturel marque dans les premiers instants.

Être étranger constitue à la fois un biais et des difficultés surmontables lorsque l'on rentre dans le monde des codes culturels autres que ce que nous connaissons et ce que nous utilisons (Sanjuan, 2008). L'interlocuteur qui pouvait se trouver en difficulté pour communiquer se trouve surpris dans un premier temps que l'on s'adresse à lui dans sa propre langue, puis rapidement est ravi de pouvoir communiquer. La présence d'un étranger au sein d'un groupe de touristes chinois provoque des interrogations. En effet, cette présence peut sembler suspecte. Suivant le cadre perceptif des individus chinois, les touristes étrangers venus visiter la Chine restent entre étrangers.

Révéler qui nous sommes est une nécessité d'ordre éthique. Notre âge, considéré comme jeune et notre statut de doctorant travaillant sur la Chine sont une clef d'entrée originale dans la compréhension de la culture. La prise de contact avec l'étranger se fait la plupart du temps par une exclamation d'un touriste chinois, s'écriant « *laowai* » (un étranger). Puis des questions sur l'origine de cet étranger suivent. La question « d'où venez-vous ? » soit en langue chinoise, soit en langue anglaise, est le premier pas dans la prise de contact. La réponse en langue chinoise fera la surprise de l'individu, mais aussi des Chinois l'entourant.

Rapidement les Chinois demandent notre origine exacte. La réponse stimule la satisfaction. Le suivi des touristes chinois commence par la prise de connaissance de l'individu étranger qui part en voyage avec eux. La sollicitation une fois sur le site touristique est variée, et variable selon les individus. Il se dégage trois temps structurants de l'implication dans la participation à des activités touristiques :

- La participation à des jeux, ou des activités. L'exemple de la cueillette de fruits et légumes est le moment important du jeu ;
- La prise de photographie est un autre temps, répété et imprévisible. En effet, les touristes chinois aiment être photographiés avec l'étranger. Bien souvent, des touristes



chinois se précipitent sur vous, dont le contact s'opère uniquement par cette prise photographique ;

- Enfin, le moment du repas, et le temps du choix des plats, de la cuisine et de questions sur ce que l'on aime et l'on est « capable » de manger.

*- Être intégré au groupe, clef de la participation active*

La participation entraîne inévitablement des relations de proximité, voire une intimité avec les acteurs d'un terrain. Les moments de sollicitation se font vivement sentir comme des moments possibles pour « tester » l'étranger. À chaque action de sollicitation, l'individu chinois demande s'il y a équivalence de l'acte, de la nourriture, du jeu dans le pays dont l'étranger est originaire. Le temps de l'implication est court, mais est fréquemment renouvelé dans le temps.

Les touristes chinois de manière très spontanée provoquent l'implication de l'étranger aux activités diverses. La dimension intégratrice du groupe chinois envers les touristes étrangers est importante et quasi systématique. La mise en participation dans le groupe se produit par un grand nombre de questionnements des touristes chinois à propos de nos connaissances sur la Chine, et particulièrement dans ce que nous appelons la phase « active de la sollicitation », qui correspond au moment du repas. Ceci fait l'objet d'une foire aux questions sur notre vie privée, mais aussi sur ce que nous savons de la Chine aujourd'hui ou dans l'histoire. À mesure de nos réponses reçues comme « correctes », la satisfaction et la proximité avec le groupe sont visibles.

Le biais de l'étrangeté de faire une recherche en sciences sociales sur le tourisme en Chine est peu analysé, alors qu'elle est particulièrement décisive dans les relations et donc dans les résultats scientifiques obtenus. La question de la relation à l'autre en tant qu'individu ou inscrit dans un groupe qui se définit par une action au but commun, est au cœur de l'action méthodologique, en termes de biais mais aussi de stimulation d'interactions.

Le chercheur s'efforce de jouer un rôle et d'acquérir un statut à l'intérieur du groupe ou de l'institution qu'il étudie. Ce statut va lui permettre de participer activement aux activités comme un membre, tout en maintenant une certaine distance : il a un pied ici et l'autre ailleurs (Lapassade, 2001). Les analyses des procédés méthodologiques en sciences sociales font état d'une évolution du statut de l'observateur participatif au cours de son action et donc implication au sein de l'acte participatif (Soulé, 2007). Contourner ce biais comme élément intrusif, parfois source d'exotisme (« être pris en photo dans un site touristique » donne une dimension de satisfaction et d'exotisme pour l'individu chinois), par la maîtrise de la langue,

la connaissance relative de la Chine et l'observation participante répétée permet d'être rapidement intégré. Le chercheur qui se distancie voit son objet « lui glisser des mains » ; de l'autre, celui qui accepte une participation de près doit gérer les «risques de la subjectivation» (Favret-Saada, 1977).

La réduction de la distance à l'objet laisse en effet davantage de place à la subjectivité, notamment parce que le chercheur doit autant voire davantage participer qu'observer. De la posture d'émancipation à la démarche dans laquelle le chercheur trouve un équilibre fin entre le détachement et la participation existe une grande diversité d'états. Le statut de l'implication minimale à maximale dans la participation dépend de la sollicitation extérieure des touristes chinois mais aussi de notre manière de « gérer » la situation.

### ***2.1.3 Les enquêtes par questionnaires semi-directifs***

En complément majeur des représentations imagées et des mots de la campagne, nous avons construit des séries de questionnaires semi-directifs adressés directement aux touristes sur les lieux d'une part et aux communautés rurales travaillant ou accueillant sur les lieux les touristes d'autre part. L'observation participante a pu directement cibler les touristes et les ruraux sur les lieux concernés. Les questionnaires sont construits avec des interrogations ouvertes et fermées<sup>35</sup>. Ces derniers permettent ainsi l'ouverture sur plus de complexité, plus de détails.

Cette technique d'enquête connaît des avantages et des inconvénients. Respectivement, les questionnaires ont pour but, tout en étant focalisés sur le sujet interrogé, de garantir l'étude de l'ensemble des questions qui nous intéressent. Aussi, cette technique nous permet une comparabilité des résultats, avec le plus grand nombre possible d'échantillons exploitables. En revanche, cette technique est difficile à mettre en place. Les thèmes abordés peuvent parfois rompre la dynamique du discours.

#### *- Les questionnaires pour les touristes chinois*

En complément du suivi des touristes chinois sur des lieux touristiques, nous avons adressé des questionnaires semi-directifs. Ces enquêtes ont été construites en complément des savoirs sur l'aménagement des sites touristiques d'une part, et des premiers retours d'enquêtes de

---

<sup>35</sup> Nous disposons dans le volume des annexes les questionnaires en chinois et en français.

dessins et mots décrivant la campagne d'autre part. En effet, ceux-ci nous ont permis de préciser les séries de questions. Nous avons pu rassembler 265 questionnaires exploitables.

L'enquête suit trois grands axes, eux-mêmes subdivisés en plusieurs questions :

1. Informations relatives à la biographie de l'individu (sexe, âge, profession).
2. Informations relatives aux motifs et choix du « tourisme rural » (pourquoi, où, comment, avec qui et quand).
3. Informations relatives aux pratiques et satisfactions sur le lieu (durée du séjour, activités, relations au lieu et avec les ruraux).

*- Les questionnaires pour les communautés rurales dans le tourisme*

Nous avons également construit des questionnaires à destination des communautés rurales inscrites dans le processus touristique. Nous avons pu rassembler 25 questionnaires exploitables. Nous avons organisé ces questionnaires en trois axes eux-mêmes divisés en questions :

1. Informations relatives à la biographie de l'individu (sexe, âge, profession).
2. Informations relatives à la mise en tourisme du lieu (date, acteurs, injonctions, choix et financements).
3. Informations relatives aux nouvelles fonctions et changements induits (relation avec les touristes, revenus complémentaires, transformations du bâti et autre, mode de vie).

La fiabilité des données s'évalue sur l'ensemble de l'étude. Les entretiens permettent de recouper et de compléter les informations recueillies.

**2.1.4 Les enquêtes par entretiens semi-dirigés**

En complément des questionnaires, nous avons également procédé à des entretiens avec plusieurs acteurs du processus touristique. Comme pour les questionnaires nous avons eu des entretiens avec les acteurs allochtones (les touristes) et les acteurs autochtones (les ruraux). Ces entretiens se sont complétés de plusieurs discussions formelles ou moins formelles avec des universitaires spécialisés, des responsables d'agence de tourisme, des responsables de villages, et des questions de tourisme au niveau du bourg et du district. Nous avons pu rassembler 33 entretiens de touristes et 17 entretiens de ruraux.

L'architecture des enquêtes a été utile pour construire les entretiens, et ce pour les touristes comme pour les ruraux. Ils permirent de « discuter » plus longuement, plus

ouvertement des différents points abordés. Nous avons donc laissé la plupart du temps libre court à la discussion pouvant parfois donner lieu à des récits de vie. Des informations utiles ont pu être dégagées, en particulier, des notions n'apparaissant pas ou mal dans les questionnaires.

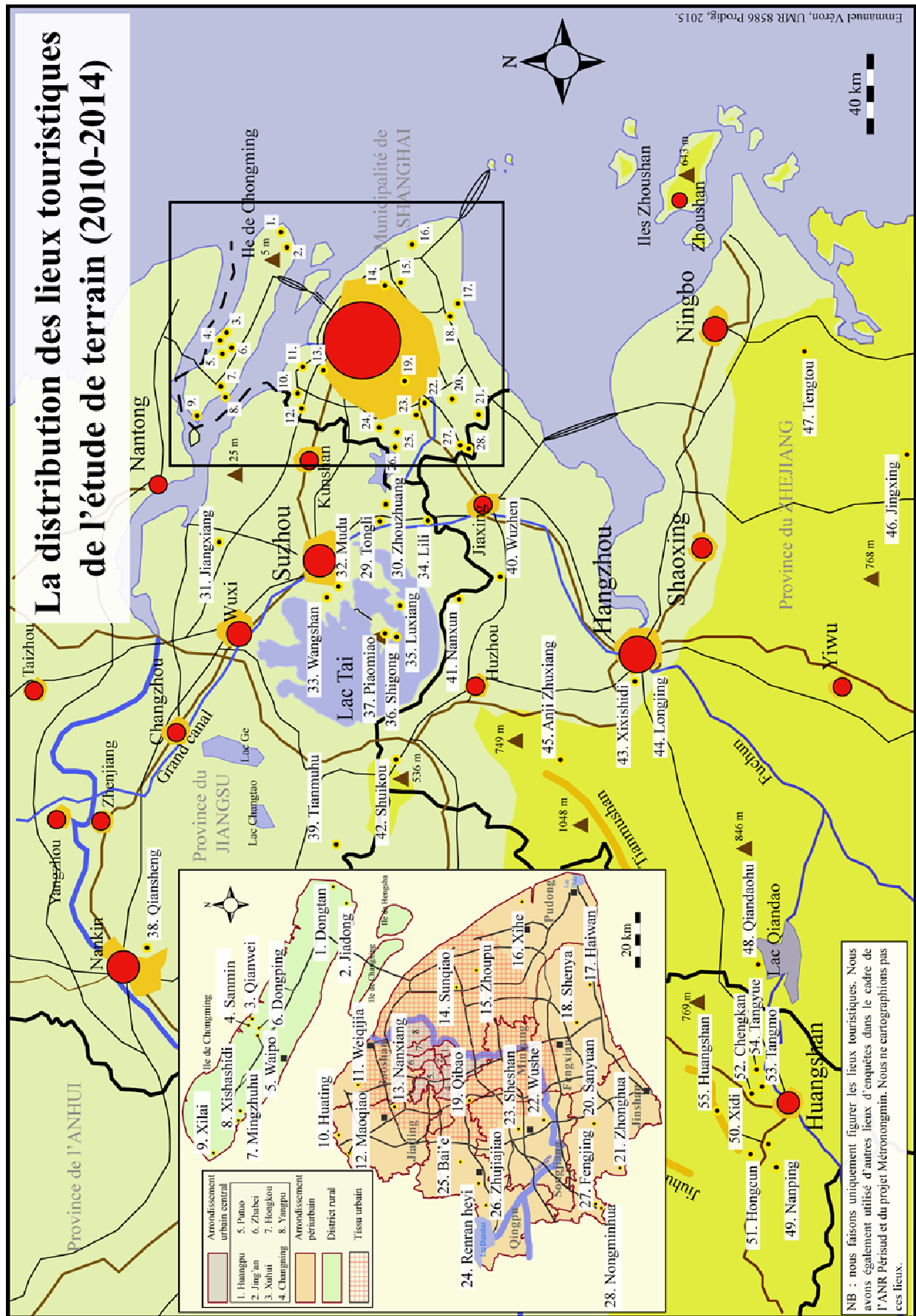
Ces entretiens auprès des acteurs relatifs à l'image et à la perception des territoires mis en tourisme ont été utiles à « l'analyse critique de la publicité et des guides touristiques se référant à ces territoires » (Volle, 2006 : 111). La question n'était pas tant celle de la représentativité de l'échantillon produit que celle de la diversité des situations possibles, le but étant de couvrir une palette variée de réalités.

### ***2.1.5 Les lieux des enquêtes : plusieurs entités pour plusieurs modes d'enquêtes***

Toutes ces modalités d'enquêtes ont pris place dans des lieux spécifiques. Il a fallu dans un premier temps identifier ces lieux, les comptabiliser et chercher un maximum d'informations relatives à leur mise en tourisme indépendamment des questionnaires et entretiens. Des lieux majeurs, identifiés durant les masters 1 et 2, complètent d'autres lieux, distingués par les recherches bibliographiques et les entretiens.

Les observations (participantes ou non), les questionnaires et entretiens ont été conduit de manière hétérogène suivant les lieux. Au total, ce sont 55 lieux étudiés, correspondant à des villages, des bourgs et des parcs. Nous avons ainsi rassemblé pour cette étude plusieurs formes d'entité administratives ou territoriales mises en « tourisme vert ».

La distribution des lieux de l'enquête est cartographiée (carte 6). Puis, un tableau (7) donne la présentation des différents lieux de l'enquête de terrain entre 2010 et 2014.



Carte 6.

Les lieux par province	Observation/Observation participante	Questionnaires		Entretiens		2010	2011	2012	2014
		Touristes	Ruraux	Touristes	Ruraux				
<b>Shanghai</b>									
1. Dongtan	x			x		x	x	x	x
2. Jiaodong	x					x		x	
3. Qianwei	x	x	x	x	x	x	x	x	x
4. Sanmin	x			x			x	x	
5. Waipo	x		x	x	x			x	
6. Dongping	x			x		x	x	x	
7. Mingzhuhu	x			x				x	
8. Xishashidi	x			x				x	
9. Xilai	x							x	
10. Huating	x						x	x	
11. Weiqijia	x							x	
12. Maoqiao	x			x			x	x	
13. Nanxiang	x						x	x	
14. Sunqiao	x							x	
15. Zhoupu	x			x		x		x	
16. Xihe	x	x	x	x			x	x	
17. Haiwan	x							x	
18. Shenjia	x							x	
19. Qibao	x							x	
20. Sanyuan	x							x	
21. Zhonghua	x	x	x	x			x	x	
22. Wushe	x							x	
23. Sheshan	x					x	x	x	
24. Renran Heyi	x						x	x	
25. Bai'e	x	x	x		x			x	
26. Zhujiajiao	x						x	x	
27. Fengjing	x					x	x	x	
28. Nongminghua	x	x				x	x	x	
<b>Jiangsu</b>									
29. Tongli	x						x	x	
30. Zhouzhuang	x				x			x	
31. Jiangxiang	x			x	x			x	
32. Mudu	x							x	
33. Wangshan	x	x	x	x			x	x	
34. Lili	x							x	
35. Luxiang	x							x	
36. Shigong	x								x
37. Piaomiao	x						x	x	
38. Qiansheng	x			x			x	x	
39. Tianmuhu	x	x						x	
<b>Zhejiang</b>									
40. Wuzhen	x						x	x	
41. Nanxun	x				x		x		
42. Shuikou	x	x	x	x	x	x	x	x	x
43. Xixishidi	x						x	x	
44. Longjing	x			x			x	x	
45. Anji Zhuxiang	x							x	
46. Jingxing	x	x	x	x	x			x	
47. Tengtou	x								x
48. Qiandaohu	x							x	
<b>Anhui</b>									
49. Nanping	x						x	x	
50. Xidi	x			x	x		x	x	
51. Hongcun	x			x	x		x	x	
52. Chengkan	x			x	x		x	x	
53. Tangmo	x	x	x	x	x		x	x	
54. Tangyue	x						x	x	
55. Huangshan	x							x	

Tableau 7 – Liste de lieux et fréquence des enquêtes (terrain 2010-2014).

Les lieux d'enquête dans la municipalité de Shanghai dominant. Aussi, nous avons conduit des enquêtes différentes selon les lieux. Nous avons un échantillon de lieux appartenant à plusieurs types d'espaces : urbain péricentral et périurbain, périurbain rural, *desakota* et rural à plus lointain. La réflexion envisage la nature des lieux (statut administratif et politique) et leur orientation touristique en fonction des aménagements, des activités et du volume de touristes reçus à l'année.

Le travail d'enquête a nécessité l'apprentissage de codes spécifiques à l'aire culturelle chinoise. Nous exposons des spécificités rencontrées.

## **2.2 Quelques spécificités du terrain chinois**

Conduire des enquêtes de terrains sur le territoire chinois confère un certain nombre de difficultés. Premièrement, la maîtrise de la langue chinoise et la connaissance d'une culture (le coût d'entrée sur le terrain en quelque sorte), deuxièmement l'ampleur des bouleversements de la société chinoise qui conduit le chercheur à devoir mettre à l'épreuve ses propres catégories d'analyse et, enfin, « les contraintes politiques qui pèsent toujours sur la liberté de la recherche dans un régime non démocratique » (Zalio, 2009 : 4). L'apprentissage de langue chinoise est un outil important.

### ***2.2.1 Les sources complémentaires utilisées et la réflexivité<sup>36</sup>***

*- Les documents statistiques, littérature scientifique chinoise et rapports officiels*

L'un des défis (paradoxal dans un pays où l'information demeure très contrôlée) auxquels le chercheur est désormais confronté est l'abondance des ressources disponibles, notamment du fait de l'augmentation rapide du nombre de publications scientifiques chinoises. (Zalio, 2009 : 7). Nous avons eu recours à de nombreuses publications officielles issues des recensements et statistiques nationales. Nous avons utilisé les livres bleus (*lanpishu*) et les livres verts (*lupishu*) en plus des annuaires des statistiques nationaux et provinciaux. Le premier correspond à un rapport officiel destiné à une consultation politique sur un thème donné. Le second est un rapport annuel de statistiques sur un thème donné (spatial ou économique).

---

<sup>36</sup> Nous retenons la définition de Michel Lussault : « activité de retour sur soi d'un individu sur ce qu'il est ce qu'il fait (Lussault, 2003d : 775).

Le Bureau national de la statistique (BNS) chinois (*guojia tongji ju*) a mis progressivement en place, durant la décennie 1990<sup>37</sup>, des réformes méthodologiques et structurelles afin « d'adapter les outils statistiques à l'ouverture économique et, par suite, à l'évolution économique et sociale » (Alexandre et Mercier, 2001 : 171). L'univers provincial est la clé de voûte de toute l'armature administrative territoriale, mais des bureaux de statistiques existent aux trois premiers niveaux (province, préfecture et district, respectivement *sheng*, *zhou* et *xian*) et parfois même au quatrième (canton *xiang*).

Ces productions statistiques sont utiles, mais doivent être utilisées avec précaution. Avant 1978, les statistiques sont classées « secret d'État ». Après 1990-1992 et la réouverture et la relance des réformes, la nécessité de disposer de statistiques fiables est primordiale. Elles sont alors considérées comme un « bien public » (Angeloff, 2010 ; et Rocca, 2010). En effet, malgré la collecte et l'organisation de la BNS, il existe deux systèmes statistiques. Le premier est national, le second est sectorisé (agriculture, tourisme, industrie, etc.). Les deux fonctionnent de manière complètement autonome (Moser, 2009: 181 et Holz, 2013).

Aussi, il existe un certain niveau de falsification des statistiques et l'impossibilité de compter précisément des masses importantes. Aussi, le territoire chinois et ses sources sont soumis à une certaine confidentialité (Giroir, 2005 : 92). Il existe trois niveaux différenciés de confidentialité : à usage interne (*neibu*), secret confidentiel (*jimi*) et ultra-secret (*juemi*). La manipulation des chiffres pour masquer les erreurs et souvent la gravité des situations ne sont pas rares<sup>38</sup>.

Ce travail portant sur le tourisme donne un accès relativement aisé aux lieux, acteurs et sources. Cependant, les statistiques sont très hétérogènes d'une source à une autre. La rapidité des changements nécessite une adaptation permanente du système de mesure statistique. La crainte des gouvernements locaux les incite à truquer les chiffres. Des écarts de mesures sont réguliers. Ceci constitue un biais d'enquête.

Par ailleurs, l'État anciennement totalitaire, aujourd'hui autoritaire (Cabestan, 2014), construit l'histoire. Ainsi, plusieurs histoires coexistent. La tradition culturelle chinoise favorise cette confusion entre la réalité et la fiction : en effet « l'histoire (*lishi*) y est écartelée entre l'histoire officielle (*zhengshi*), écrite par des historiographes pour montrer comment la dynastie qui venait de perdre son mandat céleste avait été légitimement remplacée, et l'histoire indiscrete, informelle (*waishi*), faite de rumeurs, d'anecdotes plus ou moins

---

<sup>37</sup>Réunion à Pékin en août 1995 de la 50<sup>e</sup> session de l'Institut international de statistique.

<sup>38</sup> L'année 1998 connaît « un vent de falsification et d'enjolivement » (*jiabaofukuafeng*) (Giroir, 2005 : 95).



douteuses, mais relatant éventuellement des faits importants gommés par l'histoire officielle » (Roux, 2009 : 96).

Enfin, le recours à une importante bibliographie chinoise constituée de publications scientifiques dans des revues spécialisées (géographie, économie, études du tourisme, etc.) et des rapports relevant de la littérature grise sur le tourisme ont permis de recueillir des informations supplémentaires. L'essor du tourisme en Chine et la réforme de l'enseignement supérieur et de la recherche ont favorisé la création des très nombreuses revues scientifiques spécialisées à partir des années 1980. Elles ont été utiles au travail exploratoire sur les questions de tourisme dans les campagnes (volume de publication, universités et facultés spécialisées et enfin, spécialistes).

- *Les documents des acteurs du tourisme (guides, prospectus et atlas routiers touristiques)*

À ces documents<sup>39</sup> produits par les institutions, nous avons pu rassembler un important corpus de documents relatifs au secteur du tourisme (agence de voyage, sites touristiques). Nous avons cumulé plusieurs dizaines d'atlas routiers et touristiques, plusieurs centaines de prospectus et guides sous plusieurs formes (livres, carnets, feuilles, dépliants). Nous avons obtenu ces matériaux directement sur les sites ou par l'intermédiaire de voyagistes dans les villes de Shanghai, Hangzhou, Nankin, Suzhou, Changshu, Huangshan, Fenghua, Jiaying et Xianju. Ceux-ci nous ont permis dans un premier temps d'évaluer l'intensité touristique des régions, puis, dans un deuxième temps, de comprendre l'élaboration de circuits touristiques et d'évaluer l'offre touristique dans les campagnes en fonction des régions.

### **2.2.2 Le problème de la langue, statut et carte de visite**

Le travail d'enquête a permis de définir trois éléments clefs relatifs au terrain chinois : la langue, notre statut et la carte de visite.

L'apprentissage du mandarin fut une aide précieuse et parfois irremplaçable. Nous avons fait l'apprentissage du chinois au sein de plusieurs structures universitaires françaises et chinoises avant de commencer notre cursus de doctorat. Un niveau intermédiaire nous a permis de nous entretenir avec nos interlocuteurs et de conduire des discussions. Par ailleurs, nous avons pu poursuivre un travail sur les mots (des champs lexicaux du tourisme, des loisirs

---

<sup>39</sup> Ces cartes touristique-routières (ou atlas) sont importantes pour identifier certains lieux. Tous ne figurent pas sur ces plans. Cependant, ces atlas ou cartes ne donnent pas un niveau d'informations suffisantes. D'autre part, ces documents sont les uniques cartes disponibles. Les cartes topographiques existent, mais sont inaccessibles pour des raisons de sécurité.

et du rural)<sup>40</sup> en chinois et leur traduction en langue française. Toutefois, la grande variabilité de langue chinoise (accents et prononciations), ainsi que le recours quasi systématique aux dialectes (shanghaien et variante à Suzhou, Hangzhou, voire un autre dialecte à Huangshan) donnent rapidement une limite dans la communication et dans l'échange. Aussi, si ces variantes sont nombreuses entre les villes et régions du delta, la différence est également forte dans les campagnes. À cela s'ajoute les populations migrantes (rurales et urbaines) dont le mandarin ou les dialectes sont là encore différents. Ainsi un « retour » au mandarin est-il nécessaire pour comprendre et se faire comprendre. La maîtrise relative de rudiments de dialectes shanghaiens est un outil supplémentaire et utile pour une prise de contact.

Aussi, l'attribution et l'utilisation d'un nom chinois (ou en chinois) sont fortement appréciées. Il permet d'être « mieux » identifié pour les interlocuteurs chinois. Dans ce sens, la réalisation d'une carte de visite permet à l'interlocuteur de « fixer » une identité et d'être à « égal » avec lui, s'il tend une carte. Cette carte prend le rôle d'intermédiaire entre les deux personnes. L'identification par le titre et le rattachement à une institution chinoise dans le cadre de notre travail de thèse leur permettent de nous situer dans le temps, et dans la société, et ce par rapport à eux-mêmes. C'est une phase primordiale. La distribution de cartes au sein du groupe est possible, elle est indispensable lorsque l'on s'adresse à un individu dont les responsabilités professionnelles le suggèrent. À chaque moment de l'enquête, nous expliquions en détail notre statut à notre interlocuteur.

Enfin, ce travail a bénéficié de l'appui d'institution et de son insertion scientifique dans plusieurs institutions françaises et chinoises.

## **2.3 L'insertion du travail doctorale dans les institutions supports**

Ce travail de doctorat a fait l'objet d'une insertion dans plusieurs institutions et d'une participation à des programmes. Ceux-ci ont constitué un support majeur à la réalisation de l'étude. Ce travail a bénéficié d'un programme de recherche porté par le laboratoire Prodig. Aussi, l'aide précieuse de collègues chinois et la participation à une coopération décentralisée sur les questions de tourisme rural ont complété les accès nécessaires à ce travail.

### ***2.3.1 L'insertion de la recherche dans les institutions de recherches françaises***

*- Le programme Périssud et le laboratoire Prodig*

---

<sup>40</sup> Nous disposons dans le volume des annexes un glossaire (chinois-français) des mots utilisés dans ce travail de thèse.

Nos travaux ont bénéficié du soutien du laboratoire Prodig. Par ailleurs, entre 2008 et 2012, le laboratoire était porteur (Jean-Louis Chaléard directeur et porteur du programme) d'un programme de l'Agence National de la Recherche (ANR- AIRD) compris dans un programme sur les SUDS. Le programme Périssud nous a permis d'effectuer trois missions, dont deux en collectif avec les enseignants-chercheurs du laboratoire Prodig<sup>41</sup>. Le programme était divisé entre six équipes correspondant aux six métropoles. L'équipe Shanghai (dont le directeur était Thierry Sanjuan) a pu travailler avec l'université normale de la Chine de l'Est.

L'hypothèse centrale de la recherche menée au sein de l'ANR Périssud<sup>42</sup> est que les mutations des périphéries des grandes agglomérations des Suds traduisent une adaptation aux logiques de la métropolisation et sont marquées par une complexité spatiale et sociale croissante. Mais supposer l'existence de recompositions similaires dans leurs formes, leurs structures et leurs pratiques n'implique pas qu'on ignore la diversité des Suds, qui s'exprime également dans leurs aires métropolitaines. Au-delà d'un questionnement sur la reproduction d'un modèle inspiré des pays du Nord, l'interrogation porte aussi sur les points communs et les dissemblances entre ces grandes métropoles suivant leur niveau de développement, la rapidité de leur croissance, les capacités des politiques publiques à ordonner ces transformations et plus largement leur contexte politique et culturel. C'est pourquoi six agglomérations, dans plusieurs régions du monde, dans des économies engagées dans des phases de développement distinctes et de tailles différentes, ont été choisies pour l'étude : Shanghai, Mexico, Lima, Le Cap, Hanoï et Abidjan (Chaléard, 2014 : 9-10).

*- Le projet Métronongmin dans le cadre du collège des Écoles doctorales de Sorbonne*

Dans la continuité du programme Périssud et au cours d'une mission de terrain (janvier-août 2011), en collaboration avec un autre doctorant (Étienne Monin) du laboratoire Prodig, nous avons constitué, proposé puis finalement remporté un projet de recherche sur les migrants

---

<sup>41</sup> Nous avons bénéficié de ce programme en master 1 et 2. Nous avons effectué une mission collective en septembre 2010 (avec Martine Berger, Antoine Brès et Florence Padovani, coordonné par Thierry Sanjuan), puis une autre mission collective en mai et juin 2011 (avec M. Berger, A. Brès, O. Ninot, Jean-François Cuénot, Florence Padovani, Carine Henriot et Étienne Monin). Nous avons pu organiser cette dernière (rencontres, agendas, contenu). Par ailleurs, ce programme nous a permis de séjourner en Chine entre janvier et août 2011 et en novembre 2011. Ce programme en collaboration avec l'université normale de la Chine de l'Est pour l'équipe Shanghai a fait l'objet de prises de contact avec des personnes clefs (politique, administratif et académique), ainsi que l'identification de lieux et espaces utiles pour le travail doctoral (arrondissements périurbains à Shanghai et des espaces ruraux dans le delta entre Shanghai et Suzhou).

<sup>42</sup> Programme de recherche portant sur les dynamiques territoriales à la périphérie des métropoles des Suds mis en place entre 2008 et 2012 et dirigé par Jean-Louis Chaléard. Les périphéries de six métropoles ont été étudiées : Abidjan, Hanoï, Le Cap, Lima, Mexico et Shanghai.

ruraux dans les espaces périurbains ruraux de Shanghai, dans le cadre du collège des Écoles doctorales de Sorbonne.

Ce projet a été particulièrement utile comme complément pour le programme Périssud et pour nos travaux sur le tourisme dans les campagnes à Shanghai. Si l'objet n'était pas celui du tourisme, nous avons pu grâce au projet Métronongmin<sup>43</sup>, approcher des formes de mutations rurales et agricoles dans trois arrondissements périurbains (Minhang, Songjiang et Jinshan) et un district rural (Chongming). Nous avons conduit des enquêtes auprès des paysans migrants et non migrants, et ce en collaboration avec des étudiants de master à l'ECNU<sup>44</sup>. Par la suite, nous avons organisé lors d'une journée d'étude à l'ECNU une restitution des travaux en présence de professeurs chinois (Ning Yuemin, Zhang Wenming et Xu Wei), ainsi que Florence Padovani et des doctorants chinois.

### ***2.3.2 L'insertion de la recherche dans les institutions chinoises***

#### *- La collaboration essentielle avec l'ECNU*

Le travail de thèse a fait l'objet de plusieurs soutiens formels et informels universitaires chinois. Parmi les universités, l'ECNU a été l'institution chinoise fondamentale dans notre travail. Nous avons fait un séjour linguistique, puis nous avons participé à la collaboration avec l'Université Paris 1 Panthéon-Sorbonne dans le cadre des masters 1 et 2, puis du doctorat et du programme Périssud. Notre collaboration s'est construite autour du Professeur Ning Yuemin, directeur du Centre d'étude sur les villes modernes en Chine. Ce dernier a permis de nouer des contacts avec un certain nombre d'acteurs clefs (institutionnels, académiques, administratifs et politiques) à plusieurs échelles (arrondissements, districts, bourgs et villages). Deux autres professeurs ont également été actifs dans l'aide à l'accessibilité du terrain. Il s'agit des professeurs Wu Yongxing (géographe et économiste rural) et Xu Shiyuan (géographe).

#### *- Les universités dans la zone d'étude*

D'autres contacts dans plusieurs universités de la région ont été développés. Prioritairement, ce travail a bénéficié des appuis du Professeur Hu Min de la faculté de tourisme du Zhejiang et le Professeur Gao Jun de l'Université Normale de Shanghai. Ces professeurs nous ont « ouvert » certains lieux et donner accès à des responsables du tourisme de bourgs et districts,

---

<sup>43</sup> Nom du projet donné par E. Monin : Métro pour métropole et nongmin, en chinois, pour paysan. Ce projet a été parrainé par M. Berger et F. Padovani.

<sup>44</sup> Yu Xingxing et Chen Junlan.

permettant de conduire des entretiens et de diffuser des questionnaires. Aussi, le Professeur Huang Yucheng de l'Université d'économie et de commerce international de Shanghai nous a donné des appuis nécessaires pour la construction des questionnaires et conseils pour les enquêtes dans des lieux de la région d'étude.

Enfin, nous avons eu des contacts et appuis institutionnels de l'Université de Huangshan, en particulier du Département des études de tourisme.

### ***2.3.3 La coopération décentralisée France-Chine sur le tourisme rural***

En complément des appuis et de l'insertion de ce travail dans des institutions de recherche, nous avons aussi pu entreprendre ce travail grâce à un soutien non négligeable de la coopération décentralisée entre la région Franche-Comté et la province de l'Anhui, autour d'un projet de développement du tourisme rural dans la partie sud de cette dernière.

La coopération décentralisée Franche-Comté - Province de l'Anhui <sup>45</sup>, par l'intermédiaire de Mme Christine Garnier (directrice de la Coopération internationale au Conseil régional de Franche-Comté), M. Jean Paul Léotard, et, M. Jacques Le Marec (chargés de mission au ministère de l'Économie, de l'industrie et de l'emploi sous-direction tourisme DGCIS), a permis de prendre contact avec le Bureau de tourisme de Huangshan et des villages touristiques dans la région du Huizhou (Tangmo, Chengkan, Xidi, Hongcun et Tangyue). Le projet central était le développement touristique du village pilote de Tangmo. Ce projet nous a permis de tisser des liens avec plusieurs institutions partenaires, nous permettant là encore un accès plus aisé à des documents (plans, cartes et schémas d'aménagements) et des acteurs du tourisme dans la région avec qui nous avons pu conduire des entretiens<sup>46</sup>.

---

<sup>45</sup> La convention tripartite entre le ministère du Tourisme français, le Conseil régional de Franche-Comté et la Ville de Huangshan signée le 18 juin 2007 a permis de lancer un programme de coopération pour le développement du tourisme en milieu rural suite au protocole de coopération du 18 mai 1987 entre le Conseil régional de Franche-Comté et la Province de l'Anhui.

<sup>46</sup> Ce projet transversal d'aménagement du territoire pour un développement durable concerne le village de Tangmo, à côté de la ville de Huangshan dans la province de l'Anhui, et implique tous les niveaux politiques et administratifs de l'échelon national au local : coopération internationale, aménagement du territoire, tourisme, environnement, sport, culture, économie. Les partenaires pour la Chine regroupaient : Conseil aux affaires d'État, CNTA, la province de l'Anhui, la Ville de Huangshan, le Groupe touristique de l'Anhui, l'Association des Amitiés franco-chinoises (Pékin, Shanghai), l'Université de Tongji de Shanghai, le Centre sino-français de formation et d'échanges notariaux et juridiques à Shanghai.

## Conclusion du chapitre 2

Ce second chapitre nous a permis de décrire les contours spatiaux et méthodologiques de notre objet de recherche. Nous avons pu ainsi décrire les mutations importantes affectant la région du delta du Yangzi sous l'effet de l'urbanisation accélérée (en une génération). Une articulation régionale est proposée. La position de Shanghai comme *foreland* et sa région environnante comme *hinterland* font écho à une organisation en modèle centre-périphérie complexifiée par une articulation en réseau, faite de villes secondaires dessinant un système urbain intégré à la mondialisation. Il résulte de ces dynamiques régionales, une profonde mutation des systèmes productifs et paysagers donnant une opacité dans la distinction entre les catégories de l'urbain et du rural. Le *desakota* proposé par Mc Gee semble prendre toute sa pertinence. Celui-ci continue d'évoluer ; le développement d'activités et d'économies non agricoles dans les espaces ruraux (pluriels) en fait des espaces complexes et composites (Chaléard, 2014). Dans ces espaces entre villes et campagne se déploient des équipements ludo-touristiques.

Aussi, cette région économiquement dynamique connaît une structuration du tourisme à partir de la ville. C'est d'abord par l'urbain que le tourisme (international et national) se développe et s'affirme. De hauts-lieux touristiques sont des villes chargées d'histoires (régionale et nationale), mais aussi symbole des réalisations politiques et économiques contemporaines. L'ouverture du pays est ainsi un levier et le fruit du tourisme dans la région. À cela s'ajoutent d'autres hauts lieux, où le paysage et le patrimoine sont au cœur des « produits » touristiques. Rapidement, des lieux secondaires se multiplient, parmi lesquels les lieux d'un tourisme « rural » se développent.

Pour approcher ces lieux, l'enquête s'appuie sur 55 lieux distincts. La mobilisation d'outils spécifiques des sciences sociales comme l'observation participante, les questionnaires semi-directifs et les entretiens ont permis de recueillir des informations pour l'analyse des dynamiques touristiques dans les espaces ruraux du delta. Les résultats produits par les enquêtes (dessins, mots, questionnaires et entretiens) se complètent par d'importantes sources statistiques et de documents de la mise en désir des lieux issus des voyageurs chinois. Enfin, ce travail d'enquête a bénéficié de l'insertion institutionnelle en France et de partenariats scientifiques avec les collègues chinois.

### **Tourisme et formation d'une classe de consommateurs urbains**

Ce troisième chapitre vise à étudier les conditions de l'apparition et la lisibilité du tourisme dans les campagnes en Chine. Il s'attache d'abord à démontrer la construction d'un corps social de consommateurs récents (les touristes - urbains).

L'ouverture<sup>1</sup> et la modernisation de la RPC donnent l'apparition, puis la confirmation par la diversification de besoins et de demandes des citoyens chinois formant une classe nouvelle à interroger (valeurs, stratification et attentes). Le second temps permet de comprendre l'insertion du « hors-quotidien » que suggère le tourisme dans un changement de rapport au temps et à l'espace. Il apparaît de nouvelles possibilités de voyages et destinations, dont les campagnes du périurbain au rural plus éloigné des villes, sont les témoins. Enfin, ceci est rendu possible par le rôle fort de l'État dans l'aménagement et l'encadrement de sa société. Le tourisme est un outil au service de l'État. Il permet le développement et l'aménagement, ici des espaces ruraux. Nous identifions les leviers de la mise en désir des campagnes ; devenues consommables pour les touristes allochtones urbains. Cette étude nous permet de revisiter et reconsidérer les approches employées pour l'analyse du tourisme, « principalement basées sur l'expérience des touristes occidentaux » (Leicester, 2008 : 224). La Chine nous offre la possibilité de mettre à l'épreuve certaines hypothèses concernant le tourisme.

Ce chapitre nous permet de donner une visibilité et une lisibilité du processus touristique dans les campagnes du delta du Yangzi comme une voie pour la maturation du secteur en un temps très court, à peine une génération. Le tourisme participe pleinement du changement de paradigme (l'ouverture) opéré par la RPC en 1978.

---

<sup>1</sup> L'ouverture est souvent perçue comme l'apparition d'une nouvelle économie et d'une nouvelle société chinoises : les réformes du travail et du logement, le développement des villes et d'une société de consommation (Sanjuan, 2011a : 175). Ceci a été rendu possible par l'adoption d'un modèle nouveau en rupture avec les 30 premières années du régime, faisant de la croissance le moteur de l'accumulation d'un capital important. Il faut comprendre les racines du processus de croissance chinois en interrogeant l'histoire et la politique.

## **1. L'émergence d'une société des loisirs et d'une classe de « consommateur urbains » chinois**

---

L'objectif de cette sous-partie est d'identifier les conditions de l'apparition d'une société dite de loisirs. Les départs en vacances sont, avant tout, fonction du niveau de revenu et du temps disponible (Cousin et Réau, 2013 : 32). L'affirmation de nouveaux goûts et d'une diversification de la demande est associée à l'émergence d'une société des loisirs en Chine (Sanjuan, 2015). Trois facteurs dont la modernité (et l'urbanisation) se distinguent : l'augmentation des revenus ; la réforme du temps libre et une mutation des goûts. Ceci constitue un contexte favorable pour le développement d'une classe de consommateur urbain.

Le début de la République populaire de Chine annonçait la construction d'un État-nation moderne. Un autre fait nouveau est celui de la construction de citoyens. Un phénomène social des plus importants est à l'œuvre. Le rapport au travail change. Bénéficiant de plus de temps libre, et pour certains de revenus plus importants, une forme de consommateurs urbains est émergente.

La Chine n'a plus de « dictature prolétarienne ». La Chine connaît depuis 30 ans un renouvellement de sa stratification sociale (voire une nouvelle stratification) par un jeu d'inégalités en termes de niveaux d'études, de revenus, de professions, de statuts, de modes de vie et de consommation. Alors que l'objectif du parti est de tendre vers une société sans classes, les inégalités se sont creusées. Les réformes économiques ont donné naissance à un ensemble d'individus que certains chercheurs, fonds d'investissement et gouvernements identifient à des couches moyennes. Une société de consommateurs est émergente. La rupture correspond au lancement des réformes. Celle-ci s'exprime d'abord par la disparition des mouvements de masse, puis par l'irruption de mouvements sociaux organisés mais non connectés entre eux (Angeloff, 2010). Nous situons cette rupture dans un mouvement dont l'ampleur et la rapidité sont inconnus dans le reste du monde.

Nous réfléchissons dans cette partie sur les origines et la genèse du tourisme des Chinois en Chine. Nous faisons l'hypothèse que l'ouverture de la Chine (ouverture de son économie, de son territoire et de sa société) constitue un terreau favorable à la circulation de modèles venant de l'étranger, ces modèles devant être réappropriés par les institutions (à créer) et la société (à former).



## 1.1 La découverte du hors-quotidien et la construction d'un sentiment de liberté : de l'ascétisme à l'hédonisme ?

À partir de 1949, le régime interdit la liberté de voyage. Le voyage étant identifié comme émanant de la bourgeoisie, de la luxure. Il est rattaché à la ville, à la décadence. Il est aussi assimilé à l'étranger (Nyiri, 2006). Le tourisme est essentiellement un phénomène « moderne et occidental » (Cohen, 1994: 12) et l'émergence du tourisme non-occidental, la reproduction d'un même phénomène sous l'influence de la mondialisation (Leicester, 2008 : 224). Il est pourtant problématique, de considérer les touristes non occidentaux en général, et chinois en particulier, comme de simples « avatars tardifs de leurs équivalents occidentaux » (Évrard, 2006 : 156). Les pratiques et le « regard » des touristes chinois doivent autant à des spécificités historiques et culturelles chinoises qu'aux pratiques ou à des schémas de pensée occidentaux. Ce qui relève du moderne doit être mis en relation avec « la constitution d'une modernité proprement chinoise » (Leicester, 2008 : 224).

Le lancement des réformes et de l'ouverture (*gaige yu kaifang*) a propulsé des possibilités qui dans l'histoire très récente, ne l'étaient pas. L'analyse de la consommation touristique permet d'entrevoir les mutations sociales dans le cadre d'une société en transition (*zhuaxing*).

### 1.1.1 L'ouverture et l'entrée dans une modernité<sup>2</sup>

- *L'ouverture de la Chine, de sa société et le droit à voyager*

Le territoire chinois a connu des périodes successives d'ouverture et de fermeture à l'influence étrangère (Sanjuan, 2006c : 181). En 1975, Zhou Enlai, lors de la quatrième Assemblée populaire nationale, déclare les Quatre modernisations (*si ge xiandaihua* agriculture, industrie, science et technologie, et défense nationale), visant à une réorientation radicale des politiques économiques (Gipouloux, 2006). Avec le lancement des réformes à la fin de l'année 1978 (au 3<sup>ème</sup> plénum du XI<sup>ème</sup> Comité central du Parti communiste), le territoire chinois va connaître une ouverture graduelle par enclaves (zones franches

---

<sup>2</sup> La modernité se dit *xiandai* en chinois, c'est-à-dire, du « moment présent ». Le sens même de modernité est en jeu. La signification de modernité remonte à Hegel (1770-1831) et Baudelaire (1821-1867). « Ils rattachent le mot à un dispositif de savoir historique et à des pratiques esthétiques » (Ruby, 2003 : 631). Le terme désigne alors un système culturel d'appréciation du rapport de l'homme à son temps. Ceci suggère la conscience de la place de l'homme dans l'histoire. Le mot de modernité va par la suite se transformer en modernisation faisant référence au progrès technique et technologique des phases d'industrialisation.

laboratoires ou zones économiques spéciales)<sup>3</sup>, puis par régions entières avant de s'ouvrir totalement en 1992. La politique industrielle de la RPC devient dès lors un vecteur important de renouveau de l'État central (Huchet, 2014).

La nouvelle ligne directrice du Parti communiste (PC), « réformes et ouverture » (*gaige yu kaifang*), regroupait deux séries des changements majeurs. D'abord, il s'agit de réformer les structures économiques (généraliser le système d'exploitation familial des terres, développer des mécanismes de marché) et institutionnelles (renforcer des instances étatiques), de restaurer la « légalité socialiste », de libérer et réhabiliter les victimes politiques des campagnes maoïstes et de mettre fin aux mouvements de masse. Les acteurs sociaux retrouvent une marge d'initiative plus large. Puis, il s'agit d'une ouverture idéologique, une libéralisation politique relative et une ouverture sur l'étranger<sup>4</sup>. Ceci pour stimuler un développement sans précédent des relations économiques et commerciales avec l'Occident capitaliste, et l'accueil des investissements en provenance du monde extérieur (Cabestan, 2006 : 214). Le contenu de ces orientations a évolué. L'histoire des réformes et de l'ouverture n'a pas été seulement écrite par le PC. Les changements profonds de la société et les relations de la Chine avec le monde ont contribué à redessiner le cheminement initié par Deng Xiaoping.

L'illustration de ces mutations liées au lancement des réformes, a fait l'objet d'un recueil de témoignages lors des entretiens avec des citoyens de la zone d'étude.

### **Témoignages sur l'ouverture et le début du tourisme intérieur chinois.**

Nous regroupons ci-dessous des extraits de trois entretiens au sujet des réformes et de l'ouverture et les premiers voyages touristiques.

---

<sup>3</sup> Depuis le début des réformes, Shanghai avait été laissée de côté, à partir du milieu des années 1980, la municipalité revient pas à pas sur les devants de la scène. Les autorités centrales décidèrent de restaurer Shanghai dans sa situation antérieure. En 1985, trois zones de développement économique et technique (ZDET) sont créées. En 1990, l'ouverture de la Bourse de Shanghai annonce une vaste réforme financière. Au même moment est décidé, à Pékin, l'aménagement, sur la rive est de la rivière Huangpu, d'une nouvelle zone qui sera le moteur de Shanghai, la Nouvelle Zone de Pudong. Ce nouveau district fera de Shanghai le symbole et la vitrine du développement urbain de la Chine. Deng Xiaoping a, selon Yves Chevrier, opéré un virage qui n'a pas rompu avec la stratégie de contournement, mais qui a pris acte du fait que la Chine changeait « de centre de gravité économique social et spatial, à mesure que le secteur non étatique et le Sud se révélaient plus performants et que les noyaux de la vieille société industrielle étaient eux-mêmes atteints par les courants nouveaux » (Chevrier, 2000 : 54).

<sup>4</sup> La démaoïsation du début des années 1980 fut « une glasnost très contrôlée qui a permis au processus des réformes de s'ancrer dans la légitimité des résistances au maoïsme devenu « fou » du Grand Bond et de la révolution culturelle » (Chevrier, 2000 : 38). À partir de 1978 se déroule un « processus de retrait de la plupart des étiquettes de classe attribuées aux « ennemis de classe » depuis 1949 ; de l'autre, la réhabilitation des victimes de sanctions politiques injustes » (Thireau et Hua, 2007 : 15).

M. Sun, chauffeur de taxi à Shanghai, 2011.

« Je me souviens du début des réformes. La Chine n'était pas comme ce qu'elle est aujourd'hui. Shanghai avait plein de quartiers comme des villages, tout le monde se connaissait. Après dans les années 1990, la ville a beaucoup changé. Pudong et la tour de la Perle d'Orient ont été construits. Nous ne voyagions pas comme nous voyageons aujourd'hui. Je me souviens avoir fait un voyage à Suzhou au début des années 1990, le temps de transport était très long (plus de 3h). Les transports n'étaient pas bons et les hôtels n'ont plus. C'était vraiment nouveau pour nous (ma famille) de faire un voyage. Nous sommes touristes ! »

Mme Wang, secrétaire dans une banque, Hangzhou, 2012.

« Dans les années 1980, j'étais dans la petite ville de Jiaxing à côté de Shanghai. Nous ne voyageons pas beaucoup par rapport à aujourd'hui. C'était difficile de voyager. Les conditions n'étaient pas bonnes. J'ai fait du tourisme à Shanghai et Suzhou avec mes collègues de travail puis avec ma famille [...] Avant l'ouverture de la Chine, nous n'avions pas beaucoup de choses dans nos logements. Dans les années 1990 et 2000, nous avons vraiment changé de vie, mais parfois avec la pression du travail et la pollution, je pense que nos vies sont encore en train de changer».

M. Chen, restaurateur, Suzhou, 2011.

« L'ouverture a changé beaucoup de choses pour nous les Chinois. Nous avons découvert des choses que nous ne connaissions pas. La télévision ou le réfrigérateur étaient des choses nouvelles. [...] Nous avons pu voyager dans les montagnes Jaunes et dans d'autres endroits de Chine au début des années 1990. Aussi, nous avons fait un voyage à Pékin et Xi'an. Nous étions heureux de voyager et de découvrir les sites touristiques de Chine. J'aimerais voyager davantage. Cela dépend du travail. Mais nous voyageons plus souvent qu'il y a 25 ans».

La société chinoise est avec l'ouverture progressivement poreuse à l'opinion publique internationale et « modes » venues de l'étranger. L'ouverture va donner une porosité nouvelle structurant une certaine ouverture au monde et « envie du monde » (Urbain, 2011). Sans se réformer politiquement, un changement des mentalités et des perceptions est à l'œuvre. L'abandon de l'ascétisme révolutionnaire apparaît cependant à tous comme une émancipation décisive, les « loisirs s'inscrivant aujourd'hui dans tous les aspects de la vie des Chinois et leur procurant un sentiment de liberté » (Ji, 2006 : 145).

Outre la prodigieuse masse, des transferts de technologies et de savoirs qui ont fait les trente premières années des réformes, la circulation des hommes à l'intérieur de la Chine d'abord, à l'étranger ensuite, est permise. La mobilité des citoyens était contrainte<sup>5</sup>. Un droit à voyager est institué. Ce n'est qu'à partir de la fin des années 1980 que des facilités de déplacement ont été accordées aux Chinois à l'intérieur du pays. Avant les années 1980, les déplacements touristiques internes n'étaient autorisés que pour les affaires, pour aller voir la famille et pour des raisons liées aux études ou à la santé. Malgré ces restrictions, les Chinois dont le niveau de vie le permettait voyageaient officiellement pour des raisons d'affaires, officieusement pour du tourisme. Aussi, les (hauts) cadres du PC voyageaient dans quelques lieux aménagés pour eux. Cela marque le véritable début du tourisme intérieur en Chine. Les étrangers sont autorisés à voyager individuellement dès le début des années 1980 (571 sous-préfectures urbaines et rurales ne nécessitent plus d'autorisation spéciale) (Angeloff, 2010 : 53). Les Chinois peuvent circuler pour voyager à l'intérieur du pays au lendemain du lancement des réformes. La levée des restrictions sur les déplacements intérieurs en Chine au début des années 1980 va libérer d'une part les ruraux pour les villes<sup>6</sup> mais aussi les premiers voyageurs d'agrément. En 1983, le gouvernement autorise les Chinois à visiter leurs familles à Hong Kong. Le droit à voyager à l'étranger est mis en place seulement depuis le début des années 2000.

Selon Jean-Louis Rocca, la société urbaine expérimente quelque chose de très proche du double phénomène que Habermas identifie à la modernité, c'est-à-dire une étatisation de la société et une socialisation de l'État, or ce n'est en fait qu'une nouvelle mise en scène de ce qui existait déjà (Rocca, 2009).

#### *- Modernité et tourisme en Chine : une clef de lecture des sciences sociales*

Le tourisme peut être analysé comme une quête de modernité dont les touristes peuvent jouir et se situer en relation à la société. Cette quête se réalise à travers l'assimilation à des symboles du temps présent, préfigurant les trajectoires futures des individus. Bien que le tourisme soit ancré dans une tradition historique (voyage des élites), il est pourtant vécu par les Chinois comme une activité hautement moderne.

---

<sup>5</sup> La mobilité de résidence et de migration d'une province à l'autre, ou de la campagne à la ville sont toujours contraintes par le livret d'enregistrement de la résidence (*hukou* ou *hujj*). Ce dernier fixe les populations à leur résidence du lieu de naissance. Des assouplissements ont été institués. Cependant, une part très importante des migrants en Chine est illégale.

<sup>6</sup> Cet assouplissement devait être temporaire et non s'installer dans la durée. Un retour au district ou bourg administratif de naissance était alors pensé.

Les études sur le tourisme en Chine montrant le lien étroit entre l'idée de modernité et le processus touristique sont nombreuses. Pour les classes moyennes urbaines, le tourisme est une forme de consommation ostentatoire qui « n'est pas qu'un loisir mais une forme de participation active à la modernité » (Nyiri, 2006 : 84). Faire du tourisme, c'est aussi montrer sa volonté d'accéder aux formes de loisirs déjà généralisées dans les pays développés (Leicester, 2008 : 229). Le tourisme permet de renforcer le sentiment d'appartenir au monde moderne (Oakes, 1998 ; David, 2007 ; Taunay, 2009).

Le tourisme est alors de plus en plus perçu comme un vecteur civilisateur et modernisateur. On promeut le tourisme ethnique et le tourisme rural comme des moyens de développer les économies des régions sous-développées ou encore pour « jeter la lumière de la civilisation moderne sur chaque recoin rural » (Breidenbach et Nyiri 2007 : 325). Le rôle du tourisme dans le développement rural est particulièrement mis en valeur depuis l'arrivée à la tête du gouvernement en 2003 d'une nouvelle génération de dirigeants qui se veulent plus sensibles aux problèmes des campagnes. Cependant, entre la volonté des gouvernements nationaux et locaux de garder un contrôle sur les revenus et sur l'interprétation des sites touristiques d'une part, et la volonté d'en faire profiter les habitants ruraux d'autre part, il y a souvent des contradictions (Leicester, 2008 : 228). Le tourisme dit « ethnique » est une forme de confrontation à l'altérité (des minorités nationales) et une quête de modernité (David, 2007 et 2012 ; Cornet, 2010 ; Guyader, 2009).

Le développement de voyage auto-organisé suit une progression importante depuis le début des années 2000 dans une logique d'individualisation et d'autonomisation des familles dans la conception et mise en œuvre de leur projet touristique. Les voyages auto-organisé se « calquent » sur les mobilités récréatives des touristes internationaux (Sun, 2013).

Ce postulat d'une relation entre tourisme et modernité, qui inspire et irrigue la réflexion et l'approche des sciences sociales du monde chinois contemporain, doit être reposé à la lumière des situations en mutation dans une « Chine en mouvement » profondément remodelée par l'essor des mobilités contemporaines du travail et d'agrément (David, 2012).

### ***1.1.2 Un vocabulaire nouveau pour de nouveaux repères sociaux : champs lexicaux du jeu, des loisirs et du tourisme***

Les mutations sociales et économiques voient l'utilisation d'un vocabulaire nouveau. Nous avons systématiquement identifié les mots relatifs aux loisirs et aux tourisms lus dans les ouvrages et la littérature spécialisée (rapports, articles scientifiques, ouvrages universitaires),

dans les documents issus de l'industrie touristique (prospectus, affiches, guides, agences de voyages et programmes touristiques), enfin les mots entendus lors des entretiens ou des questionnaires. À partir du milieu des années 1990, « la littérature chinoise et le gouvernement parlent de culture de loisir (*xiuxian wenhua*) » (Donohoe et Lu, 2009 : 360).

Elisabeth Papineau (2000) montre comment ces mots vont connaître un véritable essor. La richesse de la langue chinoise va donner une grande variabilité dans l'usage et la dénomination des récentes activités de loisir et de tourisme. Sensiblement obliérée pendant la construction de la Chine socialiste et la Révolution culturelle, la vie ludique connaît un essor et se diversifie à l'aube des années 1980 (Papineau, 2006). Parallèlement à l'ouverture, le vocabulaire chinois des loisirs, du ludique et du délassement va s'enrichir de néologismes empruntés à l'étranger et à la réappropriation d'un vocabulaire plus ancien. La publication de revues (non gouvernementales) qui ont traités aux loisirs et au réaménagement du temps libre se développe rapidement et massivement au cours des années 1990<sup>7</sup>. Nous avons identifié trois grandes catégories lexicales correspondant à ces changements contemporains. Il y a le vocabulaire du jeu, du plaisir et de la détente ; puis, celui des vacances et du temps non travaillé ; enfin, celui du voyage d'agrément ou du tourisme.

#### - Le vocabulaire du ludique et du jeu

Dans la langue chinoise, bien des mots sont utilisés pour qualifier le jeu ou le plaisir. Dans le mot jeu (*youxi*), deux caractères s'unissent pour former soit le verbe « se divertir, jouer, s'amuser ; se récréer », soit les mots « divertissement », « jeu », « amusement », « récréation ». Le terme de *xi* s'ajoute au mot *you* pour signifier l'idée de compétition, de démonstration, de dépassement. Le mot *you* introduit l'idée de voyage, d'évasion, de prise de distance. Elisabeth Papineau montre combien le vocabulaire de la Chine ancienne ayant trait au divertissement et les loisirs est riche. Les termes de plaisir (*youyu*), baguenauder (*youye*), fréquenter un bordel (*yeyou*), loisir, repos (*youyi*), joie (*youxi*), jeu d'argent (*youbo*) et jeu ou repos (*youxi*).

Le mot *wan*<sup>8</sup> signifie : amusement, amuser, jeux, prendre plaisir, se divertir. L'utilisation du mot *wan* est très fréquente. L'emploi actuel du terme *wan* s'est sensiblement détaché de ses connotations « esthétiques » initiales pour devenir un terme générique

---

<sup>7</sup> Les revues « En dehors des huit heures de travail » (*baxiashi yiwai*), « Activités et loisirs » (*yundong xiuxian*), « Le monde de la récréation » (*yule shijie*).

<sup>8</sup> Il est dit du mot jouer *wan* 玩 qu'il aurait représenté à l'origine l'idée de « manipuler 弄 (un morceau de jade) avec plaisir, d'où l'hypothèse que la clé originale du terme ne serait pas le roi, soit le caractère de gauche du mot (玩), mais plutôt le jade 玉, la partie 元 ne constituant que l'élément phonétique du mot » (Papineau, 2000 : 53).

désignant l'activité de détente (Papineau, 2000). D'autre part, l'omniprésence d'un autre mot important (celui de *le*) est notable depuis environ deux décennies.

Le mot *le* se traduit par : ludisme, ludique, heureux, joyeux, bonheur, plaisir, mais aussi amusement et hédonisme<sup>9</sup>, soit la quête du plaisir. Le mot *le* est synonyme de plaisir (*yu*), qui donne l'idée de divertissement et de plaisir (*yule*). Le mot récréation vient du latin *recreare* signifiant faire revivre. En chinois, on utilise le mot *yule* que l'on peut aussi traduire par divertissement ou délassement. On se récréé par des loisirs. Ces loisirs se distinguent du sport, de l'étude, de la contemplation, du jeu, mais en empruntent souvent les traits (Le Caro, 2007). Ce vocabulaire (en particulier *le*) se retrouve (en utilisant la phonétique) dans la dénomination de lieux et de biens de consommation<sup>10</sup> (souvent découverts après le lancement de l'ouverture). Les mots *julebu* (lieu de tous les amusements), *yulecheng* ou *yulechang* (centres d'amusements et établissements de jeux et de loisirs) donnent les catégories de lieux de la récréation et du divertissement ; mais également pour des lieux de loisirs en fonction des catégories sociales : les clubs de travailleurs (*gongren julebu*) ou les clubs d'élite (aristocrates) (*guizu julebu*).

Enfin, la notion de loisir (*xiuxian* ou *xianxia*) réapparaît avec l'ouverture et les réformes. Les mots associés sont réappropriés, faisant référence à un vocable ancien. Le mot *xian* renvoie au désœuvrement ou à l'oisiveté, à un temps disponible, voire au loisir directement.

- *Le vocabulaire des vacances et temps non travaillé.*

Le champ lexical des vacances se développe rapidement dans les années 1990 (Gao, 2007). Dans la Chine impériale aussi, la notion de vacances, telle que nous la concevons aujourd'hui, est inconnue. Le nom qu'on leur donne aujourd'hui en témoigne : *jiari* littéralement les jours (*ri*) qui ne sont pas des jours vrais, (*jia*) dont le sens courant est : faux, travesti, contrefais. Les mots *dujia*, *fangjia* ou *changjia* désignent les périodes de congés, respectivement, congés, vacances et longues vacances (plus de deux jours). Le terme de *xianxia*<sup>11</sup> peut également signifier du temps libre (*kongxian*), hors du temps de travail. Enfin, le mot *xiujia* est moins employé. C'est un autre synonyme de congés, littéralement « jour de repos ».

---

<sup>9</sup> Le mot hédonisme en chinois *xiangle zhuyi*, soit jouir/plaisir/principe, semble être un concept (occidental) traduit et admis que tardivement.

<sup>10</sup> Coca Cola se dit *kekou kele*, pouvant se traduire par « cola savoureux ».

<sup>11</sup> Le terme de *nongxian* signifie la morte saison ou littéralement la période sans agriculture (en référence à *nong* agricole, rural).

L'institutionnalisation du week-end donne naissance à l'expression aujourd'hui devenue commune : *zhoumo*, qui signifie littéralement fin (*mo*) de cycle ou semaine (*zhou*). Le mot *xiuxi ri* signifie littéralement le jour (*ri*) du repos. À celui-ci est souvent associés (notamment dans la littérature spécialisée sur le tourisme) les mots *shuangxiu ri*, qui veulent dire les deux jours de repos (ou pause) pour le mot week-end. Enfin, le terme de *xiuri* désigne un jour de repos, un jour non travaillé.

- *Le vocabulaire du tourisme et voyage d'agrément.*

En Chine, il n'y a pas de mot traditionnel qui corresponde à l'idée d'« aller faire un tour » ou « de faire le tour ». Le terme de tourisme (*liuyou*) est donc apparu au début des années 1980. C'est un néologisme construit à partir de références anciennes. Les études sur le tourisme en Chine évoquent régulièrement que ce dernier s'inscrit dans un voire deux millénaires d'histoire des pèlerinages en Chine (Nyiri, 2006 ; Taunay, 2009 ; Sofield et Li, 1998). Les années 1980 voient la publication de nombreuses compilations de récits de voyage classiques (*youji*)<sup>12</sup> rebaptisés « littérature touristique » (*liuyou wenxue*). Des revues touristiques qui apparaissent à la même époque consacrent également de nombreux articles aux « pratiques touristiques des lettrés » (Nyiri 2006 : 8-12), et les guides touristiques de cette époque reprennent la forme et le contenu des guides classiques destinés aux voyageurs lettrés (Leicester, 2008 : 227). Le tourisme se situerait dans un prolongement et une réinvention des anciens voyages (de lettrés, mandarins, fonctionnaires) à dimension politique. Les déplacements touristiques ont perdu cette dimension politique. À cela s'ajoutent les voyages d'intellectuels (poètes, peintres, lettrés) à travers le pays pour chanter la beauté des paysages, à l'instar du géographe Xu Xiake visitant et décrivant notamment les régions au sud de la Chine.

On emploie couramment le mot *liuyou*, dans lequel le premier caractère *liu* a le sens global de voyager<sup>13</sup>. Le second idéogramme *you*<sup>14</sup> a pour sens propre « nager », « aller de-ci de-là » en se laissant porter par le courant comme le font les visiteurs errant tranquillement d'un site à l'autre. Ce mot nouveau introduit l'idée de fluidité et de nonchalance. Le mot

---

<sup>12</sup> Parmi les ouvrages classiques traitant du voyage ou du pèlerinage (*chaosheng* ou *chaoshan jinxiang*), rappelons celui de *xiyouji*, le « classique du voyage de l'Ouest ».

<sup>13</sup> L'origine du caractère *liu* (流) ne renvoie pourtant pas à l'idée de voyage touristique. On lisait dans sa forme ancienne, le dessin d'un drapeau flottant au vent sous lequel se trouve la forme, variation graphique du caractère *cong* (从) qui évoque des gens se suivant. L'ensemble représentait des soldats se déplaçant sous leurs bannières (Javary et Mo, 2010-2011 : 23).

<sup>14</sup> Ce caractère (*you* 游) tempère cette origine militaire. On y lit à gauche les trois points 游 du signe général de tout ce qui concerne les liquides, avec à droite une forme complexe d'interprétation incertaine.



*liuyou*<sup>15</sup> recouvre en chinois deux modalités du voyage, distinguées en français par les termes « voyage » et « tourisme ». Le premier *liu* désigne le circuit annuel du souverain aux sites sacrés de son royaume, le second *you* le voyage d'inspection des terres de son royaume au printemps (David, 2007). Un autre terme, *canguan* est utilisé. Il signifie aussi visiter, mais d'une manière différente. Il est formé des mots *guan*, qui veut dire regarder au sens de prendre conscience, et *can*, qui comporte l'idée de participation, d'effort de compréhension précisément de ce qu'on est en train de regarder. Il ne s'agit plus alors de « visite mais d'une véritable participation individuelle » (Javary et Mo, 2010-2011 : 23). Enfin, un dernier mot chinois, celui de *guanguang* est similaire à *canguan*. On retrouve le mot *guan* ajouté à celui de *guang*. Ce terme est polysémique. Il peut se traduire par lumière, luminosité. Aussi, c'est une façon de dire paysage (*fengguang*). En somme, le terme *guanguang* synonyme de faire du tourisme, de visiter peut se traduire littéralement par regarder les paysages, et non regarder les lumières.

Le terme de touriste ou de voyageur d'agrément est construit à partir des termes du tourisme. Deux mots désignant les « touristes » dans les statistiques officielles. Le premier est *liuke*, qui signifie passagers ou voyageurs, alors que le deuxième est *youke*, ayant lui pour sens touristes (Xu, 1999 ; et Taunay, 2009). Si les deux termes se mélangent dans les statistiques officielles, la distinction socio-économique est floue. Un travailleur migrant voyageant pour les congés du Nouvel an, sera comptabilisé comme un touriste. Le motif de son voyage n'est pourtant pas celui d'un voyage d'agrément.

Enfin, les années 1990 et 2000 voient l'émergence d'un vocabulaire nouveau associé au voyage, au progrès technique d'une société qui s'urbanise, et où le tourisme a pris une place importante dans la gestion du temps à l'année et dans les imaginaires collectifs. En témoignent les mots de *chuyou*, régulièrement usité, synonyme de tourisme, pour dire partir en voyage, où il est possible d'être libre (*ziyou*) et de s'occuper librement (*ziyou huodong*). On peut passer la nuit en dehors de chez soi (*zhusu*), renouvelant les formes d'habiter.

L'augmentation du parc automobile chez les urbains permet l'émergence de l'automobile individuelle (*zijiache*), contribuant à ce qui est appelé la civilisation de l'automobile (*qiche wenming*). Avec le développement du tourisme, des termes nouveaux apparaissent, signalant l'individualisation des transports par l'automobile chez la classe moyenne. L'itinéraire touristique individuel (*zijiayou*), avec la publication annuelle d'atlas routiers, témoigne de cette individualisation et du détachement du voyage en groupe organisé.

---

<sup>15</sup> Deux expressions sont aussi utilisées : *youlan* et *luxing*. Le terme « touriste » se dit alors *liuyouzhe*. Le mot *zhe* (personne) est associé : *guanguangzhe*, *luxingzhe*.

Il est possible de voyager à travers le pays et découvrir des espaces mis en tourisme. Ainsi, des expressions telles que tourisme rural (*xiangcun lüyou*), tourisme urbain (*chengshi lüyou*), tourisme culturel (*wenhua lüyou*) tourisme ethnique (*minzu lüyou*) voient le jour. La désignation d'un type de tourisme à un type d'espace est donc la règle (Gao, 2007 ; Zhang et Hu, 2009 et Liu, 2010).

## **1.2. Les nouvelles valeurs du hors-quotidien et de la société civile**

L'idée d'aller passer de « vraies » vacances, consacrées à la détente, au plaisir était étrangère à ce peuple, il y a encore moins d'une génération. Une société entre « plaisirs administrés » et « distractions calculées » est en émergence. Nous proposons de mettre en perspective les chiffres du tourisme (dépenses et flux) par citadins et ruraux. Puis, nous réfléchissons à la construction des valeurs nouvelles provoquées par l'ouverture. En effet, nous pensons cette période comme une rupture où les valeurs révolutionnaires sont écartées et progressivement remplacées par celles de la production et du pragmatisme.

### *- Nouvelles valeurs, divertissement et société civile*

Sans initier de réformes politiques, Deng Xiaoping a néanmoins marqué le début d'une rupture idéologique avec ce qui avait construit la RPC depuis 1949 : le collectif, le repli sur soi, le totalitarisme et le communisme. Ces valeurs vont progressivement être remises en cause par les nouvelles orientations économiques du pays. La pénurie matérielle et la morale ascétique imposée avec violence par les autorités interdisait toute note personnelle dans le comportement quotidien (Parish et Whyte, 1984). L'émergence et l'ouverture économique laissent entrer une libéralisation et un assouplissement du contrôle social. Il y a là une entrée importante pour lire les négociations entre société confucéenne et socialiste, où collectivité et famille tiennent un rôle central.

La libéralisation et l'instauration d'une nouvelle gamme de loisirs apparaissent à partir des années 1980. Ces derniers prennent une place importante dès le début des années 1990. Ces derniers mettent peu à peu à mal les anciennes *gongren julebu*, c'est-à-dire les clubs de travailleurs, à vocation populaire, institués au début du régime communiste. Consommer, avec l'augmentation globale du niveau de vie dans les villes, représente une revanche sur les années passées de rationnement et de pénurie. C'est une manière de se dire moderne.

Le symbolisme culturel attaché aux nouvelles formes de consommation est peut-être moins celui de la distinction sociale que celui de l'appartenance à la société contemporaine

mondialisée (Papineau, 2000 ; et Touraine, 1992). Une revendication du mieux-être et les changements de mode de vie sont contemporains de l'élévation des revenus. Le socialisme de marché autorise une réelle autonomie de la société par rapport à l'État et au parti. Les Chinois retrouvent une part plus grande de liberté dans leur vie privée, professionnelle et autres activités communautaires. C'est la construction d'une nouvelle société et d'une nouvelle identité qui est en jeu car l'unité de travail (*danwei*)<sup>16</sup> (Eyraud, 1999) n'est plus « le lieu unique et permanent, obligé mais sécurisant, de la socialisation de l'individu » (Alexandre et Mercier, 2001 : 189).

La rupture idéologique se construit aussi par un bouleversement du monde du travail<sup>17</sup>, par l'irruption d'un marché. Les réformes ont provoqué un rapport nouveau au travail. La sphère privée est considérable par rapport à la période maoïste. Cependant, la frontière entre le privé et le public est difficile à identifier. Elle se recompose selon la stratification socioprofessionnelle issue des réformes. Avec la disparition du système d'emploi socialiste, les hiérarchies au sein du corps social et professionnel se trouvent redéfinies par la possibilité donnée aux Chinois de consommer. Cette possibilité va rapidement se doubler d'une autre possibilité, celle de la diversité des biens consommables : « on achète du temps » (*huaqian mai de jian*), « on dépense de l'argent pour entretenir une amitié des relations interpersonnelles » (*huaqian mai hemu*), « on dépense pour le divertissement » (*huaqian mai yule*).

Des notions nouvelles comme l'individualisme<sup>18</sup> (*geren zhuyi*), le culte de l'argent (*baijin zhuyi*), voire les modes de vie décadents (*tuipei shenghuo fangshi*). Dans ce sens, Deng Xiaoping pour relancer les réformes lance une formule qui va symboliser les années 1990 :

---

<sup>16</sup> L'« unité de travail » ou « danwei » est le nom donné en Chine à toute organisation : un ministère, un bureau industriel, une entreprise, un hôpital, une école. L'entreprise, en tant que « danwei », assume de nombreuses activités en dehors de ses activités économiques propres. Ces activités sont orientées vers ses membres, c'est-à-dire vers son personnel ; ce sont des activités sociales, administratives, politiques, de sécurité publique et de planification des naissances (Eyraud, 1999 : 116-117).

<sup>17</sup> Deux catégories (les techniciens, ingénieurs et les petits commerçants et artisans) émergent en même temps ; à cela s'ajoute, le groupe des entrepreneurs individuels et le personnel administratif. Aux cinq « catégories rouges » (ouvriers, paysans pauvres et moyens, cadres, martyrs et intellectuels révolutionnaires) s'opposent les cinq « catégories noires » (propriétaires fonciers, paysans riches, contre-révolutionnaires, mauvais éléments et droitiers). Ces étiquettes de classe disparaissent avec l'abandon du principe de la lutte des classes à la fin des années 1970, et nombre des victimes des campagnes politiques passées sont alors réhabilitées. Sans ces réformes politiques qui ne disent pas leur nom, il aurait été beaucoup plus difficile d'initier des réformes économiques (Thireau, 2006a : 241).

<sup>18</sup> Nous définissons l'individualisation comme le « processus historique d'émergence de l'individu en tant que plus petite entité complexe et légitime de la société » (Cailly, 2007 : 172). Ceci renvoie à ce que Kalaora identifie comme situation où : « les cadres sociaux et culturels de structuration des comportements se désagrègent, entraînant une plus grande indétermination où l'individu devient le principe auto-référentiel » (Kalaora, 2001 : 592).

« enrichissez-vous » (*zhifu*)<sup>19</sup>. Un nouveau triptyque est désormais admis des populations les plus aisées : « s'enrichir, jouer, voyager » (*zhifu, wan, youlan*). Ce qui était pensé comme bourgeois, antirévolutionnaire et impérialiste devient l'objet d'une modernité à saisir. Il y a ainsi un glissement des pratiques bourgeoises vers des pratiques modernes. Une nouvelle image d'une classe enrichie voit le jour (classe moyenne à distinguer des nouveaux riches). L'image sociale donnée de la classe moyenne correspond dans les imaginaires à la portion de population ayant un contact avec l'étranger, les médias, la communication ou ayant fait fortune assez rapidement en partant de rien.

L'idée de réussite (Tyl, 2010 : 61-62) et une « culture de soi » (*xiuyang*) sont en voie d'affirmation (Rocca, 2010). La pratique de certaines activités (sportives, arts, musiques, culturelles) se complète de projets personnels (travail et voyage). À travers ces imaginaires, des comportements se dessinent : une référence commune à un destin idéal et idéalisé. La modernisation du pays passe donc par cette frange de la population (hétérogène, plutôt urbaine et éclatée). La consommation résonne avec un certain conformisme. « La violence du changement social et le manque de recul sur l'expérience en la matière conduisent à une rotation accélérée des modes » (Rocca, 2010 : 73). L'enrichissement matériel succède à des logiques de l'être sur la logique de l'avoir, en tout cas en apparence. Ceci est inscrit dans une nécessaire compétition des personnalités. Les mutations sociales rapides sont animées par des formes d'« angoisse sociale » (Rocca, 2010 : 74). Ceci est lié à la confrontation à un monde changeant et très compétitif. Aussi, les jeunes générations ont peu l'occasion de sortir de leur milieu social et géographique. Il y a comme un manque d'expérience de l'altérité, superposée d'une protection appuyée de la part des parents.

Norbert Elias considère au regard de l'histoire de l'Occident que l'individu a de plus en plus de pouvoir, mais que ceci n'entraîne pas une diminution du rôle des déterminations sociales (Elias, 1997). Le lancement de réformes et l'idée d'ouverture ont stimulé des mutations similaires en Chine. Le « moderne » (*xiandai*), le « branché » (*xinchao* ou *shishang*), l'« original », l'« esprit fort » sont tout autant des produits de la socialisation (des pratiques, des normes, des valeurs en vigueur) que de l'« individualisation » (Elias, 1997). Un mouvement d'individualisation est en marche. L'individu est de plus en plus social : « il se dégage du pouvoir des autres et des événements et plus il se comporte comme il veut » (Rocca, 2010 : 70). Le processus de l'émergence de l'individu se produit dans un temps où la

---

<sup>19</sup> Cette période correspond à la politique dite de la « petite prospérité » (*xiaokang*), par « laisser la pauvreté derrière » (*tuopin*).

socialité est forte. Une consommation touristique (découverte et devenue possible) se fait de manière informelle (avec des groupes de la famille aux collègues ou amis) et de manière formelle (dans le cadre de clubs, d'associations ou du travail).

Ces mutations sociales et l'émergence des individualités n'est toutefois pas sans délaissé les solidarités familiale d'abord. Ceci est illustré par les extraits d'entretiens à propos des modernisations et de la possibilité de voyager.

### **Témoignages sur les loisirs et le tourisme comme sujet de discussion en famille et entre amis.**

Nous regroupons ci-dessous des extraits de trois entretiens au sujet de la découverte ou de la redécouverte de loisirs et du tourisme.

M. Hao, Professeur à Shanghai, 2012.

« La vie d'aujourd'hui est très différente de celle de nos parents dans les années 1950 et 1960. Nous aimons voyager. Nos parents peuvent voyager...Ils ont le temps, ils sont à la retraite. Mais, nous n'avons pas beaucoup de temps. Souvent avec mes enfants, je pars le week-end, une journée, parfois deux, et nous allons dans des villages, manger des spécialités locales. C'est nouvelle sensation de liberté ».

M. Zhou, Agent immobilier à Shanghai, 2012.

«Je pars en vacances avec ma famille. Mais souvent j'aime bien organiser un séjour d'une journée ou plus avec des collègues. Nous allons souvent faire des voyages d'affaires à Hangzhou ou Pékin. Malgré beaucoup de travail, je voyage et je prends du temps pour me divertir dans les clubs ».

Mme Wan, Travail dans un commerce à Kunshan, 2012.

« Après le travail, je fais du sport avec une collègue. Nous allons courir au stade. Aussi, je fais du Taiji dans un groupe le matin avant d'aller au travail. Cela me permet d'être en bonne forme ».

M. Yang, Commerçant à Hangzhou, 2012.

« Avec mes affaires, je n'ai pas trop le temps de partir en vacances. Mais j'organise avec ma famille un à deux voyages dans l'année. Nous espérons venir en France pour voyager...Je

profite de Hangzhou, c'est une ville très touristique. Il y a du monde toute l'année. Pendant les périodes de congés, c'est bondé. Je ne peux pas partir en vacances, alors parfois nous (avec famille et amis) partons en semaine à Shanghai ou dans les montagnes du Zhejiang ».

*- La consommation touristique des ruraux et des citadins*

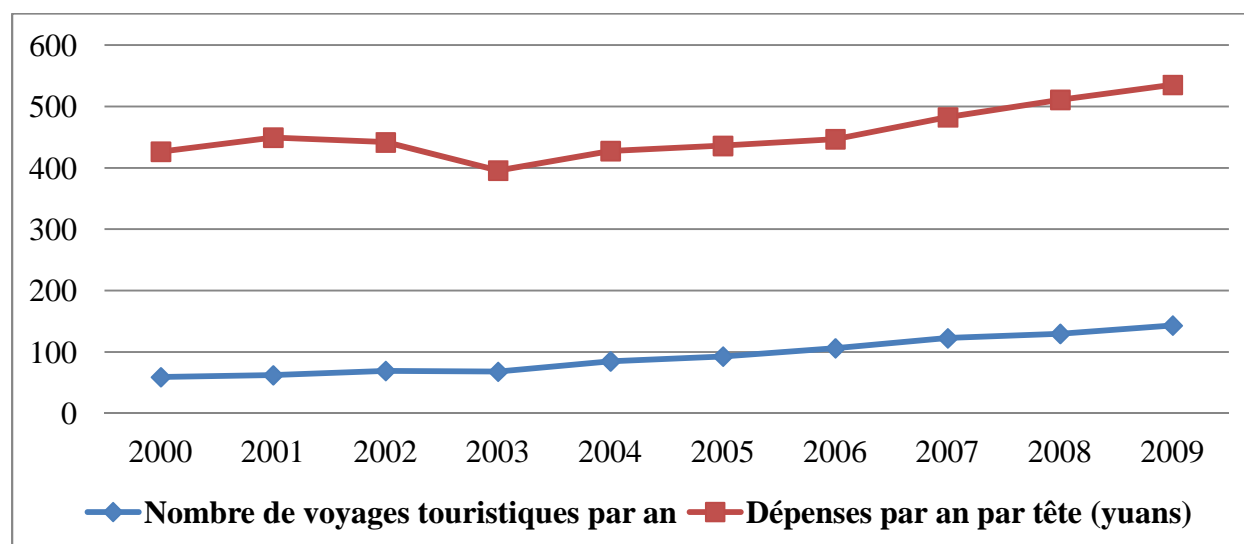
La consommation touristique concerne davantage les urbains que les ruraux, notamment en termes de dépenses. Nous disposons ci-dessous (tableaux 8 et 9 ; graphique 3) les chiffres de ce que représentent les touristes (en termes de flux) urbains et ruraux. Ces chiffres issus des outils statistiques officiels sont parfois surestimés ou contradictoires.

Catégorie de touristes	Déplacements touristiques (centaine de millions)	Dépense totale (centaine de millions de yuans)	Dépense par habitant (yuans)
<b>Citadins</b>	10,56	9 403,81	883
<b>Ruraux</b>	10,38	3 175,96	306
<b>Total (national)</b>	21,03	12 579,77	598,2

**Tableau 8 – Les déplacements et dépenses touristiques des urbains et ruraux en 2010.**

Source : Livre vert du tourisme en Chine (2011) : analyses et prévisions, [2011 nian, zhongguo lüyou fazhan fenxi yu yuce, lüyou lüpushu], tableau n°1, page 81.

Ces chiffres montrent l'augmentation importante du nombre de voyages dans une année. Ces derniers dépassent la centaine en 2006. Aussi, les dépenses par voyage en moyenne n'augmentent que peu.



**Graphique 3 – Déplacements et dépenses par habitant (2000-2009).**

Source : Livre vert du développement des loisirs en Chine (2010) [2010 nian zhongguo xiuxian fazhan baogao, xiuxian lüpushu], tableau n°3, page 81.

Si les dépenses moyennes par voyage se stabilisent autour de 500 à 600 yuans par tête, les motifs de voyages se divisent en trois grandes catégories (voyage, les loisirs de vacances et visites à la famille et aux amis). Nous reprenons les données de documents officiels et de travaux universitaires proposant l'évolution des motifs de voyages entre 2005 et 2009. Ces données sont issues de la compilation d'enquêtes menées par les administrations centrales.

Année	Zone	Tourisme (voyage)	Loisir de vacances	Visite à des amis/à la famille	Total
2005	Urbaine	48	19, 70	23, 70	91, 40
	Rurale (1 jour)	Visites de loisir 24, 47		37, 20	61, 67
	Plus d'une nuitée	13, 33	3, 65	60, 36	77, 34
2006	Urbaine	44, 90	18, 50	23, 80	87, 20
	Rurale (1 jour)	Visites de loisir 21, 11		40, 30	61, 41
	Plus d'une nuitée	11, 07	3, 31	64, 38	78, 76
2007	Urbaine	42, 60	20, 60	23, 40	86, 60
	Rurale (1 jour)	Visites de loisir 23, 49		38, 15	61, 64
	Plus d'une nuitée	11, 47	3, 24	64, 61	79, 32
2008	Urbaine	42, 80	21, 90	22	86, 70
	Rurale (1 jour)	Visites de loisir 22, 88		37, 74	60, 62
	Plus d'une nuitée	12, 50	3, 71	64, 26	80, 47
2009	Urbaine	27, 30	24, 90	36, 70	88, 90
	Rurale (1 jour)	Visites de loisir 7, 13		7, 57	14, 70
	Plus d'une nuitée	8, 01	4, 10	66, 64	78, 75

**Tableau 9 – Objectifs de voyage touristique du tourisme intérieur chinois (2005-2009) (en %).**

Sources : Livre vert du développement des loisirs en Chine (2010), [2010 nian zhongguo xiuxian fazhan baogao, xiuxian lübishu], tableau n°4, page 83.

Nous notons une augmentation sensible des séjours courts dans les campagnes, un maintien de l'utilisation des vacances pour visiter la famille ou des amis. Le voyage touristique en tant que tel (c'est-à-dire plus d'une nuit en dehors du bassin de vie) est très variable. Cependant, le tourisme dans les zones urbaines domine. En 2012, le nombre de touristes chinois a augmenté de 13,5 % par rapport à 2011 et ils ont dépensé près de 2 000 milliards de yuans, environ 10 % des dépenses totales des résidents chinois (World Travel and Tourism Council, 2012).

La multiplication des voyages pose la question de l'appartenance à un groupe socio-économique et de la formation d'une classe de consommateur urbain donnant une « classe moyenne ».

## **2. Formation d'une classe de consommateurs : la visibilité d'« une classe moyenne » ?**

---

La question relative à la « classe moyenne » est devenue le principal sujet d'intérêt des sociologues et de la société en général (Zhou, 2008 : 141 ; et Heo, 2002: 459). La structure sociale a profondément changé suite au début des réformes. À côté des ouvriers et des paysans est apparue, suivant les auteurs, une « nouvelle classe » (*jieji*), une « nouvelle couche » (*jieceng*) ou un groupe à « revenu moyen » (*zhongdeng shouru*).

La Chine abriterait entre 200 et 250 millions de personnes appartenant à la « classe moyenne ». Alors que cette classe moyenne globale est très largement majoritaire dans la population des États occidentaux, elle est encore très réduite en Chine (12 % de la population totale) (Damon, 2013). Cette partie envisage l'analyse de la formation d'une frange de la population chinoise devenue solvable et consommatrice. Le revenu moyen par tête a été multiplié, entre 1980 et 2007, par huit – 350 millions de personnes sont sorties de la pauvreté depuis le début de la politique de réforme en 1978 (Flouzat-Osmont d'Amilly, 2011 : 393). Ceci permet de rendre compte de la sortie de la pauvreté absolue de la population chinoise et la persistance d'une pauvreté, de l'enrichissement relatif d'une catégorie d'urbains et de ruraux, et l'enrichissement net d'une fine couche de la population (Giroir, 2007). Un « processus de stratification sociale » (*shehui cengcihua*) est alors en cours.

### **2.1 Une classe moyenne chinoise : frange de la population urbaine ?**

Trois dimensions sont en général utilisées pour identifier et hiérarchiser un certain nombre de classes : les taux de richesse (revenu), de prestige et de pouvoir détenus. Or chacune de ces dimensions pose des problèmes particuliers, parfois très complexes, à celui qui tente de la mesurer en Chine (Thireau, 2006a : 241). Thierry Sanjuan, propose de cerner la classe enrichie par la propriété. A savoir, un individu doit être propriétaire d'un ou plusieurs logement(s) au prix du marché. Ceci fait référence à la loi sur la propriété du début des années 2000.

L'influence de Max Weber dans les sciences sociales et humaines (sociologie en particulier) va succéder au marxisme dans le milieu des années 1990. À la fin des années 1990, il devient possible de parler d'un phénomène de « consommation de masse » (Davis, 2000), bien que la RPC se réclame encore pour cette période de l'idéologie marxiste-léniniste. Par



ailleurs, ces études se multiplient avec l'augmentation des revenus des urbains et des ruraux (de manière inégale et hétérogène) donnant une amélioration sensible du niveau de vie surtout en ville, et dans les provinces littorales.

### **2.1.1 Analogies et recherche d'une classe moyenne chinoise**

La classe moyenne chinoise correspond à une catégorie d'individus aisés. Environ les deux tiers de la population, soit plus de 800 millions de personnes, forment aujourd'hui une classe sociale pauvre, par opposition aux classes moyenne et riche en émergence (The World Bank, 2005). Selon la Banque mondiale, environ « 135 millions de Chinois vivent avec moins d'un dollar par jour » (Lucotte, 2009 : 4). La définition statistique chinoise retient les ménages dont les revenus annuels sont compris entre 60 000 et 500 000 yuans<sup>20</sup>. Ce groupe est vaste et donc assez hétérogène en termes de revenus disponibles. Cette ampleur varie selon les critères retenus. Le critère professionnel regroupe 16 % des Chinois. 35 % correspondent au niveau de consommation. Le revenu annuel regroupe 25 % des Chinois.

Enfin, le critère du sentiment d'appartenance à la « classe moyenne » rassemble 47 % des Chinois. Les sociologues chinois croisent ces différents critères et arrivent à 4 % des Chinois appartenant à cette nouvelle classe (Zhou, 2008 ; Li, 2008). L'idée de classe moyenne est donc très différente selon les sources et les critères d'évaluation. Par là-même, il n'y a pas de groupe social homogène. Dans les années 1990, d'une part l'économie privée s'est développée, d'autre part la réforme des entreprises publiques a abouti à une croissance du nombre d'emplois qualifiés donnant naissance à une classe moyenne hybride (Rocca, 2008 : 35). La nouvelle dite « classe moyenne » est différemment perçue par le gouvernement au tournant des années 1990. Il voit en elle un facteur de croissance, de modernisation et de stabilité sociale qui pourraient stimuler la construction d'une société ovale ou en ballon de rugby (*ganlanqiu*), plutôt qu'une société en tête d'oignon (*yangcongrou*) (Zhou, 2008).

#### *- La classe moyenne selon les sciences sociales en Chine*

Il est difficile de définir les classes moyennes. La sociologie chinoise tente de définir une classe moyenne chinoise. Cependant, plusieurs difficultés dans la définition même d'un corps social dans une société qui ignorait l'idée de classe voient le jour. Les théories de la consommation de la classe intermédiaire sont constituées à partir de : théorie de la consommation de mode de Simmel ; de théorie de la consommation du paraître par Veblen ; concept d'une consommation « guidée par l'autre » de Riesman ; théorie de la consommation

---

<sup>20</sup> Cette définition et ces chiffres sont issus d'une étude réalisée par le Bureau National des Statistiques, en 2005, auprès de 263 000 foyers de la Chine urbaine. Cette étude retenait le revenu comme seul critère pour définir la classe moyenne.

emblématique et de la société de consommation de Baudrillard ; "distinction critique sociale" de Bourdieu.

Plusieurs approches se succèdent depuis le milieu des années 1990 afin de définir une frange de la population chinoise s'étant enrichie et étant animée par des valeurs nouvelles. Plusieurs perceptions donnent des définitions différentes. La perception populaire (subjective) de la classe moyenne chinoise est une représentation axée sur les pratiques de consommation, qui dérive majoritairement de la représentation donnée par les médias et les publicistes. Les individus ont le sentiment d'y appartenir du fait de l'image valorisante de cette classe. Pour le gouvernement, le terme de « classe moyenne » a longtemps été rejeté. Il était alors synonyme du nouvel entrepreneuriat qui émergeait dans les années 1980, et est associé à des aspirations politiques contraires au régime communiste.

Le terme de classe moyenne a donc longtemps eu une connotation politique négative, voire subversive. Toutefois, dans les années 1990, quelques sociologues, dont Lu Xueyi<sup>21</sup>, ont démontré que, dans certains cas, la construction d'une classe moyenne est plutôt un facteur de stabilité pour le pouvoir politique (Lu Xueyi, 2005). Selon le champ sociologique, la différenciation entre les travailleurs manuels (cols bleus) et les travailleurs non manuels (cols blancs) est une étape essentielle dans la définition, permettant de séparer la classe ouvrière de la classe moyenne. Sont ajoutés la propriété, le niveau d'étude et le statut. Les sociologues chinois (Zhou, 2008 ; Li, 2008 ; et Chen, 2008)<sup>22</sup> opèrent à un regroupement en quatre catégories de la population chinoise :

1. Les riches (*fuyu*).
2. Ceux de la petite prospérité (*xiaokiang*).
3. Ceux qui ont juste de quoi se vêtir et se nourrir (*wenbao*).
4. Ceux en difficultés (*pinkun*)<sup>23</sup>.

Les rapports entre ces différents groupes sont d'une part marqués par un écart croissant entre eux, et par une difficulté forte à passer d'une catégorie à l'autre (trajectoire ascendante). En complément de ces catégories, nous rassemblons ici la stratification élaborée par l'Académie des sciences sociales (Lu, 2002 cité dans Rocca 2008 et 2010 ; Zhou, 2008). Les

---

<sup>21</sup> Lu Xueyi et al., 2010, *Social Mobility of Contemporary China*, Research Group for social Structure in Contemporary China, Institute of Sociology of the Chinese Academy of Social Science. Lu Xueyi est ancien directeur de l'Académie des sciences sociales de Chine.

<sup>22</sup> Les critères regroupent : le revenu, qui doit être relativement haut et stable. L'emploi, qui doit être un emploi non manuel. L'éducation, qui doit être une éducation assez élevée (universitaire). Enfin, la consommation doit montrer un certain pouvoir de s'octroyer un certain niveau de consommation et un niveau de vie confortable (voyages, loisirs, automobile).

<sup>23</sup> La population la plus démunie est aussi qualifiée de masse des faibles (*ruoshi qunti*).

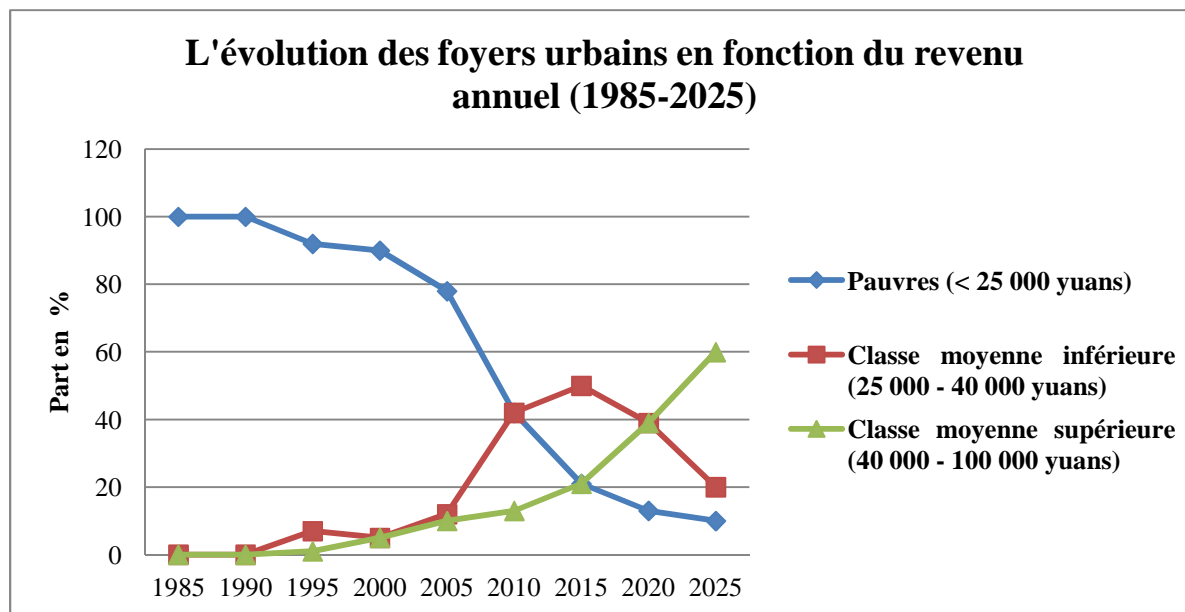
sociologues y distinguent dix groupes. 1. Les administrateurs des organismes sociaux et étatiques. 2. Les gestionnaires désignent les responsables d'entreprises ou d'organismes publics. 3. Patrons d'entreprises privées des niveaux inférieurs de la société. 4. Les techniciens des entreprises, organisme d'État et du Parti. 5. Le personnel administratif ou col blanc de niveau inférieur. 6. Les entrepreneurs individuels seuls ou avec leur famille n'employant pas ou peu de personnel. 7. Employés du commerce (urbains). 8. Travailleurs (ouvriers et travailleurs migrants). 9. Les paysans. 10. Les « sans-travail » (chômeurs, même ceux qui travaillent par intermittence).

Pour la première fois en 2002, lors de la 16e conférence du PCC, le gouvernement a rendu publique sa volonté de favoriser le développement d'une « classe sociale à moyen revenu ». Le taux de croissance de la classe moyenne sera ensuite de 1 % par an, soit 7,7 millions de personnes en plus chaque année. Li Peilin, a développé quant à lui un index composé de trois critères : le revenu, le niveau d'éducation et l'occupation. Il établit la classe moyenne à 25,8 % de la population.

Malgré les difficultés pour définir une classe sociale en formation et incertaine, la Chine a vu émerger une classe de consommateurs urbains importante (en termes absolus) en une génération, là où les autres régions du monde ont mis le double voire plus pour opérer ce changement économique et social (Angeloff, 2010 : 99). Un sentiment d'appartenance commune des couches moyennes se manifeste lors de mouvements de protestations qui restent encadrés par le système administratif étatique.

### ***2.1.2 Combien de consommateurs potentiels ?***

Mesurer la classe moyenne est incertain. Cerner la consommation, en particulier la consommation des ménages en matière de loisirs peut aider à la compréhension de l'enrichissement de groupes sociaux. Les statistiques montrent clairement que la consommation est plus importante chez les ménages urbains. La pratique des loisirs est d'abord et surtout une affaire de citadins (Dumazedier, 1966 ; Pinol, 1992 ; Bourillon, 2000 ; Delattre, 2000).

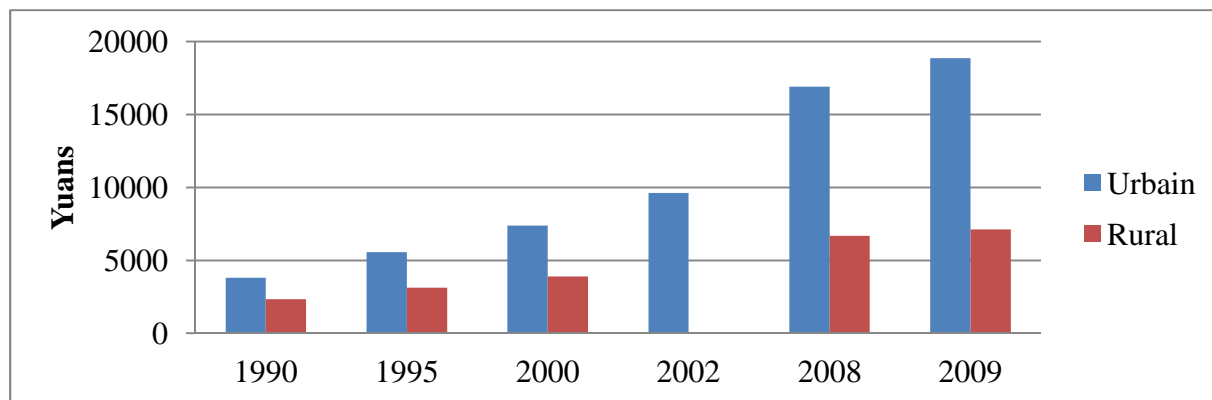


**Graphique 4.**

Sources : D. Farrell, U. Gersch, E. Stephenson, « The Value of China's emerging middle class », *The McKinsey Quarterly*, 2006 Special Edition. Lisa Chassin, 2011, *Les caractéristiques et enjeux de l'émergence de la classe moyenne chinoise : vers l'édification d'un nouveau profil chinois*, Mémoire de recherche sous la direction de Danielle Cabanis, IEP de Toulouse, 127 pages. Zhou Xiaohong et Qin Chen, « Globalization and China's Middle Class », dans Li Cheng (dir.), *China's Emerging Middle Class*, Brookings Institution, 2010. Kharas Homi, 2009, *The Emerging Middle Class in developing countries*, OCDE, Working Paper, n°285, 61 pages.

Le graphique 4 (qui comporte une partie prospective 2016-2025) montre différentes phases d'une nouvelle stratification sociale des ménages urbains. D'abord, la masse des pauvres urbains (seuil de moins de 25 000 yuans par an) a constamment diminué depuis 30 ans. En même temps, la frange dite de la « classe moyenne inférieure » (25 000 à 40 000 yuans par an) augmente fortement jusqu'en 2015 et « doit » selon les prospectives diminuer pour être secondée par une population urbaine plus riche (jusqu'à 100 000 yuans par an). Cette dernière catégorie représente 20 % de la population urbaine chinoise. Le nombre de Chinois dont le revenu annuel supérieur à 35 000 dollars va tripler d'ici à 2022 et approcher 80 millions.

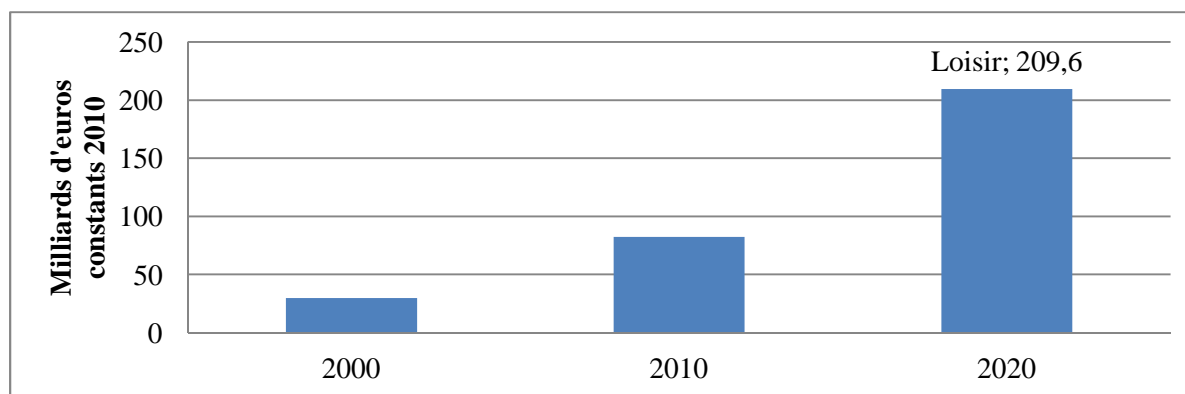
La population décrite formant la classe moyenne est très concentrée dans les provinces côtières et se caractérise par un pouvoir d'achat augmenté, permettant des habitudes de consommation et d'équipement distinctifs. La consommation des ménages est encore loin de jouer un rôle moteur dans l'économie chinoise. Cependant, il apparaît que sur certains domaines spécifiques (santé, tourisme, transport et télécommunication, automobile et certains équipements du foyer et surtout l'habillement), le potentiel de développement est considérable et relativement concentré géographiquement (Mission économique de Chine, 2006 ; Lemoine *et al.*, 2013 ; et DGCIS-CREDOC, 2012). En 2010, la consommation intérieure contribue pour près de 50 % à la croissance nationale.



**Graphique 5 – Le pouvoir d’achat annuel moyen par personne des ménages urbains et ruraux.**

Source : Annuaire statistique de Chine, 2010. N.B. : Les données de l’année 2002 pour les ménages ruraux sont incertaines.

Le pouvoir d’achat des urbains progresse plus rapidement que celui des ruraux. La consommation des ménages s’est fortement accrue, avec toutefois une nette différence entre les urbains et les ruraux. Cette différence apparaît au niveau de la structure de la consommation : le coefficient d’Engel (mesurant la part des dépenses d’alimentation dans les dépenses totales) diminue avec l’augmentation des revenus passant, entre 1978 et 2004, de 57 % à 38 % pour les urbains et de 68 % à 47 % pour les ruraux (Renard, 2006). La part des transports, loisirs, activités culturelles a aussi fortement augmenté pour atteindre, en 2004, 12 % de la consommation des urbains. Les dépenses annuelles des urbains par habitant sont passées entre 1990 et 2007 de 1 279 yuans à 9 998 yuans, parmi lesquelles les dépenses alimentaires sont passées de 694 yuans (54 %) à 3 628 yuans (36 %) (De Spens, 2012 : 47). Les dépenses de consommation individuelles des Chinois urbains ont fortement progressé de la fin des années 1990 à 2010 (8,6 % par an).



**Graphique 6 – Les dépenses de consommation en loisirs des ménages (2000 et projection 2020).**

Source : Zhongguo tongji nian jian, 2010, [Annuaire statistique de Chine, 2010].

Le taux de croissance annuel moyen entre 2010 et 2020 est de 9 %. Selon l'annuaire statistique de Chine en 2010, la part des dépenses de consommation par personne des ménages urbains en éducation, loisirs et culture est de 12 %. Il est de 10 % concernant le logement, 36,5 % pour l'alimentation, 7 % pour la santé, 13,7 % pour les transports et communications.

## 2.2 La classe de consommateurs dans la région d'étude

La société chinoise est régulièrement décrite comme une société de consommation sans consommateur, connaissant un taux d'épargne parmi les plus élevés au monde<sup>24</sup>. Cependant, la sortie globale de la pauvreté et l'ascension sociale d'une frange (en valeur relative) de la population donnent des inégalités socio-spatiales profondes qui se répercutent dans les profils de consommation<sup>25</sup>. Une certaine « révolution consumériste » (Croll, 2006) a établi de nouvelles catégories de biens, de nouveaux modèles d'achat, de nouvelles techniques de vente, et un nouveau symbolisme marchand.

Nous montrons ici les profils des populations enquêtées et leur position dans les strates de la population chinoise. Ceci révèle que la grande majorité des populations de l'enquête (touristes) sont des urbains plutôt aisés, voire très aisés. Aussi, une forte majorité des touristes appartiennent à une clientèle régionale. Autrement dit, les touristes venues de provinces en dehors du delta sont très peu représentées.

---

<sup>24</sup> Entre 2003 et 2008, le taux d'épargne est passé de 41 % à 50 % du PIB. Ceci traduit un fort sentiment d'insécurité et pousse les Chinois à épargner. Ils anticipent l'achat d'un bien immobilier, des frais de santé et d'éducation pour la génération suivante. La faiblesse des dépenses publiques est un facteur important pour l'épargne. Le taux d'épargne chinois est traditionnellement important. Aujourd'hui, les ménages de la classe moyenne sont les premiers épargnants de la planète, avec près de 40 % de leur revenu mis de côté (à titre de comparaison, le taux d'épargne américain est de 3%) (Desjeux et Garabua-Moussaoui, 2010). De récents travaux d'économistes chinois apportent un démenti à ce constat (Lemoine *et al.*, 2015). Ils montrent que le déséquilibre entre consommation et investissement est essentiellement dû à des incohérences statistiques. Ils considèrent que la consommation totale en Chine est fortement sous-estimée. En 2009, son poids dans le PIB serait plus proche de 60 % que du chiffre officiel de 49 %, et que ce poids est stable depuis le début des années 2000. Celle des ménages serait, elle, de 50 % et non de 35 % du PIB. L'erreur viendrait : (1) de la mauvaise évaluation des dépenses de logement qui n'attribue pas de loyers fictifs aux propriétaires occupants ; (2) de la non comptabilisation des rémunérations « en nature » versées par les entreprises (voitures, voyages, banquets) dans la consommation des ménages ; (3) de la très forte sous-estimation des revenus des catégories les plus aisées, donc de leurs dépenses de consommation.

<sup>25</sup> S'il est admis que tous les citoyens chinois n'ont pas tiré le même profit des réformes, reconnaître la nature et l'importance des nouvelles inégalités n'est pas non plus sans conséquence sur le plan politique, d'où le caractère à la fois peu fiable et volontiers normatif de la plupart des enquêtes menées sur la stratification sociales. La montée des inégalités au sein de la population citadine comme de la population rurale, mais aussi entre les régions et entre les sexes, alimente ainsi le nombre de controverses portant à la fois sur les critères de mesure pertinents et l'interprétation des résultats obtenus.

### 2.2.1 Les profils économiques des populations du delta du Yangzi

Le tableau (10) ci-dessous rassemble le salaire annuel moyen par province, ainsi que le montant des revenus disponibles par an et par habitant et les dépenses.

	Zhejiang	Anhui	Jiangsu	Shanghai	Chine
<b>Salaire annuel moyen (2012) en yuans</b>	34 550	16 082	50 639	78 673	46 769
<b>Revenus disponible/an/hab.</b>	28 751	-	32 869	43 851	18 311
<b>Dépenses de consommation/an/hab.</b>	14 645	11 005	17 575	28 155	12 746

**Tableau 10 – Revenus et dépenses dans les provinces de l'enquête.**

Sources : Ubifrance Jiangsu-Chine, 2014 ; Ubifrance Zhejiang-Chine ; Ubifrance Anhui-Chine ; Ubifrance Shanghai-Chine et Annuaire Statistique de Chine, 2013.

Shanghai possède le revenu disponible par habitant le plus élevé de Chine. Les loisirs et éducations représentent 14,2 % des dépenses des Shanghaiens derrière l'alimentation (36,7 % en 2012) et les transports et communications (17,4 % en 2012). En 2012, 35,4 % des dépenses des ménages étaient consacrées à l'alimentation, 14,3 % au transport et aux communications, et 16,4 % aux loisirs et à l'éducation. La province du Jiangsu est suivie de près par le Zhejiang. Enfin, l'Anhui est en position asymétrique en termes de revenus et de dépenses. La part des populations touristiques montre qu'ils voyagent moins et dépensent moins que leurs voisins du Jiangsu et du Zhejiang.

	Population urbaine (revenu 12 500 – 25 000 yuans/an)	Population urbaine (revenu > 25 000 yuans/an)
<b>Shanghai</b>	6,5 millions (soit 36 %)	6 millions (soit 35 %)
<b>Zhejiang</b>	9,8 millions (soit 39 %)	8 millions (soit 3 %)
<b>Jiangsu</b>	13 millions (soit 34 %)	5 millions (soit 15 %)
<b>Anhui</b>	7 millions (soit 31 %)	1,5 million (soit 3 %)

**Tableau 11 – Proportion de la population urbaine et revenus en 2004.**

Sources : BNS et enquêtes nationales, 2004.

Ces chiffres renseignent sur la composition de la population de la région d'étude. La grande majorité de la population est enregistrée avec population urbaine<sup>26</sup>. Par ailleurs, la région du delta du Yangzi rassemble les populations parmi les plus aisés de Chine.

<sup>26</sup> La définition de la population urbaine est administrative (Antier, 2005) et somme toute, arbitraire ; d'ailleurs, sa mesure de la population urbaine dépend fondamentalement des méthodes de définition de la population non

Nous devons désormais exposer la composition des individus enquêtés (origine géographique, profil socio-économique).

### 2.2.2 Profils socio-économiques des touristes de l'enquête

Les informations recueillies à l'aide des questionnaires semi-directifs permettent d'élaborer des profils socio-économiques dans la continuité des statistiques présentées plus haut.

- Une clientèle régionale dominante

Le tableau 12 rassemble le profil socio-économique des touristes de l'enquête.

Province	Part des touristes de l'enquête (%)	Part des revenus (< 12 000 yuans) (%)	Part des revenus (12 000 – 30 000) (%)	Part des revenus (30 000 yuans – 40 000) (%)	Part des revenus (> 40 000) (%)
Shanghai	34	5	15	32	48
Jiangsu	32	6	24	25	45
Zhejiang	31	7	25	29	39
Guangdong	1	0	0	0	100
Tianjin	0,5	0	0	0	100
Pékin	0,4	0	0	50	50
Shandong	0,4	0	0	100	0
Henan	0,3	0	0	100	0
Anhui	0,2	0	50	50	0
Hong Kong	0,2	0	0	0	100

Tableau 12 – Part des individus en fonction du revenu.

La composition des individus des enquêtes montre une prédominance d'une clientèle régionale (ou *intra-régionale* en correspondance avec la notion *extra-régionale*)<sup>27</sup>. La grande majorité des individus enquêtés sont originaires des provinces de la région d'étude : 34 % de Shanghai, 32 % du Jiangsu et 31 % du Zhejiang. Nous avons également récolté des questionnaires dont les individus provenaient de provinces plus éloignées (Pékin, Shandong

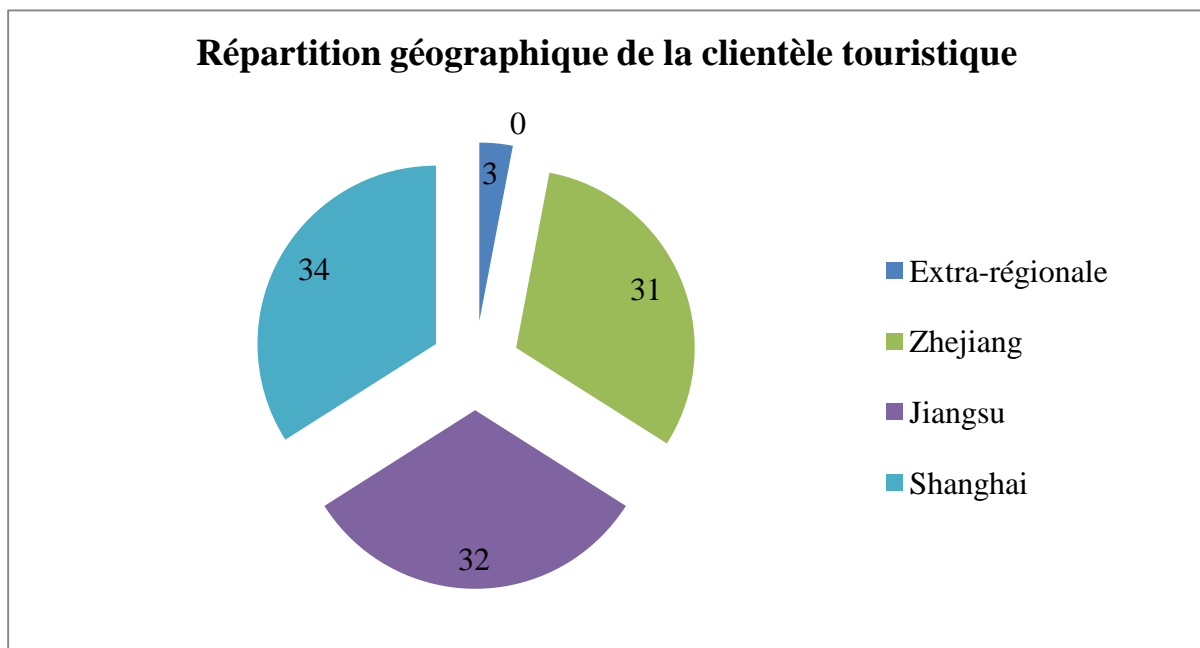
urbaine. Concernant les espaces périphériques des villes, la distinction et l'identification de population urbaine sont difficiles. Qui est urbain ?, qui est rural ? Les populations urbaines et rurales sont cloisonnées dans un système administratif remontant à la période maoïste. En 1958, après un an d'essai dans les provinces chinoises, un système d'enregistrement de résidence est mis en place, fixant les populations sur leur lieu de naissance (ville ou district rural). Le caractère « rural » d'un individu ne renseigne pas seulement sur son lieu de résidence ou son mode de vie. Il définit surtout son statut administratif. Le système binaire urbain/rural et agricole/non agricole donne lieu à une répartition de la population en quatre catégories. Il y a la population rurale agricole (*xian de nongye renkou*) ; la population rurale non agricole (*xian de fei nongye renkou*) ; la population urbaine non agricole (*shizhen de fei nongye renkou*) ; la population urbaine agricole (*shizhen nongye renkou*) (Attané, 2002 : 356 et 387).

<sup>27</sup> Nous considérons ici la clientèle régionale comme la population regroupant les individus originaires et/ou résidants dans les provinces du delta du Yangzi. Nous ne faisons pas figurer la très faible part des 0,2 % d'individus originaires de l'Anhui.



ou encore Henan). Ces derniers sont représentés une très faible part des individus rencontrés. Ils représentent environ 3 % d'individus ayant rempli les questionnaires. Enfin, la faible proportion de touristes originaires de la province de l'Anhui témoigne d'une singularité. Ces derniers sont compris dans la clientèle intra-régionale. Leur représentativité est quasi nulle contrairement aux trois autres entités politiques que sont le Zhejiang, le Jiangsu et Shanghai. Ces populations voyageaient en petit groupe sont retraités ou travaillent dans la fonction publique chinoise.

Graphique 7.

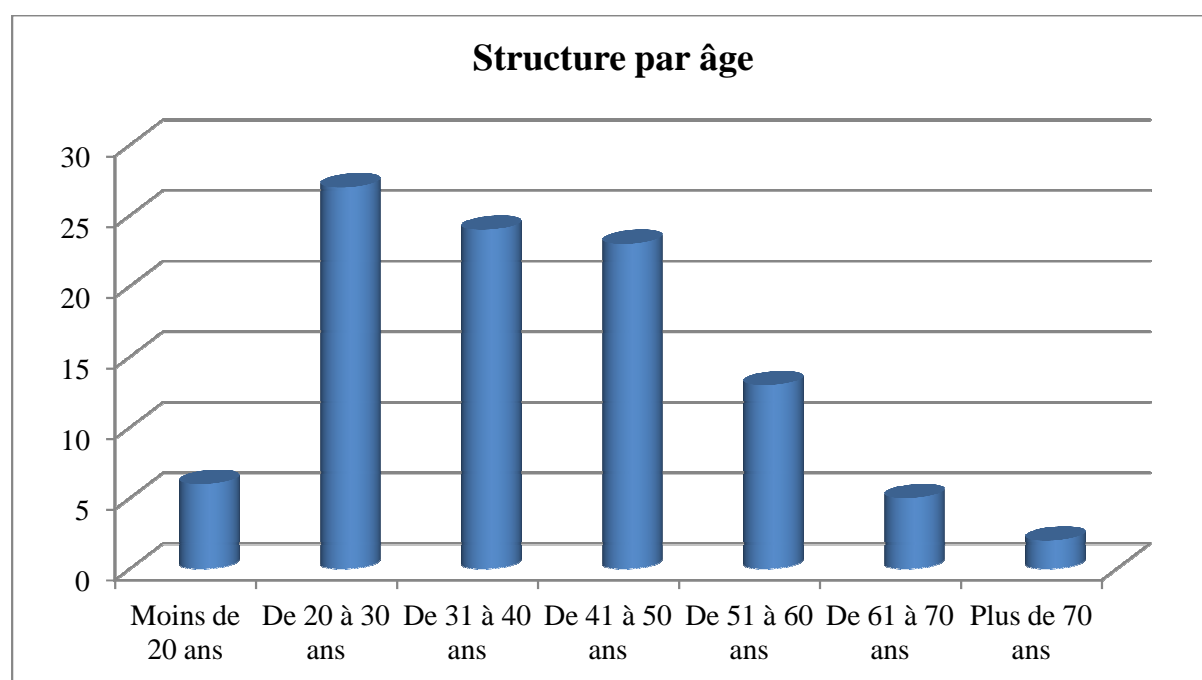


La part des individus ayant un emploi dans une entreprise familiale (*getihu*) domine dans la catégorie des individus provenant du Jiangsu et du Zhejiang. La part des employés dans une entreprise (*qiye zhigong*) est également importante (24 % pour le Jiangsu, 22 % pour le Zhejiang et 15 % à Shanghai). Les personnels fonctionnaires (*gongfu yuan*) et d'institutions publiques (*shiye danwei gongzuo ren yuan*) représentent respectivement 12 % et 11 % à Shanghai ; 8 % et 6 % au Jiangsu, et 5 % et 18 % au Zhejiang.

	Shanghai	Jiangsu	Zhejiang	Guangdong	Tianjin	Pékin	Shandong	Henan	Anhui	Hong Kong
Fonctionnaires	12	8	5	5	2	-	-	-	50	-
Personnels d'institutions publiques	11	6	18	2	98	50	-	-	-	100
Employés d'entreprise	15	24	22	-	-	-	-	-	-	-
Entreprises familiales	19	39	26	93	-	-	100	100	50	-
Retraités	16	8	13	-	-	50	-	-	-	-
Enseignants	10	2	8	-	-	-	-	-	-	-
Étudiant	14	11	8	-	-	-	-	-	-	-
Militaires	1	-	-	-	-	-	-	-	-	-
Autres	2	1	-	-	-	-	-	-	-	-

**Tableau 13 – Part des individus selon la profession/occupation (en %).**

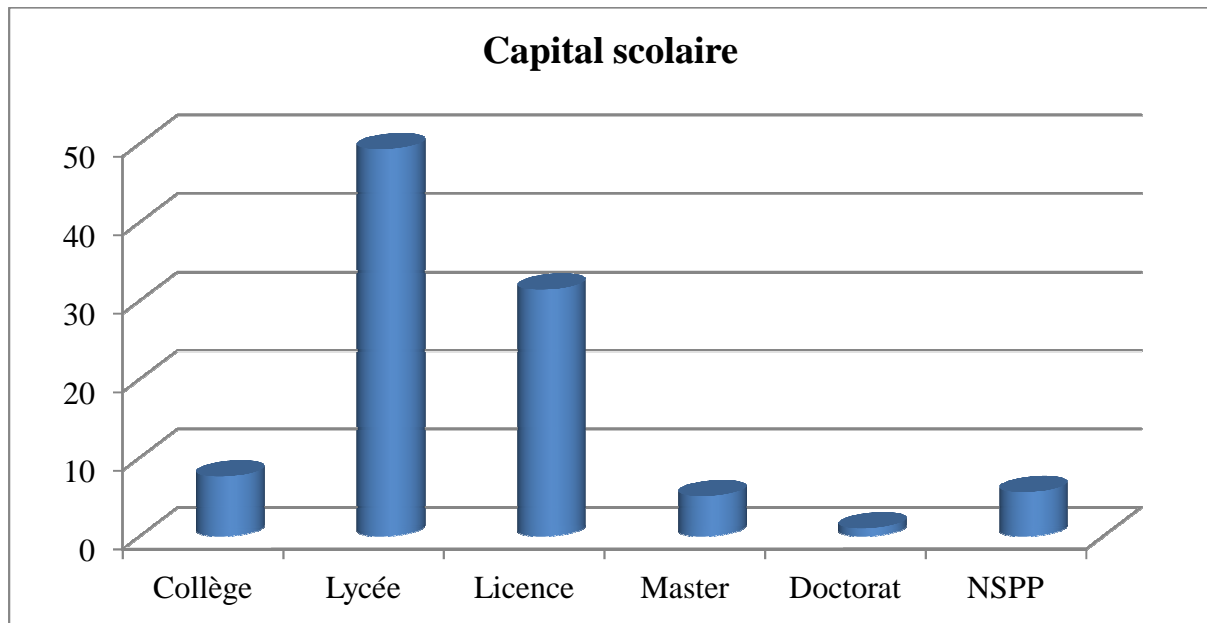
Aussi, les populations retraitées (*li tuixiu renyuan*) sont bien représentées (16 % à Shanghai, 8 % au Jiangsu et 13 % au Zhejiang). Enfin, nous avons pu suivre plusieurs groupes d'étudiants voyageant dans la région : 14 % à Shanghai, 11 % au Jiangsu et 8 % au Zhejiang.



**Graphique 8 – Stratification par âge des individus des enquêtes (en %).**

Les populations de l'enquête par questionnaires sont concentrées sur les tranches d'âge des 20-50 ans. En effet, ces classes représentent plus de 70 % du volume total d'individus ayant

répondu aux questionnaires. Aussi, les populations plus âgées ne sont pas écartées et représentent environ 15 % des individus.



**Graphique 9 – Stratification par niveau d'éducation des individus des enquêtes (en %).**

Le capital scolaire des populations est polarisé par un niveau lycée (plus de 40 %) et licence (environ 30 %). Ce dernier est corrélé aux populations étudiantes et jeunes actifs diplômés).

Après avoir décrit les profils des populations, nous nous interrogeons sur la place de l'individu dans l'État autoritaire et la contradiction entre affirmation d'une classe de consommateurs et la nature du régime politique.

### **2.3 Le dilemme de « la classe moyenne » et de l'individu dans l'État autoritaire**

Les décennies maoïstes ont laissé une empreinte profonde quant à la conception de l'individu. Comme dans tout totalitarisme, l'individu y était nié. Le relâchement du contrôle social et la régulation renouvelée des rapports entre l'État et la société permettent à la vie civile de s'émanciper du système politique (Holzman, 2010 ; et Holzman et Chen, 2010). Les deux questions – celle de l'État et celle de l'économie – sont encore séparables aujourd'hui. Ce qui explique, pour partie, le fait que « la question politique n'explose pas » (Chevrier, 2012 : 34). Une situation d'a-politisation, d'impossibilité de passer au politique marque fortement le corps social.

Le développement en continu de l'économie et l'augmentation du rôle du marché, ainsi que l'élargissement du secteur tertiaire participent pleinement aux conditions de la formation de la classe moyenne. La diversité culturelle et le passage à une éducation des

masses marquent la nouvelle classe moyenne, fournissant les bases culturelles et de nouveaux repères dans la société. Poussée par un besoin de consommation, réprimé dans la période des trente premières années du régime, la société a adhéré aux nouvelles normes économiques visant à une amélioration des conditions de vie par une augmentation de ce dernier, surtout dans les provinces littorales, en particulier dans les villes.

La population urbaine gagne en autonomie dans sa vie quotidienne. C'est bien celle-ci qui change profondément depuis trente ans. La libre consommation constitue une émancipation de la relation tutélaire qui, à l'exception des cadres, « liait tout citoyen à l'État par l'intermédiaire de son unité de travail » (Angeloff, 2010 : 79). Il y a une sortie assez brutale (par sa rapidité) de l'homogénéité des modes de vie (habillements, loisirs, modes de transports). Le tourisme participe au renouvellement des valeurs pour une frange de la population (urbaine et rurale). S'il est synonyme de liberté, il ne peut se déployer que dans un cadre tracé par une idéologie contrôlée et centralisée à Pékin, au risque d'être l'objet de mouvements subversifs remettant en cause le régime et les réformes à l'origine du tourisme. La marge de liberté dont jouissent les individus à l'intérieur d'un cadre défini par le Parti contribue à garantir la pérennité de ce cadre : en donnant aux « citadins l'impression de bénéficier d'un espace d'expression et de liberté, elle améliore leur satisfaction, ce qui renforce la stabilité du système » (Li et Monteil, 2006 : 108).

Le relâchement du contrôle social ainsi que la régulation renouvelée des rapports entre l'État et la société permettent à la vie civile de s'émanciper du système politique. Dans ce sens, Habermas (1993) désigne comme « sphère publique », l'apparition et la croissance de la classe moyenne. La libéralisation économique rencontre un élan d'autant plus fort que la modernisation politique du système semble être impossible. En ce sens, la trajectoire entamée se distingue de celle promue par l'Occident, en tout cas à travers l'idée de démocratie (Angeloff, 2010 ; Zhou, 2008).

La forme même de l'État et du PC<sup>28</sup> (environ 80 millions de membres) permet d'empêcher la constitution durable d'un champ oppositionnel déclaré (même s'il coexiste avec quantité d'activités en principe interdites) (Chevrier, 1996 : 703). Zhou Xiaohong et Qin Chen (2010) en viennent à considérer la classe moyenne chinoise comme très duelle, dans le sens où elle se pose à l'avant-garde des pratiques de consommation, mais qu'elle est plutôt arrière-garde quand il s'agit de politique. Aussi, le manque de valeur commune, qui forge

---

<sup>28</sup> Le PC a connu des mutations importantes au cours de la décennie 1990. Les trois représentativités ont participé à l'augmentation du nombre d'hommes d'affaires nommés à l'Assemblée nationale populaire et à la Conférence consultative politique du peuple chinois (Rocca, 2010 ; et Li, 2008).

l'appartenant de classe, est significatif de l'inexistence d'un corps social homogène. En cela, la non unicité de « la classe moyenne » est éloquent. Les chances d'ascension sociale, qui ne sont pas égales, qui sont aussi souvent illusoires, et très individuelles, n'encouragent pas la prise de conscience horizontale d'intérêts communs dans de nouveaux groupes sociaux (Tyl, 2010 : 60).

Yves Chevrier considère que les réformes économiques post-maoïstes sont en réalité une phase de la construction de l'État moderne chinois post-impérial, et désormais post-révolutionnaire, on ne peut manquer de conclure qu'à ce stade le clivage historiquement significatif n'intervient pas entre le système bureaucratique<sup>29</sup> subsistant et la nouvelle bourgeoisie, mais entre l'État et lui-même (Chevrier, 2012 : 34).

De par la nature du régime autoritaire, l'État ne peut que répondre partiellement aux aspirations nouvelles et nombreuses de la société chinoise. Il y a dans la nature même du mode de gouvernance une limite à l'épanouissement du processus touristique. Le touriste comme agent majeur de l'affirmation d'une demande renouvelée est restreint à ne pas consommer touristiquement un produit défendu par l'État-parti. Les revendications sont dès lors encadrées, calibrées et larvées. Ces frustrations feront du tourisme en Chine, un processus unique, inconnu dans les sociétés occidentales, et ne favoriseront pas l'apprentissage de compétences irremplaçables pour la maturation du phénomène.

Dernière condition favorable à la formation d'une classe de consommateur, l'élaboration d'un temps non travaillé est un fait très contemporain. Cette dernière sous partie propose une analyse de ce temps libre nouveau.

### **3. La gestion d'un temps libre nouveau et hors-quotidien**

---

L'apparition d'un temps libre plus important n'est pas le fruit de revendications du corps social chinois. Au contraire, l'État est l'ordonnateur de l'encadrement du temps non travaillé<sup>30</sup>. Il est le régulateur du double temps de travail/non-travail. L'attribution de ces nouveaux acquis est à situer dans la continuité du lancement des réformes et de la temporalité post-maoïste. La contractualisation du travail par l'établissement d'un nouveau droit du travail depuis la fin des années 1980 vise à sortir de l'ère des trente premières années du régime et de

---

<sup>29</sup> Yves Chevrier fait référence à Étienne Balazs, auteur de *La bureaucratie céleste*. Spécialiste de l'époque des Song (X-XIIe siècle), il nous montre que l'apparition de phénomènes caractéristiques de « l'essor d'une économie commerciale, comme les phénomènes d'accumulation, de spécialisation, d'urbanisation, coïncide aussi avec l'essor de l'État bureaucratique chinois » (Chevrier, 2012 : 31).

<sup>30</sup> L'octroi de congés payés est une condition nécessaire mais non suffisante au développement de la pratique touristique. L'État a accompagné et encadré cet accès au tourisme. Cet encadrement du temps libre est un acte politique ancien où l'encadrement des loisirs se double d'un encadrement du tourisme.

moderniser le pays<sup>31</sup>. La régulation de la journée (de travail), puis de la semaine et enfin de l'année a donné de nouveaux marqueurs temporels. L'objectif est la (re)construction d'un espace-temps collectif nouveau, pour une société (des réformes) nouvelle.

### 3.1 L'encadrement du temps libre et nouveau calendrier chinois

Le développement du tourisme chinois est contemporain de la réforme sur la durée du temps de travail de l'instauration de jours de congé. L'État va dans le courant des années 1990 entamer une série de réformes du travail et de l'organisation du temps de travail. Ces réformes sont dans le prolongement des réformes économiques et sociales de 1978-1979. Elles sont contemporaines de la relance des réformes en 1992 où la Chine expérimente une période d'urbanisation accrue et de transition accélérée vers le capitalisme.

En 1995, la durée légale du temps de travail hebdomadaire passe de 44 à 40 heures. En 1999, le leadership chinois décide d'instituer trois jours de congé sur l'année : la fête du Printemps, correspondant au premier jour du Nouvel an dans le calendrier chinois ; la fête du Travail ; le 1<sup>er</sup> mai ; et la fête Nationale du 1<sup>er</sup> octobre. Ces trois périodes sont toutes des saisons touristiques de pointe. Les Chinois les appellent les « semaines en or », *huangjinzhou*<sup>32</sup> (Liao *et al.*, 2009).

Le gouvernement envisage également d'instaurer un principe de congés payés minimal basé sur l'ancienneté (5 jours à partir d'un an d'ancienneté, 10 jours après 10 et 20 jours dès 20 ans de carrière). La modification des jours fériés en Chine et les règlements des congés payés chinois ont été adoptés par la 198<sup>ème</sup> réunion du Conseil des affaires d'État le 7 décembre 2007<sup>33</sup>. On a ajouté trois jours fériés traditionnels (les fêtes des morts, des bateaux-dragons et de la Lune), ainsi qu'un jour d'avance pour les vacances du Nouvel an chinois. Ces nouveaux règlements indiquent que les salariés travaillant depuis plus d'un an (entreprise, administration) ont droit aux congés payés.

Plus précisément, pour la longueur de travail de 1 an à 10 ans, 5 jours de vacances annuelles en plus des jours fériés et repos sont statués par la loi. Pour les individus qui travaillent depuis plus de 10 ans, ce sont 10 jours de vacances. Pour ceux dont la durée de

---

<sup>31</sup> Le droit de du travail se réforme et suit une progression nouvelle selon un mouvement de privatisation. « Le mot privatisation (*sirenhua*) est d'ailleurs toujours banni du vocabulaire officiel ; on lui préfère d'autres expressions beaucoup plus neutres sur le plan politique comme réforme de la propriété (*suoyouzhigai*), transfert de propriété à la population (*minyingshua*), ou encore restructuration du système (économique) (*gaizhi*) » (Huchet, 2006 : 174).

<sup>32</sup> Ceci est pris sur le modèle japonais des « Golden Weeks » (Leroi-Gourhan, 2011).

<sup>33</sup> Ces nouveaux règlements ont été mis en œuvre le 1 janvier 2008. Cette nouvelle loi sur le travail a imposé cinq jours de congés payés annuels.

travail est supérieure à 20 ans, ce sont 15 jours de vacances. En outre, si l'employé ne prend pas de congé, l'entreprise doit payer 300 % de salaire pendant le période de vacances.

L'État a produit un nouvel ordre temporel (Viard, 2000). Il est à l'origine d'une réorganisation en profondeur du temps de sa société en instituant des jours fériés venus de l'étranger et en utilisant (des jours voire des saisons) le calendrier traditionnel chinois luni-solaire (*nongli*)<sup>34</sup> (Leroi-Gourhan, 2011). C'est le cas des fêtes additionnelles du *qingming*, *duanwu* ou *zhongqiu*. Aussi, ce calendrier, qui produit des fêtes nationales propres à la Chine (pour se distinguer du reste du monde), intègre des fêtes des enfants, des femmes. Ces dernières ne sont pas des jours fériés, cependant les individus peuvent être l'objet d'un départ touristique au sein d'une école, lycée, d'une entreprise ou d'une caserne.

---

<sup>34</sup> Nous disposons dans les annexes une reconstitution de ce calendrier, dont certaines saisons touristiques correspondent à la mise en tourisme d'espaces ruraux où la floraison forme le motif essentiel des départs.

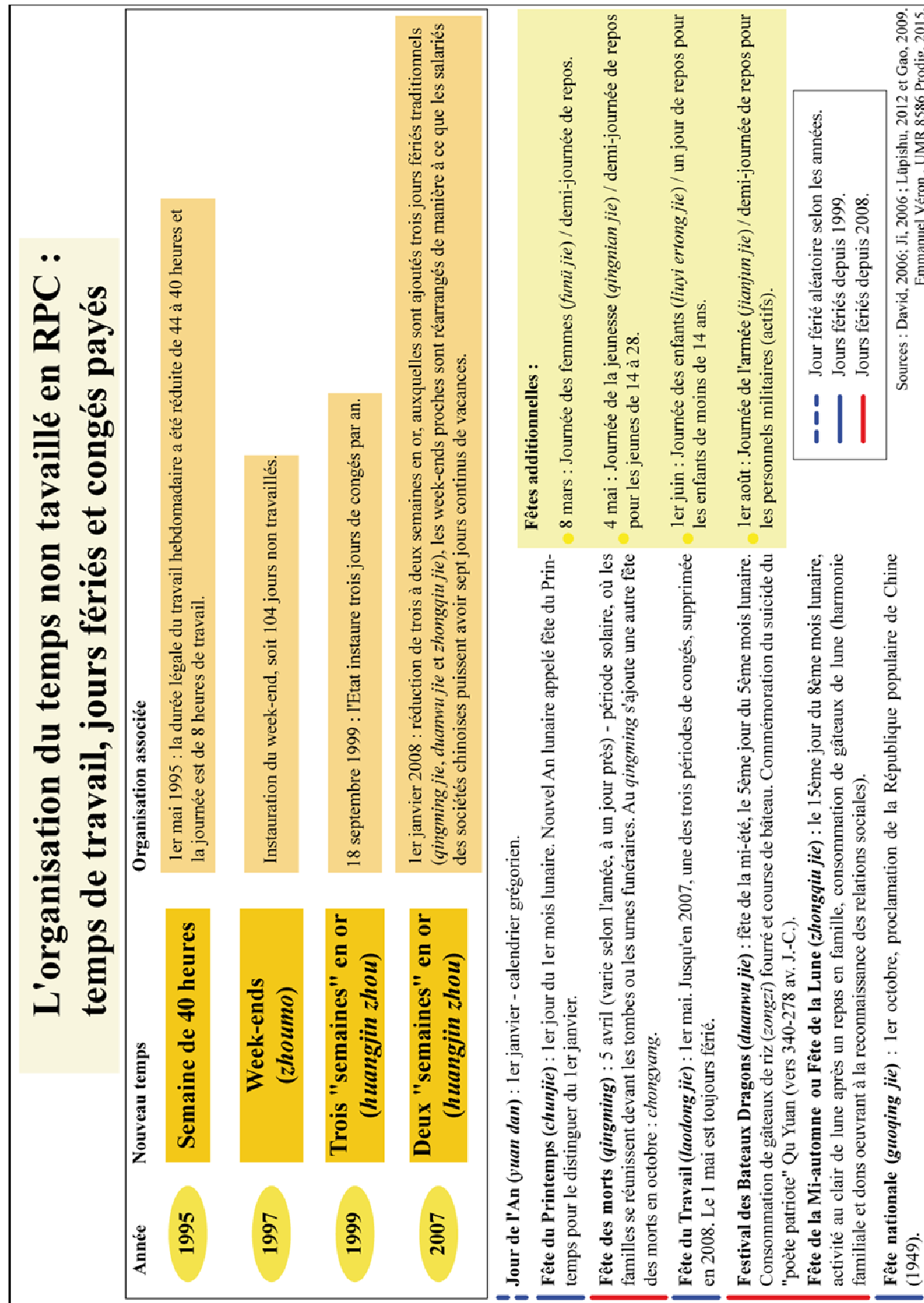


Figure 12.



Au total, le nombre de jours chômés est très hétérogène en fonction de l'âge et du statut. Il y a une dizaine de jours de congé auxquels s'ajoutent les week-ends. Par ailleurs, le droit du travail chinois a en même temps institutionnalisé des jours de congé et un rattrapage des ces jours non travaillés. En effet, chaque année, un calendrier (qui lui-même varie d'une année à l'autre, à un ou deux jours près) des jours chômés et des jours à rattraper est constitué, puis diffusé aux administrations, entreprises. Chaque jour de congé doit être rattrapé sur un week-end (un samedi ou un dimanche). Ces aménagements se sont produits en un temps très court (moins de 20 ans). En fonction de la saturation des transports et des lieux touristiques ou de transit (gares, aéroports), ce calendrier pourrait de nouveau être modifié. Le gouvernement envisage d'assouplir les « semaines en or » et de laisser les gens « décider de leurs périodes de vacances tout en conservant le même nombre de jours chômés » (Zylberman, 2012 : 39).

Les autorités ont dû penser le temps vacant. Ceci s'est fait à travers deux ruptures. La première est contemporaine de l'instauration du nouveau régime en 1949 avec la régulation du temps de travail et des loisirs dans un cadre collectif. Il correspond à une sortie d'un ordre temporel traditionnel (l'empire, la société agraire et le rythme des saisons) pour atteindre une première modernité. Puis, le second correspond à la réflexion sur un temps nouveau de vacances. Ce dernier est en rupture avec l'encadrement des trente premières années du régime. Certes, le temps non travaillé nouvellement accordé à la société trouve son origine dans l'institutionnalisation des vacances par l'État, mais il diffère des modernisations opérées sous Mao par un encadrement plus flexible d'une part et d'un volume plus important d'autre part.

Il s'agit d'un projet de mise en ordre collective du temps. C'est une réorganisation du temps collectif et du rythme de vie par deux continuités (temps privé/temps productif). Le temps « d'avant » est peu à peu mis à distance. Le rythme hebdomadaire ancien est affaibli. Le temps court des congés va conditionner fortement les déplacements touristiques (temps des mobilités). En même temps, ce nouveau calendrier introduit « un renouvellement festif » (Garat, 2005 : 270) qui est à l'origine de motifs touristiques nouveaux.

### **3.2 Le tourisme comme nouvel usage social du temps libre**

Le calendrier de réformes propose une nouvelle notion du temps (Elias, 2014). Le temps est recomposé à travers des bribes de calendrier ancien (temps cyclique) et calendrier grégorien universel (temps linéaire). Le nouveau temps libre va donner « des usages sociaux » (Csergo, 2004 : 17) inédits, marqués par la « fin d'une primauté donnée au lieu de travail » (Decoupigny, 2007 : 594). L'instauration de vacances va provoquer une nouvelle esthétique du temps (Viard, 2000). Ce sont de nouvelles organisations du quotidien et du hors-quotidien

qui polarisent les foyers. La vie quotidienne comme le temps des vacances sont recomposés (Boutonnet, 2009). Les loisirs et les voyages investissent une majorité croissante de jours de congés. Les Chinois consacrent ainsi en moins de deux générations un temps libre plus important à « diversifier les expériences touristiques et de loisirs » (Balivada, 2016 : 55).

Le temps libre reste assez limité. Une concentration des activités et des déplacements touristiques sur les week-ends et les périodes de congés donnent une configuration propre à la Chine. Le tourisme est concentré sur un segment temporel court (une, deux voire trois journées) et dans un espace proche du lieu de résidence. Ainsi, cette double concentration temporelle et spatiale est déterminante pour l'économie, la géographie et la sociologie du tourisme.

L'instauration du temps non travaillé depuis les années 1995 donne de nouvelles polarités et organisations du temps à soi et du temps consacré aux sociabilités. Les individus ont ainsi donné plusieurs témoignages sur le temps libre et la notion de vacances.

#### **Témoignages sur le temps nouveau des vacances et usages sociaux.**

Nous regroupons ici des fragments d'entretiens conduits avec des touristes au sujet de l'instauration des vacances et de leurs usages.

Mme Wu, commerçante à Wujiang (Jiangsu), 2012.

« Les vacances sont récentes en Chine. Ça fait à peine plus de dix années que nous avons des congés. C'est un grand changement pour nous (ma famille et moi). Avant, nous ne faisons que travailler et nous nous retrouvions pour des fêtes traditionnelles en famille. Mais aujourd'hui, nous pouvons partir en vacances et découvrir la Chine. [...] Nous sommes allés en Europe aussi. J'espère voyager dans d'autres pays étrangers. [...] Le week-end, je préfère me reposer de la semaine, si je ne travaille pas ! Sinon, je peux me détendre dans les parcs avec ma famille ».

M. Wang, professeur à Nankin, 2012.

« Ici, le lac Tai a bien changé. Regarder ! Là où nous sommes, c'est la zone de loisirs et de vacances du lac Tai. Il y a vingt ans cette zone n'existait pas. Les vacances sont partout. Nous organisons nos voyages en famille. [...] Quand les congés ont été mis en place, j'étais étudiant. Nous avons alors voyagé à Yangzhou avec mes camarades ».

M. Zhang, patron d'une entreprise individuelle à Suzhou, 2012.

« Avant que le gouvernement nous donne des congés, nous restions à la maison en famille et entre voisins. [...] Il y a une vingtaine d'années, nous ne savions pas comment et où voyager ! Aujourd'hui, nous voyageons beaucoup plus. Nos vies sont incomparables, elles sont meilleures, mais pas encore comme vous en Europe ».

M. Gao, employé dans l'administration, Hangzhou, 2012.

« Nous n'avons pas toujours le temps de partir en vacances pendant les fêtes et jours fériés. En plus, c'est parfois très fatigant. Il y a énormément de Chinois qui voyagent pendant les semaines d'or. Je préfère voyager le week-end ou en semaine. Ces périodes sont moins bondées ».

Le développement massif des vacances et le rôle de plus en plus important du tourisme sont inséparables d'une nouvelle organisation du temps. Le travail et les congés sont les nouveaux marqueurs du temps. Un nouvel espace-temps de la modernité serait donc à l'œuvre. Il serait lié à l'émergence d'une société des loisirs et du tourisme, où la discontinuité temporelle du quotidien est associée au hors-quotidien. Cet espace-temps est un produit d'une société urbaine et technique (Viard, 2000).

Les citoyens chinois deviennent des propriétaires individuels de leur temps. Une articulation nouvelle se produit entre temps de travail et temps libre. En Chine, peu après l'instauration de la semaine de travail de quarante heures, en 1995, paraissait un article du quotidien Pékinois (*Beijing qingnian bao*) intitulé : « congés de deux jours : de l'enthousiasme à la perplexité », dans lequel on montrait le désarroi d'un grand nombre de Chinois. Ils ne savent pas comment occuper leur week-end. Certains disent leur étonnement, pris au dépourvu de cette nouvelle nécessité d'occuper leur temps libre (Papineau, 2000). Défaut d'autonomie comme legs d'un régime qui administrait les heures de loisir au même titre que les heures de travail. L'homme « se finalise en lui-même », par le sens qu'il doit donner à un temps qui se met à lui appartenir, à lui et à lui seul (Viard, 2000). La valeur du temps vacant a ainsi contribué à légitimer le temps de l'individu moderne. Peu à peu, l'individu métabolise l'idée même de mobilité touristique à l'ordre ordinaire de sa vie.

Le retour des fêtes montre une nouvelle temporalité du temps vécu au temps de la modernité, par la recherche constante de l'événement pour scander le présent. C'est le rapport au présent qui a recomposé, au passé (l'histoire) et au futur. Il y a un télescopage des temps passé, présent et futur à travers les nouveaux usages sociaux des vacances.

### 3.3 Le nouveau temps (contraint) et la spécificité du tourisme chinois

Nous faisons l'hypothèse que le temps imparti aux vacances forme de par ses courtes durées un certain déterminisme dans le déroulement et l'épanouissement du processus touristique. De plus est compris comme déplacement touristique un déplacement d'une journée ou moins<sup>35</sup>. Le temps de la semaine est de plus en plus absorbé par celui de l'année et attiré par les nouveaux rythmes de congés. Le tourisme est apparu comme une réponse à la naissance d'une société urbanisée comme si, aux utilités de la densification croissante des villes, répondait, consolateur ou réparateur, le plaisir alternatif de la dispersion extra-muros (Opoczynski, 2011).

L'espace vécu devient le fait de multiples espaces entre lesquels se répartit le temps vécu. Les circulations du tourisme sont, nous le pensons, inscrites dans les champs du possible de l'individu urbain (Csergo, 2004). Ces mobilités sont passées dans les modes de vie urbains. Ces mobilités ne sont pas banales, elles ont leurs propres logiques et mécanismes, mais sont à relier au processus d'urbanisation.

À l'expérience collective, socialisée, où le touriste était orienté, canalisé dans les filières de récréation en fonction de son temps libre et de son statut social, se substituent les expériences individuelles qui débordent les catégories sociales et qui éclatent dans tous les interstices du temps (Kalaora, 2001 : 592).

Ce tourisme éclate dans tous les interstices du temps libre et touche des individus qui ne cherchent plus à paraître en se distinguant mais qui veulent s'épanouir dans des espaces ressentis comme sauvages. Les nouveaux usages sociaux de détente sont de plus en plus revendiqués comme une nécessité vitale.

Il convient donc de passer d'une posture critique (sociologie de la domination) à une posture a-critique, relativiste et pluraliste, pour saisir cette notion de « nécessité vitale exprimée par la recherche effrénée du naturel » (Kalaora, 2001 : 596).

Le Livre vert sur le développement des loisirs en 2010 donne cinq grandes caractéristiques (2010 : 84-86) du tourisme intérieur chinois. Le tourisme est particulièrement concentré sur les périodes de congés (*jiejiari liuyou geng xian jizhong*). Le tourisme est dominé par des visites d'une journée (*yi ri gengjia wangsheng*). Le tourisme de découverte est le motif le plus important du tourisme intérieur chinois (*guanguang you renguan shi guonei liuyou de zhuti*). L'augmentation du voyage individuel est manifeste, du fait de la multiplication du nombre de véhicules individuels (*zijiayou cengchang zui wei tuchu*). Enfin, l'utilisation d'Internet dans la composition de son voyage touristique est de plus en plus

---

<sup>35</sup> La définition chinoise du tourisme est donc différente de celle de l'OMT, qui propose la définition d'un déplacement hors de son bassin de vie pour au moins 24 heures (nécessitant une nuitée en dehors de chez soi). Le tourisme en Chine est donc dilué dans des mobilités ludo-récréatives.

importante. Il permet également de voyager sans se déplacer (*hulianwang dui liuyou shuangfang de zuoyong yue lai yue zhongyao*). En 2011, plus de 200 millions d'urbains ont effectué un voyage d'au moins deux jours. Avec plus de 25 millions de Chinois effectuant leur premier voyage chaque année, ce chiffre devrait doubler en 2020 (Boston Consulting Group, 2011 : 7).

<b>Structure par âge</b>	<b>1 à 3 voyage(s) touristique(s)</b>	<b>5 à 10 voyages touristiques</b>	<b>Plus de 10 voyages touristiques</b>
<b>Moins de 18 ans</b>	51 %	27 %	22 %
<b>19 – 30 ans</b>	26 %	48 %	26 %
<b>31 – 40 ans</b>	17 %	52 %	31 %
<b>41- 60 ans</b>	22 %	48 %	30 %
<b>61 – 70 ans</b>	57 %	24 %	19 %
<b>Plus de 70 ans</b>	78 %	14 %	8 %

**Tableau 14 – La fréquence moyenne des voyages touristiques par an de la population.**

La grande majorité des populations réalisent 5 à 10 voyages par an. Ces voyages désignent indistinctement une journée, deux ou trois (voire plus) de tourisme. Par ailleurs, le motif et la destination du voyage/tourisme ne sont pas spécifiés. Ici, seule l'idée de départ est exprimée. Les personnes âgées (retraités) voyagent moins que les populations plus jeunes. Il semble que la tranche des 19-30 ans et des 31- 40 ans voyagent le plus.

L'identification des conditions nécessaires à la formation d'une classe d'urbains investie par de nouvelles valeurs se complète d'une analyse sur l'encadrement du processus touristique dans un contexte de système politique autoritaire. Le tourisme est un outil issu de l'ouverture de la RPC. Il va rapidement être utile pour moderniser le pays.

### Conclusion du Chapitre 3

---

La libéralisation de l'économie a conditionné un bouleversement des valeurs. Malgré la non remise en cause globale et officielle (toujours socialiste) de la nouvelle hiérarchie sociale, une stratification sociale originale et complexe a vu le jour. Le niveau de diplôme, le revenu et la richesse forment les critères sociaux de la structure sociale chinoise. Il y a dans ce contexte l'apparition de débats sur une « classe moyenne » chinoise. Celle-ci ne peut être envisagée à l'instar des classes moyennes décrites depuis les années 1950 dans les sociétés occidentales (Mills, 1951). La consommation aurait supplanté la production comme facteur explicatif des principales dynamiques socio-économiques du monde contemporain.

Les conditions nécessaires à la composition d'une classe sociale urbaine consommatrice se sont réalisées dans un temps très court au lendemain de la relance des réformes (1992). Les réformes sur le temps de travail (et la création d'un temps nouveau, un possible hors-quotidien) et l'encouragement de l'État, par l'assouplissement de la capacité de production et d'autonomie ont contribué à constituer une classe de consommateurs. Les activités récréatives et le tourisme n'ont pas échappé aux bouleversements économiques et tensions politiques provoquées par les réformes. Elles se recomposent entre appropriation, autonomisation et contrôle de l'État. Les Chinois sont tributaires des politiques imposées par l'État-parti (Graezer-Bideau, 2006 :198).

L'individu ne dépend plus autant de son unité de travail ou du comité de résidents dans ses activités annexes et de loisirs (Sanjuan, 2002 : 131). Nous assistons donc à une redéfinition des relations entre sphère publique et privée, mais aussi entre contrainte et plaisir, dans de nouveaux liens entre promiscuité et intimité, et collectif et individuel (Peyvel et Gibert, 2012). Enfin, à la hausse moyenne des revenus et de plus de temps libre, s'ajoute deux autres processus majeurs : l'accès à de nouveaux produits et l'internationalisation croissante (Balivada, 2016 : 54).

Le tourisme est selon les statistiques chinoises important chez les populations rurales. Cependant, les chiffres sont à prendre avec précaution. Les foyers ruraux voyagent moins que les foyers urbains. Le tourisme est essentiellement le fait d'urbains voyageant plusieurs par an le temps des congés ou des week-ends. Il y a ainsi une forte concentration du processus. Cette concentration est double. Il y a concentration spatiale (les hauts-lieux sont saturés) et temporelle (les maximums des déplacements se répartissent sur les périodes de vacances et les week-ends).

## Chapitre 4

---

### **L'État au cœur de l'organisation du tourisme dans les campagnes : institutionnalisation du tourisme et nouvelle gouvernance rurale**

Ce quatrième envisage de comprendre le rôle de l'État dans l'utilisation du tourisme comme outil d'aménagement et de modernisation ; et la mise en désir des campagnes correspondant aux injonctions de l'État en matière de développement rural. Il s'agit aussi de confronter les politiques touristiques, la mise en désir des campagnes et les représentations du rural afin d'interroger l'objet « tourisme ». Comment le tourisme, secteur fortement encadré par les dispositifs politiques de l'État-parti, devient-ils avec les réformes du temps libre, un secteur qui révèle les nouvelles aspirations de la société chinoise ?

Nous cherchons à comprendre comment le rural devenu un objet touristique. Nous mettons en perspective la politique touristique initiée par Deng Xiaoping comme un support utile à l'ouverture et l'attraction des IDE en Chine. Nous tentons d'interpréter le rôle de l'État dans la construction d'un secteur économique contemporain des réformes. De plus, nous analysons l'insertion du tourisme dans les campagnes dans les espaces et lieux mis en tourisme par l'État central. Ce développement est cohérent avec les idées qui élargissent la fonctionnalité du milieu rural en tant qu'espace de loisir (Gorenstein, 2003 : 160).

Par ailleurs, le tourisme dans les campagnes va se coupler avec une nouvelle gouvernance du monde rural afin de rééquilibrer les écarts de développement issus du délitement socio-spatial accéléré avec la réouverture de la RPC en 1992. Ceci passe d'abord par des changements structurels sur le revenu rural. 45 millions de travailleurs agricoles ont été transférés vers les secteurs non agricoles en cinq ans (2006-2011) (Luo, 2008 et Su, 2009). La politique rurale (Long *et al.*, 2010 : 458) s'articule selon nous en trois points : 1. Effort de modernisation/rationalisation des infrastructures et de l'agriculture (nouveaux villages, bâti, routes, équipements) ; 2. Gestion et contrôle des campagnes, notamment du foncier rural ; 3. Promotion d'un monde rural modernisé et aseptisé.

## 1. L'État central initiateur et pilier de l'épanouissement du processus touristique

Cette partie s'attache à démontrer l'importance de l'État dans l'épanouissement du processus touristique. En effet, le tourisme, secteur nouveau (et jusqu'alors rejeté), est l'objet d'une « restauration » politique avec les réformes. Il va jouer un rôle majeur dans les choix d'aménagements du territoire, d'ouverture et de transfert de techniques et savoir-faire depuis l'étranger vers la RPC. Dès le début des réformes, le tourisme est perçu comme un outil de développement et d'aménagement. Le tourisme va rester embryonnaire jusqu'en 1980 (Courtin, 1993 ; Sofield et Li, 1998 ; Lew *et al.*, 2002 ; Nyiri, 2006 et 2010 ; et Wen et Tisdell, 2001)<sup>1</sup>. Les sites majeurs sont identifiés et mis en tourisme, d'abord pour une clientèle internationale, puis les Chinois (avec la possibilité de voyager et des revenus suffisants) vont peu à peu dominer démographiquement et économiquement.

### 1.1 Deng Xiaoping, l'initiateur du tourisme en Chine

#### 1.1.1 Le tourisme réhabilité pour servir d'outil de modernisation

Dès le lancement des réformes, Deng Xiaoping va donner une série de discours concernant le tourisme. Il intègre ce secteur d'activités au processus d'ouverture dans lequel la RPC est inscrite. Deng va progressivement positionner le tourisme comme un secteur clef des réformes. Il va ainsi s'appuyer sur le tourisme pour « apprendre de l'étranger » et construire une image renouvelée de sa nation. Rapidement, le tourisme va stimuler une croissance des recettes et des revenus (Zhang *et al.*, 1999 : 471).



**Figure 13 – Voyage de Deng Xiaoping dans les montagnes Jaunes (Huangshan) en 1979.**

« Les mondialement célèbres sources chaudes » par Deng, le 16 juillet 1979.

Sources : CNTA at <http://www.cnta.com/ziliao/den/d-6.asp> ; et Xiao, 2006 : 805.

<sup>1</sup> Parmi les premières études sur le tourisme en Chine, il y a la thèse de troisième cycle d'Oudiette sur le tourisme international en Chine couvrant les premiers pas des réformes d'ouvertures du pays (Oudiette, 1987). Ces premiers travaux en langue française sur les dynamiques touristiques chinoises se sont nourris de travaux anglo-saxons (Dexter *et al.*, 1983).



Nous rassemblons ci-dessous les éléments majeurs de ces cinq discours<sup>2</sup> faisant du tourisme un domaine réhabilité et sur lequel la RPC doit s'appuyer pour se moderniser.

Date du discours	Titre et thème du discours	Destinataires du discours
<b>9 octobre 1978</b>	<b>Accélérer le développement du tourisme et de l'aviation civile</b> ( <i>yao da li fazhan minhang, liyou ye</i> ). - Relations internationales - Construction d'hôtels avec les investissements étrangers - Aménagement de sites (villes : Kunming, Chengdu, Guilin et Lhassa), construction d'itinéraires - Protection environnementale - Tourisme international - Le tourisme comme source de devises étrangères	Chefs de l'Administration de l'aviation civile et du tourisme (CAAC).  Entretien avec le directeur de la Pan-American Airlines (accords commerciaux, diplomatiques).
<b>2 janvier 1979</b>	<b>Le tourisme doit devenir une industrie complète</b> ( <i>liyou ye you bian chang zonghe xing de hangye</i> ) - Ressources humaines (guides, interprètes, gestionnaires etc.) - Administration et bureaux du tourisme - Développer une image chinoise des ressources touristiques (Grande Muraille, Guilin).	Chef de la CNTA avant son entretien avec la délégation américaine de la Chambre des représentants.
<b>6 janvier 1979</b>	<b>Il y a beaucoup de choses à réaliser à travers le tourisme</b> ( <i>liyou shiye da you wen zhang ke zuo</i> ). - Le tourisme génère de l'argent et de l'emploi - Développement urbain et tourisme - Développer l'entrepreneuriat - Développement d'activités périphériques au tourisme (restauration, petits commerces de souvenirs, magasins d'État, hôtels, nouveaux produits importés, bars)	Les principaux dirigeants du Conseil des affaires d'État (liens avec les Chinois de la diaspora : Hong Kong, Singapour, Taiwan, EUA).  Scientifiques, aménageurs.
<b>17 janvier 1979</b>	<b>Développer le tourisme pour augmenter le revenu national</b> ( <i>fazhan liyou shiye, zengjia guojia</i> ) - Développer les infrastructures de tourisme - Le tourisme dans le plan de développement national (Hauts-lieux : Xi'an, Sichuan, Hangzhou, Yunnan, Trois Gorges, Dunhuang)	Industriels et hommes d'affaires chinois et étrangers.
<b>15 juillet 1979</b>	<b>Promouvoir Huangshan comme destination touristique</b> ( <i>ba huangshan de paizi da chuqu</i> ). - Planification du tourisme à l'échelle de la province - Générer de l'emploi, des revenus et de l'éducation - Tourisme, montagne et développement - Politique de récompenses	Les dirigeants de la province de l'Anhui et de la municipalité de Huizhou.

**Tableau 15 – Les cinq grands discours de Deng Xiaoping sur le tourisme et ses objectifs.**

Source: Xiao Honggen, 2006, « The discourse of power: Deng Xiaoping and tourism development in China », *Tourism Management*, n° 27, pp. 803-814.

<sup>2</sup> Une publication officielle des discours de Deng Xiaoping eu lieu en 2000 dans le cadre des instituts de recherches sur le tourisme (*Liyou diaoyan*, Tourism Research, 2000) de la CNTA et du Comité Central du PC (Xiao, 2006 : 805).

Ce secteur était, dans les années 1980 et début 1990, un secteur à bâtir. Aucune administration, service, formation, infrastructure et lieux n'étaient organisés pour le tourisme. Ainsi, Deng, en mettant le tourisme comme objectif du plan et domaine de priorité de la RPC, ouvrit la voie aux échanges avec l'étranger pour apprendre et accueillir les structures et savoir-faire dans ce secteur. Il a fallu construire un cadre et des accords entre compagnies aériennes, des sociétés d'hôtellerie, un cadre administratif et de gestion et une promotion de lieux spécifiques. Aussi, le déploiement d'infrastructures importantes (aéroports, gares, autoroutes) devait fournir le support à l'accession aux lieux depuis les villes.

Deng Xiaoping proposera d'incorporer le tourisme dans les plans quinquennaux. Le VII<sup>ème</sup> plan quinquennal (1986-1990) intègre le tourisme comme un élément clef pour le développement économique par la croissance des IDE. Le VIII<sup>ème</sup> plan quinquennal confirme ce choix puisqu'il a fait une de ses priorités du plan de développement du tourisme en Chine (1991-1995). Son but est d'améliorer la qualité des prestations offertes : sélectionner les agences réceptives ; améliorer la formation du personnel, notamment dans l'acquisition des langues étrangères, de la gestion et du marketing ; développer de nouveaux produits : tourisme d'affaires, de santé, sportifs et séjours linguistiques, et accélérer la réorganisation du transport aérien intérieur (il est prévu d'informatiser le réseau de réservations, d'acquérir de nouveaux appareils et de créer des aéroports). Le projet est de dynamiser l'économie par le tourisme (*lüyou da tai jing mao changxi*) (Xiao, 2006 : 809).

Le tourisme est légitimé comme un outil de développement et d'aménagement. Dans ce sens, les provinces reculées, pauvres, mal développées et la revalorisation de certains attributs du milieu rural forment les critères de justification du développement touristique (Li, 2012 ; Cornet, 2010 :165 ; Oakes, 1998 ; Nyiri, 2006 ; et Taunay, 2009). Le gouvernement suit l'idée de la réduction de la pauvreté par le tourisme (Torrente *et al.*, 2004 : 4 ; OMT, 2006) et intervient dans l'aménagement de grands projets. Aussi, le tourisme rural est un facteur de développement économique et territorial à l'échelle locale. « Une redistribution spatiale des revenus et des investissements donne une valorisation des ressources locales » (Guérin, 2008 : 39).

### ***1.1.2 L'ouverture des territoires par le tourisme***

Le tourisme est un outil de développement des régions les plus pauvres. Il permet l'aménagement et l'équipement d'espaces ruraux éloignés. La construction d'infrastructures va être le fer de lance de l'aménagement du territoire de la transition post-maoïste à aujourd'hui. L'ouverture se manifeste également par le nombre croissant de conventions

passées avec des compagnies étrangères dans tous les domaines du tourisme : compagnies aériennes, hôtelleries, guides, agences de voyages, aménagements de site, patrimoine. La multiplication des aéroports et des gares se fait avec des fonds issus d'IDE gérés par les provinces elles-mêmes dès le milieu des années 1980. Ceci est accéléré avec la réouverture en 1992. Par ailleurs, le tourisme international est utilisé pour tester la mise en tourisme de lieux, mais également pour stimuler un secteur nouveau (Tisdell et Wen, 1991).

Le rôle de l'État central est également important dans la diffusion des pratiques vacancières bon marché favorisant l'accès au tourisme des classes moins riches. Le tourisme a émergé comme un véhicule efficace pour synthétiser quelques unes des différences par « sa contribution au processus de modernisation, son utilisation du patrimoine pour développer des produits et son rôle dans la réalisation des objectifs socialistes » (Sofield et Li, 1998 : 362). De gros efforts sont faits sur « la capacité d'hébergement très limitée »<sup>3</sup> (Courtin, 1993 : 49). Dans ces sens, Thierry Sanjuan souligne en 2003 la capacité encore limitée des hôtels de luxe et la montée en puissance de l'hôtellerie de moyenne gamme.

Le gouvernement décide d'intégrer le tourisme comme une des composantes de l'aménagement du territoire. L'État chinois a transformé sa politique d'aménagement touristique, afin d'attirer les investisseurs étrangers. Pour cela, il a décidé la création de zones spéciales touristiques (ZST) conçues sur le modèle des zones économiques spéciales (ZES), lancées au début des années 1980. Ces pôles touristiques autonomes, souvent créés *ex nihilo*, ont pour but de mettre en valeur un espace homogène, de quelques dizaines de kilomètres carrés, offrant des prestations diversifiées d'hébergements et de loisirs. Pour attirer les capitaux étrangers, des actions ont été mises en place : « simplification des formalités administratives ; avantages fiscaux, comme l'exemption d'impôt pendant trois ans » (Courtin, 1993 : 50).

En 1992 (période de relance des Réformes), le gouvernement central initie en relation avec les gouvernements provinciaux une douzaine de zone vacances et de récréation à travers

---

<sup>3</sup> En 2003, environ les deux tiers des hôtels se situent dans les provinces littorales (Atherinos, 2003 : 56). Selon la CNTA, le nombre d'hôtels étoilés est passé de 187 en 1978 à plus de 18 000 en 2007 (Ryan et Gu, 2009 : 4). En moins de 10 ans (1980-1988), la Chine a connu un véritable boom hôtelier. Ce développement rapide a été largement favorisé par la constitution de sociétés à capitaux mixtes (joint-ventures). Elle a provoqué deux effets pervers : construction effrénée d'hôtels de luxe et la concentration des structures hôtelières dans les régions clés du tourisme international, créant des disparités spatiales importantes. Pour réduire ces inégalités, l'État a créé (début des années 1990) l'Association hôtelière chinoise, dont le but est de mieux répartir sur le territoire l'implantation des nouveaux hôtels (Courtin, 1993 : 50).

tout le pays. La zone des loisirs et de vacances du lac Tai et de Suzhou (*Suzhou Taihu dujia qu*) va illustrer cette planification dans le delta du Yangzi.

Le tourisme est spatialement très concentré sur quelques provinces et régions : Pékin, Shanghai, Guangdong (Canton et Shenzhen), Xi'an, Guilin, Hangzhou et le Jiangsu (Suzhou, lac Tai et Nankin). Ceci est la conséquence de l'ouverture graduelle du territoire au tourisme et la création de zones laboratoires pour métaboliser le processus touristique avant d'ouvrir plus largement le territoire à ce nouveau secteur.

## **1.2 Un secteur dominé par l'État : administration centrale et pouvoirs locaux**

### ***1.2.1 L'administration centrale du tourisme et la mise en tourisme des lieux***

L'institution *China Bureau of Travel and Tourism* (CBTT) succède au *China International Travel Services* (CITS) (1954) pour l'organisation de voyages d'officiels. En 1978, le Conseil d'État décide la création du *State General Administration for Travel and Tourism*. Ces deux institutions vont se réformer pour donner l'actuel CNTA (1982-1983). En 1994, la CNTA décide de créer le *Supervisory Bureau of Tourism Quality*. Les années 1980 et 1990 sont l'objet d'expérimentations et d'une institutionnalisation progressive du tourisme, en même temps que s'opère une diversification de la consommation<sup>4</sup> (lieux et pratiques) et un changement numérique où le tourisme intérieur va dominer durablement le tourisme en Chine<sup>5</sup>.

Cette administration centrale ouvre des bureaux dans chaque province et va coordonner l'offre touristique. Elle comptabilise les sites, et établit une catégorisation des lieux et des types de tourisms. La première évaluation de catégorisation des sites touristiques a été établie en 1999 par la CNTA (Ryan *et al.*, 2009). Quatre catégories furent élaborées selon le nombre de lettre A. Cette classification des sites donne un ordre d'importance des lieux du moins important à l'échelle nationale codés A, aux plus importants AAAA. En 2004, cette même CNTA donne un nouvel échelon pour distinguer les sites majeurs selon le code AAAAA. Au total, la CNTA recense environ 20 000 sites touristiques (Ryan *et al.*, 2009 : 24). Parmi ce total, l'administration centrale a évalué 2 429 sites touristiques à travers toute la Chine faisant l'objet d'une classification établie (de A à AAAAA).

---

<sup>4</sup> Un rapport de l'OMT montre que les touristes s'intéressent autant voire davantage aux activités proposées qu'à la destination elle-même (OMT, 2006 : 10).

<sup>5</sup> Au cours des années 1990, « la dérégulation du secteur touristique permit à d'autres acteurs de s'y impliquer, entraînant une diversification des pratiques » (Leicester, 2008 : 227).

Catégories selon la CNTA	AAAAA	AAAA	AAA	AA	A
Nombres de sites	66	785	521	927	130

**Tableau 16 – Classification des sites selon la CNTA.**Sources : Ryan *et al.*, 2009 et <http://en.cnta.gov.cn/html/2008-11/2008-11-16-10-27-72978.html>

Douze caractéristiques sont prises en compte pour l'échelon maximal : équipements de transports et parkings, les services, l'hygiène, la sécurité, le service de télécommunication, les achats, la gestion de l'attraction touristique, la protection de l'environnement, les activités, le marché, le nombre annuel de touristes et la satisfaction des touristes. La mise en tourisme en Chine s'opère en sept points (Gao, 2007) : le plan de développement touristique, l'espace touristique, la planification de l'espace touristique, le marché du tourisme, les ressources touristiques, les produits du tourisme et la capacité de charge touristique (*cf.* figure 14).

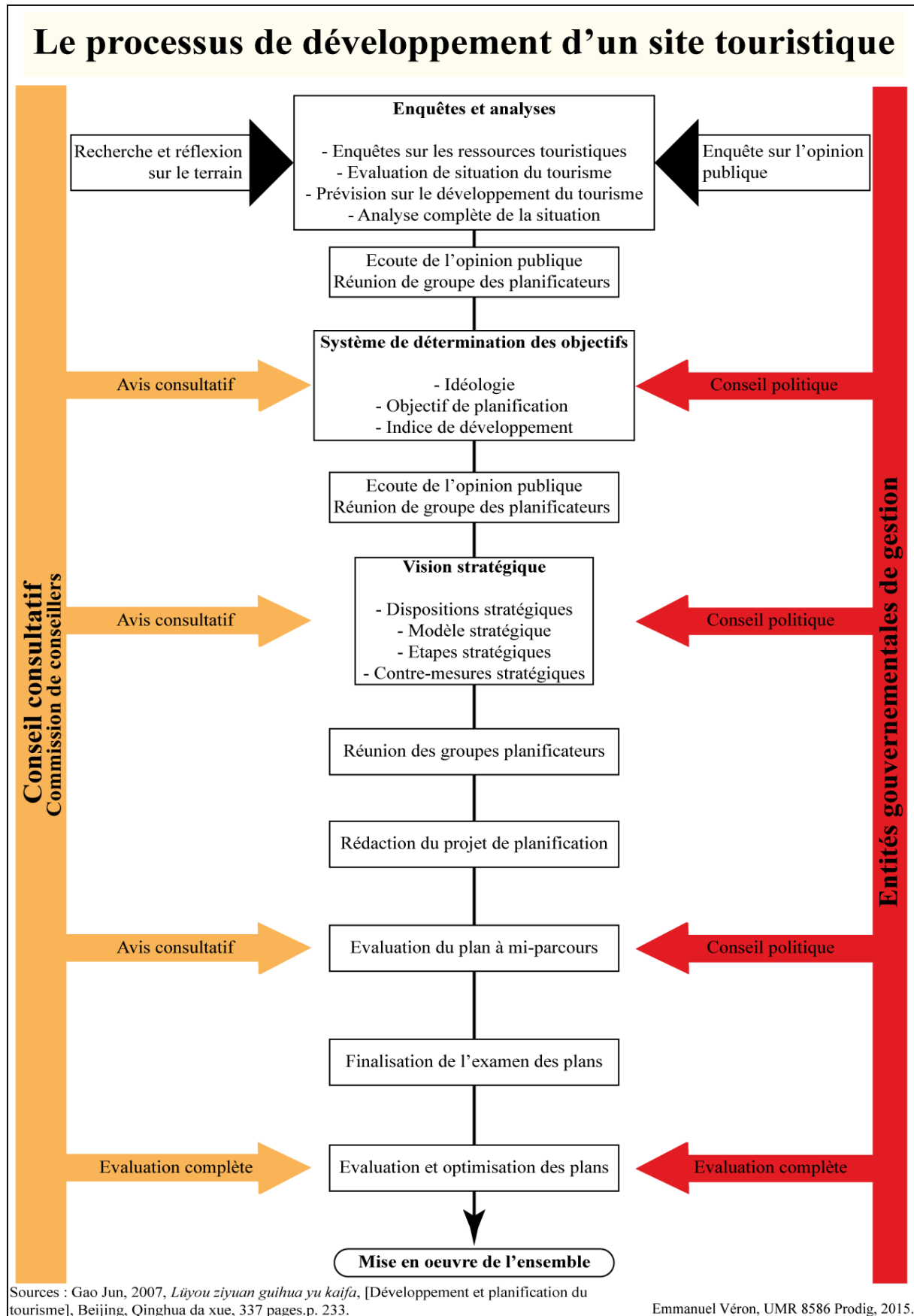


Figure 14.

La CNTA propose une typologie du tourisme rural (tableau 17). Une des difficultés pour les autorités et les administrations du tourisme est de cerner les contours du « tourisme rural ». En effet, le processus touristique se déployant dans les campagnes est important et le tourisme dans les villes mis à part, c'est parfois toute autre activité et aménagement touristiques qui est interprété comme « tourisme rural ». À de nombreuses reprises, lors d'entretiens avec des universitaires, des agences de voyages ou des cadres dans l'administration, le tourisme rural est perçu comme « un fourre-tout » justifié par l'immensité et la diversité des campagnes chinoises. Par conséquent, les statistiques et l'approche du tourisme dans les campagnes sont assez incertaines.

Par ailleurs, en coordination avec la CNTA, l'État local (provinces et municipalités) se dote dans le milieu des années 2000 de plan d'aménagement de tourisme rural (*xiangcun liuyou guihua*). Ces plans prévoient l'aménagement de sites touristiques dans les campagnes périurbaines, dont Pékin, Chengdu, Shanghai et Suzhou sont des modèles (Wang *et al.*, 2013). Aussi, ces plans ont évolué en relation avec les schémas directeurs des municipalités.

Les modèles de développement	Description
Vacances et loisirs orientés vers une activité économique du tourisme rural.	Les Nongjiale (Gîtes ou chambres d'hôtes).
Attraction touristique incluse dans un espace rural.	Les produits et services touristiques en liens avec le marché local.
Tourisme inclus dans des bourgs historiques et culturels.	Les produits et services touristiques en liens avec le marché local, des bourgs et villages.
Villages folkloriques.	Préservation du folklore et de la culture de ces villages.
Villages d'ethnies minoritaires.	Les ethnies minoritaires en espace rural.
Tourisme orienté vers l'agriculture et ces procédés.	Tourisme sur des surfaces cultivées.
Tourisme du monde rural modernisé.	Villages avec une agriculture moderne et une économie « bien » développée.
Sites de l'agro-tourisme et de l'agriculture moderne.	Ferme écologique, agriculture « de nouvelle technologies ».
Tourisme écologique en milieu rural.	Village avec un « superbe » environnement écologique.
Les sites du tourisme rouge en milieu rural.	Histoire de la RPC et du parti.

**Tableau 17 – Les modèles du tourisme rural selon le classement de la CNTA.**

Source : Gao Shunli *et al.*, 2009, « Rural tourism development in China », *International journal of tourism research*, n° 11, pp. 439-450.

Le « tourisme rural » intègre le tourisme folklorique, écologique voire historique avec le « tourisme rouge ». Le tourisme rural tente d'intégrer l'immensité et la diversité d'une

nation dont la base est rurale. De fait, évaluer la part du tourisme rural dans la globalité du tourisme intérieur semble difficile. En 2007, le tourisme rural aurait rassemblé 300 millions de touristes. La recette fut de 40 milliards de yuans (Qin, 2008 : 715). La mise en place du plan national de développement du tourisme rurale entre 2009-2015 (2009-2015 *guojia fazhan xiangcun liyou guihua*) a permis l'insertion de 15 millions de paysans dans le tourisme (Wang *et al.*, 2013 : 117).

### **1.2.2 Les parcs nationaux : la construction de hauts lieux**

L'aménagement des sites touristiques en Chine suit une typologie établie sur deux décennies. Cette typologie regroupe les parcs nationaux, les réserves nationales, les sites au patrimoine naturel et culturel, les parcs géologiques nationaux, les zones (*resorts*) nationales de vacances (Ryan *et al.*, 2009 : 31-34). Ces différents espaces intègrent des campagnes et des espaces « naturels ». À travers cette mise en tourisme, le gouvernement se dote de hauts-lieux repères de l'identité territoriale chinoise à l'égal des parcs nationaux des sociétés occidentales.

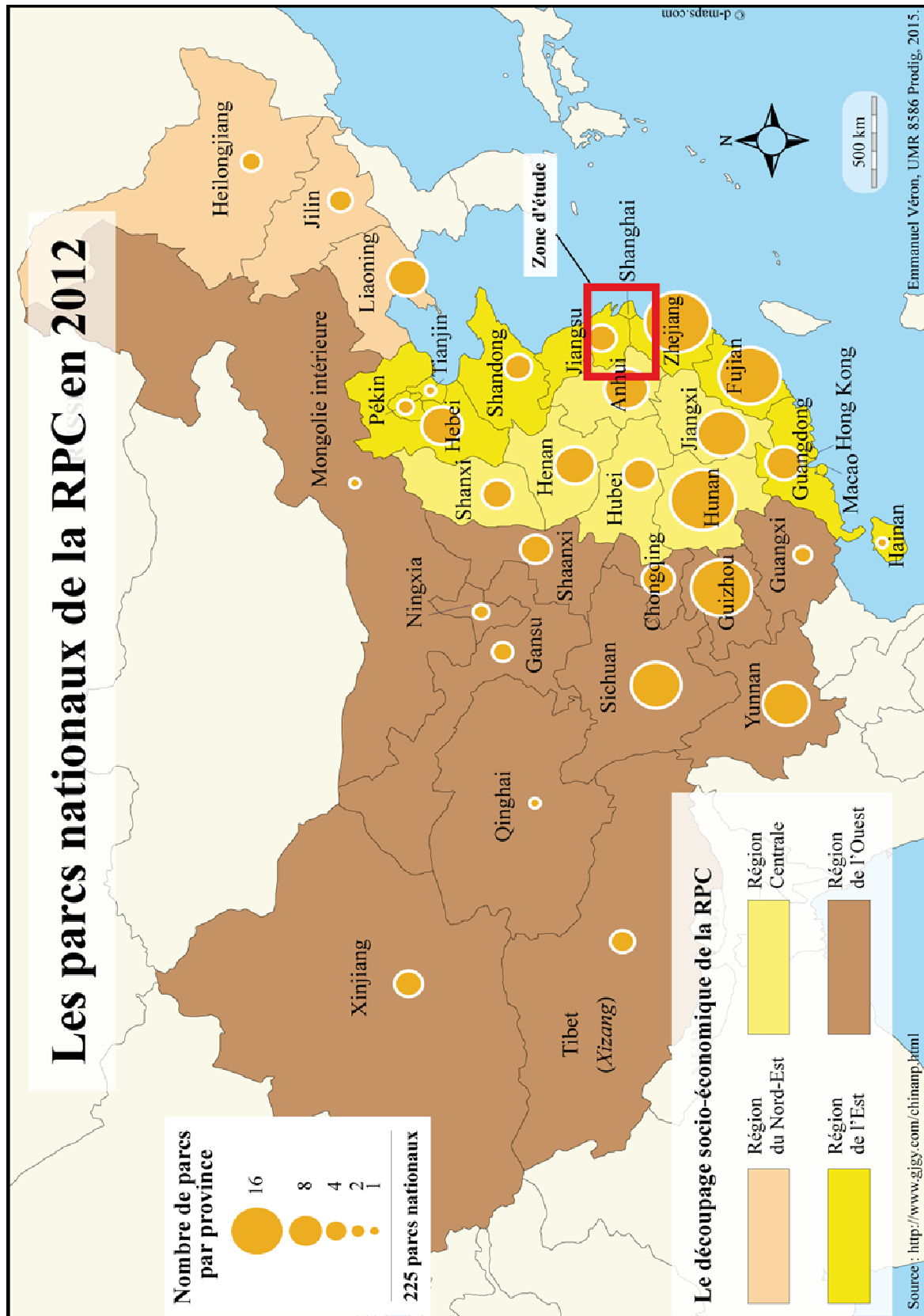
La revalorisation du concept chinois de *mingsheng* ou « site pittoresque célèbre »<sup>6</sup> constitua un élément important de cette renaissance touristique (Taunay, 2009). Ce terme, utilisé autrefois pour désigner les sites d'intérêt dans le tourisme lettré, a été repris au compte de l'État central qui a désigné un « nouveau canon de sites touristiques essentiellement basés sur ceux qu'avait valorisé la tradition lettrée » (Leicester, 2008 : 226). Dans un premier temps, il s'agissait de faire rentrer des devises étrangères dans le pays et de renvoyer une image impressionnante de la Chine vers l'extérieur. Les paysages spectaculaires des lieux comme la rivière Li (*Lijiang*) (Guilin et Yangshuo) ou les « monts Jaunes devaient évoquer l'esprit national et la grandeur de la Chine » (Leicester, 2008 : 227). Ces parcs nationaux devaient être des sites touristiques majeurs structurant le tourisme en Chine (international d'abord, puis intérieur) par la somme des motifs touristiques historiques, paysages naturels et patrimoniaux. En exerçant un contrôle sur la désignation des sites touristiques, l'État central pouvait également contrôler l'image du pays qu'ils véhiculent.

---

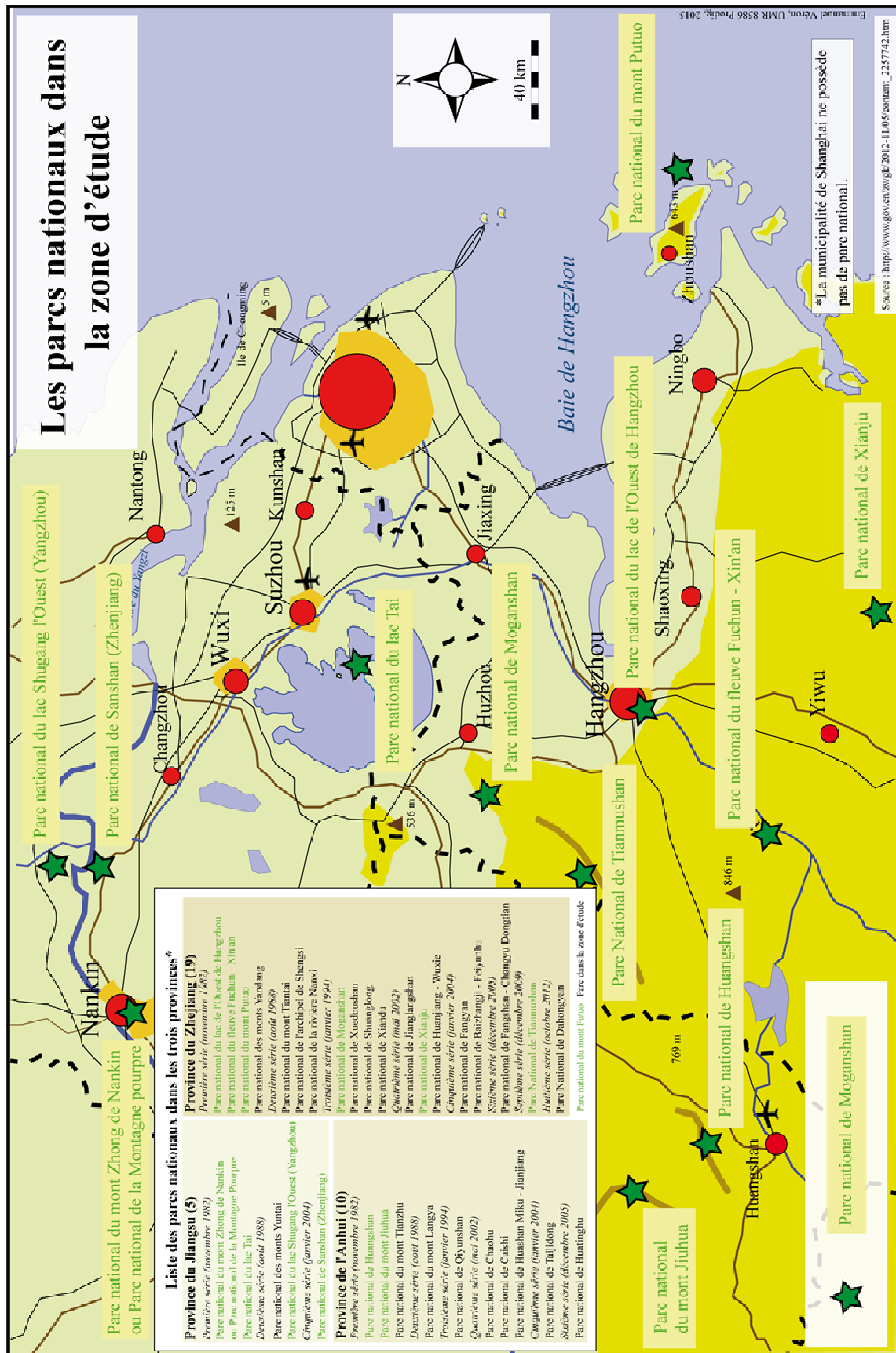
<sup>6</sup> Les années 1980 et 1990 sont l'objet d'un double développement urbain et patrimonial. En effet, le 8 février 1982 est mis en place un cadre législatif de protection et de mise en valeur du patrimoine urbain. Par décret du Conseil des affaires nationales, la « demande d'instruction pour protéger les villes célèbres d'histoire et de culture de notre pays » (*guanyu baohu woguo lishi wenhua mingcheng de qingshi*) par trois administrations : la Commission nationale de la construction fondamentale (*guojia jiben jianshe weiyuan hui*), le Bureau général national de la construction urbaine (*guojia chengjian zongju*) est appliquée ». (Zhang, 2003 : 143). 24 villes furent sélectionnées et dotées de ce statut, parmi lesquelles figurent des villes du delta, importantes en termes de constitution d'un modèle de protection : Yangzhou (1984), Suzhou (1981) et Shaoxing (1982), en tant que chefs-lieux de feudataires, de vassaux et de pouvoir local ; Nankin (1981) comme ancienne capitale d'empire unifié et Hangzhou, comme capitale de dynastie divisée.



Depuis 1982, le gouvernement a successivement organisé huit périodes de sélection des parcs nationaux chinois. Il y avait 44 parcs nationaux en 1982 et, depuis 2012 (huitième et dernière série), le gouvernement et la CNTA en compte 225 (carte 7). Nous cartographions les différents parcs nationaux dans la région d'étude (carte 8).



Carte 7.



Carte 8.

### ***1.2.3 Décentralisation et aménagement touristique du territoire***

L'autonomisation inégale des gouvernements locaux va leur permettre d'être des acteurs de premier plan dans le développement touristique des collectivités. L'osmose de l'État local avec les sociétés privées de tourisme vont construire des formules de voyages à l'échelle des provinces et standardiser ainsi l'offre touristique.

Jean-Pierre Cabestan propose l'idée de déconcentration administrative plutôt que le terme de décentralisation. Les réformes ont permis de déléguer aux instances locales un certain nombre de compétences (domaines fiscal, économique et culturel). Ces instances restent subordonnées sur le plan hiérarchique à l'échelon supérieur du bloc Parti-État. Aussi, le domaine politique et idéologique reste concentré à Pékin. Cette déconcentration a favorisé la montée en puissance des collectivités territoriales, largement libérées de toute dépendance financière à l'égard du Centre. Ceci va permettre aux provinces et municipalités d'élargir leur marge de manœuvre (Cabestan, 2006 : 62). En matière touristique, les provinces vont bénéficier de cette déconcentration pour développer des conventions et des accords entre plusieurs acteurs (sociétés de tourisme, agences de voyages et communautés) produisant de nouveaux lieux et produits touristiques. De nombreuses expérimentations locales vont avoir lieu. Un certain clientélisme (Li et Monteil 2006 : 106 ; Hu et Wall, 2005: 296) à l'échelle locale (municipalité, district et bourg) se met en place.

#### *- Les agences de voyages et la décentralisation*

Le CITS agence de voyages se charge d'obtenir les réservations d'hébergement, de restauration, de transport et d'animation, demandées par les touristes individuels ou les groupes organisés. Afin de répondre d'une manière efficace à la demande touristique occidentale, le gouvernement a décidé, depuis 1987, de décentraliser les activités du CITS dans toutes les villes du pays. Ces bureaux régionaux jouissent d'une indépendance leur permettant non seulement de régler les problèmes locaux, mais également de traiter directement avec leurs clients étrangers.

Les agences de voyages régionales CITS ont pour mission complémentaire de former un personnel compétent, ayant parfaitement assimilé les besoins et les spécificités des différentes clientèles internationales. La croissance exponentielle du nombre de touristes entre 1995 et 2005 va donner une prolifération des voyagistes entrant en concurrence forte. Chacune d'entre elles essaye, en multipliant et en diversifiant les produits touristiques offerts, de faire séjourner les touristes le plus longtemps possible dans sa région.

De nombreux parcs et sites touristiques ont été construits autour de la ville, soit par les autorités locales, « soit par des joint-ventures<sup>7</sup> (avec des investisseurs de Taiwan, Hong Kong ou Singapour), soit par des entrepreneurs urbains » (Leicester, 2008 : 232). Par ailleurs, la déconcentration va permettre au politique municipal d'intégrer dans leur plan d'aménagement des zones touristiques et de loisirs. Chaque municipalité va se doter d'un plan d'aménagement touristique dans ces espaces urbains mais aussi périurbains ruraux et ruraux<sup>8</sup>. Un village de la culture rurale chinoise (*zhongguo minsu cun*) sur 238 ha est ouvert en août 1991 à Shenzhen.

Ainsi, plusieurs agences régionales du CITS décident, en accord avec les autorités locales, de créer un produit touristique en espace rural (Courtin, 1993 : 53). Des comités villageois (*cunweihui*), avec le concours du CITS, ont décidé d'accueillir des touristes occidentaux au sein des familles paysannes (Courtin, 1993 : 53), dans les provinces du Shandong, mais aussi dans le Jiangsu. Ces prestations sont prélevées par le CITS qui la reverse, moins sa commission, au comité du village. Les familles d'accueil sont choisies par le comité du village, en fonction de l'équipement de la maison : qualité des sanitaires, superficie satisfaisante de la chambre.

Afin de répondre aux exigences des différentes clientèles touristiques, le CITS vient dispenser à ces familles une formation basée à la fois sur l'accueil touristique et sur une information spécifique concernant les habitudes de vie des différentes nationalités occidentales, afin d'encourager le tourisme international. Depuis cette année, une nouvelle possibilité leur est offerte par l'intermédiaire des agences de voyages privées. En effet, celles-ci viennent d'obtenir l'agrément du pouvoir central leur permettant de créer et de vendre des excursions à l'échelon local.

L'évolution des politiques touristiques a contribué au creusement des disparités entre provinces, par les indices de l'offre et de la demande. Les régions littorales sont davantage favorisées que les provinces intérieures et de l'Ouest (Atherinos, 2003 : 50 ; Liang *et al.*, 2003 : 12).

Le monopole les agences de voyage d'État et par la création de joint-ventures, des partenariats entre des investisseurs étrangers et des entreprises d'État ou des organes des

---

<sup>7</sup> Parallèlement à la déconcentration/décentralisation, les années 1990 voient une dérégulation du secteur touristique avec une augmentation très importante du nombre d'entreprises privées, parfois individuelles œuvrant dans le tourisme. La CNTA compte 19 800 agences de voyages (*liuxingshe*) en 2009, dont 18 000 spécialisées uniquement dans le tourisme intérieur (US Commercial service, 2009 : 1). Les moyennes et petites villes ont peu d'agences de voyages et les services sont peu nombreux (Boston Consulting Group, 2011 : 18). En 2012, il y aurait plus de 20 000 agences de voyages dans toute la RPC (Entretien avec Hu Min, Professeur à l'université du Zhejiang, faculté de tourisme et d'hôtellerie en 2012).

<sup>8</sup> Chaque arrondissement (*qu*), district (*xian*) et bourg (*zhen*) est investi par des aires de jeux et de loisirs, ainsi que des équipements touristiques.

gouvernements locaux. Par ce biais, l'État central et local pouvaient attirer « les investissements nécessaires à l'amélioration des infrastructures touristiques tout en gardant une main mise sur leur évolution et une partie des bénéfices » (Leicester, 2008 : 227).

- *L'aménagement de zones touristiques et de vacances : tourisme périurbain et mobilités des loisirs dans les périphéries des grandes et moyennes villes.*

Avec le rapide développement économique de la région du delta du Yangzi, et les investissements dans le secteur du tourisme, en particulier dans les périphéries de la municipalité shanghaienne, 97 projets touristiques ont été menés à terme à la veille de l'année 2000 (Wu et Cai, 2006 : 187).

Les autorités locales (à l'échelon de la province et de la municipalité) vont tirer profit du développement rapide des mobilités touristiques dans la région du delta. Ces échelons d'État local dès le milieu des années 1990 articuler tourisme et développement territorial à travers l'aménagement de sites ludo-touristiques fermés, à entrée payante, polarisant d'importantes populations citadines du delta.

La multiplication des sites touristiques à la périphérie des villes forme de nouvelles ceintures de récréation. Plus de sept millions de voyages ont été effectués par les citoyens shanghaiens vers les arrondissements périphériques en 1996, et quinze millions en 2003 (Wu, 2001 ; et Wu et Cai, 2006 : 190). L'ampleur du phénomène se mesure dans le paysage à la reconversion de hameaux en gîtes ruraux aménagés pour le citoyen. Wu Bihu, géographe et spécialiste du tourisme et d'analyse spatiale, a démontré dès la fin des années 1990 la structuration des déplacements touristiques et de loisirs le week-end, puis pendant les congés tout autour des villes du delta du Yangzi (Wu, 1996). Par ailleurs, il signale une forte concentration des déplacements et lieux touristiques dans des espaces mis en tourisme entre Shanghai et Suzhou (Wu, 2001). Ses recherches le conduiront à construire un modèle de périphérie des loisirs en Chine à partir des villes du delta du Yangzi<sup>9</sup>.

Ces dynamiques spatiales sont en lien étroit avec un aménagement touristique du territoire. Après le lancement des parcs nationaux (*mingsheng*), les autorités décentralisent à l'échelon de la province un certain nombre de planifications touristiques (*lüyou fazhan zongti guihua*). Notre région d'étude comporte trois schémas directeurs touristiques : schéma directeur du Jiangsu (*Jiangsu sheng lüyou fazhan zongti guihua*), le schéma directeur de Hangzhou (*Zhejiang sheng Hangzhou shi lüyou fazhan zongti guihua*) et celui de Ningbo

---

<sup>9</sup> Wu Bihu parle de *Recreational Belt around Metropolis(ReBAM)*.

(*Ningbo shi liuyou fazhan zongti guihua*). Ces plans d'aménagements ne comportent pas uniquement des villages, parcs ou équipements de tourisme dans les campagnes. Ce sont des plans généraux d'aménagement en relation aux plans des municipalités sur 20 ans.

Parallèlement à la gestion des flux touristiques massifs dans les collectivités (notamment arrondissements périurbains et districts), l'État central initie de nouveaux plans de gestion et d'aménagement après le début des années 2000.

L'administration centrale (CNTA) en lien avec le ministère de l'Agriculture et les autorités provinciales (et déconcentrées à l'échelon de la municipalité et du district) encadrent le « tourisme rural ». Cette gouvernance a donné lieu depuis le début des années 2000 à l'aménagement de sites modèles d'agrotourisme (tableau 18). Les sites de visibilité nationale dominant. D'autres types plus récents (« sites de réussite » ou « sites d'évènement » ou « festival ») sont moins nombreux.

Province	Site d'agrotourisme de démonstration national ( <i>quanguo nongye liuyou shifan dian</i> ).	Site de réussite de développement du tourisme rural ( <i>xiangcun liuyou kaifa chenggong anli</i> )	Site d'évènement important de développement du tourisme rural ( <i>xiangcun liuyou fazhan zhongyao shijian</i> ).
Shanghai	5	2	1
Jiangsu	43	2	7
Zhejiang	14	3	6
Anhui	17	1	9

**Tableau 18- Les catégories de sites modèles de « tourisme rural » en 2008.**

Sources : D'après Qin Xue, 2008, « *zhongguo xiangcun liuyou de kongjian fenbu geju jiqi youhua* », [Régulation et modèle de distribution du tourisme rural en Chine], *Nongye xiandaihua yanjiu*, Vol, 29, n°6, pp. 715-718.

La figure (15) propose de synthétiser l'encadrement institutionnel du tourisme rural (*xiangcun liuyou*) entre les différentes instances du local au central. L'État central dispose d'un fort maillage territorial et politique pour encadrer le processus touristique dans les campagnes. Les administrations centrales et les ministères (Agriculture et Construction principalement) articulent avec les provinces, sinon les municipalités, l'aménagement de sites majeurs (parcs nationaux, sites modèles, villages modèles) et de zones touristiques dans les campagnes périurbaines.

Enfin, l'État local peut être à l'origine d'aménagements touristiques séparés des logiques d'encadrement par le Centre. Pour autant, les organismes à l'instar de la CNTA supervisent et accompagnent le développement de sites ou projets. Par conséquent, il existe de fortes relations entre les autorités locales et les responsables provinciaux des administrations centrales (déconcentrées dans les provinces et éventuellement municipalités).

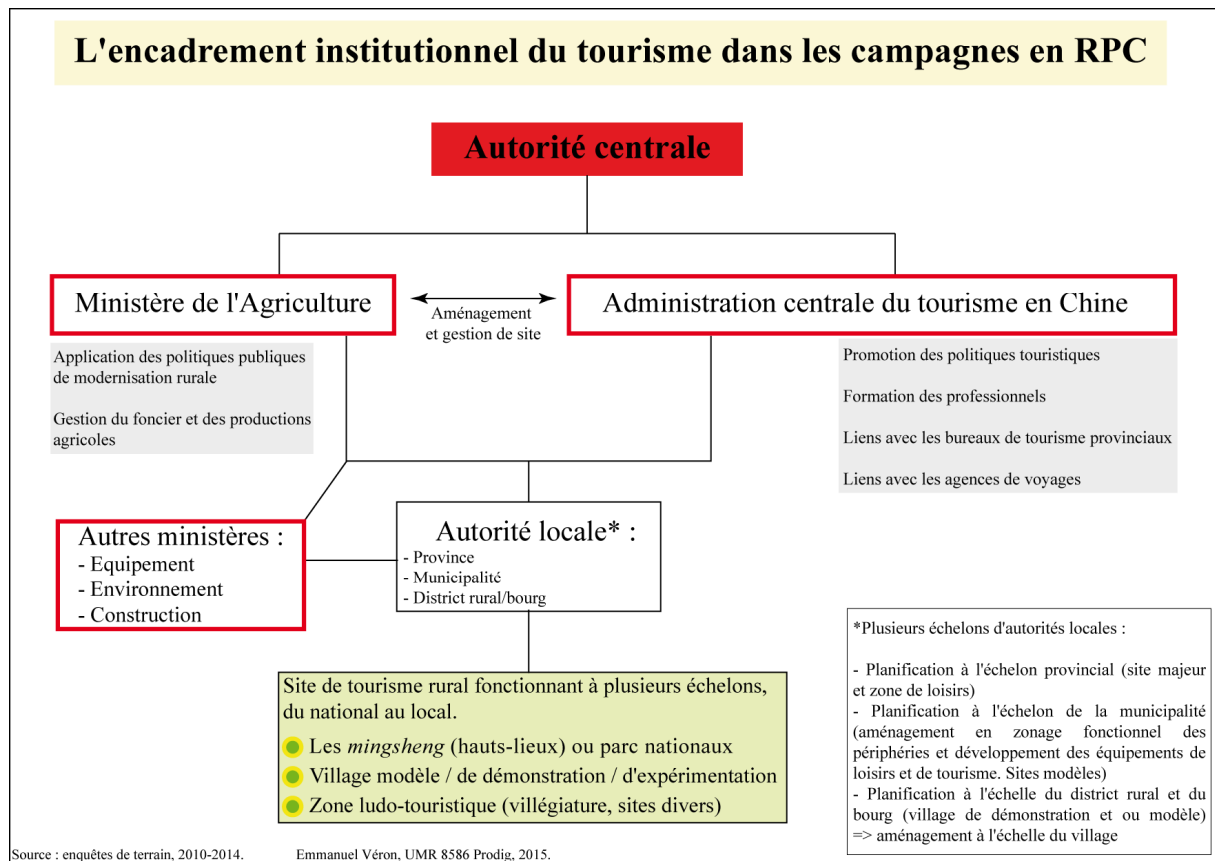


Figure 15.

Le tourisme dans les campagnes prend appui sur des politiques rurales publiques et également sur la structuration d'un domaine économique apparu dans les années 1990, dans les périphéries rurales périurbaines et dans les sites majeurs. Selon les autorités (centrales et provinciales), il paraissait alors nécessaire de structurer ce « type » de tourisme.

### 1.3 La lisibilité du tourisme rural dans les temporalités du tourisme : vers un secteur mature ?

Les universitaires chinois distinguent trois phases de développement du tourisme depuis 1978 (Zhang et Hu, 2009 ; et Zhang *et al.*, 1999 : 473-477). La première phase (1979-1991) correspond à une période d'établissement du tourisme (*chuchuang jieduan*). Un premier segment de 1978 à 1985 correspond au lancement du secteur par la séparation des fonctions des entreprises et du gouvernement, le début de la décentralisation et l'introduction des IDE. Puis, un second segment de 1986 à 1991 (Zhang *et al.*, 1999 : 478-480 ; Tisdell *et al.*, 2001 : 75-77) met en place une réforme de l'aviation, une promotion du tourisme international et une coordination entre différents niveaux de pouvoir (central à local).



La seconde phase (1992-1998) est celle du développement du tourisme (*fazhan jieduan*) (Zhang *et al.*, 1999 : 480-481). Cette période fait l'objet d'un élargissement des territoires accueillant des IDE ; une promotion plus importante du tourisme et l'aménagement de zone de loisirs et de tourisme dans les principales villes chinoises, mais aussi dans les espaces ruraux reculés (parcs nationaux).

Enfin la troisième et dernière phase (1999 à aujourd'hui) est la phase dite d'approfondissement (*shenhua jieduan*). Cette période qui se poursuit aujourd'hui est marquée par la montée en puissance des flux touristiques intérieurs et des recettes, mais également l'organisation d'événements mondiaux sur le territoire chinois. Cette dernière période voit l'émergence et l'affirmation du tourisme international de Chinois, ainsi que d'importantes opérations financières dans le domaine du tourisme témoignant de l'expansion financière chinoise<sup>10</sup>.

Période	Contexte de l'élaboration des politiques	Demandes politiques	Décisions politiques	Conséquences politiques	Impacts	Rôles du gouvernement
<b>1978-1985</b> Le tourisme international domine le tourisme intérieur, qui ne décolle pas.	Rapports de forces et négociations (Deng Xiaoping et Chen Yun) : changer l'attitude du gouvernement à l'égard du tourisme. La nature du tourisme opère un virage du tout politique à l'économique et au politique.	Administration du tourisme inefficace. Infrastructures et équipements touristiques insuffisants. Prix du tourisme à but non lucratif. Peu de gestion et qualité pauvre des services.	Séparation des fonctions d'entreprise et du gouvernement. Introduction des IDE dans l'hôtellerie. Décentralisation des investissements et opération touristique. Réforme sur la tarification du tourisme. Réforme des entreprises Politique d'éducation « rouge et professionnelle ».	L'administration du tourisme devient une fonction du gouvernement. Augmentation des infrastructures et équipements (hôtels, agences de voyages, compagnies aériennes). Tarification flexible et lucrative. Succès de la réforme des entreprises dans l'hôtellerie. Établissement de diverses institutions d'éducation.	Impacts prévus : augmentation des recettes touristiques. Impacts imprévus : « désordres » dans l'industrie émergée (corruption, vols, usurpation.	Opérateur, régulateur, éducateur et stimulateur d'investissements.

**Tableau 19 – Première phase du tourisme en Chine (1978-1985).**

Sources: Zhang Hanqin Qiu *et al.*, 1999, « An analysis of tourism policy development in modern China », *Tourism Management*, Volume 20, n°4, pp. 471- 485. Entretien avec Gao Jun (Professeur à l'Université Normale de Shanghai, 2010), et Hu Min (Professeur à la faculté de tourisme de l'université du Zhejiang, mai 2012).

Chen Yun, d'origine shanghaienne (né dans l'arrondissement de Qingpu en 1905), est un des « huit immortels » du PCC<sup>11</sup>, en référence aux huit immortels du taoïsme (divinités). Il

<sup>10</sup> À l'instar de Fosun, créée il y a deux décennies par quatre amis de l'université Fudan. Fosun est présent en Chine sur tous les marchés en croissance rapide : pharmacie, immobilier, acier, mines, services et investissements. « Introduit à la bourse de Hong Kong en 2007, il affiche un chiffre d'affaires de plus de 4,3 milliards de dollars euros en 2015 et 560 millions de bénéfices en 2009. Son patron, Guo Guangchang, 20<sup>ème</sup> fortune chinoise en 2011 d'après Forbes » (Javary et Mo, 2010-2011 : 22) a depuis participé au rachat du Club Med.

<sup>11</sup> Membres du PCC et du Bureau permanent du Bureau politique : Deng Xiaoping, Chen Yun, Li Xiannian, Yang Shangkun, Peng Zhen, Bo Yibo, Wang Zhen, Song Renqiong, tous membres du PCC, ont joué un rôle important dans le lancement des réformes et le suivi de ces dernières dans les années 1980 et 1990.

collabora étroitement avec Deng pour la poursuite des Quatre modernisations et l'ouverture de la RPC.

Période	Contexte de l'élaboration des politiques	Demandes politiques	Décisions politiques	Conséquences politiques	Impacts	Rôles du gouvernement
<b>1986-1991</b> Le tourisme international domine le tourisme intérieur.	Changer l'attitude du gouvernement et des élites vis à vis du tourisme. La nature du tourisme opère un virage du tout politique à l'économique et au politique.	Objectifs énoncés dans le « Plan national du tourisme (1986-2000) » : -augmenter la qualité des services ; - développer les infrastructures.	Coordination à plusieurs niveaux de gouvernements. Restauration et développement d'attractions touristiques. Réforme de l'aviation. Intensification de la formation au tourisme. Régulation des agences de voyages et de l'hôtellerie. Promotion du tourisme.	Coordination entre la CNTA et CAAC (aviation civile). Développement de Hauts-lieux. Établissement de 6 compagnies aériennes d'État et privées. Les aéroports sont sous contrôle du gouvernement local (province). Mise en place de formation sur le tourisme. Réduction des « désordres ».	Impacts prévus : - le tourisme se développe comme une industrie importante. Impacts imprévus : - Tian'anmen (mai-juin 1989) ; - persistance de la pauvreté de la qualité des services (mauvaise image).	Intensification de : opérateur, régulateur, éducateur et stimulateur d'investissements. Les rôles de promoteur, coordinateur, aménageur du tourisme apparaissent.

**Tableau 20 – Première phase du tourisme en Chine (1986-1991).**

Sources: voir Tableau 22.

Période	Contexte de l'élaboration des politiques	Demandes politiques	Décisions politiques	Conséquences politiques	Impacts	Rôles du gouvernement
<b>1992-1999</b> Le tourisme intérieur décolle puissamment et domine le tourisme international.	Rapports de forces et négociations (Deng Xiaoping). Le tourisme doit être développé suivant le modèle d'économie socialiste de marché.	Le tourisme doit être plus ouvert aux IDE. Le tourisme est axé sur les marchés internationaux et les Chinois d'outre-mer et le voyage des chinois à l'étranger.	Extension des zones accueillant des IDE. Planification et aménagement de <i>resorts</i> . Décentralisation des prix. Régulation du tourisme sur les lois du marché. Promotion accrue du tourisme. Permission accordée aux Chinois de voyager à l'étranger.	Joint-ventures : (compagnies aériennes) et agences de voyages. IDE pour le développement de 12 <i>resorts</i> . Multiplications des sociétés de tourisme et économie de marché. Inscription des guides. Introduction d'un label « système de qualité » des agences de voyages. Établissement des sociétés de gestion des hôtels. Promotion de la croissance touristique.	Impacts prévus : - l'industrie du tourisme axée sur l'économie de marché. Expansion toujours plus importante du tourisme comme industrie majeure. Objectif atteint de 8-10 milliards de dollars de recette en 2000.	Intensification du rôle de promoteur et stimulateur. Contribution dans la libération des prix. Planificateur du plan national au plan de station de développement. Poursuite du rôle de formation et éducation.

**Tableau 21 – Première phase du tourisme en Chine (1992-1999).**

Sources: voir Tableau 22.

Période	Contexte de l'élaboration des politiques	Demandes politiques	Décisions politiques	Conséquences politiques	Impacts	Rôles du gouvernement
<b>2000- aujourd'hui</b> Le tourisme intérieur domine, le	Poursuivre le modèle chinois d'économie socialiste de marché.	Le tourisme doit stimuler et être ouvert à l'accueil d'IDE dans les	Le secteur doit être investi par des leaders chinois à l'international.	Des compagnies de tourisme gagnent en importance dans le monde. Développement de	Impacts prévus : - l'industrie du tourisme axée sur	Poursuite du rôle d'aménageur, promoteur et planificateur.

tourisme international doit augmenter et le tourisme des Chinois à l'étranger s'affirme.	Promouvoir un développement harmonieux, riche et puissant.	provinces du centre et de l'Ouest. Développer le tourisme des Chinois à l'étranger.	La Chine domine le marché du tourisme en Asie. Organisation de grands événements touristiques mondiaux.	pôles mondiaux du tourisme. Développement des régions pauvres. Promotion de la puissance et de la « grandeur » de la Chine.	l'économie de marché. - Secteur majeur. -objectif atteint de 50 milliards de dollars de recette en 2012. Impacts négatifs : corruption.
--	--	---	---	---	---

**Tableau 22 – Première phase du tourisme en Chine (2000-aujourd'hui).**

Sources: Zhang Hanqin Qiu *et al.*, 1999, « An analysis of tourism policy development in modern China », *Tourism Management*, Volume 20, n°4, pp. 471-485. Entretien avec Gao Jun (Professeur à l'Université Normale de Shanghai), et Hu Min (Professeur à la faculté de tourisme du Zhejiang).

Le gouvernement par l'intermédiaire de la CNTA est au cœur de structuration de l'offre touristique. Les années 1996 « Année des vacances et des loisirs en Chine », et 1997, « Année du tourisme en Chine » marquent un tournant important dans la promotion du temps des vacances et du tourisme en Chine (Donohoe et Lu, 2009 : 360). Ces deux années enregistrent une forte hausse des départs touristiques. Cependant, les autorités souhaitent utiliser le tourisme comme outil de développement, notamment dans les campagnes. Nous identifions (en vert dans le tableau 23) trois années prioritaires de visibilité du tourisme dans les espaces ruraux : 1998 avec « Voyager dans les villes et campagnes de Chine » ; 2006 « Année du tourisme rural » ; 2007 « Tourisme dans l'harmonie ville-campagne ». Secondairement, l'année 2005 « Année du tourisme rouge » intéressent de nombreuses régions rurales (Hunan, Jiangxi, Shaanxi, Jiangsu, Sichuan et Shanxi).

À travers, ces slogans, le gouvernement et les administrations décentralisées à l'échelon de la province vont faire la promotion de nouveaux lieux touristiques, mais également renforcer la gestion et la visibilité de lieux mis en tourisme<sup>12</sup>. Ils témoignent de la vitalité économique d'espaces devenus touristiques comme résultats substantiels des réformes (Lim et Pan, 2003 : 3 ; Strizzi, 2002 : 4 ; Zhang, 2006 : 5).

Année	Thème	Slogan associé
1992	Voyage de l'amitié en Chine	Découvrir la Chine, se faire des amis
1993	Voyage dans les paysages de Chine	Voyager à travers les célèbres et beaux fleuves (rivières) et montagnes de Chine
1994	Voyage et patrimoine de Chine	Voyager pour découvrir le patrimoine d'Orient. L'histoire impériale et les dynasties. Le patrimoine conservé de Chine

<sup>12</sup>Dans le cadre de l'industrie touristique, la nation chinoise va mettre en avant la diversité des communautés et minorités nationales qui la composent (Guyader, 2009 ; Oakes, 1998).

1995	Voyager pour apprécier les mœurs folkloriques	Découvrir les 55 nationalités minoritaires de Chine et leurs coutumes
1996	Année des vacances et des loisirs en Chine	Un « nouveau monde » des vacances
1997	Année du tourisme en Chine	Découverte de la Chine, de son patrimoine et de ses sites célèbres et historiques
1998	Voyager dans les villes et les campagnes de Chine	Tourisme rural, nouvelle apparence des villes anciennes
1999	Voyager dans l'environnement écologique de Chine	Aller à la rencontre de la nature, connaître la nature, protéger la nature
2000	Voyage du siècle divin	Saluer le nouveau siècle et célébrer le millénaire
2001	Voyager pour fortifier la santé	Fortifier le corps et la santé
2002	Tourisme de l'art populaire de Chine	Découvrir les arts et les savoir-faire anciens
2003	Tourisme de la cuisine de l'Empire	Découvrir et déguster les spécialités culinaires de Chine
2004	Tourisme de la vie des gens ordinaires de Chine	Visiter les monts et rivières, expérimenter la vie des gens ordinaires
2005	Tourisme « rouge »	Visiter et découvrir les lieux du maoïsme et du communisme chinois
2006	Tourisme rural	Nouvelle campagne, nouveau tourisme, nouvelle expérience et nouvelle mode
2007	Tourisme de l'harmonie ville-campagne de Chine	Campagne de charme, ville dynamique et Chine harmonieuse.
2008	Année du tourisme des Jeux Olympiques	La Chine vous accueille pour les Jeux Olympiques à Pékin
2009	Année du tourisme écologique en Chine	Entre dans le tourisme vert et se sensibiliser à la civilisation écologique
2010	Année du tourisme de l'Exposition Universelle	Découvrir le monde
2011	Tourisme de la culture chinoise	Découvrir les biens de la culture chinoise
2012	Tourisme de santé et joie en Chine	Voyager heureux et en bonne santé
2013	Tourisme littoral et des océans	Découvrir la mer, le littoral, l'océan et les croisières
2014	Voyage intelligent	« Belle Chine » facile à visiter
2015	Année du tourisme de la route de la Soie	Nouvelles routes de la Soie, nouvelles expériences

**Tableau 23 – Thématique annuelle du tourisme en Chine décidé par la CNTA et le gouvernement.**

Sources : Livre vert du tourisme en Chine (2011: 103-104) et CNTA (2015).

L'encadrement du « tourisme rural » et plus généralement du processus touristique est à mettre en relation avec les politiques nationales conduites dans le cadre de la poursuite des réformes et du processus de transition (*zhuanxing*). Dans ce sens, le tourisme dans les campagnes est depuis une décennie encadré par une nouvelle gouvernance rurale, issue de l'implosion du monde agricole et rural d'une part et de l'augmentation des inégalités villes-

campagnes d'autre part. Cela correspond à la volonté de l'État central de développer plusieurs outils de modernisation du monde rural.

## **2. De nouvelles politiques de développement rural : vers de nouvelles normes urbaines dans les campagnes**

---

Cette partie<sup>13</sup> s'attache à analyser les programmes politiques de modernisation rurale dans lesquels le tourisme rural prend une place non négligeable. Notre analyse n'est pas de porter un jugement normatif sur ces projets mais de comprendre le contexte et d'interpréter les conséquences spatiales et sociales. Le fil directeur de ces nouveaux aménagements est celui de l'urbanisation. Un réel encouragement politique pour un tourisme à la campagne stimule des incitations aux formes touristiques à la campagne, une publicisation du monde rural et une revitalisation par le tourisme des espaces en déprise rurale. Y-a-t-il pour autant un retour des espaces ruraux au centre des préoccupations ? (Colin, 2006). Il y a une reconsidération des campagnes à l'échelle nationale.

À plus grande échelle, au niveau régional, il existe une grande hétérogénéité des situations. Le delta du Yangzi connaît une continuité avec le développement local et les mutations villes-campagnes issues de l'industrialisation rurale. Le secteur primaire recule à mesure de l'urbanisation et de l'industrialisation. L'emploi rural change structurellement, entraînant des mutations agricoles et une augmentation des revenus non-agricoles. Les villages bénéficient alors d'une diversification des recettes. Par ailleurs, une nouvelle politique publique rurale semble dessiner une gouvernance<sup>14</sup> rurale inédite par l'introduction de nouvelles normes d'aménagement et de valeurs. C'est la première fois que l'aménagement des villages (*cunzhuang guihua*) était reconnu officiellement comme une catégorie visible, et à part entière, de l'aménagement du territoire.

### **2.1 Autonomisation et ouverture dans les campagnes du delta du Yangzi**

En un peu plus d'un demi-siècle, les campagnes chinoises ont connu de nombreux bouleversements. La réforme agraire, la collectivisation, le Grand Bond en avant, la Révolution culturelle et la décollectivisation ont à chaque fois modifié les modes et conditions de vie des paysans chinois, ainsi que l'organisation du monde rural et agricole. L'objet de

---

<sup>13</sup> Cette sous-partie remaniée a fait l'objet d'un article dans Véron Emmanuel, 2016, « Nouvelles politiques de développement rural en Chine : vers de nouvelles normes d'aménagement dans les campagnes du delta du Yangzi », *L'Information géographique*, n°1, pp.1-17 (à paraître).

<sup>14</sup> Nous retenons la définition suivante : « Ensemble des processus et des institutions qui participent de la gestion politique d'une société » (Le Galès, 2003 : 418).

cette partie n'est pas faire une analyse des dynamiques rurales de la RPC depuis 1949, mais plutôt de comprendre le mouvement d'autonomisation suivi dans les campagnes à partir de l'Ouverture<sup>15</sup>. Ceci a largement participé (en particulier dans le delta du Yangzi) au développement rural (en tant que politique rurale)<sup>16</sup> et à la mue structurelle de l'emploi rural<sup>17</sup>.

Les dynamiques rurales aujourd'hui en Chine sont mues par les transformations de la production agricole chinoise en lien avec les logiques de marché (Monin, 2015), par les défis fonciers et environnementaux d'un pays en forte industrialisation, et surtout par un contexte fort d'urbanisation, où de nouvelles polarités métropolitaines s'affirment. La libéralisation, la décollectivisation et l'urbanisation accélérée marquent les deux premières décennies des dynamiques rurales chinoises. Dans ce cadre, les campagnes du delta sont fortement industrialisées et les revenus collectifs (*jiti shouru*) assez élevés. De plus, l'écart de revenu moyen entre un foyer rural et urbain est le plus faible de Chine dans la région du delta (Wang, 2011). Pour autant, l'autonomisation et l'urbanisation accélérée des 20 dernières années ont produit des déséquilibres importants au sein du monde rural<sup>18</sup>.

### **2.1.1 L'autonomisation des campagnes : une libéralisation croissante**

L'ouverture dans les campagnes s'est traduite par le démantèlement des structures collectives (commune populaire), de la mise en place d'un système de responsabilité (*zerenzhi*) et de contrats d'exploitation intégraux (*baogan daohu*)<sup>19</sup>. Ceci permettra l'augmentation des revenus agricoles par la vente des produits du maraîchage dans les marchés des bourgs et villes. En même temps, la main-d'œuvre rurale (pléthorique et sous-employée) trouve un

---

<sup>15</sup> Nous disposons dans le volume des annexes une figure chronologique et thématique des crises et mutations rurales depuis 1949 à nos jours.

<sup>16</sup> Cette partie permet de mettre en perspective les politiques rurales, en particulier dans les espaces ruraux du delta du Yangzi et faire le lien avec le développement d'une mise en tourisme du monde rural par en haut (*top down*). Nous n'aborderons pas les questions de géographie rurale agricole, mais seulement les politiques mises en place pour le développement par l'autonomisation des foyers et des villages.

<sup>17</sup> La Chine compte environ 315 millions de paysans. 36 % des Chinois sont des paysans travaillant dans le secteur primaire. Le revenu moyen d'un foyer rural par an est de 20 000 yuans. La Chine membre de l'Organisation mondiale du commerce (OMC) depuis la fin de l'année 2001 a donné une restructuration en profondeur de son agriculture. « 2001 a été le point d'inflexion d'une remontée des prix agricoles sur les marchés mondiaux, ce qui a permis aux paysans chinois de ne pas être déstabilisés par une concurrence internationale » (Godement et Chavagneux, 2012 : 30). La Chine rurale est dès lors lancée dans une course à la productivité. La Chine est devenue en 2012 le troisième plus grand commerçant de produits agroalimentaires derrière l'Europe et les États-Unis.

<sup>18</sup> La société rurale est frappée simultanément par la « diminution des salaires des paysans, l'alourdissement de l'imposition, l'effondrement des finances locales, la dégradation de l'ordre public, la corruption des pouvoirs politiques locaux, voire leur criminalisation, l'abandon des constructions publiques et la multiplication des actes de révolte collective » (Ying, 2007 : 110-111).

<sup>19</sup> Les exploitants bénéficient d'une liberté nouvelle pour décider de la nature et de la commercialisation des cultures. « Des droits d'usage ayant été accordés aux foyers, même si les terres demeuraient placées sous le régime de la propriété collective on pouvait considérer qu'il s'agissait là d'une décollectivisation. Les réquisitions et occupations actuelles prouvent qu'il n'en était rien » (Thireau et Hua, 2007 : 15-16).

emploi non agricole dans les industries rurales (*xiangzhen qiye*). Les spécialistes des questions rurales qualifient ces campagnes comme des espaces ruraux dominés par l'industrialisation des bourgs et des cantons (Long et al., 2010 ; et Yang, 2011). Le taux d'urbanisation est important. Il est de 64,7 % dans la région du Sunan en 2011<sup>20</sup>.

Les réformes et l'ouverture se sont accompagnées d'un « retrait progressif et inégal des monopoles d'État » (Aubert, 2005 : 2). Les réformes prennent la forme non pas d'une « privatisation de l'économie, mais d'une déconcentration au profit des autorités provinciales, municipales et villageoises » (Guiheux, 2003 : 35). Ceci s'est opéré en complément une transition d'un « mode de production socialiste vers une nouvelle gestion capitaliste » (Zhou et al., 2008 : 520). Le fonctionnement des organismes de base à la campagne (district, bourg, canton) connaît des problèmes d'endettement. L'État a du mal à couvrir les espaces ruraux pour les aménagements et toutes les finances publiques. Ceci témoigne des mouvements de déconcentration, des rapports entre le Centre et le local, et du difficile contrôle que le premier exerce sur le second. Les ressources financières du gouvernement central se sont affaiblies. Le gouvernement central n'a pu équilibrer sa balance que grâce à un transfert des finances locales (Zhou, 2007 : 134). Après avoir séparé la perception fiscale des finances publiques, il fut décidé que les principales taxes des entreprises locales et la TVA seraient réparties entre le gouvernement central (75 %) et l'administration locale (25 %) (« partage de la fiscalité », *fenshuizhi*) (Zhou, 2007 : 134).

Avant la réforme, le mouvement national de construction d'entreprises industrielles rurales annonçant « des usines dans chaque village et des emplois pour tous » a absorbé d'importants investissements financiers, et les banques ont accumulé de nombreuses créances douteuses (Zhou, 2007 : 152). Le changement de la structure sociale des communautés rurales est un autre fait essentiel. Avec le développement intégré des communautés rurales et le transfert d'emplois agricoles vers des activités non agricoles, « un grand nombre d'agglomérations concentrant de multiples secteurs économiques et culturels ont émergé dans les zones rurales » (Shen et Kesteloot : 1986 : 134). L'activité agricole (Gorenstein, 2003 : 151) se substitue à une multifonctionnalité accrue dans les campagnes de la région.

L'heure est à une économie diversifiée caractérisée par la coexistence d'activités agricoles et non agricoles (Yang, 2005 : 16 ; et Huang et al., 2012). La diminution de la part des actifs agricoles dans celle des actifs. La diminution de la population agricole, non seulement n'est pas un problème, mais elle est perçue comme le passage obligé vers la

---

<sup>20</sup> Chiffres recueillis lors d'entretiens avec le Bureau d'aménagement de Suzhou en juin 2011.

modernisation (Le Floch *et al.*, 2005 : 51). Alors que la part du terrain cultivé consacrée aux céréales a diminué de 63 % en 1991 à 50 % en 2003, celle consacrée aux fruits et légumes a augmenté de 8 à 18 % (Sanjuan, 2007 : 42). La conversion des terres agricoles en terres maraîchères répond à la disparition de celles de la troisième couronne et participe à l'élargissement du complexe maraîcher.

Les cultures céréalières (riz, blé, maïs, millet, soja et tubercules, etc.) cèdent progressivement la place aux cultures commerciales (légumes, arbres fruitiers, arachide, betterave, cultures oléagineuses, etc.). L'autre transformation majeure est le développement rapide de l'industrie rurale (Yang, 2005 : 16). La superficieensemencée en cultures céréalières reste pendant toute la période « très élevée, à un niveau toujours supérieur à 80 % » (Yang, 2005 : 16). Par ailleurs, les paysans sont de plus en plus indépendants de leurs terres, trouvant dans des emplois du secteur secondaire et tertiaire des revenus plus attractifs<sup>21</sup>.

### **2.1.2 La marchandisation du foncier rural**

D'après les statistiques du ministère du Territoire et des ressources, le territoire chinois compte 1 831 millions de *mu*<sup>22</sup> de SAU, représentant 13,5 % du territoire, soit 122 millions d'hectares). La limite de 120 millions d'hectares (ou 122 millions d'hectares)<sup>23</sup> est considérée par le XI<sup>ème</sup> Plan comme le seuil minimum pour assurer un niveau d'autosuffisance alimentaire<sup>24</sup>. La superficie de terres arables occupées par habitant ne représente qu'un tiers du niveau mondial. De 1997 à 2009, la Chine a perdu plus de « 8,2 millions d'hectares cultivables<sup>25</sup> et le processus se poursuit à un rythme de 200 000 à 300 000 ha par an » (He, 2007 : 117 ; Monteil et Vermander, 2012 : 21 et Lucotte, 2009 : 3).

---

<sup>21</sup> Entretiens avec le Bureau d'aménagement de Suzhou en juin 2011.

<sup>22</sup> 1 *mu* = 1/15<sup>ème</sup> d'hectare.

<sup>23</sup> Ce qui représente moins de 0,1 ha par habitant (« 2005 nian Zhongguo guotu ziyuan gongbao » (Communiqué officiel sur le territoire et les ressources, 2005) (Thireau et Hua, 2007 : 9 et He, 2007 : 117).

<sup>24</sup> Le recensement des terres cultivées, effectué par voie aérienne en « 1985 et révisé en 1989, donne respectivement 140 millions d'hectares cultivés (1985) et 133 millions (chiffre révisé en 1989) contre 96 millions d'hectares officiellement rapportés. En termes comparables, les terres réellement cultivées seraient supérieures d'environ 30 % au chiffre officiel du Bureau statistique, résultant en une sous estimation des récoltes d'environ 10 % et une surestimation des rendements de 15 à 20 % » (Aubert, 1996 : 530).

<sup>25</sup> En 2003, la densité de la population rurale était de 765 hab. /km<sup>2</sup> de surface cultivable en Chine. La Chine se trouve dans une situation de surpopulation rurale généralisée (Aubert, 1998 : 30), exerçant une pression excessive sur le potentiel des terres et plus généralement sur l'économie locale. Les politiques de développement rural ont pour objectif de gérer les densités rurales importantes. De plus, du fait de l'urbanisation croissante, de la pollution et de la désertification, on estime que la surface cultivable diminue d'environ 2 500 km<sup>2</sup> par an. Les priorités du gouvernement en matière agricole se situent aussi sur la sécurité alimentaire (et non plus l'autosuffisance auquel le gouvernement a renoncé) et la lutte contre l'inflation, sachant que la part de l'alimentation reste très importante dans les budgets de la grande majorité des Chinois.



La Constitution de 1982<sup>26</sup>, révisée en 1986, place les terres arables sous le régime de la propriété collective, alors que les terres urbaines relèvent de la propriété de l'État. En 1986, une « loi sur la gestion des terres » voit le jour. Elle est révisée en 1988, puis, l'est à nouveau en 1998 et en 2004. La révision de 1998 vise à protéger les droits d'usage détenus par les foyers paysans : ces droits doivent être fixés par des contrats écrits conclus entre la collectivité et ces foyers ; ils sont désormais acquis pour une durée de trente ans ; les réajustements de terres au sein d'un même village et les redistributions périodiques entre les familles doivent être exceptionnels (Thireau et Hua, 2007 : 11 et 13).

La loi d'administration de la terre<sup>27</sup> (1998) assure que « toute occupation de terres agricoles pour des usages non-agricoles doit être accompagnée de la récupération de la même superficie de terres de même qualité » (article 31). En 2003, une nouvelle loi a donné aux agriculteurs le droit d'obtenir un bail de 30 ans sur leurs terres, mais elle n'est pas encore pleinement appliquée. En outre, les terres données à bail peuvent être redistribuées si la taille de la famille vient à changer (OCDE, 2005 : 9). Cependant, un flou juridique<sup>28</sup> entoure ces transferts et conduit à de nombreux abus. Les transferts se font souvent contre la volonté des agriculteurs, pour des loyers très bas et pour des durées excédant celle de leur contrat d'exploitation.

La marchandisation des terres agricoles et rurales est aussi active dans le transfert des terres vers des activités ludo-touristiques, en particulier après les années 1995-2000. Les promoteurs en lien avec les autorités locales (districts et bourgs) ont par exemple développé des parcs à thème dans la province du Jiangsu, du Zhejiang et à Shanghai (Chongming). Les terres agricoles chinoises n'ayant pas de propriétaire nominal, les fonctionnaires de tous niveaux peuvent, le plus légalement du monde, les réquisitionner (He, 2007 : 120). C'est la terre qui soutient l'urbanisation. Les gouvernements locaux comptaient sur les bénéfices reversés par les entreprises. Depuis la réforme, ils comptent sur l'argent des cessions foncières (Zhou, 2007, 151). Les autorités des bourgs s'approprient des terres arables, placées officiellement sous le régime de la propriété collective, pour pallier les insuffisances des

---

<sup>26</sup> « Nulle organisation, nul individu ne peut s'approprier des terres, les vendre, les acheter, les donner à bail ou les céder illicitement à autrui sous quelque forme que ce soit » (Constitution de 1982, art. 10).

<sup>27</sup> La loi prévoit que la propriété foncière, collective ne peut être ni vendue ni échangée (sauf par réquisition du gouvernement). Seuls les « droits d'utilisation des terres » (*tudi shiyong quan*) peuvent faire l'objet d'un transfert (Boullenois, 2012 : 32). Les formes de transfert les plus répandues à l'heure actuelle sont : la « sous-traitance » (*zhuanbao*) et l'« échange » (*huhuan*) de terres au sein d'une même collectivité rurale. La « location » (*chuzu*) à un grand exploitant ou à une entreprise agricole est également populaire (Boullenois, 2012 : 32). La « mise en société par actions des terres » (*tudi gufen zhi*) a été expérimentée dans le Zhejiang.

<sup>28</sup> Les textes promulgués sont souvent peu précis et contradictoires. Ils tendent, d'une part, à protéger le droit, de l'État et de ses représentants, à procéder à des réquisitions et, d'autre part, à protéger le droit des foyers paysans à exploiter les terres collectives et à contrôler les transferts de terres villageoises (Thireau et Hua, 2007 : 13).

finances locales ou pour s'enrichir (Thireau et Hua, 2007 : 11). Le foncier est ainsi devenu une ressource de premier plan pour les pouvoirs publics (locaux).

### **2.1.3 Vers une nécessaire politique rurale de rééquilibrage**

Le modèle du Sunan (*sunan moshi*) est à l'origine d'une industrialisation rurale à gestion collective (Zhang, 2010 : 232-234 ; et Chen, 2008). C'est une première forme de développement rural qui, dans les années 1980 et 1990, a participé à la transformation des campagnes de la province du Jiangsu. A partir du début des années 1990, de nouvelles réglementations provinciales (1994) proposent un aménagement « plus rationnel » de l'espace, afin de contenir la dispersion des noyaux villageois et de l'occupation du sol. En raison d'une forte urbanisation consommant les terres arables et la marchandisation du foncier rural, de nouveaux projets émergent. Ainsi une forme nouvelle de concentration des zones d'habitations rurales et les industries sont intégrées à un schéma directeur.

Par ailleurs, le gouvernement souhaite accompagner le mouvement d'urbanisation par une intégration ville-campagne (*chengxiang yiti hua*)<sup>29</sup>. Ceci correspond à une nouvelle gestion des franges périurbaines. Les villes se dotent de plan d'aménagement par zonage fonctionnel (Wang, 2010). Les zones périurbaines sont alors perçues comme multifonctionnelles. Elles conservent des parcelles agricoles (riz et blé), accueillent des activités industrielles (permettant une retombée des recettes annuelles importantes par district ou arrondissement) et prévoient de vastes promotions immobilières afin d'attirer ou de reloger des populations en périphérie des villes. De plus, cette notion d'intégration ville-campagne prévoit la modernisation et l'extension des modes de transports et des activités de loisirs et de tourisme. Les rapports villes-campagnes s'inscrivent alors dans un continuum plutôt que dans une discontinuité.

## **2.2 Vers de nouvelles campagnes : nouvelles normes, aménagement et hygiénisation du monde rural**

Depuis une décennie, une nouvelle politique publique visant à la rationalisation du foncier, des productions agricoles et d'un accompagnement des populations rurales vers l'urbanisation (des conditions de logement et de vie) est en cours. Cette politique de développement rural constitue une base solide pour la publicisation d'un monde rural modernisé et hygiénisé, stimulant le tourisme rural.

---

<sup>29</sup> Ces termes d'« intégration ville-campagne » apparaissent comme un nouveau paradigme pour la gestion des municipalités et des districts (Liu, 2008 : 468-470), notamment en termes de périurbanisation.

### 2.2.1 Les trois problèmes ruraux et les nouvelles réflexions sur l'aménagement rural

L'expression « trois problèmes ruraux » (*sannong wenti*) est employée publiquement pour la première fois en 1996 par l'universitaire Wen Tiejun<sup>30</sup> de l'Université Renmin à Pékin. Cette expression aborde la question rurale sous trois dimensions : économique (la production agricole et l'agriculture, *nongye*), politique (la question des élections et des relations entre cadres et villageois, le monde rural *nongcun*) et sociale (la lutte contre la pauvreté et le développement des inégalités concernant la paysannerie, *nongmin*).

Au début des années 2000, plusieurs ouvrages<sup>31</sup> et rapports internes témoignent de la paupérisation et des lacunes des campagnes chinoises (tableau 24). Au début de l'année 2004 deux ouvrages rassemblant des enquêtes nationales sur le monde rural chinois sont publiés : « Enquête sur les paysans chinois » (*zhongguo nongmin diaocha*)<sup>32</sup> (Chen et Chun, 2004) et « Enquête sur le monde rural chinois » (Han, 2009).

Un rapport de l'Académie des sciences sociales de Chine publiait en 2005 une somme montrant les difficultés des campagnes chinoises. Ce document met en évidence les lacunes en équipements et infrastructures des espaces ruraux : 300 millions de ruraux n'ont pas accès à l'eau potable saine, 40 000 villages administratifs n'étaient pas reliés à des routes et la grande majorité n'avaient pas de routes asphaltées, des dizaines de millions de foyers n'avaient pas accès à l'électricité, au téléphone, à la télévision et à la radio (Su, 2009). L'hygiène pose également problème. Les différents documents d'expertise montrent aussi les lacunes en équipements de loisirs et culturels<sup>33</sup>. Les villages sont décrits comme sales (*zang*),

---

<sup>30</sup> Wen Tiejun est à l'origine d'un mouvement de réflexion sur « la construction de nouvelles campagnes » (*xin xiangcun jianshe*). Il théorise dès la fin des années 1980 l'idée des trois problématiques rurales. D'autres spécialistes des questions rurales et agricoles comme He Xuefeng, Yu Jianrong et Liu Xiangbo forment des centres de recherches et d'analyses sur les questions des mondes ruraux chinois (Centre Liang Shuming pour la reconstruction rurale et Centre de recherche de développement et des services sociaux en Chine). Ceci est inspiré par le mouvement de reconstruction rurale des années 1920 en Chine autour de James Yen et Liang Shuming aux prises avec les affrontements et rapports de forces en Nationalistes et Communistes (Bislev et Thogersen, 2012).

<sup>31</sup> Ceci correspond aux enquêtes nationales sur « 1 000 villages et 10 000 foyers » (*yi qian cun, yi wan hu*). Cette expression désigne un type d'enquête sur les conditions paysannes, couramment utilisée en Chine, par les administrations et différents types d'organisations non spécialisées en sciences sociales.

<sup>32</sup> L'ouvrage de Chen Guidi et de son épouse Wu Chuntao fut interdit par le PC. Sa publication a été rendue possible en langue anglaise sous le nom « Will the Boat Sink the Water ? » en 2006. Cet ouvrage est également disponible en langue française aux éditions Bourin Éditeur, publié en 2007.

<sup>33</sup> En 2001, les finances nationales ont investi 330 milliards de yuans dans les campagnes pour l'agriculture et les paysans, soit 13 % des dépenses financières totales. Ce chiffre est de 11 % si l'on déduit le fonds des dettes nationales. Selon le rapport d'enquêtes réalisé par le ministère des Finances (bureau de l'Agriculture du ministère des Finances, 2004), ces disparités se révèlent dans plusieurs domaines (Li et al, 2011 : 93).

Ainsi, dans la construction des infrastructures publiques, observe-t-on un retard dans les campagnes. En 2003, dans tout le pays on enregistrait 261 cantons et bourgs, et 54 000 villages, qui étaient encore inaccessibles aux véhicules. À l'échelle du pays, sur 1 043 000 km de routes sans revêtement (couvertes de gravier, en terre), la campagne en possédait 923 000 km, soit 88,5 %. À celles-ci il fallait ajouter 1 200 000 km de routes rudimentaires inter-villageoises, qui n'étaient pas incluses dans les statistiques.

désordonnés (*luan*), pauvres (*cha*) et arriérés (*luohou*) (Hoering, 2011 ; Thøgersen, 2009 ; Ahlers et Schubert, 2009 et 2013).

Une nouvelle gouvernance rurale est alors pensée. Plusieurs plans nationaux de modernisations des campagnes (les plus pauvres d'abord) par l'augmentation des fonds sont proposés. Les dépenses publiques consacrées aux zones rurales vont en augmentant, compte tenu de l'importance grandissante accordée aux déséquilibres territoriaux<sup>34</sup>. De nouveaux concepts apparaissent pour l'aménagement des espaces ruraux. Les concepts qui régissent la planification du réaménagement et de la modernisation du territoire sont issus de deux discours gouvernementaux distincts. Un premier correspond à un discours de planification urbaine, dont l'origine remonterait à l'histoire de l'Union soviétique en passant par celle de la République populaire de Chine et aux débuts de l'urbanisme moderne en Europe et en Amérique. Puis, un second discours centré sur les problèmes du développement rural en Chine, datant de l'ère républicaine, et qui a entraîné ces dernières années de nombreux débats autour du thème de la « reconstruction rurale » et des « trois problèmes ruraux » (Bray, 2013 : 60).

L'intention de « construire de nouvelles campagnes socialistes »<sup>35</sup> a été proclamée à la fin de l'année 2005 lors du cinquième plénum du XVI<sup>ème</sup> Comité central du PCC, puis officiellement approuvée en mars 2006 durant l'Assemblée populaire nationale sous la direction de Hu Jintao et de Wen Jiabao. Le gouvernement central a consacré en 2004 et 2005 le « document n°1 » du Comité central du Parti devant donner la priorité aux politiques rurales. En 2004, l'objectif était d'augmenter les revenus paysans. En 2005, il était de renforcer la capacité productive de l'agriculture (Aubert, 2006 : 69-70). L'idée de « société harmonieuse » (*hexie shehui*) est officialisée au Comité central du PCC en 2004 et a fait l'objet, en 2006, d'une résolution du Parti établissant des objectifs pour 2020. Ces objectifs étaient extrêmement larges, allant de la mise en application d'un état de droit, au respect des droits et intérêts du peuple. Des références plus concrètes étaient néanmoins faites à la nécessaire diminution des disparités de revenus (augmentation des bas salaires, diminution

---

<sup>34</sup> Elles ont quasiment doublé en termes nominaux entre 2004 et 2007, la plus grande part allant aux mesures de politique agricole (55 % du total en 2007), suivies par les infrastructures rurales (23 %) et le développement social, soit l'éducation, les soins de santé, la lutte contre la pauvreté et la sécurité sociale dans les zones rurales (20 %) (OCDE, 2009 : 4). En 2001, le gouvernement central a adopté un plan de 10 ans (2001-2010) de lutte contre la pauvreté, alors que plus de 32 millions d'individus ont 625 yuans de revenu annuel (Long *et al*, 2010: 463).

<sup>35</sup> L'idée et la mise en pratique du terme de « construction » (*jianshe*) des campagnes chinoises remontent aux années 1920 (Thøgersen, 2009 : 10), elle est inspirée par le mouvement de reconstruction des mondes ruraux en focalisant l'idée de communauté rurale comme pivot de la « reconstruction ».

des taxes dans les zones rurales, création d'un salaire minimum)<sup>36</sup> ainsi qu'à la mise en place d'un système de sécurité sociale couvrant l'ensemble de la population et adapté à une société vieillissante et à une structure d'emploi de plus en plus diversifiée (Le Bail, 2008 : 282). L'essence de la nouvelle politique agricole est l'utilisation des finances publiques pour aider les zones rurales, tandis qu'auparavant, c'était uniquement les logiques du marché qui entraient en jeu.

Année	Objectifs et orientations des politiques de modernisation rurale
2004	Augmentation des revenus des ruraux
2005	Augmentation des capacités de productions agricoles
2006	Construction des nouvelles campagnes Abolition de la taxe agricole
2007	Développement d'une agriculture moderne Développement intégré ville-campagne L'industrie nourrit l'agriculture La ville soutient la campagne
2008	Résolution des problèmes ruraux Loi de planification ville-campagne (réflexions sur l'intégration ville-campagne)
2009	Stabilisation des prix agricoles et augmentation des revenus
2010	Renforcement de l'agriculture et du développement rural

**Tableau 24- Les récentes orientations politiques sur le monde rural chinois**

Source : Long Hualou *et al.*, 2010 « Building new countryside in China: A geographical perspective », *Land Use Policy*, vol. 27, n° 2, pp. 457-470.

### 2.2.2 La politique des « nouvelles campagnes socialistes »

Cette nouvelle politique prenant appui sur les analyses de Wen Tiejun doit moderniser les campagnes par l'urbanisation. Le XI<sup>ème</sup> Plan quinquennal<sup>37</sup> (2006-2010) fait de la modernisation rurale et de la construction des « nouvelles campagnes socialistes » l'un des fers de lance des cinq années d'aménagement. Le but est d'introduire et de promouvoir l'idée d'« intégration ville-campagne » (*chengxiang yiti hua*)<sup>38</sup> (Ye, 2009: 118-119) et la « transformation des paysans en citadins » (*nongmin shiminhua*) (planche photographique 3).

<sup>36</sup> À partir de 2006-2007, le gouvernement institue un allègement la charge fiscale (taxes agricoles et para-agricoles versées au district et des quotas de grains versés à l'État) des paysans (le fardeau paysan *nongmin fudan*) par la réforme sur les taxes rurales et quotas (*nongcun shuifei gaige*). Ceci vise à débloquent les tensions et les mécontentements qui se multiplient à travers toute la RPC. Ce mouvement a été initié dans les provinces du Jiangsu et du Zhejiang, puis étendu à l'ensemble du pays (Xia, 2011 : 140).

<sup>37</sup> Le gouvernement abandonne la notion de planification ou plan (*jihua*) pour adopter celle de guide ou aménagement (*guihua*). Initiée officiellement avec le XI<sup>ème</sup> Plan (ou guide), cette politique publique pour la modernisation des campagnes se poursuit avec le XII<sup>ème</sup> Plan (2011-2015). Nous disposons dans le volume des annexes les grandes lignes des XI<sup>ème</sup> et XII<sup>ème</sup> Plans.

<sup>38</sup> L'intégration ville-campagne ne signifie pas une réforme du livret d'enregistrement de la résidence et d'une transformation du statut de rural à celui d'urbain. L'individu déménage dans un logement neuf d'un style nouveau et trouve un nouvel emploi en dehors de l'agriculture.

En 2007, le ministère des Affaires civiles a sélectionné 251 districts à travers tout le pays afin de servir de sites laboratoires pour la création de ces nouvelles communautés rurales (Rosenberg, 2013 : 72). La constitution d'unités modèles nationales (*shifan danwei*) forme la base des nouvelles communautés rurales<sup>39</sup> (Hoering, 2011 ; Thøgersen, 2009 ; Ahlers et Schubert, 2009).

- *Les principales mesures de la construction des nouvelles campagnes socialistes*<sup>40</sup>

Cette nouvelle gouvernance rurale propose à la fois une nouvelle gestion foncière, agricole et une urbanisation des espaces ruraux à partir de villages et districts choisis à travers toute la RPC (Chen, 2008 ; He, 2008, Liu, 2008 ; Yang, 2011 ; Luo, 2008 et Ahlers et Schubert, 2009). Si cette politique est nationale, l'application locale est hétérogène suivant l'échelon du district et du village. Le programme politique de modernisation rurale dit des « nouvelles campagnes socialistes » se synthétise en 16 principaux axes.

1. Spécialisation, intensification et modernisation technologique de l'agriculture.
2. Renforcement de propriété foncière rurale.
3. Déplacement des ruraux dans de nouvelles zones résidentielles.
4. (Re) boisement.
5. Construction et entretien des réservoirs d'eau et des systèmes d'irrigation.
6. Amélioration de la qualité de l'eau potable.
7. Amélioration de l'efficacité énergétique (panneau solaire et bombonne à eaux, petites usines de production de biogaz).
8. Construction et entretien des routes rurales.
9. Modernisation des équipements sanitaires.
10. Développement de la protection sociale (assurance maladie et allocations minimales pour les villageois sans emplois).
11. Mise en place de système de microcrédit.

---

<sup>39</sup> Site web des « nouvelles campagnes » : <http://www.qgxnc.org/List.asp?L-3899205789.Html>. Le programme met en avant la personne de Mao pour la gestion de la paysannerie et des campagnes : « utiliser la pensée de Mao Zedong pour édifier la première génération d'un nouveau type de paysan » (*yong Mao Zedong sixiang zaojiu shijie shang di yi dai xinxing nongmin*).

<sup>40</sup> Le programme envisage également de résorber les disparités fortes entre ville et campagne, mais aussi de pallier aux lacunes des campagnes en termes de santé et d'éducation. Un nouveau système médical coopératif rural (*nongcun xinxing hezuo yiliao zhidu*) et un système d'allocation minimum pour la main d'œuvre rurale sans emploi (*zui di shenghuo baozhang zhidu*) (Ahlers et Schubert, 2009: 41) sont progressivement étendus à l'ensemble du territoire. Enfin, depuis 2007, le regroupement des paysans en coopérative (*nongmin zhuan ye hezuoshe*) et plus récemment l'encouragement de l'emploi non agricole dans des unités industrielles rurales et dites « écologiques » (*shengtai gongye*) doivent stimuler une nouvelle organisation de la paysannerie.

12. Développement d'une formation professionnelle pour les paysans et les travailleurs migrants.
13. Raccordement de toutes les zones rurales aux réseaux télévisions et Internet.
14. Construction d'écoles et de dortoirs.
15. Renforcement de la transparence comptable (*cunwu gongkai*) et de la prise de décision « démocratique » dans les villages.
16. Programme de sensibilisation afin d'encourager la mise en place de villages modèles (*shifan cun* ou *mofan cun*<sup>41</sup>) comme moteur du développement local.

Le XVII<sup>ème</sup> congrès d'octobre 2008 a confirmé la nécessité, pour les autorités, d'œuvrer pour l'intégration des zones urbaines et rurales et lui a donné une haute priorité. Cinq axes sont définis (Langer, 2011) :

- Planification intégrée de l'usage des terres urbaines et rurales, y compris en fonction d'objectifs environnementaux ;
- Développement industriel intégré : les facteurs productifs doivent aller des villes vers les campagnes, et en particulier la création d'entreprises locales est encouragée ;
- Intégration des services d'emploi pour aboutir à un marché du travail unifié (et d'ici là, protection accrue des droits des migrants) ;
- Gestion des affaires sociales urbaines et rurales intégrées, en particulier réforme du système d'enregistrement de la résidence (*hukou*) pour permettre aux ruraux établis en ville d'obtenir le statut urbain, ou le droit de résider dans les petites ou moyennes villes ;
- Modernisation des services publics et des infrastructures.

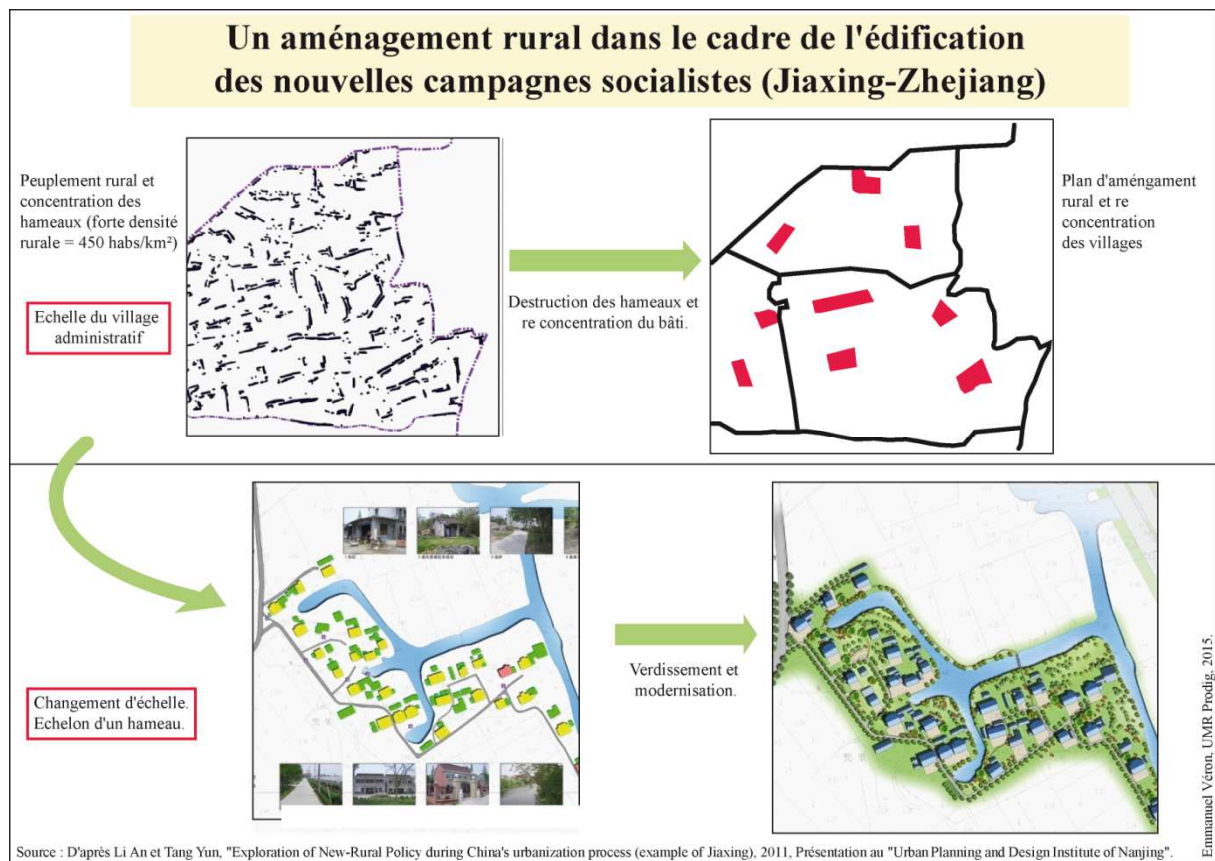
Sur le plan local, les autorités ont créé des bourses de terres agricoles dans l'espoir de voir les paysans échanger leur droit à des terres contre un statut urbain avec les avantages sociaux correspondants. Ceci permettant aux villes de poursuivre leur croissance urbaine. Par ailleurs, l'objectif est de libérer des terres afin d'augmenter les revenus mais aussi d'attirer de nouvelles industries pour augmenter les recettes des gouvernements locaux (Su, 2009).

La province du Jiangsu est pionnière dans la rationalisation du foncier afin d'attirer de nouvelles industries, dans une logique d'hinterland des métropoles de Shanghai, de Suzhou et de Nankin. L'objectif de concentration du bâti et des activités est rapidement suivi par la municipalité de Shanghai, dotée d'un schéma directeur (1999-2020). Ce nouveau principe des

---

<sup>41</sup> Il existe différents termes pour qualifier un village modèle. Le terme *shidian* correspond à un village pilote ou expérimental. Le terme *shifan cun* correspond à un village de démonstration. Enfin, le terme *yangban cun* ou *mofan cun* correspond à un village modèle.

« trois concentrations » (*sange jizhong*) voit le jour dans la municipalité de Shanghai. Le gouvernement central inaugure en 2003 un nouveau type de planification coordonnée de l'aménagement urbain et rural. C'est l'une des Cinq formes de plan coordonné (*wuge tongchou*) du 3<sup>ème</sup> plénum du XVI<sup>ème</sup> Comité central du PCC. Ce nouveau schéma directeur affiche des objectifs précis : l'intégration ville-campagne, l'urbanisation rurale, la modernisation agricole et la transformation des paysans en citadins (Rosenberg, 2013 ; Bray, 2006 et 2013 ; Kipnis, 2013 ; Zhu *et al.*, 2013). En 2003, les autorités provinciales du Zhejiang ont lancé un programme pilote de réaménagement rural appelé « mille villages modèles, dix mille villages réhabilités (*qiancun shifan, wancun zhengzhi*). Selon les autorités du Zhejiang, de 2003 à 2008, 1 181 villages ont été transformés en « villages modèles de petite prospérité » (*quanmian xiaokang jianshe shifan cun*) et 10 303 villages ont opéré une « transformation environnementale » (*huanjing zhengzhi*) (Rosenberg, 2013).



**Figure 16 – Aménagement des villages : destruction et concentration des noyaux villageois.**



### 2.2.3 De nouvelles normes techniques et aménageuses pour le monde rural

De nouveaux bureaux spécifiques (*nongcun gongzuo bangongshi* ou *nonggongban*) voient le jour. Un système de transfert des ressources (*zhuan yi zhifu zhidu*) du centre (Pékin) vers les districts via les provinces est institutionnalisé. Par ailleurs, ce transfert est doublé par des flux des provinces littorales vers l'intérieur (Xia, 2011).

La politique de « construction des nouvelles campagnes socialistes » prend appui sur des concepts nouveaux d'aménagement et d'urbanisme. Les concepts d'aménagements du territoire et d'urbanisation<sup>42</sup> ont été mobilisés de manière inédite ces 20 dernières années et ce pour participer au développement rural. De nouvelles normes techniques sont mises en œuvre pour reconstruire, rénover et réhabiliter des villages et de l'occupation du sol. Ce projet ne correspond pas seulement à l'amélioration de la rentabilité économique et de la productivité du village ou l'augmentation des revenus. Il envisage également l'urbanisation des espaces ruraux et la transformation de la vie quotidienne des ruraux. L'aménagement paysager tient une place toute particulière, où un environnement paysager urbain aménagé doit voir le jour à la place d'une campagne mal aménagée. Ce programme se base sur un nouvel usage de l'urbanisme et des plans (ou schémas directeurs) dans les espaces ruraux. La loi d'urbanisme (*chengshi guihua fa*) qui datait de 1990, a été révisée au début des années 2000 et promulguée en 2007, devenant la loi d'aménagement du territoire urbain et rural (*chengxiang guihua fa*)<sup>43</sup> (Luo, 2008).

L'aménagement territorial des villages<sup>44</sup>, ainsi que celui des bourgs et des cantons, ont été intégrés dans le plan général de la loi sur l'aménagement du territoire. Chaque village doit produire un schéma directeur dans lequel sont mentionnés l'utilisation à long terme du foncier et de l'occupation du sol, le développement d'infrastructures de transport et la protection de l'environnement pour les 20 années à venir. En même temps, ces plans sont liés à un échelon supérieur (district, bourg, municipalité) coordonné autour d'un plan du système urbain

---

<sup>42</sup> Les nouveaux schémas directeurs sont l'objet d'une évaluation par un jury formé d'urbanistes et universitaires spécialisés dans l'urbanisme et l'architecture. Ces projets sont soumis à l'assemblée du village et sont autorisés par des représentants à l'échelon du bourg ou du canton.

<sup>43</sup> Loi du l'urbanisme et l'aménagement du territoire en RPC prenant effet en 2008.

<sup>44</sup> Ces nouveaux aménagements du territoire visent au regroupement de villages naturels (*ziran cun*), de villages centraux (*zhongxin cun*) et de village de base (*jiben cun*). Les villages sont de tailles assez variables. Pour gérer l'hétérogénéité des formes et du volume de population des villages, les autorités centrales ont mis en place le statut de village administratif (*xingzhencun*). Ils forment l'unité administrative de base des campagnes. Chacun est administré par un comité de villages comptant des fonctionnaires et une cellule du parti. Loin de s'opposer, de former deux entités antagonistes, Parti et État font bloc (Charon, 2012). La présence des mêmes hommes tantôt dans l'administration d'État, tantôt dans celle du Parti renforce la compacité du système. Des comités du Parti, lieu réel du pouvoir, sont présents dans tous les organes d'État, y compris au sein des villages. Ce village comprend des hameaux ou villages naturels. Ce nouvel échelon d'aménagement du territoire donne lieu à des spécialisations autour de l'expression « un village, un produit » ou « une zone, un produit » (*yi cun, yi pin* ou *yi qu, yi pin*). La mise en tourisme de villages va participer à exploiter ce slogan aménageur.

(*chengzhen tixi guihua*). À l'échelon du bourg (administrant des villages), un plan de disposition des bourgs et des villages administratifs (*zhencun buju guihua*)<sup>45</sup>. Le schéma directeur à l'échelon du village comprend généralement trois sections : le plan directeur, le plan de réhabilitation à court terme et le plan de réhabilitation à long terme. Un nouveau zonage fonctionnel est dessiné à l'échelon du village administratif (zone industrielle, zone de logement, zone de loisir ou tourisme, zone agricole). Certains villages se dotent d'une fonction touristique.

Le programme rationalise et impose de nouvelles normes : « production développée » (*shengchan fazhan*), « vie riche » (*shenghuo kuanyu*), « style de vie civilisé » (*xiangfeng wenming*), « villages propres et soignés » (*cunyong qingjie*) et « introduire une administration démocratique » (*guanli minzhu*) (Rosenberg, 2013 ; et Bray, 2013).

Le concept de communauté est renouvelé. Le sociologue Fei Xiaotong avait introduit le concept de communauté sous le terme de *shequ* au début des années 1930. Le mot disparut dans les années 1950 et il est réapparu dans les années 1980 lors de la réhabilitation des sciences sociales dans les universités. Au début des années 2000, le ministère des Affaires civiles a réintroduit les « communautés » comme nouvelle forme d'organisation administrative dans la gouvernance urbaine (dans un contexte d'incapacité de l'État à répondre à la demande de services sociaux) pour gérer les populations urbaines (Rosenberg, 2013 : 71 ; Bray, 2006 ; Kipnis, 2013 : 6-7 ; Zhu *et al.*, 2013 : 47). Un glissement du mode de gouvernance des communautés urbaines se fait vers des communautés rurales. Une nouvelle norme d'organisation des communautés rurales est alors en voie d'application. La politique de développement vise à une modification quotidien des ruraux et à améliorer les équipements des foyers.

Enfin, c'est la morphologie des villages et le quotidien des populations rurales qui doivent être changés. Il y a une puissante réhabilitation du cadre bâti et transformation de la vie quotidienne (Bray, 2013 : 57 ; et Luo, 2008) (planche photographique 3). La transformation du bâti témoigne des nouvelles normes morphologiques et aménageuses et l'idée d'une « vie meilleure » (*shenghuo geng hao*) comme dans les sociétés occidentales<sup>46</sup>.

Le verdissement du village (arbres, pelouses, parcelles fleuries) prend une place importante et correspond à un nouvel aménagement paysager. Aussi, la surface des zones

---

<sup>45</sup> Des manuels d'aménagement et de construction des villages de province (*cunzhuang jianshe guihua daoze*) d'usage interne se multiplient. Ces derniers sont l'œuvre d'architectes, urbanistes et spécialistes d'économie rurale.

<sup>46</sup> Entretiens avec les responsables de villages de Nansi et Youyi, bourg de Bace, arrondissement de Wujiang dans la municipalité de Suzhou (mai-juin 2011) et entretiens au Bureau d'Aménagement de la municipalité de Suzhou (juin 2011). Ces deux villages rentrent dans la catégorie des villages pilotes (*shidian cun*).

résidentielles des villages sont réduites et re concentrées. Enfin, les modernisations visent à mettre en place un zonage fonctionnel du village (rationalisation du foncier en termes de secteurs : logement, agricultures, tourisme, dispensaire, administration).

La cohérence et l'efficacité de la politique rurale chinoise pâtissent de la complexité de l'appareil institutionnel et du cadre de gouvernance actuelle du pays, ainsi que du cloisonnement sectoriel. Des conflits d'intérêts internes surviennent entre organismes sectoriels et au sein des structures gouvernementales (OCDE, 2009 : 4). En outre, l'application de ce programme politique est très hétérogène d'un district à l'autre, voire d'un village à l'autre, même s'ils sont proches géographiquement<sup>47</sup>.

---

<sup>47</sup> Entretiens réalisés en 2010, 2011 et 2012, dans les villages au nord du Zhejiang (Shuikou) et dans le sud du Jiangsu (Nansi, Youyi et Wangshan). Ces entretiens ont été conduits avec les responsables de villages (secrétaires de la cellule du PCC et membres du comité local). Par ailleurs, nous avons recueilli ces témoignages dans le cadre du projet de recherche Métronongmin, conduit avec Etienne Monin dans les arrondissements de Songjiang et Jinshan en 2011.

## La nouvelle gouvernance rurale et les nouvelles campagnes socialistes dans le delta du Yangzi



Un panneau du schéma d'aménagement du village de Nansi dans le district de Wujiang (municipalité de Suzhou) (mai 2011).



La modernisation rurale : nouveau bâti et voie de communication dans le village de Nansi (mai 2011).



Le plan du village touristique de Jiangxiang : " Les nouvelles campagnes socialistes ". (municipalité de Changshu, Jiangsu) (avril 2012).



Le renouvellement du bâti dans le village de Jiangxiang : nouvelles formes de logements des communautés rurales (avril 2012).



Le village touristique restauré et réaménagé de Wangshan (municipalité de Suzhou) (juin 2012).



Renouvellement et reconcentration des populations rurales dans le bourg de Langxia (arrondissement de Jinshan - Shanghai) (avril 2009).

Emmanuel Véron, UMR 8586 Prodig, 2015.

### Planche photographique 3.

L'introduction de nouvelles normes aménageuses et sociales dans les campagnes s'accompagne d'un encadrement de la production scientifique.

### **3. La production scientifique sur le tourisme rural : vers un champ de recherche en aménagement à part entière ?**

---

Le rôle de l'État se mesure également dans la quantité et la qualité des productions scientifiques. Avec le XI<sup>ème</sup> Plan quinquennal et l'« année du tourisme rural en 2006 », les autorités et les administrations vont encourager la publication de revues, d'articles et conférences ayant trait aux problématiques rurales et du tourisme dans les espaces ruraux. Rapidement, le lien est fait entre les nouvelles politiques publiques (rurales) et le tourisme comme outil de modernisation.

#### **3.1 La coordination de la CNTA avec les « nouvelles campagnes socialistes »**

Parallèlement à la politique d'édification des « nouvelles campagnes », la CNTA trouve un appui important pour publiciser le tourisme à la campagne. En 2007, le président de cette administration centrale, Shao Qiwei, va publier un essai « Développer le tourisme rural, accélérer la construction des nouvelles campagnes » (*fazhan xiangcun lüyou cujin xin nongcun jianshe*).

La même année, en coordination avec la CNTA, le ministère de l'Agriculture publie un guide « *Nongjiale* : guide de business touristique » (*nong jia le : lüyou jingying zhinan*)<sup>48</sup>. Ces deux ouvrages sont majeurs dans la promotion du tourisme dans les campagnes. Le tourisme est alors perçu comme un outil de développement, de diversification des revenus et d'amélioration de la « qualité » (*suzhi*) du rural (Chio, 2011: 65 ; Chuang, 2011 : 152 ; Huang, 2006 ; Pan, 2009 ; Qin, 2008 ; Wang, 2007 ; et Li, 2008). Le tourisme doit contribuer de manière spécifique à aider les paysans (*yi you zhu nong*) (Wang *et al.*, 2008). Aussi, le tourisme doit permettre une industrialisation de l'agriculture, la prospérité des villages et des communautés, le développement qualitatif des communautés, une protection environnementale et une gouvernance au niveau des villages par la gestion démocratique<sup>49</sup> (Chio, 2011: 65 ; Wang, 2011 : 6 ; et An, 2011 : 6-7). À partir de l'année 2006, afin de réguler un tourisme existant, la CNTA, le ministère de l'Agriculture et les gouvernements

---

<sup>48</sup> Dans ce sens, la CNTA et le ministère de l'Agriculture ont la charge de l'organisation et de la gestion du tourisme dit rural. Aussi, ils publient les chiffres suivant : « ce sont 60 % de touristes urbains (soit 107 millions) qui ont voyagé lors des congés du 1<sup>er</sup> mai ».

<sup>49</sup> Ce type de tourisme prend appui et s'inspire des dynamiques touristiques où une urbanisation a été largement stimulée par le tourisme comme dans les provinces du Yunnan (Hillman, 2013 ; et Li, 2012).

provinciaux dessinent des plans d'aménagement du tourisme rural (*xiangcun liyou guihua*) (Wei, 2010).

Le tourisme devient un outil de promotion de villages modèles inscrits dans la politique des « nouvelles campagnes ». Par ailleurs, les activités touristiques sont encouragées pour accompagner le changement structurel de l'emploi rural en promouvant les revenus non-agricoles issus de la restauration et de l'hébergement. Enfin, dans le cadre d'une transition du mode de vie paysan vers un mode de vie urbain, les autorités perçoivent le tourisme rural comme un levier pour la diffusion d'urbanité et de nouvelles valeurs plus urbaines (hygiène, éducation, modernité) dans les campagnes. Ces nouvelles valeurs rurales ou culture rurale (*nonggeng wenhua*) sont mises en avant par la promotion des politiques rurales touristiques. Les autorités centrales en accord avec les plans quinquennaux encouragent les autorités locales à la mise en œuvre d'« un tourisme culturel à la ferme » (*nonggeng wenhua liyou*) (Ye et Luo, 2011 : 69-70).

### **3.2 Évaluation de la production scientifique chinoise sur le « tourisme rural »**

Nous avons réalisé avec le site chinois *wanfang shuju*<sup>50</sup> (ou *wanfang data*) une série de graphiques et de tableaux proposant l'évolution des publications du tourisme rural d'une part et sur les politiques de développement rural (*nouvelles campagnes*) d'autre part. Une recherche approfondie sur la base de données chinoise *wanfang data* donne le résultat de 8 045 références chinoises traitant du tourisme rural (*xiangcun liyou*)<sup>51</sup>. Par comparaison, le mot tourisme (*liyou*) rassemble un peu plus de 300 000 références. Il y a d'abord une origine politique, correspondant à une demande de réflexion sur un domaine nouveau, dans la continuité des études sur le tourisme en Chine. Ceci sera utile pour la structuration de programme politique de modernisation et de revitalisation des espaces ruraux en Chine. Ces travaux sont à l'origine de commandes des autorités pour une application opérationnelle.

#### **3.2.1 Évaluation de la production scientifique du « tourisme rural »**

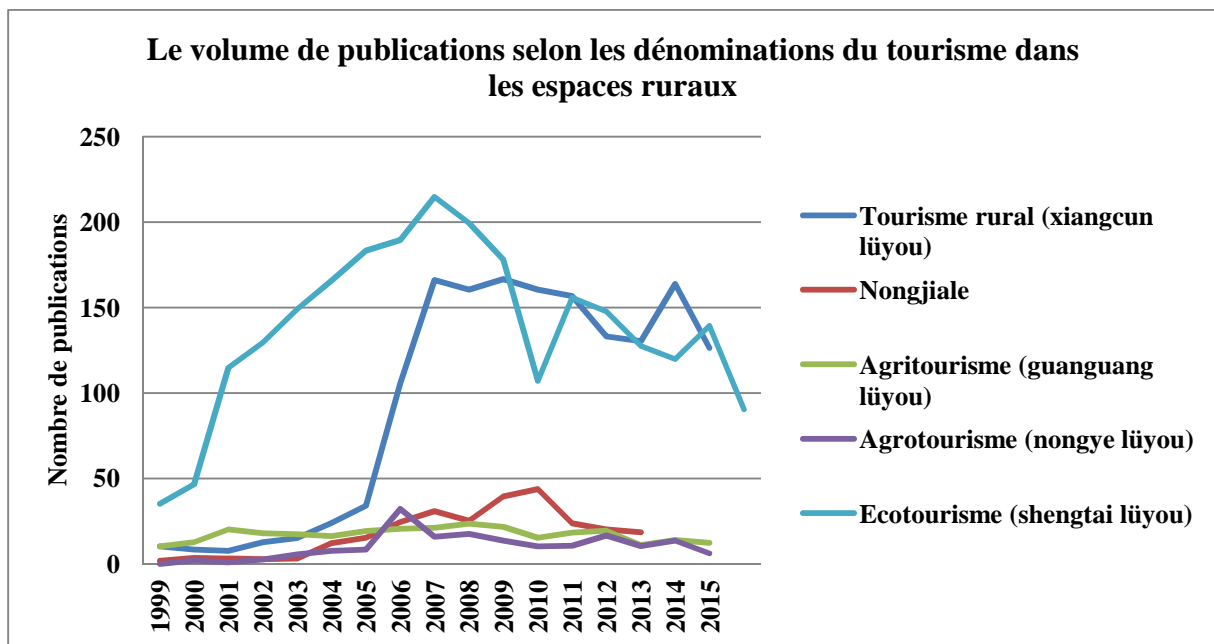
Une première phase de travail a été d'identifier les différents termes chinois pour désigner des formes de tourisme à la campagne. Rapidement, quelques termes sont récurrents et dominant. D'abord, le terme de « tourisme rural » (*xiangcun liyou*), puis celui d'agritourisme (*nongye liyou*, *nongye guanguang* ou *xiuxian nongye*), d'écotourisme (*shengtai liyou*), enfin celui de

---

<sup>50</sup> Le site web « wanfang shuju » rassemble toutes les publications officielles et publiques produites en RPC. Il classe par catégorie les productions scientifiques suivant cinq thèmes : discipline, types de publications, les années, revues et types de revues et mots-clés associés. <http://s.wanfangdata.com.cn/>

<sup>51</sup> Nous avons arrêté le comptage des références de publications le 4 septembre 2015.

*nongjiale*. Le graphique 10 montre que l'évolution du volume de publication selon cinq catégories (ou dénominations) touristiques : tourisme rural (*xiangcun lüyou*), *nongjiale*, agritourisme (*guanguang nongye*), agritourisme (*nongye lüyou*) et enfin, écotourisme (*shengtai lüyou*). Puis, nous mettons en évidence l'insertion de la thématique du tourisme dans la campagne selon quatre catégories : discipline, type de publication, type et nom des revues ou périodiques et enfin les principaux mots-clés associés à la dénomination de tel ou tel tourisme dans les campagnes. Ces résultats sont exposés dans les cinq tableaux (tableau 25 à 29).



**Graphique 10.**

Source : <http://s.wanfangdata.com.cn/>

Le graphique 10 expose l'évolution des publications dont les termes se retrouvent dans les mots-clés ou le titre du document. L'écotourisme (*shengtai lüyou*) domine l'ensemble des autres catégories. Puis, le tourisme rural (*xiangcun lüyou*) en tant que tel, connaît un volume de publications important. Les différentes manières de dire l'agrotourisme (ou agritourisme) correspondent à une sous catégorie du tourisme rural. Par ailleurs, la forte augmentation des publications sur les thématiques du tourisme dans les campagnes correspond aux injonctions de l'État-parti au tournant des années 2005-2006. En effet, les universités et les administrations sont encouragées à produire des documents d'aménagement et d'évaluation sur le thème du tourisme dans les espaces ruraux.

Nous montrons dans les tableaux 25 à 29, les caractéristiques propres à ce que les universitaires qualifient de tourisme dans les campagnes : tourisme rural (*xiangcun lüyou*), puis celui d'agrotourisme (*nongye lüyou*, *nongye guanguang* ou *xiuxian nongye*),

d'écotourisme (*shengtai lüyou*), enfin celui de *nongjiale*. Nous avons construit ces tableaux en regroupant les sept principales disciplines de publications ; puis, les quatre principales formes ou types de publications ; les sept principales revues ; et enfin une vingtaine de mots-clés les plus récurrents.

Tourisme rural ( <i>xiangcun lüyou</i> ) (8 045 références)		Nombre de références
<b>Discipline</b>	Économie	6 115
	Technologie et industrie	436
	Sciences agricoles	271
	Culture, sciences et éducation	154
	Sciences sociales	88
	Histoire-géographie	73
	Environnement et sécurité	69
<b>Type de publication/travaux</b>	Articles	6 308
	Mémoires et thèses	1 063
	Rapports	647
	Articles en langue étrangère	27
<b>Revue et périodiques</b>	Sciences agricoles de l'Anhui ( <i>Anhui nongye kexue</i> )	275
	Économie agricole ( <i>nongye jingji</i> )	123
	Commerce chinois ( <i>Zhongguo shangmao</i> )	110
	Modernisation du marché ( <i>shangchang xiandaihua</i> )	101
	Tribune du tourisme ( <i>lüyou xue kan</i> )	100
	Guide de recherche en économie ( <i>jingji yanjiu dao kan</i> )	78
	Science et économie rurale ( <i>nongcun jingji yu keji</i> )	77
<b>Mots-clés</b>	Tourisme rural ( <i>xiangcun lüyou</i> ) ; rural ( <i>xiangcun</i> ) ; modèle de développement ( <i>fazhan moshi</i> ) ; nongjiale ; nouvelles campagnes ( <i>xin nongcun</i> ) ; participation de la communauté ( <i>shequ canyu</i> ) ; modèle d'ouverture et développement ( <i>kaifa moshi</i> ) ; analyses SWOT (SWOT <i>fenxi</i> ) ; stratégies de développement ( <i>fazhan duice</i> ) ; nouvelles campagnes socialistes ( <i>shehui zhuyi xin nongcun</i> ) ; produits touristiques ( <i>lüyou chanpin</i> ) ; procéder à une planification générale ville-campagne ( <i>chengxiang tongchou</i> ) ; capitale ( <i>dushi</i> ) ; économie rurale ( <i>nongcun jingji</i> ) ; zone de minorités ( <i>minzu diqu</i> ) ; statut de développement ( <i>fazhan xianzhuang</i> ) ; culture rurale ( <i>xiangcun wenhua</i> ) ; ville ( <i>chengzhen</i> ) ; ruralité ( <i>xiangcun xing</i> ) ; rural tourism.	

L'acronyme SWOT désigne : De l'anglais SWOT : Strengths (forces), Weaknesses, Opportunities (occasions) et Threats (menaces).

### Tableau 25 – Les caractéristiques des publications de la catégorie « tourisme rural »

Sources: <http://s.wanfangdata.com.cn/>

Le tourisme rural propose 8 045 références en chinois publiées en RPC depuis 1999.



	Nongjiale (2 793 références)	Nombre de références
<b>Discipline</b>	Économie	1 525
	Technologie et industrie	254
	Sciences agricoles	206
	Culture, sciences et éducation	116
	Environnement et sécurité	86
	Santé et hygiène	78
	Lettres	44
<b>Type de publication/travaux</b>	Articles	2 379
	Mémoires et thèses	305
	Rapports	103
	Articles en langue étrangère	6
<b>Revue et périodiques</b>	Sciences agricoles de l'Anhui ( <i>Anhui nongye kexue</i> )	59
	Nouvelles campagnes ( <i>xin nongcun</i> )	52
	Science et économie rurale ( <i>nongcun jingji yu keji</i> )	32
	Modernisation du marché ( <i>shangchang xiandaihua</i> )	28
	Construction du Parti du Sichuan (édition rurale) ( <i>Sichuan dang de jianshe</i> )	31
	Communication sur le travail en milieu rural ( <i>nongcun gongzuo tongxun</i> )	30
	Économie rurale de Shanghai ( <i>Shanghai nongcun jingji</i> )	28
<b>Mots-clés</b>	Tourisme rural ( <i>xiangcun liyou</i> ) ; rural ( <i>xiangcun</i> ) ; modèle de développement ( <i>fazhan moshi</i> ) ; nongjiale ; nouvelles campagnes ( <i>xin nongcun</i> ) ; ferme ( <i>nongjia</i> ) ; construction des nouvelles campagnes ( <i>xin nongcun jianshe</i> ) ; statut de développement ( <i>fazhan xianzhuang</i> ) ; voyage et loisir ( <i>xiuxian liyou</i> ) ; analyses SWOT ( <i>SWOT fenxi</i> ) ; agritourisme ( <i>guanguang nongye</i> et <i>nongye liyou</i> ) ; loisir ( <i>xiuxian</i> ) ; recherche et contre-mesures ( <i>duice yanjiu</i> ) ; écotourisme ( <i>shengtai liyou</i> ) ; dynastie Qing ( <i>Qing dai</i> ) ; développement touristique ( <i>liyou kaifa</i> ) ; arts de la table ( <i>canju</i> ) ; recommandations ( <i>duice jianyi</i> ) ; propriétaire ( <i>yezhu</i> ) ; enquête empirique ( <i>shizheng diaocha</i> ) ; ressource touristique ( <i>liyou ziyuan</i> ).	

**Tableau 26 – Les caractéristiques des publications de la catégorie « nongjiale »**Source: <http://s.wanfangdata.com.cn/>

Le « nongjiale » propose 2 793 références en chinois publiées en RPC depuis 1999.

Agritourisme ( <i>guanguang nongye</i> ) (2 711 références)		Nombre de références
<b>Discipline</b>	Économie	1 664
	Technologie et industrie	213
	Sciences agricoles	478
	Culture, sciences et éducation	33
	Histoire-géographie	16
	Environnement et sécurité	36
	Astronomie et sciences de la Terre	16
<b>Type de publication/travaux</b>	Articles	2 011
	Mémoires et thèses	361
	Rapports	332
	Articles en langue étrangère	7
<b>Revue et périodiques</b>	Sciences agricoles de l'Anhui ( <i>Anhui nongye kexue</i> )	63
	Technologie de modernisation agricole ( <i>xiandai nongye keji</i> )	53
	Économie rurale du Jiangsu ( <i>Jiangsu nongcun jingji</i> )	51
	Agriculture de Pékin ( <i>Beijing nongye</i> )	43
	Horticulture, technologie et génie agricole ( <i>nongye gongcheng jishu wenshi yuanyi</i> )	27
	Bulletin des sciences agricoles de l'Anhui ( <i>Anhui nongxue tongbao</i> )	27
	Journal du jardinage en Chine ( <i>zhongguo yuanyi wenzhai</i> )	24
<b>Mots-clés</b>	Tourisme rural ( <i>xiangcun lüyou</i> ) ; rural ( <i>xiangcun</i> ) ; modèle de développement ( <i>fazhan moshi</i> ) ; vacance ( <i>dujia</i> ) ; paysage ( <i>jingguan</i> ) ; agritourisme ( <i>guanguang nongye</i> et <i>nongye lüyou</i> ) ; analyses SWOT ( <i>SWOT fenxi</i> ) ; nongjiale ; construction des « nouvelles campagnes » ( <i>xin nongcun jianshe</i> ) ; tourisme ( <i>guanguang</i> ) ; agriculture écologique ( <i>shengtai nongye</i> ) ; écotourisme ( <i>shengtai lüyou</i> ) ; statut de développement ( <i>fazhan xianzhuang</i> ) ; stratégie de développement ( <i>fazhan duice</i> ) ; parc forestier paysager ( <i>fengjing yuanlin</i> ) ; planification et conception ( <i>guihua sheji</i> ) ; économie circulaire ( <i>xunhuan jingji</i> ) ; développement d'idées ( <i>fazhan silu</i> ) ; développement touristique ( <i>lüyou kaifa</i> ) ; Heilongjiang.	

**Tableau 27 – Les caractéristiques des publications de la catégorie « agritourisme »**

Source: <http://s.wanfangdata.com.cn/>

L'agritourisme (*guanguang nongye*) propose 2 711 références en chinois publiées en RPC depuis 1999.

Agritourisme ( <i>nongye lüyou</i> ) (1 929 références)		Nombre de références
<b>Discipline</b>	Économie	1 454
	Technologie et industrie	93
	Sciences agricoles	146
	Culture, sciences et éducation	20
	Histoire-géographie	20
	Environnement et sécurité	26
	Sciences politiques et juridiques	10
<b>Type de publication/travaux</b>	Articles	1 495
	Mémoires et thèses	277
	Rapports	153
	Articles en langue étrangère	4
<b>Revue et périodiques</b>	Sciences agricoles de l'Anhui ( <i>Anhui nongye kexue</i> )	74
	Économie agricole ( <i>nongye jingji</i> )	26
	Modernisation du marché ( <i>shangchang xiandaihua</i> )	25
	Économie rurale de Shanghai ( <i>Shanghai nongcun jingji</i> )	47
	Économie rurale du Jiangsu ( <i>Jiangsu nongcun jingji</i> )	21
	Agriculture de Pékin ( <i>Beijing nongye</i> )	14
	Économie écologique ( <i>shengtai jingji</i> )	14
<b>Mots-clés</b>	Tourisme rural ( <i>xiangcun lüyou</i> ) ; rural ( <i>xiangcun</i> ) ; modèle de développement ( <i>fazhan moshi</i> ) ; vacance ( <i>dujia</i> ) ; paysage ( <i>jingguan</i> ) ; agritourisme ( <i>guanguang nongye</i> et <i>nongye lüyou</i> ) ; analyses SWOT ( <i>SWOT fenxi</i> ) ; nongjiale ; écotourisme ( <i>shengtai lüyou</i> ) ; agri-loisir ( <i>xiuxian nongye</i> ) ; construction des nouvelles campagnes ( <i>xin nongcun jianshe</i> ) ; zone de minorités ( <i>minzu diqu</i> ) ; économie circulaire ( <i>xunhuan jingji</i> ) ; stratégie de développement ( <i>fazhan duice</i> ) ; produits touristiques ( <i>lüyou chanpin</i> ) ; modèle d'ouverture et développement ( <i>kaifa moshi</i> ) ; modèle de développement ( <i>fazhan moshi</i> ) ; modèle de gestion ( <i>guanli moshi</i> ) ; construction et installation ( <i>sheshi moshi</i> ) ; Canton ; Hebei ; Shaanxi.	

**Tableau 28 – Les caractéristiques des publications de la catégorie « agritourisme » (*nongye lüyou*)**

Source: <http://s.wanfangdata.com.cn/>

L'agritourisme (*nongye lüyou*) propose 1 929 références en chinois publiées en RPC depuis 1999.

Écotourisme ( <i>shengtai liuyou</i> ) (15 852 références)		Nombre de références
Discipline	Économie	9 367
	Technologie et industrie	1 114
	Sciences agricoles	1 776
	Culture, sciences et éducation	382
	Environnement et sécurité	1 125
	Astronomie et sciences de la Terre	248
	Biologie	217
Type de publication/travaux	Articles	12 462
	Mémoires et thèses	2 317
	Rapports	1 208
	Articles en langue étrangère	44
Revue et périodiques	Sciences agricoles de l'Anhui ( <i>Anhui nongye kexue</i> )	318
	Modernisation du marché ( <i>shangchang xiandaihua</i> )	105
	Économie écologique ( <i>shengtai jingji</i> )	218
	Recherche théorique sur la construction urbaine ( <i>chengshi jianshe lilun yanjiu</i> )	158
	Marché et ouverture et développement des ressources ( <i>ziyuan kaifa yu shichang</i> )	135
	Planification et enquête forestière ( <i>liny diaocha guihua</i> )	119
	Technologie verte ( <i>luse keji</i> )	112
Mots-clés	Industrie touristique ( <i>liuyou ye</i> ) ; écotourisme ( <i>shengtai liuyou</i> ) ; zone naturelle protégée ( <i>ziran baohu qu</i> ) ; ressource touristique ( <i>liuyou ziyuan</i> ) ; protection de l'environnement ( <i>huanjing baohu</i> ) ; zone humide ( <i>shidi</i> ) ; analyses SWOT (SWOT <i>fenxi</i> ) ; parc forestier ( <i>senlin gongyuan</i> ) ; développement touristique ( <i>liuyou kaifa</i> ) ; environnement écologique ( <i>shengtai huanjing</i> ) ; participation de la communauté ( <i>shequ canyu</i> ) ; ressources touristiques écologiques ( <i>shengtai liuyou ziyuan</i> ) ; biodiversité ( <i>shengwu duoyang xing</i> ) ; modèle d'ouverture et développement ( <i>kaifa moshi</i> ) ; protection écologique ( <i>shengtai baohu</i> ) ; stratégie de développement ( <i>fazhan duice</i> ) ; développement des ressources ( <i>ziyuan kaifa</i> ) ; tourisme durable ( <i>kechixu liuyou</i> ) ; capacité environnementale ( <i>huanjing rongliang</i> ) ; éducation à l'environnement ( <i>huanjing jiaoyu</i> ).	

**Tableau 29 – Les caractéristiques des publications de la catégorie « écotourisme » (*shengtai liuyou*)**

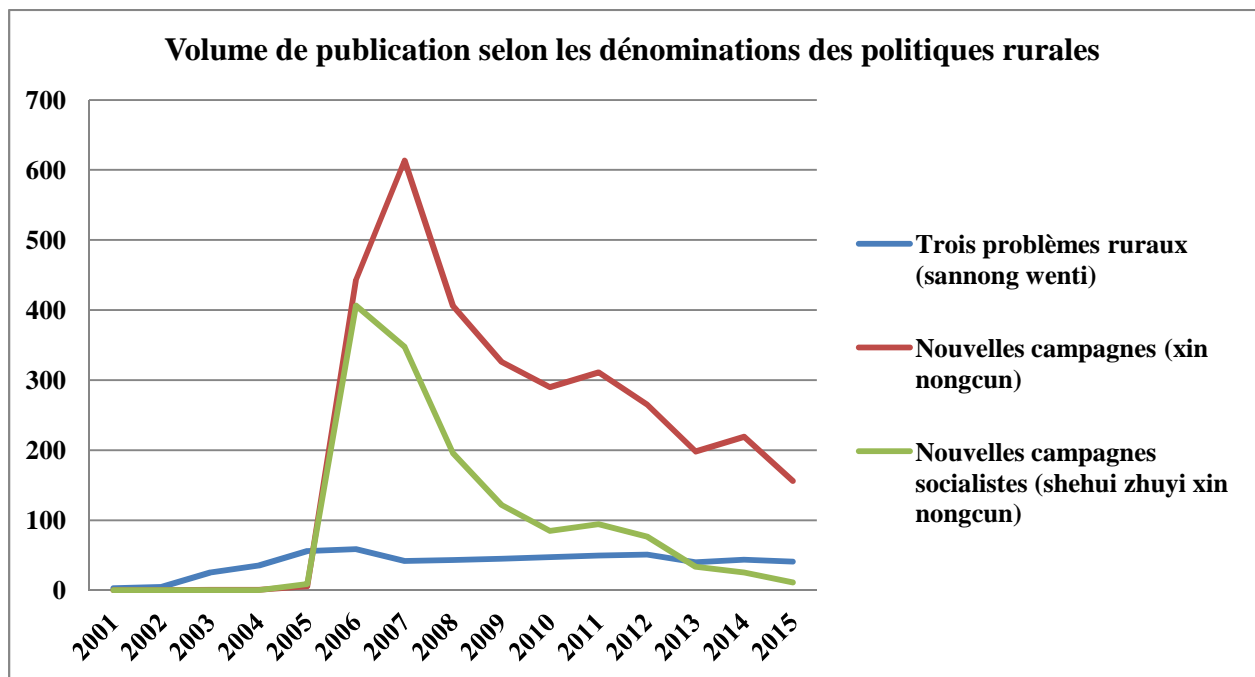
Source: <http://s.wanfangdata.com.cn/>

L'écotourisme (*shengtai liuyou*) propose 15 852 références en chinois publiées en RPC depuis 1999.

L'économie domine l'ensemble des publications. Les revues scientifiques concentrent la grande majorité des productions scientifiques suivies par les thèses, mémoires et rapports publics. Par ailleurs, ces catégories de tourisme se déclinent selon des disciplines diverses (de la science et technologie à la biologie en passant par les sciences agronomiques). Aussi, les revues spécialisées dans l'agronomie et les problématiques rurales dominent la production scientifique. Des revues spécifiques aux études touristiques ne sont pas majoritaires. Les domaines de l'aménagement ou de l'économie rurale sont prioritaires devant les publications de revues comme *Tribune du tourisme* (*liuyou xuekan*), avec laquelle un grand nombre d'articles ont été utilisés.

### 3.2.2 Évaluation de la production scientifique sur les « nouvelles campagnes »

L'objectif est de montrer la corrélation des spécificités sur la production scientifique des « tourisms à la campagne » avec celle des politiques rurales de la dernière décennie. Nous avons choisi trois dénominations selon les termes utilisés dans les publications officielles : trois problèmes ruraux (*sannong wenti*), nouvelles campagnes (*xin nongcun*) et nouvelles campagnes socialistes (*shehui zhuyi xin nongcun*).



**Graphique 11 – Volume de publications sur les politiques rurales selon les dénominations**

Source : <http://s.wanfangdata.com.cn/>

Le graphique 11 montre le très important volume de publications sur les politiques rurales (plus de 200 000) en une quinzaine d'années. Surtout, ce graphique montre la corrélation avec les injonctions des autorités et la période de l'officialisation des politiques avec le XI<sup>ème</sup> plan quinquennal (2006-2011). Le pic de production se situe entre 2005 et 2007, puis connaît une décroissance notable. Seule la catégorie « trois problèmes ruraux » reste stable, malgré une forte croissance entre les années 2004 et 2005. Les tableaux 30 à 32 exposent les caractéristiques des thématiques des modernisations rurales.

Trois problèmes ruraux ( <i>sannong wenti</i> ) (8 212 références)		Nombre de références
<b>Discipline</b>	Économie	5 311
	Sciences politiques et juridiques	831
	Culture, sciences et éducation	513
	Sciences sociales	287
	Technologie et industrie	244
	Sciences agricoles	243
	Santé et hygiène	79
	<b>Type de publication/travaux</b>	Articles
	Mémoires et thèses	2 038
	Rapports	696
	Articles en langue étrangère	8
<b>Revue et périodiques</b>	Guide recherche en économie ( <i>jingji yanjiu dao kan</i> )	147
	Agriculture, paysannerie et monde rural ( <i>nongye, nongmin, nongcun</i> )	81
	Économie agricole ( <i>nongye jingji</i> )	76
	Théorie scientifique ( <i>xueli lun</i> )	59
	Recherche théorique sur la construction urbaine ( <i>chengshi jianshe lilun yanjiu</i> )	56
	Modernisation du marché ( <i>shangchang xiandaihua</i> )	48
	Science et économie rurale ( <i>nongcun jingji yu keji</i> )	47
<b>Mots-clés</b>	Trois problèmes ruraux ( <i>sannong wenti</i> ) ; trois ruralités ( <i>sannong</i> ) ; coopérative de crédit rural ( <i>nongcun xinyong she</i> ) ; construction des nouvelles campagnes ( <i>xin nongcun jianshe</i> ) ; revenu paysan ( <i>nongmin zengshou</i> ) ; nouvelles campagnes ( <i>xin nongcun</i> ) ; nouvelles campagnes socialistes ( <i>shehui zhuyi xin nongcun</i> ) ; finance rurale ( <i>nongcun jinrong</i> ) ; urbanisation ( <i>chengzhen hua</i> ) ; service financier ( <i>jinrong fuwu</i> ) ; économie de district ( <i>xianyu jingji</i> ) ; industrialisation agricole ( <i>nongye chanye hua</i> ) ; concept scientifique de développement ( <i>kexue fazhan guan</i> ) ; procéder à une planification générale ville-campagne ( <i>chengxiang tongchou</i> ) ; soutien financier ( <i>jinrong zhichi</i> ) ; société harmonieuse ( <i>hexie shehui</i> ) ; finance publique ( <i>gonggong caizheng</i> ) ; économie rurale ( <i>nongcun jingji</i> ) ; agriculture moderne ( <i>xiandai nongye</i> ) ; système d'innovation ( <i>zhidu chuangxin</i> ).	

**Tableau 30 - Les caractéristiques des publications de la catégorie « trois problèmes ruraux » (*sannong wenti*)**

Source : <http://s.wanfangdata.com.cn/>

Une recherche avec les termes *sannong* donne 59 957 références. La catégorie « trois problèmes ruraux » (*sannong wenti*) propose 8 212 références en chinois, publiées en RPC depuis 2001.

Nouvelles campagnes ( <i>xin nongcun</i> ) 134 503		Nombre de références
<b>Discipline</b>	Économie	54 817
	Sciences agricoles	14 653
	Culture, sciences et éducation	14 344
	Sciences politiques et juridiques	12 654
	Technologie et industrie	11 750
	Sciences sociales	4 285
	Environnement et sécurité	3 202
<b>Type de publication/travaux</b>	Articles	113 742
	Mémoires et thèses	12 926
	Rapports	7 704
	Articles et rapports en langue étrangère	129
<b>Revue et périodiques</b>	Nouvelles campagnes (Heilongjiang) ( <i>xin nongcun</i> )	13 983
	Nouvelles campagnes ( <i>xin nongcun</i> )	7 518
	Recherche théorique sur la construction urbaine ( <i>chengshi jianshe lilun yanjiu</i> )	1 761
	Sciences agricoles de l'Anhui ( <i>Anhui nongye kexue</i> )	1 323
	Agriculture du Jilin ( <i>Jilin nongye</i> )	1 187
	Science et économie rurale ( <i>nongcun jingji yu keji</i> )	790
	Économie agricole ( <i>nongye jingji</i> )	762
<b>Mots-clés</b>	Nouvelles campagnes ( <i>xin nongcun</i> ); trois problème ruraux ( <i>sannong wenti</i> ) construction culturelle ( <i>wenhua jianshe</i> ); nouveaux paysans ( <i>xingxin nongmin</i> et <i>xin nongmin</i> ); société harmonieuse ( <i>hexie shehui</i> ); concept scientifique de développement ( <i>kexue fazhan guan</i> ); Qualité de paysan ( <i>nongmin suzhi</i> ); tourisme rural ( <i>xiangcun liuyou</i> ); agriculture moderne ( <i>xiandai nongye</i> ); urbanisation ( <i>chengshi hua</i> et <i>chengzhen hua</i> ); activité sportive rurale ( <i>nongcun tiyu</i> ); économie rurale ( <i>nongcun jingji</i> ); voierie ( <i>lujing</i> ); bien public ( <i>gonggong chanpin</i> ); trois ruralités ( <i>sannong</i> ); autonomie villageoise ( <i>cunmin zizhi</i> ); formation professionnelle ( <i>zhiye jiaoyu</i> ); culture rurale ( <i>xiangfeng wenhua</i> ); éducation rurale ( <i>nongcun jiaoyu</i> ).	

**Tableau 31 – Les caractéristiques des publications de la catégorie « nouvelles campagnes » (*xin nongcun*)**

Source : <http://s.wanfangdata.com.cn/>

La catégorie «nouvelles campagnes» (*xin nongcun*) propose 134 503 références en chinois publiées en RPC depuis 2005.

Nouvelles campagnes socialistes ( <i>shehui zhuyi xin nongcun</i> ) 59 056		Nombre de références
<b>Discipline</b>	Économie	28 788
	Sciences politiques et juridiques	7 546
	Culture, sciences et éducation	7 113
	Technologie et industrie	3 614
	Sciences agricoles	3 552
	Sciences sociales	2 201
	Environnement et sécurité	1 089
<b>Type de publication/travaux</b>	Articles	46 783
	Mémoires et thèses	8 248
	Rapports	3 997
	Articles et rapports en langue étrangère	26
<b>Revue et périodiques</b>	Recherche théorique sur la construction urbaine ( <i>chengshi jianshe lilun yanjiu</i> )	733
	Sciences agricoles de l'Anhui ( <i>Anhui nongye kexue</i> )	482
	Agriculture du Jilin ( <i>Jilin nongye</i> )	448
	Amis des agriculteurs devenus riches ( <i>nongmin zhifu zhiyou</i> )	411
	Économie agricole ( <i>nongye jingji</i> )	411
	Nouvelles campagnes (Heilongjiang) ( <i>xin nongcun</i> )	401
	Science et économie rurale ( <i>nongcun jingji yu keji</i> )	399
<b>Mots-clés</b>	Nouvelles campagnes ( <i>xin nongcun</i> ); construction culturelle ( <i>wenhua jianshe</i> ); nouveaux paysans ( <i>xingxin nongmin</i> et <i>xin nongmin</i> ); Société harmonieuse ( <i>hexie shehui</i> ); concept scientifique de développement ( <i>kexue fazhan guan</i> ); nouvelles campagnes socialistes ( <i>shehui zhuyi xin nongcun</i> ); Qualité de paysan ( <i>nongmin suzhi</i> ); tourisme rural ( <i>xiangcun liyou</i> ); agriculture moderne ( <i>xiandai nongye</i> ); urbanisation ( <i>chengshi hua</i> et <i>chengzhen hua</i> ); activité sportive rurale ( <i>nongcun tiyu</i> ); économie rurale ( <i>nongcun jingji</i> ); voierie ( <i>lujing</i> ); bien public ( <i>gonggong chanpin</i> ); trois ruralités ( <i>sannong</i> ); autonomie villageoise ( <i>cunmin zizhi</i> ); formation professionnelle ( <i>zhiye jiaoyu</i> ); Culture rurale ( <i>xiangfeng wenhua</i> ); éducation rurale ( <i>nongcun jiaoyu</i> ).	

**Tableau 32 – Les caractéristiques des publications de la catégorie « nouvelles campagnes » (*shehui zhuyi xin nongcun*)**

Source : <http://s.wanfangdata.com.cn/>

La catégorie « nouvelles campagnes socialistes » (*shehui zhuyi xin nongcun*) propose 59 056 références en chinois publiées en RPC depuis 2004.

L'économie domine là encore l'ensemble des publications. Les revues scientifiques concentrent la grande majorité des productions scientifiques suivies par les thèses, mémoires et rapports publics. Par ailleurs, ces catégories se déclinent selon des disciplines diverses (de la science et les technologies aux sciences sociales en passant par les sciences agronomiques et les sciences politiques et juridiques). Aussi, les revues spécialisées dans l'agronomie et les problématiques rurales dominent la production scientifique. Ce mouvement d'études rurales à stimuler la création de revues spécialisées dans la réflexion et la mise en œuvre des programmes politiques à travers tout le pays. Comme, pour le tourisme, chaque université, chaque province doit se munir de revues publiant sur l'application des politiques rurales. L'économie rurale, l'aménagement et la science agronomique structurent ce « mouvement de reconstruction rurale », faisant souvent du (nouveau) paysan (*xinxing nongmin*) le cœur de la réflexion.



Enfin, la structuration de la production scientifique sur le tourisme dans les espaces ruraux chinois se fait à travers l'analyse et un transfert de modèle de l'étranger. Les références sur le « tourisme rural » à Taiwan (Tsai, 2007 : 7 ; Pan, 2009 ; Gao *et al.*, 2009 ; Wang, 2009 : 68 et Liao *et al.*, 2009 : 13), en Europe et en Amérique du Nord (Huang, 2006 ; Sofield et Li, 1997 et 1998 ; et Jia et Zhang, 2009) sont nombreuses et récurrentes. Ces inspirations ont permis d'organiser un champ d'études qui était, il y a encore vingt cinq ans quasi inexistant.

## Conclusion du Chapitre 4

---

Ce quatrième chapitre a permis d'approcher l'institutionnalisation du processus touristique. Nous avons montré le rôle initiateur et autoritaire de l'État central pour faire du tourisme un outil important des politiques d'aménagement du territoire. C'est dans le contexte d'ouverture qu'est apparu le tourisme. Le tourisme dans les campagnes est contemporain des réformes et plus encore de la relance de celles-ci. Prenant appui à la fois sur l'aménagement de sites majeurs (hauts lieux) par les administrations et autorités centrales et déconcentrées, et dans le développement de mobilités de loisirs dans les périphéries périurbaines et rurales des grandes et villes moyennes du delta du Yangzi, ce « type » de tourisme est encadré par les politiques rurales d'aménagement et de rationalisation du foncier, de la production et de la multifonctionnalité. Ces programmes politiques autoritaires sont récents et participent à la modernisation de la RPC par l'urbanisation et la diffusion de normes sociales et représentations nouvelles. Le « nouveau paysan », les « nouvelles campagnes » sont autant de « nouvelles » valeurs pour les mondes ruraux que le tourisme doit permettre de véhiculer depuis la ville vers les campagnes.

Le politique accompagne ainsi le renouvellement des représentations et des perceptions d'un monde éclaté. Le tourisme dans les campagnes constitue un outil privilégié d'intégration entre le monde urbain en phase d'expansion et de diffusion et le monde rural en voie de recul relatif et d'implosion. Des liens et des dépendances se créent et sont issus du processus touristique.

L'articulation des nouvelles gouvernances rurales avec le développement de l'agritourisme traduit une volonté de l'État central de contrôler l'explosion des mobilités touristiques dans les campagnes, surtout périurbaines. Dans ces sens, les aménagements de villages et de zones touristiques en lien avec les instances locales (provinces, municipalités, voire districts) et des acteurs privés (promoteurs et sociétés de tourisme) semblent être au premier chef du processus touristique.

L'analyse des publications scientifiques sur les questions de tourisme et de modernisation rurale rend compte de la montée en puissance des formes de tourisms dans le monde rural d'une part, et de l'intérêt porté par les autorités centrales et locales dans l'accompagnement du processus de modernisation par le « tourisme rural ».

## Conclusion de la première partie

---

À travers la première partie de cette thèse, nous avons analysé les éléments de contextualisation du développement du tourisme dans les espaces ruraux du delta du Yangzi.

Le premier chapitre a permis de poser les bases théoriques et conceptuelles du tourisme dans les campagnes d'un grand pays émergent et des problématiques de ruralité. Nous avons par ailleurs interrogé la dénomination des différents « types » de tourisme à la campagne (tourisme vert, agritourisme et tourisme rural). Nous avons montré que le « tourisme rural » était une appellation courante, mais sujette à de nombreuses interprétations, parfois exclusives.

Le second chapitre a décrit le cadrage spatial et méthodologique de notre zone d'étude. Cette dernière, fortement urbanisée, est l'objet de recompositions spatiales intenses. La région du Jiangnan est aujourd'hui animée par une articulation de noyaux urbains dont Shanghai forme le cœur. Dans ce contexte, nous avons dû construire un corpus méthodologique pour approcher les dynamiques touristiques dans les campagnes du delta à la périphérie des villes (grandes et moyennes).

Le troisième chapitre a consisté à analyser la formation d'une classe de consommateurs urbains dans des activités de loisirs et de tourisme. L'augmentation des revenus, la revendication de valeurs nouvelles et l'apparition d'un temps nouveau, chômeur, ont largement participé à la croissance des mobilités touristiques. La découverte ou la redécouverte de lieux, de provinces et plus généralement du pays participent à la construction de l'idée de modernité chez les individus chinois ayant la capacité (sociale, économique et éducative) de faire du tourisme.

Enfin, le quatrième et dernier chapitre de cette première partie nous a permis de comprendre l'encadrement et l'institutionnalisation du tourisme par l'État central. Ce dernier, dans le contexte de lancement des réformes, qui a rapidement utilisé le tourisme comme un outil de développement et de métabolisation de l'ouverture. Stimulant l'attraction d'IDE et de savoir-faire, le tourisme, qui était majoritairement international jusqu'au milieu des années 1990, va être doublé par le tourisme intérieur et se diversifier considérablement, en conséquence de l'augmentation de la demande. Dans ce sens, l'État central (en articulation avec l'État local) a fait du tourisme un outil d'aménagement du territoire en mettant en scène de hauts lieux d'une part, en établissant des schémas directeurs touristiques d'autre part.

Aussi, le tourisme ne suit pas une progression linéaire. La mise en tourisme des campagnes connaît depuis une décennie un tournant. En effet, avec le creusement des inégalités entre le développement urbain rapide et l'éclatement des mondes ruraux, le tourisme est mobilisé par les politiques publiques de rééquilibrage des campagnes.

Enfin, ces changements sont inscrits sur une période très courte, à peine 25 ans. Le tourisme dans ce contexte autoritaire est animé par des formes originales et inédites. De nouveaux rapports au temps et à l'espace se dessinent pour les urbains. Pour les autorités, il s'agit de poursuivre le processus d'urbanisation sans provoquer de mécontentements, malgré la marchandisation forcée du foncier rural. Les enjeux du tourisme questionnent ainsi un renouvellement de l'attrait pour un monde rural aménagé et fantasmé, tant du côté des urbains que des ruraux.

## Partie II

# Touristes urbains dans l'espace rural : nouvelles frontières des pratiques et triomphe de l'urbain



Un groupe de touristes dans le parc de Dongping sur l'île de Chongming (municipalité de Shanghai) (E. Véron, mars 2010).

## Introduction de la deuxième partie

---

Cette deuxième partie traite des acteurs allochtones de l'espace support du processus touristique dans les campagnes. Ces derniers sont à très grande majorité des urbains des villes de la région du delta du Yangzi. La seconde partie est articulée en trois chapitres.

Le premier chapitre (5) vise à comprendre les mécanismes de perceptions des campagnes par les citoyens à travers l'analyse des mots qualifiant le rural et par les dessins de représentation de cette dernière. Ces analyses permettent de mettre à jour une transformation des perceptions du monde rural. Celui-ci n'est plus uniquement anxigène et péjoratif. Ce dernier est au cœur de nouvelles dynamiques traduisant un renouvellement des imaginaires. La campagne est associée à la nature, au paysage, à un espace sain. Cette construction sociale contemporaine puise dans le passé et permet d'interroger le couple urbain/rural. L'urbanisation accélérée, l'émergence du tourisme, l'ouverture économique et les réformes du temps de travail ont successivement permis une renégociation de la dialectique ville/campagne.

Le chapitre suivant (6) analyse l'application des discours et représentations valorisées du rural. Nous étudions les choix et motifs touristiques des touristes dans les lieux spécifiques du monde rural et périurbain. Nous décrivons des dynamiques en fonction des classes d'âge et des profils socio-économiques. Ces mobilités récréatives dans les campagnes rassemblent une population importante dont les caractéristiques touristiques sont développées et analysées (conception du tour, budget, temps du séjour). De plus, l'identification des pratiques touristiques, plutôt collectives, contribue à la réflexion sur l'articulation lieu/pratique. Ces dernières sont assez répétitives et peu variées témoignant du degré d'apprentissage des intéressés.

Par conséquent, le septième chapitre tente d'interroger les liens entre pratiques spécifiques avec la destination rurale. La segmentation des pratiques en fonction des générations donne une certaine spécialisation du « tourisme vert ». Pour autant, les mobilités récréatives sont de nouveaux modes de valorisation sociale. Dans ce sens, le voyage est plutôt collectif et permet d'établir un prolongement de la socialisation du quotidien vers le hors quotidien dans un espace-temps distant du bassin de vie. Ces sociabilités donnent des liens originaux avec le monde rural (nouveaux rythmes collectifs, retour du religieux, gastronomie locale). Enfin, les citoyens-touristes relativement peu expérimentés se constituent un espace de jeu, de repos et de découverte en extension du temps du quotidien. Le rural est devenu un espace de consommation pour les urbains.

## Chapitre 5

---

### **Dessins et mots des citoyens pour se représenter le monde rural**

Ce chapitre a pour objectif d'analyser les représentations et les discours des citoyens sur le monde rural. Il s'attache à démontrer la pluralité des représentations et des perceptions du rural par les urbains chinois (Véron, 2009). Pour cela, nous procédons à l'analyse de dessins dits dessins « mentaux » en relation avec la géographie de la perception et des cartes mentales développées par Peter Gould dans les années 1970.

L'hypothèse de ce chapitre est que la campagne est perçue selon un spectre large de représentations allant des discours positifs aux discours négatifs. Aussi, ces représentations sont le fruit d'une construction sociale et culturelle propre à la société urbaine chinoise, puisant dans des références du passé, mais également contemporaine. L'identification de ces références à travers les dessins et les mots permettent de comprendre les articulations cognitives des urbains chinois de l'enquête.

Il y a une construction d'un espace imaginaire spécifique au monde rural. Cet espace est mythifié, idéalisé, donnant des représentations idylliques des campagnes, parfois très éloignées de la réalité.

Une segmentation des générations et des représentations est à l'œuvre. Des corrélations fortes se créent entre des générations jeunes et des représentations idéalisées et naïves du monde rural, alors que les générations plus anciennes suggèrent une imagerie plus austère du monde rural et souvent proche de discours sur les problématiques de développement.

Au préalable, un état de l'art sur la géographie de la perception et ses corollaires nous permet l'analyse des représentations par les dessins, puis par les mots, débouchant sur une réflexion autour de la place des campagnes dans les imaginaires des citoyens chinois comme espace refuge idéalisé et potentiel important d'espace touristique d'accueil.

#### **1. Perception et représentation des campagnes : de la campagne fantasmée à la campagne retrouvée**

---

Nous utilisons les travaux sur la perception et la représentation en géographie afin d'interpréter les images mentales des citoyens chinois du delta du Yangzi concernant le monde rural.

## 1.1 L'utilisation de la perception en géographie

Les réflexions sur les perceptions et les représentations permettent de dégager les dimensions subjectives des individus. Le support de ces représentations est double. Nous exploitons d'une part un corpus de dessins de la campagne se rapprochant des cartes dites mentales, puis nous analysons le vocabulaire qualifiant le rural. Ces deux supports sont issus des enquêtes de touristes citadins.

Selon Bernard Debarbieux (2003 : 791) : « la perception est un phénomène d'ordre physiologique, même si l'on sait qu'il est largement influencé par des préconstruits et des habitus culturels. La perception se réalise en présence de la chose perçue, alors que la représentation suppose un temps différé, de courte (mémoire immédiate) ou longue durée (l'histoire, les mythes fondateurs) ce qui lui confère une plus grande capacité d'autonomie culturelle par rapport au réel auquel elle se réfère ». Autrement dit, la perception peut être définie comme une activité à la fois sensorielle et cognitive par laquelle l'individu constitue sa représentation intérieure (son image mentale) du monde de son expérience<sup>1</sup> (Di Méo, 2003b : 701 ; et Claval, 1974).

La géographie de la perception est aujourd'hui peu usitée. La géographie de la perception des années 1970 (aux États-Unis d'abord) (Claval, 1974), puis, en France, dans la fin des années 1970 et début des années 1980 ensuite (Bailly, 1977), s'est intéressée à la dimension physiologique et cognitive de la construction des représentations géographiques (Downs, 1970) dans la perspective d'une analyse comportementaliste des pratiques individuelles de l'espace (Debarbieux, 2004).

Les géographes conçoivent la perception comme un filtre s'interposant entre le réel vécu et l'individu, l'intuition phénoménologique selon laquelle elle constituerait un système relationnel impliquant, dans une même tension intentionnelle, le monde vécu, les sens et la conscience apparaît plus acceptable. L'être humain qui perçoit subit les déterminations multiples. Ces éléments proviennent de son affect, de ses attentes, des valeurs culturelles et des positions qui le caractérisent en tant qu'individu situé dans le temps et dans l'espace d'une société. Ainsi les informations perçues contribuent-elles à la reconstruction de comportements humains producteurs de l'espace géographique.

---

<sup>1</sup> L'acte perceptif suppose la connexion de trois éléments : des *stimuli* extérieurs au corps humain, des organes sensoriels susceptibles de les capter et un cortex cérébral capable de les interpréter. Ainsi, l'étude des perceptions tient-elle pour beaucoup de la psychologie voire de la neurologie (Di Méo, 2003b : 701).



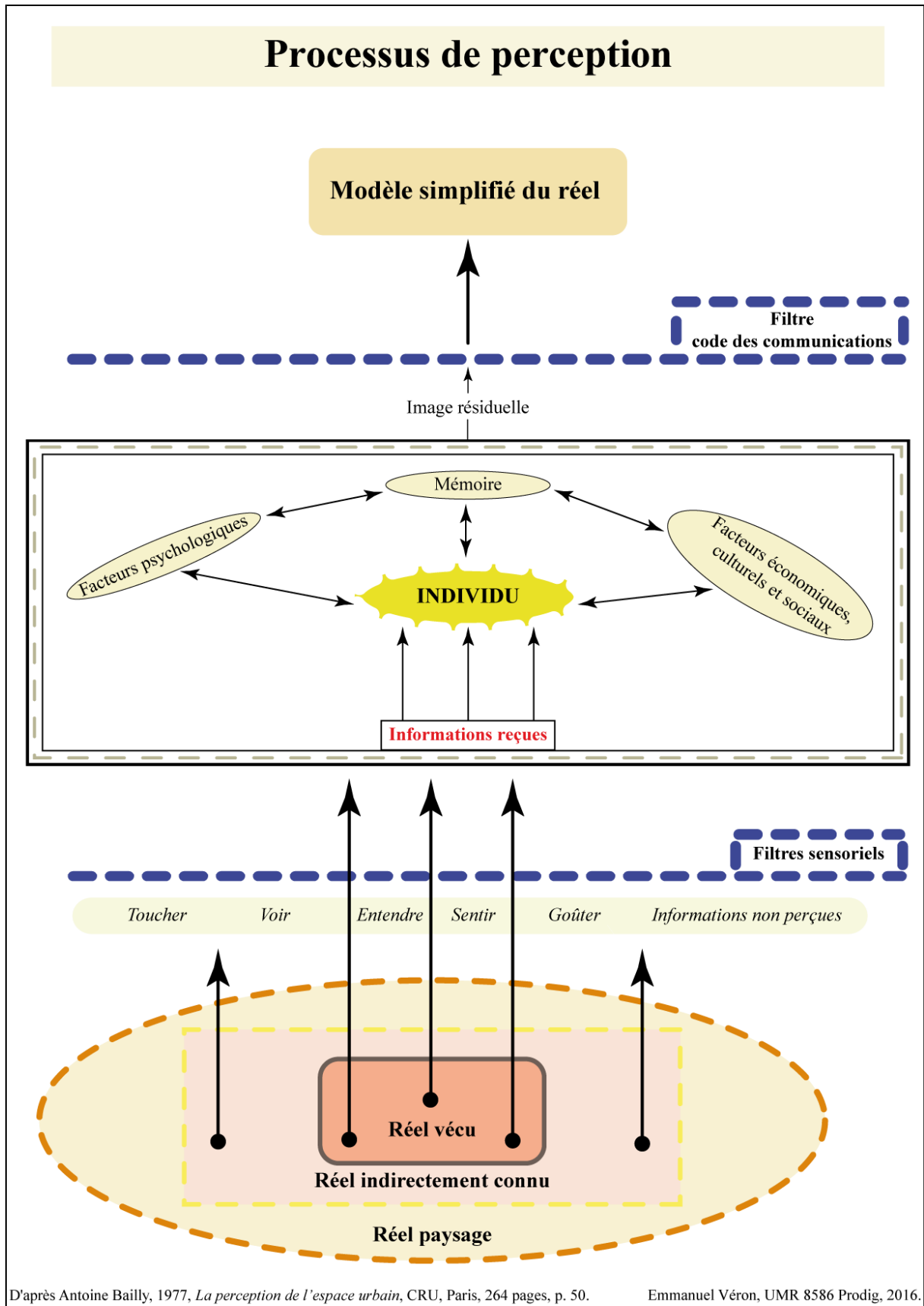


Figure 17 – Schéma du processus de perception.

Du fait de ses possibilités limitées, l'être humain ne perçoit que partiellement et partialement le monde réel. L'information reçue de la réalité vécue résulte d'un filtrage opéré par les sens de l'homme (voir, entendre, sentir, toucher et goûter) et par les moyens de communication (savoir lire) (figure 17).

Les *béaviouristes* prétendent qu'il existe des relations quasi automatiques entre *stimuli*, perception et réponse-comportement (Di Méo, 2003b : 701). Le courant de géographie *behavioriste*, issu de travaux de géographes anglo-saxons, est le premier à véritablement donner une dimension conceptuelle de la perception et des processus de cognition. Ce courant de géographie du comportement s'appuie sur l'explication des processus cognitifs<sup>2</sup>. Le comportement d'un individu résulte d'une conjonction de processus depuis la perception de l'objet, d'un fragment du monde réel, jusqu'à la décision de l'action.

La géographie de la perception vise bien au-delà de la simple compréhension des schémas de comportement. Elle essaie de découvrir ce qui attache l'homme à la terre, ce qui l'enracine, ce qui donne à son vécu une particulière densité. La littérature anglo-saxonne parle de « *sense of place* », le sentiment qu'on éprouve pour les lieux, pour ce qui est spécifique de chacun, vous y attache ou vous en éloigne (Claval, 1974 : 184).

## **1.2 Les cartes mentales comme outil d'analyse des perceptions et de l'espace vécu**

La géographie de la perception a ouvert la voie à une génération de travaux sur les « cartes mentales » (Debarbieux, 2004). Les cartes mentales<sup>3</sup> (carte heuristique, cognitive ou des idées) sont une représentation<sup>4</sup> subjective de l'espace par un individu (Brunet, 1987). Il s'agit d'une « construction mentale ou/et objectale figurant un espace géographique » (Staszak, 2003b : 792 ; et Staszak, 2003 : 132). La carte mentale est un type de document géographique (Gould et White, 1984). La carte ou le dessin est une image, « un système de signes non verbal qui représentent quelque chose » (Lussault, 2003b : 485).

---

<sup>2</sup> Nous entendons par processus cognitifs les phénomènes qui mènent de la perception à l'attitude et au comportement. L'attitude correspond à une réflexion sur les potentialités, le comportement à la réalisation de ces potentialités.

<sup>3</sup> La carte mentale désigne tantôt cette représentation mentale et tantôt un dessin, réalisé par une personne de l'enquête ou reconstitué par l'enquêteur. Ces cartes présentent des déformations par rapport à l'espace réel, les espaces connus sont étirés, avec de nombreux repères, les espaces moins connus ou peu fréquentés sont sous-estimés (Pumain, 2004).

<sup>4</sup> La représentation se définit en géographie comme la « configuration idéale, immatérielle ou stabilisée dans les objets, qui réfère à une entité autre, de nature idéale ou matérielle, à des fins pratiques de communication, d'illustration, d'action » (Debarbieux, 2003a : 791).

À travers le dessin, l'individu rend présent à la conscience cet espace. L'individu opérant une carte cognitive « reporte sur un support, de mémoire et sans aide extérieure, les lieux qu'elle fréquente et/ou qu'elle connaît plus ou moins. Elle sélectionne, hiérarchise, localise des éléments de l'espace en fonction de ses pratiques spatiales, de son âge, de son genre, de son milieu socioculturel, de sa mémoire, de ses perceptions, de son imaginaire » (Tabarly *et al.*, 2013). Nous pouvons alors observer la survalorisation de l'espace proche et de certains lieux. Cela permet aussi de comprendre les processus de mémorisation et de hiérarchisation spatiale. La carte mentale est alors une structure cognitive de la perception et de la conception de l'espace.

Ces productions d'images permettent de réfléchir à la fois à la notion d'imaginaire géographique et à l'idée de valeurs attachées à des lieux ou des espaces.

L'imaginaire géographique peut se définir comme l'ensemble d'« images mentales » en relation qui confèrent, pour un individu ou un groupe, une signification et une cohérence à la localisation, à la distribution, à l'interaction de phénomènes dans l'espace. L'imaginaire contribue à organiser les conceptions, les perceptions et les pratiques spatiales (Debarbieux, 2003b : 489). Gaston Bachelard propose que l'imaginaire soit une façon d'entrer en relation avec l'espace et la matière qui génère du sens, sans pour autant déterminer strictement des comportements et des configurations.

Gaston Bachelard parlait de l'imaginaire comme d'une faculté de « s'absenter », de se déprendre de l'objet tout en lui donnant du sens (Debarbieux, 2003b : 490). Il existe des imaginaires collectifs<sup>5</sup> qui influent considérablement sur les façons dont les sociétés à la fois se conçoivent et se représentent leur monde (Debarbieux, 2003b : 490).

Aussi, les dessins produisent un énoncé de valeurs attachées aux lieux. Ils donnent une certaine perception de la campagne. Notre hypothèse est de comprendre si les espaces concernés ont une image dotée d'une identité, d'une structure, d'une signification. Les individus, les êtres humains en général, établissent des relations signifiantes avec les lieux et réciproquement les lieux signifient toujours quelque chose pour les êtres humains. L'expression « rapport aux lieux » (*sense of place, meaning of place*) est la notion la plus

---

<sup>5</sup> Les géographes distinguent les représentations individuelles des représentations collectives. « Les premières peuvent être interprétées comme étant le produit d'un itinéraire de vie, d'une vision du monde singulière, d'un être au monde tel que l'étudient les phénoménologues. Les secondes correspondent à des formes de connaissance ordinaire, socialement élaborées et partagées, à visée pratique notamment dans la maîtrise de l'environnement et l'adoption d'attitudes et de comportements collectifs. Elles participent en outre à la construction d'une vision commune à tous les membres d'un collectif » (Debarbieux, 2003 : 791).

usitée. Si l'on replace cela dans un contexte phénoménologique<sup>6</sup>, les êtres humains interprètent les lieux, et simultanément leur donnent sens. Le *sens du lieu* renvoie aux qualités sociales et psychiques, voire sentimentales, attachées à un lieu (Stock, 2003 : 930).

Le terme « topophilie » (*topophilia*, du grec *topos*, lieu et *philein*, aimer, signifie littéralement « amour des lieux ») fut utilisé par Gaston Bachelard dans sa *Poétique de l'espace* et par le géographe Yi-Fu Tuan en 1961 dans l'article « Topophilia » pour la revue *Landscape* » (Stock, 2003 : 930). Pour Bachelard, il s'agit d'étudier des « espaces heureux », mais aussi d'insister sur le vécu de l'espace (Stock, 2003 : 930). Pour Tuan, *topophilia* désigne le lien affectif qui existe entre les individus et le lieu (Tuan, 1974 : 4 et 1977). Il s'agit de comprendre les modalités selon lesquelles les êtres humains construisent leurs rapports aux lieux, que ceux-ci soient symboliques, constitutifs de l'identité, ou plus ordinaires et familiers. Ceci introduit la notion d'espace vécu<sup>7</sup>. « L'espace tel qu'il est perçu et pratiqué par les êtres qui y vivent » (Staszak, 2003a : 340). Ici, nous cherchons à comprendre comment les campagnes constituent un espace vécu à part entière. Les êtres humains ne vivent pas dans le monde tel qu'il est, mais dans le monde tel qu'ils le voient, et, en tant qu'acteurs géographiques, ils se comportent selon leur représentation de l'espace.

Ceci renvoie à la phénoménologie<sup>8</sup> qui, pour Éric Dardel, des relations existentielles de l'homme et de la terre sont marquées par une inscription primitive, présociale et affective du terrestre dans l'humain et de l'homme sur la terre (Di Méo, 2003c : 712). La perception de la campagne rendue à travers les dessins est la traduction de schémas mentaux, eux-mêmes constituant des produits culturels et sociaux d'une époque donnée.

## **2. Exploitation et analyse des dessins de représentation du rural**

---

Le travail d'enquête proposait aux touristes citadins chinois de « donner une représentation dessin de la campagne » (*hua yi hua yinxiang zhong de nongcun*) sur une page blanche. Ce procédé se rapproche très sensiblement des techniques utilisées par la géographie de la perception à l'aide de cartes mentales.

---

<sup>6</sup> La phénoménologie tient du domaine de la philosophie. Cette méthode philosophique explique les liens que l'être humain noue avec l'environnement qui l'entoure.

<sup>7</sup> Armand Frémont distingue l'« espace de vie », qui est « l'ensemble des lieux fréquentés par une personne ou par un groupe », « l'espace social », qui est l'espace de vie plus les « interrelations sociales » qui le sous-tendent et « l'espace vécu », qui est l'espace social plus « les valeurs psychologiques qui s'attachent aux lieux et qui unissent les hommes à ceux-ci par les liens matériels » (Frémont, 1980).

<sup>8</sup> Méthode philosophique s'efforçant d'expliquer la nature des liens que tout sujet noue avec son environnement naturel et humain (Di Méo, 2003 : 712).

Le dessin traduit un imaginaire géographique. C'est également un outil des représentations de l'espace des sociétés. C'est dans ces deux dimensions que nous utilisons cet outil pour comprendre les perceptions contemporaines. Ce qui est représenté synthétise la pensée de l'individu. Nous utilisons les principes d'analyse des cartes mentales ou cognitives déjà largement explorés par les chercheurs anglo-saxons<sup>9</sup> puis français dans le cadre de la géographie des perceptions. C'est une structure cognitive de la perception de l'espace. Le dessin est issu d'un processus mental, il devient une reconstruction mentale de l'espace par la pensée.

Le corpus de dessins rassemble 44 dessins exploitables par leurs qualités graphiques et visuelles. Nous exposons ces différents dessins sur des planches thématiques. Ces dessins interpellent le géographe. Ces dessins sont le produit de 44 individus différents, auquel nous associons cinq autres figurations de moindre qualité, donc moins exploitables, que nous mettons dans les annexes. En effet, ils donnent à (re)penser le rapport entre le réel et l'imaginaire. Les espaces dessinés sont des espaces idéaux, qui servent l'action imaginée. Les dessins suggèrent le décalage existant entre la réalité et la campagne rêvée et imaginée. L'imaginaire offre une lecture originale de l'espace géographique.

#### *Le contexte de réalisation du dessin*

Les techniques de dessin sont plus ou moins élaborées, plus ou moins riches en détails finement représentés ou non. La plupart des dessinateurs ont réalisé leurs travaux à l'aide de stylo bille ou de crayon sur un papier blanc A4 fourni avec les questionnaires. Les individus dessinent en environ moins de dix minutes, parfois moins de cinq minutes sur une table, dans une chambre de gîte ou au restaurant.

L'alternance entre les lignes, les traits rectilignes et arrondis suggèrent une maîtrise hétérogène du dessin selon les différents individus. Les représentations d'éléments et de figures plus ou moins difficiles à dessiner comme les hommes sont bien évidemment prises en compte dans l'analyse des œuvres.

Nous gardons l'anonymat des auteurs de chaque dessin. Aussi, nous montrons une corrélation entre le contenu d'un dessin et la génération de l'individu. Plus le dessin semble rassembler les éléments descriptifs des campagnes, plus l'âge du dessinateur est élevé. Au

---

<sup>9</sup> Nous citerons à ce titre Peter Gould. D'autre part les travaux de psychologie cognitive ont élaboré plusieurs méthodes pour saisir les variables intervenant sur les facultés perceptives de l'individu. Le dessin est l'une d'entre elles. Lynch dans les années 1960 est l'un d'entre eux, dont postérieurement Gould s'est inspiré pour les cartes mentales.

contraire, plus le dessin est dépourvu d'éléments distinctifs des espaces ruraux chinois, plus le dessinateur est jeune.

Nous légendons chaque dessin avec les critères suivants : numéro du dessin (avec de nombreux appels dans le texte), le genre du dessinateur, son âge, le lieu (la province) où le dessinateur a opéré son œuvre et enfin, quand c'est le cas, nous donnons la traduction des sinogrammes.

## **2.1 La représentation du rural chez les citadins chinois par le dessin**

Les travaux de Cornélius Castoriadis (1975) donnent l'idée qu'une société est proprement instituée par un travail de création iconique et sémantique. Cette société configure son passé, son patrimoine, sa territorialité, mais aussi ses projets et ses actions. C'est une structure cognitive de la perception de l'espace. Le dessin est issu d'un processus mental. Le dessin devient une reconstruction mentale de l'espace par la pensée. Ces productions sont subjectives (Véron, 2014 et 2009). Ces réalisations graphiques permettent de mettre au jour les éléments enfouis dans les imaginaires des citadins et de nous renseigner sur les thématiques structurantes de la perception du rural chinois.

L'analyse des dessins de représentations de la campagne par les citadins chinois (Shanghai, Hangzhou, Suzhou, Nankin et Huangshan) se fait selon cinq axes principaux :

1. Aménagement rural et organisation spatiale des campagnes ;
2. Dimension paysagère de la campagne et la campagne comme espace de nature ;
3. Présences animales dans les campagnes : animalerie et élevage ;
4. Présences humaines dans les campagnes : paysanneries et enfants ;
5. Représentations naïves et universelles de la campagne.

Ces différents axes de réflexion ne sont pas exclusifs. Des dessins pourraient être classés dans plusieurs catégories. Nous hiérarchisons les dessins en fonction des éléments représentés. Nous en dégageons des thèmes récurrents. Ces différents thèmes sont des marqueurs de ce que représente le rural pour un citadin. Pour autant, ils permettent de classer les dessins en fonction de déterminants majeurs.

Les campagnes sont perçues comme des espaces aménagés, dont les fonctions agricoles et la présence du bâti forment les deux modalités principales de représentation. Ce sont les éléments centraux à partir desquels rayonnent les éléments secondaires de l'organisation agraire. Puis, paradoxalement au premier axe, la campagne semble être un espace associé à la nature. L'arcadien prend une dimension paysagère. La campagne est un paysage. Les figurations humaines sont moins importantes que les représentations animales à

travers la bergerie. Aussi, les individus témoignent du travail agricole, sinon de l'enfance joyeuse dans le cadre campagnard. Enfin, ces représentations du rural par les citadins témoignent de perception naïve, universelle voire idyllique lointaines des réalités du monde rural chinois d'aujourd'hui ou d'hier. Ces différentes perceptions coexistent et forment l'ensemble du corpus de dessins que nous analysons. Nous analysons chacun de ces cinq axes en décortiquant les éléments de composition de chaque dessin. Nous procédons à un regroupement par axes de différents dessins exploitables<sup>10</sup>.

### ***2.1.1 Aménagement rural et organisation spatiale des campagnes***

Le premier axe d'analyse correspond à l'aménagement des espaces ruraux. Chaque espace est minutieusement découpé, délimité et identifié. Les dessinateurs opèrent tous une hiérarchisation précise de l'espace. Il y a une mise en ordre des marqueurs de l'anthropisation du pastoral, de l'arcadien, de l'agreste. En effet, cet espace est avant tout socialisé, humanisé (anthropisé) voire soumis à un ordre politique régulateur. Le rural est l'objet d'une organisation conséquente de la civilisation.

Nous distinguons six déclinaisons (ou modalités), du bâti à l'espace du culte et du funéraire en passant par les structures agraires et les réseaux. Peu de place est laissée à l'imprévu. Des espaces non aménagés ou en jachère voire abandonnés. Ce premier axe montre l'artificialisation rigoureuse des campagnes comme espace social à part entière. Pour autant, les dessins témoignent d'un vide relatif en opposition aux fortes densités de peuplement des campagnes chinoises, où chaque espace est mis en valeur, utilisé où le vacant est signal d'une future construction (promotion immobilière et infrastructures). Nous procédons à un regroupement suivant trois sous-thèmes dans l'organisation spatiale des campagnes : les usages du sol ; les équipements ; et le cultuel et le culturel.

#### *- Les usages du sol rassemblent différentes fonctions zonales : bâti et agriculture*

Les ensembles bâtis sont au cœur de chaque représentation, à l'exception de six dessins (dessins 24, 31, 35, 38 et 39). Le centre de l'espace rural organisé correspond à la maison individuelle ou maison groupée donnant un hameau, le plus souvent à deux niveaux (rez-de-chaussée et un étage). L'espace domestique de la vie rurale témoigne de la présence aménagée

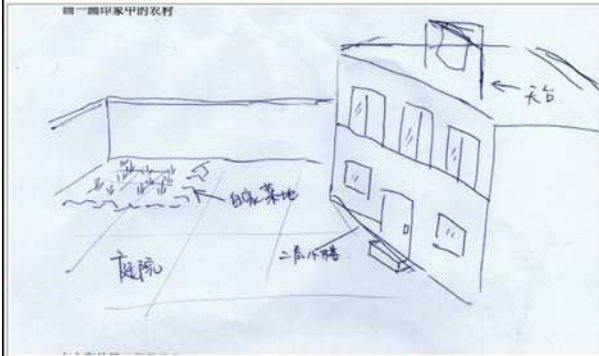
---

<sup>10</sup> Nous avons réuni plusieurs dizaines de dessins sur plusieurs centaines de feuilles distribués aux touristes citadins. Nous avons compilé près de cinquante dessins exploitables selon le niveau de détails et de clarté. Nous avons écarté plusieurs dessins « inexploitables » en raison de la faiblesse des détails représentés ou de la qualité finale.

et habitée de la campagne comme espace social à part entière. Le bâti est construit le long de chemin, de routes, voire de ruisseaux ou de canaux (dessins 2, 3, 4, 8 ou 18). Aussi, l'espace habité (foyer, cour et cultures) se situe systématiquement dans un espace plan. Le relief de ce rural aménagé est homogène rappelant les grandes plaines agricoles du nord et de l'est de la Chine. En effet, l'idée de plaine (*pingyuan*) agricole est fréquemment associée aux zones anciennes de peuplement han.



## Aménagement rural et organisation spatiale des campagnes (1/3)



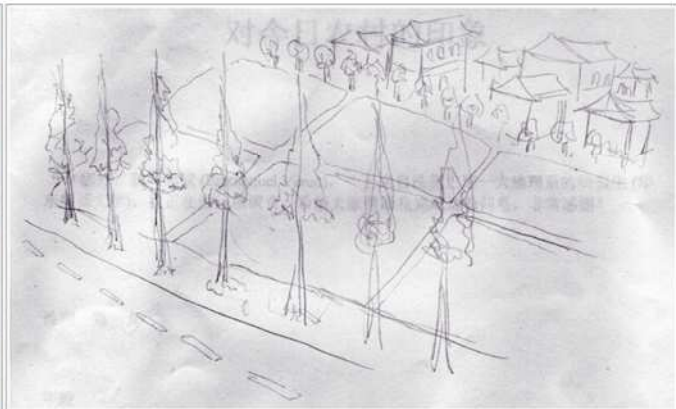
**Dessin - 1.**  
Mr H. (42 ans). Shanghai.  
Mots chinois : *cour, maison à deux niveaux, potager et toit.*



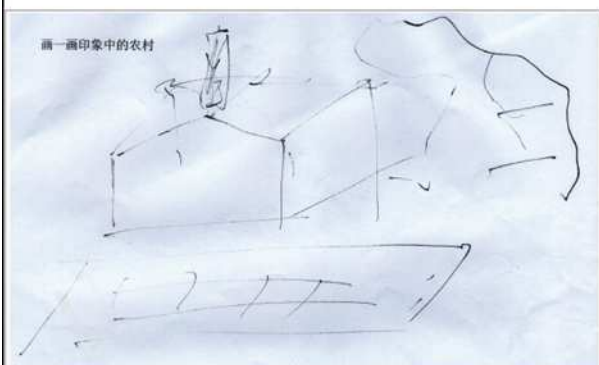
**Dessin - 2.**  
Mme F. (31 ans). Shanghai.



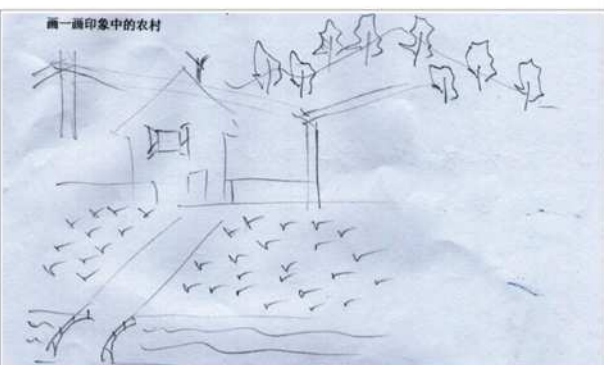
**Dessin - 3.**  
Mme G. (49 ans). Jiangsu.



**Dessin - 4.**  
Mr A. (55 ans). Shanghai.



**Dessin - 5.**  
Mr K. (39 ans). Zhejiang.



**Dessin - 6.**  
Mr G. (29 ans). Shanghai.

### Planche de dessins – 1.

La morphologie du bâti varie selon la forme des toitures, les façades nues, du nombre de fenêtres, cheminées (rares dans les campagnes, en raison de la généralisation de l'installation de climatiseurs, de l'usage de bois de chauffage et des risques d'incendie), des portes et rehaussement au niveau des portes d'entrée (maçonnerie traditionnelle des foyers ruraux pour empêcher les mauvais esprits de pénétrer dans le domicile familial). La représentation de hameaux (dessins 4, 8 ou 9) n'est pas sans rappeler la morphologie et l'organisation villageoise du delta du Yangzi. Aussi l'architecture du bâti sur deux ou trois niveaux (dessins 1, 8 ou 33) associés à des formes anciennes du bâti (plus basses et aux toitures est légèrement relevées) témoignent des programmes de modernisation du bâti et des infrastructures rurales depuis une quinzaine d'années entre rénovation et réhabilitation-restauration. Il y a une différenciation entre un bâti moderne et récent et un bâti hérité dont la morphologie peut être l'objet de restauration et de réhabilitation (dessins 19, 21, 33 ou 34).

La cour est l'autre élément quasi systématiquement associé au corps de ferme ou maison rurale. Cour carrée ou ronde, elle forme le prolongement anthropisé et minéralisé de la présence humaine et sociale du rural. C'est sur cette cour que les paysans peuvent entreposer des instruments, des animaux et divers objets (dessins 1, 10, 15, 17, 18 ou 30). La cour peut également servir comme espace de jeux des enfants. Enfin, des bâtiments annexes (dépendances et entrepôts) sont parfois représentés, témoignant de la séparation entre le bâti réservé aux humains et le bâti réservé aux animaux ou productions et outillages agricoles. Cette distinction se retrouve à travers le dessin de barrières, d'enclos voire de murs. Cette forme de limite matérialisée par des enclos (rare dans le delta) rappelle le mur, l'enceinte ou la muraille, et son usage comme frontière et trait de séparation entre le collectif (la communauté) et le privé (foyer-famille). Il y a donc une limitation entre le public et le privé et entre l'intime et l'ostensible. Le foyer est bien représenté comme cellule familiale, voire communautaire (famille, clan, groupe) (dessins 5, 10, 16, 18, 20, 28, 36 ou 42).

Le second élément de composition des dessins concerne la représentation du caractère et de la fonction première des campagnes, c'est-à-dire la production agricole, la campagne nourricière. À travers cette modalité, nous distinguons la figuration très fréquente de parcelles agricoles, de terrasses voire d'un parcellaire quadrillé emblématique des structures agraires chinoises (sorte de centuriation romaine). Ceci témoigne de l'idée d'un cadastre ou d'un carroyage permettant le découpage des terres à cultiver pour les communautés villageoises<sup>11</sup>. Ces populations sont chargées de produire pour elles-mêmes, pour les élites locales et l'État

---

<sup>11</sup> Ceci rappelle l'étymologie du mot champ (*tian* 田 en chinois) : quatre pièces de terre cultivée avec des bordures surélevées (Fazzioli, 2011 : 116).

central. Les formes géométriques (carrés - *fang* - ou rectangulaires) très récurrentes (dessins 1, 4, 5, 8, 9, 19, 24 ou 31) témoignent de l'histoire de l'ordre politique (plurimillénaire) pour le contrôle et le découpage du foncier. Cette morphologie agraire n'est autre qu'une relique d'un cadastre très ancien, dont les formes orthogonales marquent particulièrement le nord de la Chine jusqu'au bas-Yangzi. Au sud, les formes sont plus souples, moins anguleuses, mais le parcellaire finement tracé existe bien. L'ordre des champs suggère une bonne organisation spatiale et sociale du rural (Gourou, 1972), en tant que forme d'encadrement politique.

Il suggère également un espace défriché et la colonisation d'espaces incultes et d'une idéologie égalitaire (chaque case égale correspond à un foyer, un individu). Ce n'est que grâce à cette structure agraire que les récoltes seront assurées, l'ordre social aussi. Ce cadastre est un témoin de civilisation, d'un pouvoir politique (fort) bien établi. Le quadrillage renvoie à une vision cosmogonique des Chinois. Les zones planes sont régulièrement quadrillées par les fonctionnaires ou lettrés. Ceci correspond plus largement à une organisation du sol devenu foncier humanisé. Cette matrice cadastrale permet de percevoir l'impôt. C'est plus largement un outil de contrôle. Le tracé de l'orthogonalité renvoie aux plans, aux trames, bases de la civilisation.

En complément du parcellaire emblavé sur lequel sont cultivés du riz, du blé, du maïs, du sorgho se trouvent régulièrement des cultures maraîchères à proximité de la cour, parfois délimitées par des enclos ou barrières. Ces éléments témoignent d'un marquage précis des activités agricoles, mais également des limites de l'espace domestique. Les cultures sont en général figurées sous forme de carrés signalant une agriculture chinoise traditionnelle sur de très petites surfaces et dont l'intensivité en travail est importante (dessins 3, 6, 7, 11, 17, 28 ou 36). Aussi, le maraîchage permet une autosuffisance alimentaire au foyer rural en plus des grains. Ces activités agricoles suggèrent l'idée d'autarcie villageoise et d'autosuffisance alimentaire des foyers paysans. Le dessin régulier et varié de parcelles maraîchères signale la variabilité des cultures de fruits et légumes (ail, salades, choux, tomates, concombres, pois, haricots, oignons, aubergines).

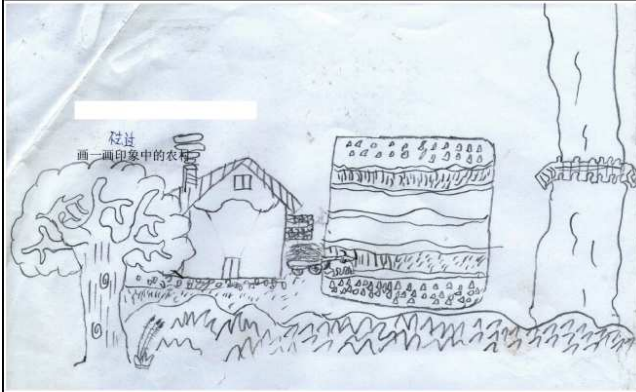
En plus des marqueurs du rural agricole sont rarement associés des outils ou des machines de mise en valeur agricoles. On peut distinguer un tracteur, des abris ou des serres (on ne sait pas si les auteurs des dessins font une différence)<sup>12</sup>, outillage agricole, instrument aratoire, rameau de paille ou de maïs contre le mur d'une bâtisse. Des instruments ménagers sont rarement présents (balai, brosse et seau) (dessins 3, 7, 11, 15, 30, 33 ou 36). Enfin, la

---

<sup>12</sup> La différence entre une serre et un abri se situe principalement dans l'utilisation permanente (serre) ou temporaire (abri), en plus du coût, de la dimension et des matériaux de fabrication.

présence d'une meule ou d'une pile de foin (dessin 38) témoigne des techniques anciennes de séchage de la paille issue de la récolte des céréales et des moissons.

## Aménagement rural et organisation spatiale des campagnes (2/3)



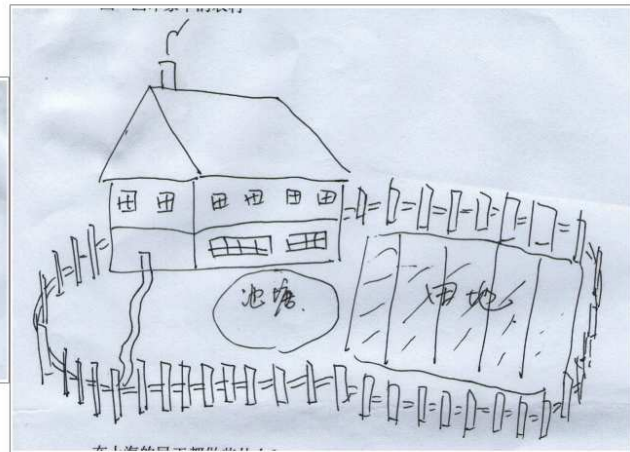
**Dessin - 7.**  
Mme A. (22 ans). Zhejiang.



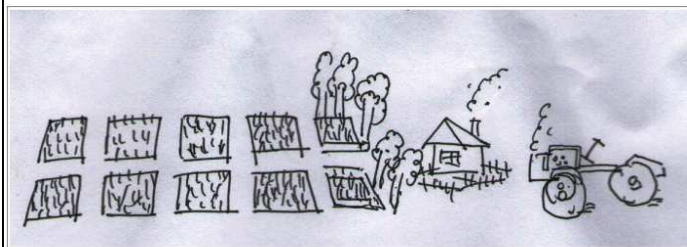
**Dessin - 8.**  
Mme M. (28 ans). Shanghai.



**Dessin - 9.**  
Mr H. (20 ans). Shanghai.



**Dessin - 10.**  
Mr H. (20 ans). Shanghai.  
Mots chinois : *mare, champ.*



**Dessin - 11.**  
Mr J. (45 ans). Shanghai.



**Dessin - 12.** Mme K. (41 ans). Zhejiang.  
Mots chinois : *plantation de légumes et maraîchage.*

### Planche de dessins – 2.

- *Les équipements forment le second ensemble d'organisation du rural*

L'élément de composition des dessins suivant correspond aux réseaux. Il y a une récurrence de la figuration des voiries (route et chemin vicinal), de lignes électriques et téléphoniques et enfin de canaux, parfois franchis par des ponts (de petite dimension, utilisable uniquement par les hommes voire des bêtes). Cette forme témoigne de l'accessibilité et de l'aménagement moderne des campagnes et des efforts d'aménagement des espaces ruraux, notamment des routes. Le quadrillage des champs par des chemins vicinaux renforce l'idée de structure agraire et d'organisation spatiale de la production agricole selon des trames rigoureusement dessinées. Aussi, les canaux sont au cœur de la structuration de l'espace rural, comme axe de circulation et de drainage de régions rurales où la ressource en eau est abondante. Le canal ou la voie d'eau est un complément de circulation et de structuration de la campagne. Le canal participe à l'armature orthogonale du rural (dessins 3, 6, 8, 16, 17, 18, 29 ou 32).

Les barrières ou enclos faits de bois et de végétations en treillis réguliers parfois ronds, parfois rectilignes sont un marqueur entre vies rurales socialisés, humanisés, voire politisés et la vie rurale sauvage. La barrière ou l'enclos témoigne et distingue de ce qui est à l'intérieur (*nei*) du rural anthropisé, de ce qui est en dehors (*wai*), c'est-à-dire, ce qui est au-delà du foyer, de la famille, de la communauté, du clan et du sauvage. La représentation de portes, parfois de portiques permet l'accès au foyer. La porte est comme un seuil entre le dehors et le dedans.

- L'eau apparaît donc comme un élément naturel pleinement intégré au dispositif d'organisation spatiale du rural. L'élément eau est présent à travers plusieurs formes : bassin, marre, puits, lavoirs et canaux. Cet élément renvoie à un usage protéiforme. L'eau est utilisée pour les tâches agricoles (arrosage et croissance des plantes), usage domestique, réserve d'eau et usage pour animaux (dessins 6, 7, 8, 16, 18, 26, 29 ou 34).

- Le couvert forestier est lui aussi finement organisé. Le caractère forestier du champêtre est peu abondant, mais présent. La présence régulière de végétation (arbres, plantes et herbages) signale l'importance de l'arbre comme outil d'aménagement rural. Les arbres peuvent être en complément des réseaux viaires, en rangées d'arbres (mélèzes et peupliers ; résineux et feuillus). Les essences décrites sont assez caractéristiques de la région du delta. La prédominance de résineux et d'arbre fruitiers montre une complémentarité des essences entre les dessins et non sur chaque dessin. Les arbres sont également très régulièrement représentés par des arbres témoins (pour l'ombrage) proche des bâtisses ou des cours (dessins 7, 11, 15, 20 ou 22).

Enfin, la présence de bosquets de bambous (plantes) donne l'idée de la diversité des essences d'une part, et de l'usage de matière ligneuse d'autre part (tas de bois, fagots). Ce

bois pourra être utile au foyer rural pour diverses raisons : se chauffer, cuisiner, confectionner des barrières ou enclos, ou encore des outils. Le bambou pourra également être consommé (pousses) ou utilisé pour la fabrication d'ustensiles divers (pâte du bois pour le papier, échafaudages, pinceau...). Toutes ces variétés ligneuses sont issues de la main de l'homme. Les mauvaises herbes (*cao*) ou arbres sauvages sont comme débarrassés de l'espace arcadien. Le défrichage est à la base de la maîtrise de l'espace à cultiver (dessins 2, 3, 4 ou 6).

- *Le cultuel, dernière modalité de l'organisation spatiale et sociale des campagnes*

Enfin, la figuration du cultuel et du culturel comme modalité d'organisation du rural semble être le dernier élément, relativement peu fréquent (seulement deux dessins). Cependant, ces quelques dessins témoignent de la place des familles (*shi*), des ancêtres (*zong*) dans le monde rural et des religions populaires et du divin (dessin 14 et 34). Chaque village, chaque parcelle de terre a son propre dieu du sol. Chaque lieu possède une divinité locale (*bendi shen*) participant à l'histoire locale (Baptandier, 2004).

La campagne possède donc son propre espace funéraire et espace du rituel. La représentation de lieux de cultes, de temples, d'autels, associés à un chaudron à encens témoigne de la dimension du rite et de la place des religions populaires dans les campagnes. La figuration d'un hall des ancêtres<sup>13</sup> (dessiné comme un portique) rappelle l'idée de seuil entre un intérieur et un extérieur, ici entre le sacré et le profane. La représentation d'un temple des ancêtres (*ci*) ou traduisible par la salle où sont conservées les tablettes des ancêtres indique la dimension sacrée présente dans la campagne socialisée et la place des ancêtres dans le village<sup>14</sup>. Ce dessin rappelle aussi qu'un lignage rassemble dans un même village un groupe de descendants en ligne patrilinéaire. « Ces derniers rendent un culte à un ancêtre commun et possèdent un bien-fonds commun. Ils sont soumis à l'autorité d'un chef de lignage et d'un conseil des anciens » (Ang, 2004 : 85).

Enfin, la tombe et les tombeaux (dessin 14) rappellent l'association du rural à un espace funéraire. L'inhumation des ancêtres sur les « terres » de la communauté est une pratique répandue. Cet espace funéraire est fréquemment localisé en périphérie de l'espace de vie, parfois entre deux parcelles agricoles, tant l'espace disponible (arable) est réduit. Les tombes individuelles ou collectives (incinération et vase à cendres sur le tombeau) sont

---

<sup>13</sup> Dans la réalité, les halls aux ancêtres (*shizongci*) sont de réels bâtiments plus ou moins imposants en fonction des moyens et de l'importance sociale et politique du clan (*shi*).

<sup>14</sup> Ceci correspond au culte des ancêtres (*jizu*).

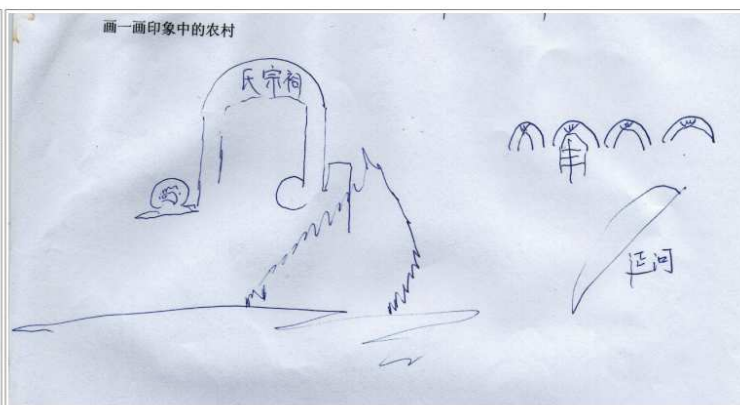
régulièrement entretenues et fleuries par les citadins ou les ruraux descendants, lors des fêtes des Morts (*Qingming*) en avril et novembre.



## Aménagement rural et organisation spatiale des campagnes (3/3)



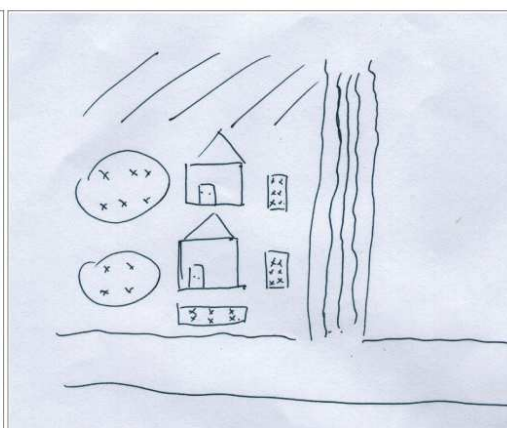
**Dessin - 13.**  
Mr. H. (53 ans). Jiangsu.



**Dessin - 14.**  
Mr. X. (51 ans). Zhejiang.  
Mots chinois : *hall des ancêtres, esprit, canal.*



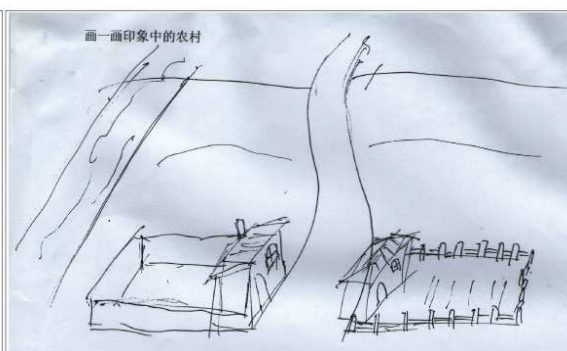
**Dessin - 15.**  
Mr. G. (19 ans). Shanghai.



**Dessin - 16.**  
Mr. J. (20 ans). Jiangsu.



**Dessin - 17.**  
Mme W. (19 ans). Shanghai.



**Dessin - 18.**  
Mr. W. (46 ans). Shanghai.

### Planche de dessins – 3.

La campagne est un lieu d'identité anthropologique et politique. La présence des ancêtres est importante au maintien de la communauté. C'est le culte qui est ici représenté. Les ancêtres ont habité dans ce village, dans cette maison. Ils ont cultivé la terre puis ont disparu. Devenus invisibles, ils habitent en permanence leur postérité (Blanquart, 2015). C'est une figuration d'un lien avec l'origine, l'originel. À travers les rites, on perpétue la continuité, le cyclique, le répétitif et l'invariant.

### ***2.1.2 La campagne devient paysage : dimension paysagère, espace de nature et vivre à l'écart du monde***

Le second axe d'analyse des dessins de représentation de la campagne par les citoyens chinois concerne une réelle contradiction et une complémentarité avec l'axe « anthropisation » précédent. En effet, le rural est fréquemment dépeint dans un paysage naturel, loin d'une organisation minutieuse de la production agricole et de la rationalisation de l'espace disponible. Au contraire, la place est faite à l'immensité et aux grands espaces. Cet axe vient en contradiction avec le précédent. La valorisation du rural dans un cadre paysager esthétisé renvoie à une exaltation de la nature voire d'un retour à la nature. Nous procédons à un regroupement en trois sous-thèmes : dimension paysagère, espace naturel et ses modalités, et, l'isolement ou l'éloignement de l'artifice.

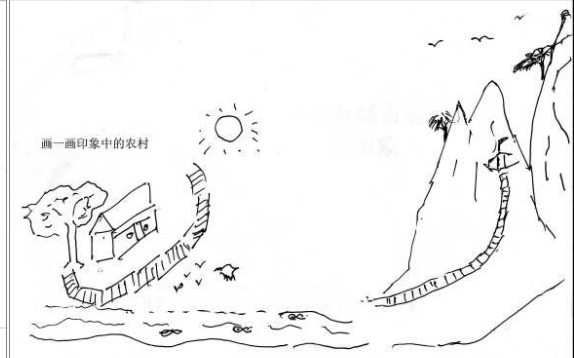
#### **- Le rural comme esthétique paysager**

Le premier sous-thème concerne la représentation du rural comme un paysage. Les éléments de la vie rurale sont situés dans un paysage. La campagne devient même un paysage. Ce processus se fait par un changement d'échelle. Les représentations sont alors régulièrement de plus petite échelle, comprenant un plus large espace et pouvant inclure des montagnes, des étendues lacustres, le ciel. Ceci nécessite un « élargissement » de prise de vue et un changement de perspective (dessins 3, 4, 19 ou 21). Un jeu parfois subtil de perspectives (profondeur et un point de fuite) est alors utilisé. Les techniques de dessin sont plus fines et élaborées. Aussi, un équilibre entre le vide et le plein, entre le blanc du papier et le noir du stylo permet de donner du relief, de la profondeur, autrement dit de la perspective. Ainsi, la représentation du rural bascule dans une représentation d'un paysage où l'homme est souvent absent ou discrètement représenté autrement qu'à travers la présence d'une ferme. Le rural est ainsi situé dans un cadre esthétique.

## Dimension paysagère, espace du sauvage et du naturel



**Dessin - 19.**  
Mme W. (49 ans). Shanghai.



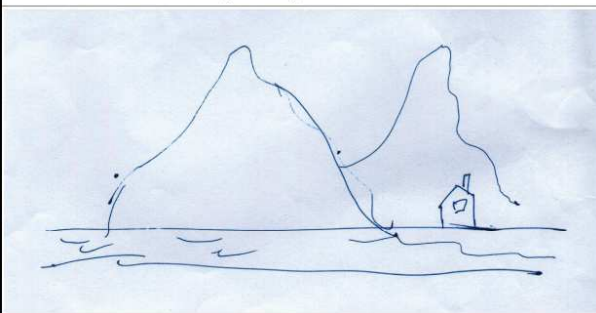
**Dessin - 20.**  
Mme J. (21 ans). Shanghai.



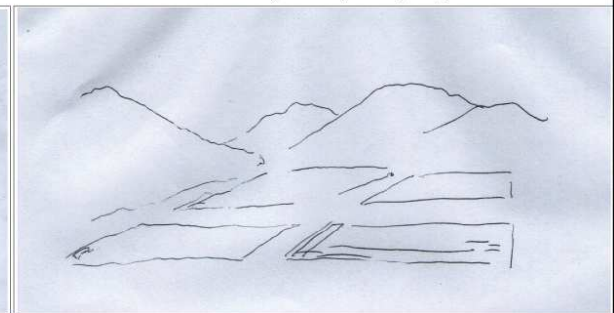
**Dessin - 21.** Mme H. (37 ans). Anhui.



**Dessin - 22.** Mr W. (20 ans). Zhejiang.



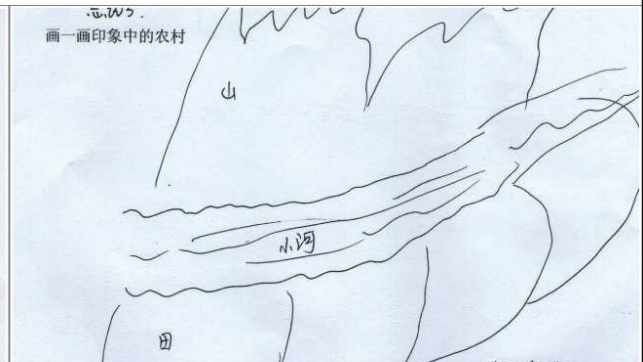
**Dessin - 23.** Mme W. (19 ans). Shanghai.



**Dessin - 24.** Mr. S. (33 ans). Jiangsu.



**Dessin - 25.** Mme X. (19 ans). Shanghai.



**Dessin - 26.** Mr. Q. (41 ans). Shanghai.  
Mots chinois: montagne, ruisseau et champs.

La représentation du rural comme paysage est pleinement associée à des lieux ou espaces spécifiques. En effet, à travers le dessin d'une bâtisse isolée en contrebas de montagnes permet l'identification sinon l'évocation de lieux précis, de provinces, de massifs de montagnes en Chine. Ces formes de perceptions-représentations du rural témoignent de l'association des campagnes à des régions chinoises emblématiques, décrites dans la littérature, la poésie ou la peinture depuis les Song (Wang, 2007). Les régions de montagnes (sacrées taoïstes ou sacrées bouddhistes) des Huangshan (pain de sucre de granite dans la province de l'Anhui), des massifs karstiques de Guilin dans la province du Guangxi ou encore le massif des Wuyi (pain de sucre de grès rouge) dans la province du Jiangxi et celui de Zhangjiajie (pics de grès) dans le Hunan sont aujourd'hui des lieux de fortes fréquentations touristiques (dessins 20, 21, 22, 23, 25 ou 28). La variation du relief suit différentes perspectives. Le dessin de cours d'eau creusant des vallées débouchant sur un village ou une bâtisse montre la mise en paysage de la campagne<sup>15</sup>.

La figuration du relief signale le domaine du sauvage et du naturel en opposition aux plaines ou espaces plans, domaines de la domestication et de l'agriculture. Le relief marqué est associé aux populations non sédentarisées, minoritaires et sauvages. Ces derniers ne pratiquent pas la céréaliculture sur de larges espaces plans, mais plutôt des cultures ponctuelles et éventuellement pastorales. Le relief est en opposition à l'ordre social régulé par un quadrillage, une matrice cadastrale.

*- Les modalités ou éléments de l'espace naturel participant à l'esthétisation*

La campagne devenue paysage est composée d'éléments « humains » comme la ferme et les activités associées, mais aussi, et surtout par des modalités récurrentes faisant davantage partie du naturel que de l'anthropique.

Les éléments qui composent la campagne-paysage sont : la montagne sous différentes formes (pics, pains de sucre, dômes, chaînes), le végétal (de l'arbre à la forêt), l'eau (sous différentes phases et états), le ciel (plus ou moins nuageux), le soleil (plus ou moins scintillant ou présent) et enfin le vide, le néant servant le dessin, viennent contraster avec les pleins. Ce dernier permet de suggérer le volume d'une montagne, la clarté du ciel, l'intensité de la nébulosité et donc des ombrages. Ces différents éléments sont dans ce cas des symboles de la

---

<sup>15</sup> Le paysage est parfois analysé en relation avec les perspectives et la variation des volumes du relief : « le lointain suspendu (*gaoyuan*), le lointain profond (*shenyuan*) et le lointain horizontal (*pingyuan*) de la peinture de montagne et d'eau » (Zhang, 2003 : 162).

« grande nature » (*daziran*). Ces éléments de la nature forment une géomancie, une organisation cosmique du rural. La représentation d'eau et de montagne rappelle l'étymologie du mot paysage en chinois : *shanshui*, *shan*, montagne et *shui*, eau. Le paysage est donc étymologiquement composé par de l'eau et des montagnes (dessins 19, 20, 21, 26, 28 ou 34).

Par extension, ces différentes représentations suggèrent des notions de géomancie intimement liée à la perception de l'espace par les individus chinois. En effet, la géomancie ou science du vent et de l'eau (*fengshui*) considère que la terre est un dragon. Il est nécessaire de capter, retenir et réguler le souffle vital (*qi*) afin d'augmenter le bien-être des vivants et des morts (Obringer, 2006 : 95). Le bon ordre social est lié à une « bonne » géomancie. Le paysage équilibré renvoie par conséquent à une géomancie convenable. Le dessinateur tel un géomancien propose ici un équilibre entre les forces du ciel et de la terre.

La dimension de nature des représentations s'exprime à travers un équilibre des flux et énergies. Le souffle ou *qi* est régulièrement représenté à travers chaque élément symbolique. Il témoigne de la vitalité, de la circulation des énergies et du mouvement à travers le paysage. La représentation n'est pas uniquement statique, elle est aussi dynamique. Les différentes phases de l'eau (active ou passive, courante ou stagnante, vive ou morte) et de ses états (liquide le plus souvent et solide sous forme de neige sur les sommets de montagnes pour le dessin 34) participent de cette dualité statique/dynamique, formant le paysage. Le mouvement des nuages et l'immobilité magistrale des montagnes contribuent à cette dualité. Le dessin des vides et des pleins signale le temps cyclique et les transformations des saisons.



**Figure 18. Peinture d'inspiration des poètes et des peintres de la dynastie Tang.**

Source : <http://www.ardent-lotus.com/16-a-energetique-traditionnelle-chinoise-les-peintures-chinoises-shan-shui.html>

Enfin, l'arbre comme autre symbole de nature témoigne de la vitalité du paysage. L'arbre perché sur le pic ou le pain de sucre (se nourrissant du minéral) donne l'idée de l'ancienneté et de la longue durée, comme si cette représentation paysagère était immuable dans le temps. Il y a donc plusieurs types d'arbres, correspondant à plusieurs essences et usages, soit domestique proche de l'espace du foyer, soit sujet à la contemplation s'il est éloigné du social et dans le domaine du naturel. Finalement, l'arbre est domestiqué ou l'arbre est sauvage.

*- Vivre à l'écart du monde : de l'isolement à l'érémisme*

Un troisième sous-thème se distingue de la dimension esthétique des représentations du rural comme paysage. Il s'agit de la place de l'homme dans ce dispositif de géomancie. L'humain prend de la distance avec le sophistiqué, l'aménagé et la civilisation. Le rural est clairement représenté en opposition à l'urbain, à la très grande ville, où les aménagements, les équipements et les morphologies seraient plus abondants. Le rural est dans ces cas dépeint en situation d'isolement, d'éloignement et d'individualités, voire de solitude. Il y a une association du rural au naturel, du rural au sauvage. L'association de la campagne au sauvage et à un espace peu modernisé, peu équipé, donc peu urbanisé signale le lien à la situation d'ermite ou d'érémisme analysée par le géographe Augustin Berque (2010 et 2011). C'est bien le mode de vie des ermites qui est représenté à travers une grande partie des dessins (au moins 10 d'entre eux). Le rural témoigne de la vie retirée et/ou, de la vie à l'écart du monde. La campagne est aux prises avec un certain refus de l'artifice d'une part et la proximité du sauvage et naturel d'autre part. Le retrait permet une mise à l'écart des pressions du tissu social et des codes sociaux. Le rejet de la culture par l'exaltation du retour à la nature s'opère grâce à la montagne refuge. La montagne objet de l'ermite est un abri nécessaire parfois percé de grottes, « matrices servant de référence au chaos originel » (Gentelle, 2004 : 38).

Cet axe d'analyse témoigne de la vision cosmologique du monde à travers ces représentations de la campagne. La nature est un processus, continu et régulier, dans lequel l'homme est inscrit (Gentelle, 2004). La terre est nourricière, destinée à être mise en valeur. Par ailleurs, les manifestations de la terre ne peuvent être que des signes de dérèglements ou de bon ordre du cosmos. Si dérèglement, il y a, c'est que la société, ne fonctionne pas

convenablement. Elle n'est pas en harmonie avec le cosmos. Ces formes de dessins rappellent les synthèses paysagères qu'offrent les jardins chinois<sup>16</sup>.

### **2.1.3. Présence humaine dans les campagnes : paysanneries et enfants**

La présence humaine est l'autre représentation du vivant en contraste avec le minéral des montagnes et des eaux. Après les figurations paysagères, la présence humaine est d'abord marquée par le dessin d'une maison, d'un foyer paysan, puis d'animaux domestiqués en contraste avec le sauvage.

Nous dénombrons environ 15 figurations d'être humain réparties sur seulement sept dessins. Le premier élément est donc une constatation de la faible présence humaine explicitement dessinée sur l'ensemble du corpus. En plus d'être plus rare que le dessin d'animaux, elle est parfois anecdotique et quelques fois discrète. Nous opérons à un regroupement en deux sous-thèmes : la représentation du paysan et celle de l'enfant dans le monde rural.

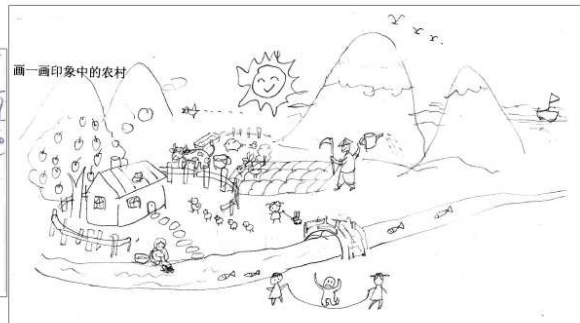
---

<sup>16</sup> Ces jardins sont des constructions culturelles du cosmos dans un espace réduit. Ils rassemblent en un lieu les modalités naturelles et sociales du cosmos. Les montagnes artificielles (*jiashan*). Le manuel du jardin (*yuanye*), rédigé au XVII<sup>ème</sup> siècle par Ji Cheng donne la méthodologie d'aménagement utilisant des rochers pour suggérer les monts et de l'eau pour les lacs et cours d'eau.

## Présences humaines : paysans et enfants



**Dessin - 27.**  
Mme Y. (26 ans). Shanghai.



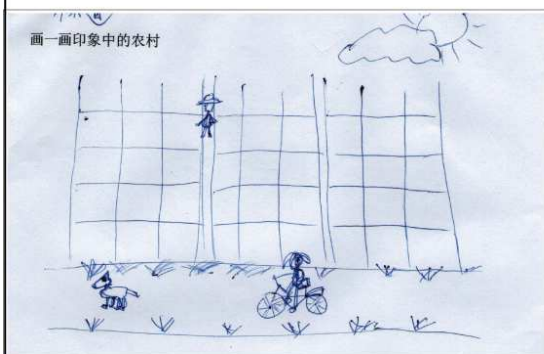
**Dessin - 28.**  
Mme W. (22 ans). Shanghai.



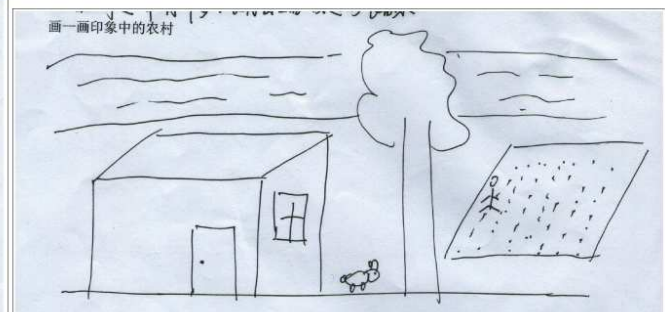
**Dessin - 29.**  
Mr. C. (42 ans). Shanghai.



**Dessin - 30.**  
Mr. Z. (25 ans). Jiangsu.



**Dessin - 31.**  
Mme W. (21 ans). Shanghai.



**Dessin - 32.**  
Mr. T. (18 ans). Shanghai.



*- Représentation du paysan : cultivateur et jardinier*

Les rares dessins faisant apparaître une silhouette ou un individu sont systématiquement dans la posture du travailleur agricole et du labeur paysan. Aussi, le paysan reste toujours à proximité du foyer, d'une parcelle ou de la cour. Il procède à l'entretien des parcelles maraîchères et emblavées, au lavage et à la confection ou réparation d'outillages et de linges.

Enfin, cette figure du paysan est toujours dessinée dans l'individualité, la singularité voire la solitude. Il n'y a pas de figurations d'un collectif paysan. L'adulte est seul au travail, seul dans son travail. La présence humaine se confond avec le dessin de l'habitat de ce dernier voire avec la présence des parcelles emblavées. L'infrastructure et l'agricole signalent d'emblée l'action de l'homme, donc sa présence (dessin 27, 28, 30 et 31).

*- Représentation d'enfant : jeux et insouciance*

L'autre figure présente sur le corpus correspond à l'enfant. Il s'agit donc d'une distinction entre deux générations. Cette dernière, plus jeune voire très jeune est systématiquement dessinée dans une situation de jeu. La campagne est un espace de jeu et d'épanouissement pour l'enfance. Divers jeux sont ainsi mis en avant : jeux de cordes, promenade avec un animal de compagnie (chien, chat, lapin ?), promenade en bicyclette sur la voie, dans les prés, le long de parcelles quadrillées. Ces diverses formes enfantines sont à chaque fois situées dans l'enceinte du rural socialisé, proche ou sur la cour, les maisons ou parcelles agricoles. Enfin, les enfants sont dessinés toujours au minimum par deux (en binôme ou avec un chien), jamais de manière individuel, contrastant à la figure de l'adulte paysan solitaire (dessins 28, 29, 30, 31 et 32). Ces représentations donnent une vision du foyer et de la cellule familiale, notamment de l'enfance.

Aucune autre présence humaine, forme humaine ou fonction ne sont notables. L'humain est donc restreint au travail et à l'entretien de la production agricole pour les adultes et le jeu, le divertissement pour les plus jeunes. Le partage du temps se fait selon les générations : la fête pour la jeunesse, le labeur pour les plus âgés, responsables du maintien et de la longévité du foyer paysan.

**2.1.4 Présence animale dans les campagnes : animalerie et élevage**

Le quatrième axe d'analyse des représentations du rural concerne la figuration d'animaux. La présence variée d'animaux est à mettre en lien avec le domestique et le sauvage comme composantes du rural. Les représentations de présences animales sont supérieures à celles de

la présence d'homme ou individu sur l'ensemble du corpus. Nous procédons à un regroupement en deux sous-thèmes de la représentation animale : les animaux domestiques, liés à l'espace social de la campagne et les animaux sauvages inscrits dans le rural paysager.

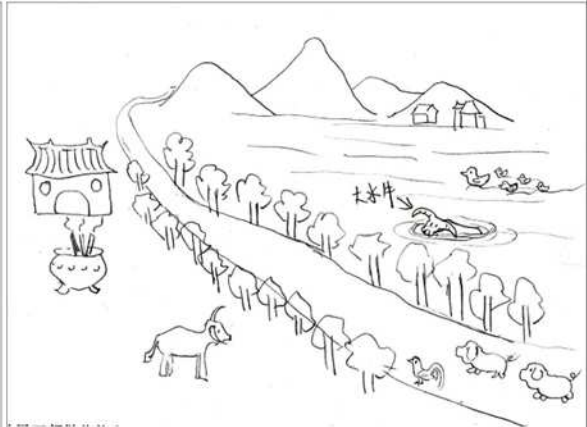
*- La bergerie : l'animalerie domestiquée et utile à la campagne*

Le dessin récurrent d'animaux de la ferme (porcs, canards, oies, volailles, buffles et poissons) s'accompagne de la présence moins fréquente, mais pas moins importante pour autant, de chiens proches des foyers, des cours ou des hommes. Le chien est un animal proche de l'homme, par sa compagnie, par son utilité à chasser les nuisibles et à signaler d'éventuels dangers (humains ou sauvages). Le chien est une figure importante de ces représentations rurales (dessins 29, 33, 36 ou 41).

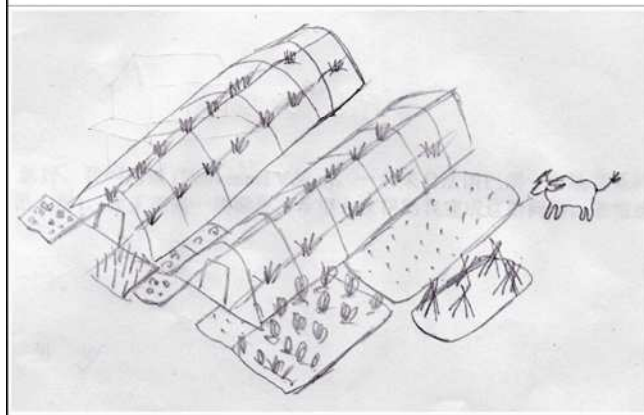
## Présences animales : bergerie et animalerie



**Dessin - 33.**  
Mme M. (55 ans). Shanghai.



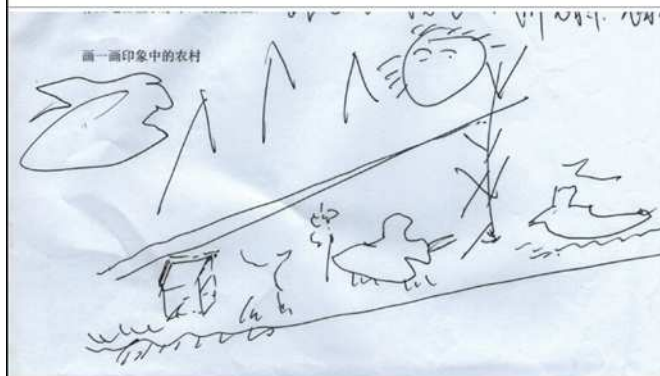
**Dessin - 34.**  
Mme J. (22 ans). Shanghai.  
Mots chinois : *grand buffle d'eau.*



**Dessin - 35.**  
Mr. M. (45 ans). Shanghai.



**Dessin - 36.**  
Mr. M. (25 ans). Jiangsu.



**Dessin - 37.**  
Mr. W. (19 ans). Zhejiang.



**Dessin - 38.**  
Mr. K. (20 ans). Shanghai.

En plus de cet animal domestique, deux autres animaux participent pleinement à l'espace rural : le porc et le buffle. En effet, le porc est l'animal domestique d'élevage à la base de l'alimentation chinoise. Le caractère chinois du porc (*zhu*) est étymologiquement lié au caractère foyer, famille<sup>17</sup> (*jia*). Autrement dit, un porc sous un toit désigne un foyer, une famille. Ceci fait donc référence à l'histoire de la langue et de ce caractère rural des familles et de la possession d'un porc par foyer. Enfin, le dernier animal domestiqué emblématique est le buffle. Cet animal est utilisé non pas tant pour la viande et la consommation alimentaire des ruraux, mais plutôt comme animal de trait, participant au labeur du travail agricole. Aussi, cet animal renvoie plutôt à la Chine méridionale (buffles d'eau, *shuiniu*) (dessins 34 et 35).

*- L'animalerie sauvage en opposition à la bergerie*

Les représentations de cette catégorie d'animaux sont moins fréquentes que la précédente. Elles se restreignent à la présence d'oiseaux dans le ciel, proche des montagnes, de bêtes difficilement identifiables (dessins 20, 21 et 37) sur le flanc d'un sommet et enfin de papillons voire de poissons<sup>18</sup> dans un cours d'eau. Il n'y a ni représentation de nuisibles, ni de prédateurs, encore moins de bêtes sauvages emblématiques. Ces quelques animaux, contrairement à ceux de la bergerie, sont inscrits dans un espace élargi et non conscrit au domaine pastoral du foyer et des étables.

**2.1.5 Représentations naïves, universelles et fantasmées de la campagne**

Le cinquième et dernier axe d'analyse concerne l'idée de naïveté et de représentation universelle des différents dessins. En effet, par naïf, nous entendons la qualité et les formes de représentations ainsi dessinées. Elles sont naïves en ce sens qu'elles témoignent d'une ignorance relative ou non des réalités de ce qui relève du rural. Ce qui est dessiné procède d'une sélection à la fois volontaire et involontaire, nourrie par des imaginaires anciens et contemporains. C'est à travers ces imaginaires contemporains que nous pouvons décrire les représentations naïves et universelles : une maison simple et individuelle plutôt qu'une ferme et un peuplement groupé, des animaux de compagnies, des formes de soleil souriant associé à des arbres fruitiers (pommiers ? poiriers ?) relativement exotiques pour la région. Ainsi, nous décelons dans cette dernière partie les éléments exacerbés de la vie rurale heureuse, exaltée et extravagante.

---

<sup>17</sup> Historiquement, pour être en mesure de se marier, l'homme doit avoir une maison et au moins un porc.

<sup>18</sup> Le poisson est symbole de richesse et d'abondances.

*- Morphologie et dimension du bâti : une représentation fantaisiste, loin des formes réelles*

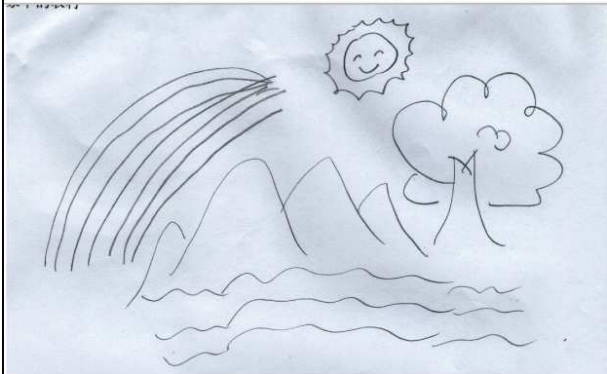
Un grand nombre de dessins donne une représentation de maison/ferme. Ces dessins sont assez caricaturaux. En effet, la figuration est soit à mi-chemin entre la maison individuelle (avec une porte, fenêtres, toit anguleux parfois avec des tuiles et cheminée avec fumée) et le corps de ferme ou bâtisse rurale (ensemble bas et orthogonal avec une chape de béton), soit très distinctement une figuration de maison reconnaissable par n'importe qui. C'est en cela que nous parlons d'universel. Ce type de dessin appelle donc à réfléchir aux représentations de l'habitat et de la vie rurale (dessins 39, 40, 41, 42, 43 et 44). La taille des maisons donne la dimension et la composition de la famille, même si les figurations humaines sont peu fréquentes. Le foyer est le cœur de l'exaltation, le centre du décor idyllique auquel est parfois raccordé un simple chemin (mais bien matérialisé) pour y accéder. La maison est enfin une bergerie comme le témoigne le dessin 36.

*- Les éléments naturels devenus fantaisistes et chimériques*

Associées à cette forme rurale dépeinte comme joyeuse et exotique, nous trouvons les diverses et récurrentes présences d'éléments naturels, eux aussi nécessairement heureux et festifs. En complément aux figurations du naturel comme décor d'une campagne paysage, les éléments naturels du vivant et du non-vivant sont à analyser.

Les éléments sont dans cet axe de réflexion plus proche de la bizarrerie que du rationnel. En ce qui concerne le vivant d'abord : les arbres fruitiers fantaisistes sont proches du foyer, témoignent de l'abondance, au vu des très nombreux fruits sur les branchages ; les quelques fleurs participent à l'ornement du décor rural devenu bucolique ; les papillons (rares) volent en toute quiétude sous le soleil rayonnant, souriant et bienveillant. À ce dernier peut s'ajouter un arc-en-ciel, nécessaire pour dépeindre la coloration de l'idylle, et du champêtre. La présence animale regroupée en famille (canards et volailles) donne l'idée de la famille structurée par la fragilité des plus jeunes êtres et la responsabilité des plus anciens. Les animaux (au premier chef le chien) sont dans ce cadre perçus comme plus familiers que simplement domestiqués. Ils sont avant tout des animaux de compagnies respectés, aimés, privilégiés (dessins 39, 40, 41, 42, 43 et 44).

## Représentations naïves et universelles de la campagne



**Dessin - 39.**  
Mr. J. (19 ans). Shanghai.



**Dessin - 40.**  
Mr. Z. (20 ans). Zhejiang.



**Dessin - 41.**  
Mr. W. (20 ans). Shanghai.



**Dessin - 42.**  
Mr. Z. (21 ans). Shanghai



**Dessin - 43.**  
Mme. G. (20 ans). Jiangsu.



**Dessin - 44.**  
Mr. H. (20 ans). Shanghai.

### Planche de dessins – 7.

À travers ces représentations assez naïves ou simplistes, bien des thèmes ou problématiques majeurs des campagnes chinoises sont occultés : pollution, violence, rapports homme/femme, pénurie d'eau, pénurie d'aliment et famine, fertilité et qualité des sols agricoles. Le pastoral, le campagnard ou l'agreste se transforme en un espace social bucolique fantasmé, idéalisé et distendu avec le réel. Les figures récurrentes de l'abondance et de la joie contrastent avec un ordre social et agraire ou celui d'une campagne paysage. Il y a donc un croisement de plusieurs imaginaires du rural. Ce croisement correspond à un mélange de la représentation issue du passé et celles d'un monde globalisé contemporain, où le rural serait un refuge à la société sophistiquée et malheureuse.

L'idyllique tranche avec la réalité violente et complexe des espaces ruraux chinois. La campagne semble être au cœur de plusieurs représentations et perceptions allant du rationnel démunie de détails naïfs à des formes plus distantes de la réalité et idéalisées.

## **2.2 Les dessins de desseins du rural chinois ou les trois figures du rural : le civilisé, le paysage et le naïf**

### ***2.2.1 Synthèse des dessins : interpréter la perception du rural chinois***

Ces dessins du rural selon les citadins chinois permettent de comprendre les représentations réelles et imaginaires. Ce corpus d'images subjectives permet de faire un discernement entre le représenté ou le non-représenté, à l'instar du dit et du non-dit. Il s'agit en particulier de décrypter les représentations cachées, invisibles, enfouies dans l'inconscient.

Au préalable, le rural est donc bien une forme de sédentarité se distinguant du primitif. Le villageois est un cultivateur et un éleveur sédentaire en opposition au chasseur. Le villageois paysan est pleinement humain, civilisé en opposition aux populations nomades, barbares voire sauvages. En ce sens, le rural est à la fois le produit de la civilisation et un précédent à l'urbain. C'est à travers une base rurale que le temps de l'urbain peut apparaître et s'épanouir.

La maison est le « *poto-mitan*<sup>19</sup>, le poteau du milieu, le pivot axial » (Blanquart, 2015 : 13) de l'organisation du rural. Le foyer est un centre civilisateur. C'est autour de l'habitat signalant l'humanisation que s'organise l'ensemble du terroir et du finage. « Le foyer est ainsi assimilé au centre du monde [...]. On retrouve là la verticalité, mais elle organise un dedans et est enveloppée » (Blanquart, 2015 : 22). Le rural correspond à une économie de production

---

<sup>19</sup> Le Poto-mitan ou poteau-mitan correspond à au poteau central du temple vaudou antillais. C'est l'axe reliant le ciel et la terre à partir duquel l'ensemble des constructions et éléments rayonne et s'organise.

(bergerie et agriculture) en opposition à l'économie de prédation (chasse et cueillette). Le rural se distingue bien du primitif et du sauvage. Le rural est une forme pré-urbaine. En effet, c'est une forme relativement peu sophistiquée d'appropriation, de domestication et de construction de l'espace remontant au fond des âges.

À travers ces cinq axes d'analyses structurant les représentations du rural en Chine par des citoyens chinois, nous pouvons comprendre l'importance des héritages historiques, le poids des campagnes et la distance entre les modes de vie citoyens et les réalités rurales comme composantes des perceptions. La dimension aménagement est la plus importante avec la composante nature et campagne-paysage. L'aménagement rural des dessins signale par les modalités décrites plus haut les fortes densités de peuplement, le manque d'espace et l'intensité de l'occupation du sol. Aussi, l'alternance des vides et des pleins témoigne de l'ordre cosmique dans l'organisation des campagnes. Les dessinateurs opèrent minutieusement à un prélèvement de faits ou d'éléments réels, puis les mélanges ou non à des choses faisant partie de l'imaginaire fantasmé. Les représentations sont en cela parfois utopiques, ingénues et éloignées du réel.

Enfin, ce qui est dessiné rappelle aussi ce qui est mis sous silence, ce qui, par conséquent, ne fait pas l'objet de représentations particulières ou même d'éphémères suggestions. À travers le beau, l'esthétique et le naïf, les individus omettent des pans entiers des conditions sociales rurales particulièrement difficiles. La pauvreté rurale endémique contraste ici avec la joie et le bonheur révélés par les dessins. Les pressions sociales fortes comme l'hyperdensité rurale (en termes d'équipements, de population, d'infrastructures) sont comme absentes. Les dégradations environnementales et les diverses pressions sur les ressources (eau, sol et air) sont ici remplacées par la dimension paysagère conférant au monde rural une sorte de refuge et de palliatif à la ville. Les dessins donnent l'idée des mécanismes mentaux de la perception du rural, mais également comment les citoyens aimeraient que soit la réalité. Les dessins procurent aux citoyens une possibilité de l'expression de leur intimité intellectuelle. Le dessin, malgré la consigne relativement stricte, donne une certaine liberté d'expressions graphique traduisant une image mentale.

### ***2.2.2 Tableaux d'interprétation du triptyque : paysage/civilisé/naïf***

Nous avons pu mettre en évidence deux grands types de marqueurs dans l'organisation de dessins représentant le rural : des marqueurs anthropiques et des marqueurs naturels. Le sauvage, l'esthétique, l'artifice, le domestique sont autant de gradients déterminant la campagne comme objet social fantasmé, rêvé et idéalisé.



Ces gradients plus ou moins exprimés selon les dessins fonctionnent de manière duale et antinomique : sauvage/domestique ; esthétique/disgracieux ; sauvage/civilisé ; naturel/artificiel. Il y a une co-construction d'un rural à la fois sauvage et à la fois civilisé. S'ajoute à cela la représentation naïve et dénuée de sens réel, faisant de la campagne un espace heureux, paisible et festif, en dehors des problématiques sociales et politiques. Nous rassemblons ces thèmes structurants dans un tableau de synthèse par planche. Nous ajoutons à ces tableaux le genre (H/F) et l'âge du dessinateur. Les tableaux doivent se lire de la manière suivante : nous associons un gradient du symbole + en fonction de l'expression plus ou moins marquée de nos sous-thèmes (sauvage/naturel/esthétique ; civilisé/domestique/artifice et naïf/enfantin-/ingénu). Les cases vides correspondent à l'absence de ces sous-thèmes.

	Sauvage/Naturel/Esthétique	Civilisé/Domestique/Artifice	Naïf/Enfantin/Ingénu	Genre	Âge
Dessin 1		+++		H	42
Dessin 2		++		F	31
Dessin 3		++		F	49
Dessin 4		+++		H	55
Dessin 5	+	++		H	39
Dessin 6	+	++		H	29

**Tableau 33 – Synthèse de la planche de dessins 1**

La synthèse de cette première planche (tableau 33) permet de comprendre la primatie du sous-thème correspondant à la dimension « civilisé/domestiqué/artifice ». Aussi, la présence d'éléments paysagers associés à la nature atteste la complexité des perceptions. Les individus de cet échantillon sont issus d'une même génération s'étirant de 29 à 55 ans. Plus l'individu est âgé, plus les éléments représentés seront ceux issus de l'aménagement, de la domestication et de l'organisation socialisés voire politisé du rural. Pour cette génération, le rural est avant tout un espace civilisé et organisé selon des traits culturels anciens.

	Sauvage/Naturel/Esthétique	Civilisé/Domestique/Artifice	Naïf/Enfantin/Ingénu	Genre	Âge
Dessin 7	+	++	+	F	22
Dessin 8	+	+++		F	28
Dessin 9	+	++		H	20
Dessin 10		++	++	H	20
Dessin 11		+++	++	H	45
Dessin 12		+++		F	41

**Tableau 34 – Synthèse de la planche de dessins 2.**

	Sauvage/Naturel/Esthétique	Civilisé/Domestique/Artifice	Naïf/Enfantin/Ingénu	Genre	Âge
Dessin 13	+	++		H	53
Dessin 14	+	++		H	51
Dessin 15	+	++	++	H	19
Dessin 16		++	+	H	20
Dessin 17		+++	+	F	19
Dessin 18		++		H	46

**Tableau 35 – Synthèse de la planche de dessins 3.**

À travers ces deux tableaux (34 et 35), nous montrons la corrélation commune aux trois planches de dessins. Les tableaux montrent la possibilité de percevoir le monde rural comme d'abord aménagé et équipé, puis comme inscrit dans un paysage plus large avec une dimension ingénue, niant les difficultés endémiques à ces espaces. Les individus de ces deux échantillons sont d'âges assez hétérogènes allant de 19 à 53 ans. Nous retrouvons la corrélation forte entre l'âge, la représentation et la qualité du dessin. La composante aménagement est également très présente chez les générations plus jeunes.

	Sauvage/Naturel/Esthétique	Civilisé/Domestique/Artifice	Naïf/Enfantin/Ingénu	Genre	Âge
Dessin 19	+++	+		F	49
Dessin 20	++	++	+	F	21
Dessin 21	++	+		F	37
Dessin 22	++	+	++	H	20
Dessin 23	++	+		F	19
Dessin 24	+++	+		H	33
Dessin 25	+	+	++	F	19
Dessin 26	++	+		H	41

**Tableau 36 – Synthèse de la planche de dessins 4.**

Le tableau 36 vient appuyer l'hypothèse de la contradiction d'un monde rural aménagé selon des codes culturels propres et en même temps d'un espace à petite échelle particulièrement esthétisé introduisant l'idée d'équilibre cosmique et de la campagne-paysage comme trait culturel fort. Là encore, l'idée d'une campagne heureuse, à l'écart de difficultés, semble parachever les représentations. Enfin, l'âge des individus de cet échantillonnage est là encore assez hétérogène.

	Sauvage/Naturel/Esthétique	Civilisé/Domestique/Artifice	Naïf/Enfantin/Ingénu	Genre	Âge
Dessin 27		++	+	F	26
Dessin 28	+	++	+++	F	22
Dessin 29		+++	+	H	42
Dessin 30		++		H	25
Dessin 31		+	++	F	21
Dessin 32		++	++	H	18

**Tableau 37 – Synthèse de la planche de dessins 5.**

Le tableau 37 révèle le lien entre jeunesse des individus et domestication voire passion juvénile et idéalisée de la bergerie. Les figurations d'animaux, en particulier d'animaux de compagnie, sont très présentes sur les dessins de jeunes adultes, moins sur les œuvres d'individus plus âgés. Aussi, la forte présence de l'équipement et de l'aménagement rappelle combien ce sous-thème est majeur. En outre, les animaux dessinés sont parfois exotiques et assez peu vraisemblables (animaux de compagnie en particulier).

	Sauvage/Naturel/Esthétique	Civilisé/Domestique/Artifice	Naïf/Enfantin/Ingénu	Genre	Âge
Dessin 33		++		F	55
Dessin 34	+	++	+	F	22
Dessin 35		++		H	45
Dessin 36		++	+	H	25
Dessin 37	+	+	+	H	19
Dessin 38		+	+	H	20

**Tableau 38 – Synthèse de la planche de dessins 6.**

Le tableau 38 rappelle la faible représentation d’humains en tant que tel. Le nombre d’humains est inférieur à celui des animaux. C’est une contradiction avec les campagnes chinoises aménagées, intensément cultivées et très densément peuplées. Les dessins d’humains sont surtout le fait de jeunes dessinateurs. Ces derniers représentent des enfants jouant et des paysans seuls au travail.

	Sauvage/Naturel/Esthétique	Civilisé/Domestique/Artifice	Naïf/Enfantin/Ingénu	Genre	Âge
Dessin 39	+	+	++	H	19
Dessin 40	+	++	+++	H	20
Dessin 41		++	++	H	20
Dessin 42		++	++	H	21
Dessin 43	+	+	+	F	20
Dessin 44	+	++	++	H	20

**Tableau 39 – Synthèse de la planche de dessins 7.**

Enfin, le tableau 39 permet de confirmer la corrélation des dessins naïfs et ingénus donnant à voir un monde rural idéalisé, faux et pleinement joyeux avec le jeune âge des dessinateurs. La dimension ingénue du rural paraît être le pendant plus rationnel des dessins d’individus plus âgés systématiquement centrés sur l’idée d’organisation précise du rural comme espace culturel singulier soumis à un pouvoir politique ancien. Ce contraste des représentations entre deux générations est corrélé avec l’urbanisation, les transformations sociales et économiques contemporaines. Aussi, il témoigne du fossé réel qui existe entre les générations en termes d’attentes, de perceptions et de goûts. La jeune génération n’a connu que l’urbanisation rapide du pays, tandis que l’autre, plus âgées a un lien plus étroit avec le monde rural. Finalement, à travers deux générations, nous pouvons interpréter les mutations

des représentations mentales de la campagne chinoise. Ce fossé est partiellement comblé par la persistance de la figuration commune de l'aménagement aux deux générations.

Le triptyque est invariant selon les générations, mais il s'opère une pondération vers l'ingénu et le rural infantilisé pour les populations les plus jeunes. L'image mentale de l'idylle, du bucolique et du rustique joyeux révèle comment les plus jeunes générations pensent le rural et se le construisent. L'image héritée de la culture, des parents et des grands-parents, ainsi que les récits et images de la société chinoise se mêlent aux images plus globalisées contemporaines faisant des campagnes, des espaces verts, simples et heureux un négatif de l'urbain.

### ***2.2.3 Monde rural et perceptions citadines : vers une typologie des campagnes chinoises***

Enfin, l'analyse des dessins permet de dégager une typologie des espaces ruraux chinois. En effet, les différentes représentations montrent comment les citadins perçoivent le monde rural et opèrent à une hiérarchisation du rural dans sa distance à la ville. Cette typologie des espaces ruraux est approximative. Néanmoins, elle permet de rendre compte d'une lecture géographique de l'espace par les citadins. La distance à la ville, la pluralité des paysages ruraux et leurs systèmes productifs associés sont autant d'éléments forts de distinctions du monde rural.

Nous dégageons deux grands ensembles d'espaces ruraux : les espaces ruraux périurbains et les espaces ruraux « profonds ». Pour cela, nous retenons les critères de la densité et de la morphologie du bâti, l'intensité de la mise en culture et la proximité ou non d'espaces de montagnes.

L'ensemble du corpus témoigne d'une forte représentation d'espaces ruraux périurbains caractérisés par la présence d'un bâti et d'infrastructures denses et modernisées proches de ceux des périphéries rurales des villes du delta du Yangzi. Les productions agricoles sont également similaires à ces mêmes espaces. La figuration des maisons et surtout des équipements en réseaux de transports et de communication donne l'idée de la connexion forte à la ville et de la densité sous-jacente liée à la proximité de cette dernière.

Dans une représentation autre, des espaces ruraux plus lointains des logiques de proximités avec les villes (voire métropoles) sont bien présents. Les espaces ouverts, moins densément équipés et peuplés, et les éléments de nature comme les cours d'eau ou les reliefs sont autant de marqueurs signalant un espace rural « profond ». Dans ces cas, c'est bien l'idée d'isolement qui prévaut. L'absence de réseaux de communication vient appuyer cet éloignement de la ville.

Il y a une surreprésentation des campagnes périurbaines dans ce corpus de dessins. Ceci renseigne sur les pratiques spatiales et les représentations collectives du monde rural par les citoyens de l'enquête. Ce sont des espaces ruraux proches des villes moyennes et grandes (voire des petites villes) qui sont au cœur du processus touristique en termes de pratiques, de fréquentations et de développement touristique. Le rural profond ou lointain participe à la construction des imaginaires du monde rural. C'est à travers l'isolement que se traduisent des perceptions plutôt positives de la campagne.

### **3. Les impressions de la ruralité par les mots et les expressions**

---

En complément de l'analyse des représentations du rural par les dessins, nous associons à cette réflexion des mots et des expressions décrivant le rural. En ce sens, dans les questionnaires, les individus proposent un nombre variable de termes, voire de groupes de mots<sup>20</sup> pour qualifier le « rural » (ou les campagnes).

La mise en évidence de termes qualifiant le rural rend compte des fortes corrélations existantes avec les thématiques développées à partir des dessins. Aussi, les mots ajoutent une expression supplémentaire de la pensée. La verbalisation donne des éléments nouveaux, que les dessins n'avaient pas suggérés. L'analyse de ces mots ou expressions permet d'appuyer notre hypothèse sur les motifs de départ de touristes dans les campagnes. Le rural est au cœur de représentations complexes et changeantes. Ce n'est ni un espace perçu complètement négativement, ni complètement positivement. Le monde rural est fantasmé, rêvé et idéalisé. Il est aux prises avec des perceptions qui ne sont pas rationnelles mais subjectives. Cette subjectivité se nourrit d'expériences variées de la campagne. La connaissance des réalités du monde rural est par conséquent très hétérogène selon les générations et les trajectoires personnelles.

Plutôt que de procéder à des regroupements de mots ou expressions négatives ou positives du monde rural, nous réfléchissons à des thématiques transversales à l'ensemble du vocabulaire mobilisé. L'analyse des mots fait apparaître trois grands thèmes, tous en échos aux dessins. Les mots permettent de suggérer des éléments des non-dits ou non-figurés sur les dessins. En effet, des réalités du monde rural sont ici citées. Des mots sont parfois classés dans deux catégories voire trois :

1. Les mots et expressions de la campagne-paysage ;

---

<sup>20</sup> Il s'agit de la question 49 du questionnaire adressé aux citoyens sur les lieux touristiques. « Veuillez citer cinq mots ou impressions du rural en Chine ».

2. Les mots d'un mal développement ;
3. Les mots de la dimension sociale du rural ;

### **3.1 Les termes de la dimension paysagère du rural**

Nous regroupons en trois catégories les termes corrélés à l'idée de paysage rural : les mots pour dire le paysage, la dimension naturelle et l'ambiance qui en émane. Ces termes traduisent les différents sens de l'individu : la vue, l'ouïe, l'odorat, le toucher voire le goût. Ces derniers se retrouvent de manière transversale à l'ensemble des sous-catégories.

#### **3.1.1 Les mots pour dire le paysage en Chine**

Les termes les plus récurrents sont ceux décrivant la dimension paysagère du rural. Les mots relatifs au paysage, à l'environnement, à la contemplation et à la quiétude sont nombreux (couleurs, éléments naturels, environnement et valeur environnementale). La campagne est bien perçue comme un paysage singulier, la campagne devient un paysage. Nous distinguerons à travers ces mots, la forme et la représentation.

Les mots cités évoquent la notion de paysage, recouvrant plusieurs sens paysagers, mais aussi variés pour décrire un paysage. La terminologie relative au paysage est très riche dans la langue chinoise. Deux termes (les plus récurrents) expriment le mot paysage : *shanshui* et *fengjing*. Ce dernier est plus commun que le premier, lequel s'applique plutôt à la tradition picturale et littéraire. Le mot *fengjing* est formé des mots vent et d'un mot signifiant scène, avec une forte valeur de luminosité, de clarté. Le mot *shanshui* est composé de deux mots, montagne et eau (*shan* et *shui*). Ce sont les deux motifs principaux du paysage à la chinoise. *Fengjing* évoque l'ambiance du paysage et *shanshui* les motifs, les éléments. Comme dans la langue française, ces deux termes peuvent désigner la chose et sa représentation. De plus, un certain nombre de citadins ont proposé d'autres mots qui ont aussi toutes leurs valeurs. Ce sont en particulier des synonymes du mot paysage : *fengguang* et *guangjing* référeront à la luminosité, *jingxiang* sur les formes du paysage, *fengwu* sur les choses qui le peuplent, qui l'animent, et *fengzhi* ou *jingse* sur l'attraction qu'il donne (Berque, 1995 et 2009).

La question de la catégorie bleu-vert dans la langue chinoise, que nous n'avons pas dans la langue française, renvoie à un filtre culturel. En effet, ce bleu-vert, *qing* en chinois, a enrichi la poésie du paysage en Chine, là où la terre rejoint le ciel. La mention régulière de couleur (verdure, vert, gris) ou de termes liés à la couleur (coloré, florissant) participe à la description d'un espace perçu comme paysagé. Le mot pittoresque, non pas au sens, devenu

courant, de « remarquable par sa singularité », mais au sens premier (Csergo, 2004 : 26), dérivé de l'italien « pittoresco », qui, au début du XVIII<sup>ème</sup> siècle, signifiait « composition à la manière d'un peintre », en chinois « comme une peinture ».

L'agriculture (associée aux mots maraîchage et champs) citée en grande majorité renvoie à l'idée d'un espace domestiqué esthétique, productif et socialisé. Le champ de colza renvoie, lui, directement à la période de floraison de mars à avril dans le delta du Yangzi et donnant une teinte colorée jaune aux campagnes en contraste avec le vert du blé d'hiver.

### **3.1.2 La nature partie intégrante de la campagne : espace à haute valeur environnementale**

L'idée de nature est récurrente dans les mots cités par les individus de l'enquête. Cette notion associe le monde rural à un monde préservé des « poisons » de la ville : pollution, air pollué et dégradé, mais aussi à un espace silencieux (sans pollution sonore), calme, sauvage et paisible. La qualité de l'air est un terme majeur, particulièrement récurrent cité un même nombre de fois que les mots paysage et agriculture.

La campagne est avant tout un espace de grande valeur environnementale en opposition à la ville. Par ailleurs, la nature se retrouve dans les formes et les représentations telles que la montagne, corrélée au paysage, les mots forêt ou environnement naturel, corrélés au sauvage et en éloignement avec le civilisé, la ville et les obligations sociales.

### **3.1.3 Les mots pour exprimer la quiétude**

Enfin, les derniers termes, moins récurrents, mais importants expriment l'ambiance du rural perçu comme paysagé, naturel et sauvage.

Les mots comme quiétude, paisible, silence, pureté et fraîcheur ou encore calme donnent l'idée d'un monde rural immuable, stable, presque vierge de l'empreinte humaine. C'est une lecture en négatif de l'urbain mouvant, instable et saturé. L'adjectif chinois associant « tranquillité et retiré » (*beijing* 背静) est parfois mobilisé.

Dès lors, la campagne est un monde où l'on peut se ressourcer, se régénérer et s'inspirer. Le rural est ainsi une « nouvelle destination touristique » où l'on peut côtoyer une société préurbaine dans les « nongjiale », gîtes ruraux où l'on mange et habite à la campagne.





**Planche de nuage de mots 1 – Nuage de mots sur la perception du rural : dimension paysagère.**

### 3.2 Les termes du mal-développement du rural

En complémentarité et en contradiction, les termes cités dans l'enquête révèlent une dimension peu représentée à travers les dessins, celle du développement et des inégalités de développement. La campagne, après être perçue comme un paysage paisible et naturel, est un espace en retard de développement en opposition à la ville, développée, équipée et moderne.

Nous distinguons deux sous-catégories corrélés au développement : les infrastructures, les équipements et l'hygiène, puis les inégalités sociales de développement.



**Planche de nuage de mots 2 – Nuage de mots sur la perception du rural : dimension développement.**

### 3.2.1 Infrastructures, équipements et hygiène en question

Une majorité de termes décrivant le monde rural témoignent des difficultés de modernisation des équipements et des lacunes en infrastructures : routes mauvaises, problèmes de salubrité, pauvreté. La campagne est perçue comme reculée et austère, mal connectées, voire non connectée au monde moderne et dynamique.

La notion de mal-développement des infrastructures renvoie aux conditions de vie qualifiée comme arriérée (*luohou*), en contraste permanent avec le développement rapide des villes, où les infrastructures sont nombreuses et non défailtantes. Enfin, l'hygiène (saleté, nuisible, propreté) décrite de manière très péjorative témoigne de problématiques de santé et d'éducation.

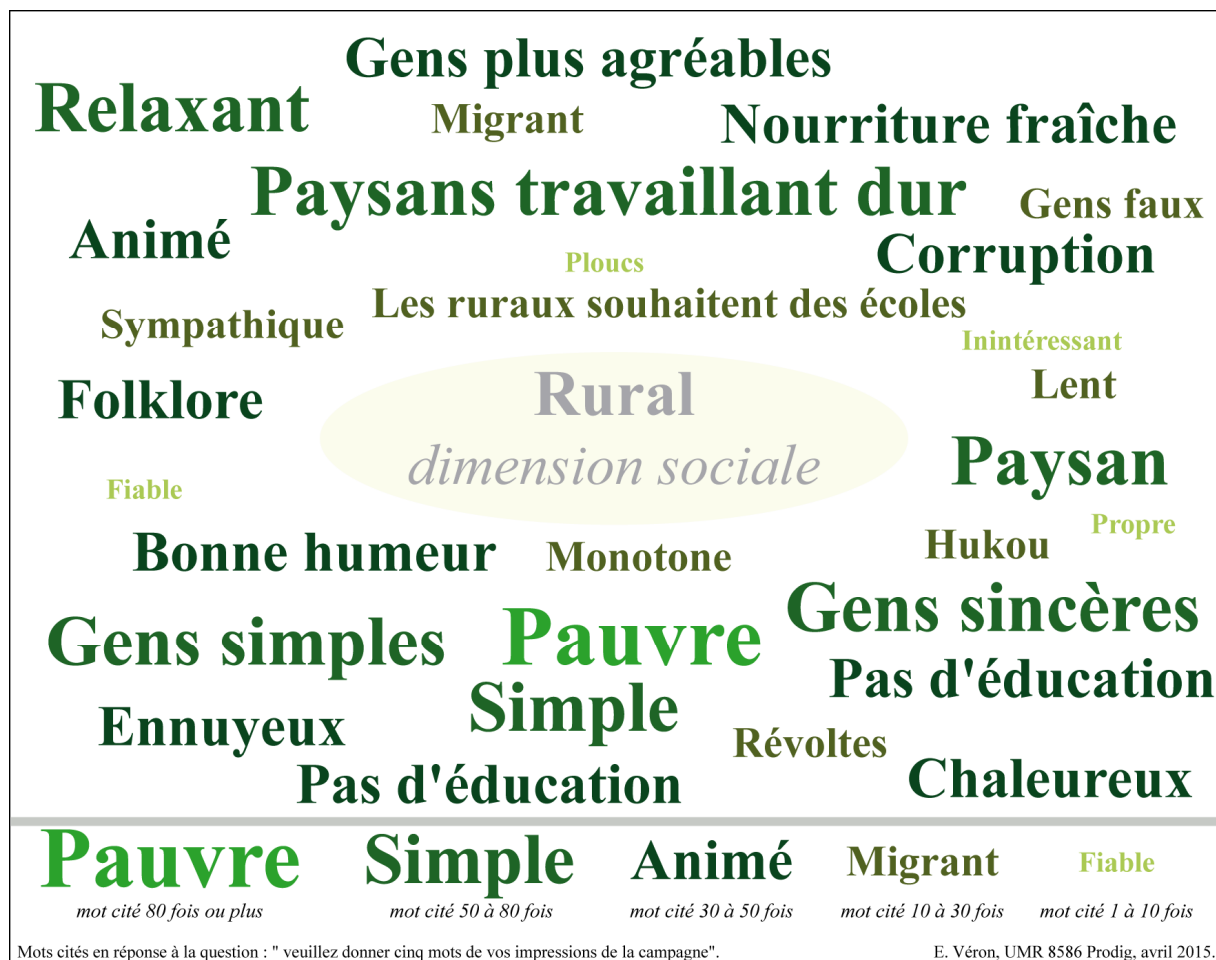
### **3.2.2 Les inégalités sociales de développement**

Dans la continuité des problématiques de sous-développement du monde rural, la société est perçue elle aussi comme « arriérée », pauvre et mal éduquée.

Les populations rurales (essentiellement perçues comme paysannes) ne bénéficient pas des efforts de modernisation et de développement spécifiques aux zones urbaines. Les domaines de la santé, de l'éducation et de scolarisation sont tous deux récurrents. Les ruraux sont associés à des populations miséreuses, migrantes (*hukou*) et fortement corrélées aux importantes corruptions existantes dans les campagnes et dans les villes.

### **3.3 Les termes du social des campagnes**

Enfin, les derniers termes que nous dégageons de l'enquête sont une synthèse des deux précédents thèmes. En effet, il s'agit de décrire l'humain dans les campagnes, à travers les liens et obligations sociales, les ambiances et les comportements des paysans. Les termes du social alterne entre ceux d'un monde presque vierge de la complexité des codes sociaux dans les villes (des vices aux bienséances) et les inégalités de développement marquant une société rurale désœuvrée, pauvre, insalubre.



**Planche de nuage de mots 3 – Nuage de mots sur la perception du rural : dimension sociale.**

### 3.3.1 Perceptions d'un corps social naïf et « hors » des complexités du monde moderne

Les ruraux sont décrits comme simples et naïfs, dénués de complexité et d'artifice. Par là-même, ils témoignent d'une certaine sincérité. Ils sont éloignés des obligations sociales rigoureuses et contraignantes propres à la société urbaine. Ils sont en cela « déconnectés » du monde moderne et donc inscrits dans la campagne devenue un paysage naturel et austère. Les individus donnent le sentiment de vivre dans des conditions simples et favorables. Ils dégagent un certain « bon vivre » (« bonne humeur » et chaleureux). L'alimentation est saine, « fraîche », imprégnée de la pureté des espaces de nature. Le folklore animerait ce monde conservé et inamovible.

### 3.3.2 Perceptions d'un corps social paupérisé et peu moderne

En contradiction avec des descriptions mélioratives des ruraux, des termes témoignent de l'aspect négatif de l'éloignement, de l'austérité et l'« arriération » du monde rural.

Les termes de la pauvreté et problèmes liés au développement sont évoqués à travers le domaine de l'éducation, de la santé et de la sociabilité. L'idée de plouc ou de « bouseux » est présente. Les populations sont perçues comme vivant dans le dénuement matériel, intellectuel et économique. Ceci confère une dimension particulièrement anxiogène au monde rural en complète opposition avec les représentations idylliques d'une campagne-nature formant un paysage.

Enfin, la pauvreté s'exprime également à travers l'idée d'un monde non moderne et figé dans la fatalité de migrations, de la corruption et des révoltes paysannes. Par là-même, des paysans peuvent se mouvoir en individus faux et « roublards » opposés à l'idée de simplicité précédemment évoquée.

### 3.4 Les mots du rural et les générations de citadins

Nous représentons ci-dessous la représentativité par tranche d'âges selon les trois thèmes distingués précédemment.

La dimension paysagère est particulièrement représentée chez la tranche d'âge des 18-40 ans, en corrélation avec les représentations des dessins. La campagne est un espace de verdure, calme et reposant pour les jeunes générations. En opposition à ce point, la dimension sociale plutôt négative et pétrie dans la pauvreté est, elle, largement plus représentée chez les 41-65 ans. Enfin, la notion de développement est plus présente dans les termes de la tranche 41-65 ans que la tranche plus jeune des 18-40 ans.

Thème	Sous-thème	Tranche d'âges	
		De 18 à 40 ans	De 41 à 65 ans
<b>Thème 1</b> <b>Dimension</b> <b>paysagère</b>	Paysage	+++	++
	Environnement	+++	+
	Quiétude	++	++
<b>Thème 2</b> <b>Dimension</b> <b>développement</b>	Infrastructure lacunaire	+	+++
	Inégalités sociales	+	+++
<b>Thème 3</b> <b>Dimension</b> <b>sociale</b>	Ruraux « hors » du monde	++	+
	Ruraux paupérisés	+	+++

**Tableau 40 – Corrélations des tranches d'âges et des mots pour dire le rural**

La représentation d'un monde rural idyllique et idéalisé est plus forte, plus récurrente chez les jeunes générations que les individus de la tranche 40-65 ans. Ceci traduit une certaine proximité avec le réel et la connaissance des campagnes chinoises.

Les deux modes de représentations (dessins et mots) permettent de comprendre les fantasmes projetés sur le monde rural et de prendre la mesure de la connaissance ou méconnaissance des réalités animant les espaces ruraux.

#### **4. Le rural, de l'idyllique à l'anti-urbain : une lecture de l'utopie agraire**

---

L'analyse des représentations du rural chez les citadins permet de dégager de nouvelles demandes en termes de qualité de vie. Ces dernières sont en lien avec la réappropriation de discours sur le monde rural et en négatif sur le monde urbain. Ces discours et ces dessins traduisent une certaine représentation utopique du monde, plus précisément du monde campagnard. Ainsi proposons-nous à travers cette dernière partie, une réflexion sur une utopie rurale contemporaine, puisant dans l'épaisseur historique des représentations de la campagne en Chine. Par ailleurs, les citadins opèrent un prélèvement précis dans l'histoire. L'articulation des différentes références historiques permet de comprendre la construction d'un discours idyllique sur le rural.

L'utopie peut être appréhendée comme : « un territoire imaginaire, parfaitement organisé, où règne la concorde entre les habitants » (Paquot et Lussault, 2003 : 969). C'est par extension l'idée d'une société idéale organisée sur un espace rigoureusement délimité.

Malgré les écarts de richesses et les inégalités de développement (sociales, économiques et matérielles) avec la ville, les campagnes sont perçues majoritairement comme des refuges paysagers et des antithèses de l'urbain.

Il y a pour les citadins l'intérêt, à travers le regard, de trouver dans la campagne des paysages connus, décrits et représentés dans les arts. Les scènes de vie, les paysages rappelant un récit, une peinture, un poème sont autant de représentations culturelles nourrissant les imaginaires. La campagne devient un espace qui n'est plus uniquement perçu comme pauvre et mal développé, mais aussi comme un espace sain et de repos voire d'inspiration et de méditation<sup>21</sup>.

---

<sup>21</sup> Les travaux de Julia Csergo sur les banlieues des villes européennes au XIX<sup>ème</sup> et début XX<sup>ème</sup> montrent que face à l'imagerie de la ville épuisante et étouffante, l'hygiénisme favorise l'enracinement des représentations d'une banlieue agreste comme espace sanitaire et station de repos moral. Ce thème de la régénération par la nature – l'air, l'eau, le vert, qui se rencontre dès le XVIII<sup>ème</sup> siècle est poursuivie par les romantiques (Csergo, 2004 : 28).

#### 4.1 Discours et représentations « hostiles » à la ville

L'analyse des mots et des dessins renvoie enfin aux discours hostiles à la ville. Ceci est à corrélérer avec les dynamiques d'hermitage et de discours et représentations d'un retrait du monde, prenant la campagne comme seul support possible. Il y a dans les mots et les dessins, des représentations collectives d'urbanophobie et de « ruraphilie ». L'élément majeur de ces perceptions réside dans la non (ou les rares) représentations de personnes physiques, donnant l'idée d'un espace rural vide d'homme, paisible, loin des contraintes de l'hyperdensité humaine. Puis, cet isolement s'illustre par les formes procurant le refuge (les montagnes et les grottes, la nature, le sauvage).

Ces discours et représentations du rural rappellent différentes utopies agraires ou rurales voire utopies anti-urbaines (Paquot, 2007 ; Salomon Cavin et Marchand, 2010). La notion d'urbanophobie a notamment été analysée dans les travaux de Salomon Cavin et Marchand avec l'ouvrage *Antiurbain. Origines et conséquences de l'urbaphobie* en 2010.

Selon Joëlle Salomon Cavin (2010 : 15), l'urbaphobie désigne un « imaginaire collectif, un système de croyances, de symboles, de mythes, de valeurs, de signes ». L'urbaphobie peut évidemment influencer la valeur que chaque individu accorde à la ville, mais appartient néanmoins à un imaginaire commun, indépendant et précédant l'expérience individuelle.

L'hostilité à l'égard de la ville est débattue par plusieurs chercheurs en sciences sociales (Salomon Cavin, 2010 ; Berque, 2011 ; Berque, Bonnin et Ghorra-Gobin, 2006). Il s'agit d'une idéologie qui condamne la ville en opposition à la campagne ou à la nature ; et de la valeur négative ou positive accordée au milieu de vie ou encore à la relation sensible à l'environnement bâti (Paquot, 2010 ; et Salomon Cavin, 2010 : 15). Enfin, la notion d'urbaphobie renvoie au rejet partiel ou total de la ville<sup>22</sup>.

Il y a en opposition à la ville, une idéalisation de la nature, une mythification de la campagne. « Les figures se répètent de par le monde pour fustiger l'urbain » (Salomon Cavin, 2010 : 20). Le village incarne la communauté atemporelle et pérenne : une référence solide et immuable. Face aux changements que produit la ville, la campagne et la nature apparaissent

---

<sup>22</sup> L'urbaphobie a servi à la construction des identités nationales notamment en Europe (en particulier à partir de la Révolution industrielle). Aussi, les idéologies antiurbaines influencèrent l'aménagement du territoire en France, en Angleterre et aux États-Unis. La construction des identités nationales européennes a invariablement mobilisé la référence au monde rural et à la paysannerie (Thiesse, 2001). En même temps, elle dévalorise la ville et le mode de vie urbain. L'urbaphobie participe de la symbolique de la construction du patrimoine identitaire. La campagne incarne la permanence et la stabilité liée aux ancêtres, la pérennité de la communauté. La ville est le lieu de la modernité, du changement et de l'émancipation.

comme des refuges<sup>23</sup>. Ainsi l'agrarisme et les valeurs rurales sont-ils les principaux piliers de l'immanence. La communauté comme base de la société organisée autour du foyer ou de la maison (Berque, 1976, 1986 et 2010 ; Hagai et Marmignon, 2010) est au cœur de cette utopie. En Chine, mais aussi au Japon, la morale confucéenne est le vecteur majeur de l'ordre social régissant la paysannerie. Le monde rural demeure dans la conscience collective le symbole d'une vie autrement, de valeurs conservatrices, réserves de sens. Le monde rural est ainsi mythifié.

L'idéologie maoïste sur le monde rural se rapproche d'une certaine forme d'utopie paysanne, en particulier à partir de 1958 avec le Grand Bond en avant. La période dite de l'envoi de jeunes diplômés urbains se rééduquer à la campagne, pendant la Révolution culturelle, en constitue le paroxysme<sup>24</sup>. La période maoïste avait comme objectifs politiques, la lutte contre « les trois grandes différences » : ville/campagne, manuels/intellectuels, ouvriers/paysans. Les mots chinois *shangshan xiexiang* signifient littéralement « grimper dans la montagne, descendre à la campagne »<sup>25</sup>. Les jeunes populations justes diplômées du secondaire partent afin de participer à la construction du socialisme, élever le niveau des connaissances de la paysannerie et, réciproquement, apprendre de celle-ci la vertu révolutionnaire. L'utopie agraire consiste alors en un remodelage d'une génération en paysans d'un type nouveau.

Le nombre d'émigrés forcés demeure toujours supérieur à celui des immigrants à la ville. Aux difficultés d'adaptation et d'insertion à la vie dans les campagnes, s'ajoutent la découverte des mentalités paysannes et l'« arriération » (en termes de développement) du monde rural par la population urbaine, qui y est complètement étrangère.

#### 4.2 Mythe arcadien et utopie agraire en Chine

L'association partielle du monde rural au monde du sauvage rappelle les représentations et les discours sur les ermites fuyant la ville, la société policée et les injonctions sociales et morales.

---

<sup>23</sup> Tandis que le rural et notamment la figure du village sont mis en avant, la ville, elle, est stérile et improductive (physiocratie, mélinisme). Elle est comme désagrégation de la communauté, malsaine, lieu de la dégénérescence physique et morale.

<sup>24</sup> De 1968 à 1980, près de 17 millions de jeunes Chinois des villes ont été envoyés autoritairement à la campagne (*xiexiang*) à la fin de leurs études secondaires (Bonnin, 2004). Cette expérience a profondément marqué toute une génération citadine. Elle a bouleversé le cours de la vie de millions de jeunes gens concernés (soit, environ, la moitié de leur génération) et influé sur celle de leurs parents, de leurs frères et sœurs, sur l'ensemble de la société urbaine. Cette génération d'urbains marquée par la désillusion du bonheur et la sincérité paysanne vantée par le maoïsme portera sur la ruralité un regard non idyllique. La ville, à l'opposé, est plus confortable, douée d'une modernité à la fois retrouvée et nouvelle, dont on peut tirer des bénéfices.

<sup>25</sup> Les termes « grimper » *dans les montagnes, descendre à la campagne* renvoient aux premiers déplacements vers les régions montagneuses. S'en suit l'utilisation généralisée du terme *xiexiang*, désignant les envois à la campagne.



La poésie et la peinture polarisent ces représentations et furent, en particulier sous les Tang des modes d'expressions importants, donnant des perceptions renouvelées du rapport entre ville et campagne (Wang, 2007).

En effet, plusieurs individus évoquent des poèmes ou personnalités connus dans l'histoire chinoise pour vanter les bienfaits de la campagne et plus particulièrement la vie dans le monde rural en tant qu'ermite (Pimpaneau, 2004 ; Ren, 2011 ; et Leicester, 2008 : 234). Ceci fait aujourd'hui écho aux utopies agraires (notamment du poète Tao Yuanming<sup>26</sup> ou de Meng Haoran<sup>27</sup> ou de Wang Wei<sup>28</sup>) et à des notions anti-urbaines et « ruraphiles ». La campagne est rêvée, mythifiée et fantasmée. Ces auteurs décrivent la simplicité de la vie dans le monde rural. C'est un autre monde, comme coupé des réalités sociales urbaines. Les lois qui régissent la vie sociale sont moins contraignantes et strictes.

Ces auteurs vont servir de relais à la figuration d'un monde rural utopique, c'est-à-dire une sorte de pays imaginaire au gouvernement (ou gestion politique et sociale) idéal régnant sur un peuple heureux. La description d'un cadre naturel converge avec les représentations précédemment analysées à travers les dessins et les mots. La campagne est un territoire de liberté pour l'individu se retirant de la vie sociale du monde urbain, contraint à la sociabilité et à l'ordre confucéen. En ce sens, l'utopie agraire est en lien avec la philosophie taoïste et bouddhiste<sup>29</sup>. L'individu sort de l'ordre familial dirigé par le père, et social par l'empereur. L'individu devient solitaire et ermite en s'éloignant de la ville et en trouvant refuge dans la campagne. Cette symbolique se retrouve à travers la figure de la porte, de l'enceinte et du mur : « des portes de la ville l'emblème du passage de l'écoumène à l'érème » (Berque, 2011 : 56). C'est une limite marquant nature et culture.

Pour Augustin Berque, « quitter la ville, c'est quitter le monde pour le désert, *desertum*, l'érème où se défont les liens – les obligations – qui tressent (*serere, sertum*) un

---

<sup>26</sup>Tao Yuanming (365-427) est un poète inspiré du taoïsme. L'œuvre de Tao Yuanming est une utopie agraire. Il est l'auteur d'une courte pièce en prose très célèbre en Chine, qui connaît par son instrumentalisation du marketing touristique un véritable regain. Ce document vieux de plus de mille six cents ans s'intitule : « La source des fleurs de pêcher » (*Taohuayuan*). Il y décrit un village éloigné du « monde », dans une vallée cachée. Tao est aussi l'auteur du « Chant du retour » (*Guiqulai xi ci*). Il y évoque un retour à la campagne, après avoir quitté sa vie de fonctionnaire et ses responsabilités en ville.

<sup>27</sup>Meng Haoran (689 ou 691-740) est un poète de la dynastie Tang, décrit le village comme lieu idéal de symbiose de l'homme avec la nature. Un de ces poèmes les plus connus et cités est celui de « Aube de Printemps ».

<sup>28</sup>Wang Wei (699-759) est un poète majeur de la dynastie Tang. Il écrira plusieurs poèmes sur la vie rurale trouvant son inspiration lors d'une retraite dans une résidence à Wangchuan dans la montagne Zhongnan au sud de l'ancienne capitale impériale Chang'an (Xi'an). Ses écrits bucoliques ont une influence importante sur le développement de la poésie en Chine (Wang, 2007 : 6).

<sup>29</sup>La période historique, politique et sociale de Tao Yuanming est celle d'une division de la Chine impériale sous la dynastie des Jin, puis des Song, où le confucianisme est délaissé au profit d'une popularisation du taoïsme et d'une augmentation de l'influence du bouddhisme.

monde » (Berque, 2011 : 53). L'expression vivre caché du monde (ou retiré du monde) en chinois *yindun* traduit ce processus de disparition ou de désertion<sup>30</sup>. Les dessins traduisent pour partie cette fuite de la ville et la mythification de l'ermite. Cette figure de l'individu retiré hors du monde fascine. Elle est en opposition avec les fortes densités, les pleins et les règles de la vie sociale. L'absence, les vides et les faibles densités humaines représentées sur les dessins contrastent avec la réalité des campagnes densément peuplées. Aussi, cette représentation délibérée signale l'imaginaire d'une campagne paysage rêvée hors des contraintes politiques et sociales confucéennes et autoritaires. La campagne devient une construction imaginaire en discontinuité avec la ville. Posséder une résidence hors les murs sous forme de chaumière (*caotang*) ou de résidence en montagne (*shanzhuang*) permet de s'échapper de la ville voire d'y finir sa vie.

Ce processus est rendu possible parce que le rural est en opposition à la ville, elle est « hors du monde ». C'est à travers cela que va naître le mythe de l'ermitage paysager prenant appui sur des paysages de montagnes, de champs, de lacs et de cours d'eau (Berque, Bonnin et Ghorra-Gobin, 2006 ; et Berque, 2011). Une idéalisation de la campagne paysage incarnant la nature s'opère par des représentations et perceptions issues de l'urbain. La naturalisation du monde rural se fait par la présence d'éléments paysagers majeurs (montagnes et cours d'eau) et par le travail agricole. « Le loisir et le non-labeur sont en miroir de la contemplation et du non-labour » (Berque, 2011 : 57).

C'est dans la distinction fondatrice entre les champs et la forêt, l'écoumène et l'érème, le monde et le désert que la cosmogénèse chinoise s'opère (Berque, 2011 : 53). Le couple cosmogénétique monde/hors monde s'est maintenu, tout en se déplaçant à mesure que se déployait le monde urbain (Berque, 2011).

Si les prélèvements dans l'histoire chinoise à travers le poète Tao Yuanming ou d'autres illustres écrivains et poètes de la dynastie Tang sont au cœur de la construction de mythes arcadiens, la question de l'individu et de la solitude trouvant l'équilibre dans la campagne pose question aujourd'hui. Ceci n'est pas vide de sens. Le lien entre les poètes historiques et les réalités contemporaines permettent aux citoyens d'affirmer de nouveaux besoins et de nouvelles valeurs.

---

<sup>30</sup> Augustin Berque développe cette idée de désertion en miroir du mythe arcadien en Europe occidentale : « En pratique, cette désertion du monde par les anachorètes était un retour (*ana*) à la campagne (*chora*) : une *anachoresis*. L'essentiel était fait à partir du moment où l'on franchissait les portes de la ville. Il s'agissait donc d'un phénomène urbain » (Berque, 2011 : 53). Le mot « rural » descend d'une racine indo-européenne, « *reuos* », signifiant « espace libre », et qui a donné le latin « *rus* » (campagne), « *rusticus* », « *ruralis* », comme l'ancien haut-allemand « *rum* » (espace libre), aujourd'hui « *Raum* » (espace), ou l'anglais « *room* » (même sens) (Berque, 2011 : 53).

### **4.3 De l'érémisme à la solitude : la campagne refuge**

Les représentations analysées traduisent une demande nouvelle et particulière. Ces dernières sont corrélées avec l'idée de qualité de vie.

Les dessins et les expressions permettent aux citadins de donner leur perception du monde rural. Ces représentations puisent dans un passé choisi, auquel l'individu peut s'identifier. Le rural, comme espace éloigné du développement d'infrastructures et d'équipements, constitue un palliatif de la ville. La grille de lecture du rural comme l'antithèse de l'urbain prévaut largement à travers l'ensemble des formes de représentations chez les citadins de l'enquête. Malgré les discours plutôt négatifs, décrivant la campagne comme anxiogène, les urbains revendiquent des valeurs nouvelles. Une demande, voire un besoin de campagne semble être parmi les préoccupations des urbains (pas exclusives). De plus, ce sentiment est corrélé au besoin de quiétude, de calme et de tranquillité que procurerait le monde rural. Enfin, le besoin de campagne s'exprime à travers les valeurs morales et sociales, ainsi qu'à travers les « valeurs » environnementales.

Ces représentations du rural témoignent des difficultés et des nuisances de la vie urbaine contemporaine. En évoquant les mythes des utopies agraires où l'individu se retire pour (re)trouver des valeurs perdues, on découvre un regain du goût de la campagne d'antan, rêvée et fantasmée. L'hyper-urbanisation de la société s'accompagne d'un retour de perception positive de la campagne, coexistant avec une image d'un monde mal-développer. Le mouvant s'oppose à l'immuable. L'instable s'oppose au stable. En cela, la figure de la ville (mouvante, instable voire nocive) s'oppose à la campagne (immuable, stable et salvatrice).

Le rural est une figure de la quiétude, du calme et de la solitude. La campagne permet la recherche de la paix et de la solitude. Dans un contexte d'hyperdensité, le processus d'identification à la solitude semble être en voie de progression. La campagne est comme mise à l'écart des diverses pressions propres au monde urbain : sociales (codes sociaux), densité humaine, perturbation des cinq sens...

Le retour à la campagne (à travers les représentations cognitives des dessins et des mots) stimule la projection de l'individualité dans le champ de la solitude et de la distance avec les nécessités sociales. La campagne est le refuge ultime à la condition citadine. La fuite des pressions spécifiques au monde urbain (emplois, densité humaine, bruit, pollution) permettrait de trouver un équilibre et de gagner en qualité de vie. Les discours et représentations traduisent en cela des aspirations contemporaines, celles de la construction d'un éden dont la campagne serait le cadre matériel et spatial.

Dans les faits, le processus d'isolement est très marginal. Seuls quelques moines taoïstes ou bouddhistes pratiquent l'érémisme. Ces derniers nourrissent aujourd'hui le mythe de la vie retirée à la campagne, le plus souvent dans un espace montagnard (habitat dans des grottes ou dans des montagnes reculées). Les citadins puisent dans ces pratiques pour se construire un imaginaire utopique de la campagne. Ce sera un moteur important des motifs touristiques dans les campagnes. Les citadins dont références aux ermites, à la vie calme et retirée. Pour autant, ces discours et ces représentations collectives ne forment pas un mouvement de « retour » à la campagne. La mobilité touristique vers le monde rural est néanmoins un moyen d'affirmer une certaine liberté (toutefois contenue).

Le voyage ou le retrait dans les campagnes permettrait à l'individu de s'éloigner du monde social contraignant afin de se concentrer sur lui-même. La campagne est alors un espace support à la fuite des exigences et des pressions subies dans le monde urbain. C'est l'espace de l'échappatoire par excellence voire de la disparition. La campagne est en ce sens un espace de liberté sinon de dispense. Le monde rural se constitue comme un idéal pour l'individu.

L'utopie agraire est ici fondamentalement imaginaire. Elle n'est opératoire que dans les représentations collectives des urbains jouissant des bienfaits d'une campagne reconstituée, rêvée et fantasmée. Une fois reconstituée, cette campagne est alors devenue une campagne retrouvée. Aussi, le mot « utopie » peut aisément être associé à « fantaisie », « chimère » ou encore « rêve » (Paquot et Lussault, 2003 : 970). L'expression et la représentation permet de donner une forme de liberté à l'expression de l'individu et de ce projet au travers de cette utopie et de contourner l'existant, la censure et les servitudes.

Ces formes d'utopie agraire sont synthétisées dans la figure 19. Nous dégageons huit grands thèmes structurant les deux faces des représentations du rural : les individus « ruraphiles » et les individus « ruraphobes ». Les premiers sont inscrits dans une perspective plutôt hostile à la ville, tandis que les seconds développent un spectre plutôt hostile au monde rural. Le rural apaisant s'oppose au rural anxiogène.

Les deux puisent dans le passé (proche ou lointain). Ils s'illustrent par un spectre interprétatif multidimensionnel, allant de la notion de développement à la dimension esthétique. Les valeurs du rural sont aussi celle du social, des systèmes productifs, de la modernité et de l'hygiénisme. Le rural est plus que jamais l'espace du passé et du temps long (Will, 2004).

<h2 style="text-align: center;">Utopie agraire en Chine : constructions imaginaires et perception du rural par les citadins</h2>	
Thème	<h3 style="text-align: center;">Ruraphile</h3> <p style="text-align: center;">Dimension anti-urbaine - hostilité à la ville Apaisant</p>
1. Sources historiques	Les mythes arcadiens puisant dans le <b>passé lointain</b> : dynasties Tang et Song + taoïsme et bouddhisme (ermites) - poèmes, peintures et récits.
2. Typologie rurale	Le rural est composé de campagnes périurbaines et/ou profondes : fortes densités ou grands espaces et milieux naturels.
3. Dimension esthétique	La campagne comme espace esthétique : nature /paysage /sauvage : <i>shanshui</i> et <i>fengshui</i> .
4. Dimension productive	La campagne comme espace productif : espace domestiqué /jardiné / céréalié (grains + maraîchage).
5. Dimension sanitaire	La campagne comme espace sanitaire : repos / régénération / sans polluant et palliatif de la ville.
6. Dimension sociale	La campagne comme espace social préservé : sociabilité vertueuse - humble / simple / honnête.
7. Dimension développement	La campagne comme espace à l'abri d'un développement rapide et prédateur. A l'abri des modernités.
8. Dimension temporelle	La campagne comme espace du passé et de l'immuable (ancêtres, ruraux et civilisation).
	<h3 style="text-align: center;">Ruraphobe</h3> <p style="text-align: center;">Dimension anti-rurale - hostilité à la campagne Anxiogène</p>
	Echec de l'utopie paysanne et maotisme puisant dans le <b>passé récent</b> : Grand Bond en avant, Révolution culturelle et envoi des " jeunes instruits " à la campagne.
	Le rural correspond à la campagne sans distinctions typologiques (différent des grands espaces naturels).
	La campagne est pauvre / pas un paysage / strictement agricole.
	La campagne est réduite à un espace agricole souvent pollué (intrants et productivité).
	La campagne comme peu salubre / saleté / pas d'hygiène.
	La campagne comme espace social arriéré : ploucs / roubards / sales.
	La campagne comme espace pas développé / lacunaire / arriéré.
	La campagne comme espace en contradiction avec la modernité et le progrès.

Emmanuel Véron, UMR 8586 Prodig., 2016.

Figure 19.

## Conclusion du chapitre 5

---

Ce travail permet d'interroger les imaginaires contemporains de l'espace rural par les citadins. Les espaces ruraux aujourd'hui sont l'objet de nouveaux regards, de nouvelles perceptions, de nouvelles pratiques. Une nouvelle ruralité est en cours de construction. Le monde rural n'est plus uniquement celui de la misère, du labeur associé à une fonction nourricière. Il est à la fois espace des origines, espace agricole, espace du bonheur et espace paysager immuable. La notion de Tuan, *Topophilia*, semble prendre sens à travers les représentations de citadins. Un certain « amour » de la campagne se construit en relation avec le temps long (culture du paysage et de rites taoïstes et bouddhistes), du temps moyen (modernisations et bouleversements de 1949 à 1979) et enfin du temps court (le voyage à la campagne). En cela, « le désir ne se traduit pas forcément par l'action » (Brunet, 1974 : 194).

Les représentations (mots et dessins) traduisent une demande sociale de nature cultivée et non cultivée formant un paysage. La campagne, dans les imaginaires collectifs des urbains, est un paysage. Par là-même, la dimension rurale d'un espace permet à l'individu de se créer un monde idéalisé et idyllique. Ces mécanismes cognitifs sont au cœur de l'imaginaire citadin revendiquant des valeurs nouvelles puisées dans le passé mythifié des ermites et de la diffusion des faits religieux taoïstes et bouddhistes, auxquels l'individu s'attache et s'identifie. La vie d'ermite, comme Tao Yuanming (évoqués par les citadins) et les similitudes entre sa retraite à la campagne, et la mobilité des touristes modernes qui ont « besoin » d'échapper aux maux des villes (Leicester, 2008 ; Ren, 2011) soulignent la constitution de la campagne comme espace touristique récepteur. Ces références au passé recréé et fantasmé mettent les périodes douloureuses (et peu ou très rarement évoquées) des famines et bouleversements économiques et sociaux. Une segmentation forte entre les générations est appréciable. Les jeunes générations (entre 18 et 40 ans) perçoivent le monde rural comme un espace de nature, de paysage et de détente. En revanche, les générations au-dessus (à partir de 40 ans, jusqu'à 65 ans) perçoivent les campagnes comme un espace paysager, mais également comme un monde structurellement articulé par les problématiques de développement et d'isolement. Enfin, l'ensemble de l'échantillonnage montre que les espaces ruraux sont perçues en opposition à la ville, et avant tout comme un espace socialisé, organisé et productif, le tout dans un cadre paysager naturel.

Il y a une filiation paradoxale entre les utopies agraires des ermites et celle du maoïsme. L'idéologie maoïste faisant du paysan le héros de la nation est épuisée. L'envoi de

jeunes instruits (*zhiqing*) dans les campagnes pour leur rééducation avait déjà mis un terme à l'utopie. Aujourd'hui, les campagnes sont perçues comme paisibles, mais mal développées, en réserve du développement. La dimension rurale participe dans les imaginaires collectifs urbains à un éden épargné par la vitesse tous azimuts des développements. Il y a aujourd'hui un renouvellement de l'utopie agreste atteignable par les citoyens touristes lors d'un voyage.

### **Pratiques touristiques des citoyens dans l'espace rural : découverte, jeu et temps du repos**

Ce chapitre vise à analyser les pratiques touristiques des citoyens chinois. Ces dernières sont corrélées aux destinations choisies par les touristes dans leur projet de voyage et de rupture avec le quotidien. C'est à travers des mobilités dans les campagnes que les citoyens mettent en œuvre un projet nouveau : la campagne comme espace de consommation touristique. En effet, les campagnes semblent être un nouvel espace de projection des imaginaires, de fréquentations touristiques et recomposition des pratiques.

La pratique est au cœur du processus touristique. L'équipe MIT suggère même que : « c'est par les pratiques que l'on définit le touriste » (MIT, 2008 : 80). Le concept de pratiques touristiques peut se définir comme l'ensemble des « intentionnalités, les compétences et l'intervention des normes par les acteurs ainsi que les ruses dont ils sont capables » (Tabarly et Doceul, 2011). Les sciences sociales distinguent différents types de pratiques. Le rapport au lieu du quotidien et du hors-quotidien et les trois principales modalités : jouer, se reposer, découvrir conditionnent les pratiques (MIT, 2008 ; Violier et Mondou, 2009).

Cette réflexion sur les pratiques touristiques permet de comprendre les choix et motivations, mais aussi de déceler des profils différents de touristes. En effet, nous avançons l'hypothèse qu'il existe plusieurs « types » de touristes, correspondant à plusieurs types de trajectoires socio-économiques. Se dégage alors un degré d'expérience du tourisme plus ou moins important. Pour autant, le tourisme est encore dominé par le voyage en groupe organisé.

Ce chapitre se compose de deux parties. Nous dégageons dans un premier temps les choix et motivations des touristes des destinations, à savoir la dimension rurale. Puis, nous exposons les caractéristiques propres de l'échantillonnage des enquêtes (modalités du voyage, distance, projet, budget, membres). Nous proposons d'interroger ce que sont les touristes (leurs identités) et ce qu'ils font. Dans un second temps, nous identifions les différentes pratiques du processus touristique et tentons de comprendre s'il y a ou non spécificité avec l'espace d'accueil. Enfin, nous donnons une analyse des pratiques touristiques en relation avec la technicité et les compétences des intéressés.



## **1. Qui sont les touristes ? Caractéristiques socio-démographiques des touristes chinois dans les campagnes**

---

Les déplacements touristiques à la campagne correspondent à la réalisation d'un projet touristique (Violier et Mondou, 2009). La destination et les pratiques sont les deux éléments du processus touristique. Ceci nous renseigne sur le(s) comportement(s) touristique(s). La seule lecture à partir de l'espace (rural, urbain, littoral et montagne) ne suffit pas à l'interprétation des comportements de touristes. Nous proposons d'interroger le choix de la destination et *in fine* le projet touristique. Le projet des touristes est articulé à la destination et à la réalisation de certaines pratiques.

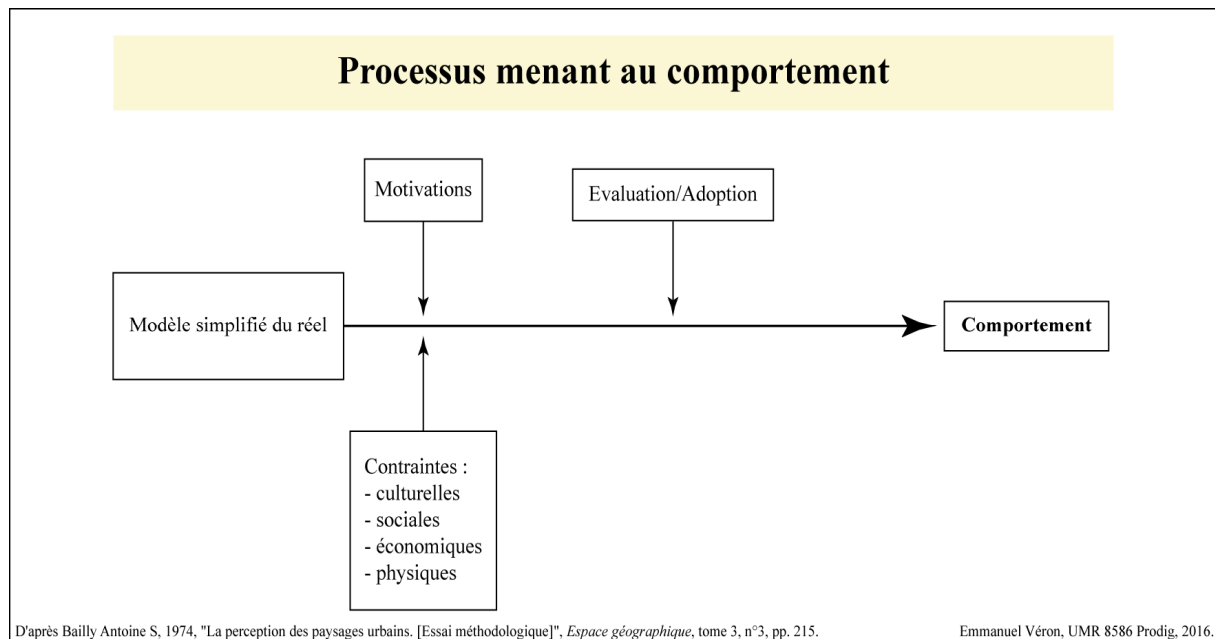
Notre approche est double. D'une part, l'analyse porte sur la pratique des lieux. D'autre part, la réflexion est sur la pratique au sein du lieu (ou des lieux). Ceci permet d'appréhender comment le rural est devenu une destination plus importante voire nouvelle. C'est ce que l'équipe MIT analyse comme l'enrichissement de l'expérience touristique par « le différentiel entre les lieux » et « le différentiel entre les êtres humains » (MIT, 2008 : 84 et 89).

### **1.1 Choix et motifs touristiques de la destination rurale**

Dans le chapitre 1, l'exploration du champ théorique des études touristiques avait permis de mettre en évidence les principaux motifs du déplacement : se reposer, découvrir et jouer. Nous souhaitons analyser au regard des résultats des enquêtes la pertinence de ces motifs et comprendre si les espaces ruraux correspondent à une spécialisation particulière de ces catégories. Ceci permet d'interroger les raisons du voyage. Pourquoi voyage-t-on ? Paul Morand nous dit : « on voyage pour exister » (cité dans Opoczynski, 2011). Le voyage et la façon de voyager sont des témoins de l'identité de l'individu.

#### ***1.1.1 Le comportement : processus au cœur du projet touristique***

Le comportement s'inscrit dans la continuité du processus de perception analysé dans le chapitre 5. Le comportement est la traduction d'une action prise par un individu. Cette action est dans le prolongement de motivations, de filtres culturels et sociaux et enfin d'une évaluation de ces derniers (figure 20). En ce sens, « le comportement, affecte le réel vécu et modifie les informations que l'individu va recevoir » (Bailly, 1974 : 215).

**Figure 20.**

Après avoir filtré les informations en fonction de sa personnalité, de ses contraintes et de ses motivations, l'individu prend une décision qui mène au comportement. Les messages sont transformés en action et agissent sur le monde entourant l'individu.

La pratique spatiale peut être définie par l'ensemble de comportements d'un opérateur en relation avec un espace qui est un contexte. On ne peut comprendre les pratiques d'un individu ou d'un groupe d'individus sans s'attacher au sens que ceux-ci leur donnent, et sans prendre en compte l'ensemble des valeurs culturelles et sociales qui les guident. Le comportement du touriste est donc structuré par des choix et des motivations propres.

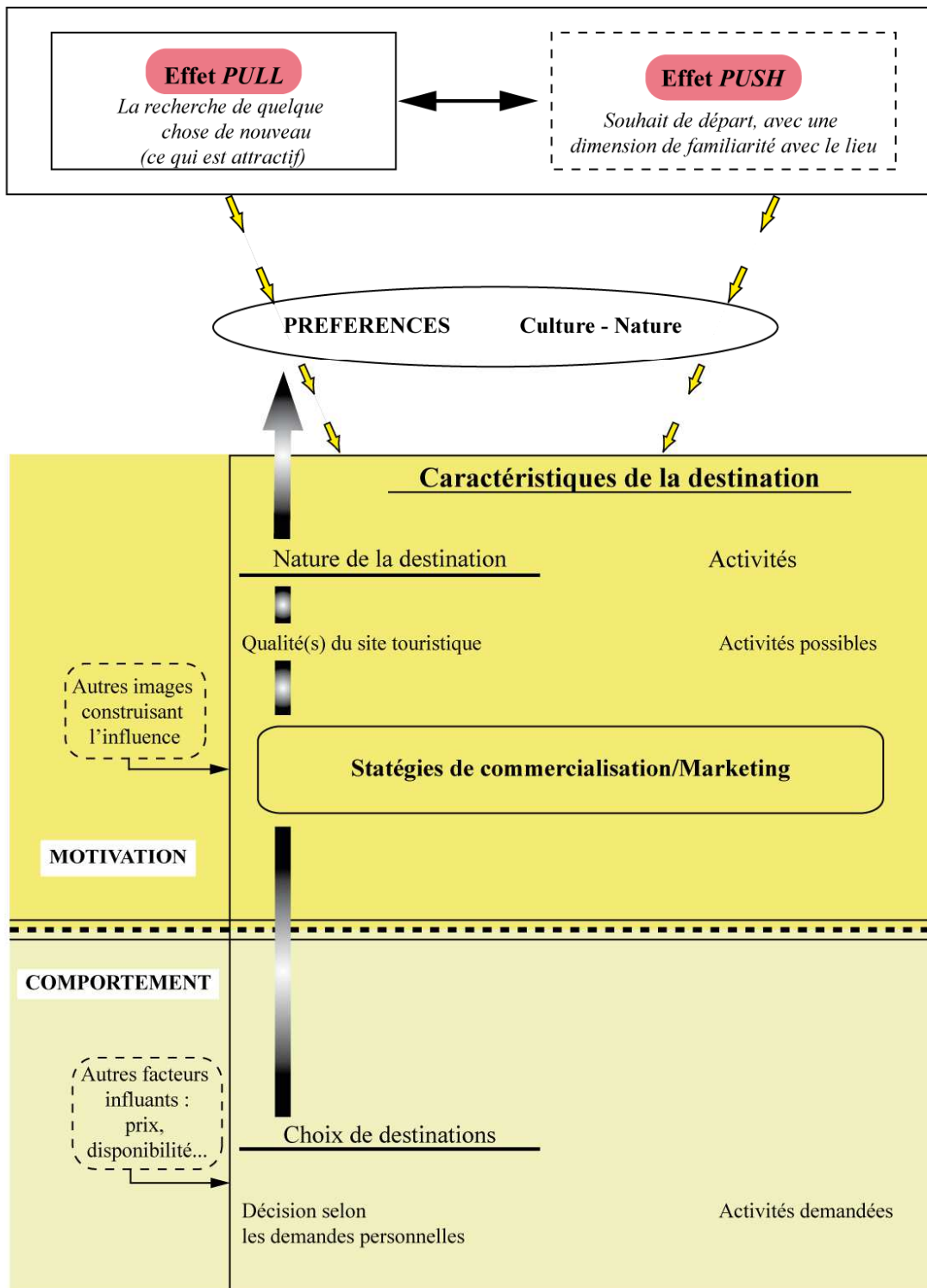
### ***1.1.2 Les facteurs de motivation du touriste : déterminants majeurs de la destination***

Les motivations du touriste se confondent avec la finalité du voyage. Nous distinguons d'une part le voyage pour la découverte et d'autre part, le voyage pour le repos. Ces deux catégories sont corrélées avec un lieu de séjour. Enfin, il peut exister la combinaison des deux types de voyage (découverte et repos). Ceci amène à réfléchir aux éléments de motivations : l'altérité<sup>1</sup>, l'intentionnalité<sup>2</sup> ainsi que la qualité des lieux. Nous proposons ci-après (figure 21) une schématisation des mécanismes de motivation et de comportement du touriste.

<sup>1</sup> Le processus touristique donne une articulation de l'imaginaire et de l'altérité. « L'imaginaire exotique est là pour appréhender et incorporer un « ailleurs » souvent perçu comme menaçant. Historiquement, la motivation exotique a reposé sur un sentiment ambivalent, attraction ou répulsion, à propos de ce qui est loin ou différent » (Amirou, 2012 : 265).

<sup>2</sup> L'intentionnalité est articulée à un projet. « L'intentionnalité est propre à la phénoménologie. L'intentionnalité traduit le fait que la conscience humaine se définit toujours par une tension avec le monde extérieur, par une intention dirigée vers quelque chose » (Di Méo, 2003a : 516).

## Les mécanismes de motivation et de comportement du touriste



Source : Lau Maren A., 2006, *An analysis of the travel motivation of tourists from the People's Republic of China*, Hambourg, FNU Working Paper 108. <http://www.mi.uni-hamburg.de/Working-papers.5675.0.html>. Emmanuel Véron, UMR 8586 Prodig, 2016.

Figure 21.

À l'origine des motivations de départ (Crompton, 1979) et du comportement, les effets dits « pull » et « push » structurent l'action. D'une part, l'effet *pull* (attraction) est lié à l'altérité, au neuf. L'enjeu réside dans l'altérité choisie et la compréhension de la confrontation à l'altérité. Ici, c'est bien l'espace rural (la ruralité et le caractère de ce qui sera non urbain : les paysages, les modes de vie, les sociabilités et la densité) qui forme l'altérité. Le rural s'impose comme destination touristique à part entière, parce que méconnue et différent du quotidien urbain. D'autre part, l'effet *push* concerne lui un rapport de familiarité avec un lieu, un espace. La dimension est autre. Ce n'est pas uniquement l'altérité et l'inconnu qui domine dans ce cas. C'est bien la dimension « vécue » d'un lieu ou d'un espace qui structure la motivation. Il s'agit d'entretenir un lien avec un lieu le temps d'un séjour voire de renouer des liens avec ce lieu et des personnes.

L'imaginaire touristique (Amirou, 2012) de la campagne comme destination vient renouveler les motivations et les comportements. « L'imaginaire contribue à organiser les conceptions, les perceptions et les pratiques spatiales » (Debarbieux, 2003 : 489). Un ensemble d'images de la campagne entrent en jeu dans l'intentionnalité du touriste à voyager et opérer (ou orienter) un choix pour telle ou telle destination (tableau 41).

La formation de l'image (Hunt, 1975) d'une destination touristique correspond à un ensemble de facteurs combinés les uns aux autres. Stabler (1988) décrit deux groupes de facteurs : ceux de la demande et ceux de l'offre. Premièrement, les facteurs de la demande concernent d'abord les motivations, les perceptions et les caractéristiques psychologiques de l'individu (les facteurs personnels, selon Font, 1997). Aussi, les caractéristiques socio-économiques et les expériences de voyages viennent compléter la demande. Deuxièmement, les facteurs de l'offre regroupent l'éducation, les campagnes publicitaires (la promotion et le marketing d'un produit touristique) et la médiatisation (les facteurs externes de Font, 1997).

Puis, il s'agit bien de la qualité du lieu (banalité ou étrangeté) comme élément moteur de départ et de satisfaction. Le lieu doit répondre à un certain nombre de critères attendus par le touriste. Le lieu n'est pas neutre. Il est au centre du projet touristique.

Enfin, c'est la réponse du marché et d'organisation de l'offre touristique qui permettent de mettre en œuvre l'expérience touristique. La campagne devient un capital (Garrod *et al.*, 2006 : 118). Les professionnels du tourisme en amont de l'offre participent à la marchandisation du monde rural. Dans ce sens, ces professionnels à travers le renouvellement de l'offre touristique visent la particularité des motivations de touristes à s'inscrire dans un tourisme polyspatial (Vitte, 1998). Ce n'est pas l'espace qui est au cœur de l'offre, mais la diversité des lieux et des pratiques. En effet, l'objectif n'est plus d'attirer exclusivement une

clientèle à part entière, mais bien de répondre à de nouvelles attentes, voire de suggérer de nouveaux horizons. Torrent propose même que « la demande du touriste se fait davantage en fonction de motivations que de produits touristiques » (Torrente, 2004 : 49).

	18-40 ans	40-55 ans	55 ans et plus
<b>Calme, ressourcement et oxygénation (bien-être)</b>	+++	+++	+++
<i>Farniente</i>	+	++	+++
<b>Isolement/expérience différente</b>	+	+	-
<b>Gastronomie et patrimoine</b>	+++	+++	+++
<b>Retrouvailles (famille, amis)</b>	++	++	+++
<b>Pratique d'activités sportives (randonnée, promenade)</b>	+++	++	-

**Tableau 41 – Le récapitulatif des catégories de motivations par classe d'âge.**

La campagne apparaît comme être d'abord un lieu pour le ressourcement et le dépaysement avec le quotidien urbain. C'est aussi une destination dominée par la découverte et le repos, propice aux retrouvailles (entre membres la famille ou entre amis) Enfin, la dimension culinaire et la sociabilité semblent être parmi les motifs structurants du voyage.

### ***1.1.3 « Destination » campagne : du choix insolite au choix par défaut***

L'analyse des pratiques et des caractéristiques des touristes en tant qu'individus permet de « considérer que cette facette de leur être au monde participe de leur identité, de leur construction individuelle et leur place dans la société » (MIT, 2008 : 80). La question du tourisme à la campagne comme tourisme « à part » débattue dans la littérature française est analysée « comme une alternative permettant de rencontrer et de vivre avec les autochtones dans une relation d'échange culturel » (Gautrat, 2004 : 83). La question de l'accessibilité en termes de coût global est régulièrement posée. L'accessibilité du tourisme rural par ses formules moins chères que dans d'autres formes touristiques donnerait un « tourisme souvent perçu comme moins onéreux » (Gautrat, 2004 : 83). Le tourisme dans les campagnes serait donc accessible financièrement au plus grand nombre.

Nous rassemblons ci-dessous cinq extraits d'entretiens à propos des motifs et choix de la campagne comme destination.

*- Témoignages sur les motivations et choix de départ*

M. Hu, étudiant, Shanghai, 2012.

« J'aime voyager à la campagne pour découvrir de nouveaux lieux, de nouveaux villages et voir de beaux paysages. C'est un lieu idéal pour se reposer le weekend [...] L'air y est pur et c'est globalement calme ».

Mme Wang, commerçante, Changshu, 2012.

« Ce que j'aime à la campagne, c'est manger ! La nourriture est plus saine. On sait ce que l'on mange et la nourriture est de meilleure qualité [...]. On peut découvrir de nouveaux plats et préparations culinaires que l'on ne trouve pas tous les jours à Changshu ».

Mme Yang, employée d'entreprise privée, Shanghai, 2011.

« Je voyage plusieurs fois par an à la campagne. Je voyage souvent pour la fête des morts en avril. Nous allons fleurir les tombes de nos ancêtres dans la banlieue (Songjiang vers Xiaokunshan) [...] J'aime voyager pendant la saison de la floraison du colza et celle de floraison des pêchers ».

M. Ma, fonction inconnue, Kunshan, 2012.

« C'est pratique de voyager à la campagne le weekend en famille. C'est du tourisme qui ne coûte pas cher et qui est proche de notre maison [...] Nous partons parfois un jour vers le lac Tai avec des amis. Nous nous retrouvons pour déjeuner et déguster des produits locaux ».

M. Xu, administration publique, Shanghai, 2011.

« La campagne est le lieu parfait pour se reposer et profiter de l'air pur [...] En général, le voyage ne coûte pas cher et c'est assez pratique de voyager en voiture. Les villages sont faciles d'accès. Il n'y a pas beaucoup de touristes comme dans les bourgs ou dans les sites comme Suzhou, Hangzhou, Pékin ».

Le choix de départ peut se faire par défaut si les motivations initiales ne sont pas réunies. Aussi, l'expérience touristique de l'individu joue dans le choix de la destination. L'expérience en tant que construction empirique déterminera l'insolite du choix par défaut.

Les touristes organisent leurs décisions sur la perception de leur environnement plus que sur l'environnement réel (Torrente, 2004). Le touriste crée ses propres images à l'aide de filtres. La motivation réside avant tout dans le départ et dans le passage à l'acte, c'est-à-dire à

entreprendre un projet de voyage. L'évaluation de l'expérience des individus permet de comprendre l'insolite et l'ordinaire.

## **1.2 Préparer son voyage à la campagne**

La préparation du séjour touristique dans le monde rural correspond à un déroulement très précis allant du choix du ou des lieux à l'organisation de l'équipement jugé nécessaire en passant par une concertation/réflexion sur le budget et la conception du voyage.

Le projet de touriste est proche de ce que Boutinet analyse dans son anthropologie du projet (Boutinet, 2015). C'est la notion d'anticipation qui est au cœur du projet touristique. Le projet est articulé d'abord par une phase de conception, puis par une phase de réalisation. Le projet de vacance correspond à une concertation et à des choix précis.

### **1.2.1 Concevoir un projet touristique à la campagne**

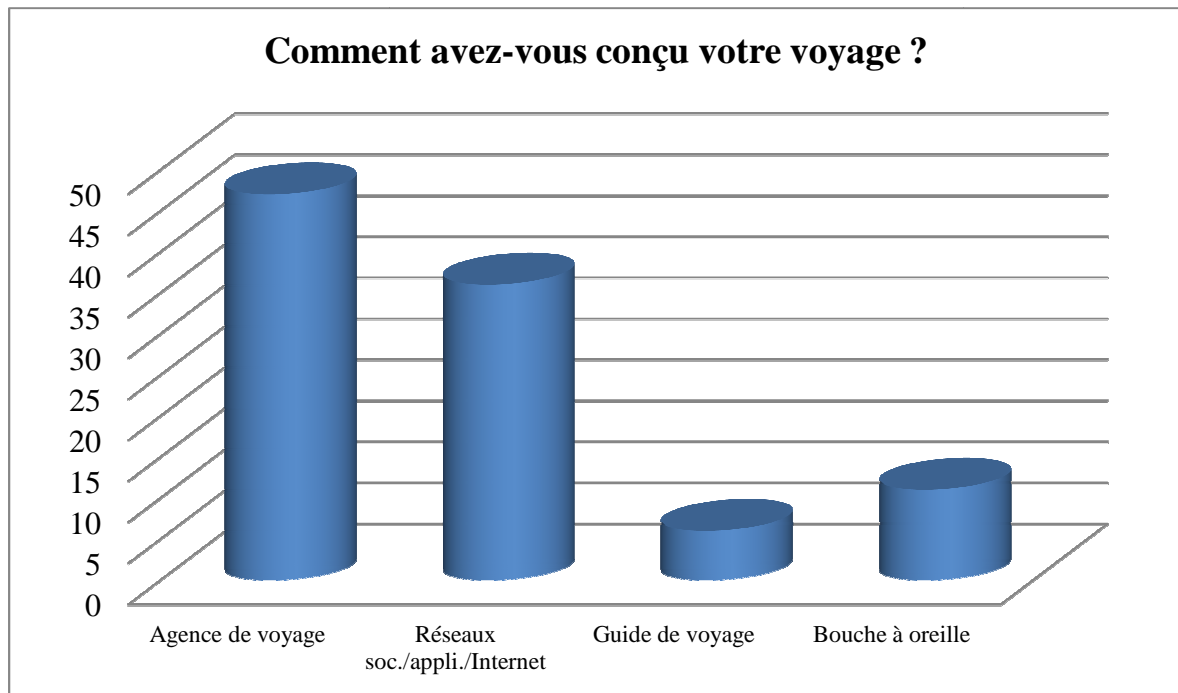
Les modalités de la conception du voyage se répartissent entre le recours à une agence de voyages (*lǚxingshe*) ayant une adresse physique, ou par Internet. Aussi, le développement du tourisme en Chine est soutenu par l'informatisation et la montée en puissance de l'Internet, des réseaux sociaux et d'application sur *smartphone* (en particulier depuis 2010-2011)<sup>3</sup>. Les voyagistes ont développé dans le même temps (années 2012-2013) des applications pour organiser et faire des réservations de voyages.

Les enquêtes révèlent que la conception du voyage chez les touristes chinois voyageant à la campagne est massivement le fait d'un recours à une agence de voyages (43 %) d'une part et à l'utilisation d'Internet via les réseaux sociaux et des applications de voyagistes (33 %) (graphique 12). La conception de son voyage à partir de guide de voyage acheté en librairie reste minoritaire (moins de 10 %). Enfin, le bouche à oreille concerne principalement des circuits touristiques ou des lieux pas ou peu référencés par les professionnels du tourisme (guides, agences, compagnies)<sup>4</sup>. Le bouche à oreille suscite la curiosité et donne de nouvelles perspectives de voyage. Un individu aura une motivation augmentée à mesure de la réputation de tel ou tel lieu ne figurant pas sur les guides (papiers) ou parmi les offres de voyagistes (sur Internet ou non).

---

<sup>3</sup> Le développement de réseaux chinois (ou systèmes de messagerie instantanée) similaire à *Twitter* ou autre comme *Sina Weibo*, *Weixin* s'est opéré à partir de 2011. Il s'agit de réseaux sociaux chinois copiés sur le modèle de réseaux sociaux à l'origine occidentaux. Le nombre d'utilisateurs de ces réseaux sociaux s'élève à plus de 600 millions de Chinois.

<sup>4</sup> Ces chiffres sont issus des enquêtes menées entre 2010 et 2012. La montée en puissance de l'utilisation d'applications et des réseaux sociaux pour entrer en contact avec des ruraux prestataires de services touristiques donneraient une surenchère des usages divers d'Internet. Les agences de voyages sont en concurrence très forte les unes avec les autres et ont l'obligation de développer des interfaces individualisées sur téléphones intelligents.



**Graphique 12 – La conception du voyage : prédominance des agences touristiques et des réseaux sociaux (en %).**

Ces différentes catégories sont illustrées ci-dessous par quatre extraits d’entretiens à propos de la conception du voyage.

*-Témoignages sur la conception de son voyage à la campagne -1*

M. Zhao, enseignant dans un lycée à Shanghai, 2012.

« Quand je ne connais pas déjà le lieu de mes vacances, je préfère faire des réservations dans une agence spécialisée. Il m’arrive parfois avec ma famille de faire directement des réservations via Internet. Les agences de voyages ont toutes des sites web bien fournis. [...] Je fais d’abord des recherches sur la destination, puis je compare les prix de différents voyagistes, enfin je fais ma réservation ».

Mme Pan, retraitée à Hangzhou, 2011.

« Je n’utilise pas beaucoup Internet. Mon petit fils fait des réservations pour moi et mon mari quand nous voyageons. Je sais qu’il utilise les sites et applications sur son Smartphone pour faire des réservations. C’est très pratique. Je crois qu’il utilise Weixin. Mais, il y a des lieux qu’on ne trouve pas sur Internet et sur les réseaux sociaux. [...] Ce sont des lieux où il n’y a pas beaucoup de touristes ».



M. Zhou, fonction inconnue, Hangzhou, 2012.

« Je ne fais pas toujours confiance aux agences de voyages. Il y a beaucoup d'arnaques. En plus avec Internet et les réseaux sociaux, on peut accéder aux avis des gens. Cela nous permet de savoir si les lieux sont intéressants ou non. Aussi, on peut faire des économies en évitant certaines agences touristiques».

Mme Wang, employée dans une entreprise privée, Nankin, 2011.

« J'utilise beaucoup Internet pour comparer les prix et les formules de voyages. J'aime aussi acheter des guides de voyages avec des cartes routières pour préparer un itinéraire. Quand nous partons en famille le weekend dans la région de Nankin, nous avons un livre sur les loisirs. On y trouve toutes les informations nécessaires : prix du ticket, restaurations activités... ».

Le recours à la réservation et la conception de son séjour par les sites de tourisme en ligne sont en pleine croissance. Les destinations rurales ne sont pas à l'écart de la montée en puissance de ce processus. L'utilisation de guides de voyage papier ne connaît pas la même importance que l'utilisation d'Internet. Enfin, le bouche à oreille concerne des lieux plus confidentiels qui ne figurent ni dans les ouvrages ni sur Internet. Philippe Violier analyse un processus d'autonomisation dans le recours à Internet. « Le développement d'Internet accroît la marge de manœuvre des touristes, d'une part en leur permettant de se mettre en relation directe avec les acteurs locaux du tourisme, qui tentent ainsi d'échapper aux tours opérateurs, d'autre part en facilitant la comparaison entre les offres » (Violier, 2007 : 168). Le graphique montre la dépendance des touristes chinois aux voyagistes pour la conception d'un tour. Par ailleurs, depuis les années 2010, le recours à Internet en particulier aux médias sociaux dans la planification du voyage est accéléré (Vérot, 2014).

Le développement de l'e-tourisme recompose le lien entre les touristes et les professionnels du tourisme. Une dizaine d'entreprises majeures<sup>5</sup> sont en concurrence et structurent l'offre touristique, en particulier des lieux majeurs (hauts lieux), des réservations de voyages (vols et trains), des prix et de l'hôtellerie. Ces entreprises sont en relation avec plusieurs milliers d'agences touristiques chinoises à travers l'ensemble du pays, ne cessent d'améliorer leurs interfaces et polarisent une part majeure de l'offre touristique sur le

---

<sup>5</sup> Nous rassemblons les principales entreprises (dans un ordre d'importance de visites et réservations) d'e-tourisme chinoises qui organisent et structurent l'offre touristique : Qunar ; Ctrip ; LY.com ; eLong ; 17u.com ; 114.com ; Tengbang ; Mangocity ; Lumama ; Mafengwo et Alitrip.com (filiale d'Alibaba).

territoire chinois pour la clientèle nationale. Le changement de tendance réside dans l'utilisation d'Internet ; d'abord investi par les professionnels du tourisme, aujourd'hui directement utilisé par les touristes. La virtualisation (Pan et Li, 2011 ; Li et Wang, 2010) des services (urbains) touristiques signale la fin de la dépendance aux voyagistes (Opoczynski, 2011).

### **1.2.2 Réaliser son voyage à la campagne**

La seconde phase du projet consiste en la réalisation du voyage. La question de « quel lieu pour quel projet ? » détermine un processus protéiforme : de concertation, de choix du lieu, d'itinéraire, du coût, des assurances (*baoxian*), de l'équipement et du nombre et de la nature des individus.

La réalisation du voyage correspond à une mobilité programmée (Urbain, 2011). Ce programme comporte la phase de préparation de l'équipement<sup>6</sup> : argent et moyens de paiements, appareil photo, sac, valise, thermos de thé, vêtements, chaussures et chapeaux (ou casquettes). Nous rassemblons ci-dessous trois extraits d'entretiens à propos de la conception du voyage.

#### *- Témoignages sur la préparation du séjour à la campagne-2*

M. Luo, cadre dans l'administration, Shanghai, 2012.

« Lorsque nous voyageons en famille, nous préparons nos bagages et l'équipement ensemble. Nous avons tous un appareil photo. [...] Si la destination permet de se promener, nous prenons des chaussures de sport, des vêtements adéquats (pour la pluie ou autres) ».

M. Tao, fonction inconnu, Hangzhou, 2011.

« Je ne voyage jamais sans mon appareil photo. J'ai toujours mon téléphone avec moi, cela permet d'utiliser Internet si besoin. [...] Je n'ai pas d'équipement particulier, ce n'est pas utile et cela coûte cher ».

Mme Wu, employée dans l'administration, Jiaying, 2012.

« Je prépare ma valise avec les vêtements nécessaires (pluie, froids, etc.). Je voyage avec mon thermos de thé. J'ai acheté l'année dernière un appareil photo. [...] S'il je voyage pendant la période estivale, lorsqu'il fait très chaud et qu'il y a du soleil, je me protège avec un chapeau et des lunettes de soleil. Aussi, j'ai toujours avec moi un sac pour mettre les affaires pendant les visites ».

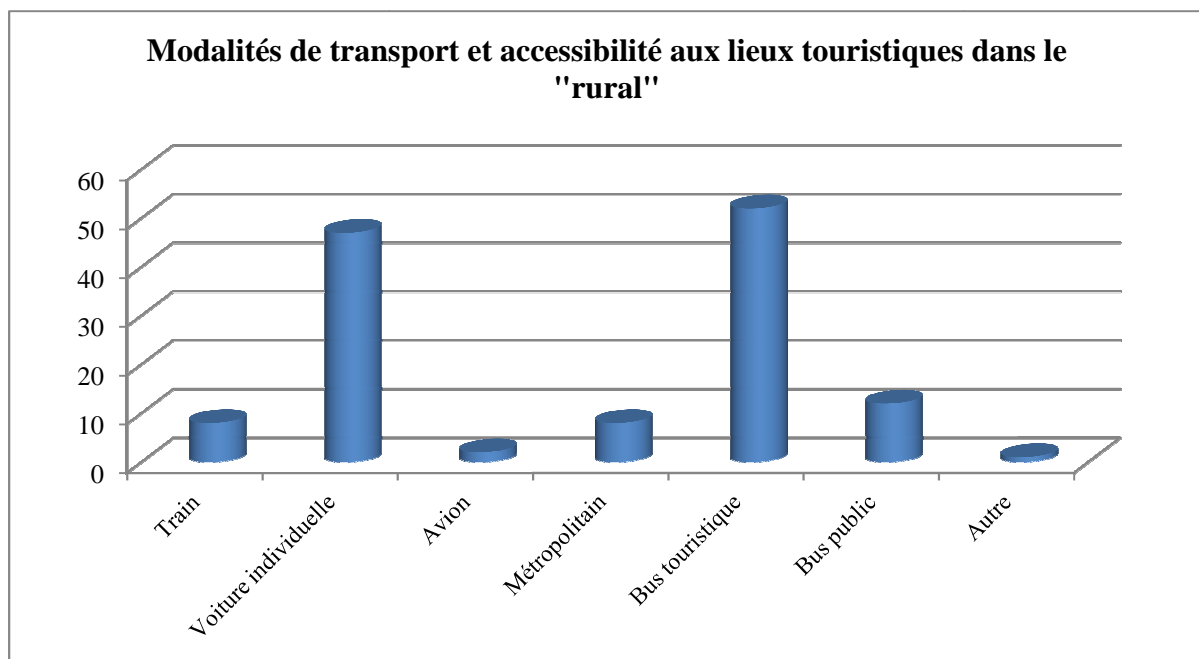
---

<sup>6</sup> Le rapport au corps est généralement limité à la protection de la peau et de la tête en fonction de l'ensoleillement d'une part ; des moustiques, des insectes d'autre part. La recherche d'une peau blanche, non marquée par l'irradiation solaire est capitale. En cela, le bronzage est marginal.

### 1.2.3 Les modalités de transports : vers une spécialisation de la destination rurale ?

L'accessibilité aux lieux et les modalités de transports sont deux caractéristiques importantes de l'organisation et de la mise en œuvre du projet de voyage. Les modes de transport révèlent la nature du séjour et le degré d'autonomisation du touriste.

Nous rassemblons ci-dessous la part d'utilisation des différentes modalités de transports issues des enquêtes (cf. graphique 13). Deux tendances se dégagent : l'utilisation de la voiture individuelle et celle de bus touristiques. Dans un premier temps, 52 % des individus utilisent des bus de compagnie touristique, mis à disposition pour acheminer les touristes depuis les villes de départ à la destination. Dans un deuxième temps, 47 % des individus déclarent voyager avec leur véhicule individuel. Ces chiffres montrent que les mobilités du tourisme rural dans la région du delta du Yangzi sont majoritairement celles d'une clientèle régionale d'une part, et d'urbains disposants d'un véhicule personnel ou d'individus inscrits dans une logique de tour organisé par un voyageur d'autre part. Aussi, ces deux catégories ne sont pas exclusives, mais témoignent de la segmentation d'une clientèle autonome, voyageant par ses propres moyens de transports, libérés de circuits imposés par des voyageurs ; et une clientèle, moins autonome, voyageant en groupe, inscrite dans des circuits balisés.



**Graphique 13 – Moyen de transport pour accéder aux lieux touristiques ruraux (en %. Total > 100 %)<sup>7</sup>.**

<sup>7</sup> La part totale est supérieure à 100 % du fait de réponses multiples.

La combinaison de plusieurs de modes de transports (métropolitain, bus publics, voire train et avion) représente une moindre part de touristes. Ces derniers sont inscrits dans des circuits dont les sites se situent dans les franges péri-centrales ou périurbaines des villes. L'utilisation du métropolitain combiné avec une utilisation de bus publics (longue distance – municipaux) permet de relier des lieux dans l'aire métropolitaine du bassin de vie de l'individu. Enfin, l'utilisation marginale du train (8 %) ou de l'avion (2 %) témoigne d'un circuit touristique opéré par une clientèle extrarégionale dont l'intermodalité structure les mobilités.

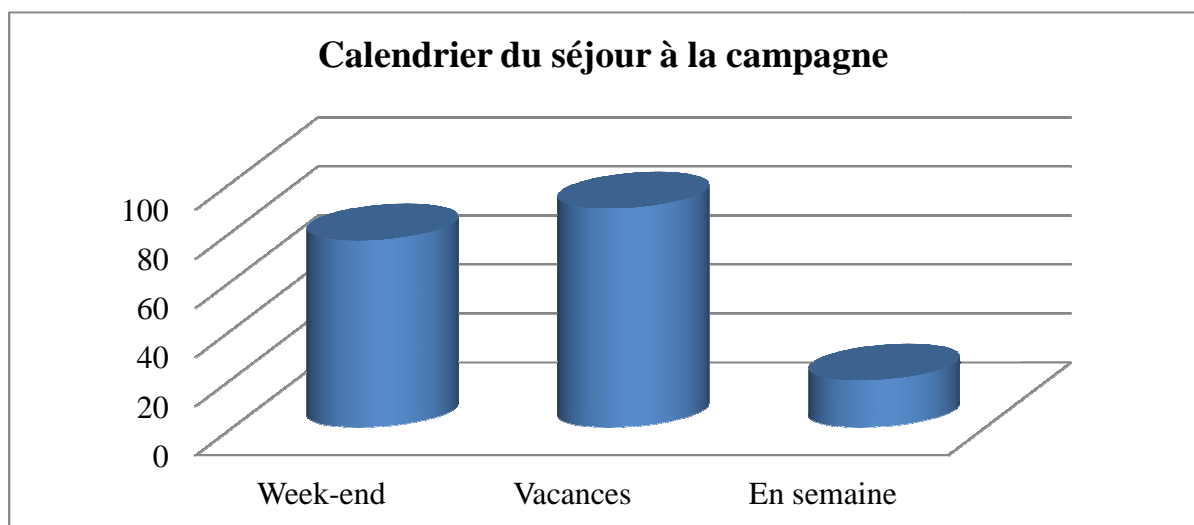
Les modalités de transports sont déterminantes pour cerner la nature du projet touristique. Dans le prolongement de la réflexion sur les modes de transport, nous examinons les caractéristiques et le profil des touristes en fonction des classes d'âges, de la durée des séjours, des temporalités intra-annuelles des mobilités, ainsi que de la distance moyenne des pratiques spatiales touristiques.

### 1.3 La campagne : une destination nouvelle et non exclusive

La campagne est devenue en deux décennies une destination touristique nouvelle. Aussi, les campagnes connaissent une fréquentation originale, mais non exclusive. Nous analysons ici les caractéristiques des séjours : durée, distance et coût.

#### 1.3.1 Temporalité du séjour touristique à la campagne

Les séjours touristiques à la campagne sont concentrés sur les périodes des congés payés (environ 89 %) d'une part et sur les week-ends (environ 76 %) d'autre part. Les voyages opérés en semaine donc hors du cadre du temps libre fixé par les réformes du temps de travail et par le droit du travail sont plus faibles (environ 19 %), mais non négligeables.

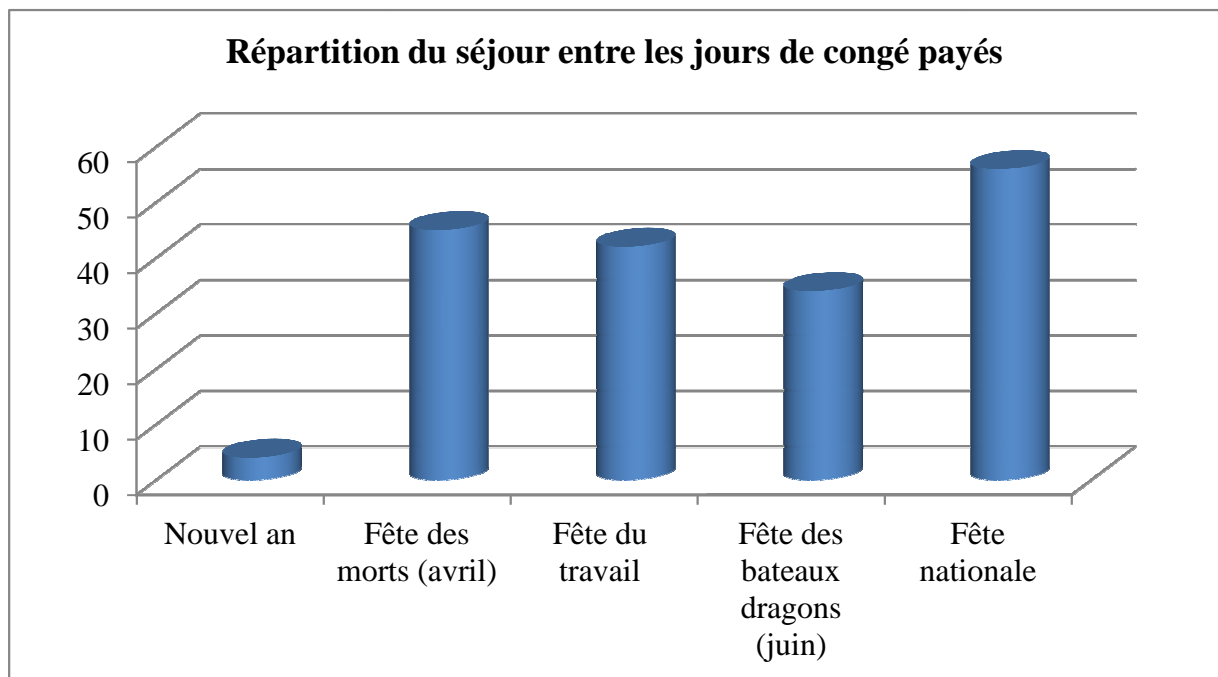


Graphique 14 – La répartition du temps du séjour touristique à la campagne (en %. Total > 100 %).

Par conséquent, il y a une forte corrélation entre temps non travaillé et mobilités touristiques. Aussi, cette répartition du temps du voyage montre la très forte concentration des séjours touristiques sur des périodes non travaillées relativement réduites (1 ou 2 jours voire 3 jours) correspondant aux week-ends et aux jours de vacances (5 jours de congés payés).

On compte 52 week-ends par an et cinq périodes courtes de jours fériés sur lesquels une majorité importante de mobilités se répartissent. Cependant, il serait approximatif de penser que la répartition des séjours touristiques est homogène entre les différents jours chômés.

Si le temps du voyage est particulièrement concentré sur les périodes chômées, une analyse affinée de la concentration permet de cerner les périodes de séjours touristiques selon la nature des congés.



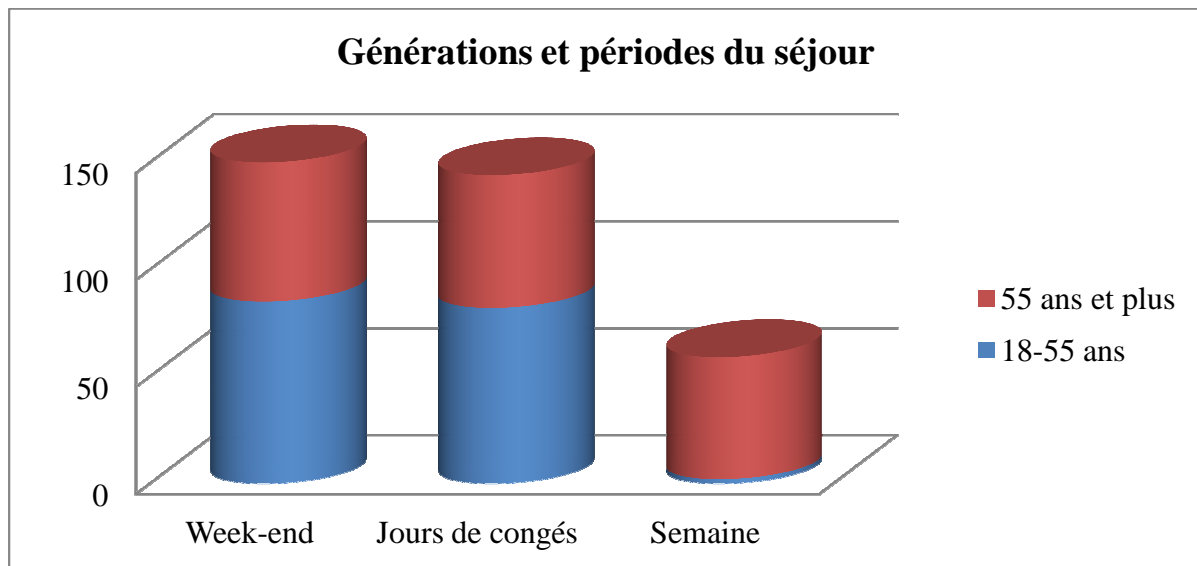
**Graphique 15 – L’hétérogénéité des départs en vacances à la campagne (en %. Total > 100 %).**

Les cinq périodes de vacances connaissent une forte hétérogénéité des départs. La période du Nouvel an n’est pas un temps du départ en vacances à la campagne. En revanche, les trois périodes consécutives (fête des morts, fête du travail et fêtes de bateaux dragons) correspondent à des temps importants de mobilités touristiques. Enfin, la dernière période de congés, la fête nationale, un moment majeure pour les mobilités touristiques. Les mobilités de tourisme concentrées sur les jours fériés sont ainsi thématiques. L’utilisation de la campagne comme décors pour la fête des bateaux dragons est récurrente (utilisation de canaux

et de bassins ou d'étangs pour les courses), ou encore de la thématique de la floraison et de l'entretien des tombes familiales dans les espaces ruraux périphériques aux villes pour la fête des morts en avril. Les périodes des premier mai et octobre sont surtout l'occasion de jours chômés.

Ces quatre périodes (d'avril à octobre) correspondent également aux saisons intermédiaires : printemps et automne. Ces périodes encadrent la saison la plus chaude et la plus humide, l'été. Les week-ends de la période estivale sont propices aux mobilités de tourisme dans les campagnes. Le processus touristique connaît une forte saisonnalité doublée d'une forte concentration sur deux ou trois périodes courtes dans l'année. L'étalement des mobilités se fait sur les week-ends, en particulier entre les mois d'avril et d'octobre.

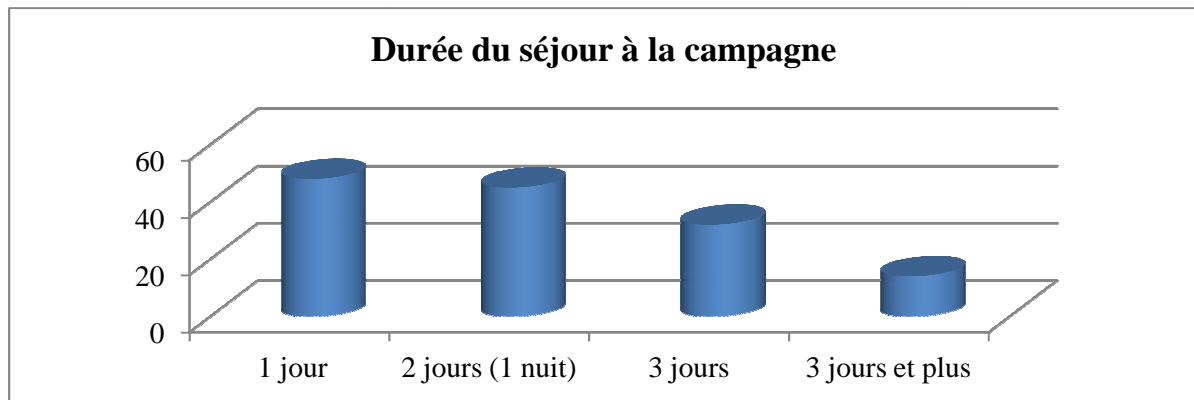
La répartition des périodes de séjours est hétérogène entre les tranches d'âges de touristes. Il se dégage plusieurs tendances en fonction de la période de départ. De fortes corrélations existent entre temps (libre) disponible et moment du voyage.



**Graphique 16 – La relation entre la période du séjour et les différentes générations (en %. Total > 100 %).**

Nous avons opéré à un regroupement en deux classes d'âges avec d'une part, les 18-55 ans, et d'autre part les plus de 55 ans. Cette dernière tranche regroupe les individus retraités. Ceci montre la répartition et l'organisation des périodes de séjours. L'écrasante majorité des retraités sur la classe d'actifs est opérante pendant la semaine. La part concernant les jours chômés est, elle, plus importante pour les générations en activités (étudiants, salariés et recherche d'emploi).

Enfin, nous examinons le format du séjour. Le temps libre disponible pour les actifs chinois étant réduit, il se dégage à travers les enquêtes une forte corrélation entre durée du séjour et part des mobilités touristiques.



**Graphique 17 – La courte durée du séjour touristique (en %. Total > 100 %).**

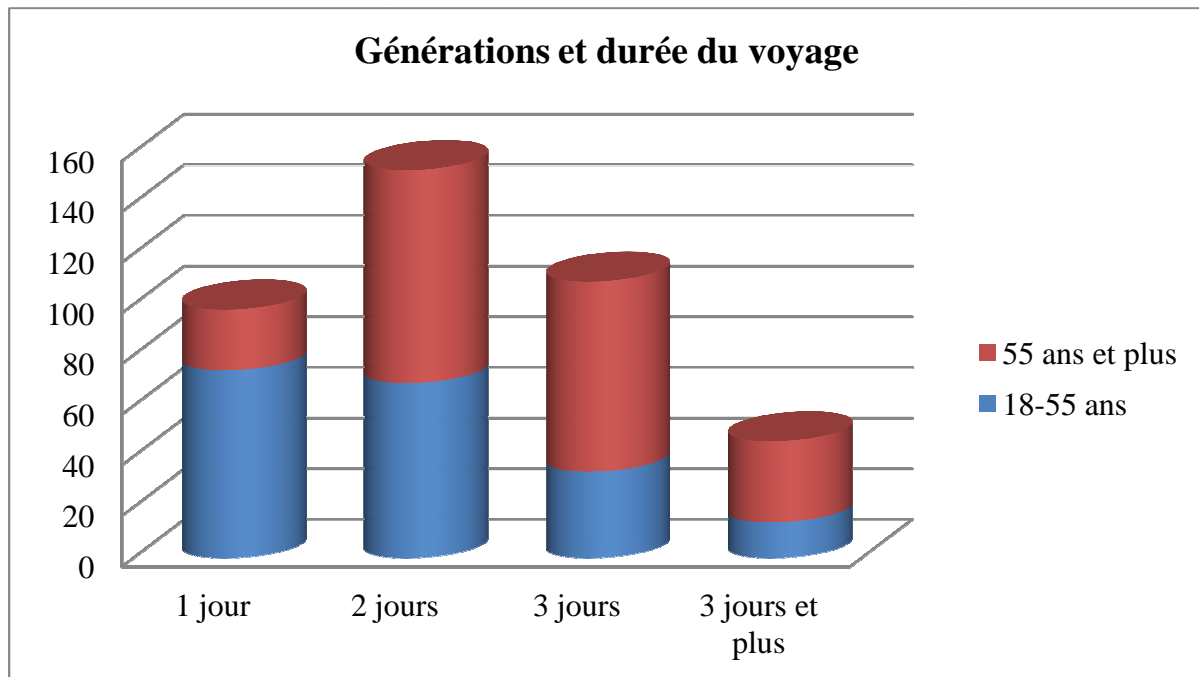
La durée des séjours touristiques est très concentrée sur une journée (près de 46 %) d'une part, et sur deux jours (dont une nuit en dehors du foyer de vie du quotidien) (environ 43 %). La durée d'un voyage de trois jours est inférieure aux deux précédentes (30 %). Enfin, les séjours de plus de trois jours sont minoritaires, ils s'élèvent à 12 %.

Ces derniers nécessitent une organisation particulière des individus. En effet, la durée du séjour dépasse le temps chômé réglementaire. Cette durée est donc le fait d'une négociation de l'individu avec son employeur, de retraités ou de liberté du temps travaillé/non travaillé avec l'articulation de ses activités professionnelles.

Le temps du voyage à la campagne est donc massivement court (inférieur à trois jours). La corrélation avec la faible quantité de congés est forte. La grande majorité des voyages effectués sont dans le format dit du court séjour selon les définitions statistiques internationales (OIT).

La brièveté du séjour permet la multiplication des départs pour les individus ayant une expérience touristique importante et un capital suffisant. La fragmentation du temps des séjours semble être au cœur du processus touristique en Chine. La coupure du temps libre occupé par un déplacement touristique participe à la structuration du cycle du temps hebdomadaire, mensuel et annuel.

Nous établissons un lien entre les tranches d'âges des actifs (de 18 à environ 55 ans) et des individus plus âgés, souvent retraités bénéficiant de plus de temps libre.



**Graphique 18 – Les relations entre les différentes générations et la durée du séjour touristique (en %. Total > 100 %).**

La part des 18-55 ans (environ 74 %) domine celle des plus de 55 ans (environ 24 %) pour les séjours d'une journée. En revanche, pour les séjours longs (3 jours et 3 jours et plus), la tranche d'âge des 55 ans et plus (environ 75 et 32 %) est plus manifeste. La durée moyenne des séjours est sensiblement plus longue pour les personnes les plus âgées. Aussi, la durée moyenne des séjours touristiques à la campagne s'établit autour de 2 jours et une nuit. Cette dernière est plus marquée chez les individus âgés (environ 69 % pour les 18-55 ans et environ 84 % pour les plus de 55 ans).

### ***1.3.2 Le budget du séjour comme axe déterminant d'un tourisme peu onéreux ?***

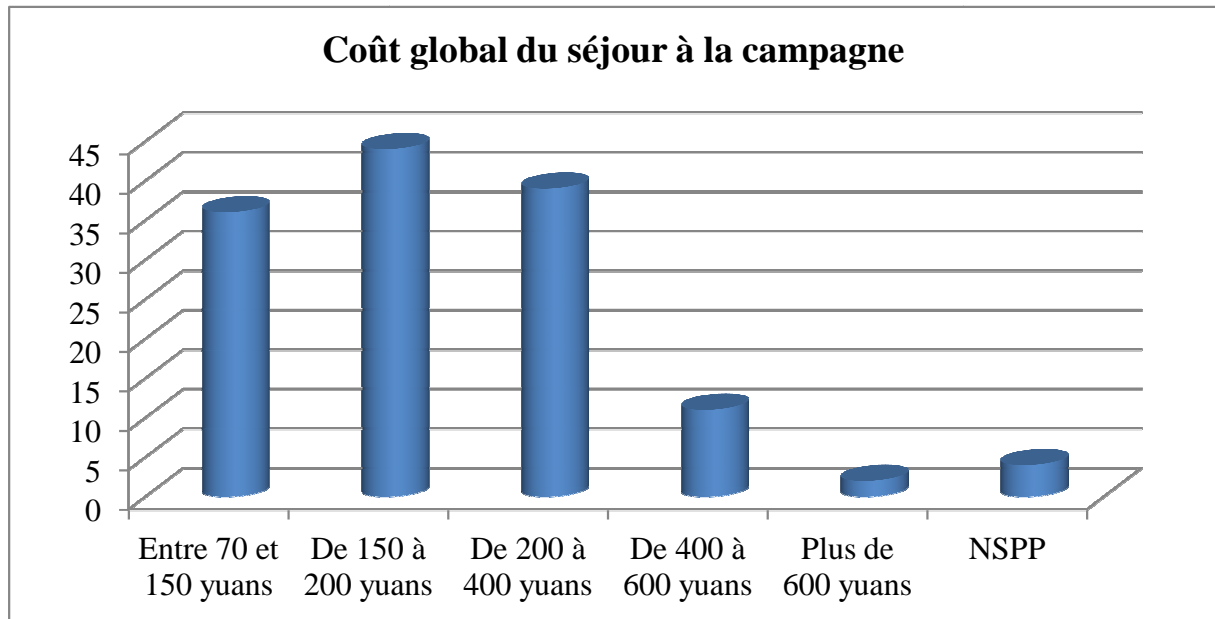
Le coût d'un voyage est un des éléments clés pour le choix et la durée d'un séjour. Le tourisme dans les espaces ruraux est souvent perçu comme peu cher. Il se distinguerait ainsi d'autres formes touristiques et polariserait une clientèle spécifique.

Nous établissons ci-après un histogramme (graphique 19) de la répartition du budget global d'un voyage par personne. Ce budget d'étale de 70 yuans à plus de 600 yuans<sup>8</sup>. Le coût

<sup>8</sup> Il existe des coûts moindres. Nous avons pu suivre des touristes dont les dépenses s'élèvent à environ 50 yuans pour un repas et la collecte de fruits. Cependant, ces dépenses ne prenaient pas en compte le coût de déplacement et les éventuels achats liés au voyage (équipements, boissons guides ou cartes) et ceux effectués pendant le voyage (achats de nourritures ou de souvenirs). Il existe aussi le cas d'individus dont les dépenses sont nulles ou quasi nulles. Ces derniers sont inscrits dans une logique particulière d'invitation ou de récompense. Nous revenons ultérieurement sur ces cas singuliers. Le coût moyen prend en compte le ou les enfants.



global d'un voyage comprend le déplacement, les repas, l'hébergement, les frais d'éventuels d'un ticket d'entrée dans un site et les potentiels achats opérés durant le séjour.

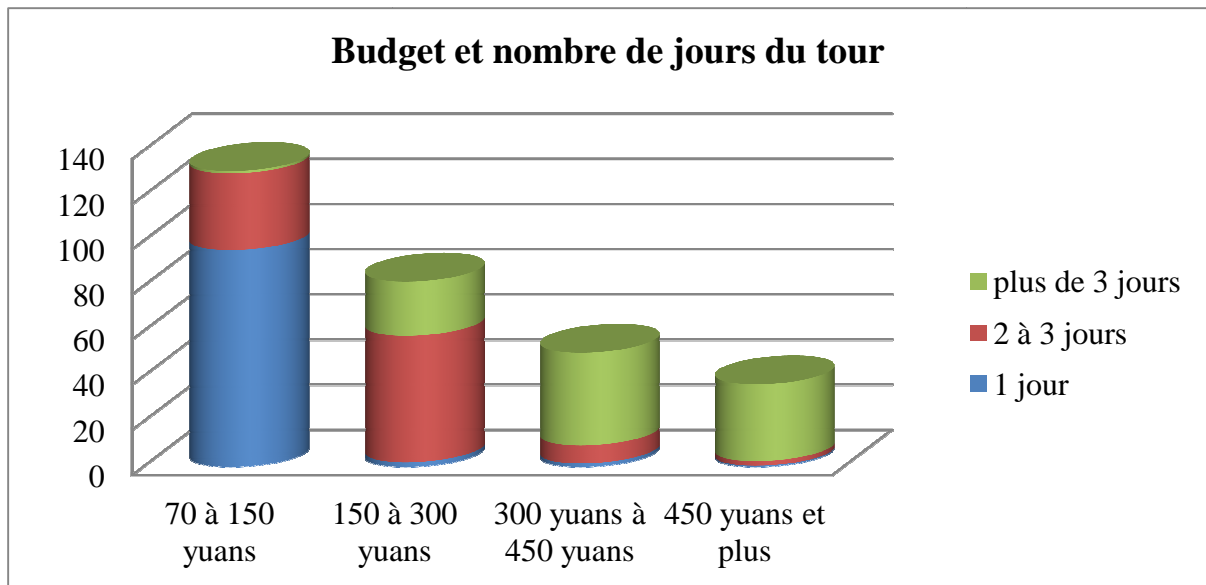


**Graphique 19 – Le montant des dépenses globales par individu lors d'un voyage à la campagne. (Part en %. Total > 100 %).**

Les dépenses par tête pour la réalisation d'un voyage ajouté aux dépenses individuelles sur les sites touristiques ou durant le temps du séjour sont très concentrées entre les valeurs de 150 à 400 yuans. Le séjour à la campagne est relativement peu coûteux voire très peu coûteux. Le faible prix d'un voyage est un élément clef dans la constitution du projet touristique et dans la motivation de départ. Cette forme de tourisme est ainsi très compétitive en termes de prix.

Il existe une forte corrélation en fonction de la distance et la durée du voyage. Le coût global moyen se situe entre 200 et 300 yuans par personne pour un séjour moyen d'environ deux jours et une nuit. Plus le format du voyage est long, plus le coût est élevé et inversement. La distance entre le foyer de départ et le ou les lieux d'arrivée sont proportionnels aux coûts.

Il y a une forte corrélation entre les dépenses basses et le nombre de jours total du séjour. Ces modestes sommes témoignent d'un tourisme relativement populaire et donc attractif.



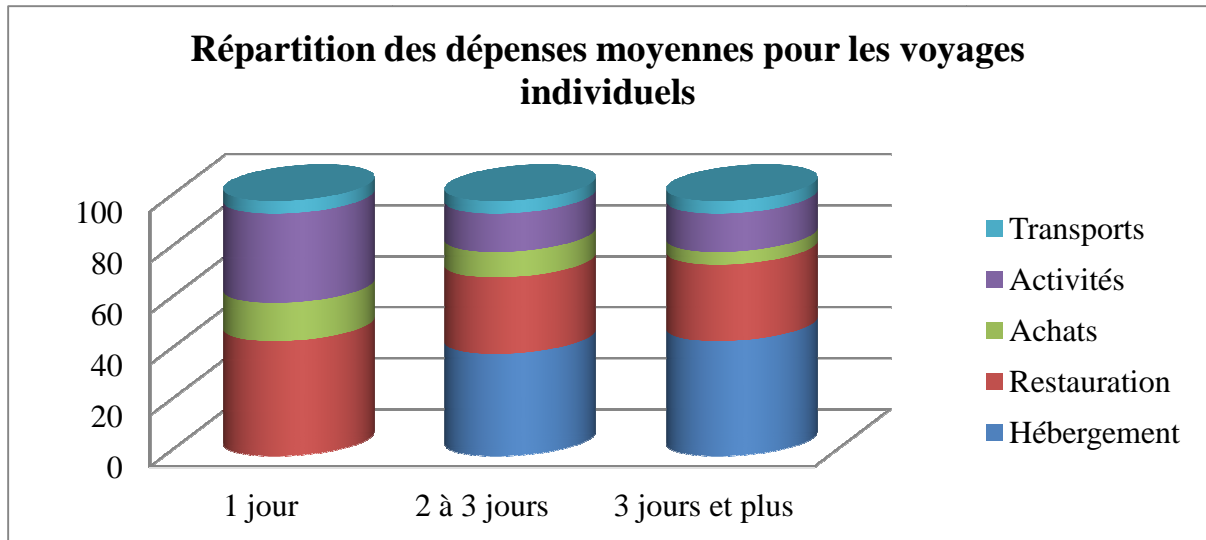
**Graphique 20 – Le montant des dépenses globales par individu lors d’un voyage à la campagne.**

Le tourisme dans les campagnes n’est pas massivement un tourisme d’élite et réservé à une couche socioprofessionnelle particulièrement sélective. La destination rurale est plutôt dominée par une population dont les revenus sont médians voire inférieurs à une moyenne des revenus de la région du delta. Pour autant, les dépenses modestes ne permettent pas de conclure sur la polarisation d’une clientèle plus qu’une autre.

La répartition des dépenses lors du voyage suit l’ordre d’importance suivant : hébergement, restauration, achats. Le recours à des forfaits et package (1 jour et 2 ou 3 jours) est particulièrement pratiqué chez les populations les plus âgées et les plus dépendantes aux voyageurs.

Le graphique 21 correspond seulement aux voyages dits individuels, dont les intéressés ont eux organisés l’itinéraire<sup>9</sup>. Respectivement, l’ordre d’importance est : l’hébergement, la restauration et les dépenses pour des activités (frais de tickets d’entrée dans des parcs ou autres). Les frais de restauration sont proches de ceux d’activités de visites pour les excursions d’une journée. Les frais de restauration et d’hébergement sont stables entre les séjours de 2 jours et plus.

<sup>9</sup> Les tours organisés proposent des packages, dont les dépenses de restaurations, et des visites (activités) (voire d’hébergement pour les séjours d’au moins 2 jours et une nuit) sont fixes et identiques selon les touristes d’un même groupe.

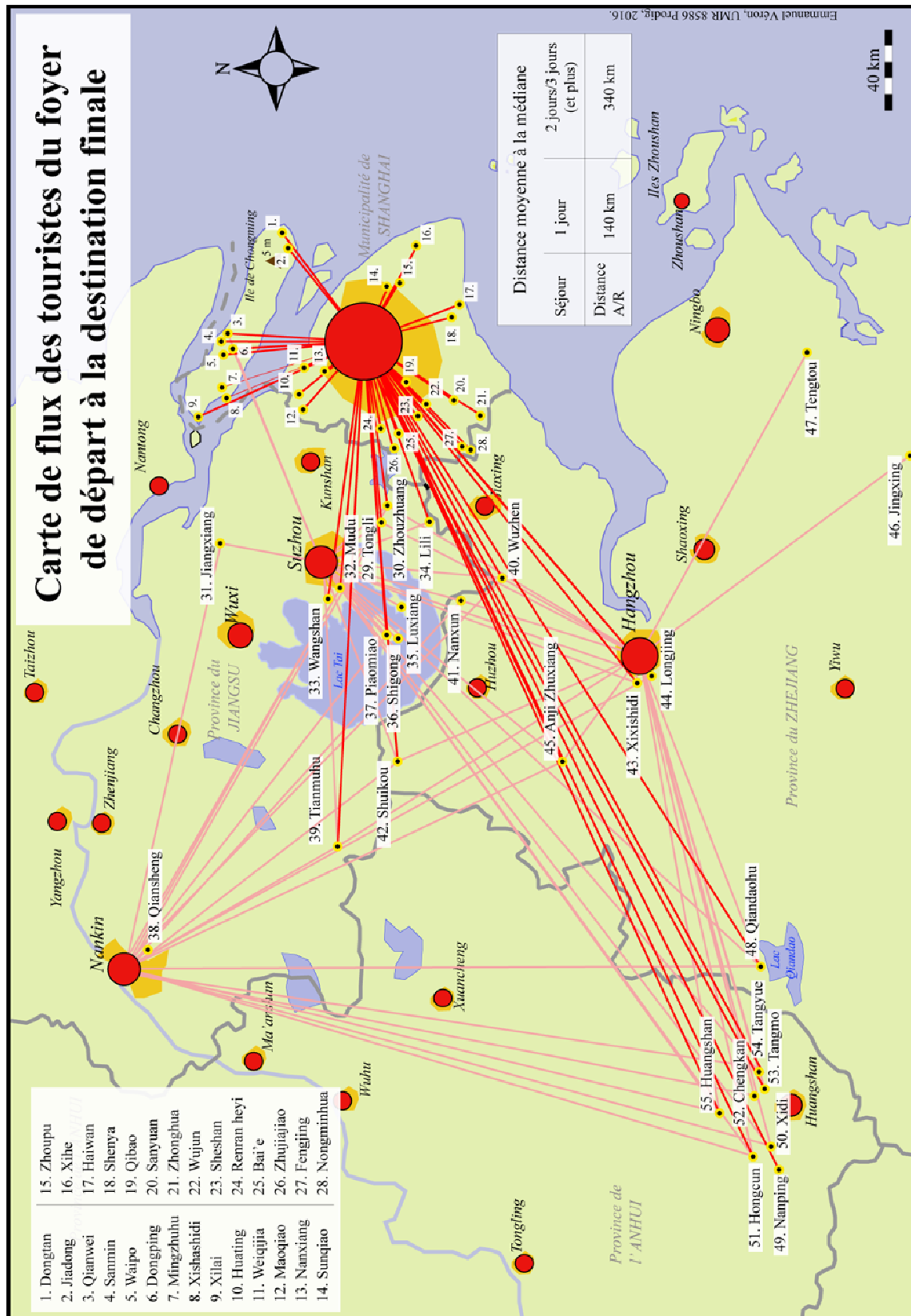


**Graphique 21 – Le montant des dépenses globales par individu lors d’un voyage à la campagne (en %).**

### ***1.3.3 Distances et pratiques spatiales touristiques : entre proximité et accessibilité aux lieux***

La mesure des distances entre les lieux de départ (petites, moyennes et très grandes villes) et les lieux de destination est importante pour comprendre l’ampleur des pratiques spatiales touristiques. Ces mobilités sont polarisées sur les villes moyennes et grandes du delta. Aussi, se dessine une distribution en aires des lieux d’arrivée.

Afin d’illustrer ces dynamiques, nous faisons le choix de cartographier une synthèse des pratiques spatiales selon les foyers de départs de quatre villes : Shanghai, Suzhou, Nankin et Hangzhou. Nous avons simplifié le fond cartographique pour identifier aisément l’ampleur des pratiques spatiales des quatre villes retenues. Cette carte (9) propose une synthèse des déplacements depuis la ville vers les lieux touristiques dans les espaces ruraux et périurbains (plus ou moins denses et proches des agglomérations concernées).



Carte 9.

Il ressort une primatie des dynamiques partant de la métropole de Shanghai rayonnant d'une part sur l'ensemble de son territoire municipal et d'autre part sur la grande majorité du delta. Puis se dessine un double processus de concentration/dispersion des flux selon des ensembles géographiques dont la densité de sites touristiques varie. Par exemple, nous constatons une forte concentration dans les régions des montagnes Jaunes (sud de l'Anhui), de l'île de Chongming et enfin le pourtour est du lac Tai.

Nous faisons le choix cartographique de représenter sous une même trame colorimétrique et une même épaisseur les flux à l'origine des trois autres villes de la région (Nankin, Suzhou et Hangzhou). En effet, nous constatons une moindre ampleur et intensité dans les flux partant de ces trois villes. Des logiques similaires à celle de la métropole shanghaïenne sont visibles. D'une part, l'intensité des flux de proximité (banlieue, périurbain proche et lointain) et, d'autre part, la dispersion/concentration des flux de longue distance structurent les dynamiques régionales.

Les mobilités touristiques à destination des espaces ruraux dans le delta du Yangzi sont d'abord celles de la proximité. Ces derniers sont particulièrement concentrés et intenses. Aussi, cette concentration se retrouve pour des régions plus éloignées dont la densité de sites touristiques semble organiser l'intensité des flux.

Enfin, la distance des flux est fortement corrélée à la durée du séjour. Plus la distance est courte, le lieu proche du foyer de départ, plus le séjour tend vers une journée seulement. La distance moyenne entre le lieu de départ et le lieu d'arrivée est évaluée à environ 60-70 km. Au contraire, plus la distance est longue, plus la durée du séjour tend vers 2 ou 3 jours. Dans ce cas, la distance moyenne entre le lieu de départ et le lieu d'arrivée est évaluée à environ 120-150 km. Des contre-exemples existent mais sont minoritaires. Des distances longues (supérieures à 100-120 km) sont opérées entre le lieu de départ et d'arrivée. Dans ce cas, il s'agit de séjour dont le degré d'autonomisation du touriste est majeur. L'itinérance entre les lieux se fait avec un véhicule personnel. Aussi, l'efficacité du système routier et autoroutier participe grandement à ces mobilités.

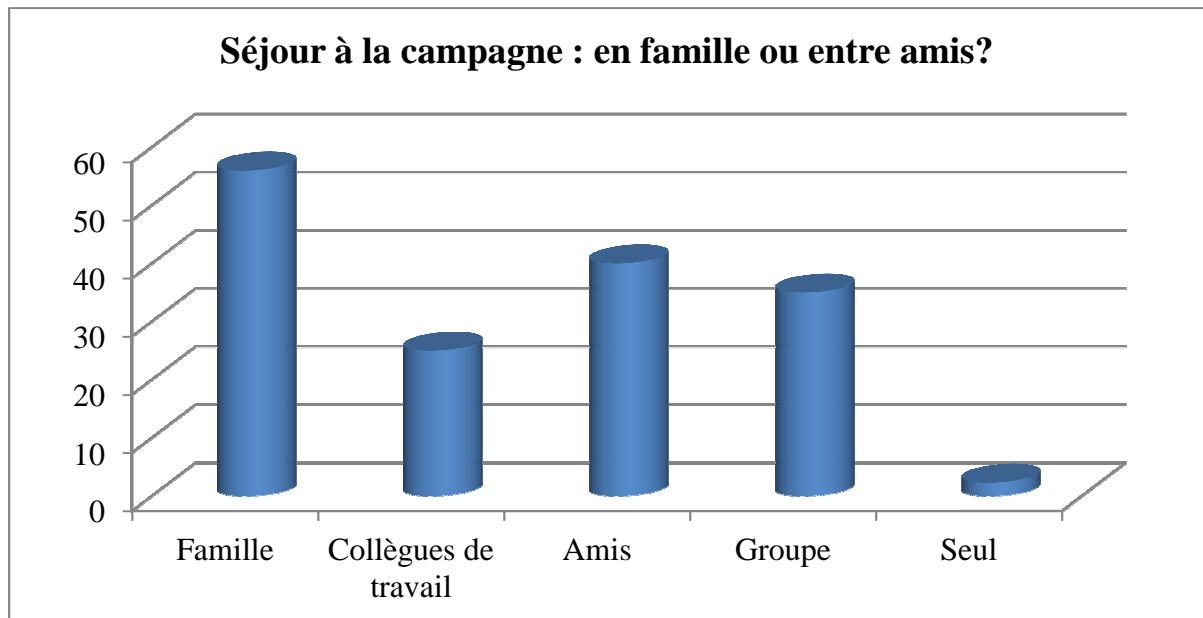
Dans le prolongement de l'analyse des flux, la réflexion sur la composition des individus voyageant dans les espaces ruraux permet d'appréhender d'une part les types de sociabilités et d'autre part les profils de touristes.

#### 1.4 Entre-soi au milieu des autres : l'individu, la famille et le collectif

Le voyage peut être perçu comme un moment collectif ou au contraire, un moment de solitude, de singularité. Il est majeur de déterminer les dynamiques internes aux processus touristiques dans les espaces ruraux.

Les questionnaires et les entretiens ont permis d'établir cinq catégories de personnes ou groupes de personnes effectuant des voyages : la famille, les collègues de travail, les amis, le groupe (indistinctement différents types de voyages organisés) et l'individu.

Nous distinguons plusieurs figures. Il y a tout d'abord l'individu soit seul, soit au sein d'un groupe. Puis, le groupe se divise entre deux catégories : la famille et le collectif autre que familial. Ce dernier se subdivise entre plusieurs entités : les amis, les collègues, les voisins (d'un même comité de résidents) et le groupe d'un voyage organisé dont les membres ne se connaissent pas au moment du départ.



**Graphique 22 – Le séjour à la campagne : en famille ou entre amis ? (en %. Total > 100 %).**

Plus de la moitié des individus déclarent voyager à la campagne en famille. Aussi, le séjour est l'objet d'un partage du temps avec des collègues de travail (organisation du voyage et choix de la destination entre collègues d'une même entreprise, même administration ou institution). Enfin, voyager avec des amis représente un peu moins de 40 % des individus.

Voyager est avant tout une modalité de sociabilité et de sens collectif et non individuel. En ce sens, les individus voyageant seuls (environ 2 %) sont marginaux et peu représentatifs du corpus de l'enquête. L'expression « entre soi au milieu des autres » (Duhamel, 2013 : 42) est opératoire. Les touristes voyagent donc massivement à plusieurs et entretiennent des

relations les uns entre les autres durant toute la durée du tour, et ce indépendamment des interactions avec des individus rencontrés sur le lieu (locaux ou autres touristes). Les individus voyageant seuls sont rares et comme en décalage par rapport à la norme qui est celle du collectif. Le tourisme est avant tout une façon de voyager ensemble, à plusieurs, en groupe, le moins possible seul et isolé.

Le voyage devient un espace-temps des sociabilités, des retrouvailles et du partage, resserré autour de la famille, du groupe et éventuellement d'autres acteurs, externes au groupe (ruraux et autres touristes). Le séjour touristique est une occasion pour une famille ou des amis de se retrouver en dehors du bassin de vie du quotidien voire d'un bassin de vie élargie. Le temps et l'espace du tourisme participe à la recomposition de sociabilité intrafamiliale d'une part et intra amicale d'autre part. Les relations professionnelles sont également fortes. En effet, les voyages collectifs entre collègues sont importants (environ 25 %). Le voyage en groupe représente plus de 30 % des individus. Ces derniers sont inscrits dans une trajectoire de voyage collectif où les rencontres et sociabilités au sein du groupe se créent par la mobilité touristique.

Le voyage devient l'espace-temps de la cohabitation entre plusieurs individus dont le projet est sensiblement le même, mais dont la finalité peut varier. Aussi, cet espace-temps permet d'entrevoir la recomposition de sociabilité, la projection de normes et de comportements spécifiques au moment que procure le tourisme. Le tourisme dans les campagnes correspond en ce sens à un spectre large de sociabilités. « Les relations qu'un individu ou un groupe entretient avec d'autres individus ou groupes » (Guédez, 2003 : 849) sont partagées entre la reproduction de relations connues en ville, durant le quotidien et d'adaptation/recomposition, donc nouvelles, durant le hors-quotidien. Il s'agit ici de déterminer ce que Simmel (1918) nomme : « l'aspect formel des interactions multiples et fugaces des hommes en société, comme une forme ludique de la socialisation » (Guédez, 2003 : 849). Il y donc un type de singulier de sociabilité associé au lieu touristique.

Les sociabilités mises en jeu entre les individus dans le contexte du tourisme seront analysées à travers le prisme culturel de la notion de face (*mianzi*), des relations interpersonnelles (*guanxi*) et des réseaux (*guanxi wang*).

Les caractéristiques de touristes se doivent d'être complétées par une analyse en profondeur des pratiques se déroulant sur le lieu. En découlera, un examen du spectre des façons de voyager et des pratiques et activités touristiques.

## **2. Les pratiques touristiques en espace rural, un spectre différencié ?**

Les pratiques touristiques se décomposent selon trois types d'activités principales, à savoir, se reposer, jouer et découvrir (MIT, 2008 et 2011). Ces trois catégories ne s'opèrent pas de la même manière suivant différents critères que le touriste souhaite et demande. L'analyse complète des enquêtes permet d'identifier des catégories propres aux dynamiques touristiques en Chine. Identifier et analyser la prédominance de certaines pratiques participent à la réflexion sur l'expérience touristique. Cela permet l'examen de «l'association lieu/pratiques» (MIT, 2011 : 84).

Nous analysons l'ensemble des pratiques relevées et identifiées sur l'ensemble des sites de tourisme, et mettons en perspective les originalités et les banalités propres aux dynamiques ludo-touristiques dans les campagnes. En ce sens, nous veillerons à déterminer si les pratiques sont partout les mêmes.

Les pratiques touristiques sont rythmées par quatre principales catégories que sont la découverte, le repos, le jeu et l'alimentation. À l'intérieur de cette typologie, nous distinguons plusieurs temporalités de pratiques et d'activités que le touriste entreprend lors d'une journée.

### **2.1 Les temporalités et activités d'une journée d'un touriste à la campagne : des générations de touristes**

Nous schématisons le séquençage des pratiques et activités tout au long d'une journée (*cf.* figure 22). Nous distinguons dans une journée de voyage le temps du transport, du repos, de l'alimentation, du jeu, de la découverte et du shopping. Ces six catégories sont récurrentes et structurantes pour l'ensemble de l'échantillonnage des enquêtes. Nous donnons une analyse de ces différentes temporalités rythmant une journée, puis nous examinons chacune des pratiques majeures (la découverte, le jeu, le repos et l'alimentation).



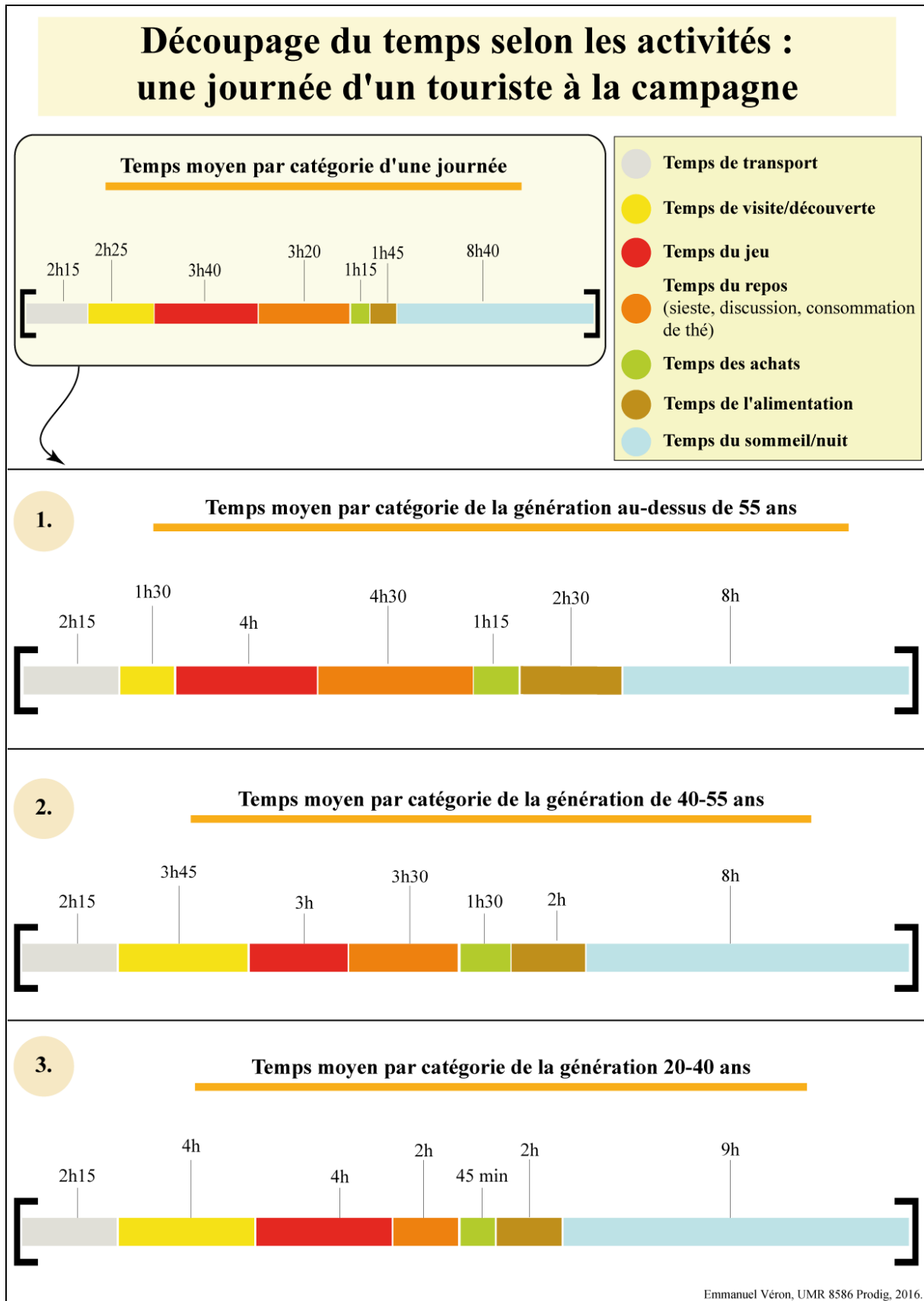


Figure 22.

Le suivi des touristes, l'observation participante et les différents entretiens ont permis d'établir le découpage d'une journée d'un touriste et de mesurer le temps de chaque pratique<sup>10</sup>. Les pratiques sont récurrentes d'un individu à l'autre, mais la finalité et la durée sont hétérogènes. Aussi, nous avons pu opérer à un regroupement de ces différents découpages selon les générations. En effet, il s'avère que l'homogénéité des pratiques est plus forte à l'intérieure d'une même génération et par extension que l'hétérogénéité des pratiques est davantage marquée entre les différentes générations de touristes de l'enquête.

Dans en sens théorique, nous établissons les temps moyens d'une journée. Le temps du transport aller-retour est proche de la durée des visites et de la découverte (autour de deux heures et quinze minutes). Aussi, le temps du repos est proche de celui du jeu (autour de trois heures et trente minutes). Enfin, le temps de l'alimentation est supérieur au temps du shopping (environ une heure et demie voire deux heures). Le temps du sommeil est évalué à environ huit heures.

Ces sept temporalités sont inégales selon les générations et ne recouvrent pas les mêmes réalités ou les mêmes façons de faire selon les individus. Autrement dit, le sens du repos n'est pas le même pour un touriste de 24 ans que pour un touriste de 66 ans. Nous examinons chacune des temporalités au travers des trois groupes générationnels identifiés.

Le temps du transport est sensiblement le même entre les différentes générations. Il s'élève à plus de deux de trajet en moyenne (aller-retour). Ceci témoigne de la relative proximité des lieux investis par le tourisme avec le foyer de départ. Le temps du transport fait partie intégrante du voyage. Il signale et matérialise le départ, inhérent à l'excitation et l'émotion procurées par le tourisme. Le temps du transport (en bus, en voiture) est l'occasion de discussion, de repos et de découverte. En cela, il recoupe les catégories précédemment identifiées, mais garde toute sa singularité. En effet, le transport correspond à une phase d'approche et de transition entre l'espace du quotidien et la projection sur l'espace du hors-quotidien. Le temps du transport est un espace-temps unique, transitoire et irremplaçable.

Le temps des visites et des découvertes s'élève en moyenne à deux heures et trente minutes. Cependant, il est important de saisir l'hétérogénéité générationnelle. En effet, le temps des visites et découvertes est seulement d'une heure trente minutes pour les plus âgés (retraités), quand le temps des visites est de quatre heures pour les jeunes. La génération intermédiaire consacre grosso modo la même durée (3h45). Il y a donc une segmentation forte

---

<sup>10</sup> La schématisation de la succession des sept catégories est purement artificielle. Dans les faits, un temps peut être redécoupé, intercalé avec d'autre moment. Par souci de clarté, nous donnons cette représentation linéaire afin de synthétiser chacune des temporalités.

en termes de pratiques selon les générations. Par extension, les pratiques de la découverte sont inégales pour un même lieu.

Le temps du jeu est en moyenne de trois heures et quarante minutes. Il est approximativement égal entre les différentes générations, avec cependant une durée sensiblement plus longue pour la tranche d'âge retraitée (environ quatre heures). Aussi, la finalité du jeu ne recouvre pas les mêmes objectifs selon les générations d'une part, et selon les individus d'autre part. Le jeu comprend des pratiques comme le karaoké, le mahjong, les jeux de cartes, mais aussi des activités proposées sur un site (jeux d'eau, jeux agro-ludiques, karting, tir...).

Le temps du repos est en moyenne supérieur à trois heures. L'hétérogénéité est forte entre les jeunes générations (20-40 ans) et les générations plus âgées (plus de 55 ans). D'une part, le temps du repos (comprenant des siestes, des discussions assises, dégustation de thé par exemple) s'élève à plus de quatre heures pour les plus de 55 ans. Il est de seulement deux heures pour les 20-40 ans et de trois heures et demie chez les 40-55 ans. La notion de repos ne recouvre pas la même finalité selon des générations.

Le temps des achats (shopping) est moyenne resserrée autour d'une heure et quart. Il est sensiblement de la même dimension entre les différentes générations. La durée est plus importante chez les plus de 55 ans. En effet, les façons de faire (marchandage et négociation des tarifs, commentaires sur les produits) sont assez hétérogènes entre les générations.

Le temps de l'alimentation est en moyenne d'une heure trois quarts. Là aussi, l'homogénéité des temporalités marque cette pratique. Le temps du repas est assez court, mais répété trois fois dans la journée. Nous ne prenons pas en compte dans cette catégorie la très nombreuse prise d'encas tout au long de la journée, et ce selon toutes les générations<sup>11</sup>. Enfin, le temps du sommeil est sensiblement homogène entre les différentes générations.

Il existe donc une forte segmentation des pratiques sur un même lieu inscrit dans un même processus (tourisme dans les campagnes). Aussi, ce découpage permet d'appréhender la pluralité des pratiques d'une part et la pluralité des façons de faire d'autre part. La succession des pratiques peut contraster avec la simultanéité de celles-ci. En effet, il y a une importante procession d'activités, chacune délimitée en un temps court voire très court. Ces activités se répètent à l'intérieur d'une même journée. L'alternance des activités donne une forme d'irrégularité, d'un temps spasmodique. Ceci entre en contradiction avec les motifs

---

<sup>11</sup> Consommation de produits sucrés, salés voire de galettes, de crêpes ou de sandwich. La prise d'aliments se fait dès le temps du transport et s'étale sur l'ensemble de la journée à travers toutes les pratiques, en dehors du temps des repas.

initiaux de repos, de détente et de délasserment. Le temps des activités saccadées est particulièrement opératoire pour les voyages organisés, où le temps est comme chronométré afin de « gérer » au mieux le programme initial. Inversement, le temps est plus relâché pour les individus qui sont à l'origine de l'organisation de leur tour. Il y a ainsi deux formes de maîtrise du temps du tourisme : celui des professionnels du tourisme et celui des touristes eux-mêmes.

Enfin, il est important de saisir la grande porosité entre les différentes pratiques. Aussi, il est utile de dépasser la stricte étanchéité de chaque pratique et d'appréhender la perméabilité des pratiques en plus de leur potentielle simultanéité. La collusion des pratiques participe au projet de récréation (MIT, 2011).

## 2.2 La découverte comme moteur des pratiques

La découverte est au cœur du projet touristique des individus. Celle-ci s'exprime à travers différentes formes et recouvre donc un large spectre d'attentes et de pratiques selon les individus. Nous examinons l'ensemble de ce spectre (*cf.* planche photographique 4).

La découverte d'un lieu, d'un paysage, d'une activité ou d'un musée correspond à l'ensemble du temps de la découverte. La découverte est intimement liée à l'altérité, au nouveau et au dépaysement. Aussi, la notion de découverte recouvre plusieurs activités soit physiques (pratiques sportives variées), soit émotionnelles et culturelles (paysage, gastronomie et histoire locale). La découverte a donc une fonction centrale dans la manière de découvrir « touristiquement » (MIT, 2011 : 93) l'espace rural.

Le cadre bucolique (*tianyuan fengguang*) que constitue un paysage rural correspond à une attente forte des touristes. La description de ce cadre campagnard par les touristes se compose de mots et expressions particulières et récurrentes : paysage d'eau (*shuiti fengguang*), panorama et paysage (*fengjing, jingguan*).

« La découverte se forge autour de l'idée de ce qui est beau pour les touristes » (MIT, 2011 : 93). En ce sens, il y a un lien particulièrement puissant entre la découverte et l'attente de l'esthétique, du beau et de la contemplation pour des paysages. Le tourisme dans les campagnes s'inscrit dans la filiation des formes originales du *tour* des Anglais, où contemplation et regards sur les paysages marquent le rôle majeur du départ. La contemplation du touriste est différente de celle de l'artiste. La sensibilité n'est pas la même. Pour le touriste l'observation du paysage est source de dépaysement, de délasserment et de ressourcement. C'est en ce sens que la découverte entre en collision avec le repos. Enfin, la découverte traduit l'importance de la curiosité d'un individu sur un lieu.

## Contempler et photographier



Village de Qianwei sur l'île de Chongming, municipalité de Shanghai (E. Véron, juillet 2012).



Village de Jiangxiang dans la province du Jiangsu (E. Véron, mars 2010).



Sommet du lac Tai, site de Piaomiao dans la province du Jiangsu (E. Véron, avril 2011).



Mausolée de Lu Yu dans le village de Shuikou, province du Zhejiang (E. Véron, octobre 2012).



Paysage du village de Jingxing au centre du Zhejiang (E. Véron, mai 2012).



Cour intérieure d'une maison du Bourg de Zhouzhuang, Jiangsu (E. Véron, février 2012).



Panorama depuis Piaomiao, Lac Tai, Jiangsu (E. Véron, avril 2011).



Etudiants en art dans le village de Hongcun, Anhui (E. Véron, avril 2011).

Emmanuel Véron, UMR 8586 Prodig, 2016.

### Planche photographique 4.

La prise de photographie et la mise en scène de soi devant un paysage (dont les échelles sont variables) sont primordiales. La photographie joue un double rôle, d'abord celui d'une preuve pour soi et les autres d'avoir vu et fréquenté un lieu (célèbre ou non, esthétique ou non) ; puis de souvenir pour soi. Ce dernier s'inscrit dans une logique d'accumulation et de catalogue d'images. Le touriste devient à la fois « un producteur et un véritable collectionneur d'images » (Amirou, 1995 : 78-82 cité dans David, 2007 : 154) (cf. planche photographique 4).

Si la découverte concerne des lieux, des individus, des activités et des savoirs, cette pratique prend tout son sens dans la dimension paysagère des lieux et espaces ruraux du tourisme. La recherche des notions culturelles du paysage en Chine (*shanshui* ou *fengjing*) à travers tel ou tel lieu est systématique. L'attente et la satisfaction du touriste résident dans la contemplation d'un site dont les paysages correspondent aux canons de la littérature, de la poésie et de la peinture chinoise représentant un ou des paysages. La présence de reliefs et d'eau voire de forêts ou de bois est majeure. Par extension, la découverte d'une architecture ou d'activités vernaculaires (spécificités du lieu) au sein d'un village, d'un bourg ou d'une ruelle (ou d'un canal) joue pleinement dans la pratique du ressourcement (cf. planche photographique 4).

Nous rassemblons et évaluons ci-dessous toutes les activités observées sur les sites touristiques. Un découpage par génération permet d'appréhender la différenciation et la prédominance d'une activité sur l'autre.

Activités participant à la découverte	Part en % des 18-40 ans	Part en % des 40-55 ans	Part en % des 55-70 ans
Visites de sites, musées, parcs	96	98	94
Promenade à pied	78	81	84
Promenade en véhicule	18	14	24
Promenade en bateau	54	51	62
Vélo / VTT	12	8	1
Patrimoine	84	87	86
Manifestations culturelles	65	79	74
Achats	85	76	64

**Tableau 42 – La pratique de la découverte des citoyens chinois dans les campagnes touristiques (en % totale > 100 %).**

Les visites et découvertes de lieux, de savoirs et d'activités rattachées au local (ou au site) dominent pour l'ensemble intergénérationnel. Cependant, la pratique d'activités impliquant le corps et un effort physique montre l'hétérogénéité entre la classe la plus âgée et la classe plus jeune.

Enfin, la relative diversité d'activités exposées à travers ce tableau doit être resituée dans la pauvreté corrélative des activités proposées sur un site. La plupart des sites touristiques ne proposent pas l'ensemble de ces choix et équipements.

### 2.3 Le jeu : une pratique variée et hétérogène

Jouer, les jeux et la vie ludique sont profondément inscrits en Chine dans la culture et dans le temps long. « La vie ludique connaît un essor et se diversifie à l'aube des années 1980 » (Papineau, 2006 : 140). Le spectre du jeu est large. Il s'est parfaitement inséré dans les pratiques touristiques. L'espace rural est à la fois le support d'un renouvellement du jeu et la prolongation de pratiques usitées dans les sociétés urbaines.

En 1958, Roger Caillois classe en « quatre catégories le jeu : le hasard, le simulacre, le vertige et la compétition » (MIT, 2011 : 62). Nous réfléchissons à l'articulation entre le jeu et le tourisme.

Les activités physiques et sportives sont d'une part peu présentes et d'autre part peu usitées. Il y a une forte corrélation entre la pratique sportive (bien souvent de découverte) et la génération la plus jeune. Ces activités se concentrent autour de jeux d'eau (*cf.* planche photographique 5), de la découverte d'activité équestre et de la pêche.

Activités participant au jeu	Part en % des 18-40 ans	Part en % des 40-55 ans	Part en % des 55-70 ans
Karaoké	46	61	65
Pêche	19	8	12
Mahjong	24	45	87
Jeux de cartes	54	64	84
Cueillette	82	78	19
Jardinage / activités agricoles	64	54	35
Activité équestre	12	7	0
Jeux d'eau	22	11	2
Nourrir / voir des animaux	35	22	6
Activités physiques autres	5	6	4

**Tableau 43 – La pratique du jeu des citoyens chinois dans les campagnes touristiques (en % totale > 100 %).**

L'activité importante s'apparentant à une double pratique (découverte et jeu) est celle de la cueillette de fruits et le ramassage de légumes (*cf.* planche photographique 5). Le *hobby-farming* est au cœur du projet touristique inscrit dans une temporalité intra-annuelle très

précise. Cette pratique de la cueillette s'opère à travers un double processus de location de parcelle à l'année, au mois, ou pour un week-end et de non-location, mais de parcelles réservées à la cueillette pour citoyens au sein d'une exploitation. Aussi, l'accompagnement et l'explication des acteurs locaux (paysans ou guides, parfois les deux) facilitent cette pratique.

Cette activité ludique est particulièrement opératoire chez les générations des 18-40 ans et des 40-55 ans. La cueillette ne connaît pas un tel succès auprès de la tranche la plus âgée. Aussi, la cueillette peut être analysée dans le prolongement d'autres activités parfois proposées comme le jardinage, la découverte d'activités agricoles, éventuellement le contact avec un animal (nourrir, toucher et regarder). La particularité de ces activités réside dans la simplicité et l'acte en lui-même. En effet, tout est fait pour que le touriste prenne du plaisir et trouve satisfaction dans le ramassage. Aussi, le rôle du touriste change. En faisant lui-même la cueillette de fraises (*cf.* planche photographique 5), le touriste est au cœur de l'acte paysan. Il prend la fonction du paysan.

En cela, le simple ramassage de légumes ou de fruits contribue à ce que les spécialistes du tourisme nomment « tourisme participatif » (MIT, 2011 et 2008). C'est bien le passage à l'acte participatif qui provoque l'excitation et le changement d'identité du touriste. « Rêve d'être paysan pour la journée. On fait "comme si", on joue à être ce qu'on n'est pas habituellement » (Amirou, 2012 : 206).

La notion de paysan jardinier de la nature (Jollivet, 2001 ; Le Floch *et al.*, 2005) joue ici un rôle particulier. En effet, ramasser par soi-même des fruits et légumes accroît le sentiment de confiance à l'égard du produit gastronomique. Un touriste raconte à propos de la cueillette de fraises : « nous savons ce que nous mangeons une fois arrivés à la maison. Nous avons vu et ramassé ces fraises. Elles sont fraîches et saines. C'est différent des fruits qu'on peut trouver dans les supermarchés ».

La prise de photographie lors de la cueillette est à situer dans le prolongement de la mise en scène et de la collection d'images qui deviendront des outils animant des souvenirs (entre amis ou en famille).



## Cueillette de fraises



Préparation des touristes avant de pénétrer dans l'abri pour la cueillette, arrondissement de Qingpu, municipalité de Shanghai (E. Véron, mars 2010).



Entrée dans l'abri, progression pour trouver les "meilleures" fraises, arrondissement de Qingpu, municipalité de Shanghai (E. Véron, mars 2010).



Jeux, prises de photographies et cueillette de fraises entre amis et en famille. Au dernier plan (photographie de droite), à l'extérieure de l'abri, un paysan gérant cette exploitation, arrondissement de Qingpu, municipalité de Shanghai (E. Véron, mars 2010).



Bilan de la cueillette avant la pesée et le paiement de la récolte, arrondissement de Qingpu, municipalité de Shanghai (E. Véron, mars 2010).



Pesée et négociation du prix des barquettes de fraises fraîchement cueillies par des citadines shanghaiennes (à gauche du cliché) avec les paysans (à droite du cliché), arrondissement de Fengxian, municipalité de Shanghai (E. Véron, mars 2014).

Emmanuel Véron, UMR 8586 Prodig, 2016.

### Planche photographique 5.

Enfin, la pratique du marchandage et la négociation du prix de la récolte avec les paysans semblent s'inscrire dans la singularité de sociabilité entre deux populations : d'un côté, le touriste allochtone dont les identités sont changeantes (du citadin au citadin-paysan) et, d'un autre côté, le paysan dont le revenu et la fonction dépendent de l'exploitation. Le marchandage est un moment en contraste avec le plaisir et le jeu du ramassage. En effet, il s'agit d'un moment sérieux où les jeux de faces jouent à plein. Un gradient de marchandage est observable selon les clientèles urbaines. Bon nombre de clients originaires de Shanghai négocient plus durement un panier de fruits et légumes que les populations en provenance des régions urbaines comme Suzhou, Nankin, Hangzhou ou Ningbo.

Autres catégories majeures dans les activités ludiques prenant place dans les sites touristiques sont des activités où la génération des 50 ans et plus sont largement représentées. Il s'agit des jeux de cartes, du mahjong et du karaoké. En cela, la segmentation des pratiques ludiques est réelle entre générations jeunes et générations plus âgées (*cf.* planche photographique 6). La spécificité commune de ces trois activités réside dans le fait d'une maîtrise technique de la part des touristes. En outre, ces activités sont largement usitées dans les sociétés urbaines et ne sont pas exclusives au temps du hors-quotidien. Simplement, la libération du temps de travail et l'équipement des lieux (table de mahjong et salle de Karaoké avec télévision, lecteur DVD et micro) permettent le prolongement de pratiques ou de loisirs du quotidien vers le hors-quotidien.

Les jeux de cartes, du mahjong et du karaoké prennent place dans la très grande majorité des lieux touristiques. Ils sont en cela avec la cueillette dans la construction de la spécialisation du lieu de destination. L'association lieu/pratiques (MIT, 2011) à travers d'une part le hobby-farming et les jeux de cartes, mahjong et karaoké forme la spécificité partielle de la destination rurale.

Enfin, les autres activités relevées dans le tableau 43 sont marginales, du moins périphériques. Il s'agit d'activités dont l'apprentissage technique est plus élevé que la cueillette ou que les activités maîtrisées et pratiquées durant le temps du quotidien. Ces activités sont essentiellement liées au corps (activités sportives) ou non (la pêche par exemple). Plus généralement, les activités nécessitant un certain apprentissage, notamment de techniques corporelles sont rares sinon peu usitées.

## Se reposer, jouer et découvrir - 1



Visite et promenade d'un groupe de touristes retraités dans le village de Qianwei, Chongming, Shanghai (E. Véron, juin 2012).



Groupe de touriste sur un quai, attendant d'embarquer dans un bateau pour effectuer une promenade dans les canaux de la zone humide de Xixishidi, Zhejiang (E. Véron, avril 2010).



Touristes jouant aux cartes dans un espace de repos et de consommation de thé du mausolée de Lu Yu, Zhejiang (E. Véron, mai 2012).



Achat et négociation du prix de légumes à une paysanne dans le bourg de Zhujiajiao, Shanghai (E. Véron, février 2010).



Promenade et visite touristique de jardin et de serre botanique et florale dans le village de Qianwei, Chongming, Shanghai (E. Véron, juin 2012).



Chalands dans une ruelle commerçante du bourg de Qibao dans l'agglomération de la métropole de Shanghai (E. Véron, juillet 2012).

Emmanuel Véron, UMR 8586 Prodig, 2016.

### Planche photographique 6.

## 2.4 Le temps du repos : une catégorie contradictoire ?

Le repos est un motif de départ, par la recherche du délassement, de l'oxygénation et de la régénération. C'est aussi une phase singulière du séjour. Elle recouvre un large spectre de façon de faire. Cela tient à la notion même du repos. Celle-ci est changeante selon les individus, selon les générations et la physionomie des individus.

Par définition la pratique du repos correspond à une fixité, une phase de calme, à une halte. Nous montrons ici que le repos est associé à des phases de calme et d'arrêt (physique), mais peut aussi être envisagé dans une dimension associée à la singularité du lieu. Le couple lieu/pratiques est opératoire. Le repos implique un rapport au corps et à l'esprit. Il permet la régénération et participe à la conservation d'un bon état de santé. L'association de la campagne à un espace d'hygiène, au sens environnemental, doué d'un air pur permettrait l'oxygénation. La campagne est régulièrement perçue comme ayant un bon niveau de qualité de l'air (*kongqi zhiliang*) (cf. extraits d'entretiens ci-dessous).

Activités participant au repos	Part en % des 18-40 ans	Part en % des 40-55 ans	Part en % des 55-70 ans
Repos et détente (pas d'activité)	92	94	98
Boire du thé et discussion	63	91	92
Sieste	8	12	69

**Tableau 44 – La dimension repos des citoyens chinois dans les campagnes touristiques (en % totale > 100 %).**

- Témoignages sur la notion de repos pendant un séjour à la campagne.

Nous rassemblons ci-dessous trois extraits d'entretiens à propos du repos.

M. Wang, employé dans une entreprise privée, Hangzhou, 2012.

« Le séjour à la campagne permet à ma famille et à moi-même de nous retrouver et de nous reposer. Le calme de la campagne est propice au repos [...] Les promenades dans les sous-bois et le long des canaux sont très reposantes. Nous pouvons profiter du bon air de la campagne ».

Mme Zhao, enseignante, Hangshan, 2011.

« Parfois le rythme des visites et les transports sont très fatigants. Le tourisme est fait pour se reposer et se changer les idées, mais cela arrive en fonction des conditions de voyages que nous soyons fatigués [...] J'aime fréquenter les lieux isolés du bruit et des foules de touristes pour pouvoir me reposer des semaines fatigantes. Je séjourne à la campagne, dans un gîte, là où l'atmosphère est plus calme ».

M. Zhu, cadre au Parti communiste, Shanghai, 2012.

« Je peux me détendre en famille dans un gîte. Nous jouons, chantons et nous promenons dans le village et dans le parc. C'est une vraie coupure avec le travail et la vie à la ville ».

## Se reposer, jouer et découvrir - 2



Stand de tir à la carabine et base de départ de Karting dans le village de Qianwei, Chongming, Shanghai (E. Véron, octobre 2012).



Lâché de lanterne en papier, le jour de la fête Nationale dans le village de Sanmin, Chongming, Shanghai (E. Véron, octobre 2012).



Adolescents jouant sur un téléphone et une console de jeux dans le parc de Dongping, Chongming, Shanghai (E. Véron, avril 2010).



Ecoliers en rang dans le parc de Dongping, Chongming, Shanghai (E. Véron, avril 2010).

Emmanuel Véron, UMR 8586 Prodiges, 2016.



Jeux d'eau, plage et pédalos sur le lac dans le parc forestier de Dongping, Chongming, Shanghai (E. Véron, avril 2010).



Jeux d'eau et plage : touristes entre mannequins en plastique, parc de Sheshan, arrondissement de Songjiang, Shanghai (E. Véron, septembre 2010).



Promenade d'un groupe de touristes retraités dans le village de Qianwei, Chongming, Shanghai (E. Véron, mars 2012).

### Planche photographique 7.

Le lieu est pleinement associé à la pratique du repos. Aussi, se reposer sans activités clairement identifiées semble être la catégorie avec celle de la dégustation de thé tout en discutant, la plus représentative de la rupture et de l'immobilisme. En outre, le repos s'exprime également à travers des activités de délasserement propre au lieu équipé et aménagé pour : la promenade et la contemplation. Cette pratique est bien en collusion avec la découverte. La porosité entre repos et découverte (voire visite) entre en contradiction avec le rythme de visite imposé à un groupe, ou par la saturation en touristes d'un site. La campagne perd alors sa « fonction » régénératrice.

Aussi, pour certains individus (assez rares), en particulier, la pratique de gymnastique (énergétiques) spécifique (*qi gong* et *taiji quan*) ou de mouvements gymniques basiques peut faire l'objet (le matin, avant le premier repas) d'activités physiques à part entière visant à la détente et la régénération du corps et de l'esprit. La sieste est en majorité pratiquée par les touristes les plus âgées, le plus souvent après le repas de milieu de journée (tableau 44).

Enfin, le délasserement peut paradoxalement s'opérer par une déconnexion avec le lieu. Le recours à des jeux sur smartphone, sur console (*cf.* planche photographique 7) ou encore la découverte de sports ou activités physique (karting, tir à la carabine à plomb...) <sup>12</sup> peuvent participer des pratiques poreuses entre jeu, repos et découverte. L'ensemble de ces dernières reste toute fois assez périphérique et donc assez peu usitée. L'apprentissage technique, la maîtrise des corps (donc du rapport à la corporéité) jouent sur la faible part de ces activités.

## **2.5 « À table ! ». Fonction centrale du temps des vacances à la campagne**

La dernière pratique correspond à une fonction importante à la fois dans les besoins essentiels à l'homme, mais également dans les motifs du tour à la campagne pour le touriste. Frédéric Obringer (2006 : 6) indique que : « l'importance de la nourriture dans la civilisation chinoise dépasse la simple nécessité de manger pour survivre ». En cela l'alimentation au-delà de sa fonction utilitaire est le moment privilégié où se joue une des centralités du séjour. En effet, l'articulation entre gastronomie « rurale » et tourisme est forte. L'alimentation prend la forme d'une pratique à part entière, tout en étant étroitement liée à celle de la découverte. La prise de repas est une pratique en continuité avec celle du quotidien et vient enrichir l'expérience touristique et sociale du touriste chinois. Venir manger et découvrir des spécialités culinaires campagnardes permet le développement de la connaissance gastronomique des urbains chinois. L'ensemble de ces critères fait de la gastronomie une pratique à part entière.

---

<sup>12</sup> Il existe d'autres activités parfois proposées comme le paint-ball, le « roller-ski » sur gazon ou encore des démonstrations avec des animaux de compagnie (chiens) ou de la ferme (chevaux, pigeons, porcs, volailles...).

Françoise Sabban montre comment l'alimentation et la gastronomie sont redevenues avec l'ouverture des secteurs revitalisés. « Avec la libéralisation de la fin des années 1970, et l'augmentation globale du niveau de vie des Chinois [...], la réouverture des restaurants d'initiative privée, l'essor de l'industrie agroalimentaire, l'action volontariste des autorités pour valoriser les métiers de bouche, la “dépénalisation” de la gourmandise, sont devenues un sujet académique » (Sabban, 2012 : 107)<sup>13</sup>. Depuis, une trentaine d'années, la gastronomie (re)devient un fait culturel et de civilisation (Sabban, 2006). Le tableau 45 rassemble les motifs de l'articulation entre gastronomie et tourisme dans les campagnes.

Activités participant à la restauration	Part en % des 18-40 ans	Part en % des 40-55 ans	Part en % des 55-70 ans
Gastronomie locale	98	100	96
Découvrir de nouveaux plats à des prix raisonnables	85	76	84
Produits « sains » et « frais »	95	96	98
Manger entre amis et en famille	82	94	93

**Tableau 45 – La pratique de la gastronomie par les citoyens chinois dans les campagnes touristiques (en % totale > 100 %).**

La recherche d'une gastronomie locale polarise la clientèle urbaine sur les sites touristiques. Ces derniers rassemblent des restaurants de différentes gammes et qualités (*cf.* planche photographique 8). L'engouement et l'attachement à une gastronomie rurale sont à resituer dans la quête de découvertes et d'expériences nouvelles, mais aussi dans une dimension d'amélioration de la qualité de vie.

D'après le tableau 45, la recherche culinaire à travers sa dimension locale (*difang*) fait l'unanimité entre les différentes générations. C'est de ce fait, un motif essentiel du tour. Aussi, l'expérience touristique culinaire est motivée par le budget relativement réduit d'un repas partagé à plusieurs. En effet, un repas complet (avec une dizaine de plats voire plus) s'élève à seulement 30 à 40 yuans par personne. Il y a donc une continuité avec le motif budgétaire de départ, à savoir une forme touristique relativement peu onéreuse et compétitive par rapport à d'autres formes de tourisme. Enfin, la découverte culinaire, spatialisée dans le monde rural est l'occasion d'un moment partagé et de sociabilité. Cette expérience est également en rupture avec l'expérience culinaire dans le monde urbain par la composition des menus. Aussi,

<sup>13</sup> Françoise Sabban démontre comment depuis plus de 30 années d'ouverture et de réformes (Sabban, 2006), les autorités chinoises ont restructuré le domaine de la gastronomie en plusieurs thèmes : l'opposition Chine/Occident ; l'histoire locale ; le religieux ; les groupes ethniques ; le contexte festif ; les denrées et les produits ; la création et les usages ; les activités liées à de grands personnages ; les œuvres d'art ; la critique des recherches considérées comme de peu de valeur ; les développements et les particularités de la culture alimentaire chinoise. Dans ce sens, la gastronomie dans les campagnes fait l'objet d'une pratique toute particulière.



l'importance de la gastronomie peut être interprétée à travers le manque chronique de nourriture (disettes et famines) dans l'histoire longue, comme dans un temps récent. Le système des tickets de rationnement disparaît dans les années 1980 seulement.

La multiplication de guides et de manuels donnant des recettes des produits de la campagne (Wang, 2006), du tourisme à la ferme (*nongjiayou*) et de la gastronomie de la ferme (*nongjiacai* ou *nongjiafan*, *nongjia shipin*) (Li et Guan, 2007) permet aux citoyens de se familiariser avec ces produits ou de retrouver des produits oubliés.

*- Témoignages sur la gastronomie et l'alimentation pendant un séjour à la campagne*

Nous rassemblons ci-dessous quatre extraits d'entretiens à propos de la gastronomie et des repas.

M. Ding, cadre, Shanghai, 2012. « Nous aimons manger des produits gastronomiques de la campagne. Ces produits sont frais et de bonne qualité. Les préparations culinaires sont simples, parfois très élaborées. C'est original et ça nous change des repas de la semaine à Shanghai (des nouilles chez les Hui [...] ou encore les produits qu'on achète au supermarché). [...] La gastronomie à la campagne est un terroir. On ne mange pas partout la même chose. Il y a des spécialités que l'on ne trouve que dans certains endroits (région, village). On peut souvent trouver des produits bio ».

M. Qiu, guide touristique, Nankin, 2012. « La gastronomie dans les campagnes est différente de ce qu'on trouve en ville, à Nankin par exemple. Les aliments sont frais, parfois originaux et sans polluants. Les produits sont de bonne qualité. Avec ma famille nous aimons les produits locaux que l'on découvre ou redécouvre en fonction des saisons (pousses de bambous, crabes, crevettes, petits poissons, plantes aquatiques...). Ces produits sont parfois bio, c'est une assurance de qualité ».

Mme Zhang, employée dans une gare ferroviaire, Shanghai, 2012. « Manger à la campagne, dans un gîte, change nos habitudes. Les plats sont très bons, de bonne qualité et même si leur préparation est toujours la même, le goût est à chaque fois différent. [...] Les aliments sont sains sans produits chimiques. Ce ne sont pas les mêmes aliments (la volaille par exemple) que ce qu'on mange en ville. C'est moins gras, moins sucré. J'aime manger des escargots et des anguilles des canaux et rivières de la région ».

Mme Zheng, retraitée, Shanghai, 2012. « Je séjourne une à deux fois par an dans un gîte à la campagne (Zhejiang) avec mon mari et des amis. Nous y allons pour nous reposer, mais aussi pour manger des choses saines et fraîches. C'est important pour la santé. Nous sommes plus

vraiment jeunes et nous faisons attention. Il y a beaucoup d'aliments qui ne sont pas bons, en particulier en ville. [...] J'achète toujours des produits locaux, que je rapporte à Shanghai ».

## Se restaurer à la campagne



Dîner dans la cour intérieure d'un gîte du village de Qianwei, Chongming, Shanghai (E. Véron, octobre 2012).



Salle de restaurant, discussions avant d'entamer le déjeuner. Chongming, Shanghai (E. Véron, avril 2012).

Emmanuel Véron, UMR 8586 Prodig, 2016.



Restaurant/cantine dans le parc forestier de Dongping, Chongming, Shanghai (E. Véron, avril 2010).



Salle de restauration de gîte d'"étape" en bordure de route sur l'île de Xishan, lac Tai, Jiangsu (E. Véron, juin 2011).



Jeune couple déjeunant dans le restaurant d'un gîte à proximité du site de Xishashidi, Chongming, Shanghai (E. Véron, juin 2012).



Fin de repas, gîte dans le village de Shuikou, Zhejiang (E. Véron, mai 2012).



Déjeuner dans un restaurant le long d'un canal du bourg de Nanxun, Jiangsu (E. Véron, juillet 2011).

### Planche photographique 8.

Le repas s'inscrit en discontinuité avec les habitudes alimentaires du quotidien, du repas à la maison ou dans un restaurant. Manger est aussi un plaisir. Les témoignages sont fréquents à propos du réel plaisir à manger, associé à la consommation d'alcools locaux (vins et liqueurs).

La prise d'un repas s'organise et se déroule selon deux contextes de tables. Il existe des restaurants proposant des tables carrées (de dimension réduite) et des tables rondes (de dimension importante) (cf. planche photographique 8). Toutes ces tables sont en bois. Les premières sont généralement réservées à un faible nombre de personnes partageant un repas (de deux à quatre personnes voire plus). C'est souvent le cas de repas en famille, en couple ou en petits effectifs d'amis. Ces tables sont appelées les tables dites aux « huit immortels »<sup>14</sup> (*baxian zhuo*). Les quatre pieds sont parfaitement à l'aplomb<sup>15</sup>. La forme orthogonale permet le partage régulé du repas. Le confort relatif de la table s'articule avec la rusticité du bois et des tabourets. L'autre type de table correspond à un degré de moindre rusticité. Les tables sont rondes et leur dimension est très variable (table de 6 à 12 voire plus). Un plateau en verre est posé sur la table permet la circulation des plats progressivement servis. Cette forme correspond à des tables adaptées pour d'une part un nombre important de convives, d'autre part pour un repas hors du cadre restreint familial (parents et enfant). En effet, la table concerne un moment de sociabilité familiale élargie, de travail ou d'amitiés permettant le déroulement d'un jeu de face particulier. La forme du cercle parfait favorise les échanges, les liens et la bonne circulation des interactions sociales, verbales voire énergétiques. La forme et la dimension des tables sont cruciales dans le choix du restaurant par les clients. Le degré de connaissance des clients selon les arts d'ébénisterie participera aux choix d'un restaurant et du lieu.

La gastronomie rurale est également perçue comme singulière, à rechercher et à tester (cf. planche photographique 8). Cette gastronomie rurale est à la fois un gage de qualité et de singularité. Il s'agit d'un terroir (*fengtu*) à part entière. Les produits sont décrits comme ayant une saveur (*fengwei*) particulière. C'est bien l'idée de terroir qui est au cœur du projet touristique et culinaire. Aussi, la gastronomie locale est quasi systématiquement perçue et décrite comme « saine » (*jiankang*) et « fraîche » (*xinxian*). Plus de 95 % des touristes de l'enquête (toutes générations confondues) déclarent que la gastronomie rurale est composée

---

<sup>14</sup> Les immortels sont des divinités du panthéon taoïste et de la religion populaire chinoise. Ils correspondent à différents individus de la société, devenus immortels (lettré, mendiant, militaire, infirme, redresseur de torts, vieillard, femme, noble).

<sup>15</sup> Un côté ne dépasse généralement pas un mètre. La hauteur doit être égale à la largeur d'un côté du plateau. L'usage d'un bois plus ou moins précieux (cèdre) et les techniques d'ébénisterie renseignent sur la qualité du restaurant et du lieu.

de produits frais, propres et bons pour la santé (*cf.* tableau 44). La pratique de la gastronomie rurale participe à la régénération et à la récréation (MIT, 2011) de l'individu. En tant que pratique, la gastronomie, la découverte, le repos et le jeu sont en collusion. Les pratiques sont perméables et se complètent autour du projet de dépaysement-récréation.

Les témoignages contrastent avec les récurrents scandales alimentaires, en particulier depuis celui du lait contaminé à la mélamine en 2007<sup>16</sup>. La perte de confiance relative dans l'industrie agroalimentaire, mais aussi dans les pratiques parfois douteuses de restaurateurs, ajoutée aux usages massifs de produits chimiques (herbicides, pesticides, engrais) par les paysans enrichissent les perceptions de la qualité des aliments et par extension de la gastronomie. Ainsi, l'alimentation, en particulier la prise de repas dans les campagnes, renoue-t-elle avec l'histoire prophylactique de la gastronomie en Chine. Manger est aussi un acte important pour se soigner, conserver ou renforcer une bonne santé. C'est dans ce contexte que l'appellation de produits biologiques est devenue récurrente.

Les citoyens développent une sensibilité forte par rapport à la qualité de l'alimentation et trouvent dans les labels biologiques une confiance parfois perdue, lorsque le « bio » se révèle être du « faux bio », sans aucun cadre juridique, ni contrôle spécifique de production, de vente et conseils de consommation<sup>17</sup>.

L'équilibre des aliments (viandes, poissons, légumes, céréales et fruits), des plats chauds et froids, sucrés et salés, doux et acides, est autant de critères participant au bon état de santé. La consommation de produits saisonniers, associés à des aliments renforçant certains organes et systèmes lymphatiques, sanguins et endocriniens participe à des pratiques de santé renouvelées. Ces pratiques sont inscrites dans les grandes thématiques de la médecine chinoise. La recherche de l'alternance et de l'équilibre d'aliments « chauds »<sup>18</sup> et « froids »<sup>19</sup> d'une part, et « neutres »<sup>20</sup> et « doux »<sup>21</sup> d'autre part (Zhou, 1998), permet de maintenir sa santé ou de se soigner.

La pratique de la gastronomie permet d'expérimenter la richesse culinaire d'une région dans un restaurant à travers un repas. Aussi, comme le rappelle Perrin (2007 : 9) : « le temps

---

<sup>16</sup> Nous ne mentionnons ici que quelques scandales alimentaires et sanitaires : lait à la mélamine, pastèques explosives, gingembres empoisonnés, choux au formol, riz au cadmium, champignons à l'eau de javel, huile de caniveau, viande périmée. Ces quelques scandales sont à resituer dans le contexte de médiatisation et de surenchères émotionnelles via les réseaux sociaux et la publication de témoignages (récits et photos) sur des blogs ou des sites web.

<sup>17</sup> Nous développons une analyse complète des produits dits « bio » dans le chapitre 9.

<sup>18</sup> Les aliments dits « chauds » sont par exemple : bœuf, poulet, chien, chat, oignon, gingembre, piment, mangue, ananas.

<sup>19</sup> Les aliments dits « froids » sont par exemple : escargot, canard, serpent, banane, pastèque.

<sup>20</sup> Les aliments dits « neutres » sont par exemple : porc, céréales, légumes verts, prune, pomme.

<sup>21</sup> Les aliments dits « doux » sont par exemple : tortue, jujube, longane, pêche.

consacré à la découverte de l'exploitation et du patrimoine rural se limite bien souvent à la dégustation de produits du terroir ». Le temps du repas est un moment privilégié du tour. Les spécialités locales (produits locaux spécifiques - *difang tese de chanpin* et nourritures paysannes spécifique *nongjia tese cai*) gastronomiques forment autant d'arguments de visite que le panorama d'un site, ou les activités connexes proposées. La gastronomie locale est très fortement associée à « la » gastronomie rurale dont les représentations sociales liées au goût, aux aliments, aux discours et aux images (Etcheverria, 2011) forment le corpus commun des citoyens venus chercher un produit (touristique) unique.

Le tourisme dans les campagnes permet la création d'une identité culinaire collective (Guichard-Anguis, 2011) particulière. Il y a une gastronomie rurale basée sur la simplicité, la fraîcheur et la qualité des produits, provenant tous d'une même localité et consommés sur place. Aussi, la gastronomie est démultipliée en fonction de la très grande variété de localités. La pratique touristique gourmande est duale : d'une part la consommation *in situ* d'un repas, d'autre part l'achat de produits locaux (galettes, thé, fruits, pièces de viandes, pousses de bambou, gâteaux...) consommés ultérieurement.

## **2.6 Synthèse des pratiques et de leurs articulations avec le processus touristique**

Les activités pratiquées pendant le temps du tourisme à la campagne sont variées. Nous proposons ici un tableau récapitulatif de l'ensemble des activités observées à travers le suivi des touristes, des entretiens, les plaquettes et documentations d'agence touristique et des sociétés de gestion du tourisme des lieux concernés. Le spectre des activités est large cependant, nous établissons une typologie d'activités liées aux pratiques plus ou moins usitées.

Activités	Usitée	Moyennement usitée	Délaissée
1. Visites	X		
2. Karaoké	X		
3. Jeux de cartes	X		
4. Mahjong	X		
5. Cueillette	X		
6. Discussions	X		
7. Pêche à la ligne		X	X
8. Consommation de thé	X		
9. Promenade	X		
10. Gastronomie	X		
11. Photographie	X		
12. Randonnées			X
13. Paint-ball			X
14. Karting		X	
15. Monter à cheval		X	
16. Découpage de papier		X	
17. Activités folkloriques autres		X	
18. Promenade en vélo		X	
19. Promenade en bateau		X	
20. Promenade en véhicule			X
21. Histoires locales	X	X	
22. Jeux divers		X	
23. Tir		X	X
24. Achats	X		
25. Manège		X	X

**Tableau 46 – Le spectre des activités recensées dans les tourisms à la campagne.**

Ce tableau permet de recenser l'ensemble des activités répertoriées sur les 55 sites de l'étude. Tous ne proposent pas l'ampleur de ce panel. Les activités en rapport avec un certain degré de technicité sont délaissées et peu usitées. Seules les activités peu liées (voire pas du tout) avec une implication du corps dans l'acte physique très limitée (sportif ou non) et d'un degré d'apprentissage moyen ou avancé sont privilégiées. En cela, le « tourisme vert » se distingue des pratiques et des activités connues dans les pays occidentaux<sup>22</sup>.

Après avoir identifié l'ampleur des différents spectres de chaque pratique, nous établissons une synthèse des articulations et des spécificités de la découverte, du repos, du jeu et de la restauration (*cf.* figure 23).

<sup>22</sup> L'apparition de pratiques comme le golf, le parapente, les rares parcours de pêche, la randonnée spécialisée, l'escalade, le VTT, témoigne des mutations des pratiques. Cependant, ces dernières sont très marginales et semblent être plutôt polarisées par les populations étrangères résidentes en Chine. Un transfert des pratiques et la circulation des modèles sont malgré tout amorcés.

Les pratiques sont toutes en lien avec des caractéristiques propres au tourisme dans les espaces ruraux. Tout d'abord, il y a la porosité des pratiques les unes par rapport aux autres. Puis, une distinction par génération marque certaines pratiques. C'est ce que l'on nomme « effet de génération ». Une pratique est plus ou moins dominante et animée par telle ou telle génération. L'articulation forte avec le lieu concerne la troisième catégorie.

- La découverte ou la visite est une pratique poreuse. La découverte ou la visite d'un site permet d'accéder à la gastronomie et de découvrir des spécialités locales. La découverte (site, panorama, activités, musées, animaux...) est particulièrement articulée avec le processus touristique donnant une « spécialisation de l'association lieu/pratique » (MIT, 2011 : 84). La pratique de la découverte est assez homogène et ne connaît pas de réel effet de génération. En ce sens, l'hétérogénéité des façons de faire est faible.

Synthèse des pratiques touristiques dans les campagnes du delta du Yangzi				
Typologie des quatre pratiques	Grandes caractéristiques propres au tourisme dans les campagnes			
	Porosité de la pratique	"Effet de génération"	Articulation de la pratique avec le lieu	Différentes façons de faire
Découverte	+++ Porosité très forte avec: le jeu, le repos et la gastronomie.	- Peu "d'effet de génération". Trait commun.	+++ Très forte corrélation : panorama et qualité du lieu.	+ Faible : groupe organisé vs groupe autonome.
Jeu	+ Faible porosité. Relative perméabilité avec la découverte.	+++ Fort "effet de génération".	+ Faible : activité délaissée ou en continuité avec d'autres lieux.	+++ Fort : polarisation des jeux et loisirs usités en ville. Technique et savoir-faire faible.
Repos	+ Faible porosité. Relative perméabilité avec la découverte.	+++ Fort "effet de génération".	++ Forte : oxygénation, dépaysement.	++ Polarisation intergénérationnelle.
Gastronomie	++ Porosité forte avec: le jeu, le repos et la découverte.	- Peu "d'effet de génération". Trait commun.	+++ Très forte corrélation : unique et spéciale.	- Trait commun. Forte homogénéité.

Emmanuel Véron, UMR 8586 Prodig, 2016.

Figure 23.

- Le jeu connaît une relative porosité avec la pratique de la découverte. En effet, ce second type est animé par des usages connus et usités pendant le temps du quotidien (jeux de cartes, mahjong, karaoké principalement). Seules quelques activités comme monter à cheval, le karting, et quelques autres activités (tir, jeux d'eau, manèges) impliquant une certaine



corporéité se distinguent partiellement. Aussi, ces dernières sont assez peu pratiquées. Un effet de génération se dessine. Les tranches sociodémographiques les plus âgées se polarisent sur les jeux à fort degré de sociabilité (mahjong, cartes), tandis que les tranches les plus jeunes se polarisent sur des jeux de découverte associés aux lieux (jeux d'eau, autres activités) et au karaoké. Ce dernier est en continuité avec les pratiques de loisirs du quotidien en ville.

- Le repos est relativement perméable avec la découverte. Le dépaysement par la contemplation en est l'activité la plus emblématique. Aussi, le repos se retrouve dans la pratique de la gastronomie, lors d'une dégustation de thé voire d'une cérémonie du thé, accompagnée de discussions. Le repos connaît une polarisation générationnelle. Les individus les plus âgés revendiquent cette pratique comme fortement associée au lieu, au processus touristique rural. Aussi, les tranches les plus jeunes associent le tourisme au repos, à l'immobilité et à la cessation d'activité.

- La gastronomie, enfin, constitue une pratique à la fois particulièrement articulée avec les lieux, mais aussi une perméabilité forte avec le dépaysement, la découverte, le repos voire le jeu. En effet, cette dernière pratique est emblématique du tourisme en Chine, plus particulièrement dans les campagnes. Aussi, sans véritable hétérogénéité entre les générations et les individus, la gastronomie et en particulier, la recherche de « la » gastronomie est un trait commun aux touristes. Il y a une forte corrélation entre ce dernier point et l'articulation aux lieux. Plus la gastronomie est perçue comme unique et spécifique, plus la renommée sera importante et renforcera l'idée de trait commun.

## Conclusion du chapitre 6

Ce sixième chapitre a permis d'appréhender la composition de la population touristique des enquêtes. Le tourisme « vert » contribue à la multiplication des expériences et de la découverte de nouveaux lieux parmi un spectre toujours plus important de destination.

Le tourisme dans les espaces ruraux correspond d'abord à un tourisme de proximité des foyers de départ. Il est dominé par les voyageurs et le tour organisé en groupe de 1 à 3 jours. Les séjours plus longs sont marginaux et réservés à une clientèle spécifique, dont les moyens économiques et temporels sont discriminants. Aussi, cette forme de tourisme est plutôt un tourisme à faible budget, du moins à budget réduit.

Le voyage est également un temps du collectif. Le temps même court du *tour* permet aux intéressés de se retrouver et d'échanger des expériences nouvelles dans le prolongement de la pratique de loisir dans l'espace-temps du quotidien. En effet, des pratiques de loisirs comme le karaoké, les jeux de cartes et le mahjong sont autant d'activités usitées dans les villes.

Une certaine spécialisation des pratiques semble cependant voir le jour. Une articulation lieux/pratiques voire type de tourisme/pratiques est opératoire. Nous avons pu identifier l'importance de la découverte, puis celle du jeu et enfin celle du repos. La gastronomie associée à la découverte constitue une pratique à part entière, tant son importance est généralisée chez l'ensemble des individus.

La découverte domine le jeu. Le repos est particulièrement associé à la destination rurale, notamment à travers une forme de ressourcement, de dépaysement, donc d'altérité avec le quotidien urbain en écho aux discours et images décrites et analysées dans le chapitre 5.

Enfin, si une certaine porosité existe entre les différentes pratiques et qu'une spécialisation s'opère entre des générations et des pratiques (repos/retraité ; découverte/jeunes et moins jeunes), il semblerait que les activités manquent de diversité et de renouvellement. En effet, le spectre des pratiques ou activités témoigne d'un relativement faible niveau de technicité et de compétences des populations touristiques. Il s'agit ici de resituer l'apprentissage touristique dans les campagnes en relation avec un développement touristique récent.

### **La quête campagnarde des citadins : renouer avec les racines et une expérience touristique renouvelée**

Ce chapitre vise à prolonger l'analyse des pratiques touristiques dans les campagnes. Les mobilités touristiques dans le monde rural correspondent à un choix motivé par une dimension de renouvellement et de différenciation des lieux (MIT, 2008 et 2011).

Ce chapitre est composé de trois parties. La première questionne la campagne comme cadre de ressourcement et de sociabilité. La seconde envisage la mise en perspective d'un renouveau des rythmes collectifs à travers la saisonnalité, la fréquentation touristique et le paysage agricole. Enfin, la troisième et dernière partie permet d'appréhender la satisfaction et la qualité des lieux selon les touristes d'une part et d'identifier des profils de touristes chinois dans l'espace rural touristique.

Les touristes participent à la production et à la consommation d'image liées au passé, aux mythes et à l'histoire tant locale que nationale. Il se joue donc un jeu multiscalair de la mise en scène des racines. Ce tourisme des racines (*xungen liuyou*)<sup>1</sup> se compose de plusieurs critères fondamentaux que nous identifions et analysons : les paysages, le culturel et le social et enfin la gastronomie.

L'expérience touristique s'inscrit dans une modernité, par un rapport récurrent au passé (David, 2007). Aussi, ce processus peut être analysé sous l'angle du rituel (Maccannell, 1999) et d'approcher les questions d'identités, notamment individuelles (idée de soi).

Enfin, ce chapitre permet de rendre compte des différentes pratiques spatiales des touristes, et ce à plusieurs échelles. Les pratiques spatiales à l'échelle de la région témoignent d'une certaine spécialisation selon les foyers de départ (urbains) et selon un niveau plus ou moins avancé d'apprentissage touristique. La répétition de mobilités récréatives sur un temps court donne la formation d'un territoire touristique spécifique participant à une appropriation des populations urbaines dont le rapport au temps et à l'espace est profondément recomposé.

---

<sup>1</sup> Cette forme touristique (ou appellation) est à relier au mouvement littéraire contemporain de la « quête des racines » (*xungen wenxue*). Ce mouvement littéraire du début des années 1980 prend notamment son inspiration dans les migrations forcées des jeunes instruits à la campagne. Le célèbre écrivain Mo Yan se rattache à ce courant.

## **1. La campagne comme cadre du ressourcement et des sociabilités retrouvées**

---

À travers les motifs recherchés par le touriste, la dimension d'altérité et de coupure avec le quotidien qu'offre la campagne et la notion d'authenticité d'autre part prennent une place toute particulière. Les pratiques touristiques permettent d'interroger la production d'un imaginaire collectif sur les campagnes (ou l'agriculture - *nonggeng*) comme cadre de ressourcement. Il s'agit de la fiction d'authenticité qui est en jeu.

La question de l'authenticité liée au processus touristique a fait l'objet de nombreux débats dans les sciences sociales<sup>2</sup> (Cohen, 1988 ; et Maccannell, 1973), et en particulier en Chine, sur l'articulation entre tourisme, quête d'authenticité et modernité (Oakes, 1998 ; et Nyíri, 2006).

La campagne est associée à l'authentique (au sens de pureté, de vrai, de réel), mais c'est aussi un espace de sociabilité très hiérarchisé. Le processus touristique participe à un double effet de sociabilités urbaines prolongées dans le temps du hors-quotidien et une mise à l'épreuve des normes de sociabilité à travers un jeu de faces et de réseaux.

### **1.1 Les figures de l'authentique : le paysage, le social/cultuel et la gastronomie**

Le voyage à la campagne permet au touriste d'approcher puis de retrouver des sources de son identité. Ce n'est plus uniquement l'espace rural qui est en jeu, mais un ensemble plus large recouvrant la gastronomie, des sociabilités, des paysages, parfois des savoir-vivre. En somme, il s'agit bien non pas simplement de la dimension spatiale des campagnes, mais plutôt le monde rural comme support à la projection de soi pour achever une quête d'authenticité (*zhenshixing*) (Jia et Zhang, 2009). Nous identifions trois grandes figures composant le monde rural et qui toutes sont actives (ou activées) dans le processus touristique, à la fois comme motifs, mais aussi comme éléments identitaires : le paysage, le cultuel et la gastronomie.

---

<sup>2</sup> L'authentique est analysé à travers sa relation avec son contraire, l'artificiel. « Le couple artificiel/authentique est assorti d'une valorisation esthétique et éthique dissymétrique : le premier est bel et bon, le second laid et mauvais » (Lévy, 2003 : 88). La notion d'authenticité articulée au tourisme permet d'appréhender la nature de la modernité.

### **1.1.1 Renouer avec les racines par le paysage**

Le premier élément concerne la notion de paysage<sup>3</sup>. Cette dernière s'articule en deux groupes distincts formant d'une part un ensemble, et d'autre part pouvant interagir les uns entre les autres. Il s'agit de l'expérience du regard paysager.

- Le paysage dit « naturel » comporte les grands éléments du relief terrestre : pics, monts, collines, vallées et plaines. Ces formes participent puissamment au dépaysement et à la contemplation d'un lieu, d'un espace et de l'inscription de ces derniers dans un ensemble perçu comme naturel (*ziran*) voire sauvage (*ye*) (cf. planche photographique 9). Nous retrouvons à travers cette catégorie les divers sites patrimoniaux nationaux (*mingsheng*), comme la plupart des villages touristiques. Aussi, à ces formes géomorphologiques s'ajoute la couverture biogéographique (forêts, bois, herbages...). La contemplation se forge avec les contrastes de couleur qu'offre un paysage, en opposition avec les paysages urbains, minéraux et artificialisés. Enfin s'ajoute aux formes terrestres et végétales une atmosphère composée par les météores (pluies, brouillard, brumes, neige) et les rayonnements (solaires ou lunaires).

Cette conception renvoie bien évidemment à l'idée de nature dans la culture et la civilisation chinoise. Le paysage est d'autant plus apprécié et attractif que l'équilibre entre les différents éléments (relief, biosphère, météores et rayonnements) est précis et fin. De ce fait, le paysage dans sa globalité peut se révéler être le résultat de la main de l'homme. La mise en scène des différents éléments permet le passage de l'artifice au naturel et du naturel à l'artificiel.

En ce sens, le paysage assure un dépaysement avec le quotidien urbain entièrement artificialisé. C'est à travers la destination rurale que s'opère un besoin de nature chez le citadin. Il s'agit d'une nature aménagée dans laquelle l'individu peut se reconnaître et s'identifier.

- La morphologie d'un village ou d'un bourg concerne le second ensemble du paysage. L'expression chinoise « style architecturale du terroir » (*xiangtu jianzhu difang fengge*) est récurrente tant dans les guides et les documents touristiques que dans les discours des touristes cherchant un produit vernaculaire spécifique à un lieu. En effet, en continuité, et non en rupture avec les critères précédemment décrits, l'architecture et les traits morphologiques du village sont déterminants dans le dépaysement, le ressourcement et la découverte. Les touristes sont les acteurs d'un regard particulier sur ce qu'ont laissé les « sociétés du passé » (MIT, 2011 : 102). L'attention est portée sur l'architecture du bâti, des fermes, des temples.

---

<sup>3</sup> Nous avons décrit précédemment les différentes notions et étymologies du sens de paysage. Nous incluons ici un sens paysager élargi à la morphologie des villages et des bourgs, mais aussi aux structures agraires.

La recherche d'une architecture vernaculaire (emblématique du lieu ou de la région) participe au projet touristique. Nous distinguons d'abord les espaces de circulations au sein du village ou du bourg : rue, canal, pont ; ensuite, les espaces privés et publics.

L'architecture emblématique de la région du Jiangnan des implantations humaines le long de canaux et de lacs forme un paysage singulier. Les canaux sur lesquels circulent des embarcations sont chevauchés par des ponts devenus des objets centraux du produit touristique. Les ruelles pavées, étroites et parallèles aux canaux sont parfois d'anciens chemins de halage, autrefois couvert par des toitures en bois et en tuiles. Les espaces publics et privés sont eux aussi en complémentarité avec les axes de communications. L'architecture recherchée est celle remontant aux Ming. Les murs de taille moyenne sont « passés » à la chaux et blanchis, tandis que les toitures sont faites avec des tuiles en argiles noires et grises. Enfin, les jardins et les temples témoignent de l'ancienne prospérité des différentes localités (tailles et formes variables selon la richesse du lieu ou de certaines élites commerçantes ou mandarinales). La dimension pittoresque (*ruhua*)<sup>4</sup> du monde rural est alors à son maximum.

L'idée d'un passé immuable, de savoir-faire (architecturaux et artisanaux) perdus et anciens forge une perception idéalisée de la figure paysagère du village. En rupture avec l'artificiel urbain « s'opposant à l'être authentiquement humain, le rural » (Lévy, 2003 : 89) est le monde des racines, du naturel auquel le touriste peut s'identifier et se ressourcer. Il y a en somme une complémentarité entre le paysager « naturel » et le paysager « campagnard » ; le dernier étant produit par la civilisation, alors que le premier est le produit du naturel et du civilisationnel.

---

<sup>4</sup> Littéralement, le mot pittoresque donne « comme une peinture » (ou un dessin). Le mot est ainsi similaire à l'idée de *pittoresco*.

## Retrouver les racines campagnardes (1)



Panorama et représentation du village classé de Hongcun.  
(Anhui, avril 2010).



Site de Piaomiaoyao, sommet de l'île de Xishan, lac Tai. Relief, pagode, lac et rocaillies.  
(Jiangsu, avril 2011).



Dalles de pierre gravées dans un sous-bois, à proximité du mausolée de Lu Yu, village de Shuikou (Zhejiang, mai 2012).



Paysage boisé (bambous), relief et architecture originale du mausolée de Lu Yu, village de Shuikou (Zhejiang, mai 2012).

Emmanuel Véron, UMR 8586 Prodig, 2016.

Les villages et les campagnes sont devenus des « symboles dignes d'être préservés pour être admirés » (MIT, 2011 : 103). Le touriste recherche dans le monde rural les traces du passé, des éléments singuliers lui permettant d'accomplir son objectif de renouer avec l'authentique.

### **1.1.2 Le social et le culturel : renouer avec les ancêtres**

La seconde figure en continuité avec la précédente comporte le volet social et culturel associé au monde rural. Les mœurs et coutumes (*fengsu*) rurales sont différentes du monde urbain. Elles sont autres parce que perçues comme conservées, comme pétrées dans le passé. Surtout, il s'agit du lien à la religion populaire, aux cultes et aux ancêtres que les touristes peuvent établir et renforcer. Le retour des actes d'une certaine religiosité « dépasse largement le cadre des religions institutionnalisées » (Billioud et Palmer, 2009 : 2). Nous ne développons pas une analyse sur les rites culturels des ruraux dans les campagnes, mais plutôt le rôle que jouent les campagnes comme support au renouveau de rites et de cultes pratiqués par des citoyens. « L'ancestralité demeure structurante dans l'élaboration d'une idée de soi » (David, 2006a : 8). Nous distinguons plusieurs temps et activités emblématiques d'un retour du religieux associé aux mobilités touristiques, en particulier dans les campagnes tout en étant encadrées par les autorités centrales et locales (Goossaert, 2004).

Parmi les éléments les plus forts du culturel est celui de l'entretien des tombes lors de la fête des morts au mois d'avril (*qingmingjie*). Cette fête (populaire) correspond à un des cinq jours de congés payés. C'est un temps privilégié pour le nettoyage des tombes des ancêtres (*saomu*). Ce jour est institutionnalisé : « journée nationale de nettoyage des tombes ». D'importantes mobilités de loisirs s'opèrent lors de cette période. En 2012, un article du quotidien *Shanghai Daily* révèle que d'après le bureau de police de la municipalité de Shanghai : « 5, 8 millions de résidents auraient nettoyé les tombes de leurs ancêtres ».

Une partie des résidents shanghaiens mais aussi des citoyens des autres villes de la région (Suzhou, Nankin, Hangzhou...), dont les tombes des ancêtres<sup>5</sup> se situent dans les campagnes environnantes<sup>6</sup>, sont nettoyées et fleuries une fois par an lors de cette fête des Morts.

À travers ces rites funéraires (David, 2006c : 114-115), il s'établit un lien renforcé avec les racines. Différents membres d'une même famille se retrouvent autour de la tombe des

---

<sup>5</sup> Il s'agit dans les nécropoles à la périphérie des villes de « la conservation d'urnes cinéraires louées pour une durée variable » (David, 2006 : 114).

<sup>6</sup> Le plus souvent en contrebas d'une colline ou sur son flanc. Aussi, il est important de noter que, dans la législation des espaces mortuaires, les tombes dans l'espace rural (cultivé la plupart du temps) ne sont plus autorisées. L'organisation de cimetières collectifs d'une part et de columbariums d'autre part concerne aujourd'hui la gestion des cendres des défunts dans des coffrets. Les cérémonies sont dans ces cas différents. Les familles viennent chercher les coffrets pour la journée et les rapportent avec les rituels collectifs.



défunts et organisent un rituel particulier allant de l'entretien à la pose de bâtons d'encens et de fleurs d'ornement, en passant par des rites d'offrandes. « Offrir des fleurs aux morts est considéré comme un acte plus civilisé que l'offrande de nourritures cuites et cuisinées, d'encens et de monnaies rituelles » (David, 2006a : 9).

La campagne (re)devient l'espace des anciens avec lesquels il est obligatoire d'entretenir un lien afin de poursuivre le bon déroulement de la vie. Pour autant, le culte des ancêtres ne recouvre qu'une partie du culte des morts. La figure de l'ancêtre est particulière. Seuls les individus disparus à un âge avancé et ayant assuré leur descendance font partie de cette catégorie (David, 2006a). Racines et ancêtres (*xungen wenzu*) sont fortement articulés le temps de ce moment libéré de la contrainte professionnelle. Le fait ritualisé de renouer avec les autorités familiales que sont les ancêtres par les offrandes et le nettoyage participent à la construction des identités et à l'idée de soi.

Parallèlement à ces pratiques rituelles autour des défunts et des enracinements de l'ancestralité aux portes de villes, le retour du religieux s'exprime aussi à travers la religion populaire (*minjian xinyang*)<sup>7</sup> et la pratique religieuse individuelle où l'individu (touriste) peut être à l'origine d'un culte rendu aux divinités. « Le retour du religieux en Chine contemporaine s'est manifesté plus visiblement dans les milieux ruraux. Les campagnes étant plus éloignées du centre du pouvoir étatique » (Remoiville, 2014 : 134). C'est à partir de ce processus que les citadins se projettent et souhaitent (re)découvrir à la campagne, une dimension religieuse, du moins ritualisée. La prière individuelle contraste avec les rites collectifs rendus aux morts. La prière correspond à un rite renouvelé et codifié dont l'apprentissage et l'éducation forment les enjeux de la transmission entre les parents (grands parents) et l'enfant ; entre les aînés et la descendance.

L'individu formule intérieurement une prière (*cf.* planche photographique 10) après avoir opéré à une offrande d'encens (*jinxiang*), tout en brûlant trois bâtons (*shaoxiang*) présentés aux divinités. Puis, l'individu s'incline par une gémulation respectueuse et plante les trois encens dans un brûle-encens devant ou sur le bas-côté des divinités.

Le monde rural est animé par des sites mémoriels. L'identification à des temples, des sanctuaires, des pagodes, des autels et des monastères participe à une forme originale de retour du religieux chez les citadins-touristes. Dans le prolongement de ces formes de religiosité, le pèlerinage (Vidal, 2014 ; et David, 2006d) mêle activités profanes et religieuses.

---

<sup>7</sup> La religion populaire rassemble une diversité de cultes locaux et une longue tradition de croyances et de pratiques. « Elle est sans fondation doctrinale unifiée, ni aucun spécialiste religieux permanent prenant ces cultes en charge » (Remoiville, 2014 : 134).

La région de l'étude est animée par plusieurs itinéraires et lieux de pèlerinages articulés avec des montagnes sacrées (notamment dans les monts Jiuhua et Putuo). Une géographie sacrée (associée au monde rural) par les paysages et par les rites est reconstituée par le processus touristique.

Enfin, la préparation des lanternes célestes (ou lanternes volantes) constitue une dernière pratique observée et liée à une ritualisation. Ces lanternes sont utilisées lors de fêtes populaires dans les campagnes. Les lanternes sont préparées avec du papier de riz, une armature en bambou et une pastille de cire à brûler. Ce sont les enfants avec leurs parents qui montent les lanternes, puis mettent feu au brûleur. La flamme chauffe l'air contenu dans la lanterne et permet de diminuer la densité de l'ensemble. Avant le lâcher, l'individu fait un vœu et laisse s'envoler la lanterne. Les pratiques sont simples et s'apparentent plus à un jeu qu'à une pratique habituelle. Les lanternes célestes peuvent se dérouler pendant la fête nationale du 1<sup>er</sup> octobre ou durant l'été, généralement en période de pleine lune. Ce geste doit symboliser la chance. Les problèmes doivent s'envoler avec la lanterne.

### ***1.1.3 La gastronomie : manger à la façon d'hier***

La troisième et dernière figure de l'authenticité concerne l'alimentation et plus précisément la gastronomie. Parallèlement au développement des guides et de la littérature sur le tourisme et les destinations touristiques se développent depuis deux décennies nombre d'ouvrages sur la l'alimentation et les préparations culinaires des campagnes. Des logiques de terroir (*fengtu*) sont à l'œuvre. Ces repas fermiers (*nongjia fan*) sont en articulation avec des lieux touristiques (cf. planches photographiques 10 et 11).

La gastronomie symbolise une autre forme de racines. La campagne est le lieu de savoir-faire culinaires méconnus, dont les qualités alimentaires et gustatives sont autant de motifs de découverte et d'expérience pour le touriste urbain.

## Retrouver les racines campagnardes (2)



Technique ancienne de conservation des oeufs sous une croûte de sel et pièces de viande dans le bourg de Qibao (Shanghai, juillet 2012).



Touristes dans une ruelle reconstituée avec lanternes, pièces de bois et colza dans le village de Zhonghua (Shanghai, avril 2011).



Hall de la résidence du mandarin avec charpente en camphrier. Village classé de Xidi. (Anhui, avril 2011).



Prières et dépôt d'encens dans un autel du bourg de Potan. (Zhejiang, district de Xianju, avril 2012).

Emmanuel Yéron, UMR 8586 Prodig, 2016.

Une géographie de la gastronomie est réanimée à travers la mise en tourisme de localités rurales. Cette géographie est également temporalisée. Les fêtes traditionnelles et populaires sont l'occasion de la consommation de spécialités locales. Chaque fête a sa spécialité en fonction de la saison et des produits disponibles. Lors de la fête des morts, les individus consomment un gâteau (*qingtuan*), pour la fête des bateaux dragons, les Chinois consomment du riz gluant avec ou sans viande enveloppé dans une feuille de bambou (*zongzi*). Ces mets sont consommés à la fois dans l'espace-temps du tourisme, mais aussi dans le temps du quotidien. À ces préparations s'ajoute une liste interminable de plats selon les lieux, les provinces et les saisons.

L'action de « manger pour retrouver son identité » (Yang, 2006 : 276) passe par l'appréciation de plats, plus largement d'une gastronomie locale comme marqueurs identitaires du lieu ou d'une région. La consommation de produits dits de la campagne, perçus avec une forte valeur identitaire, correspond à des temps occasionnels voire exceptionnels. Certains aliments avaient disparu des menus et des repas traditionnels selon les saisons. La fin des rationnements (dans les années 1980) annonce d'une part le retour au plaisir de la (re)découverte de certains produits, et d'autre part l'augmentation qualitative et quantitative de l'apport calorique journalier. « Certains aliments apparaissent de nouveau comme le souvenir d'un vécu difficile à oublier » (Yang, 2006 : 278 ; et Desjeux, 2006).

Les cuisines sont souvent associées aux qualités des populations rurales. C'est en partie par la gastronomie que des populations extrarégionales identifient, classent et analysent les populations perçues comme autochtones.

Ce n'est pas tant une liste très importante de préparations que la façon de manger qui compte. La gastronomie comme authenticité dans l'expérience touristique s'organise sur l'art de la table en continuité avec les mets. Manger dans un restaurant dont l'architecture et la décoration sont en lien avec l'architecture vernaculaire du lieu permet d'enrichir l'expérience. Les produits de la campagne (« spécialités ou terroir », nourriture spécialement paysanne *nongjia tese cai* ou nourriture du terroir paysan *nongjia tucai*) sont en complémentarité avec le caractère rustique et campagnard du lieu de restauration. L'ambiance générale (habillement et comportement du personnel) vient achever la symbolique campagnarde de manger à la façon d'hier. La gastronomie participerait à un ensemble plus large de coutumes locales (*xiangcun fengtu renqing*), incluant le mode de vie des habitants (*jumin shenghuo fangshi*) et l'agriculture traditionnelle (*chuantong nonggeng*).

Enfin, les préparations et la façon de manger se déclinent en deux temps. Le premier correspond au repas assis dans un restaurant de gamme variable. Le second concerne la collation (*xiaochi*) de produits locaux ou non, directement pris sur un site.

*- La recherche d'une gastronomie « typique »*

L'analyse de la recherche d'une gastronomie particulière est illustrée par trois courts extraits d'entretiens avec des touristes.

M. Xi, professeur, Shanghai, 2012.

« C'est typique ! Nous mangeons des produits d'ici. Cette nourriture provient d'une agriculture traditionnelle, dont les paysans ont le savoir-faire. [...] Pour nous les Chinois, la nourriture est très importante. Cela fait partie de notre culture. Les cuisines sont très différentes selon les régions. Souvent, les gens locaux sont comme leur cuisine : simple et modeste ».

Mme Luo, étudiante, Suzhou, 2011.

« J'adore manger du crabe et des escargots pendant la saison printanière. La préparation des aliments est de meilleure qualité à la campagne. Les paysans savent comment préparer ces bons plats ! [...] Les légumes et la viande sont sans produits chimiques. Leur goût est original. C'est très important que les aliments aient du goût ! »

M. Liu, chauffeur, Shanghai, 2012.

« Les paysans préparent des plats simples avec des aliments simples. Le résultat est très souvent bon. Même si le plat est le même, chaque préparation donne des saveurs et un goût différents. [...] Avec le développement du pays, nous mangeons un peu tout. Ce n'est pas toujours très bon. C'est bien de manger la nourriture de la campagne. C'est nos racines ! »

Mme Guan, commerçante, Shanghai, 2012.

« Manger à la campagne, c'est comme vivre dans le passé. Le terroir est important pour nous les Chinois. La société a changé trop vite, nous avons perdu nos racines. Le terroir de la ferme est précieux. Ce n'est pas cher, de bonnes qualités et cela nous changent des aliments en ville, même si des restaurants proposent parfois des spécialités de la ferme ».

***1.1.4 Du pays des origines à l'attachement aux lieux campagnards***

Style architectural, gastronomie, paysage et coutumes locales formeraient les critères d'identification et de spécialisation d'une région. Ces différents éléments de distinction sont parfaitement maîtrisés et réappropriés par les touristes. La recherche par les citoyens de

l'authenticité à travers le produit touristique rural participe à la constitution d'un attachement au lieu et à la construction d'une identité spatiale (Lussault, 2003a) singulière. Le tourisme en tant que processus économique, social et politique se traduit par la structuration d'un espace campagnard chargé d'identité. La culture d'une agriculture traditionnelle (*chuantong nonggeng wenhua*) englobe tous les éléments d'une identité propre à chaque localité. Le paysan, le paysage et les savoir-faire (cuisines, artisanat, agriculture, construction et folklore) sont autant de fondements que le touriste souhaite approcher voire expérimenter à travers le voyage. C'est en s'identifiant à chacun de ces traits de ruralité (*nongcun xing*) que le touriste accomplit son désir.

À travers la réflexion sur la dimension identitaire de l'espace campagnard, ce sont les notions d'origines et de racines qui posent problème. Le touriste opère à un recoupement entre l'espace rural visité, la terre des origines et l'idée d'un espace rural identitaire. Par extension, la notion de local (*difang*) est revisitée par le processus touristique. « L'échelle locale est un lieu identitaire fort » (Sanjuan, 2010 : 176). Le local, recouvrant plusieurs échelles possibles (du village à la région voire à la nation), est associé à la notion de pays natal (*laojia* ou *jiaxiang*)<sup>8</sup>. Le vocabulaire mobilisé par les touristes, mais également par les voyageurs et les ruraux eux-mêmes renvoie à bon nombre d'occurrences du mot campagne. Autrement dit, l'idée de local ou de pays natal peut se dire de plusieurs façons. La grande majorité associe la notion « rurale ». Le tableau 47 rassemble une sélection des différentes expressions relevées au cours des enquêtes.

Mots chinois	Pinyin	Traduction française
家乡	<i>Jiaxiang</i>	Pays natal
老家	<i>Laoxiang</i>	Pays natal
家园	<i>Jiayuan</i>	Maison, foyer, pays natal
故乡	<i>Guxiang</i>	Pays natal
故土	<i>Gutu</i>	Pays des ancêtres, pays natal
乡土	<i>Xiangtu</i>	Local, pays natal, terroir, autochtone
田里	<i>Tianli</i>	Pays natal
乡里	<i>Xiangli</i>	Village natal
桑梓	<i>Sangzi</i>	Pays natal
出生地	<i>Chushengdi</i>	Lieu de naissance, pays natal

**Tableau 47 – Les expressions de « pays natal » en Chinois.**

<sup>8</sup> C'est deux mots donne littéralement : le « foyer ancien » d'une part et « foyer rural » d'autre part. Les mots camarade ou concitoyen (*laoxiang*) sont également composés avec le mot de campagne (*xiang*). Enfin, le mot habitant local (*dangdi*) renvoie lui à l'idée de sol, de terre (*di*), associée à un sol cultivé.

Le pays natal est donc le lieu de référence familiale et culturelle. « Le pays natal permet de se situer aussi par rapport aux autres Chinois, de s'intégrer à une communauté d'une même origine ». (Sanjuan, 2010 : 177).

Le touriste procède à un couplage des espaces ruraux visités avec la notion de pays natal, de pays des origines (de la famille). L'individu associe son identité<sup>9</sup> à celle du monde rural. Se développe, un certain attachement au lieu (*place attachment*) (Low et Altman, 1992). À travers les lieux de loisirs et la découverte, le touriste entame un processus identitaire entre réel et imaginaire. En effet, certaines campagnes touristiques sont proches voire correspondantes à l'espace des origines du touriste<sup>10</sup> (réel pays natal, un district, un bourg, une municipalité voire une province). En revanche, des touristes s'identifient aisément à des régions rurales visitées. Comme si l'idée de pays natal était transposable d'une région rurale à une autre de par la mise en distance du réel pays natal.

Les histoires locales, le folklore et les différents traits décrits précédemment constituent pour le touriste un objet du *tour*, mais aussi des dimensions sociales, d'histoires populaires perdues ou inconnues. Les touristes les déclarent comme une partie d'eux-mêmes, comme des éléments de racines retrouvés.

L'attachement et la détermination de la spécialité (*tese*) permettent de situer et d'identifier une localité. Chaque spécialité (gastronomique, paysagère, folklore) est associée à une localité, à une région. En somme, le processus touristique permet d'une manière originale de se constituer une identité. Le local permet à l'individu de « définir sa place dans sa famille, dans le clan ou le réseau dont il relève, dans la communauté géographique, économique ou sociale immédiate à laquelle il appartient » (Sanjuan, 2010 : 176). L'identité du touriste peut être interprétée dans le sens de ce que Lahire (1998) nomme « l'homme pluriel ». La recherche des racines individuelles ou collectives dans le voyage à la campagne permet de spatialiser « ses origines ». Le tourisme offre un univers socialisateur nouveau donnant un champ possible de démultiplication de l'identité, en contradiction avec le réel.

Le touriste à travers ses motivations et ses pratiques se constitue son « propre » monde rural. Le tourisme contribue à la création d'une identité spatiale du rural. « La notion d'identité spatiale – à la fois identification à un espace et identité d'un espace – se trouve relancée quand on l'élargit à des appartenances multiples et dynamiques, à des choix individuels ou collectifs ». (Lévy, 2003a : 479-480 ; et Lussault, 2003a : 480). Ici, l'identité

---

<sup>9</sup> L'identité correspond à « la relation d'un opérateur à sa propre singularité » (Lévy, 2003 : 479).

<sup>10</sup> Environ 60 % des individus de l'enquête disent avoir des racines dans les campagnes proches des villes dans lesquelles ils vivent aujourd'hui.

spatiale rurale prend la forme « d'un ensemble de discours, de représentations et de pratiques normatives du bon usage de son espace par un groupe donné » (Lussault, 2003a : 481). Le monde rural est chargé de valeurs, il devient un espace identitaire, une allégorie chargée de symboles.

Le pays natal peut ainsi prendre la forme fantasque d'un lieu rural dont le degré d'émotion de l'individu constituera le critère d'attachement. « Pays natal » le temps du voyage, la campagne entre dans l'éphémère émotionnel du citadin. Le voyage constitue alors un temps précaire du contact entre le touriste et « son pays » des origines. La symbolique fonctionne plus que jamais dans la projection fugitive de soi et de l'idée de soi. Espace des ancêtres, de la tradition des mandarins et des paysages, la ruralité contraste parfaitement avec l'urbanité sur le mode symbolique chez les touristes urbains (Guiu, 2007).

Les ruptures depuis la fin de l'Empire, les migrations dues aux bouleversements politiques ou économiques et les modernisations rapides ont entretenu une certaine brouille dans la géographie des origines chez les citadins chinois (par extension chez l'ensemble de citoyens). La disparition du lieu des origines ou la confusion autour de l'identification du lieu des origines familiales contribuent à se retrouver à travers des lieux rendus accessibles. L'engouement pour la campagne et pour ce « qu'elle offre » développe une certaine nostalgie d'un passé rural, trait perçu comme commun à tous les Chinois.

La réflexion sur l'association du monde rural à l'espace des origines contribue à l'analyse des identités contemporaines. Ces dernières ne sont pas simplement « expression d'un passé enfoui, mais toujours, une tension entre une mémoire et une projection dans le futur, ces trois éléments (mémoire, projet, identité) se modelant mutuellement » (Lévy, 2003b : 480).

Dans le prolongement de l'analyse sur la problématique des racines, le tourisme dans les campagnes offre un champ renouvelé des sociabilités variées. En effet, le voyage est un temps du partage et de l'échange, codifié et hiérarchisé.

## **1.2 Des sociabilités retrouvées aux identités fantasques**

La question de l'authenticité et la recherche de l'authenticité se retrouve à l'intérieur de chacune des pratiques décrites précédemment. Aussi, cette problématique se double de la question des sociabilités<sup>11</sup> et par extension de la nature et du rôle des relations entretenues

---

<sup>11</sup> « Le concept de sociabilité peut se définir comme la capacité à rechercher la compagnie d'autres et à entretenir des relations avec eux par un " jeu ludique " (Simmel, 1917) dont le modèle, d'après Gabriel Tardé, réside dans la conversation (Guedez, 2003) » (MIT3, 2011 : 19).



entre les individus. Le tourisme a une fonction sociale. Le tourisme permet d'expérimenter des sociabilités, d'entretenir des liens sociaux et de mettre en valeur des jeux de face.

Le temps du voyage est un temps des retrouvailles avec ces proches, des amis. Mais c'est aussi du fait de la configuration des voyages organisés, le temps des rencontres avec d'autres touristes. Des moments de sociabilités animent l'espace-temps du tourisme à la découverte de la campagne. Nous montrons comment le voyage procède avant tout à un moment exceptionnel de retrouvailles variées entre individus, mais aussi à la rencontre avec des individus « autres » (touristes, sociétés locales). Enfin, le tourisme permet d'expérimenter des normes sociales très hiérarchisées (similaire au temps du quotidien) jusqu'à des pratiques originales en rupture avec le quotidien.

### 1.2.1 Voyager à la campagne avant tout pour se retrouver

Le tourisme procède à un temps spécifique de la rencontre avec des individus connus et inconnus. Le voyage permet d'entretenir des liens sociaux. En cela, le tourisme participe pleinement à une hiérarchisation des sociabilités.



**Planche photographique 11.**

Le voyage à la campagne est avant tout un voyage collectif. Le groupe se compose plus précisément de la famille (parents et enfant, parfois famille élargie), du voyage en groupe organisé et enfin, du voyage entre amis ou collègues de travail. Plus rarement, le voyage organisé peut correspondre à un groupe d'un même comité de résidants (*jumin weihui*).

Aussi, la dimension collective permet de mettre en application des sociabilités particulièrement normées et de se retrouver en famille ou en groupe. Nous distinguons ainsi les formes du lien social en fonction de la nature du collectif (*cf.* planche photographique 11).

- Le voyage en famille (la plupart du temps correspondant à trois personnes) est un temps privilégié des retrouvailles et de l'expérimentation d'un lieu nouveau ou déjà connu et pratiqué. Le temps du voyage dans une perspective du hors-quotidien permet aux familles de citadins chinois de la région d'échanger et de partager les différentes pratiques analysées précédemment dans un cadre campagnard : la découverte, le jeu, le repos et la gastronomie. Les enjeux de transmission d'un savoir, des racines et d'un moment en famille sont structurants. Les parents ont un rôle d'ascendance sur leur enfant, à travers l'enseignement et la transmission des histoires locales, des savoir-faire agricoles et des rites religieux. Le temps du voyage en famille s'apparente à l'expression d'un temps intime et privé ; de l'interaction hiérarchisée entre le père et la mère, le père et l'enfant, et la mère et l'enfant.

*- Le temps des retrouvailles et de l'échange au sein de la famille*

Nous rassemblons trois courts extraits d'entretiens avec des touristes à propos du voyage en famille.

M. Chen, 45 ans, Shanghai, 2012.

« Nous voyageons à la campagne avec ma femme et mon fils le weekend ou pour les congés de la fête nationale. [...] Nous montrons à notre fille la vie rurale : la gastronomie, les pratiques agricoles, les villages et l'histoire de la campagne. [...] Nous avons aussi montré à notre fille comment bien prier et faire des offrandes au temple. Nous le faisons à Shanghai, ou dans d'autres lieux où, il y a des temples, mais c'est aussi important de la faire quand nous sommes dans un village ».

Mme Wang, 49 ans, Suzhou, 2011.

« Nous profitons des weekends et des vacances pour voyager en famille. Nous n'avons pas beaucoup de temps en semaine. Nous sommes très pris avec les études, le travail et les transports. [...] Nous montrons la campagne à notre fille. Nous lui expliquons ce que nous faisons à son âge. Nous étions à la campagne comme jeunes instruits. Maintenant la situation

est bien différente. Mais c'est important pour notre famille de se souvenir et de montrer la campagne aujourd'hui à notre fille ».

M. Zhang, 36 ans, Suzhou, 2010.

« Nous partons en famille dans les villages à proximité du lac Tai, mais aussi dans la région du Jiangsu et ailleurs en Chine (Anhui, Hangzhou, Ningbo). [...] Nous aimons voyager en famille. Nous faisons découvrir à nos enfants des régions qu'avec mon épouse nous connaissons déjà, ou des régions où nous n'avons jamais voyagé. Nous partageons ainsi des moments en famille, le reste du temps, nous travaillons beaucoup et ne nous ne voyons pas beaucoup nos enfants ».

- Le voyage en groupe se décline selon plusieurs catégories (cf. planche photographique 12) : Nous distinguons le tourisme entre amis, entre collègues (plus ou moins forte porosité avec l'amitié), entre voisins d'une même résidence ou comité de résidents, entre individus retraités (en groupe organisé) et, enfin, entre membres d'un même groupe organisé ne se connaissant pas.

Nature du groupe	Nature des liens sociaux
<b>Amis</b>	Entretenir des liens et partager un moment de la vie privée
<b>Collègues (voyage professionnel)</b>	Entretenir des liens professionnels via le voyage.
<b>Voisins</b>	Se rencontrer et entretenir des liens sociaux.
<b>Retraité</b>	Se rencontrer, entretenir des relations et partager des choses communes.
<b>Groupe organisé (autre)</b>	Se rencontrer et entretenir des liens de base.

**Tableau 48 – Diversité des groupes et niveaux de sociabilité.**

Les voyages entre amis sont des moments privilégiés pour tester et entretenir des relations sociales. Le voyage entre amis correspond à un partage de la sphère privée des individus à travers les repas, l'hébergement, le transport et les visites.

Le tourisme entre collègues peut concorder avec un voyage professionnel (*chuchai*) et un voyage collectif proche des conditions du voyage entre amis. Le voyage professionnel est un moment de travail en rupture avec le quotidien, en dehors du bureau, de l'usine. Dans ce cas, le voyage est intimement lié au travail. Comme le démontre Yang (2006) dans sa thèse, à propos de la fonction sociale des restaurants, le tourisme professionnel à la campagne<sup>12</sup> peut être l'objet d'une triple catégorie. Nous identifions la signature de contrat ou la réception d'un

<sup>12</sup> La destination ne discrimine pas la finalité du voyage professionnel. Nous traitons ici seulement des espaces ruraux et à dominante rurale. En effet cette dimension touristique est similaire pour bon nombre de destinations (urbaine, littorale, montagne).

client en vue de signer un contrat. Puis, le tourisme entre directeurs, entre membres d'un bureau ou d'un conseil d'administration constitue la seconde catégorie. Enfin, la troisième et dernière catégorie concerne le voyage entre membres d'une même entreprise. Dans chacune de ces divisions, le repas et le restaurant sur le site correspondent à la fonction centrale des sociabilités. De ce fait, les visites sont accessoires. Le restaurant équipé en salon privé se transforme en un lieu de négociation et de sociabilité tout à fait singulier.

Le tourisme d'une ou deux journées organisées entre voisins d'un même comité de résidents permet d'entretenir des liens sociaux restreints à des logiques de voisinages.

Les enquêtes ont permis d'identifier une part importante de voyages organisés pour personne retraitée. En effet, des agences de voyages pour personnes âgées (*lǔxingshe laonian lǚyou fuwu*) se sont spécialisées dans l'organisation de voyage de proximité, mais aussi dans les principaux sites touristiques nationaux, ainsi que dans le tourisme international. Les voyages de personnes âgées (*laonian lǚyou*) semblent être aujourd'hui une dimension particulière du tourisme dans les campagnes. La sociabilité entre personnes du même âge ou d'une même génération constitue les motifs de départ. Ceci témoigne d'une démographie vieillissante et des structures mises en place pour l'encadrement de la tranche d'âge la plus élevée.

Enfin, les sociabilités au sein d'un voyage organisé où l'ensemble du groupe ne se connaît pas se restreignent à des liens sociaux de base : faire connaissance, entretenir le lien le temps du voyage et parfois poursuivre ce lien au-delà du tourisme. À travers ces différents niveaux de sociabilité au sein des groupes, se déroule un processus structurant de normes sociales, un jeu de face et de relations interpersonnelles.

### ***1.2.2 L'identité en voyage : normes sociales et identités fantasques***

La réflexion sur la sociabilité inhérente à la fonction de voyager en groupe plus ou moins nombreux et plus ou moins resserré autour de la cellule familiale permet d'introduire une analyse sur l'identité du touriste le temps du hors-quotidien.

Nous faisons l'hypothèse que les normes sociales (à savoir des règles de conduite dans une société ou un groupe social) en tant que base des actions sociales sont au cœur du processus d'entretien des liens sociaux. Le principe permet d'entretenir de bonnes relations humaines ou comment vivre en société. Par là-même, il s'agit de maintenir des valeurs dominantes du corps social, des références et des normes partagées.

Des enjeux de face (*mianzi*), de réseau (*wang*) et de confiance (*xinyong*) sont tour à tour expérimentés et mis en avant depuis le choix de la destination jusqu'aux pratiques et

activités proposées sur les lieux. Enfin, les sociabilités sont imbriquées à des relations interpersonnelles (*guanxi*), notamment dans le choix du restaurant, de l'hébergement et du lieu.



### Planche photographique 12.

Les temps forts de la socialisation correspondent au temps du repas (déjeuner et dîner principalement), à la découverte et la pratique de certaines activités en commun (*cf.* planche photographique 12) et enfin aux rites et aux prières.

- Le restaurant en tant que lieu et le repas en tant que temporalité constituent tous deux une fonction sociale particulière<sup>13</sup>. En effet, c'est à travers de temps du repas que se développent des valeurs sociales propres. Le choix du restaurant, les personnes présentes au repas, le choix des plats et des boissons, et le règlement sont des moments pour les stratégies de face. « Les comportements des clients peuvent donc être un indicateur des relations interpersonnelles et un révélateur de la hiérarchie sociale » (Yang, 2006 : 16). Il y a une mise en scène des

<sup>13</sup> Le développement du système alimentaire porte en germe le « système de rites » (*li*) en chinois. « Le " système de rites " est composé de règles à respecter dans tous les domaines de la vie sociale et privée. Ce mot chinois comprend deux parties : une partie qui symbolise l'homme, une autre partie qui représente des aliments dans un récipient. Pris dans son ensemble, ce caractère signifie que l'homme met des aliments dans un récipient pour rendre hommage aux ancêtres » (Yang, 2006 : 12).

participants en fonction de leur disposition autour de la table, du choix des plats et de la consommation de ces derniers. La face fonctionne comme cause et objectif de tout comportement (Zheng, 1995).

L'image de l'entreprise ou des personnes est corrélée à l'image et la qualité du restaurant proposant une gastronomie spécifique. Le choix de la destination est également corrélé aux statuts de l'entreprise, des individus et de leurs fonctions. Le restaurant comme la destination sont choisis par les connaissances du réseau. Le ou les membres du réseau suggérant ou introduisant une destination et un restaurant se verront récompenser et considérer. En ce sens, la face devient « une ressource et un capital » (Thireau, 2006 : 103). On perd ou on gagne de la face ; on en donne ou en retire auprès de son réseau en proposant telle ou telle destination, tel ou tel restaurant. Ces actions permettent d'appuyer des initiatives, des demandes, des capacités d'action. Cela correspond à un échange de services ou de faveurs (*renqing*) qui ne sont pas gratuits, plutôt inscrit dans un cycle où un retour sera attendu.

« La face est à la fois synonyme de contrôle social et d'augmentation de la puissance d'agir » (Thireau, 2006 : 103). La face constitue un élément très important de l'identité de l'individu (Sanjuan, 2002). Cette identité ne se définit pas seulement du fait de l'individu, mais plutôt d'une somme d'interactions entre l'individu et le corps social environnant.

À travers les différentes pratiques du tourisme, les individus peuvent augmenter leur face en faisant découvrir un lieu, un panorama, une activité à leurs proches, à leurs amis, à leurs collègues de travail voire à ces employés. Un individu peut faire profiter à une partie de son réseau de relations des choses nouvelles (comme un lieu ou une pratique) à partir d'une autre partie de son réseau de connaissances. Le tourisme est ainsi utilisé comme une mise en relation de sphères différentes d'un même réseau articulé autour d'un individu. La face de l'individu sera par conséquent augmentée. Par là-même, les individus ayant bénéficié de ces actions seront redevables à la mesure de leur statut afin de prolonger les liens interpersonnels.

Le tourisme est l'objet de l'exposition d'un capital relationnel acquis. Des individus possédant un réseau plus ou moins étendu de relations les « testent et les éprouvent » (Thireau, 2006 : 217) auprès d'individus pouvant se situer. La sociabilité fait alors l'objet d'une mise en scène ostentatoire, par exemple l'anniversaire de M. Sun (*cf.* planche photographique 13). Les banderoles sur la façade du gîte en plein centre du village de Qianwei, le nombre de convives et l'ampleur du banquet témoignent des usages et des règles signalant l'importance des liens entre les différents individus. La dimension cérémonielle de la mise en scène témoigne du caractère exceptionnel d'une occasion particulière.

Le règlement de la note est un moment fort du jeu de face entre les individus. L'observation d'une mise en scène toute particulière du paiement des frais de bouche est quasi systématique. Dans le prolongement de pratiques observables durant le temps du quotidien, le règlement de la note s'opère généralement en fin de repas ou en dernière phase du repas. L'individu se levant pour payer le repas est fréquemment l'objet de joutes verbales voire d'altercations simulées de la part d'individus souhaitant régler le repas. Celui qui paye est l'individu dont les moyens, le réseau et le statut sont les plus importants. Le fait de payer donne de la face (un patron, un père de famille voire « un chef de groupe »).

Il se peut (surtout dans le cadre d'un voyage/repas professionnel) que l'individu payant ne règle pas de sa poche d'une part, et que ce dernier bénéficie de tarif préférentiel<sup>14</sup> au sein du lieu touristique ou du restaurant. Il peut y avoir ainsi de forts décalages entre le montant affiché et le montant réglé. En revanche, l'observation du partage de la note chez les populations touristiques étudiantes est récurrente.

Le tourisme et les pratiques associées mettent en évidence une forme de hiérarchie sociale entre les sphères familiales, amicales et professionnelles. Le tourisme permet ainsi d'entretenir des liens sociaux voire de créer de nouveaux liens.

#### *- Le repas comme fonction sociale*

Les trois courts extraits d'entretiens témoignent de la fonction sociale du repas dans le cadre d'un voyage.

Mme Wu, employée dans une entreprise privée, Shanghai, 2012.

« Notre patron nous invite une à deux fois par an lors d'un voyage dans la campagne proche de Shanghai (Jinshan). [...] C'est l'occasion pour nous (les employés) de goûter des plats que nous n'avons pas forcément l'habitude et aussi de travailler dans un cadre en dehors du bureau. Cela change des repas en ville. C'est le patron de l'entreprise qui paye la note. C'est comme ça. C'est la règle en Chine ».

M. Chen, responsable d'un gîte et d'un restaurant dans le village de Shuikou, Zhejiang, 2012.

« J'entretiens des relations avec une clientèle venant des grandes villes de la région (Jiangnan). Les tarifs des menus sont adaptés en fonction de l'ancienneté des connaissances et de la fréquence des repas durant l'année. Aussi, certains clients participent à la diffusion de la réputation de mon restaurant. Je leur suis donc redevable. Nous nous arrangeons »

M. Wu, employé dans une entreprise de jeux vidéo, Shanghai, 2012.

---

<sup>14</sup> Il existe en effet un spectre large d'offres, de tarifs préférentiels, de réductions en lien avec le niveau de connaissance des individus (voire du groupe) et du restaurateur.

« J'ai découvert lors d'un voyage, grâce à des collègues, le village où l'on peut cueillir des fraises dans l'arrondissement de Qingpu. Lors du repas, j'ai participé au paiement, mais mes collègues et amis ont refusé. La face est importante pour nous les Chinois. Je dois alors faire un geste (une faveur) pour témoigner ma considération ».

- Les sociabilités autour des rites et activités culturelles forment un autre trait majeur de la fonction sociale du tourisme. En effet, en tant qu'espace singulier perçu comme celui des origines et des racines, le lien avec les ancêtres et le cultuel est tout à fait important<sup>15</sup>. Les fêtes religieuses, les rites et la religiosité ont un rôle social important. À l'aspect liturgique du rituel s'ajoute un aspect social. Les travaux de Chau (2004) montrent comment, dans les campagnes, les temples et les sanctuaires sont autant des lieux de l'accomplissement d'une certaine religiosité que de sociabilité. Il y a un couplage du liturgique et du social. La donne est nouvelle en ce qui concerne l'aspect d'urbains venus dans les espaces ruraux pour renouer avec d'un côté le rite, de l'autre le social. Le tourisme dans les campagnes pouvant articuler temps du cultuel et temps d'oisiveté structure « les principaux moments où les gens trouvaient une occasion d'échanger et de partager, et où se réunissaient différentes catégories sociales (les bouddhistes, les taoïstes, les paysans, les commerçants, les intellectuels) » (Remoiville, 2014 : 140).

Alors que la Chine connaît une « sortie de la religion caractérisée par la perte de tout socle religieux soudant le lien social » (Vermander, 2009 : 4 et 16), une certaine instrumentalisation des pratiques, des discours religieux articulés à une liberté relative de la religiosité constituent une forme originale du cultuel chez les urbains voyageant dans les campagnes.

La fonction éducative du voyage chez les plus jeunes fonctionne lors de l'apprentissage des rites (prières et offrandes) avec les plus anciens (parents, grands-parents). Aussi, lors de la fête des Morts, « le mort sert également à l'affichage d'un prestige social » (David, 2006c : 114), dont l'ampleur des offrandes et des couronnes de fleurs témoignent du niveau social. Les sociabilités entre les vivants se doublent de rites sociaux avec les morts, positivement perçus par le corps social comme autant de valeurs communes entretenues et

---

<sup>15</sup> Rachid Amirou voit dans les sociabilités un processus original de négociation entre les individus : « La fusion extrême aboutit à une singularité communiale, et à la singularité extrême aboutit à une fusion entre pairs, à un effacement des différences entre individus. Il semble ainsi que dans les loisirs se joue et se rejoue la scène sociétale originelle : [...] retrouver un équilibre entre communion et individuation, un essai de renégocier le lien sociétal en le contestant ou en le renforçant, rituellement » (Amirou, 2012 : 210).



respectées. Ce sont autant d'enjeux de socialisation qui permettent la transmission de valeurs (Demeulenaere, 2003) et la mise en pratique d'obligations. Les normes sociales contribuent aux formes et au processus touristique. En cela, la formule d'Edgar Morin (2008) « la vacance des grandes valeurs fait la valeur des grandes vacances » semble partiellement inopérante.

## Se reposer, jouer et découvrir - 3



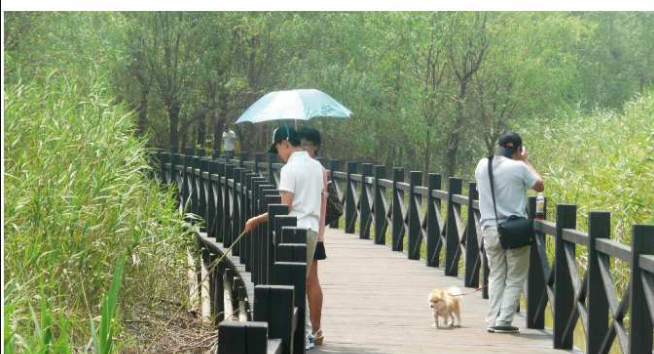
L'expérience touristique de monter à cheval en famille dans le village de Qianwei, île de Chongming, municipalité de Shanghai (octobre 2012).



Parking, façade d'un gîte rural et anniversaire dans le village de Qianwei, île de Chongming, municipalité de Shanghai (octobre 2012).



Promenade en bateau sur un canal du bourg de Zhouzhuang, Jiangsu (mars 2012).



Partie de pêche aux crabes en famille dans les zones humides de Xishashidi, île de Chongming, municipalité de Shanghai (juillet 2012).



Paysans aidant une jeune citadine à monter à cheval dans le village de Zhonghua, arrondissement de Jinshan, Shanghai (avril 2011).

Emmanuel Véron, UMR 8586 Prodig, 2016.

### Planche photographique 13.

Les règles participent au « faire société » (MIT, 2011 : 218) et organisent une certaine cohésion sociale. Il y a une forme de « transmissions de valeur spatiale » (MIT, 2011 : 220) à travers les pratiques et les lieux ; entre les générations, entre les touristes par prescription et imitation.

- Enfin, les sociabilités s'expriment également à travers diverses pratiques et activités proposées sur les lieux. La nouveauté donne souvent lieu à des moments de partage inédits entre membres d'une même famille ou amis. Les pratiques équestres, la pêche à la ligne, certains jeux d'eau sont autant d'activités permettant la socialisation des individus. Un individu peut se constituer en sachant et ainsi transmettre un certain degré d'expérience. L'apprentissage/expérimentation du touriste bat alors son plein (*cf.* planche photographique 13).

Par extension, les normes sociales de la face et des relations interpersonnelles peuvent faire l'objet d'une distorsion. Ces dernières sont peu fréquentes au regard de la majorité des sociabilités normées. L'observation de ce qu'Amirou nomme les « identités fantasques » entre en contradiction avec la dimension normative de la socialisation au cours du voyage. On s'attribue des identités « fantasques » (Amirou, 2012 : 206) et on tente d'effacer toutes différences statutaires. Le touriste adopte alors un comportement singulier et « enfile » une identité autre que la sienne, jouant ainsi de la structuration forte de la norme sociale. C'est le cas à travers le jeu de la cueillette, où le touriste urbain devient un paysan sous un abri s'adonnant à la récolte d'une production agricole. Le jeu traduit une tentative d'appropriation des modes de vie paysans et une esquisse de se défaire des identités du quotidien. Des activités comme certains jeux font entrer le touriste dans ces formes fantasques : déguisements (chapeau de cow-boy), jeux et postures particuliers pour des prises de photo.

L'inversion du rôle donne un abandon provisoire du statut et des différences entre individus. Le touriste a une double identité, une sorte de bipolarité en fonction de ses interactions avec les individus d'une part et les pratiques d'autre part. Le fantasque est en rupture avec les codes sociaux établis. Il participe à une émancipation des obligations sociales et constitue une forme de liberté de l'individu.

Le tourisme dans les campagnes témoigne donc de ce que certains sociologues désignent comme « sociabilités de type " néo-convivial " où l'insertion locale prend appui sur la vie associative » (Guedez, 2003 : 850). La socialisation lors du voyage à une importance forte. Les sociabilités communielles (ou communautaires) à savoir « la nostalgie d'une sociabilité à retrouver, le regret d'une ambiance, de moments amicaux et familiaux disparus

ou perdus » (Amirou, 2012 : 237) alternent avec les sociabilités usitées dans le temps du quotidien (le repas, le jeu et la discussion).

Des sociabilités « s'établissent sur la base de goûts et d'attractions réciproques et prenant désormais le pas sur les dispositifs plus classiques d'encadrements des pratiques » (Guedez, 20003 : 850). Le tourisme en tant que « mise à distance spatiale du quotidien est particulièrement efficient pour la sociabilité » (MIT, 2011 : 19). Le tourisme met en jeu des lieux nouveaux pour la rencontre et l'expérimentation de vivre en société.

### ***1.2.3 Des lieux de sociabilité pour les sociétés locales***

Les enquêtes ont conduit à des observations originales de l'usage des lieux touristiques par les sociétés locales elles-mêmes. Ces usages diffèrent peu de ceux des urbains/touristes. La différence majeure réside dans les pratiques et les activités. La dimension de la découverte, du jeu et du repos sont assez peu usités. Le rapport aux lieux est restreint à l'usage de certains jeux pour se délasser. En revanche, les restaurants connaissent des usages similaires à ceux des certains urbains. En effet, le restaurant peut-être utilisé comme espace de socialisation.

Des restaurants sont l'objet d'une fonction sociale professionnelle afin de conclure un accord, de négocier avec un client, voire un lieu de référence pour certaine famille ou certain couple. Le restaurant d'un site touristique fonctionne comme lieu de modernité et de sociabilité. Par là-même, certains gîtes ou hôtels sont également des éléments de modernité.

Ces usages sont particulièrement opérationnels chez les élites rurales bénéficiant d'un réseau de relations locales afin de renforcer leur face et leur relation. Le tourisme dans les campagnes participe alors à l'entretien des liens sociaux des ruraux eux-mêmes. Aussi se constituent de véritables réseaux d'élite ruraux composés de restaurateurs, d'hôteliers, patron d'entreprise et cadres locaux (Parti communiste et cadre administratif).

Le système des tarifs préférentiels et de réduction des prix fonctionne pleinement. Par extension, il existe deux grilles tarifaires, une pour le tourisme polarisant une clientèle urbaine, l'autre pour les ruraux locaux utilisant les infrastructures pour conduire leurs affaires.

Prévues pour une clientèle extrarégionale et plutôt urbaines, certaines populations rurales s'adonnent à un jeu d'identité renouvelé à travers le lieu transformé par et pour le tourisme. Il y a ainsi une transmission sélective des pratiques des urbains vers les ruraux. Le tourisme contribue ainsi à une mise en relation originale des ruraux et des urbains dans un projet de modernité.

La quête des racines est un des éléments du processus touristique dans les campagnes. La recherche d'identité à travers les paysages, les rites, le folklore et la gastronomie permet

aux touristes urbains de se constituer un passé identitaire traduisant le temps de la modernité. Le tourisme permet également d'expérimenter des normes sociales dans le prolongement du quotidien.

Cette quête s'articule selon des temporalités touristiques particulières. La campagne est vécue touristiquement au travers des saisons et des travaux agricoles.

## **2. La saisonnalité et temporalité du tourisme à la campagne : vivre les saisons agricoles**

---

Le tourisme dans les espaces ruraux connaît une articulation forte avec les saisons. Les pratiques font l'objet d'une forte saisonnalité, dans la continuité de ce qui est observé dans les sociétés occidentales à travers le tourisme vert.

Le tourisme s'organise selon un temps précis donnant un renouvellement des rythmes collectifs. Il y a un temps du tourisme à la campagne avec une saison de forte fréquentation et un tourisme dont l'intensité est plus basse voire inexistante. Ces temporalités sont composées des fêtes populaires et nationales, de la floraison et de la cueillette.

### **2.1 Fêtes, saisons et paysages : forte saisonnalité des pratiques touristiques**

#### ***2.1.1 Identifier les temporalités de fortes intensités touristiques***

Nous avons pu identifier précédemment la forte saisonnalité des mobilités touristiques. En effet, le tourisme dans les campagnes dans le delta du Yangzi se concentre sur les périodes de congés en avril, en mai et en octobre. Aussi, les week-ends d'avril à novembre sont l'objet d'une forte intensité touristique.

Parmi les motivations de départ, la saison et les conditions météorologiques constituent des éléments de la saisonnalité du tourisme. On observe ainsi une saison avec un maximum de fréquentation et une période creuse de faible fréquentation des lieux.

Nous avons pu observer une forte corrélation entre les cycles végétatifs de productions agricoles et le temps des pratiques touristiques. Par là-même, il y a une mise en scène particulière des paysages agricoles en fonction des saisons ; ceci venant renforcer la dimension paysagère du monde rural.

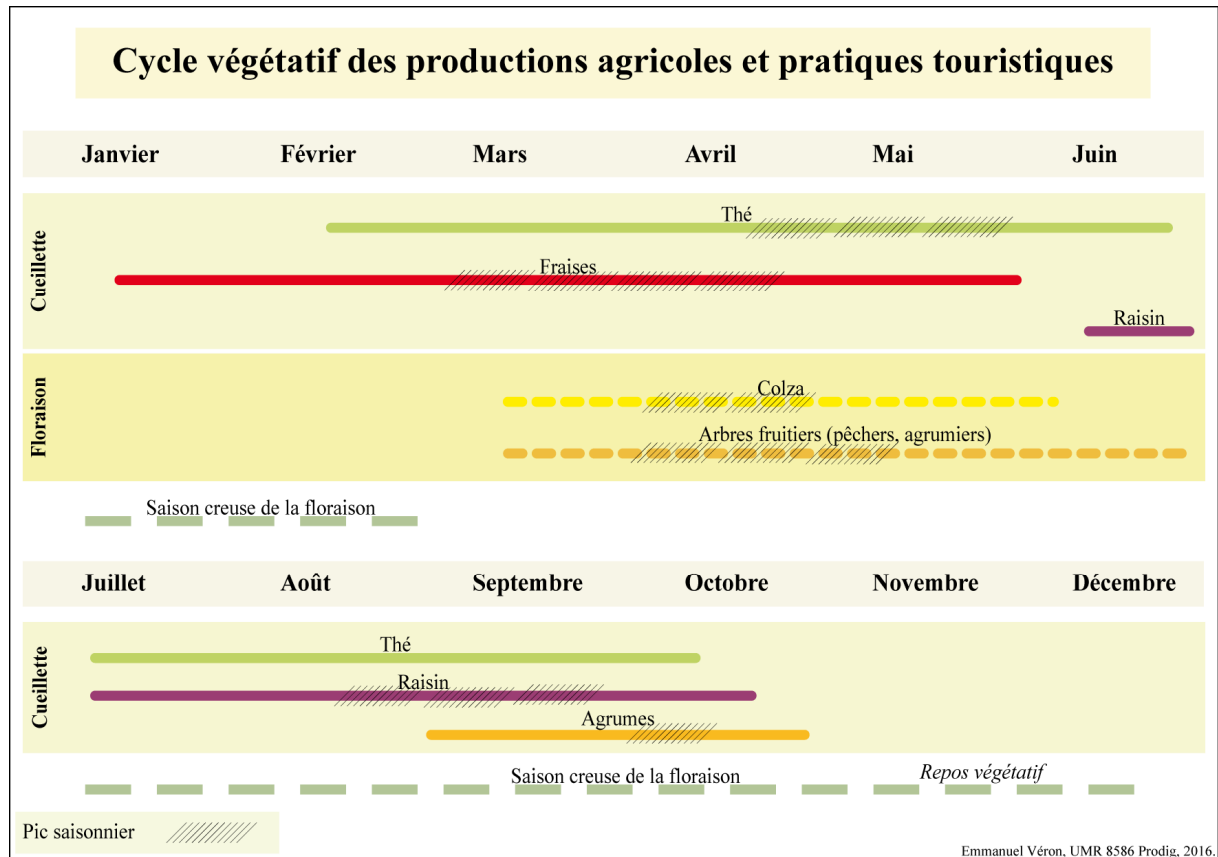


Figure 24.

La figure 24 rassemble les essences et des fruits faisant l'objet d'une pratique particulière dans l'espace rural du tourisme. Nous observons deux états ou deux stades du cycle végétatif articulés avec le processus touristique.

Il y a d'abord le temps de la cueillette de fruits et de légumes couvrant indistinctement la quasi totalité des quatre saisons. Dans le détail, nous distinguons la saison de la cueillette des fraises produites sous abris (la plupart du temps), ou sous bâches de janvier à fin mai. Le pic de l'activité de la production coïncide avec un pic de fréquentation touristique. Cette période se concentre sur les mois de mars et d'avril.

La cueillette de feuilles de thé est de moindre intensité, principalement du fait du degré de technicité. Cependant, quelques lieux proposent la cueillette sur des parcelles bien délimitées. La période est longue et complexe. La cueillette s'opère selon les types et les terroirs de thé, et selon l'âge des feuilles et des conditions météorologiques. Ainsi la cueillette s'étale-t-elle dans la région de février à octobre<sup>16</sup>. Le pic d'activité se déroule durant la saison printanière d'avril à juin.

<sup>16</sup> Plus la cueillette est précoce, plus la qualité et la taille des feuilles recherchées seront jeunes et de petite taille. Seules quelques espèces de thé comme le *Biluochun* sont concernées. Cette variété de grande qualité est cultivée sur le pourtour du lac Tai.

Le raisin constitue un fruit récemment cultivé, dont la cueillette est relativement aisée. Le pic d'activité se concentre à la fin de l'été jusqu'en octobre. Il s'agit d'un raisin de table, dont quelques sites touristiques se sont dotés à destination principale de la clientèle urbaine touristique.

Enfin, les agrumes forment le dernier fruit faisant l'objet de ramassage. La région connaît une gamme variée d'agrumes allant des oranges au yuzu en passant par les citrons. Le pic saisonnier de la cueillette s'opère entre la fin du mois de septembre et la mi-octobre. Quelques légumes (en particulier des courges) complètent les diverses variétés de fruits et légumes de la cueillette. Les arbouses dont la production est importante dans la province du Zhejiang connaissent un certain engouement. La cueillette par les citadins est rare, mais l'achat de barquette est fréquent, directement sur les sites touristiques ou le long des routes. Ce sont les fraises qui connaissent le plus grand succès, en raison de la facilité des conditions de productions pour la région et du rôle ludique de leur ramassage par les citadins.

L'autre catégorie du cycle végétatif concerne la floraison d'arbres fruitiers et de végétaux divers. La période de la floraison du colza (*youcaihua*) constitue indéniablement une fonction centrale dans le rythme des saisons et celui des pratiques touristiques à la campagne. La floraison se répartit de mars à fin avril-mai, dont le pic se situe entre la fin mars et la mi-avril. La floraison est plus précoce dans les régions méridionales et constitue de façon similaire une attraction touristique majeure (provinces du Jiangxi et du Hunan par exemple). Le colza n'est pas spécifiquement cultivé, il s'agit d'une espèce qui se renouvelle d'une année sur l'autre, à savoir une plante annuelle produite à la fois sur des parcelles délimitées et se diffusant spontanément au-delà de simples parcelles. Ainsi le colza pousse-t-il et fleurit-il sur la moindre parcelle de terre dans un village, au bord d'une route. Outre la dimension florale, c'est bien la graine qui est l'objet de transformation en huile (de cuisine – huile alimentaire)<sup>17</sup>.

Parallèlement, à la floraison du colza cultivé pour son huile, la floraison d'arbres fruitiers constitue l'autre versant du cycle floral. Les arbres fruitiers se déclinent selon les agrumiers (citronniers, orangers, kumquats), dont la période de floraisons s'étire de mars à fin juin-début juillet. Puis, les pêchers, les cerisiers et les pruniers voire les pommiers composent la grande majorité des fruitiers dont la floraison printanière d'avril à juin connaît un pic de mars à mai.

Depuis 2010, des essences ont fait l'objet d'une valorisation et de tentative de valorisation dans la région, notamment sur une partie du pourtour du lac Tai, en raison de ces

---

<sup>17</sup> Selon la FAO, la Chine produit environ 24 % de l'huile de colza dans le monde en 2011. Le colza est également utilisé comme engrais vert.

conditions bioclimatiques. Il s'agit de la lavande. Cependant, cette essence reste marginale par rapport aux espèces développées précédemment.

Enfin, en négatif à ces cycles végétatifs de haute intensité biologique, se combine une phase de repos, une saison creuse couvrant la saison hivernale. Les cultures sous serres et sous abris sont en décalage par rapport aux conditions de repos de l'hiver et des saisons adjacentes.

### **2.1.2 Les fleurs, les fruits et leurs symboles : renouer avec le temps agricole et l'histoire**

Si ces essences et ces fruits connaissent un certain engouement depuis environ deux décennies, le développement de la mise en culture de nouvelles espèces, marque les sites touristiques périurbains. Chaque fruit, chaque fleur correspond à une dimension symbolique particulière. Les symboles puisent à la fois dans le passé agricole et populaire, et dans un certain exotisme dont les essences font l'objet d'une appropriation récente en lien avec la modernité (Lu, Zhang et Tang, 2009).

Le processus touristique participe à l'absorption de nouveautés, puis à l'appropriation/adaptation par les sociétés locales. Chacune des fleurs et des arbres fruitiers ont des significations et des symboles propres<sup>18</sup> (William, 2006). Tous sont imprégnés des différents cultes (populaires ou des cultes taoïstes, bouddhistes et confucianistes).

Les cultures sont à la fois originaires de Chine (différentes régions, septentrionales et centrale – pommier, poirier, prunier ou méridionales comme les agrumiers) et à la fois étrangères à la Chine. Ces dernières connaissent une maîtrise des cultures assez anciennes (prunier, abricotier, cerisier, raisins) et également une maîtrise d'espèces et d'essences bien plus récente (lavande, certaines orchidées, les fraises, certains raisins).

Les fleurs constituent une symbolique particulière. L'engouement contemporain des touristes urbains et l'utilisation des fleurs comme motif et produit touristique puisent dans les symboles, dans l'histoire et dans la dimension esthétique de paysage scénographique. La culture autour de la beauté des fleurs<sup>19</sup> est ancienne. L'empereur Wu Di (dynastie Han) avait établi un jardin botanique et horticole afin reproduire des paysages et les saisons (William, 2006 : 198). Ceci participera à la culture du jardin et de l'aménagement urbain où le parc

---

<sup>18</sup> Une variété de fleurs et de fruits est utilisée pour symboliser chaque mois de l'année. L'ordre est le suivant : prunier, pêcher, pivoine, cerisier, magnolia, grenadier, lotus, poirier, mauve, chrysanthème, gardénia et coquelicot. Les quatre saisons sont symbolisées par : pivoine arbustive pour le printemps, le lotus pour l'été, le chrysanthème pour l'automne et le prunier pour l'hiver (William, 2006 ; Dictionnaire français-chinois en images, 2003 ; et Grand dictionnaire français-chinois du nouveau siècle, 2005).

<sup>19</sup> La déesse taoïste des fleurs connues sous le nom de Hua Xian est généralement représentée accompagnée de deux préposés avec des paniers de fleurs. Ces derniers sont le symbole d'un des huit immortels (Lan Caihe). (William, 2006). Aussi, un festival des fleurs se déroule le douzième jour de la seconde lune. Par extension, il existe le terme de pays fleuri (*huaguo*) pour désigner la Chine.



floral et botanique tient une place particulière. Les couleurs (du blanc au rose en passant par le rouge) participent aux dimensions symboliques.

Parmi les fleurs dont les symboles sont les plus forts, nous identifions principalement les pêchers, les cerisiers et les pruniers.

Le pêcher et la pêche<sup>20</sup> tiennent une place particulière dans le dispositif fruitier et floral de la région. Les cultures de pêchers sont nombreuses dans les régions du Jiangsu, du Zhejiang, mais aussi de Shanghai. La dimension symbolique double l'effet de production/consommation. En effet, la pêche est aussi appelée le fruit des fées (*xianguo*). Le pêcher est supposé être originaire de Chine. La pêche est symbole de longévité (d'immortalité)<sup>21</sup>, mais aussi de mariage et du printemps (*cf.* figure 25).

Le cerisier (*yingtao*) a une double fonction esthétique : la couleur rouge du fruit et la couleur du cerisier en fleurs. La cerise a fait l'objet de comparaison avec les lèvres de concubines dans la poésie chinoise classique, notamment de Bai Juyi (dynastie Tang).

Les prunes et les pruniers (associés au taoïsme) sont historiquement cultivés dans les provinces centrales. Les fleurs et le fruit symbolisent l'hiver, en particulier l'arbre. L'arbre en fleurs symbolise la pureté, la région du delta connaît une extension de la culture de prunier, en particulier dans la région entourant le lac Tai dans le Jiangsu. Aussi, le prunier en fleur a servi de symbole dans l'histoire contemporaine pour représenter le Conseil politique central comme fleur nationale avec ces cinq pétales, afin de désigner les cinq nationalités les plus importantes numériquement (Han, Manchou, Mongol, Hui, Tibétain).

Nous distinguons des fleurs dont les symboles sont moins importants tant en termes de diffusion spatiale que de références historiques. Il s'agit des pommiers, poiriers, agrumiers.

La fleur du pommier est parfois utilisée comme symbole décoratif signifiant la beauté féminine. La prononciation du mot pomme en chinois (*pingguo*) rappelle la notion de paix (*ping*).

Différentes variétés d'agrumes poussent en Chine. Les oranges sont cultivées depuis plus de mille ans, en particulier dans la partie méridionale. Les oranges étaient envoyées à Pékin à la cour de l'empereur. L'orange participe au symbole de prospérité et de bonheur durant la période du Nouvel An et pour les douze mois suivants.

L'appropriation d'espèces exotiques et extrarégionales comme la lavande, ou de certains fruits, comme l'engouement particulier pour les fraises, participe pleinement à un

---

<sup>20</sup> Différentes variétés sont cultivées : les nectarines, pêches plates.

<sup>21</sup> Nombre de mises en scène et de représentations montrent des dieux de l'immortalité avec des pêches. Le fruit est plus important que le bois.

renouvellement de la culture florale. Ce sont autant de symboles de modernité associés à des régions occidentales (pour la lavande) et dont les paysages provençaux (*puluowangsi*) sont « entrés » dans l’imaginaire des citoyens chinois<sup>22</sup>.



**Figure 25 – L’image d’un programme touristique de la région du Jiangnan.**

(Les fleurs de pêcher en haut à gauche de l’image symbolisent l’abondance, la prospérité et la longévité).

La dimension florale complète la dimension paysagère par ces couleurs, par la variété des essences et des formes. Ainsi le paysage floral est-il associé à l’ouverture de l’espace dans les campagnes dont les traits de ruralité (pont, canal, bâti) forment le cadre. Il y a une forte articulation entre tourisme à la campagne et temporalité intra-annuelle, dont le rythme des saisons découpe et marque le temps.

## 2.2 Le tourisme à la campagne et les nouveaux rythmes collectifs

L’identification de nouveaux intérêts pour la floraison et la cueillette de fruits et légumes signalent l’appropriation de temporalités agricoles dans le calendrier des urbains. Ces épisodes floraux recourent des festivals et des fêtes dédiées à la floraison. Certains de ces festivals et fêtes sont inscrits dans les temps de congés nationaux, d’autres sont populaires et non officiels. La saisonnalité est principalement le fait de trois raisons : les conditions météo, les festivals et le calendrier (Chio, 2009).

---

<sup>22</sup> Entretiens en mars, avril et mai 2012 avec Yu Yu, responsable du bureau de qualité et de la technologie de la municipalité de Huzhou ; Zhu Jianqing, Directeur général du Bureau de tourisme du district de Changxing et Li Jianming, responsable du Bureau de gestion forestière du district de Changxing. Ces responsables ont été évoqués l’aménagement d’un parc à thème reconstituant des paysages de lavande.

### **2.2.1 Fêter le paysage et rythme collectif du temps social**

Les rythmes du temps social sont marqués par l'intégration des cycles végétatifs dans le calendrier des citadins-touristes. La floraison de la campagne est devenue un marqueur du temps collectif et du temps de socialisation.

« Le rythme est à la fois une entrée analytique heuristique et un cadre interprétatif pour étudier le fonctionnement socio-spatial des sociétés en général » (Pradel, 2010 : 11). La floraison du colza d'une part et celle des arbres fruitiers sont autant de nouveaux repères collectifs pour une population urbaine avide d'images, de panoramas et de paysage pour le délasserment. Le temps du tourisme à la campagne est l'objet d'une détermination sociale, une véritable construction sociale et culturelle.

Le rythme est dans ce cas collectif et non individuel, ce qui renforce l'effet de socialisation à partir du tourisme. La dimension individuelle est marginale. C'est bien l'idée d'un partage symbolique du temps à travers l'émerveillement d'un paysage ponctuel (saison) et précaire que le tourisme à la campagne s'inscrit. Ces rythmes collectifs sont avant tout ceux de rythmes urbains, prenant en compte spatialement une dimension rurale. Le tourisme procède ainsi d'une dilation du temps et de l'espace vécu urbain dans les campagnes. Le tourisme donne à une partie de la société (plutôt urbaine) une nouvelle spatialisation du temps. Les touristes ont la capacité d'intégrer à leur rythme intra-annuel un temps historique, celui du temps agricole et des cycles végétatifs symboles de l'appartenance à un pays natal bucolique.

Le lien social s'en retrouve renouvelé. Ces rythmes collectifs contemporains créent du lien social (Halbwachs, 1947). Le rythme social du « tourisme floral » vient compléter et complexifier la dimension rituelle des rythmes contemporains. Il s'agit là d'une socialisation collective du temps, de la fête et du paysage.

La saison en tant que dimension temporelle est puissamment associée au monde rural, en tant que dimension spatiale (*cf.* planche photographique 14).

## Les saisons et les paysages floraux



Colline du site de Piaomiao (île de Xishan - lac Tai). Début de floraison des cerisiers (*yinghua*), dont les fleurs sont blanches, en association avec quelques pêchers (*taohua*) aux fleurs plutôt rosées. Quelques bosquets de thé complètent les cultures en terrasse. (Jiangsu, avril 2011).



Fin de la floraison du colza à la mi-mai dans le centre de la province du Zhejiang, district de Xianju. (Mai 2012).



Pleine période florale du colza. Jeu entre collègues dans un massif de colza dans le village de Zhonghua, Jinshan, Shanghai. (Avril 2009).



Quelques roses, cucurbitacées et autres fleurs dans une serre dans l'espace florale de démonstration du village de Qianwei, Chongming, Shanghai. (Juillet 2012).



Jeu de photo et macro-photo d'arbre fruitier (cerisiers et pêchers) avec en fond la fin de la saison florale du colza. Village de Zhonghua, Jinshan, Shanghai. (Avril 2011).

Emmanuel Véron, UMR 8586 Prodig, 2016.

### Planche photographique 14.

Le touriste urbain renoue ainsi avec le découpage ancien du temps. C'est à partir de ce qui est observable (un paysage floral, une végétation, des météores) que la saison prend tout son sens. Le temps se répète et son déroulement n'est pas linéaire, mais bien cyclique. Les saisons sont à la base de la construction du temps social renvoyant « l'homme à un être de nature et de culture » (Pradel, 2010 : 37).

*- Les saisons et les paysages floraux du tourisme*

Nous rassemblons quatre courts extraits d'entretiens avec des touristes à propos de la dimension florale des paysages et de la socialisation autour des floraisons.

Mme Chen, étudiante, Shanghai, 2012.

« Au printemps avec mes amis nous allons à la campagne pour admirer les champs de colza en fleur. [...] Je suis allé pour la première fois à Nanhui pour voir le festival des fleurs de pêcheurs. C'était magnifique. C'est un peu comme au Japon avec les arbres en fleurs ».

M. Yang, chef d'entreprise individuelle, Suzhou, 2012.

« Une fois par an, en mars ou en avril, j'emène ma famille ramasser des fraises dans la campagne autour de Suzhou. Aussi, nous profitons à cette période des champs de colza en fleur. La campagne est belle, les couleurs sont magnifiques. Le verdoyant et le jaune (du colza) donnent un superbe paysage printanier. C'est une période où il y a beaucoup de monde dans la campagne. Les touristes ont l'habitude de cette période. C'est très apprécié en Chine. [...] Le colza est présent dans beaucoup de régions chinoises (Jiangxi, Hunan, Anhui, Guangxi, etc.) ».

Mme Gao, employée dans une entreprise privée, Shanghai, 2012.

« En Chine, nous aimons beaucoup les fleurs ! [...] Les fêtes florales sont l'occasion d'aller dans des parcs botaniques (Pudong et Nanhui) et dans des villages et les parcs touristiques partout dans la campagne de Shanghai (Qingpu, Jinshan, Fengxian, Chongming etc.). C'est à la mode ! Beaucoup de monde se rend alors dans la campagne. La saison est agréable, il fait trop chaud et l'humidité n'est pas encore trop forte ».

Mme Cai, employée dans l'administration publique, Shanghai, 2012.

« Dans ma famille, nous aimons beaucoup les arbres en fleurs (pêcheurs, cerisiers et pruniers). Depuis, une dizaine d'années ou un peu plus [...], beaucoup de touristes vont photographier la floraison de ces arbres. Il y en a en ville. L'université de Tongji est très célèbre pour la floraison de ces arbres sur son campus. On peut voir beaucoup de couples s'y rendre pour prendre des photos. Aujourd'hui, les citadins vont plutôt voyager dans la campagne pour profiter de ces beaux paysages ».

Le paysage, en chinois, (*shanshui* ou *fengjing*) se complète aujourd'hui d'une dimension saisonnière et florale. Le rythme collectif de la contemplation d'un paysage en fleurs (dont les échelles sont très variables) correspond à la temporalité contemporaine d'un lien social nouvellement organisé autour du paysage. Le paysage est fêté, parce qu'il est paysage agricole, humanisé et culturel.

Le paysage est inscrit dans une dimension identitaire et culturelle rappelant les pratiques japonaises durant le printemps. Il s'agit du *Hanami* (littéralement, « regardez les fleurs »). Les Japonais profitent des cerisiers en fleurs pour pique-niquer et s'imprégner du parfum des arbres en fleurs. À travers ces pratiques très anciennes, Augustin Berque interprète le fait culturel et social de la nature au Japon. « L'illusion (subjective) fait paraître naturel ce qui en fait résulte de la culture et de l'histoire. La possibilité (objective) de l'action humaine sur la nature et vice versa » (Berque, 1986 : 192) donne un paysage original et identitaire, dans lequel l'individu se reconnaît.

Il est intéressant de rapprocher l'engouement de pratiques similaires entre la Chine et le Japon au travers d'une compétition sur la dimension paysagère en Asie orientale et plus précisément l'appropriation par une société de traditions voisines. À travers ces traditions florales (où la Chine renouvelle puissamment ses festivals et ses intérêts pour la culture florale), c'est une sorte de course au leadership à la tradition et à la culture qui s'offre à nos yeux (*cf.* planche photographique 14 et figure 26).

Le paysage se fête en commun, en famille, entre amis, entre collègues et entre amoureux. Cette notion festive doit être resituée dans le cadre du calendrier national, celui du découpage politique, culturel et social du temps.

### ***2.2.2 La fête et l'agro-pastoral comme produits touristiques***

Le tourisme a donc une articulation forte avec le temps découpé selon des modalités festives donnant une socialisation particulière autour de la notion de paysage. Cette dimension cyclique du temps renvoie à la conception même des rythmes collectifs, notamment aux nombreuses références faites au calendrier traditionnel chinois. Il y a travers le temps du tourisme institutionnalisé, des moments du calendrier agraire, ancien. Le tourisme participe à faire vivre ou revivre des temps passés, parfois disparus ou délaissés.

Le calendrier chinois des fêtes et des congés institutionnalisé puise dans le calendrier en vigueur en Chine. Ce dernier est la combinaison de deux calendriers, un calendrier solaire (agricole - *nongli*) et un calendrier luni-solaire (civil)<sup>23</sup>.

Le tourisme dans les campagnes correspond à une sorte de « ruralité événementielle » en miroir d' « une urbanité événementielle » (Pradel, 2010) à travers des fêtes, des concerts, des parades.

**Mise en désir de la campagne en fleur**

"Festival touristique de la floraison des mille îles du colza"

"Le paysage pittoresque de Xinhua des mille îles de colza comme un rêve sur terre."

D'après un prospectus touristique faisant la promotion du site de Xinghua.



*Mer de la floraison du colza la plus belle du pays*

Voyage en voiture individuelle

Itinéraire depuis Shanghai

Itinéraire depuis Pékin

Itinéraire depuis Nankin

Itinéraire depuis Yancheng

Site dans le Subei (partie nord de la province du Jiangsu, à proximité de Yancheng).

Emmanuel Véron, UMR 8536 Prodig, 2016.

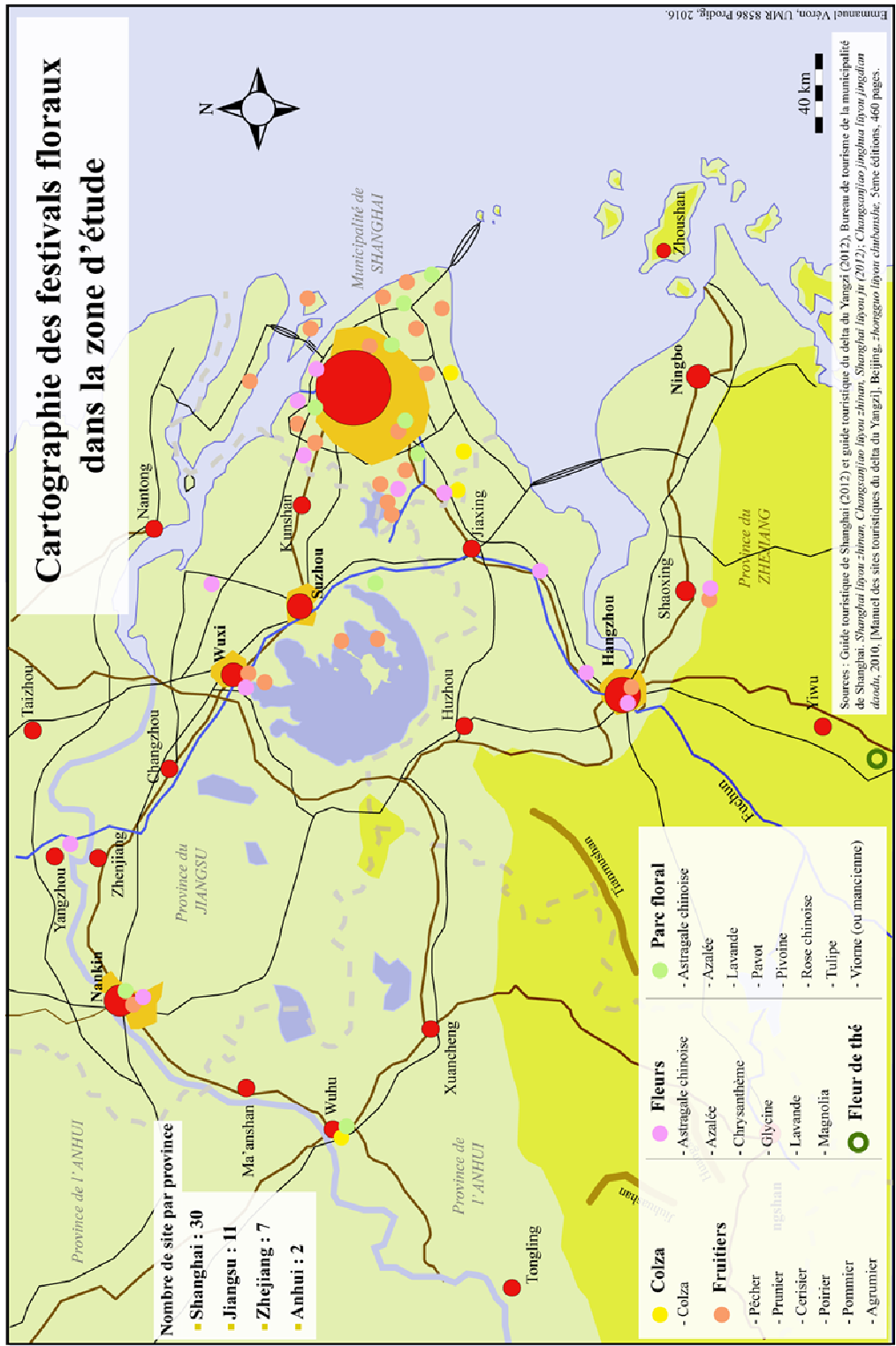
**Figure 26 – Affiche de promotion du site touristique de Xinghua dans le Subei (nord du Jiangsu).**

La promotion d'une campagne dont la floraison symbolise l'abondance permet la socialisation de la population à travers la contemplation et le jeu (course de barques) (*cf.* figure 26). Il s'agit d'une incitation à fêter ensemble un paysage agricole inscrit dans le cycle du temps.

Les campagnes du delta du Yangzi sont l'objet d'une succession de festivals floraux (*huahui jie*) organisés et structurés par les professionnels du tourisme, les autorités locales et par les communautés rurales participant au tourisme. Nous cartographions ci-après cette offre

<sup>23</sup> Nous avons reconstitué un calendrier luni-solaire dans les annexes. Le temps est découpé selon les termes solaires (*jieqi*) indiquant les « événements » naturels en lien avec les pratiques agricoles.

touristique récente (entre une et deux décennies seulement). Les pratiques touristiques des festivals et fêtes florales sont finement territorialisées, commercialisées et marchandises (Garnier, 2005). Les festivals floraux contribuent à la promotion de l'espace rural touristique idéal (Garat, 2005).



Carte 10.



La cartographie des lieux institutionnalisés pour la floraison témoigne d'une forte hétérogénéité à l'échelle de la zone d'étude. Il existe un gradient fort de variabilité des essences et des lieux en fonction de l'importance économique et technologique de l'urbanisation, mais aussi en termes de clientèle captive. Enfin, en termes de produits touristiques paysagers. Autrement dit, il y a un degré d'importance des festivals floraux en lien avec la qualité paysagère des espaces ruraux et périurbains.

*- Forte concentration dans la municipalité de Shanghai*

La municipalité de Shanghai est l'objet d'une importante concentration des festivals. Les diverses essences sont bien représentées. La municipalité connaît une grande variabilité des espèces réparties dans les périphéries urbaines (péricentre et périurbain) et rurales. Le colza est territorialisé pour les festivals (*youcaihua jie*) dans deux sites, contrastant avec les discours et les pratiques des touristes. En effet, la culture du colza étant largement le fait de l'ensemble de la région, les touristes peuvent s'adonner à des contemplations et prises de photographies en dehors des deux lieux dédiés.

Par ailleurs, les fruitiers (essentiellement des agrumes et des pêchers – *ganju jie*, *taohua jie*) sont l'objet d'une distribution dans les périphéries les plus éloignées de l'agglomération (arrondissements de Pudong, Jiading, Qingpu, Jinshan et district de Chongming).

Enfin, les festivals de fleurs d'ornements sont nombreux et viennent compléter les précédentes essences. Les parcs floraux sont en activité toute l'année et proposent une large gamme de variétés (pivoine, chrysanthème, magnolia, lavande). Leur territorialisation est double : d'abord dans les périphéries urbaines (Minhang et Baoshan) accessibles en métropolitain et bus intra-urbain, puis dans les arrondissements périurbains (Qingpu, Fengxian et Pudong).

*- La province du Jiangsu : concentration des festivals entre Wuxi et Nankin*

La partie du Jiangsu incluse dans la zone d'étude accueille une dizaine de sites pour les festivals floraux. Ces derniers sont concentrés entre la région urbaine de Nankin d'une part et la région urbaine de Wuxi- Suzhou d'autre part.

La zone métropolitaine de Nankin-Yangzhou propose des parcs floraux (essentiellement des chrysanthèmes, pivoines, astragales voire de la lavande) et des sites de contemplation de fruitiers (essentiellement des pêchers, pruniers et poiriers).

Enfin, la zone de Wuxi-Suzhou est un haut lieu de la floraison des cerisiers (*yingtao jie*), des pruniers (*meihua jie*), et des pêchers. Des parcs floraux sur le modèle shanghaien proposent plusieurs variétés des fleurs d'ornement (pivoine, lavande, glycine, magnolia, viorne).

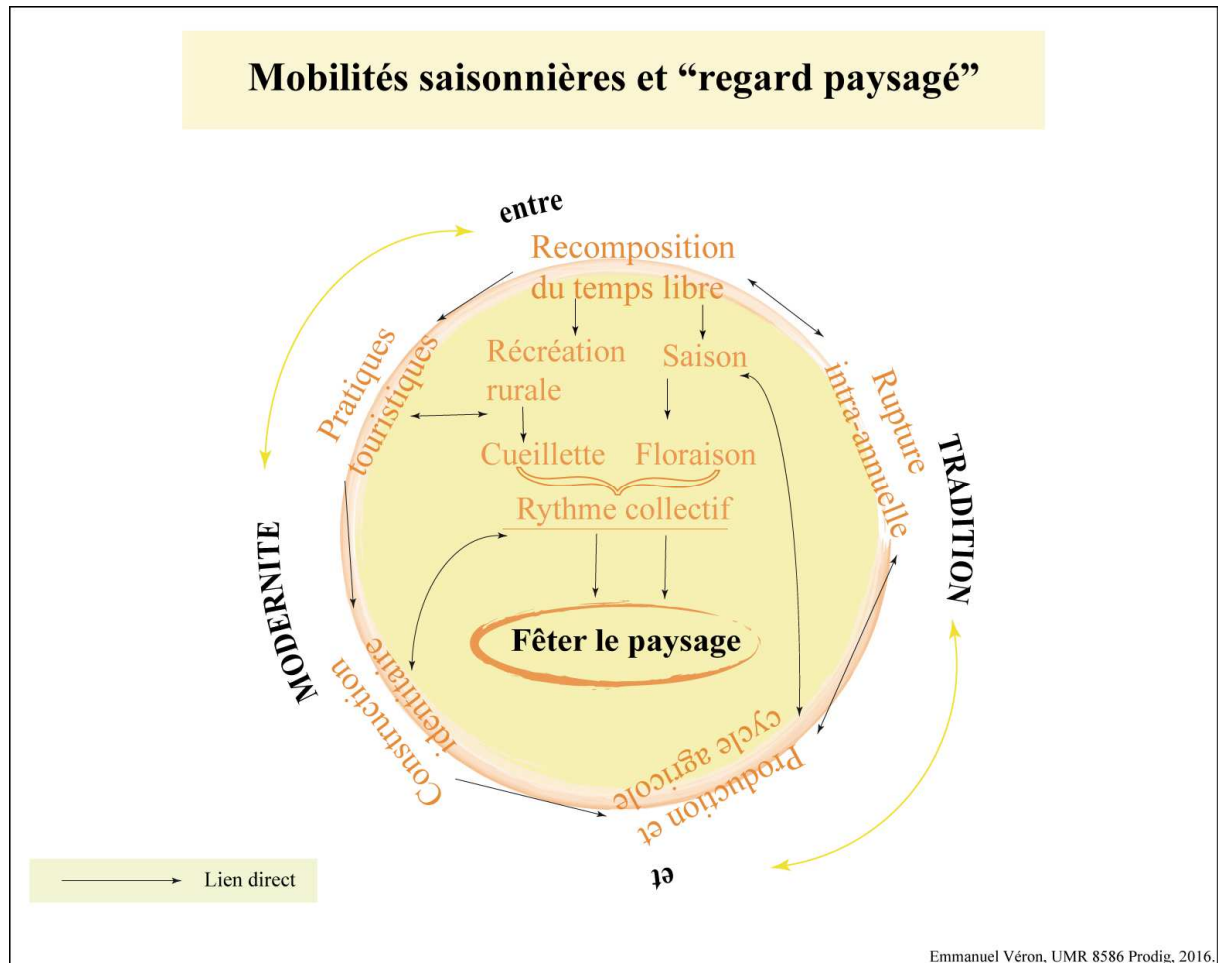
*- La province du Zhejiang : un produit touristique rural peu orienté sur les fleurs*

La partie nord du Zhejiang accueille et propose un peu plus de 5 à 6 lieux dédiés au tourisme floral. Le festival de la fleur de thé (*chahua jie*) dans la municipalité de Jinhua polarise le processus avec les différents événements territorialisés dans l'agglomération de la capitale Hangzhou. Cette dernière propose la floraison du lotus et de quelques fruitiers. Des villes comme Tongxiang, Shaoxing et Yuhang se sont dotées de parcs à fruitiers et à fleurs (respectivement pêchers et chrysanthèmes).

*- La province de l'Anhui en marge du processus touristique floral*

Concernant la partie incluse dans la zone d'étude, seule la municipalité de Wuhu propose des parcs floraux et notamment autour du colza associé à des essences parfois exotiques (orchidée, pivoine, gerbéra, gardénia, rose). Ces dynamiques se retrouvent dans la partie septentrionale de la province comme à Chaohu, en dehors de la zone d'étude.

Les festivals et les fêtes donnent la possibilité aux individus de s'identifier à une tradition et à une région. Ces rythmes partagés s'apparentent à ceux des fêtes religieuses, aux commémorations et aux jours de congés officiels. La campagne est vécue périodiquement. À travers des lieux figés, le touriste apprécie les mutations du temps. Les fêtes anciennes puisent dans les sociétés agro-pastorales. Elles célèbrent commencement et fin des cycles de travaux agricoles (*cf.* figure 27). « Elles suivent un schéma rituel fixe reconduit d'année en année » (Crozat et Fournier, 2005 : 315).



**Figure 27.**

Les symboles du temps ne sont plus uniquement déterminés par des valeurs locales, provinciales et nationales, mais aussi à travers des valeurs mondiales articulées en réseau. « Le processus questionne la souveraineté des territoires et des métropoles à produire leurs propres morphologies temporelles » (Pradel, 2010 : 16). La succession des fêtes et des festivals institutionnalisés faisant l’objet de fortes mobilités touristiques sont autant de résistances au temps mondialisé niant les rythmes collectifs locaux. Ils participent ainsi à un temps propre à la nation et aux citoyens de cette nation (*cf.* figure 27). Ce temps leur appartient. Il est organisé, même encouragé par le pouvoir.

« Reprenant pour partie certaines fonctions des grands rituels collectifs anciens, religieux ou sociaux » (Viard, 2000 : 47) ; les festivals deviennent des marqueurs du temps collectif. Ces périodes marquent non seulement le temps mais l’espace. Le tourisme organise la diffusion d’une quête de modernité des villes vers la campagne. L’appropriation d’un monde rural touristique par les citoyens est à l’œuvre.

Le tourisme et les loisirs (des fêtes et festivals) participent à la structuration des sociétés. La quête d’authenticité à travers la socialisation des rythmes collectifs touristiques

organise le temps libre d'une classe de citoyens, et interroge la modernité des lieux et des sociétés urbaines dont les capacités de voyage permettent un renouvellement des relations entre urbanité et ruralité.

### **3. Appropriation d'une territorialité touristique par la clientèle urbaine et degré d'expérience touristique**

---

La société urbaine touristique a en quelques années augmentées sa capacité à fréquenter des lieux, pour ses loisirs et ses pratiques touristiques, en dehors de l'espace du quotidien et de proximité. Pour autant, qu'en est-il de l'appropriation de l'espace d'accueil (lieux<sup>24</sup> du tourisme dans les campagnes) ?

Nous proposons d'interroger, dans la continuité de la quête du passé et des origines, les relations aux lieux et aux sociétés locales. Autrement dit, les touristes se construisent des grilles de satisfaction en fonction de la « qualité » des lieux. Ces critères sont spécifiques à la clientèle chinoise.

Aussi, nous analysons à travers un jeu d'échelle les pratiques spatiales des touristes. Ces dernières sont très concentrées sur les lieux. Ceci est en lien avec les activités et l'expérience touristique. Ces dynamiques introduisent l'idée de l'itinérance, élément structurant des pratiques touristiques dans l'espace rural (Europe, Amérique du Nord)

Enfin, nous établissons des profils de touristes en fonction de leur degré d'apprentissage et d'expérience touristique. Le corps social des touristes urbains est composé d'une complexité hiérarchisée selon l'expérience touristique individuelle et le statut socio-économique.

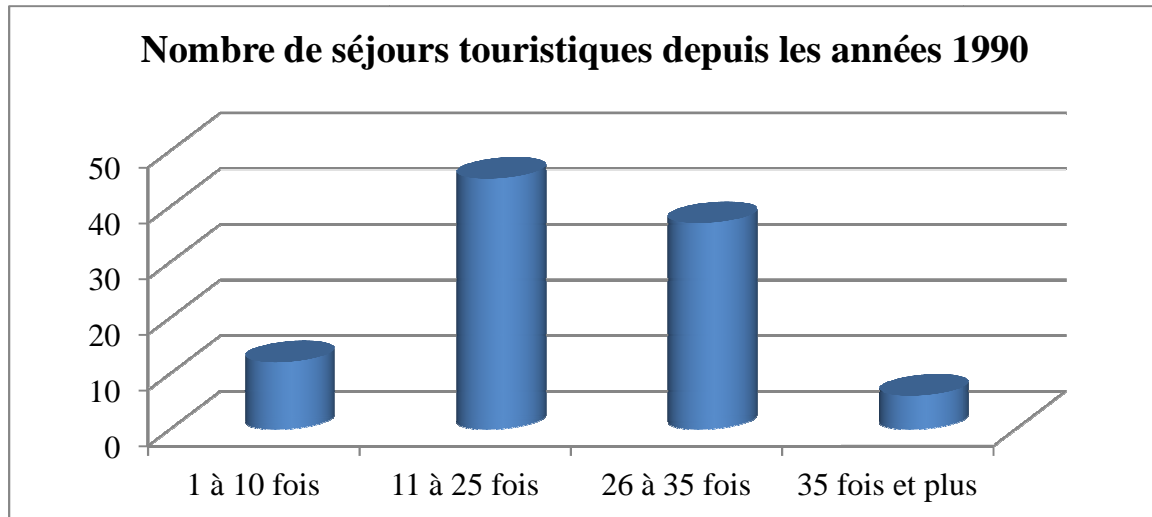
#### **3.1 Satisfaction, qualité des lieux et modes de consommation marchands**

##### ***3.1.1 Interroger la fréquence du tourisme à la campagne afin d'appréhender la spécialisation de la clientèle***

L'évaluation de la fréquence des voyages à la campagne par les individus permet d'appréhender la construction d'une destination singulière et originale, et son degré d'attractivité (GMV Conseil, 2013). Aussi, ceci est utile à l'analyse des modes de consommations marchands ou non, afin d'affiner les profils au sein de la clientèle captive.

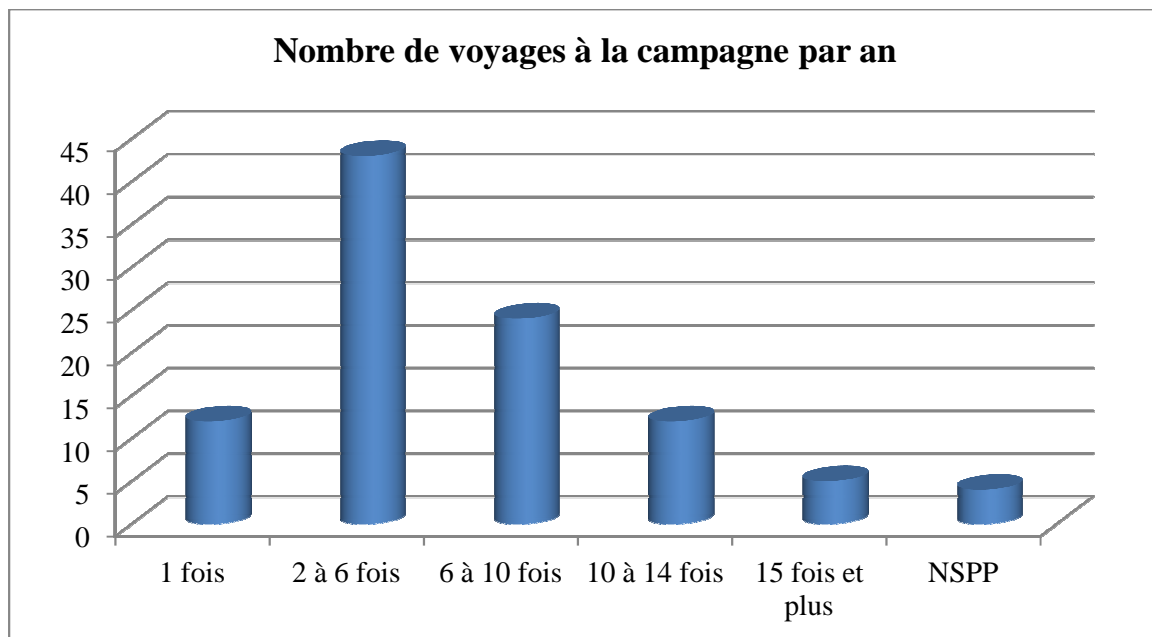
---

<sup>24</sup> Nous entendons par lieu l'ensemble des formes (activités, divertissements et pratiques proposées), des infrastructures (hébergement, restaurant, équipements) et du social (sociétés locales, savoir-faire et folklore) composant un site.



**Graphique 23 – La fréquence des voyages au cours d’une vie (en %).**

La fréquence des voyages au cours d’une vie chez les individus de l’enquête montre une majorité de séjours entre les nombres 11 et 35. Les extrêmes (1 à 10 fois d’une part, et 35 fois et plus d’autre part) sont minoritaires. La grande majorité de la population touristique voyage au moins une fois par an, seule une minorité voyage très peu (moins d’une fois par an) et une faible part voyage régulièrement, voire très régulièrement rapport à la moyenne. Extraire de cet ensemble la destination rurale permet d’approcher la segmentation des modes de consommation touristique.

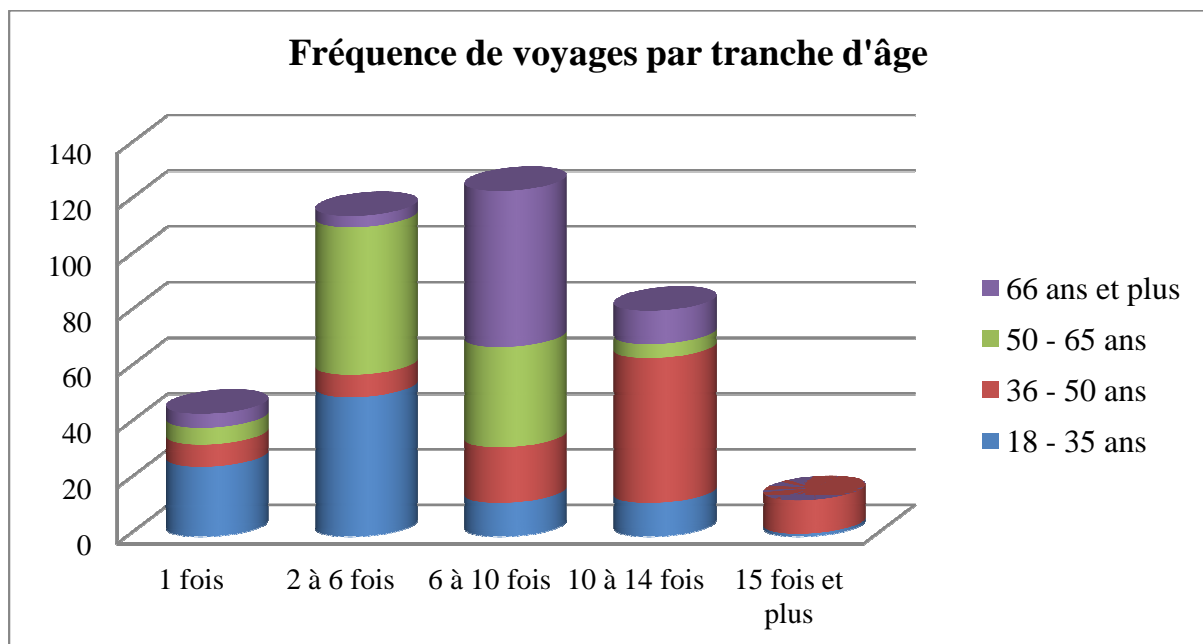


**Graphique 24 – La fréquence des voyages à la campagne au cours d’une vie.**

La fréquence de la destination rurale n'est pas majoritaire dans l'expérience touristique des citoyens de l'enquête. Il semblerait que la fréquence de destinations urbaines d'une part, et la diversification de « nouvelles » destinations (littorale, étrangère) d'autre part composent une majorité des mobilités touristiques.

Le nombre de voyages avec une fréquence de deux à six fois au cours d'une vie est majoritaire. Les valeurs extrêmes (une fois d'une part, et dix-quatorze et quinze fois et plus) sont moins représentées. Il y a ainsi plusieurs tendances qui se dégagent. La fréquence des voyages montre comment le tourisme dans les espaces ruraux participe de l'accumulation de l'expérience touristique de la découverte. Ceci est marqué par une fréquence relativement faible de voyages répartis sur une vie. Puis, le faible nombre de fréquences plus fortes (plus de dix fois) est le fait de touristes ayant une expérience touristique dans les campagnes ou dans d'autres espaces supports plus importants (quantité et qualité) et variés. Ceci renvoie à l'idée d'un « savoir-faire » touristique.

Prise indépendamment, la fréquence de la « destination campagne » (GMV Conseil, 2013) ne renseigne que peu sur les catégories de la clientèle. Afin de pallier ces lacunes, nous établissons la fréquence corrélée aux tranches d'âges.



**Graphique 25 – La fréquence des voyages à la campagne au cours d'une vie selon les tranches d'âges (en %. Total > 100 %).**

La répartition par tranche d'âge de la fréquence de séjours touristiques dans les campagnes montre que l'expérience touristique accrue est plutôt le fait des 30-50 ans (fréquence de plus de dix fois), tandis que la tranche des 50-70 ans est davantage représentée

sur une fréquence de deux à dix fois. Enfin, les 18-35 ans sont très représentés dans les catégories de découverte (1 fois) ou de faible fréquence (deux à six fois). Il y a bien une segmentation de la clientèle en fonction des générations.

Nous distinguons deux profils : le séjour touristique rural répété et le séjour de découverte d'autre part. La multiplication de ce dernier dans différents lieux d'accueil dans la campagne ajoute de la complexité à l'analyse.

Les populations entre 20 et 50 ans ont tendance à multiplier les lieux, afin de « se nourrir du différentiel des destinations » (MIT, 2008). Les populations plus âgées (55 ans et plus) ont tendance à voyager avec une fréquence moins importante, mais en multipliant les départs vers des lieux identiques et fréquenter les mêmes lieux. Il y a par conséquent deux formes de spécialisation et d'expériences touristiques qui se dégagent : voyager de nombreuses fois dans différents lieux de la campagne et voyager quelques fois dans les mêmes lieux. Enfin, une frange de la population évolue entre ces deux catégories, alternant la découverte de lieux nouveaux avec une faible fréquence et « revenir » parfois dans les mêmes lieux.

Ces modes de consommation touristique posent la question du « rapport au lieu » (Stock, 2001 et MIT, 2008 : 119) et de potentiels liens noués<sup>25</sup> avec la campagne. « Les touristes n'auront pas tous les mêmes attentes quant à l'altérité des lieux et des personnes rencontrées » (Dehoorne *et al.*, 2003). Des logiques d'éloignement/proximité (forme d'exotisme) avec le lieu, ainsi qu'un certain degré de familiarité forme les critères du rapport au lieu. Aussi, le différentiel s'opère selon le rapport à l'espace et au social. « L'altérité intègre à la fois l'autre (autre soi et autre individu) et l'ailleurs » (Coëffé *et al.*, 2007 : 91).

### **3.1.2 Habiter chez « l'autre », une pratique d'hébergement limitée ?**

Le séjour touristique d'au moins deux jours (et une nuit) inclut nécessairement la fonction d'hébergement dans le projet. Autrement dit se pose la question pour une partie des séjours de comment « habiter touristiquement » la campagne ? Les formes d'habiter à la campagne (Albaladejo Pina et Diaz Delfa, 2005 : 952 et 2009) sont très peu variées.

#### *- Habiter à la campagne*

Les trois courts extraits d'entretiens témoignent des formes d'hébergement à la campagne.

M. Zhu, cadre, Shanghai, 2011.

---

<sup>25</sup> Nous exprimons ici l'idée de liens en continuité avec ceux analysés précédemment : attachement au lieu, identité spatiale et pays des origines.

« Nous partageons en famille des chambres d'un gîte à la campagne. Ce n'est pas très cher et original. C'est différent des hôtels. L'ambiance est plus familiale [...] On peut discuter avec les paysans de la campagne, du village et de l'agriculture. Les paysans sont simples ! ».

M. Lin, étudiant, Shanghai, 2012.

« J'ai déjà dormi plusieurs fois dans un gîte avec des amis ou avec ma famille. C'est un hébergement qui est généralement bon marché, moins cher que l'hôtel. C'est simple. On habite chez les paysans ! On peut rencontrer d'autres touristes et discuter avec eux ».

Mme Liu, employée dans une entreprise individuelle, Suzhou, 2012.

« J'ai déjà dormi dans un gîte chez le paysan. C'est une expérience originale, cela change des hôtels. À la campagne j'ai aussi séjourné une nuit dans un hôtel, parfois c'est moins confortable [...] Dans un gîte, on rencontre des touristes venus d'ailleurs que Suzhou, parfois nous voyons des shanghaiens. Ils sont très bruyants. Les touristes du Jiangsu sont plus discrets [...] Les paysans sont sympathiques et simples, ils sont sincères ».

*- Habiter chez l'autre : confrontation avec l'altérité choisie*

L'hébergement permet de mettre à l'épreuve l'altérité à travers la relation d'un touriste citadin avec un paysan ; et appréhender le tourisme comme un processus d'interaction. Il y a une juxtaposition de l'allochtone et de l'autochtone. Une symétrie s'opère entre un prestataire de service touristique rural et une clientèle urbaine. « La rencontre touristes/autochtones ne se réduit sans doute pas à quelques rites d'apaisement, ni à quelques figures policées des rapports sociaux, mais s'apparente plutôt à la mise en scène de multiples confrontations » (Rauch, 2002 : 389). En ce sens, le tourisme dans les campagnes organise une rencontre entre les hôtes et leurs clients, et a « un rôle culturel et sociologique » (Gautrat, 2004 : 82).

La confrontation avec les sociétés locales permet de prolonger l'expérience de l'altérité et la quête de l'authenticité. À travers « des gestes, des paroles ou des accents devenus les allégories de l'exotisme » (Rauch, 2002 : 390-391), le touriste voit des éléments inévitables de la destination. C'est l'espace visité et habité qui est une mise en scène par un aménagement particulier. Le tourisme « tente de rehausser l'altérité en faisant vivre le visiteur dans la permanence quotidienne du visité » (Gautrat, 2004 : 83). Par extension, le regard que les touristes portent sur le monde rural « participe aussi du regard qu'ils portent sur eux-mêmes et sur leur pays » (Leicester, 2008 : 225). Le paysan est régulièrement décrit comme « simple » (*pushi*), « sincère » (*zhencheng*) et « honnête » (*chengshi*). L'attraction pour l'originel, pour l'autre vivant dans un monde loin de l'univers urbain, « comme épargné de la



modernité », ou plus exactement d'une « certaine modernité » permet de saisir des moments précaires et authentiques.

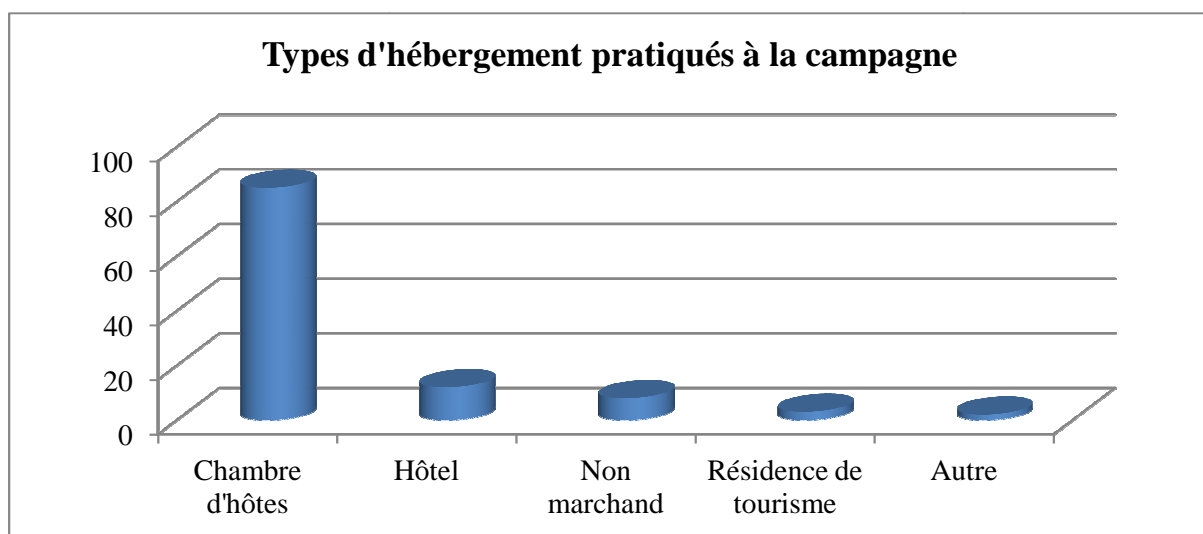
La formule chinoise « faire de l'invité un membre de la famille » (*keren dang qinren*) de nombreux hébergeurs ruraux vient en rupture avec les autres formes d'hébergement et s'institutionnalise en réel « accueil ». Il s'établit à travers la relation marchande une certaine proximité entre le client et le prestataire, sans intermédiaire quelconque. Ceci participe à une forme de « sociabilité préurbaine retrouvée ou encore d'un univers alternatif » (Urbain, 2002 : 517).

Habiter dans une chambre d'hôte à la campagne correspond à habiter chez l'autre. Le tourisme dans les espaces ruraux est au cœur de ce processus dans les sociétés occidentales. Dans le contexte chinois, il semblerait que cette forme soit importante et même constituer un des motifs de « retour aux racines » dans un environnement idéal et aménagement. Pour autant, le touriste qui partage le mode de vie de son hôte, et la découverte des réalités locales, autochtones, est « parmi les populations, sans être ensemble. Il y est, sans en être » (Urbain, 2002 : 517).

#### - Différents modes d'hébergement et d'habiter à la campagne ?

Les enquêtes ont permis d'identifier différentes formes (ou modalités) de l'hébergement rural pratiquées par les touristes. La faible part des séjours de plus de trois ou quatre jours et plus témoigne d'une quasi-inexistence de la villégiature et d'un processus fort du tourisme vert en Occident, celui de la résidence secondaire (Urbain, 2002).

Le tourisme est plutôt « intégré (en contact avec l'indigène) et tourisme enclavé (séparé de l'indigène) » (Urbain, 2002 : 518). Aussi, les formes de l'hébergement se concentrent principalement sur les chambres d'hôtes (*nongjiale*).



**Graphique 26 – Les modalités d'hébergement à la campagne (en %. Total > 100 %).**

L'écrasante majorité de l'utilisation des chambres d'hôtes (voire gîtes ruraux)<sup>26</sup> (près de 90 % des individus disent utiliser les gîtes) pour s'héberger témoigne d'une spécialisation marchande de la destination rurale et de ses modes d'hébergement. La chambre d'hôte est l'hébergement qui correspond le mieux aux attentes des touristes.

Les autres formes correspondent à l'hôtellerie présente sur les sites touristiques, au recours à un proche ou à un membre de famille pour s'héberger (non-marchand) et enfin, les résidences de tourisme sont marginales. Ces dernières ont pu être observées à la marge de sites touristiques « populaires », formes de résidences fermées, dont les tarifs viseraient une clientèle haut de gamme.

Enfin, si le « tourisme vert chinois » ne connaît que très peu de villégiature par rapport aux masses touristiques, les modes variés comme le camping, le bivouac organisé ou sauvage sont inexistants. Ceci vient renforcer l'analyse des profils de la clientèle correspondant plutôt à une clientèle « de passage » qu'une « clientèle en résidence ». Ainsi, dans les formes de dépaysement identifiées par Roland Barthes dans *Le degré zéro de l'écriture* (1972 : 183) « le voyage, le séjour et la naturalisation », les grandes majorités des individus chinois semblent être au niveau du voyage et n'approchent que très épisodiquement le niveau du séjour.

### **3.1.3 Services, équipements et activités : clés de la satisfaction ?**

Les enquêtes ont permis la mise en place de critères de satisfaction et d'interprétation de la qualité des lieux de destination par la clientèle citadine. Trois catégories se distinguent : équipements et infrastructures (routes, hébergement, parking, sécurité), diversité d'activités et densité de commerces et services.

#### *- Qualité du lieu et satisfaction selon les touristes*

Les extraits d'entretiens ci-dessous illustrent les différentes catégories d'équipements des lieux.

M. Wang, employé dans l'administration, Shanghai, 2012.

« Pour voyager dans un lieu nouveau, c'est important que tout soit bien sûr. La sécurité c'est important. Il y a beaucoup de voleurs et bandits ! [...] J'aime que l'hôtel ou le gîte soit propre. Je fais attention à ne rien laisser de valeur dans la chambre ! [...] C'est bien si les lieux sont équipés d'Internet ».

M. Chen, professeur, Shanghai, 2012.

---

<sup>26</sup> La grande majorité des cas correspondent à des chambres d'hôtes, le prestataire habite dans le même bâtiment, sinon dans un bâtiment adjacent. Dans ce cas, on peut qualifier l'hébergement de gîte.

« Je voyage en famille avec ma voiture. [...] C'est important que le lieu et le gîte soient équipés d'un parking – gratuit. L'accès au site doit être facilité par des signalisations. C'est compliqué de circuler en Chine, les routes et les autoroutes changent de numéro souvent et en plus avec les constructions et les chantiers, c'est très facile de se perdre. [...]. C'est important d'avoir des petits commerces sur les sites. C'est toujours utile et pratique. [...] Avec mon épouse, nous préférons les villages ou les parcs touristiques où il y a beaucoup d'activités, de restaurants et de beaux paysages. Aussi, nous apprécions faire des achats de produits locaux ».  
M. Yang, chauffeur de bus, Hangzhou, 2012.

« Le tarif du voyage ne doit pas être trop cher ! Nous n'avons pas beaucoup d'argent. Je n'aime pas les villages où il faut payer trop cher pour ne rien voir ! [...] Séjourner dans une chambre d'hôte est pratique et peu coûteux. C'est rustique, mais les paysans assurent la bonne garde du lieu. [...] La nourriture doit être variée et « vraie » ! C'est bien si on peut acheter un peu de nourriture sur place ».

Mme Sun, journaliste, Shanghai, 2012.

« J'aime voyager dans les lieux où il n'y a pas beaucoup de monde. La plupart des sites touristiques chinois sont bondés. [...] Je suis méfiante des gens sur place. Ils ne sont pas tous très honnêtes. Il y a des cas d'arnaques. [...] C'est utile d'avoir des commerces ou une banque pour retirer de l'argent. J'aime acheter quelques spécialités locales. [...] C'est aussi pratique d'avoir Internet dans sa chambre ».

Le tableau 49 rassemble les principaux critères de satisfaction selon la population touristique urbaine. Ces éléments sont subdivisés en de nombreux sous-critères.

<b>Équipement et infrastructures</b>		<b>Diversité d'activités</b>		<b>Densité des commerces et services</b>	
<b>Réseau viaire</b>	Routes en bon état	<b>Jeux et attractions</b>	Karaoké	<b>Achats</b>	Épicerie générale
	Signalisations		Jeux divers		Distributeur de billets
	Parking (gardé et gratuit de préférence)		Carte et mahjong		Magasin de produits locaux
	Chemins de promenade en bon état		Animaux de la ferme Cueillette Attractions diverses (culturelles)		Magasin de souvenirs (jouets, cartes, objets divers)
<b>Hébergement</b>	Chambre confortable	<b>Restauration</b>	Nombreux restaurants	<b>Information</b>	Point information et guide
	Douche et WC		Gastronomie locale		Documentation
	Climatiseur		« Véritable »		-
	Internet		Peu coûteuse		
	Peu coûteux		<b>Beaux paysages</b>		Prendre des photos
TV					
<b>Sécurité et hygiène</b>	Confiance avec les locaux		Lac, canal (élément eau)		
	Pas d'animaux nuisibles et insectes		Champs ou bois		-
	Site globalement propre (pas d'odeurs désagréables)		-		

**Tableau 49 – Les critères de satisfaction : services et équipements.**

Ceci permet d'établir des normes de satisfaction de la population touristique chinoise. Les critères concernant l'aménagement et l'équipement sont majeurs. Ces derniers viennent en contradiction avec l'effet de ruralité recherché. En effet, selon les touristes citadins, les lieux se doivent d'être parfaitement accessibles, aménagés et propres. Le degré d'équipements est fortement corrélé avec le degré de satisfaction (climatiseur, télévision, Internet). Enfin, un environnement sécurisé donne au touriste l'impression d'une certaine maîtrise, en particulier dans un espace méconnu ou inconnu.

Les activités constituent le second point important. C'est bien la diversité des activités qui est recherchée. Ceci est également en contradiction avec l'ampleur des pratiques analysées précédemment. La diversité des activités proposées sur un site constituerait une façade assurant que le lieu est pertinent et mérite le déplacement. En revanche, l'équipement des chambres d'hôte ou d'un « club » pour le karaoké et de tables pour jouer aux cartes ou au mahjong sont perçus comme primordiaux. Ils participent à la « bonne atmosphère du lieu » (*hao fenwei*). La restauration et la qualité des paysages forment les deux autres critères importants analysés précédemment.

L'ensemble des « services de l'économie résidentielle » (GMV Conseil, 2013 : 69) est systématiquement mis en avant. Ces éléments répondent aux besoins variés des individus aussi bien alimentaires que matériels. L'économie touristique ne peut être vue séparément de l'économie résidentielle, d'où la nécessité de nombreux commerces et services dans la structuration du lieu.

Les dépenses se complètent par la commercialisation des produits locaux. En effet, des achats peu variés, mais très concentrés sur les produits alimentaires locaux sont récurrents. Ils participent à la poursuite de la découverte et du voyage par leur consommation ultérieure, dans le domicile familial ou entre amis.

Enfin, la présence d'offices du tourisme ou d'une représentation quelconque du lieu est très appréciée. Ces dernières permettent aux individus de se situer et d'éventuellement trouver un interlocuteur autre que le prestataire rural afin de régler un différent ou de répondre à une interrogation.

### **3.2 Pratique spatiale sur les lieux : entre forte concentration et rare dispersion**

Après avoir identifié la fréquence du voyage, les modalités d'habiter et les éléments de satisfactions, nous analysons les pratiques spatiales des individus à l'échelle des lieux. Nous faisons l'hypothèse que le tourisme dans les campagnes soit inscrit dans une logique forte d'encadrement et ne ressemble pas au tourisme vert européen ou nord-américain. Les logiques d'évolution dans un lieu balisé prédominant donnant une situation de forte concentration des individus sur les lieux.

#### ***3.2.1 Campagnes fréquentées et campagnes non fréquentées : les formes de l'itinérance récréative***

L'itinérance peut se définir comme un déplacement, un individu ou une chose se déplaçant allant d'un point à un autre. Pour autant, la notion d'itinérance, synonyme de mobilité, se

complexifie à mesure de l'actant et de son environnement. L'itinérance<sup>27</sup> est un mot polysémique qui n'est pas ignoré des Chinois. Cependant, la pratique de l'itinérance semble, elle, éloignée des préoccupations des touristes. Les Chinois ignorent l'idéologie vagabonde où le plaisir se situe dans l'imprévu, la découverte et dans la distance parcourue.

L'itinérance recouvre plusieurs notions : l'itinérance sociale, culturelle (déplacement de festivals, de musée), politique (marche militante). La notion d'itinérance sociale est la plus usitée, et renvoie au champ de l'exclusion et de la marginalité.

Ici, l'idée est celle de l'itinérance récréative<sup>28</sup> (Berthelot, 2012), resituée dans le contexte du tourisme diffus ou tourisme dans les campagnes. L'itinérance touristique ou récréative peut être interprétée comme une pratique qui prend ses distances avec un lieu balisé, cerné, normalisé (Corneloup et Bourdeau, 2008). Ces pratiques de mobilités sont déterminantes dans le processus touristique dans les campagnes. L'itinérance est soit un moyen de déplacement (motorisée ou non), soit comme une pratique (randonnée ou promenade en montagne, dans la forêt, steppe). Il semblerait que ces pratiques soient en Chine, marginales et peu usitées.

La traduction du mot itinérance n'est pas aisée. Le mot déplacement (*xun*) serait le plus proche du sens du déplacement d'un individu pour des raisons et un objectif précis. En ce sens, l'itinérance se conçoit dans un cadre où les objectifs de départ et d'arrivée sont très précisément fixés. Dans ce contexte, la notion de déplacement s'éloigne donc de celle d'un chemin aléatoire où les points de départ et d'arrivée sont flous, changeants et incertains. Ces différentes acceptions permettent d'interroger la valeur du mouvement et du déplacement ; mais, également le rapport au mouvement, à la mobilité (toutes catégories) et au déplacement.

Il y a processus fort de territorialisation du déplacement ne permettant pas l'improvisation ou l'itinérance spontanée dans un espace ouvert. Le tourisme s'inscrit pleinement dans cette dimension de territorialisation du chemin, de l'itinéraire, du déplacement avec la signalisation d'un point initial et un point de fin. Le circuit est fermé, délimité, complètement cerné.

Cette territorialisation puise, instrumente et revisite plusieurs temps de l'histoire chinoise, qui sont aujourd'hui au service de l'industrie touristique. Les itinéraires (ou

---

<sup>27</sup> L'itinérance renvoie à l'idée de déplacement, de voyage voire d'errance. Aussi, l'itinérance a fait l'objet de travaux sur les formes d'errance sociale et spatiale, notamment au Canada, à travers l'étude d'individus solitaires ou en petit groupe sans abri, sur la marginalité sociale, la délinquance et la criminalité (Bergheul, 2015 ; et Rapsim, 2003).

<sup>28</sup> La réflexion sur l'itinérance permet de dépasser la dialectique nomadisme/sédentarisme. En effet, il semblerait que le tourisme et les mobilités à but récréatif seraient le produit de la fluidification de la société. L'immobilité et la mobilité sont recomposées, et s'imbriquent en permanence.

pérégrinations) du géographe et lettré Xu Xiake dans les régions méridionales (Guangxi et Guizhou) ou des routes impériales (*diguo dadao*) sont parmi les exemples les plus importants. Les Routes de la Soie (*sichou zhi lu*) (aujourd'hui puissamment réactivées à travers un projet géopolitique internationale à l'initiative de Xi Jinping) qui forment des itinéraires touristiques ; également, la circulation du bouddhisme à travers le Voyage vers l'Ouest (*xiyou ji*), inspirant pèlerinage et tourisme religieux ; et enfin plus contemporain, la Longue Marche (*changzheng*) de l'Armée rouge et du PCC (1934-1935) à travers les provinces du Jiangxi, Sichuan, Shanxi. Cette dernière forme de pérégrinations est depuis plus de dix ans instrumentalisée pour construire un « tourisme rouge » (*hongse liuyou*).

Le déplacement oisif ou l'itinérance récréative est ainsi particulièrement territorialisé, chargé d'histoire et ne laisse pas l'initiative à « sortir » de la route. Dans ce cadre, le tourisme dans les espaces ruraux se distingue profondément avec celui des sociétés occidentales ; en résulte, une dualité réelle entre un espace fréquenté et un espace non fréquenté. Cette dualité s'articule autour de l'espace territorialisé pour les pratiques, pour le tourisme, et de l'espace non territorialisé pour le tourisme.

Le tourisme est contenu entre un point d'arrivée et un point de départ bien cerné et une voie reliant les deux. Ceci favorise la forme des pratiques touristiques réduites au seul lieu balisé. La curiosité, l'initiative et l'exploration sont contraires au projet et à « l'ordre touristique ». L'itinérance se limite à l'enceinte du lieu à travers diverses activités proposées en fonction de la volonté des individus (promenade à pied, en véhicule, en bateau, en vélo). Sortir du cadre et enrichir l'expérience touristique par la découverte de ce qu'il y a au-delà des activités proposées relève de la marge et de la déviance, en rupture avec la norme, la socialisation et les jeux de face. Au-delà de la limite balisée, le tourisme s'arrête, donc l'itinéraire du touriste aussi. Revenir à un « cœur » plus animé par les touristes et les différentes activités permet de « retrouver une ambiance » touristique. C'est bien parce que les contours sont flous, méconnus voire inconnus, que l'individu est limité dans sa libre circulation et itinérance.

Les pratiques physiques et sportives impliquant une certaine corporéité sont limitées à la marche lente sur les lieux (une itinérance pédestre courte). Les pratiques impliquant un degré plus important de technicité et d'usage du corps sont marginales. L'offre touristique correspond aux attentes, aux goûts et aux capacités de la population touristique. Pour autant, ces différentes formes (marches, promenade, monter à cheval) sont liées au mouvement, au déplacement. Le rapport au mouvement est inscrit dans un apprentissage précis, par transfert et adaptation de modèles (MIT, 2011 ; et Taunay, 2009).

Dans ce sens, des pratiques sont nouvelles et changeantes, venant opérer à un changement d'échelle dans la territorialisation de la circulation et de la découverte par le tourisme et les mobilités récréatives. En effet, le territoire touristique s'est doté d'innovation sociale (Berthelot, 2012), comme le parcours de randonneurs plus équipés, plus longtemps, plus expérimentés (*backpackers*), de circuits en vélo (île de Chongming, pourtour du lac Tai et circuit dans le sud de l'Anhui), voire de course à pied (*paobu*). Ces pratiques sont encore dans un effet d'inertie et ne connaissent pas un engouement massif. La modernité et la circulation des pratiques affrontent des effets de résistance. Les voyages organisés sur des séjours courts sont encore très importants et ne permettent pas l'absorption de pratiques liées à une certaine corporéité. Par conséquent, une frange mineure de touristes, plutôt en petit groupe voire très petit groupe s'adonne à la découverte de nouvelles pratiques et activités.

### ***3.2.2 Concentration forte des pratiques touristiques et itinérances conscrites au lieu***

Dans le prolongement de l'analyse sur les contours de l'itinérance récréative, un changement d'échelle permet de déterminer que les pratiques sont particulièrement concentrées sur les lieux. Seules quelques activités d'itinérance élargissent l'espace de circulation.



## Les entrées de lieux touristiques



Portique à l'entrée du bourg de Xidi (classé au patrimoine mondial de l'Unesco) au sud la province de l'Anhui (avril 2011).



Groupes de touristes en famille devant la porte d'entrée dans le bourg de Tongli au sud de la province du Jiangsu (mars 2010).



Parking et entrée du parc forestier de Dongping sur l'île de Chongming dans la municipalité de Shanghai (octobre 2012).



Entrée et magasins du village de Qianwei sur l'île de Chongming dans la municipalité de Shanghai (octobre 2012).



Groupes de touristes à l'entrée du mausolé de Lu Yu dans le village de Shuikou, au nord-ouest de la province du Zhejiang (octobre 2012).



Entrée, groupe de touristes venu en bus et parking du village de Qianwei sur l'île de Chongming dans la municipalité de Shanghai (juin 2012).

Emmanuel Véron, UMR 8586 Prodig, 2016.

## Vides et pleins : pratiques spatiales conscrrites



Forte concentration de touristes. Déambulations et promenades le long d'un canal et sur un pont dans le bourg de Zhujiajiao (Shanghai) (février 2010).



Pause, repos et discussion dans un espace aménagé. Mausolée de Lu Yu et village de Shuikou (Zhejiang) (mai 2012).



Promenade et achats dans l'allée centrale du site de Xixishidi (Zhejiang). Contrastes entre vides et pleins au sein du site (avril 2010).



Promenade entre étudiants dans le village de Wangshan (Jiangsu), au milieu des habitations et chambres d'hôtes. Certains axes sont moins densément pratiqués (avril 2010).



Regroupement de touristes lycéens et de quelques adultes sur une pelouse dans la parc de Dongping (Chongming - Shanghai). Les groupes contrastent avec des vides en dehors de la pelouse (avril 2010).



Portique et entrée du parc de Dongping (Chongming) pendant les congés de la fête nationale. Allée centrale saturée (octobre 2012).

Emmanuel Véron, UMR 8586 Prodig, 2016.

### Planche photographique 16.

C'est avant tout à l'échelle du lieu que les touristes découvrent, se reposent et jouent. Ces pratiques quasi strictement circonscrites au site balisé contrastent avec des vides en dehors, mais aussi dans le lieu.

La forte activité touristique est corrélée avec la saison, les week-ends et les congés. Celle-ci est également en corrélation avec les pratiques et activités des individus. Il y a au sein des lieux des densités variables indépendamment de la saison ou du temps libre (où le niveau de fréquentation est plus élevé).

La dialectique diffusion/concentration s'opère à l'échelle d'une territorialité touristique (échelle nationale) comme à l'échelle du lieu. La correspondance scalaire de cette dialectique est le produit d'un double processus : la signalisation du lieu et l'autorisation d'une part, et le savoir-faire touristique des individus d'autre part.

Plusieurs secteurs se distinguent, où la densité des activités et des pratiques est élevée (planches photographiques 15 et 16). D'abord, les entrées de sites semblent être des micro-espaces de fortes densités, voire de très fortes densités. Une activité touristique variée polarise l'ensemble de la population touristique. Les entrées de sites sont les points de départ de la découverte. Ils sont également des lieux où se concentrent des commerces, des boutiques voire des marchands évoluant en articulation avec la mise en tourisme du lieu.

Cette micro-spatialité de la densité se diffuse à deux ou trois autres portions du lieu. Nous distinguons le monument, l'activité ou tout élément du lieu qui compose un motif majeur du lieu. Puis, les espaces de restauration et de démonstration culinaire sont particulièrement denses. Enfin, des espaces mineurs peuvent être l'objet d'une densité importante. Des espaces de repos aménagés ou des espaces faisant l'objet d'une curiosité temporaire (spectacles ou démonstrations) se densifient transitoirement (planches photographiques 15 et 16).

Par conséquent, l'ensemble des pratiques est lui-même concentré au sein des lieux et réparties entre quelques portions spatiales. Ceci vient renforcer le processus collectif du voyage et des pratiques, contrastant avec des espaces plus diffus, moins denses (voire vides) en dehors de l'intérêt et de la curiosité des individus.

Les formes de densités importantes distribuées sur les lieux ont pu faire l'objet d'analyses par les géographes Emmanuelle Peyvel concernant le tourisme national au Vietnam (2009) et Benjamin Taunay en Chine (2009). Ces deux pays connaissent de fortes similitudes de leur processus touristique (nature du régime politique, espaces de fortes densités, phénomène touristique récent, dissymétrie entre tourisme intérieur et tourisme

international). Par ailleurs, il semblerait que le groupe, le collectif, les fortes densités de ces sociétés se retrouvent sur les lieux de tourisme.

Dans ce sens, Benjamin Taunay propose dans son travail de thèse que les touristes chinois recherchent des lieux animés, renvoyant à l'idée chinoise de bruyant et animé (*renao*)<sup>29</sup>. Par extension, les touristes éviteraient voire excluraient de leurs pratiques des lieux vides d'hommes, calmes et sans agitation. Aussi, la forte fréquentation signifierait l'intérêt du lieu et permettrait de se « fondre dans la masse » tout en ayant la possibilité de se distinguer des autres (par la prise de photographies).

Une atmosphère bruyante dont les caractéristiques de joie, de rires, de discussions plus ou moins tonitruantes renvoient à des lieux de sociabilité urbains pratiqués dans le temps du quotidien (restaurant, club, parcs, espaces publics). Ces formes sont prolongées dans le temps du hors quotidien à travers le processus touristique. Le tourisme n'est pas tant un processus de découverte et de délasserement qu'un processus de continuité des formes de sociabilité et de comportements en dehors de l'espace de vie de l'individu.

Le touriste est relié au groupe qui lui donne la possibilité de s'identifier par rapport à d'autres groupes et d'évoluer sur un circuit méconnu voire inconnu. Le groupe constitue en ce sens une garantie du bon déroulement de l'itinérance et de la découverte. L'individu est intimement articulé au groupe, la prise de décision est alors marginale voire inexistante. Le groupe se guide et se repère lui-même à travers la masse qu'il déploie. Ceci renforce les statistiques montrant une part très faible des voyages individuels, et par extension des voyages en petit groupe par rapport aux voyages organisés en groupe.

Pour autant, l'équipe MIT (2011 : 46) rappelle que « la thèse est à nuancer, car au-delà de la création effective de lieux sans bruit, la majorité des Occidentaux habite touristiquement un habitat bruyant, que ce soit l'hôtel, la station touristique, la ville ou la métropole, la plage en été ».

### ***3.2.3 Vers un modèle théorique des pratiques spatiales à l'échelle du lieu (grande échelle)***

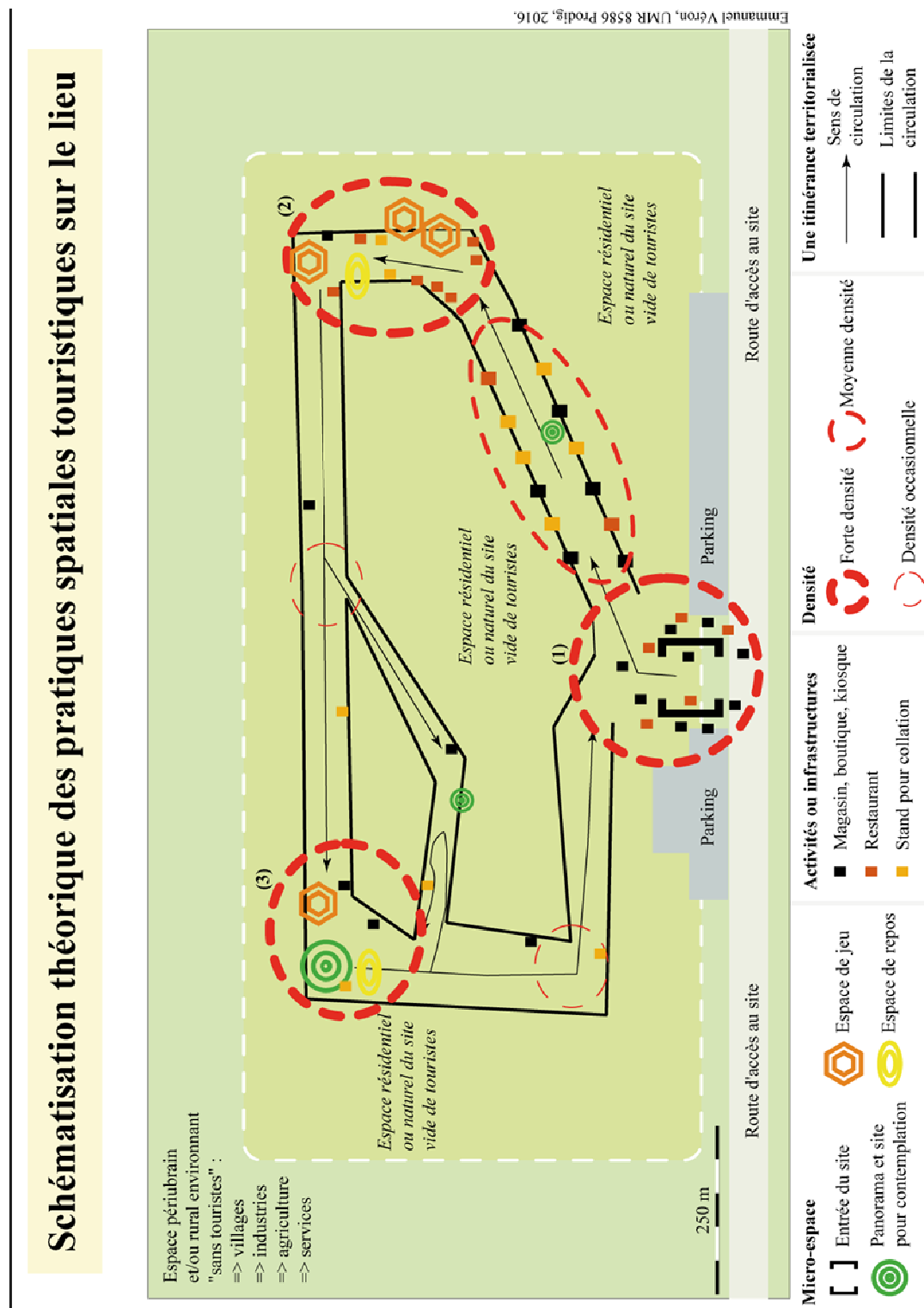
Si les caractéristiques de fortes densités de touristes en des lieux bien délimités sont opérantes en Chine, notamment sur les lieux touristiques ruraux, mais aussi dans les lieux du tourisme à travers le monde (*cf.* MIT, 2008 et 2011), nous proposons de schématiser un modèle théorique d'interprétation des pratiques spatiales à l'échelle du lieu.

---

<sup>29</sup> Ce qui serait un critère important de distinction des formes et pratiques touristiques entre un « Occident » plutôt polarisé sur le calme et isolé, et un « Extrême-Orient » recherchant des espaces plus denses et bruyants.

En continuité des travaux de Benjamin Taunay (2009 : 276 ; et 2010) sur la plage d'Argent à Beihai (région autonome du Guangxi), où l'auteur identifie des zones de concentration des populations touristiques contrastant avec des « vides » relatifs ou complets, nous analysons des contrastes similaires, alors même que la nature des espaces d'accueils sont différents (littoral et rural).

Figure 28.



La figure 28 rassemble une hiérarchisation des pics de densités selon plusieurs micro-espaces évoqués précédemment. Au cœur de ces trois espaces s'opèrent une socialisation particulièrement importante, à travers, la découverte, les visites, les restaurants, les achats, la contemplation, le repos et enfin le jeu. Ce schéma est une illustration en plan des deux planches photographiques ci-dessus (15 et 16).

Le premier ensemble ou micro-espace correspond à l'entrée du site où d'importantes activités se déroulent. C'est d'abord un seuil délimitant le territoire touristique du territoire environnant rural ou périurbain où les touristes ne circulent pas ou peu. Il y a une déconnexion entre des territoires parcourus et non parcourus par les touristes. Les portes et les entrées de sites sont emblématiques de cette discontinuité géographique.

Le second micro-espace très dense est le produit d'une articulation entre des espaces de pratiques. Le repos, le jeu et la restauration forment des espaces de densité en liens avec des activités diverses qu'offre le site.

Le troisième et dernier micro-espace de forte densité distant des deux premiers est composé d'éléments majeurs du site : découverte et contemplation d'une part et repos et jeu d'autre part. Un simple monument, pont, mausolée, lac, peut constituer un micro-espace très dense.

Puis, un espace de moyenne densité est formé par un axe de circulation (d'itinérance) où la densité de commerces et d'activités variées est importante. Enfin, plusieurs espaces de densité occasionnelle s'intercalent entre les précédents foyers de forte densité. Un regroupement ponctuel (dans le temps et dans l'espace) peut être le fait d'une activité ou d'un élément morphologique (bâti, individu, animal).

Il y a ainsi une articulation entre les foyers denses, moyennement denses et enfin peu denses en contraste avec des espaces touristiques vides. La discontinuité géographique entre vide et plein s'opère au sein même du circuit balisé. Ce dernier permet d'une part l'articulation entre les différents micro-espaces, et d'autre part de donner les limites de l'itinérance et de la découverte à l'individu. Au-delà de cette ligne, le tourisme n'est plus, le touriste n'y a pas d'intérêt particulier.

Enfin, nous distinguons au sein de la population touristique une segmentation basée sur l'expérience touristique. Cette dernière articule les groupes de touristes dans le cadre d'un tour organisé et les touristes dans la cadre de voyage individuel ou en petit groupe, organisés par eux-mêmes. Les premiers se concentrent dans les foyers particulièrement denses et s'attardent peu dans les espaces moins denses. Au contraire, les seconds articulent foyers denses et quasi vides de touristes. Cette fragmentation des pratiques spatiales signale

différentes trajectoires d'expériences touristiques et d'individualisations des pratiques. Les premiers seraient particulièrement liées au groupe, peu mobiles, sans initiatives, alors que les seconds seraient plus mobiles et doués d'initiatives.

### **3.3 Trajectoires de touristes et gradient de l'expérience touristique**

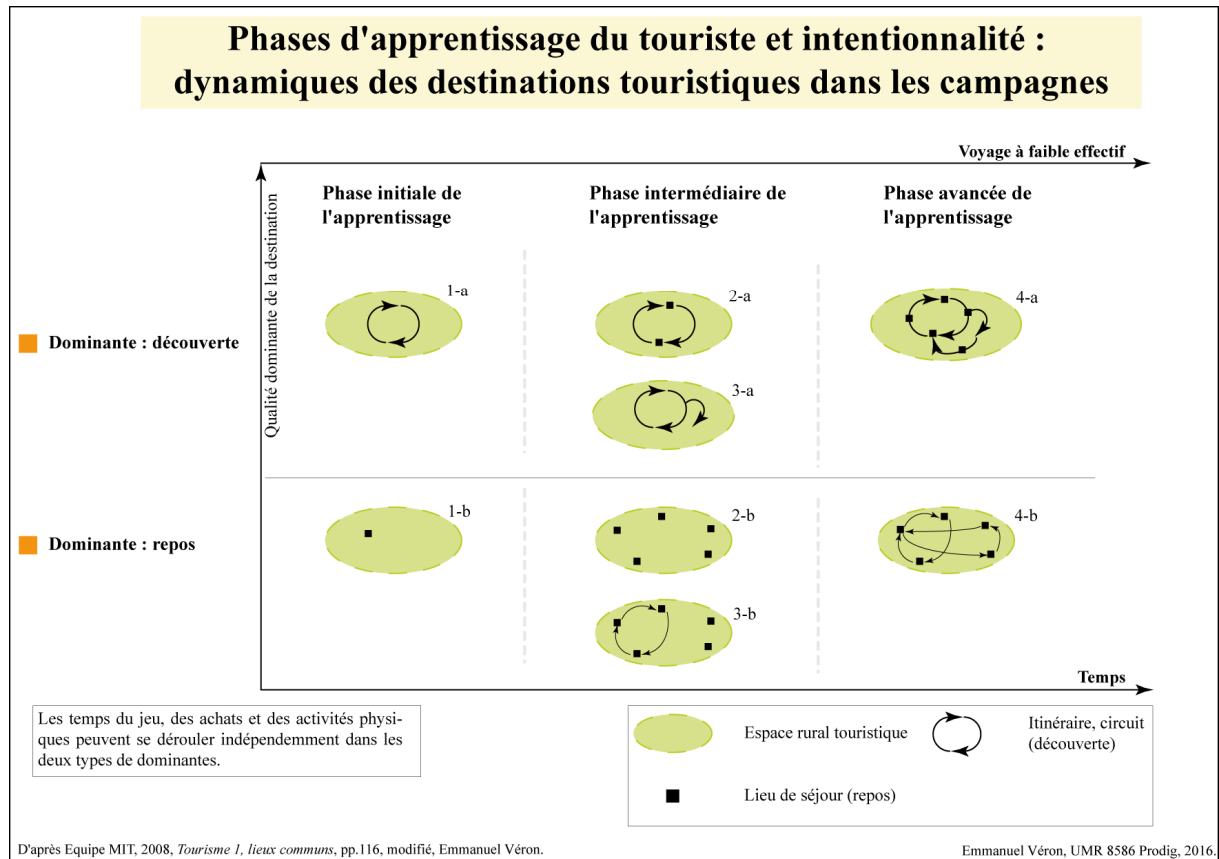
La schématisation des pratiques spatiales permet d'introduire une réflexion sur le spectre des savoir-faire touristique, et d'entrevoir l'épaisseur différenciée de l'expérience touristique. Nous proposons pour terminer ce chapitre d'appréhender les compétences acquises des touristes sur les lieux du tourisme à la campagne.

#### ***3.3.1 Touristes chinois ou l'apprentissage touristique juvénile***

La différenciation des trajectoires de touristes correspond à un apprentissage technique et une historicité de ce dernier. Nous distinguons plusieurs phases d'apprentissage, synthétisées en trois temps : phase initiale, phase intermédiaire et phase avancée.

Ces phases sont corrélées à la découverte et la montée en puissance du processus touristique en Chine depuis seulement le milieu des années 1990. Pour autant, ce phasage ne saurait être totalement le fait de plus de deux décennies de développement touristique à l'échelle nationale. Il est aussi le produit de l'hétérogénéité spatiale, économique et sociale du pays. Autrement dit, les populations urbaines (à l'échelle de la métropole ou de grandes villes), en particulier des espaces littoraux les plus tôt ouverts à la mondialisation, sont en « avance » sur leurs concitoyens intégrés plus tardivement. De plus, une forte hétérogénéité existe au sein de ces populations. L'apprentissage est d'autant plus mûr que la stratification sociale polarise des individus au statut et à l'emploi bien intégrés dans la société chinoise.

Pour autant, la population touristique n'innove que peu. La répétition de gestes, d'activités et de pratiques témoigne d'une démographie touristique en pleine phase de découverte et d'apprentissage balbutiant.



**Figure 29.**

La figure 29 reprise et modifiée d'un modèle élaboré par l'équipe MIT (2008 : 116) interprète les relations entre les touristes, les espaces touristiques et leurs dynamiques. Nous avons adapté ce document aux réalités observées dans les espaces ruraux chinois et notamment en fonction de la nature des groupes touristiques et de leurs phases d'apprentissage. Les destinations se répartissent entre deux dominantes : découverte et repos.

La phase initiale correspond à une majorité des tours organisés où la découverte s'organise selon un circuit peu complexe, court dans le temps et dont les distances peuvent être importantes. Le voyage est alors particulièrement dense en visites. Ces dernières sont très ramassées sur un temps très court. L'autre type correspond à la dominante repos concernant des individus plutôt âgés séjournant dans un seul lieu. Les pratiques sont alors réduites au repos et au repas. Le lieu se suffit à lui-même, sans pour autant se transformer en résident secondaire. Dans ces deux cas, l'expérience touristique est balbutiante. Les populations sont soit retraités, soient peu expérimentés, et voyages en groupe.

La phase intermédiaire témoigne d'une complexité des pratiques et des lieux. Le touriste s'adonne à une variation du voyage. Il complexifie son itinéraire (individuellement ou par l'intermédiaire de voyageur), le nombre de jours et la fréquence du voyage augmentent.



La découverte peut être intercalée avec un temps de repos où le touriste découvre un lieu nouveau (stade 2-a). Aussi, la découverte peut être déclinée et approfondie par la complexification de l'itinérance territorialisée (stade 3-b). Le second groupe (dominante repos) voit une multiplication des lieux du repos (stade 2-b), donc du temps consacré à cette pratique. Enfin, le stade 3-b renvoie à un mélange entre le temps du repos et de l'itinérance. Cette seconde phase où le touriste expérimente à la fois un temps et un espace plus larges, plus importants après être passé par une « dé-routinisation » de la phase initiale. L'individu expérimente aussi avec alternance les différentes pratiques (repos, découverte et autre).

Enfin, la phase avancée correspond aux populations touristiques dont l'historicité de l'apprentissage est la plus importante. Le voyage à dominante découverte est l'objet d'une plus grande complexité. Les itinérances sont variées et alternées avec des lieux consacrés au repos. Enfin, les séjours à dominante repos sont eux aussi plus élaborés, où le temps du voyage est plus long et plus spécialisé. Les individus ont une connaissance et une technicité du voyage avancé, et ne dépendent plus uniquement d'un voyage organisé. Les individus sont au cœur de leur projet, alternant avec fluidité les différentes pratiques. Par là-même, les touristes ont une certaine capacité à diversifier leurs pratiques. Leur relation aux lieux est approfondie, ancienne et répétée. La frange de population concernée est plutôt moyennement jeune (30-50 ans), motorisée et bien insérée dans le tissu social.

Une majorité de la population de l'enquête se concentre entre la phase initiale et intermédiaire. Une mince frange de la population tend vers la phase avancée. Cette constatation est-elle représentative de l'ensemble de la population touristique chinoise ? Probablement pas. Afin d'approfondir les profils touristiques et le degré d'apprentissage, nous proposons un schéma bilan (théorique) de l'apprentissage d'un touriste expérimenté et celui d'un individu moins expérimenté. Nous retraçons le spectre des pratiques spatiales, de la fréquence des voyages décennies par décennies depuis le début des années 1990 à nos jours.

La figure 30<sup>30</sup> donne une représentation de l'expérience touristique selon les critères de pratiques spatiales. Les lieux de la destination rurale en vert et indistinctement les autres lieux en orange (hauts lieux, villes, culturelles).

---

<sup>30</sup> Seuls sont représentés sur ce schéma les lieux sur le territoire national. Nous ne représentons pas les lieux visiter à l'étranger dont la fréquence augmente sensiblement (surtout pour le type d'individu X) à partir du début des années 2000 avec d'une part l'obtention de passeport, le développement de voyagistes chinois à l'international et l'encouragement des autorités pékinoises à travers la politique de « sortir du pays et aller à l'étranger » (*zouchuqu*) (concernant le monde de l'entreprise, mais également les individus pour le tourisme international et les étudiants en échange).

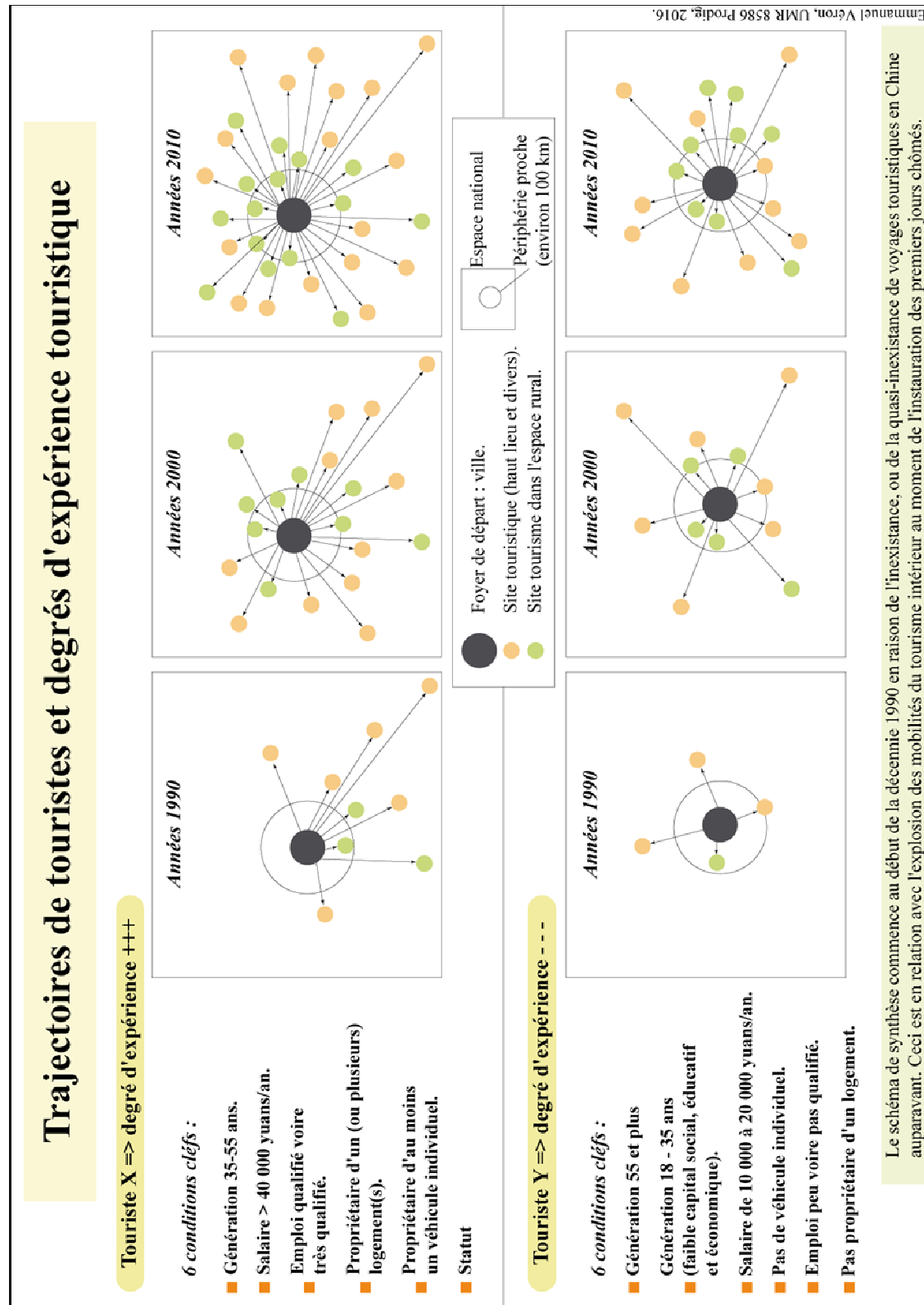


Figure 30.

La figure 30 permet d'établir deux couronnes afin d'exprimer l'échelle des pratiques spatiales à l'échelle du foyer de départ (environnement proche) et de la nation. Enfin, nous ne tenons pas compte de la décennie 1980, encore moins avant, afin de synthétiser le propos sur l'augmentation sensible du tourisme intérieur depuis l'après Tian'anmen (mai-juin 1989) et la relance de réformes (1992).

Une forme de maturité de l'expérience touristique se dessine. Cette maturité est à analyser selon une grille de lecture double. D'un côté, les individus dont le capital constitué après le début de réformes et l'« après » Tian'anmen (1989) est important (revenus, logement(s), véhicule(s) individuel, qualification et statut), et de l'autre, les individus dont les conditions socio-économiques sont bien moins importantes et appartenant à une classe moyenne inférieure (pas nécessaire de véhicule, pas ou peu de qualification, salaire moyennement bas et peu de capital social). Cette grille de lecture de la stratification sociale chinoise (majoritairement d'urbains de la région du delta) se double d'un effet de génération<sup>31</sup>.

Les années 1990 sont marquées par un démarrage de l'expérience touristique. Les individus dont le capital et le statut sont élevés X pratiquent différents lieux mis en tourisme, d'abord dans leur environnement régional et ensuite, plus éloigné. Ce sont d'abord des hauts lieux, puis des lieux secondaires (la plupart proche du bassin de vie). Les individus Y fréquentent peu de lieux, d'abord et avant tout les hauts lieux de l'offre constituée et aménagée de la décennie 1990 (grandes villes, parcs nationaux et sites majeurs).

Les années 2000 sont l'objet d'une rupture marquée par une montée en puissance de la fréquentation des lieux et de l'apprentissage de la part des populations X qui ont gagné en technicité et quantité de voyages accumulés. Une forte corrélation avec l'aménagement de lieux nouveaux (tourisme « rouge », « vert », religieux et autres) notamment dans l'espace environnant les foyers de départ explique cette rupture. En effet, les individus de la catégorie Y voyage, moins, moins fréquemment, moins loin. Quelques lieux sont découverts, davantage que dans la décennie précédente. La découverte et la fréquentation de lieux dans une périphérie proche sont supérieures ou égales aux lieux éloignés. Parmi ces destinations, on retrouve un grand nombre de « destinations rurales ». Aussi, dans les deux catégories, la

---

<sup>31</sup> La figure ne donne pas la représentation des individus dont le tourisme est une expérience marginale, où le nombre de voyages sur une vie ne dépasse pas deux ou trois séjours. Ces populations touristiques correspondent généralement à des populations paysannes ou ouvrières, dont le chef de village ou le patron organise un voyage en lien avec un réseau de sociabilités. Dans ce cas, l'expérience touristique est quasi nulle. Les motivations de départ ne sont pas de leur gré, mais d'un tiers pour des raisons politiques et de stabilités sociales internes au groupe de paysans ou d'ouvriers. Ces catégories représentent la classe d'individus les plus marginalisés du processus touristique.

tendance de l'articulation de lieux ruraux avec celle de hauts lieux se confirme, et ce dans les espaces proches ou plus lointains (à l'échelle nationale).

Les années 2010 confirment la spécialisation accélérée de la catégorie X par rapport à la catégorie Y. La profusion de lieux visités, donc de voyages, vient avaliser le double processus de tourisme proche sur des périodes courtes, mais répétées, et la découverte de nouveaux sites à travers le pays. L'articulation entre les pratiques est opérante à la fois dans le proche et dans le lointain, notamment en matière de destination rurale. La catégorie Y poursuit son apprentissage avec une fréquence et une célérité moindres. Des lieux proches et lointains sont découverts sur un rythme proche de celui de la décennie 2000.

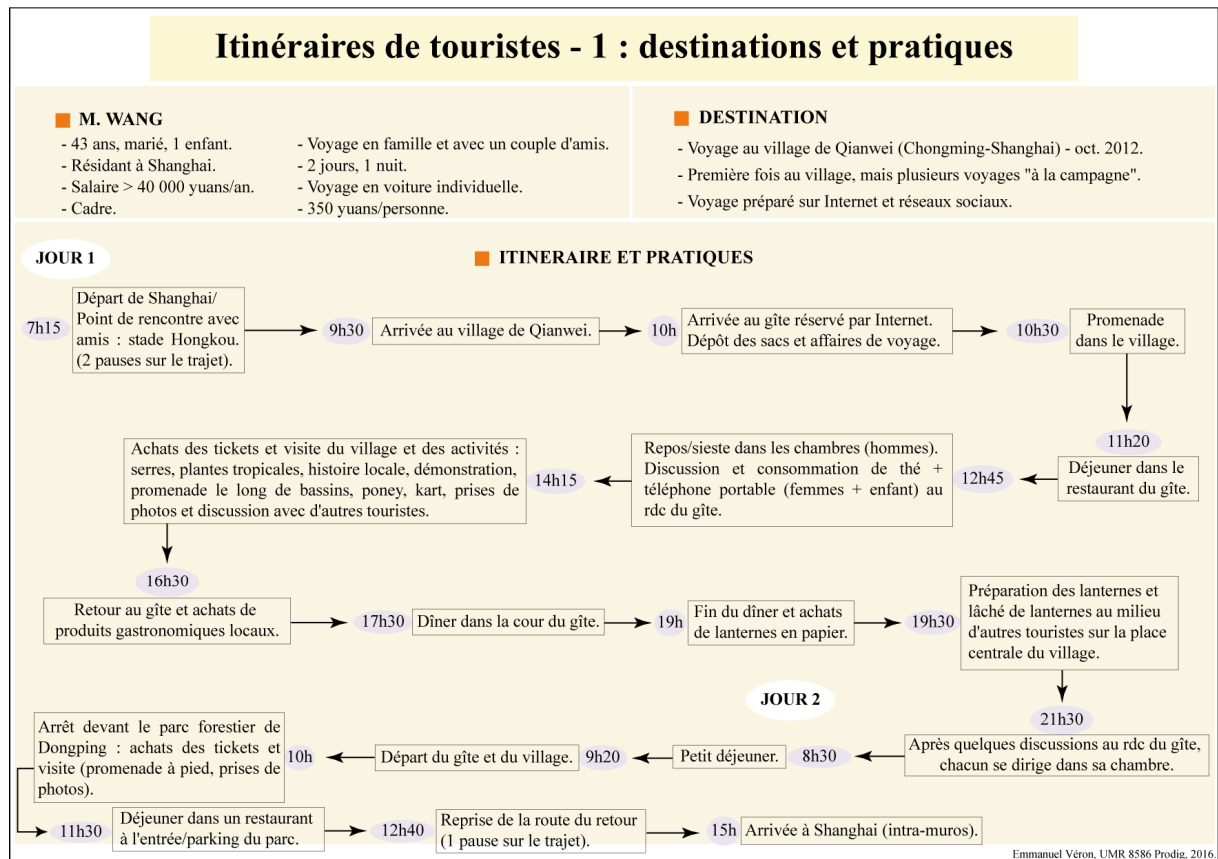
Ce schéma traduit bien la montée en puissance des mobilités touristiques et de loisirs depuis une trentaine d'années. Une expérience complexifiée (à mesure des séjours, du temps et du capital des individus) voit le jour. Le temps de l'apprentissage est rapide et densifié surtout de début des années 2000. Des temporalités d'apprentissage et de maturité de l'expérience touristique se dessinent. Elles sont en décalage avec un pas de temps court (une décennie tout au plus). Des générations de touristes fréquentant les mêmes lieux n'ont pas le même degré d'expérience. Les individus de la catégorie Y dans les années 2010 (aujourd'hui) ont une expérience équivalente à celle de la catégorie X au tournant des années 2000. Des groupes de touristes évoluent ainsi sur des temporalités différentes. Le découpage en décennie ne peut être le seul fait explicatif des trois grandes phases d'apprentissage identifiées plus haut. Nous pouvons certes admettre que la catégorie (X) est aujourd'hui dans une phase au moins intermédiaire, mais l'ensemble ne peut constituer un groupe homogène identifié comme en phase avancée. Aussi, nous pouvons déduire des schématisations que la catégorie Y est dans les années 2010 sortie de la phase d'initiation.

En moins de trente ans, une population touristique chinoise s'est constituée, s'est affirmée et partiellement maturée. L'utilisation de véhicules individuels, le capital économique et social, ainsi que la familiarisation avec les conditions du voyage, donnent de forts contrastes avec une frange plus importante de la population touristique encore très dépendante des voyagistes, des modes transports collectifs et de l'organisation de voyages spécialisés pour cette même catégorie. Dans ce contexte, le processus touristique chinois a produit bon nombre de lieux, où les destinations à dominante rurale ont une place toute particulière (*cf.* distribution des pastilles/lieux verts d'une part et oranges d'autre part).

Afin d'illustrer ces schémas, nous proposons d'exposer une synthèse des profils de touristes à travers des itinéraires et des pratiques.

### 3.3.2 Six profils de touristes chinois dans les campagnes ?

Nous retenons plusieurs critères afin d'exposer des itinéraires de touristes chinois dans la campagne ou en lien avec cette dernière. Les éléments biographiques de l'individu avec son capital socio-économique permettent d'établir des profils distincts. Les éléments discriminants sont : destinations, pratiques, voyage en groupe organisé ou non avec la distance au foyer parcourue. Ce procédé a permis de synthétiser six grands profils d'individus, dont des itinéraires ont été sélectionnés et exposés. Les stades plus ou moins avancés de l'apprentissage touristique en lien avec les catégories clefs identifiées plus haut sont mis en évidence. Aussi, les clientèles régionales et extrarégionales sont représentées. Les itinéraires et les pratiques témoignent de certaines phases d'apprentissage et inversement.

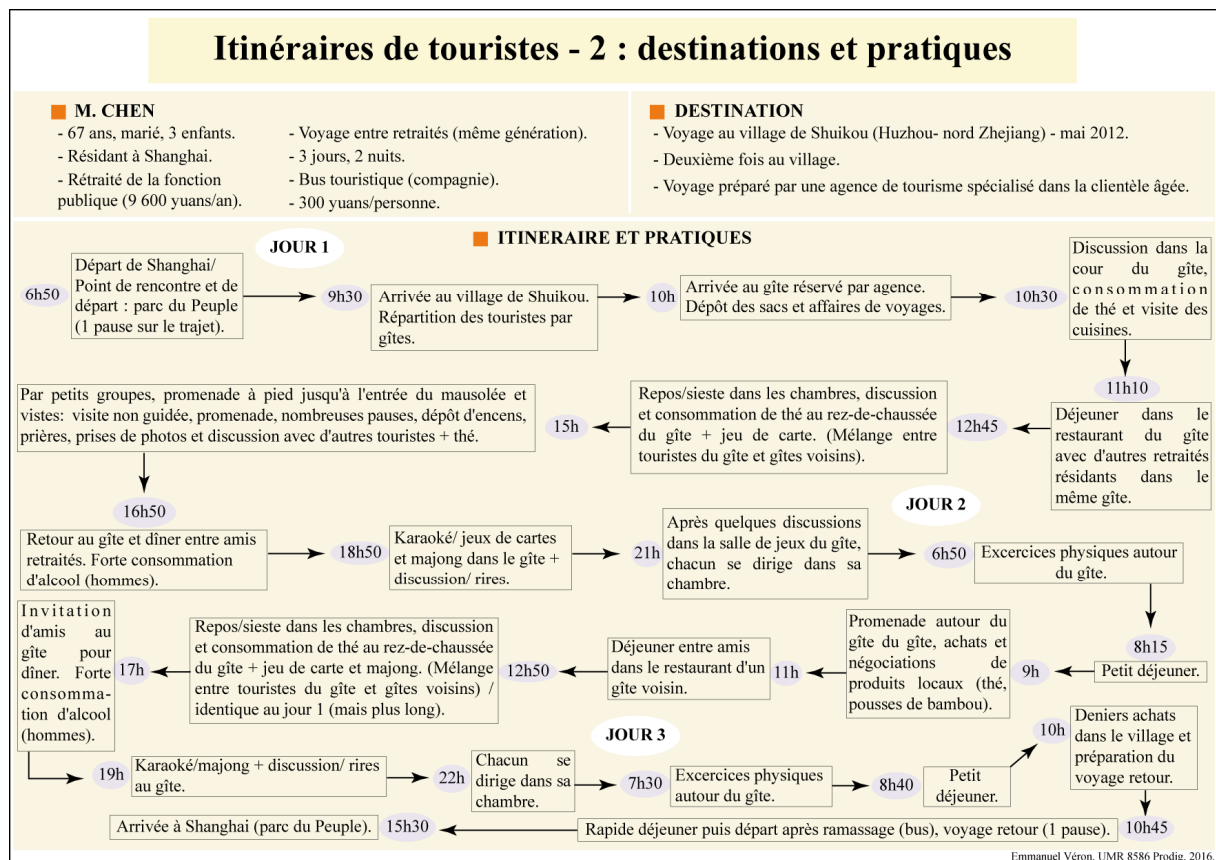


**Figure 31 – Les pratiques touristiques (1) de M. Wang pour un séjour de deux jours.**

Ce premier exemple est d'abord marqué par les caractéristiques socio-économiques de l'intéressé. Celles-ci correspondent à un individu résidant à Shanghai dont le patrimoine est important. Puis, la forme du voyage individuel avec une mobilité libérée de la contrainte collective marque une forme de sociabilité intrafamiliale et d'amis proches.

Cette forme de voyage témoigne d'un certain stade avancé dans l'apprentissage touristique, par la découverte d'un lieu nouveau, mais connu par le bouche-à-oreille et par réputation. Le projet est conçu par l'individu lui-même en concertation avec les membres de sa famille et de son cercle d'amis proches. L'alternance des pratiques (visites, pauses photographiques, activités culturelles et folkloriques des lanternes en papier et gastronomie) montre une certaine maîtrise et un aboutissement du projet de départ.

La durée du tour et l'espace touristique visité correspondent bien à un espace proche, puisqu'inscrits dans la municipalité de Shanghai. Pour autant, la succession rapide d'activités sur les deux jours atteste d'une certaine avidité liée à un temps réduit. Aussi, le degré de technicité et de corporéité est assez faible, puisqu'aucune ou très peu d'activité physique et sportive ne sont engagées. L'articulation « repos » et découverte (gastronomie comprise) est particulièrement opératoire.



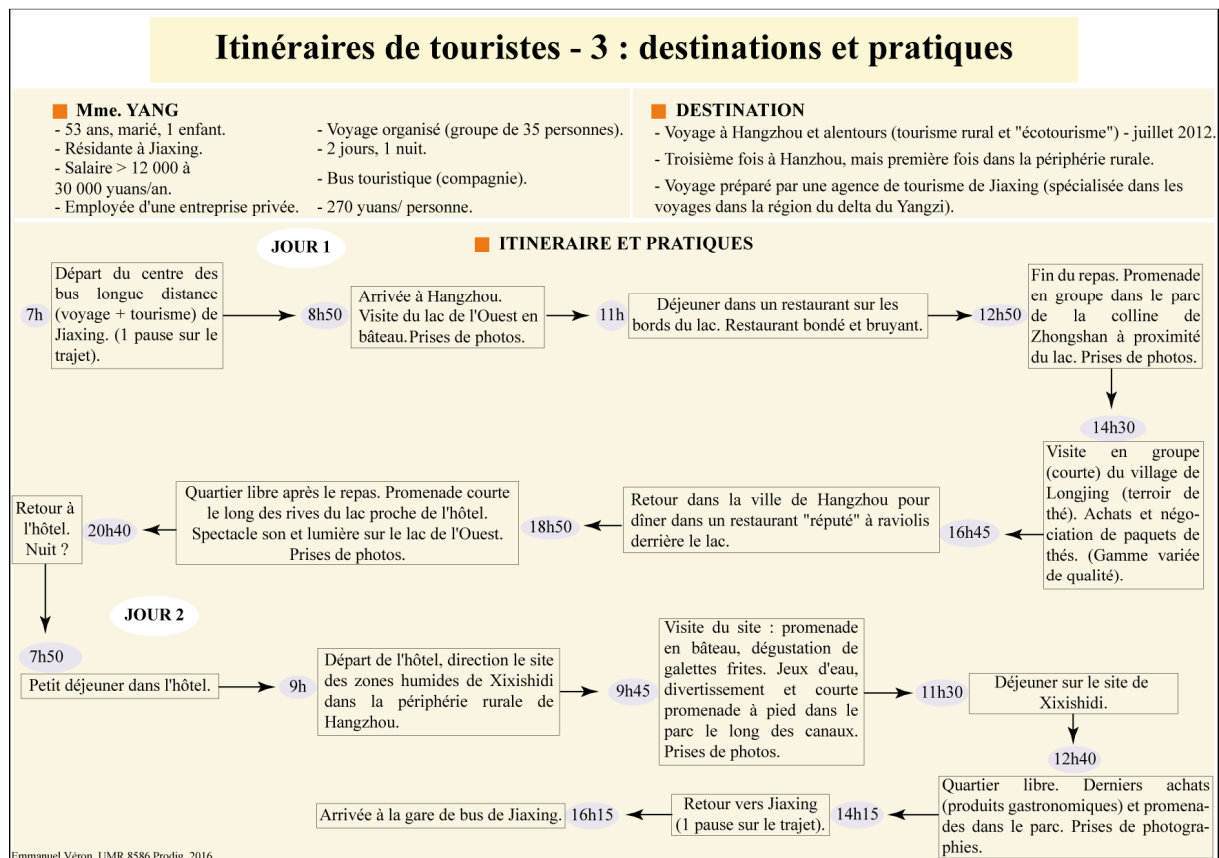
**Figure 32 – Les pratiques touristiques (2) de M. Chen pour un séjour de trois jours.**

Le second profil correspond à une génération plus âgée, voyageant entre individus d'une même classe d'âge. Dans ce cas, le voyage est organisé et la fonction du groupe (collectif) est importante. La fréquence répétée du séjour dans un même lieu témoigne d'une certaine spécialisation de la dominante repos et d'un attachement au lieu. L'approfondissement de la

relation au lieu est un fait majeur, plutôt que multiplier la découverte de lieux nouveaux. Le séjour relativement court s'apparente à un séjour résidentiel où la fonction repos prime sur les autres activités. La gastronomie et la socialisation avec d'une part d'autres touristes d'une même classe d'âge et d'autre part avec les ruraux (locaux) articulent le séjour. Le jeu alterne avec le repos.

Ici aussi, la succession rapide d'activités donne un rythme particulier à un séjour somme toute assez court. L'achat des produits locaux renforce l'idée de la relation particulière au lieu ainsi que la forme d'hébergement.

L'apprentissage est intermédiaire. Ce profil peu expérimenté s'apparente à une catégorie se spécialisant sur un type particulier de destination pour une pratique bien délimitée (ici le repos). Enfin, la corrélation entre le lieu (village de gîtes) et la pratique est déterminante, mais aussi entre le lieu et la catégorie de la clientèle (classe d'âge).



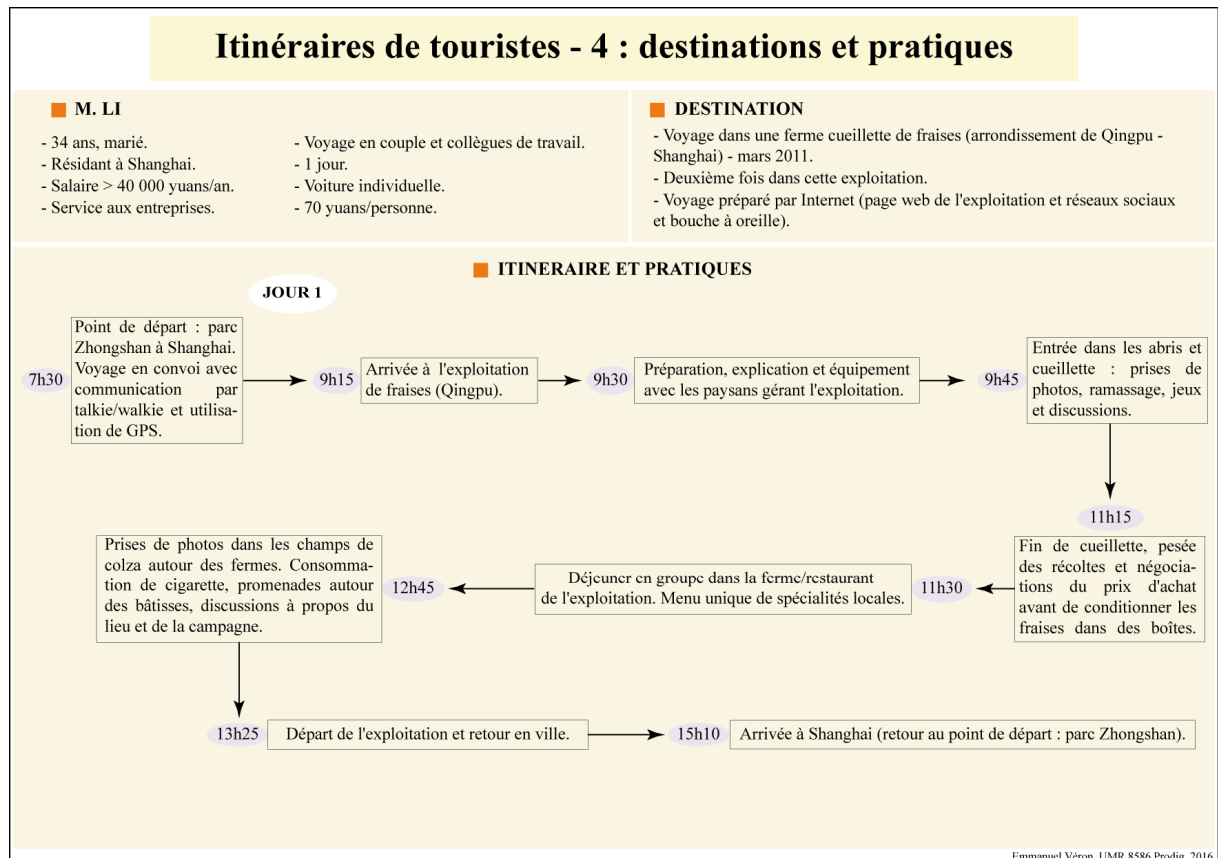
**Figure 33 – Les pratiques touristiques (3) de Mme Yang pour un séjour de deux jours.**

Le troisième profil est celui d'une génération proche du second, mais dont la spécialisation et la dimension socio-économique sont différentes, ainsi que son bassin de vie. En effet, il s'agit ici d'individus représentant une couche moyenne de villes moyennes ou petites de la région

du delta (Jiaying). Le voyage organisé dont la destination est régionale, concorde avec une formule touristique répandue (1 ou 2 jours voire trois jours) de tour dans un environnement proche.

L'autre originalité réside dans l'articulation des destinations. La destination rurale n'est pas le motif central du séjour. La visite d'un site périurbain rural (une zone humide avec habitation et système d'écluses) est en lien avec le programme des voyageurs élargissant ainsi l'expérience en matière de découverte plutôt que de repos ou de jeu.

Enfin, le rythme des activités est dans ce cas particulièrement contraint. La configuration du voyage en contradiction avec l'idée de repos coïncide un temps réduit et des conditions de voyage peu confortables. L'expérience est proche de l'initiation, marquée par une faible alternance des pratiques en dehors de la photographie liée aux découvertes.

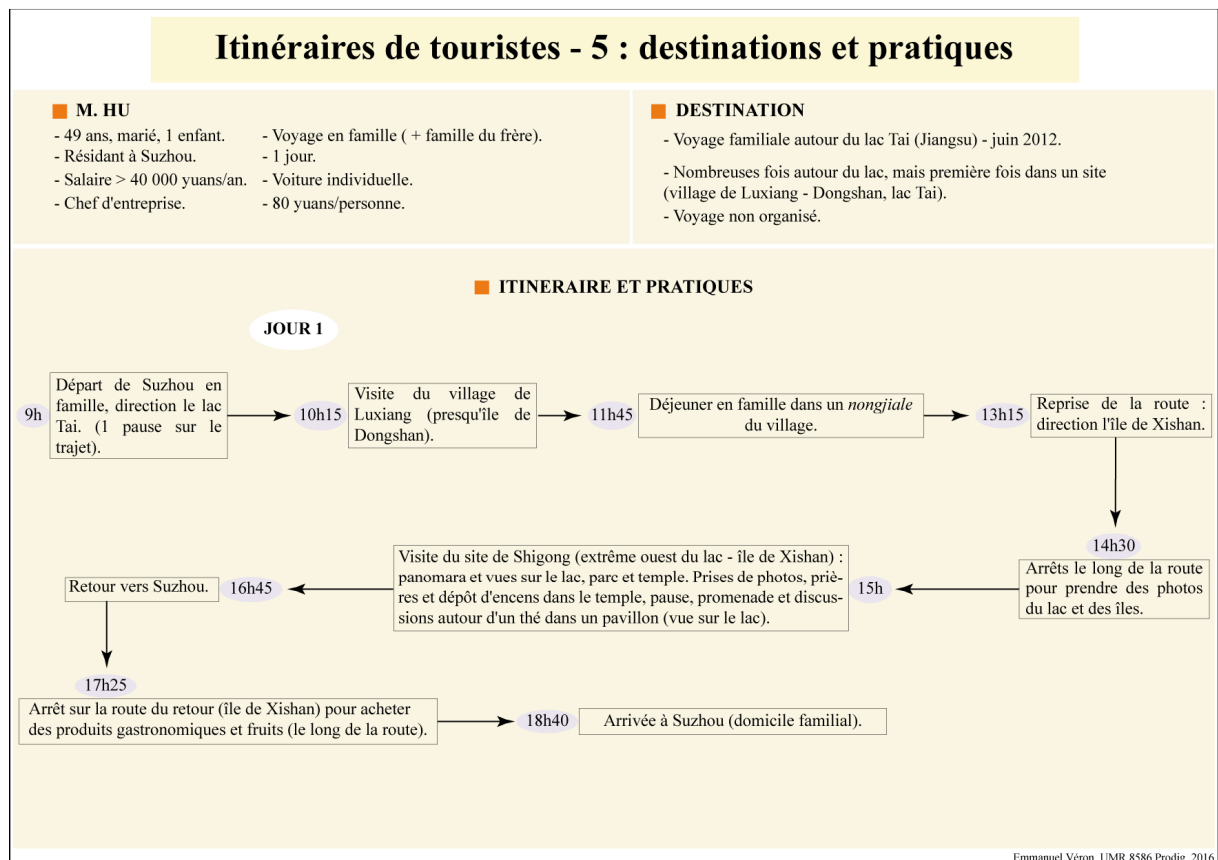


**Figure 34 – Les pratiques touristiques (4) de M. Li pour un séjour d'un jour.**

Le quatrième profil diffère des précédents par le motif touristique d'une part et par la durée du voyage d'autre part. Aussi, l'âge et la composition des individus du voyage viennent ajouter de l'hétérogénéité. Le niveau social de l'individu est élevé, sans enfant, marié et voyageant avec des collègues afin de pratiquer la cueillette dans les campagnes périurbaines de Shanghai.



Ce *tour*, peu coûteux relève de la découverte et du jeu. La succession rapide des activités (ramassage de fraises, déjeuner et quelques prises de photos du paysage environnant la ferme) témoigne d'une faible spécialisation et d'une faible connaissance de la destination. Pour autant, les modes de sociabilités (collègues-amis) et de mobilités (voiture individuelle) signalent une répétition du départ et de la multiplicité des lieux découverts. Ce profil correspond dans une certaine mesure à ce que l'équipe MIT nomme « se nourrir du différentiel » des lieux. La simplicité du voyage contraste avec la phase d'apprentissage touristique relativement avancée de l'individu.



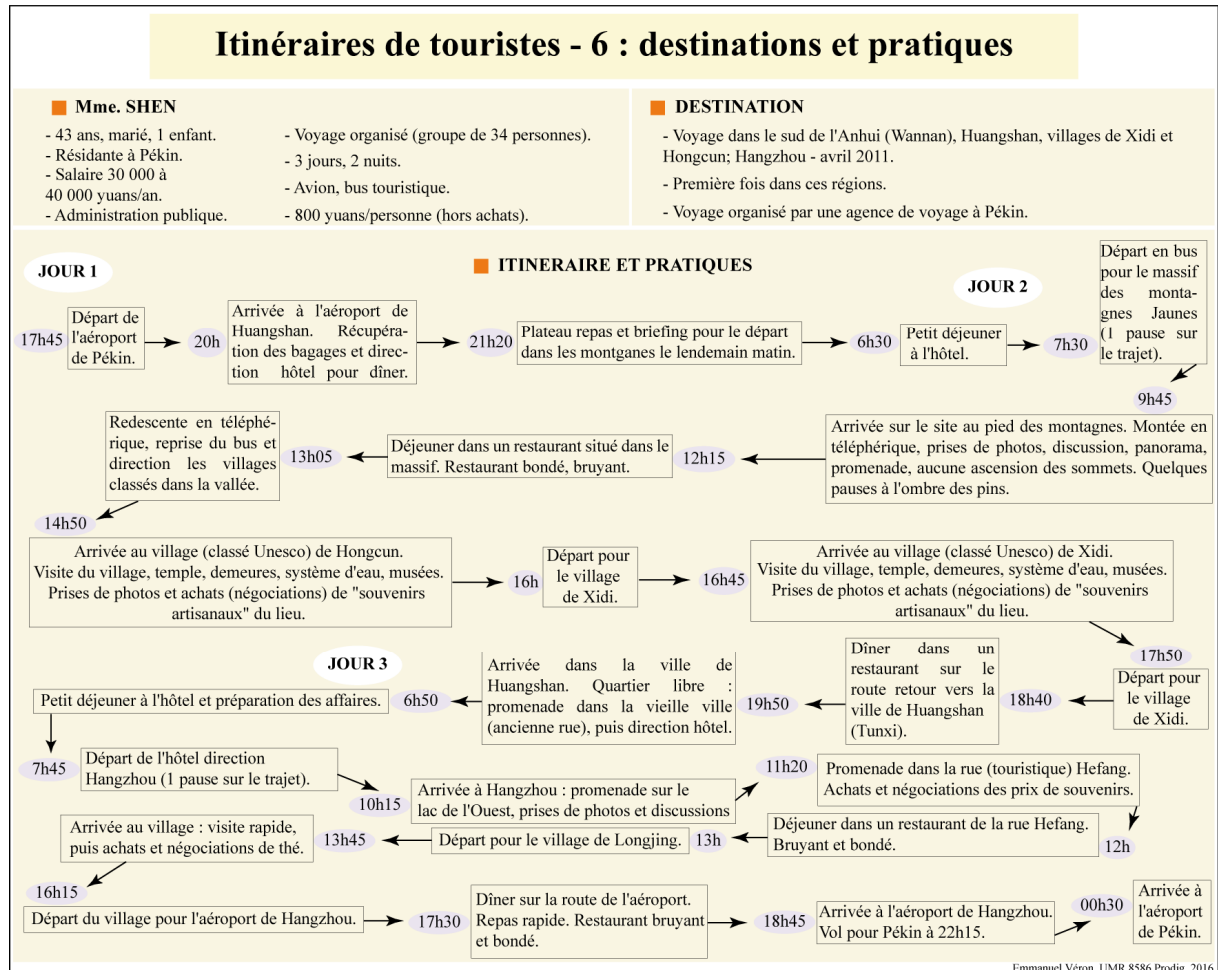
**Figure 35 – Les pratiques touristiques (5) de M. Hu pour un séjour d'un jour.**

Le cinquième itinéraire correspond à un mélange des profils 1 et 4, sur un espace différent. La durée réduite à une journée et le voyage en famille avec le véhicule personnel montrent le degré relativement avancé et affranchi des voyageurs pour s'adonner à des mobilités récréatives dans les campagnes proches du foyer de résidence (ici Suzhou). L'individu appartient à une classe favorisée dont le statut et le capital sont importants.

L'alternance des pratiques entre découverte, repos et gastronomie témoigne d'une connaissance relativement approfondie avec les lieux. L'apprentissage est avancé. Pour autant,

les activités sont articulées avec une certaine quotidienneté, en attestent le retour et la fin du tour en début de soirée. L'itinérance sur un circuit bien connu et bien cerné se limite à une succession de visites et de pratiques proches du temps du quotidien.

Ce profil renseigne sur la segmentation de la clientèle touristique au sein des villes moyennes et petites.



**Figure 36 – Pratiques touristiques (6) de Mme Shen pour un séjour de trois jours.**

Le sixième est dernier profil vient parachever cette typologie construite à partir du corpus d'individus de l'enquête. Ce type illustre une clientèle extrarégionale articulant pratiques et lieux, à travers un voyage de groupe organisé (par un voyageur) sur un temps relativement réduit. L'individu dont le capital témoigne de l'appartenance à une certaine classe moyenne est inscrit dans une phase initiale dépassée, approchant un statut intermédiaire.

L'alternance de visites de hauts lieux (sites classés) ruraux avec d'autres hauts lieux de provinces différentes, mais adjacentes, attestent d'un rythme soutenu et d'une variabilité faible des pratiques. La découverte prime sur le repos et le jeu. La gastronomie tient une place importante, sans pour autant polariser le temps de récréation. Ce type rappelle le type 3.

Cependant, la dimension spatiale parcourue, le montant des dépenses et les conditions de confort meilleurs suggèrent cette nouvelle segmentation de la clientèle. L'alternance rapide des activités et le temps court du séjour montrent les limites de l'apprentissage et des possibilités d'évolution de cette maturation.

### **3.3.3 Segmentation de la clientèle et expérience touristique : vers un habiter polytopique ?**

Cette typologie de la segmentation de la population touristique permet d'appréhender la constitution d'un certain savoir-faire touristique différencié. Les touristes ne se limitent pas à une activité par séjour. Ils sont plutôt adeptes d'une combinaison d'activités. Si l'une domine, les autres sont rarement absentes (Violier et Mondou, 2009). Ces pratiques de récréation changent au cours du temps et se recomposent selon des rapports différents au corps, à la nature, aux autres, à l'espace privé/public, à la valeur et à l'imaginaire des lieux (MIT, 2008). En résultent une complexification et une spécialisation des pratiques et de leurs combinaisons lors d'un séjour. Il y a d'autant plus de corrélations entre intensité de la spécialisation et complexification des pratiques que le touriste à une expérience ancienne et variée. « L'ancienneté de l'apprentissage touristique d'un côté, la sécurité de l'autre permettent l'autonomie plus importante du touriste » (MIT, 2008 : 115).

La population touristique chinoise majoritairement régionale se constitue une certaine spatialité touristique. La multiplication des voyages et les rapports aux lieux témoignent de ce que Stock désigne comme « habiter polytopique. [...] Les individus sont devenus des "habitants temporaires" de la grande majorité des lieux » (Stock, 2006 ; et MIT, 2008 : 102). L'identité des individus ne se réfère pas à un seul lieu mais à plusieurs lieux. Ainsi la mobilité peut-elle être analysée non plus comme un flux (le déplacement d'un point vers un autre point), mais comme « une pratique des lieux » (Stock, 2005) (*cf.* planches cartographiques 2 et 3).

En ce sens la mobilité, ici récréative, participe à une certaine valorisation sociale. Le voyage procure du crédit et donne du statut. La mobilité récréative contribue à l'augmentation d'un capital social mais aussi spatial. Ce dernier renvoie à « des ressources spatiales matérielles (habitat, mobilités), immatérielles (télécommunications) et idéelles (le stock de compétences, d'appétences et d'imaginaires spatiaux) que doit *nécessairement* mobiliser l'individu dans sa vie quotidienne pour poursuivre ses actes, développer des stratégies et accéder à d'autres biens sociaux » (Cailly, 2007 : 170 ; et Lévy, 2003a). Les mobilités touristiques induisent un territoire « spatiotemporel » de comportements (Decoupigny, 2007).

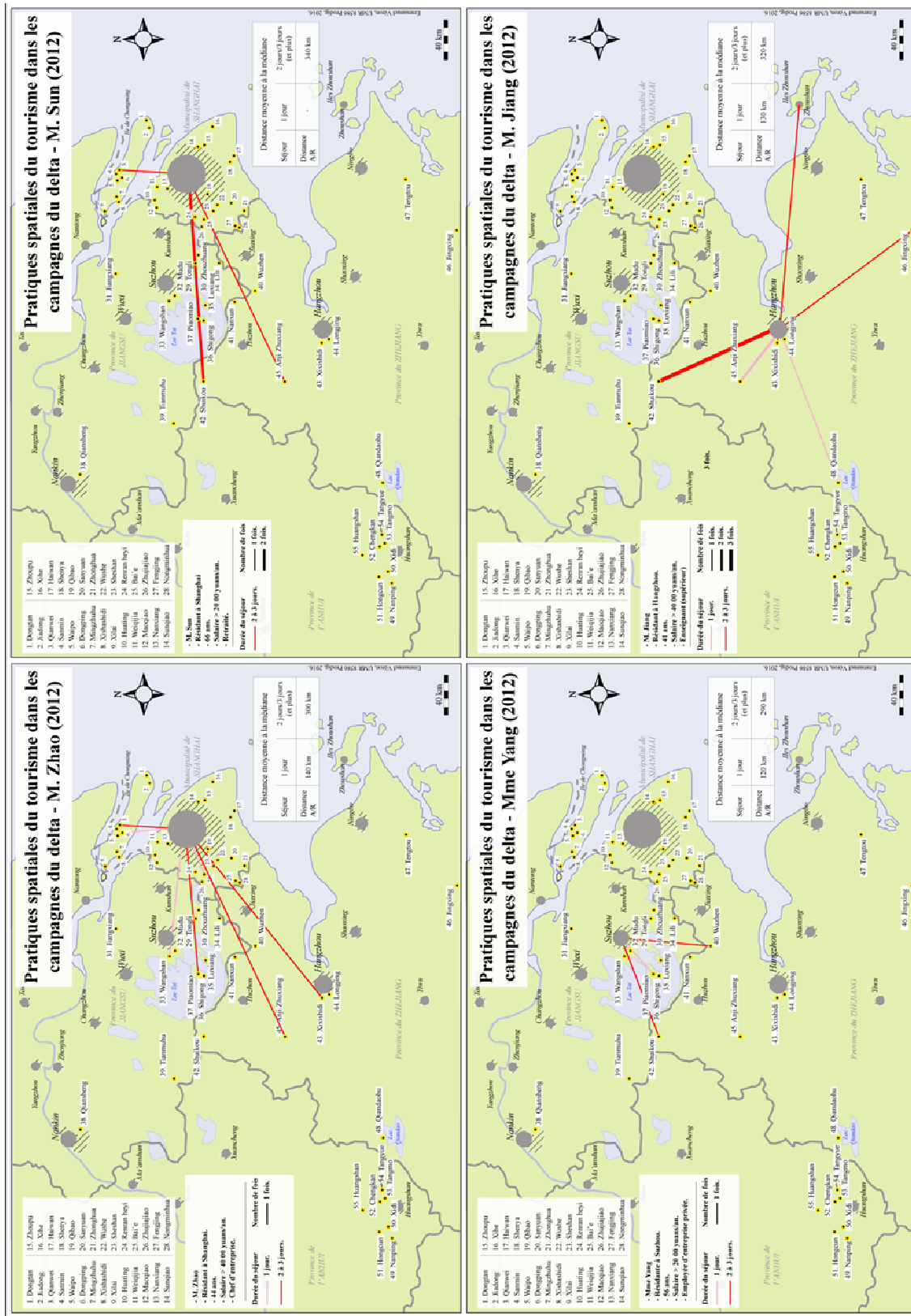


Planche cartographique 2.

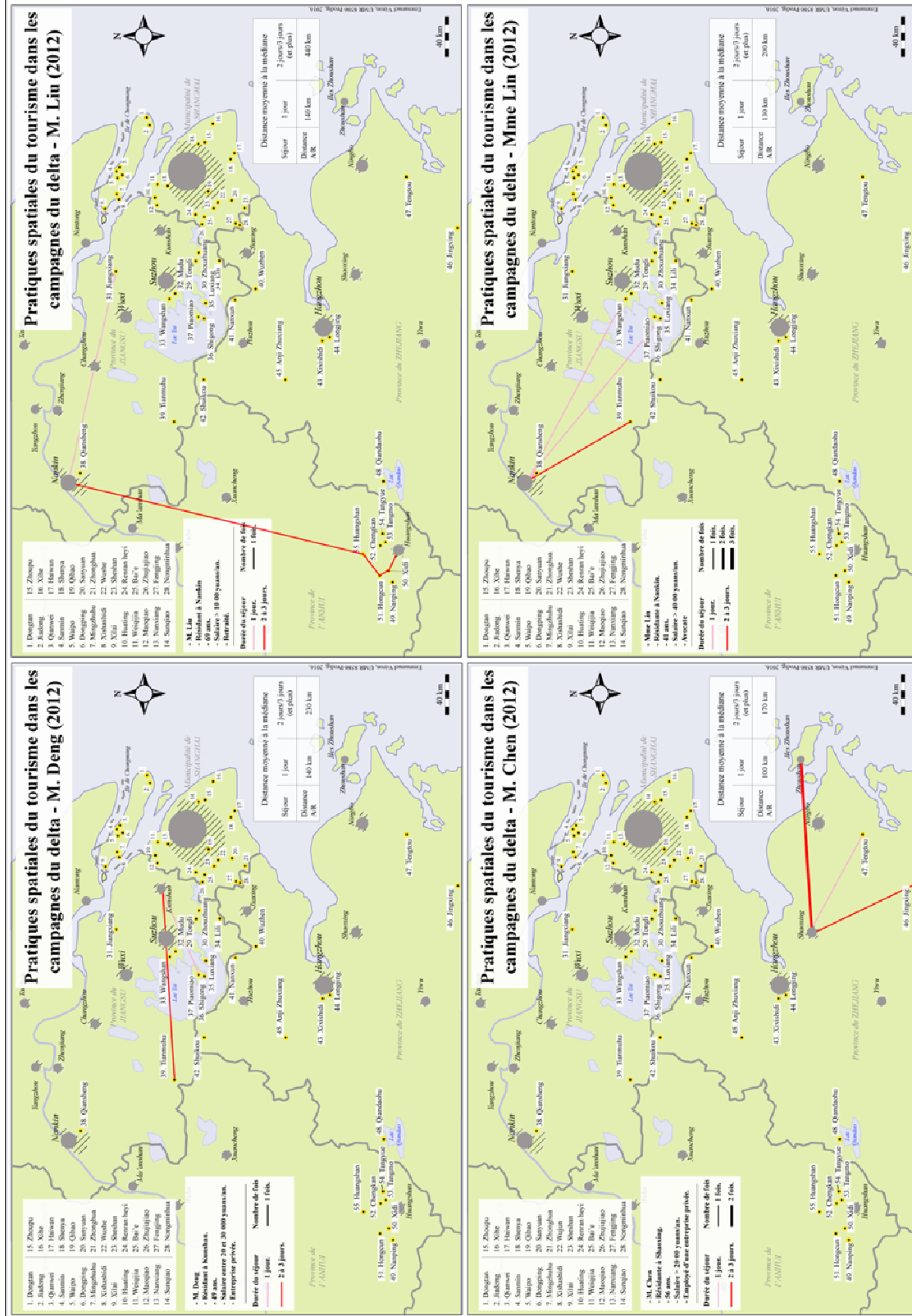


Planche cartographique 3.

Les deux planches cartographiques (2 et 3) traduisent les dynamiques de multispatialité touristique à travers le savoir-faire plus ou moins avancé des individus. On peut observer une segmentation importante des populations en fonction des pratiques spatiales, de la fréquence des lieux visités et du niveau social des intéressés.

Cette segmentation s'illustre notamment par des populations dont les pratiques spatiales touristiques sont différentes (planches 2 et 3). M. Zhao et M. Sun tous deux shanghaiens n'ont pas les mêmes préoccupations, ni les mêmes trajectoires. Le premier multiplie les lieux et les séjours (excursionnisme ou plus long), tandis que le second développe une certaine spécialisation à travers la répétition du voyage sur un même lieu.

De même en ce qui concerne les individus Yang et Jiang. La première multiplie avec une plus faible fréquence des tours dont les distances sont réduites à l'environnement régional immédiat (pourtour du foyer de départ Suzhou). Le second se spécialise sur un même lieu à travers la multiplication des séjours vers la même destination et se nourrit du différentiel des quelques autres lieux.

Aussi, cette segmentation peut se lire à travers la planche 3. Les pratiques spatiales se complexifient avec les exemples des individus Chen, Deng, Lin et Liu. Cette planche traduit à la fois les déplacements d'individus dans des ensembles urbains importants (Nankin ou Suzhou) et de plus petite dimension (comme Shaoxing). Ceci vient renforcer l'idée d'une segmentation des clientèles et des pratiques selon les biographies, les générations et les conditions socio-économiques vis-à-vis de la dépendance ou non de voyageurs. Le tableau 50 rassemble cette segmentation selon la taille des villes de la région dans le tableau ci-dessous.

Taille et importance des villes	Population touristique dont l'expérience est avancée	Population touristique dont l'expérience est intermédiaire	Population touristique dont l'expérience est faible
<b>Métropole :</b> Shanghai.	+++	+++	++
<b>Grandes villes (&gt; 5 millions d'habitants) :</b> Nankin, Hangzhou, Suzhou, Wuxi, Ningbo.	++	+++	++
<b>Villes secondaires de la région :</b> Changshu, Jiaxing, Shaoxing, Huzhou, Zhenjiang, Kunshan, Changzhou, Wuhu, Ma'anshan, Huangshan, Yangzhou.	-	++	+++

**Tableau 50 – Les corrélations entre expérience touristique et niveau de villes.**

La métropole de Shanghai connaît une forte hétérogénéité de sa population touristique en termes d'expérience alors que les villes, dont les dimensions économiques et spatiales plus réduites (villes secondaires ou petites villes), ont une population plus homogène. Ces dernières rassemblent en effet une majorité d'individus pas ou peu expérimentés. Les villes importantes comme les capitales provinciales (Nankin, Hangzhou) ou d'importance économique (Suzhou ou Ningbo) tendent vers le profil de la métropole. Les populations dont le degré d'expérience est avancé ou relativement avancé tendent à croître.

La figure 37 rassemble une synthèse des critères de l'expérience touristiques. Les profils connaissent une segmentation différente de celles analysées dans les sociétés occidentales. Il semble que le tourisme soit encore dans une phase de maturation peu avancée, dominée par la reproduction des pratiques sans de réelles innovations.

Nous pouvons avancer l'idée que les citadins-touristes se déploient à travers des pratiques spatiales différenciées selon les foyers de départ (villes petites, villes moyennes et métropole) et opèrent à une spécialisation spatiale particulière.

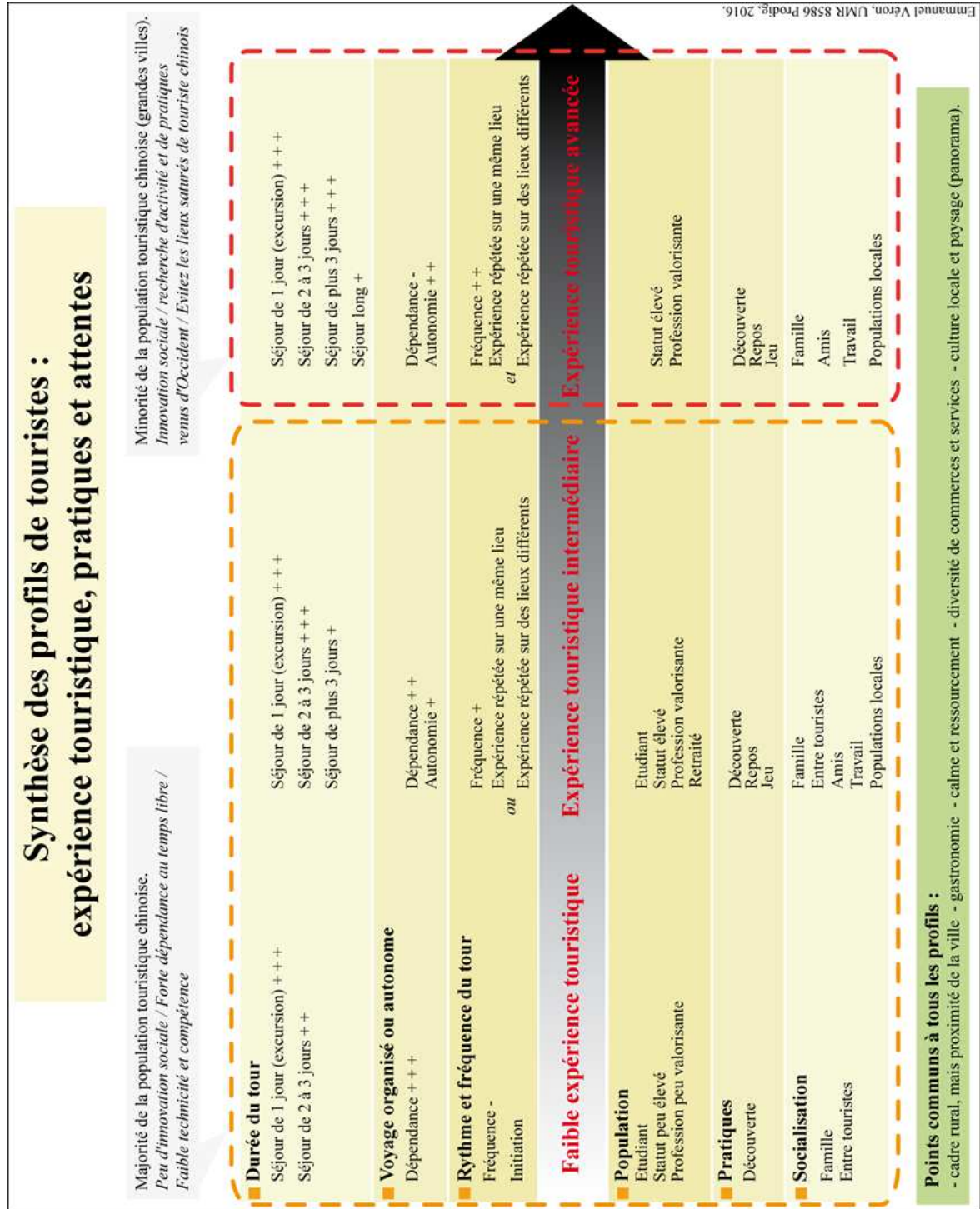
Pour autant, les profils touristiques dans les campagnes ne connaissent pas pour l'heure une diversification aussi importante que les populations de touristes des sociétés occidentales. Le degré d'expérience, les possibilités (propriété, statut du sol) et les attentes ne permettent pas pour l'instant d'entrevoir une réelle variété de profils. Ces derniers sont limités par la faiblesse des activités proposées, le temps encore court du développement touristique et un degré de technicité assez faible (peu de pratiques sportives comme le VTT, randonnée longue, parapente, voile, pêche).

La problématique des néo-ruraux comme dans les sociétés occidentales, en particulier en France, ne semble ici ne pas être un processus avancé, ni même vraiment initié (pas de « nouveaux enracinés », de néo-ruraux permanents, etc.)<sup>32</sup>. L'idée de vivre au pays de vacances n'est donc pas une entrée pertinente. L'expérience avancée d'une fine frange de la population touristique vient ici en rupture avec les profils intermédiaire et débutant. En effet, des touristes s'adonnent à de nouvelles activités et font preuve d'innovation sociale. La corrélation avec le statut et les profils socio-économiques est évidente.

---

<sup>32</sup> Un article du *Monde diplomatique* de 2015 (Bulard, 2015 : 4-5) raconte le récit d'individus urbains s'établissant dans les campagnes de l'Anhui. Des artistes, des architectes et quelques intellectuels prônent un retour à la campagne. Certains, de façon très marginale, s'installent dans certaines campagnes et conduisent des activités en lien avec le tourisme. Ces derniers ne sont pas représentatifs de l'ensemble des touristes. Par conséquent, nous ne les faisons pas figurer sur le schéma de synthèse.

Figure 37 – La synthèse des profils de touristes chinois dans l'espace rural.





## Conclusion du chapitre 7

---

Ce septième chapitre a permis de comprendre l'articulation des pratiques touristiques avec le tourisme dans les espaces ruraux. Cette forme de tourisme permet d'appréhender le renouvellement du rapport à l'espace et au temps des citoyens chinois faisant le choix de la ruralité comme motif touristique. « Le développement des mobilités touristiques et notamment le nouveau rapport au temps a transformé les relations aux lieux, à l'espace, ainsi que le rapport aux autres et à soi-même » (Viard, 2000 : 51). Il s'agit d'une « transformation des rapports sociaux à l'espace » (Hamel, 2010 : 155), dont l'urbanisation et la montée en puissance des mobilités récréatives constituent le fondement.

La thématique de l'authenticité, des racines et des origines semble être particulièrement opératoire. De plus, la campagne est fortement associée à un espace des racines, dont l'identité spatiale représenterait une forme particulière perçue comme le pays natal. La gastronomie, les savoir-faire locaux et les rites associés au monde rural sont un ferment identitaire revendiqué par les citoyens. Il y a une « revalorisation de l'attachement » (Sencébé, 2011 : 38) des campagnes à travers l'expérience touristique répétée en un temps court dans le rural. Un véritable produit touristique rural s'est constitué en une vingtaine d'années. « Sa consommation s'apparente autant à l'appropriation d'un bien symbolique qu'à une acquisition matérielle » (Réau et Poupeau, 2007 : 10). La campagne est devenue un nouveau besoin des sociétés urbaines.

Aussi, cet espace touristique rural parcouru par les urbains est une occasion particulière pour tester, mettre à l'épreuve et consolider ses réseaux de sociabilités. En ce sens, le tourisme joue un rôle fort dans le jeu de face et de mis à l'épreuve des réseaux. Le tourisme est bien un moment privilégié de la socialisation. Cette dernière est surtout communautaire. « Le soin apporté à paraître, à être vu dans tel endroit, à se prévaloir d'avoir visité tel ou tel sites » (Amirou, 2012 : 257) montre la fonction sociale particulière du voyage, ou de la mobilité comme pratique valorisante. La fête du paysage agricole à travers fêtes et festivals de la floraison donne de nouveaux rythmes collectifs d'une population urbaine plongée dans la modernité.

Les pratiques et l'expérience touristique rendent compte de la construction individuelle et de position dans la société. Malgré l'émergence de pratiques plus individualisées, le groupe prime. Mais ce dernier semble être particulièrement homogène et lié à un certain triomphe de l'urbanité (Viard et Hervieu, 2005) dans le rural. Pour autant, cette dilatation de l'espace des sociabilités d'une part et des mobilités récréatives d'autre part

se borne à un territoire rural touristique, ignorant l'espace rural non touristique. Ces mobilités cristallisent parfaitement des ruptures géographiques entre territoires de tourisme et de non-tourisme.

Enfin, l'espace rural du tourisme n'est pas pratiqué, maîtrisé et connu de manière identique selon les individus. À travers l'analyse des différentes pratiques touristiques, nous avons pu identifier un spectre relativement large de touristes. Nous regroupons 6 types de profils selon le statut, la catégorie socioprofessionnelle, la génération, la composition familiale et l'indépendance des voyageurs pour concevoir un voyage.

L'apprentissage est globalement centré sur une sortie de l'initiation, mais ne connaît pas une intermédiation affirmée. Seuls quelques individus semblent être en voie de progression et d'accumulation des compétences. Une majorité des individus multiplie les séjours, les découvertes voire les découvertes répétées. Pour autant, ces derniers ne semblent pas franchir de nouvelles limites de technicité et de compétences.

## Conclusion de la deuxième partie

---

La seconde partie de ce travail a permis de cerner le profond renouvellement des demandes et des besoins des individus urbains chinois. Les réformes et l'ouverture économique du pays ont stimulé une certaine fluidité de la société, notamment l'apparition et la montée en puissance des mobilités récréatives.

Les campagnes semblent être prises d'un nouvel engouement touristique. Le tourisme « vert » constitue, en complément des hauts lieux urbains, culturels et patrimoniaux, une destination originale et originelle. Le monde rural comme « paradis vert » (Urbain, 2002) signale la mise en œuvre d'un projet citoyen de consommation d'un produit en dehors de l'espace-temps du quotidien.

Cette mise en désir et l'expression de ces nouveaux besoins urbains renvoient à un renouvellement des perceptions de la ruralité. En effet, nous avons pu appréhender les représentations imagées et les champs lexicaux de ces mutations. La campagne est chargée de valeurs paysagères en relation avec un passé littéraire et iconographique (peinture) puisé dans l'histoire depuis les Song (temps long). La campagne en rupture avec la dimension urbaine deviendrait un refuge dans lequel les individus pourraient trouver refuge et s'isoler à l'image d'ermes taoïstes. Pour autant, ce prélèvement de références dans l'épaisseur historique de la Chine permet de légitimer les discours. Les bouleversements contemporains depuis la fin de l'Empire sont peu évoqués, comme mis en silence ou ignorés.

Ces représentations contemporaines se déploient à travers les mobilités touristiques comme temps de valorisation sociale pour l'ensemble du corpus de l'enquête. Des pratiques articulées aux lieux et à la destination se distinguent d'autres pratiques connues dans les lieux urbains et culturels. La découverte, le jeu et le repos alternent avec la (re)découverte culinaire, intimement liée à l'espace rural, et forment l'architecture des motivations de départ. Le voyage à la campagne (aménagée en accord avec les goûts et besoins des citoyens) permet à la fois une distanciation avec le quotidien et une « réconciliation » avec le passé et les racines.

L'ensemble des pratiques relativement peu diversifiées témoigne d'une temporalité du développement touristique en Chine et de la maturité des individus inscrits dans le processus. L'individualisation (MIT, 2011) est peu généralisée. Le groupe, la socialisation et les compétences limitées sont autant d'éléments de résistance à l'uniformisation des pratiques à l'échelle globale. Le tourisme dans les campagnes en Chine ne ressemble pas au processus

connu dans les pays occidentaux. Cette forme du tourisme national lui est propre, ce n'est pas une simple copie et répétition d'un modèle touristique absorbé de l'étranger.

Dans ce sens, nous avons pu distinguer plusieurs types de populations touristiques en lien avec le statut (face et réseau), les conditions socioprofessionnelles et l'âge. Alors que la majorité de la population touristique n'est pas encore mûre, une fine partie d'individu a accumulé en peu de temps (deux décennies) une expérience relativement avancée et tend à repousser les limites des pratiques usitées pour s'adonner à des innovations sociales. Ces deux grandes populations sont en rupture. La première semble n'avoir que peu de marge de progression, multipliant les découvertes sans spécialisation forte. La seconde s'inspire de modèles distants du précédent.

Enfin, l'ensemble de cette population pratiquant la mobilité comme valorisation sociale se constitue des aires de récréations dans un environnement proche du foyer. La campagne devient un espace partiellement approprié et un nouvel espace de la citoyenneté.

## Partie III

# Territoires touristiques ruraux : lieux, mémoire(s) et mégalopolisation



Scène dans le village de Luxiang sur la presqu'île de Dongshan (lac Tai, Jiangsu) (E. Véron, juin 2012).

## **Introduction de la troisième partie**

---

La troisième et dernière partie de ce travail vise à interroger les nouvelles ruralités au regard de la territorialité touristique dans les campagnes. Cette partie est articulée en trois chapitres.

Le chapitre 8 a pour objectif l'analyse des lieux du tourisme dans les espaces ruraux de la mégapole. Les lieux et les acteurs concernés sont divers et correspondent à des logiques propres. Nous proposons une typologie des lieux selon la taille des lieux et la nature de leur mise en tourisme, de la capacité d'accueil, bref de l'ampleur du développement touristique les concernant. Nous dégagons ainsi une typologie des lieux classés resituée dans la trajectoire du développement touristique articulant patrimoine et politique nationale. Puis, l'analyse porte sur la multiplication des sites touristiques plus récents, contemporains de l'augmentation de la demande touristique, de l'insertion des espaces ruraux dans les logiques de marché et de mondialisation. En résulte une diversité de lieux à vocation agritouristique mettant en valeur un monde rural idéalisé. Les acteurs privés spécialisés dans le développement touristique y jouent un rôle important.

Le chapitre 9 analyse la réaction et l'insertion des communautés rurales dans le tourisme. Les sociétés locales répondent différemment à la montée en puissance de l'industrie touristique et de l'organisation de l'espace d'accueil. Plusieurs trajectoires d'insertion et d'épanouissement dans le processus sont mises en évidence. Le secteur du tourisme est perçu fréquemment comme une occasion de (dé)multiplier les revenus. En effet, la mise en tourisme de lieux (villages, parcs, bourgs) permet la modernisation des infrastructures (bâti, réseaux, équipements), mais aussi de métaboliser la diffusion de nouvelles normes, plus urbaines. De ce fait, le tourisme accompagne certains ruraux vers une « sortie » complète des activités agricoles, parfois déjà entamée depuis le milieu des années 1980. La transformation des foyers ruraux en véritables prestataires de services touristiques correspond à un apprentissage dans lequel plusieurs stratégies et trajectoires sont opératoires. Le tourisme dans les campagnes du delta du Yangzi a en moins de 20 ans dessiné une large typologie de foyers ruraux insérés dans de nouvelles logiques économiques de services.

Enfin, le dixième et dernier chapitre de cette étude propose une analyse des recompositions spatiales à plusieurs échelles induites par le tourisme dans les espaces ruraux. Dans un premier temps, nous nous attachons à construire une cartographie des mutations et dynamiques spatiales rurales de la mégapole en lien avec le tourisme. La notion de ruralité est renouvelée à l'aune du développement massif des mobilités touristiques vers les espaces

ruraux et des politiques de modernisation rurale à l'échelle nationale, véhiculant un nouveau regard sur le monde rural. Ainsi les lieux du tourisme s'avèrent-ils être des supports et des vitrines des nouvelles ruralités chinoises pour les populations citadines venues les consommer et pour les ruraux y trouvant une source nouvelle de gouvernance. Enfin, le tourisme apparaît comme nouvel outil d'aménagement rural et de promotion des territoires. En parallèle des recompositions rurales contemporaines, le tourisme participe à la construction de territorialités locales.

## Chapitre 8

---

### **Typologie des lieux et acteurs du développement touristique dans les campagnes : un processus de modernisation encadré**

Ce chapitre vise à analyser les lieux du tourisme dans les campagnes. Ces derniers sont le produit de transformation et d'adaptation pour l'activité touristique, nouvelle voie de développement économique pour les localités.

Les lieux sont l'objet de mutations pour et par le tourisme. Par ailleurs, le développement touristique occasionne un impact dans les territoires concernés. Ce chapitre envisage de prendre la mesure des impacts induits (Tabarly et Doceul, 2013), notamment dans le tissu social, dans l'aménagement du paysage et dans l'économie locale.

L'observation et les enquêtes de terrain ont permis d'établir une typologie des lieux du tourisme dans les espaces ruraux. Nous resituons cette typologie dans le temps de l'ouverture et du lancement des réformes, par le choix ciblé de lieux valorisés pour leur patrimoine ou leur dimension paysagère et culturelle. Ces hauts lieux ont participé à construire une politique et un savoir-faire de développement touristique qui servira la diffusion et la multiplication de lieux secondaires dans l'ensemble des espaces ruraux, notamment périurbains. À travers ce développement, la notion de « moment de lieu » proposée par l'équipe (MIT 2005 : 287) prend tout son sens : « conditions d'apparition et de diffusion de pratiques touristiques nouvelles, c'est-à-dire de pratiques dont l'identification même passe par leur localisation. Il s'agit donc d'articuler, à un moment donné, une innovation consistant en des pratiques, donc des acteurs, et un lieu, ayant certaines qualités, en particulier d'être constitué d'acteurs, mais pas seulement ». L'identification de quatre types de lieux distincts permet d'aborder la diversité des acteurs à l'origine des projets, outils de promotion des lieux et des territoires. Les projets sont principalement portés par des acteurs étatiques, des acteurs régionaux et des groupes privés (promoteurs, voyagistes, hôteliers). Le développement des lieux résulte d'une action d'acteurs/leaders en lien avec le PCC et des gouvernements locaux. La diversité des lieux du tourisme dans les espaces ruraux se double de traits morphologiques et aménageurs communs.

Les lieux sont l'objet d'un aménagement particulier permettant aux citadins de se représenter un monde rural idéalisé, lisse et dépayçant. « Ces lieux rendent possible l'apprentissage de l'altérité » (Ceriani *et al.*, 2005 ; Coëffé *et al.*, 2007). Le développement du



tourisme correspond à un changement d'usage majeur du lieu en lien avec des mutations démographiques, économiques et sociales des populations locales (MIT, 2008). L'intégration socioéconomique des espaces ruraux par le développement touristique (Chevalier, 2009) se lit désormais dans l'augmentation de la capacité d'hébergement. Elle s'appuie en particulier, dans le secteur marchand, sur une économie de services qu'elle contribue dans le même temps à dynamiser.

## **1. Les lieux majeurs : objet du patrimoine national**

L'espace rural touristique peut être originel. Il est un espace qui se démarque des autres par la recherche d'une identité historique et patrimoniale. L'espace rural touristique est original, s'il est le produit d'une identité créée lors de sa mise en valeur (Monsavoir, 2008).

Les lieux majeurs peuvent être de hauts lieux touristiques (capacité d'accueil, investissement, PIB, classement, préservation). Cependant, ils se distinguent d'autres lieux par leur taille, le nombre de touristes à l'année et le PIB.

### **1.1 Les lieux majeurs et originels : modèles pour la diffusion touristique**

À l'origine des lieux majeurs, il y a la dimension politique et culturelle de protection et de restauration d'un patrimoine qui sera secondée par le développement touristique des lieux. Dans ce cadre, des bourgades d'eau et des villages de la région, répartis entre les provinces du Jiangsu, du Zhejiang et de l'Anhui, vont jouer le rôle initiateur à l'aménagement, à la gestion et à l'expérience touristiques en milieu rural (en tout cas comme produit touristique). La mise en place d'un label national de protection du patrimoine bâti est appliquée aux villes, puis étendue aux bourgs et villages (Fresnais, 2001 et Ged, 2010).

#### ***1.1.1 Aux origines des hauts lieux : protection et classement des lieux***

Nous distinguons deux espaces-temps de la protection et de l'initiation du développement touristique dans les campagnes. D'abord, nous examinons la réflexion, puis la mise en application d'un plan de sauvegarde et de mise en tourisme des « bourgs d'eau du pays d'eau du Jiangnan » (*Jiangnan shuixiang guzhen*). Dans un second temps, nous analysons la protection et le développement touristique des villages du Wannan ou du Huizhou (*Huizhou gu cunluo*) (sud de l'Anhui).

- Inventorier et protéger des sites vernaculaires exceptionnels

L'État-parti, dans le contexte de transition post-maoïste de la décennie 1980, va institutionnaliser l'idée de protection et de sauvegarde de villes, de zones naturelles (parcs

nationaux, puis de secteurs de villes. « Il faut attendre la publication de la loi relative à la protection du patrimoine en 1982 pour que les héritages culturels soient protégés juridiquement » (Zhuo, 2006 : 189). La législation permet au Conseil des affaires d'État, les gouverneurs de provinces et les maires d'inventorier les monuments patrimoniaux (Zhuo, 2006 ; et Zhang, 2003). C'est en utilisant le label de « ville historique et culturelle » de 1988 que le gouvernement central et les gouvernements locaux (provinces, municipalité et bourg) vont classer des sites correspondant à des villes mais aussi à des bourgs voire des secteurs de villes (*cf.* Tunxi dans l'Anhui) et réfléchir à étendre le processus de protection à des villages. C'est à travers des processus politiques, législatifs et urbanistiques que le patrimoine et l'idée de protection vont permettre l'apparition de sites touristiques importants. Les bourgs et les villages entiers fortement marqués par les caractères locaux d'architecture entrent dans les intérêts d'urbanistes et d'architectes.

C'est notamment à travers la morphologie particulière des identités locales : canaux, ponts, montagnes et eaux que les bourgades et les villes du Jiangnan retiennent l'attention des architectes et urbanistes au début de l'ouverture et des réformes. « La recherche d'une définition du critère de sélection pour ces villes est centrée sur les contenus et les objectifs à protéger (*baohu neirong*), la méthode du plan de protection (*baohu fangfa*), la théorisation du caractère spécifique (*tese*) et les constituants matériels et immatériels (*goucheng yaosu*) de la ville » (Zhang, 2003 : 158). Les architectes et urbanistes vont débattre tout au long des années 1980 et 1990 pour définir les critères de sélection et de protection des lieux. La notion de physionomie (ou morphologie) correspond en chinois au mot *fengmao*<sup>1</sup>. L'importance est donnée aux « vieux quartiers, aux vestiges, aux sites anciens, aux monuments historiques, aux demeures de personnes célèbres, aux sites paysagers, aux vieux arbres et des plantes exceptionnelles » (Zhang, 2003 : 146). Zheng Xiaoxie, architecte, est un responsable important de la mise en œuvre de la politique de préservation du patrimoine urbain et culturel. Il a été vice-président du Comité des spécialistes de « villes célèbres d'histoire et de culture ». Ce dernier évalue à travers l'idée de la physionomie (*fengmao*) quatre catégories (Zheng, 1983 : 10)<sup>2</sup> :

- lieux politiques et historiques ;

---

<sup>1</sup> La notion de *fengmao* peut se traduire par « physionomie, allure », mais aussi par « style, caractère, et trait distinctif dans l'apparence des choses ».

<sup>2</sup> Wang Jinghui est une autre personne importante dans la mise en place de plan de protection et de développement de la patrimonialisation des villes, des bourgs et des villages. Ce dernier est architecte et urbaniste, diplômé de l'université de Qinghua. Il a eu des responsabilités de haut niveau au département d'urbanisme du ministère de la Construction, mais aussi dans la rédaction de la politique des « villes célèbres d'histoire et de culture ».

- personnalité dans l'histoire ;
- identité locale et minorité nationale ;
- merveilles et œuvres d'art.

Les quartiers historiques ayant une physionomie traditionnelle, les rues commerciales, les quartiers d'habitation vont à leur tour devenir l'objet de préoccupation de sauvegarde.

### **1.1.2 Les bourgades d'eau du Jiangnan**

Parmi les sites les plus importants du développement touristique, les bourgades d'eau du Jiangnan (*Jiangnan shuixiang guzhen*) sont les premières à avoir fait l'objet d'une mise en tourisme. Ce développement a été initié par la réflexion d'intellectuels (universitaires, architectes, urbanistes)<sup>3</sup> sur le patrimoine urbain et architectural au moment même où la RPC sortait de la Révolution culturelle et s'ouvrait progressivement au monde.

« La première étude effective sur les morphologies des villes d'eau est sans doute celle publiée en 1979 dans la *Revue académique d'architecture* » (Zhang, 2003 : 174). Le texte intitulé « Études sur les traitements spatiaux des groupes d'architectures dans les communes de la région des rivières et du lac Tai », définit six formes de bourgades organisées selon un réseau d'eau (canaux et lacs)<sup>4</sup>. Plusieurs études viennent compléter ces observations, toutes situées dans la région du Jiangnan, et plus précisément entre les villes de Suzhou et de Hangzhou et à proximité du lac Tai. Six bourgs correspondant à six morphologies sont retenus pour être protégés : forme en bande, forme radioconcentrique, forme en noyau, forme en selle, forme en trompette et forme en courbe. Six bourgades emblématiques de l'histoire de la région et de l'architecture seront donc inventoriées et progressivement protégées par l'application de plan de protection et de restauration (*shuixiang guzhen zongti ji baohu guihua*). Les bourgs de Zhouzhuang, Tongli, Luzhi, Xitang, Wuzhen et Nanxun, respectivement répartis entre les provinces du Jiangsu et du Zhejiang sont assez peu éloignés les uns des autres<sup>5</sup>.

---

<sup>3</sup> Ces observations et ces travaux seront notamment conduits par des spécialistes de l'université Qinghua à Pékin, puis par des architectes-urbanistes de l'université Tongji à Shanghai.

<sup>4</sup> Le rapport entre le bâti et l'eau en décalage avec l'orthogonalité des villes du Nord marque l'originalité des différents bourgs.

<sup>5</sup> Le professeur Ruan Yisan de l'université Tongji participa au choix des six bourgades (Ged, 2010 : 12).

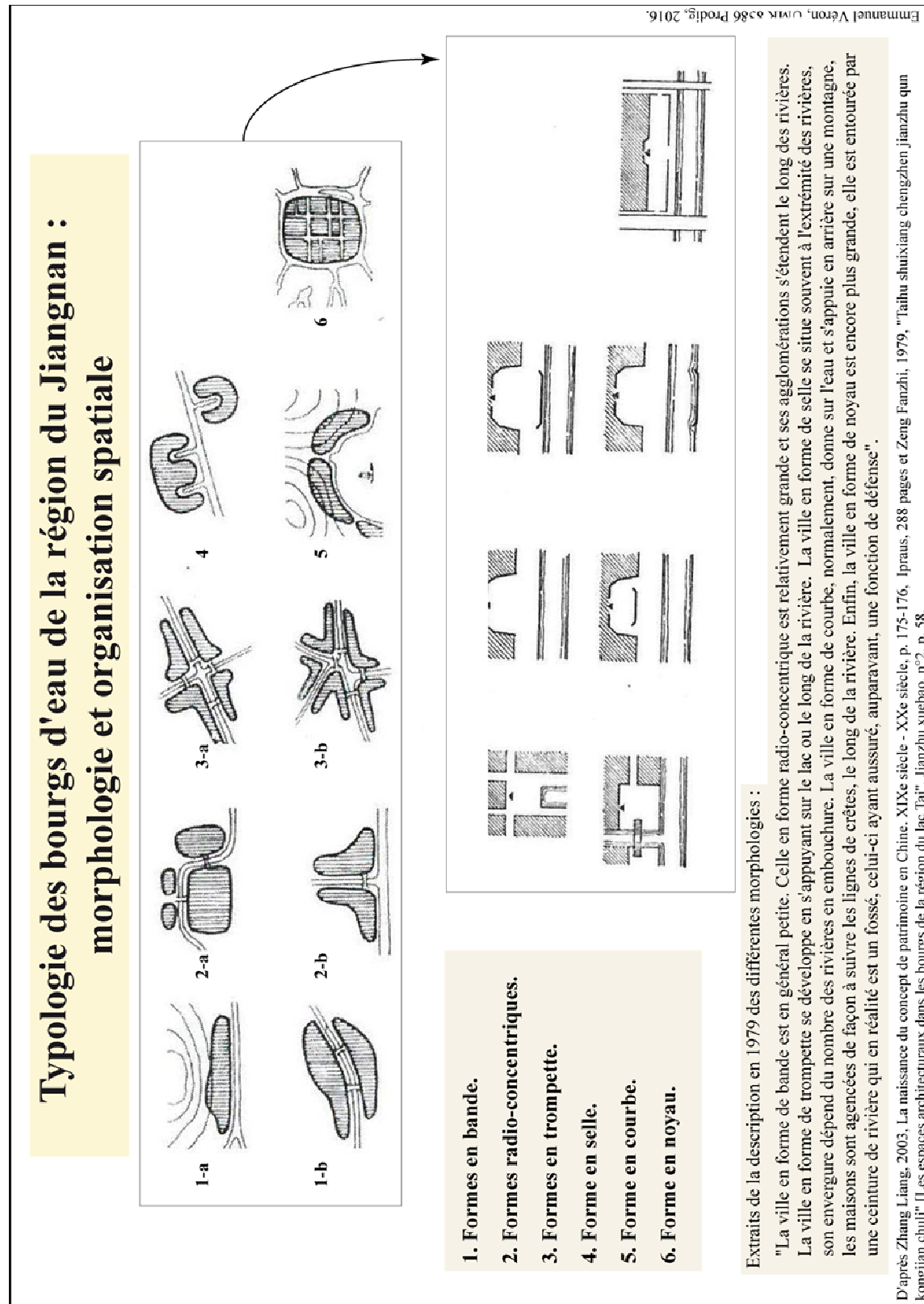


Figure 38.

Les bourgades d'eau du Jiangnan ont connu dès le milieu des années 1990 un essor important de la fréquentation touristique (Fan *et al.*, 2009). Chacun des six bourgs également répartis entre le Jiangsu et le Zhejiang vont faire l'objet d'inventaire du mobilier urbain à protéger et mettre en valeur (cf. tableau 51).

	Zhouzhuang	Tongli	Luzhi	Wuzhen	Nanxun	Xitang
<b>Localisation</b>	Jiangsu (municipalité de Suzhou)	Jiangsu (municipalité de Suzhou)	Jiangsu (municipalité de Kunshan)	Zhejiang (municipalité de Tongxiang)	Zhejiang (municipalité de Huzhou) <sup>6</sup>	Zhejiang (municipalité de Jiaying)
<b>Superficie protégée</b>	0,47 km <sup>2</sup>	2,4 km <sup>2</sup>	3,76 km <sup>2</sup>	2,5 km <sup>2</sup>	2 km <sup>2</sup>	1,08 km <sup>2</sup>
<b>Population</b>	22 000	40 000	12 000	12 000	55 000	13 000
<b>Population totale (2010)</b>	28 599	50 455	135 222	60 000	120 000	86 000
<b>Lieux et éléments touristiques majeurs</b>	Ponts jumeaux ; pagode Milou, Temple Chengxu et les maisons Shen et Zhang	Jardin de la retraite et de la réflexion ; tour de la Perle	Temple Baoshen ; parc de Ye Shengtao ; Ginkgo Biloba	Résidence de Mao Dun ; Pavillon Fanglu ; pont	Ponts datant des Song, Ming et Qing ;	104 ponts ; galerie couverte ;
<b>Certification</b>	AAAAA	AAAAA	AAAA	AAAAA	AAAAA	AAAA

**Tableau 51 – Les six bourgades d'eau du Jiangnan.**

Sources : Bureau National des Statistics de Chine (2010) ; Wang Yuncai et Li Fei, 2005, « Jiangnan liu zhen liuyou kaifa liyong moshi de duibi yanjiu », [Étude comparative du développement et de l'utilisation des six villages d'eau du Jiangnan], Beijing, *Liuyou xuekan, Tourism Tribune*, China, vol. 14, n°6, pp 32-38.

### 1.1.3 Les sites classés du « pays » Huizhou

Cette partie méridionale de la province de l'Anhui connaît un développement patrimonial singulier. Ce dernier est articulé entre différentes formes de sites protégés : le quartier de ville, les villages et le parc national.

Parmi les premiers sites protégés, aujourd'hui devenus des modèles pour la patrimonialisation et pour le développement touristique, la ville de Tunxi (ou de Huangshan)<sup>7</sup> fut l'objet au milieu des années 1980 d'un développement de plans de sauvegarde particulier. Cette fois, c'est bien l'échelle du quartier et non d'un bourg qui est en jeu. Il s'agit du quartier de la vieille rue commerciale de la ville de Tunxi. Ce dernier est une expérimentation exemplaire du ministère de la Construction démarrée en 1985. Ce projet de restauration et de sauvegarde a été initié par un urbaniste dont les liens avec la région sont forts. Le chef urbaniste du projet est Zhu Zixuan (professeur à Qinghua), originaire de Tunxi. Il l'est l'invité de la mairie de Tunxi et prépare les prémices du plan de protection du quartier (Zhang, 2003 : 219). Une succession de plans depuis le lancement des réformes vont s'étaler jusqu'au milieu

<sup>6</sup> Nanxun a aujourd'hui le statut d'arrondissement (*qu*) de la municipalité de Huzhou.

<sup>7</sup> Le nom de la municipalité de Tunxi change en 1987 pour le nom de Huangshan en vue d'attirer les populations touristiques en associant le nom de la ville au massif de montagnes classés comme patrimoine national d'exception.

des années 1990. Il y a d'abord l'élaboration d'un schéma directeur en 1979, puis un plan de protection en 1985 et enfin deux plans de modification entre les années 1993 et 1995.

Le parc national des montagnes Jaunes constitue un second site protégé et doté de plan de sauvegarde. Ce massif de montagnes choisi par Deng Xiaoping dès le lancement des réformes comme site naturel et culturel chinois majeur acquiert le statut de parc national (*mingsheng*) en 1982 par le Conseil des affaires d'État de la RPC. Puis, c'est l'Unesco qui en 1990 inscrit le site (154 km<sup>2</sup> classés et protégés et 142 km<sup>2</sup> de zone tampon) au patrimoine mondial (Li et Sofield, 2009 ; Wang, 2009 ; et Zhang et Bao, 2009).

Enfin, les villages classés par l'Unesco de Xidi et Hongcun<sup>8</sup> constituent les dernières formes de préservation de la région. C'est à la fin des années 1980 que les villages, dont le bâti et la morphologie conservés depuis la période d'essor commercial des XIV<sup>ème</sup>-XIX<sup>ème</sup> siècles<sup>9</sup>, polarisent l'intérêt des chercheurs, historiens et urbanistes. C'est en 1987 que les anciens édifices de Xidi sont devenus des monuments protégés en qualité de « reliques provinciales »<sup>10</sup>. Par la suite, plusieurs plans (à l'image de la progression des plans de protection du quartier de la ville de Tunxi) relatifs à la conservation des villages historiques sont en vigueur. Il y a un plan général pour Xidi (1997), puis un plan de conception et de développement pour Xidi (1998), ensuite un plan de préservation pour Hongcun (1998), et enfin un plan de conception et de développement pour Hongcun (1999) (Ying et Zhou, 2007 ; et Ryan et Gu, 2009). L'ensemble de ces plans a été préparé et rédigé par l'Institut d'urbanisme et de conception de la ville de Huangshan et par le bureau de la Construction du district de Yi<sup>11</sup> (Unesco et Ministère de la Construction de la RPC, 2000). Un comité de

---

<sup>8</sup> La société locale a toujours été marquée par le pouvoir des organisations lignagères. « Sous les Ming, la région de Huizhou a vu le développement de guildes marchandes, dont les activités se sont étendues à l'Empire » (Chang, 2006 : 1318).

<sup>9</sup> Les deux villages sont à la fois des lieux de villégiatures de mandarins, des lieux des cultures et de formations des lettrés et des carrefours de négoce. Ainsi de riches marchands (sous les Ming et Qing) participent-ils à la construction de vastes demeures et à la rénovation globale de la morphologie des villages à travers les systèmes d'eau (lacs et canaux).

<sup>10</sup> « Les murs des résidences sont de chaque côté surmontés par des pignons en forme de tête de cheval, qui étaient à l'origine destinés à empêcher que les incendies ne se propagent à toute une rangée de maisons ; ils ont ensuite évolué vers des motifs décoratifs. Percés de hautes et étroites fenêtres, ces murs servaient aussi à décourager les voleurs. Les portes extérieures, surmontées d'avant-toits et de linteaux sculptés en brique ou en pierre, sont parfois flanquées de pierres en forme de tambours (*gushi*) et de miroirs (*jingshi*). Elles ouvrent sur des cours intérieures illuminées par des puits de lumière (*tianjing*), grâce aux ouvertures rectangulaires des toits » (Harper, *et al*, 2009 : 449).

<sup>11</sup> Les deux villages sont protégés par une série de lois et de réglementations, qui vont du niveau national au niveau local. Les deux villages sont la propriété de la République populaire de Chine. Toutefois, l'État, des collectivités et des individus se partagent la propriété des bâtiments individuels. À l'instar de la législation, la responsabilité de la supervision suit la hiérarchie administrative et implique le ministère de la Construction et l'administration nationale du Patrimoine culturel à l'échelon national, le bureau de la Construction et l'administration du Patrimoine culturel de la province de l'Anhui, les offices de l'urbanisme et de la culture de Huangshan, ainsi que l'administration du Patrimoine culturel de Huangshan, et le gouvernement populaire de

l'Unesco en collaboration avec le ministère de la Construction et l'Administration centrale du patrimoine culturel de la RPC inventorie les deux villages afin d'être classés en 2000 au patrimoine mondial de l'humanité. Les plans de protection visent à protéger les demeures, les systèmes d'eau et les reliques des deux villages (*cf.* figure 39 et tableau 52).

---

Xidi et de Jilian. Le gouvernement populaire du district de Yi n'en demeure pas moins l'instance administrative première responsable.

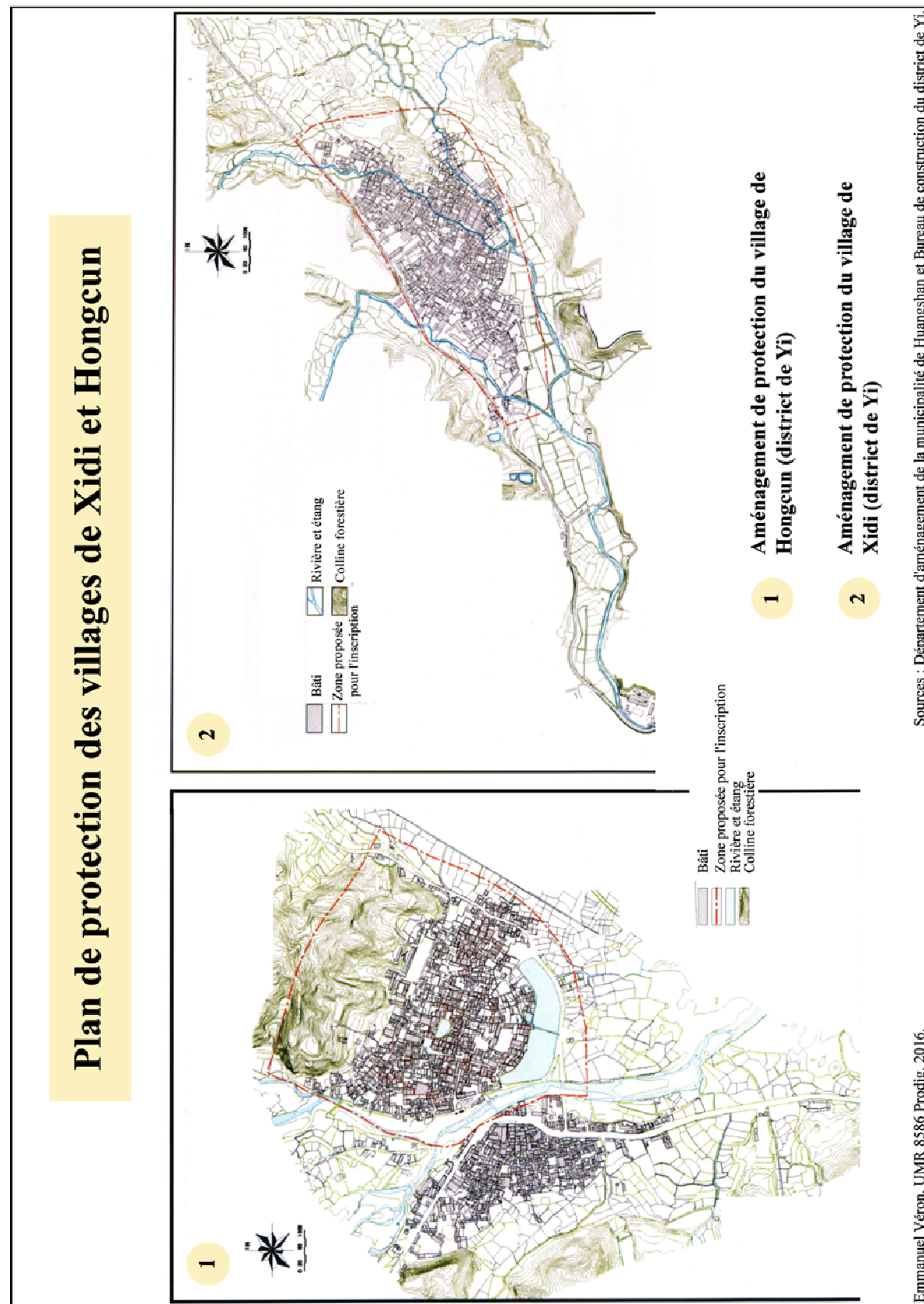


Figure 39.



	<b>Tunxi (Huangshan)</b>	<b>Village de Hongcun</b>	<b>Village de Xidi</b>	<b>Montagnes Jaunes</b>
<b>Localisation</b>	Anhui	Anhui (municipalité de Huangshan - district de Yi)	Anhui (municipalité de Huangshan - district de Yi)	Anhui (municipalité de Huangshan)
<b>Superficie protégée</b>	Environ 5 km <sup>2</sup>	19, 11 ha	12, 96 ha	154 km <sup>2</sup>
<b>Population</b>	-	Environ 1 000	Environ 1 000	-
<b>Population totale (2010)</b>	287 576	-	-	-
<b>Lieux et éléments touristiques majeurs</b>	Portique ; maisons sur deux niveaux ; vieux commerces ; protections des habitations en bois	Maison de mandarins (Ming et Qing) ; bassin et système d'eau ;	Maison de mandarins (Ming et Qing) ; halls et portique	Pic du Lotus ; pic Céleste ; mer du Nord (de nuages)
<b>Certification</b>	AAAAA	AAAAA	AAAAA	AAAAA
<b>Année classement Unesco</b>	-	2000	2000	1990

**Tableau 52 – Protection de trois types de sites dans le Huizhou.**

Sources : Bureau National des Statistics de Chine (2010) ; rapport de l'UNESCO, Ministère de la Construction et Administration centrale du patrimoine culturel de la RPC, 2000, *Ancient Villages in Southern Anhui – Xidi and Hongcun*, 59 pages.

La constitution de hauts lieux de tourisme intimement articulée à une politique de protection émanant de l'État central a permis d'identifier deux régions inscrites dans la zone d'étude de ce travail : les pays d'eau environnant le lac Tai et le Wannan. Ces deux sous-ensembles régionaux sont l'objet d'une concentration importante de sites dont la nature et la forme sont différentes. Nous avons mis en évidence des bourgs, puis un secteur de ville (quartier entourant une ancienne artère commerciale), ensuite des villages et enfin un parc naturel national. Le tourisme dans les campagnes de la région est ainsi animé par une pluralité de types touristiques, correspondant à autant de natures (ou de formes) de sites touristiques (Meng et Su, 2009). Du quartier au parc national en passant par la bourgade, les années 1980 puis 1990 vont permettre de structurer une offre touristique rurale nouvelle. Ces différentes formes vont par là-même servir la diffusion du tourisme par la multiplication des sites à la fois en termes de produit (par copie) et d'aménagement.

### **1.2 Lire la diffusion des bourgs et des villages patrimoniaux**

L'observation des pratiques touristiques d'une part et des formules des voyageurs d'autre part montrent une diversité importante des sites touristiques similaires aux quatre formes identifiées précédemment (quartier, bourg d'eau, village et parc naturel). À la fin des années 1990 et au début des années 2000, une diffusion de nouveaux sites touristiques basés sur des

critères identiques s'opèrent respectivement dans l'espace environnant le lac Tai et dans le Huizhou.

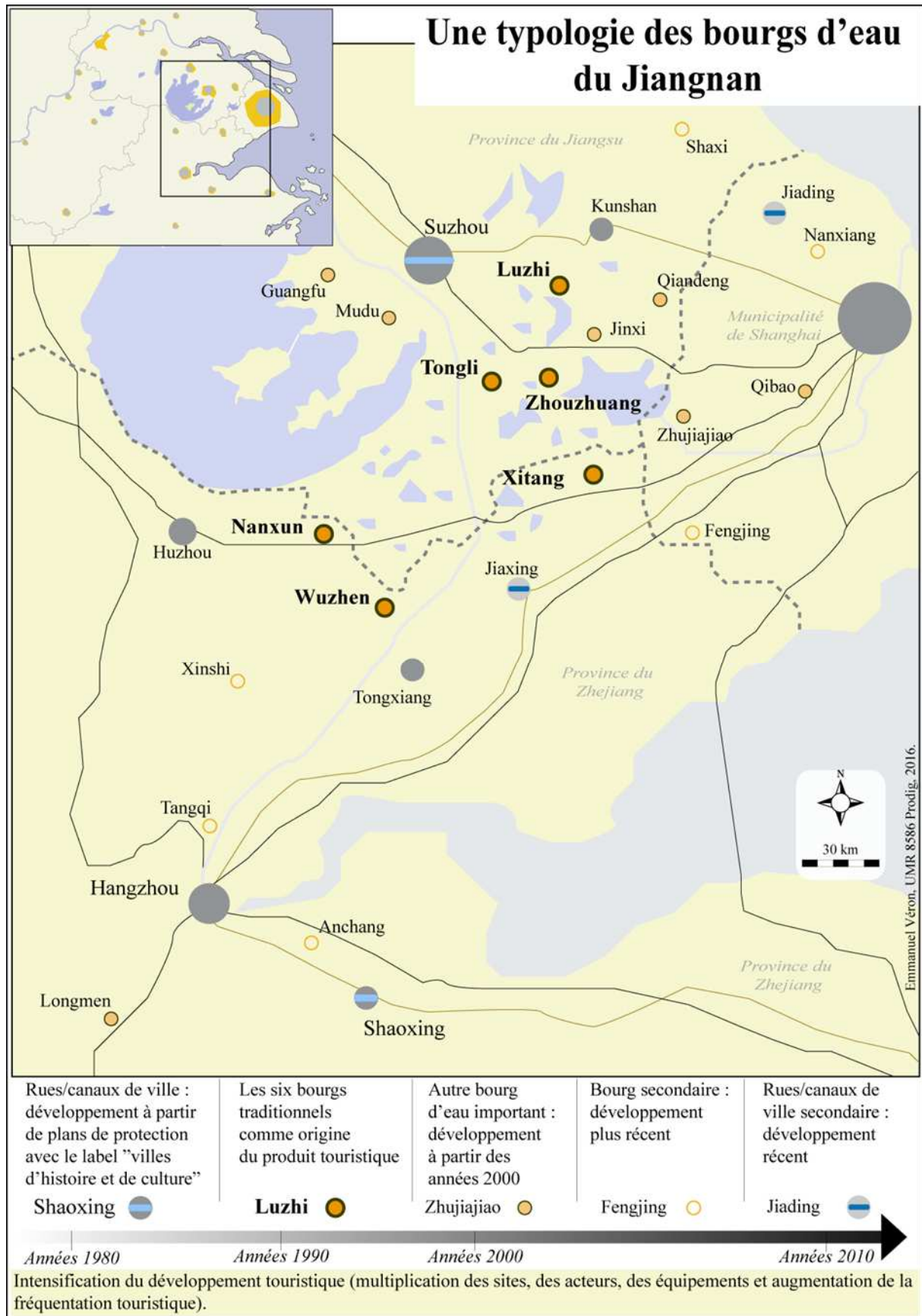
### ***1.2.1 La diffusion de bourgades d'eau dans le Jiangnan***

L'essor économique et l'importante clientèle captive dans la région produisent l'apparition de plusieurs bourgs notamment dans des territoires proches, mais dépourvus de bourg d'eau. La carte 11 montre le processus de multiplication des sites touristiques concentrés dans la région environnant le lac Tai et recoupant les provinces du Jiangsu, du Zhejiang et de Shanghai (cf. planche photographique 17).

Les villes classées par le label « villes d'histoire et de culture » ont délimité des quartiers et restauré des ruelles, rues et canaux. Ce processus de patrimonialisation initié dès 1982 a servi de modèle pour l'inventaire et la protection des bourgs d'eau. Les six bourgs d'eau dont les premiers plans de sauvegarde datent du milieu des années 1980 vont être restaurés et connaître un développement touristique dans le courant des années 1990.

Puis, la période couvrant la fin des années 1990 et le début des années 2000 voit la multiplication de bourgades concentrées dans l'espace deltaïque. La municipalité de Shanghai n'avait pas fait l'objet de choix de bourgades, de la part des autorités centrales, à la différence des provinces adjacentes. Ceci est « corrigé » par le choix du bourg de Zhujiajiao, dont les caractéristiques sont communes aux six autres bourgs. Par la suite, plusieurs autres localités seront inventoriées, restaurées et réhabilitées pour le développement du tourisme. Ces dernières se dotent progressivement de labels régionaux et nationaux. Les bourgs de Mudu, Qiandeng et Guangfu se modernisent ainsi dans la périphérie de Suzhou, tandis que Zhujiajiao et Qibao développent des secteurs touristiques dans la municipalité de Shanghai. Enfin, le bourg de Longmen au sud de Hangzhou connaît le même processus.

Enfin, les autres bourgs secondaires et les petites villes dont les canaux ont été restaurés et réhabilités constituent la dernière phase de développement touristique inspirée des six bourgs et des « villes d'histoire et de culture ».



Carte 11.

## Villages et bourgs d'eau du Jiangnan



Vues des canaux du bourg de Zhujiajiao dans la municipalité de Shanghai (respectivement juillet 2012 et février 2010).

Emmanuel Véron, UMR 8586 Prodig, 2016.



Entrée du bourg de Qibao, dans l'arrondissement péricentral de Minhang (Shanghai) en août 2012.

Vue sur le canal central du bourg de Fengjing dans l'arrondissement de Jinshan (Shanghai) en septembre 2010.



Bourg de Tongli (province du Jiangsu) en février 2011.



Bourg de Zhouzhuang (province du Jiangsu) en mars 2011.



Bourg de Nanxun (province du Zhejiang) en juillet 2011.



Village de Lüxiang, sur la presqu'île de Dongshan (Jiangsu).

### Planche photographique 17.

1.2.2 La diffusion de villages dans le Huizhou

## Villages et bourgs classés du Wannan



Vues du canal central du village de Tangmo (respectivement avril 2011 et avril 2010).



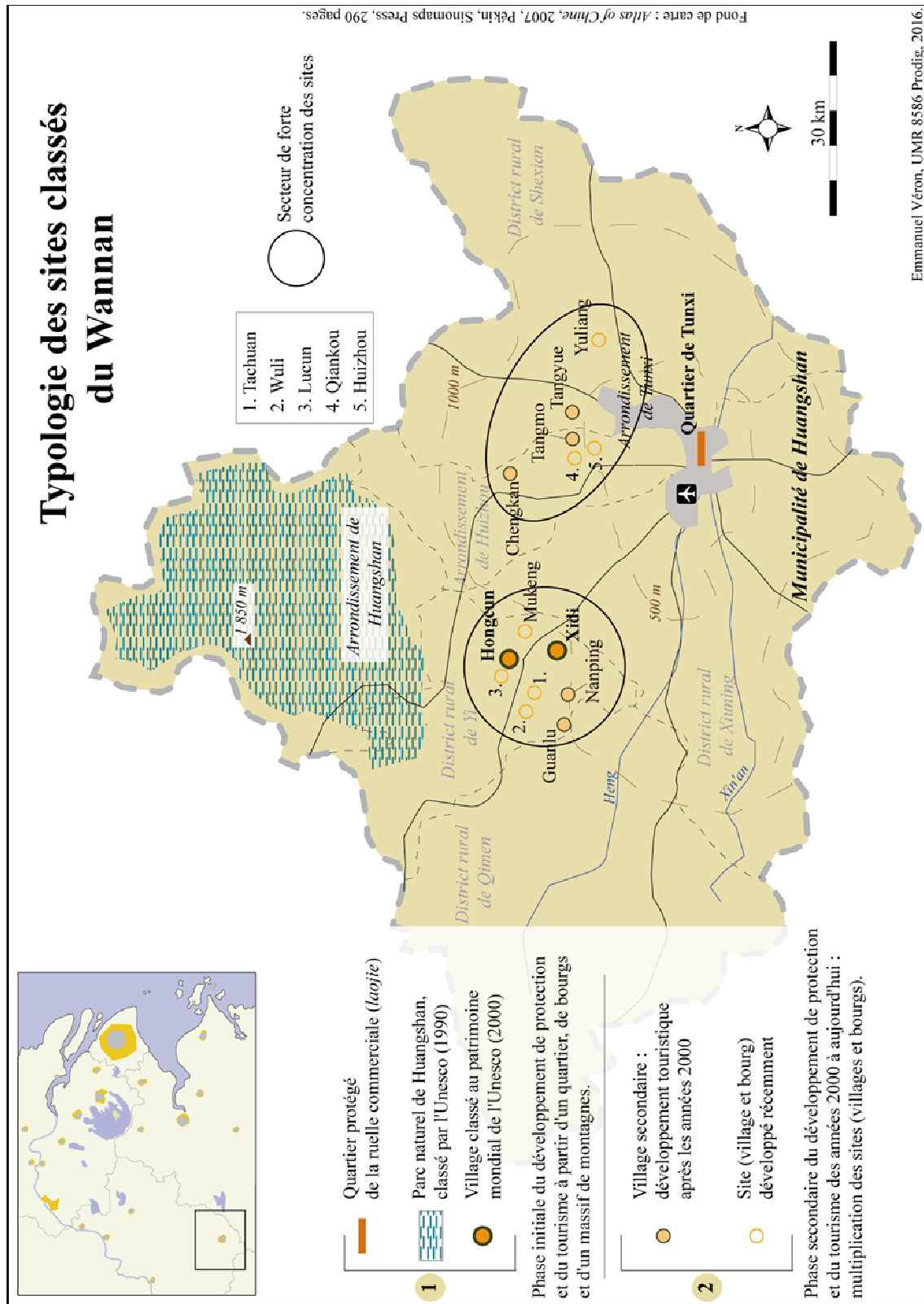
Bourg de Chengkan : pièce d'eau, pont et architecture classique de la région du Wannan. (avril 2010).

Bourg de Xidi, classé par l'Unesco. Vue sur l'entrée du bourg en fond de vallée : portique et pièce d'eau. (avril 2010).



Bourg de Hongcun, classé par l'Unesco. Vue sur le pont enjambant le lac ceinturant le village. (avril 2010).

Emmanuel Véron, UMR 8586 Prodig, 2016.



Carte 12.

La région du Wannan, en particulier le territoire municipal de Huangshan est la seconde région dont les sites classés et protégés font l'objet d'une multiplication importante. La diffusion des bourgs et des villages est concentrée dans deux zones distinctes correspondant à trois échelons administratifs. Les districts ruraux de Yi et de She d'une part, l'arrondissement de Huizhou d'autre part sont l'objet d'un développement patrimonial et touristique.

Les deux villages classés de Xidi et Hongcun ont servi de modèle au développement touristique de villages voisins (même district) et de villages plus distants (districts et arrondissements voisins). Au total, la municipalité possède 13 villages et bourgades protégés et aménagés pour le tourisme. La période couvrant le début des années 2000 à aujourd'hui voit le développement de sites nouvellement aménagés, puisant leur inspiration dans la mise en tourisme de Xidi et Hongcun. Les plans de sauvegarde et de protection<sup>12</sup>, les plans d'aménagement et la gestion de l'offre touristique sont tour à tour empruntés au développement des sites préexistants, dont la fréquentation touristique n'a jamais cessé d'augmenter<sup>13</sup>.

### ***1.2.3 Lire la diffusion des sites protégés : essai de synthèse***

Les deux régions (région du lac Tai et du Wannan) ont permis d'identifier la montée en puissance du développement touristique par la multiplication des sites de différentes échelles, mais concentrés dans des espaces proches de sites initiaux. La multiplication de la réhabilitation des sites et de leur transformation par et pour le tourisme ne se limite pas aux bourgs d'eau, aux villages classés, mais s'étend également à des formes architecturales autres. Dans ce sens, des bourgs dont la physionomie n'est plus tout à fait celle du Jiangnan (organisation en lien avec un système d'eau) mais plutôt celle de caractéristiques vernaculaires faisant l'objet d'un intérêt patrimonial sont à leur tour développés et classés. Les années 1980 et 1990 ont ouvert la voie du développement touristique par le patrimoine en sélectionnant des localités. Les années 2000 et 2010 ont permis aux autorités locales (municipalités, arrondissements, districts et bourgs) de mettre en valeur leur patrimoine. Ceci a contribué à encadrer le double processus de dilatation de la clientèle et de l'offre touristique.

---

<sup>12</sup> Le secteur de Tunxi rassemble 50 maisons protégées. L'arrondissement de Huangshan rassemble 11 villages protégés (dont une centaine de maisons) ; l'arrondissement de Huizhou rassemble 15 villages (dont 115 maisons) ; le district de Shexian, 24 villages (dont 230 maisons) ; le district de Xiuning, 18 villages (dont 180 maisons) ; le district de Yixian, 17 villages (dont 210 maisons) et le district de Qimen 16 villages (dont 180 maisons).

<sup>13</sup> Entretiens en avril 2010, mars-avril 2011 avec Wang Chaoyong (directeur du Groupe du tourisme de l'Anhui, Yao Shunlai (directeur de la société Village de Chine) ; Yao Yalan (sous-chef du comité de tourisme de l'Anhui) et Jin Zhongmin (responsable du patrimoine culturel du district de Yi).

En résulte une complexification accrue du système touristique depuis le début des années 2000.

Ces observations peuvent être schématisées afin d'appréhender l'évolution du développement des sites touristiques depuis le début des années 1980. Le schéma théorique ci-dessous (*cf.* figure 40). Le développement articulant tourisme et patrimoine semble être composé de trois phases distinctes. Les années 1980 correspondent à une première phase où les universitaires et administrations centrales initient un travail d'inventaire et de développement touristique de hauts lieux. Après 1989 et la relance des réformes en 1992, le tourisme connaît une nouvelle phase d'expansion. Les lieux classés et protégés se multiplient et s'élargissent considérablement à des types nouveaux (parcs et villages). Enfin, le tournant des années 2000 est marqué par un développement tous azimuts faisant du patrimoine un objet majeur du développement touristique, dont les hauts lieux forment l'armature nationale. Chaque collectivité territoriale se dote de lieux patrimonialisés et diversifiés (villages, bourgs, parcs).





Emmanuel Véron, UMR 8586 Prodig, 2016.

**Figure 40.**

En parallèle des politiques patrimoniales et touristiques de conservation et de valorisation des bourgs et des villages apparaissent de nombreux autres sites touristiques dépourvus de dimension historique au sens morphologique (Véron, 2010 et 2013).

L'analyse du tourisme dans les campagnes révèle que les lieux ne sont pas restreints à un mouvement de patrimonialisation, mais également à un développement tous azimuts de lieux à la marge des circuits les plus empruntés par les populations touristiques chinoises. En effet, une large diversité de types de lieux est apparue dans le courant des années 2000, de manière contemporaine à l'accroissement massif des mobilités touristiques d'une part, et de la multiplication des acteurs et des injonctions aménageuses des autorités centrales et provinciales d'autre part.

## **2. La multiplication des lieux originaux : vers une hiérarchisation des sites de tourisme à la campagne**

---

Utilisant le développement des lieux majeurs, la multiplication de lieux secondaires procède au renouvellement et à la structuration de l'offre touristique dans les campagnes périurbaines mais aussi dans les espaces ruraux.

### **2.1 La diversité des lieux : vers une typologie des lieux du tourisme dans les espaces ruraux du delta**

L'équipe MIT a développé une typologie des sites touristiques élémentaires de base (Knafou *et al.*, 1997 ; et MIT, 2011) différemment des typologies synthétisant la diversité des lieux selon le milieu géographique (campagne, montagne, littoral). L'équipe propose quatre types de lieux permettant une modélisation du devenir de ces mêmes lieux. Nous complétons cette hiérarchisation par différentes catégories prenant en compte la nature des lieux (bourgs, villages, parc) (Véron, 2010). « Ayant des qualités localisées et localisantes, le lieu est le résultat provisoire, car toujours en développement, d'une transformation d'un endroit en lieu (Stock, 2008, cité dans MIT, 2011 : 248).

La catégorisation s'opère en fonction de la présence ou non de capacités d'accueil, présence ou absence de populations locales et enfin de fonctions urbaines.

	Présence ou absence de capacité d'accueil	Présence ou absence de population locale	Fonctions urbaines diversifiées
<b>Site touristique</b>	-	-	-
<b>Comptoir touristique</b>	+	-	-
<b>Station touristique</b>	+	+	-
<b>Ville touristique</b>	+	+	+

**Tableau 53 – La distinction des différents types de lieux touristiques**

D'après, Knafou Rémy et Stock Mathis, 2003, « Tourisme », p. 933 dans Lévy Jacques, Lussault Michel, *Dictionnaire de la géographie et de l'espace des sociétés*, Paris, Belin, 1034 pages.

Une telle typologie peut permettre d'analyser la nature et les fonctions des 55 lieux touristiques de l'enquête. La répartition des lieux entre les sites, les comptoirs, les stations et les villes est hétérogène selon les provinces de la zone d'étude. La fonction d'accueil et la présence de population locale sont deux critères discriminants (*cf.* tableau 53). Chaque province connaît les différents types de lieux.

La municipalité de Shanghai possède une majorité de lieux dont la nature serait celle du comptoir touristique (17 lieux). Puis, les stations touristiques forment le deuxième ensemble. Enfin, les villes touristiques correspondent aux bourgades d'eau (Qibao et Zhujiajiao).

La province du Jiangsu connaît une situation différente. Il y a une certaine homogénéité entre les sites, les stations et les villes touristiques (respectivement 3, 3 et 4 lieux). Seul un lieu s'apparente au comptoir touristique (Tianmuhu).

La province du Zhejiang possède davantage de stations touristiques (4) et un même nombre de sites et de villes touristiques. Enfin, à l'instar du Jiangsu, l'enquête montre un seul comptoir touristique (Qiandaohu).

Enfin, la situation de la province de l'Anhui est singulière. Cette dernière compte seulement un site (Tangyue) et un comptoir touristique (Huangshan). Les autres lieux s'apparentent à des stations touristiques. Ils correspondent aux villages classés où les populations locales et les touristes cohabitent.

Les situations des provinces du Jiangsu et du Zhejiang sont proches. En revanche, la situation de Shanghai est articulée par la diversité de lieux ayant une capacité d'accueil, mais déconnectée des populations locales. Ceci est illustré par la surreprésentation des comptoirs et de sites touristiques.

Les lieux par province	Site touristique	Comptoir touristique	Station touristique	Ville touristique	Bourg	Village	Parc agro.	Parc nat.
<b>Shanghai</b>								
1. Dongtan	x							x
2. Jiaodong		x				x		
3. Qianwei			x			x		
4. Sanmin		x				x		
5. Waipo		x				x		
6. Dongping		x						x
7. Mingzhuhu	x							x
8. Xishashidi	x							x
9. Xilai		x				x		
10. Huating		x				x		
11. Weiqijia	x						x	
12. Maoqiao		x				x		
13. Nanxiang				x	x			
14. Sunqiao	x						x	
15. Zhoupu		x					x	
16. Xihe		x				x		
17. Haiwan		x						x
18. Shenyua		x					x	
19. Qibao				x	x			
20. Sanyuan		x					x	
21. Zhonghua		x				x		
22. Wushe		x					x	
23. Sheshan		x					x	
24. Renran Heyi	x						x	
25. Bai'e		x				x		
26. Zhujiajiao				x	x			
27. Fengjing					x			
28. Nongminghua	x						x	
<b>Jiangsu</b>								
29. Tongli				x	x			
30. Zhouzhuang				x	x			
31. Jiangxiang			x			x		
32. Mudu				x	x			
33. Wangshan			x			x		
34. Lili				x	x			
35. Luxiang			x			x		
36. Shigong	x						x	
37. Piaomiao	x							x
38. Qiansheng	x						x	
39. Tianmuhu		x						x
<b>Zhejiang</b>								
40. Wuzhen				x	x			
41. Nanxun				x	x			
42. Shuikou			x			x		
43. Xixishidi	x							x
44. Longjing			x			x		
45. Anji Zhuxiang			x			x		
46. Jingxing	x							x
47. Tengtou			x			x		
48. Qiandaohu		x						x
<b>Anhui</b>								
49. Nanping			x			x		
50. Xidi			x			x		
51. Hongcun			x			x		
52. Chengkan			x			x		
53. Tangmo			x			x		
54. Tangyue	x						x	
55. Huangshan		x						x

Tableau 54 – La distinction des différents lieux touristiques de l'enquête.

Enfin, cette catégorisation permet de saisir le niveau d'urbanisation des provinces et des lieux touristiques. Ce dernier est moins important à mesure de l'éloignement de la métropole shanghaienne. En effet, les villes touristiques auxquels les bourgs s'apparentent sont localisées dans la région métropolitaine de Shanghai-Suzhou-Hangzhou.

Cette catégorisation selon quatre types de lieux doit se compléter par une hiérarchisation des lieux en fonction de la nature administrative et touristique (*cf.* tableau 55). Nous distinguons quatre catégories propres à la diversité des lieux du tourisme dans les campagnes : les bourgs, les villages, les parcs agrotouristiques et les parcs naturels.

Cette typologie doit être affinée par la caractérisation de chaque lieu dont le tourisme a transformé (ou subverti) ou a créé ce dernier (MIT 2005, 2008 et 2011). Le tourisme agit ainsi de façon duale selon les lieux et les espaces. Les lieux créés par le tourisme concernent prioritairement « les stations, les comptoirs et les sites, tandis que les lieux transformés par le tourisme concernent les villes et villages » (MIT 2011 : 251). Le tableau 55 donne la répartition des lieux par province entre création et mutations par le développement touristique.

	Lieux transformés par le tourisme	Lieux créés par le tourisme
<b>Shanghai</b>	Qianwei ; Waipo ; Xilai ; Huating ; Maoqiao ; Nanxiang ; Xihe ; Qibao ; Bai'e ; Zhujiajiao ; Fengjing	Dongtan ; Jiaodong ; Sanmin ; Dongping ; Mingzhuhu ; Xishashidi ; Weiqijia ; Sunqiao ; Zhoupu ; Haiwan ; Shenya ; Sanyuan ; Zhonghua ; Wushe ; Sheshan ; Renran Heyi ; Nongminhua
<b>Jiangsu</b>	Tongli ; Zhouzhuang ; Mudu ; Lili ; Luxiang ; Wangshan	Jiangxiang ; Shigong ; Piaomiao ; Qiansheng ; Tianmuhu
<b>Zhejiang</b>	Wuzhen ; Nanxun ; Shuikou ; Longjing ; Anji ; Potan	Xixishidi ; Jingxing ; Tengtou ; Qiandaohu
<b>Anhui</b>	Nanping ; Xidi ; Hongcun ; Tangmo ; Chengkan ; Tangyue	Huangshan

**Tableau 55 – La distinction des différents lieux selon leur relation avec le tourisme.**

La municipalité de Shanghai possède un nombre de lieux créés supérieur au nombre de lieux transformés. Les provinces du Jiangsu et du Zhejiang possèdent sensiblement un même nombre de lieux transformés et créés par le tourisme. Enfin, l'Anhui connaît une situation inversée à celle de Shanghai, le nombre de lieux transformés est nettement supérieur au nombre de lieux créés.

Le lien entre urbanisation et développement touristique semble articuler la trajectoire des lieux et leur nature entre création et subversion. Ces typologies doivent être approfondies afin de comprendre les processus de modernisation et de développement local par et pour le tourisme.

## **2.2 Une typologie des lieux du tourisme dans les campagnes du delta du Yangzi**

L'observation et l'analyse de la multiplication des lieux (majeurs et secondaires) permettent de dégager une typologie par nature des sites et une hiérarchisation fine des lieux. Le tourisme est un outil de développement participant aux mutations spatiales et économiques des lieux. Le processus touristique s'articule à plusieurs échelles et à travers plusieurs formes. Nous exposons ci-après la modernisation des lieux et les dynamiques spatiales liées au développement du tourisme dans les quatre formes identifiées : bourg, village, parc agrotouristique et parc naturel<sup>14</sup>. Chaque type est le produit d'une requalification spatiale, sociale et fonctionnelle. Le tourisme est devenu en deux décennies un outil d'aménagement du territoire multiscalair, que les autorités centrales mais aussi locales (de la province au district) utilisent pour leur modernisation. Enfin, nous cartographions la distribution des sites selon les types de lieux.

### ***2.2.1 Les mutations spatiales des bourgs : de la station à la ville touristique***

Les bourgs sont marqués par l'association du triple mouvement de restauration, réhabilitation et rénovation (Devisme et Lussault, 2003). Qu'ils soient organisés en relation forte avec l'eau ou en fond de vallée, les bourgs sont devenus l'objet d'un souci patrimonial. Chaque province, chaque municipalité investit dans des actions de restauration voire de rénovation afin de reconstituer à l'identique la morphologie vernaculaire des lieux.

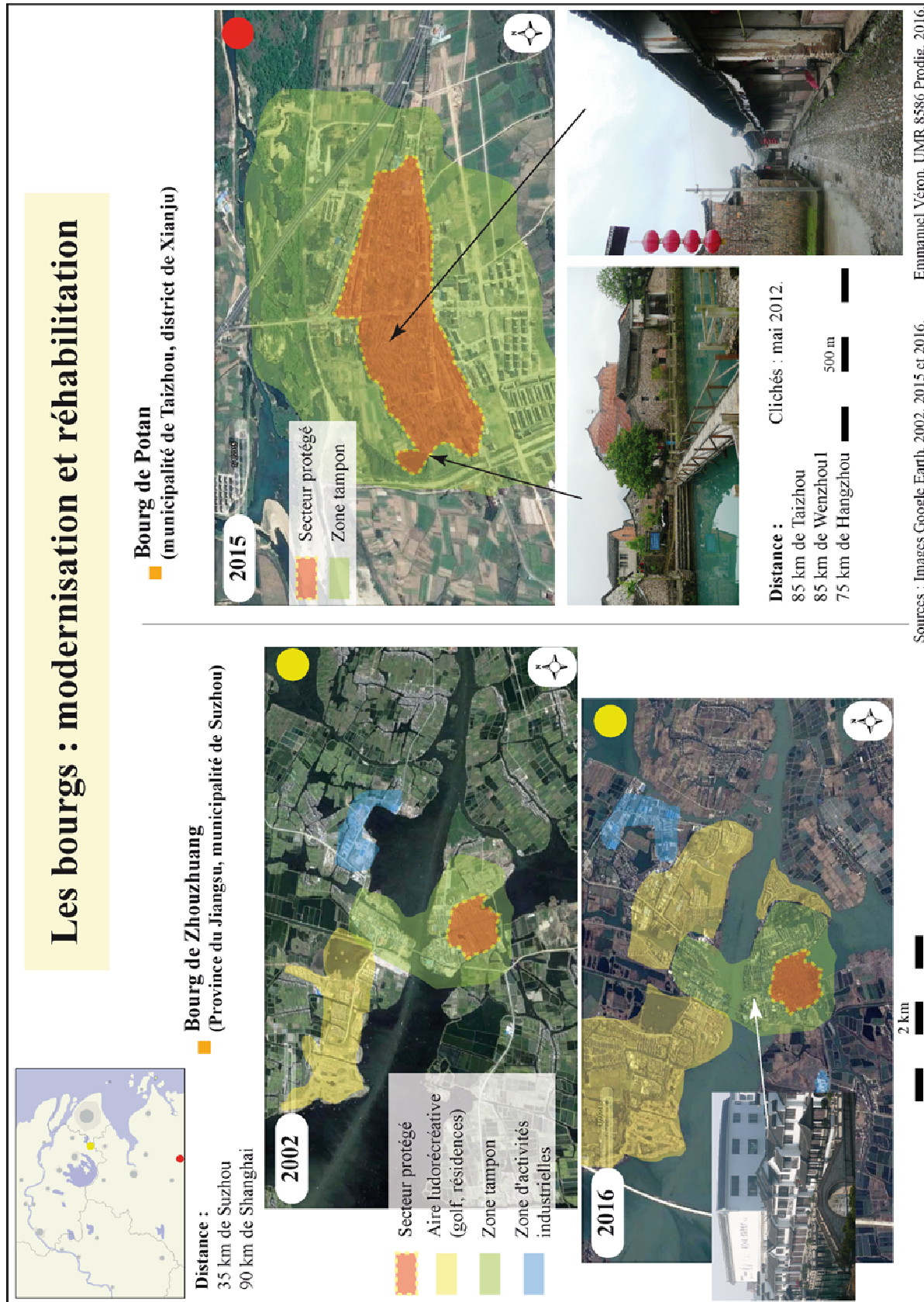
La capacité d'accueil est supérieure ou égale au volume de la population locale (MIT, 2000 : 3). Aussi, le solde migratoire positif témoigne de dynamiques démographiques propres aux bourgs. En effet, les bourgs d'eau dont le développement touristique depuis trois décennies ont une trajectoire les faisant évoluer du statut de station au statut de ville touristifiée.

Cette pratique de l'aménagement du territoire est initiée par la délimitation d'un secteur à protéger, basé sur la conservation d'une série de bâtiments. Ce secteur est doté d'un

---

<sup>14</sup> Nous utilisons les assemblages d'images aériennes et satellitaires de *Google Earth*. Lorsque les images existent et que leur qualité le permette, nous juxtaposons une diachronie du lieu pour attester des mutations et dynamiques spatiales.

cadre juridique nouveau soumettant les investisseurs et promoteurs à des contraintes pour la construction ou le développement d'activités diverses. Les commerces, hôtels, restaurants sont soumis à un contrôle des activités et une autorisation du ministère du Commerce en lien avec la localité, le bureau de tourisme et le gouvernement de cette même localité. Aussi, l'attribution d'une zone tampon permet au lieu de maintenir son authenticité, et limite strictement les constructions et aménagements à une morphologie similaire au site protégé et conservé. Ce processus a contribué à maintenir des populations locales sur place et à ne pas vider les lieux et les substituant par des populations touristiques.



**Figure 41.** (NB. Les pastilles rouges et jaunes indiquent la localisation dans la région).



Les bourgs sont ainsi des lieux transformés par le tourisme. Les changements structurels en termes d'emploi, de fonctionnalité et d'aménagement (ou d'urbanisme) peuvent être tels que les lieux évoluent d'un statut de station (maintien des populations locales, capacité d'hébergement) à une ville touristique dotée de fonction urbaine diversifiée<sup>15</sup>.

Les dynamiques spatiales du bourg d'eau de Zhouzhuang attestent des mutations possibles d'un lieu. En effet, le secteur préservé est maintenu en l'état, mais sa périphérie est l'objet d'intenses aménagements articulés à la fonction touristique du lieu. D'abord, l'aire ludo-touristique constituée d'un terrain de golf, de promotions immobilières importantes (à la fois dans le secteur tampon, mais aussi en dehors de ce dernier), d'hôtels et de restaurants. Le lieu connaît ainsi une croissance démographique importante accompagnant les mutations des systèmes productifs locaux. Les zones industrielles sont elles aussi en mutation. Elles sont déplacées plus au nord et plus étendues<sup>16</sup>. En cela, les bourgades d'eau traduisent parfaitement le passage de la station touristique à la ville touristique, du fait de fonctions urbaines diversifiées.

Inscrit dans une temporalité plus ramassée, l'exemple du bourg de Potan ne connaît pas l'ampleur de telles mutations spatiales et économiques. Son développement touristique récent (milieu des années 2000), ainsi que son éloignement relatif de populations touristiques captives lui confère un stade peu avancé. Le statut de petite station touristique inscrit le lieu dans un nouvel espace de l'offre touristique. Les autorités locales (district de Xianju)<sup>17</sup> et provinciales (Zhejiang) ont investi dans la restauration et le développement touristique de ce lieu. Le bourg de Potan ne possède encore que peu de capacités d'accueil. Pour autant, des projets de développement hôteliers, notamment à travers le développement de gîte et d'hôtels, permettront de renforcer la fonction d'hébergement.

### **2.2.2 Les mutations spatiales villageoises : pluralités des formes de développement**

L'insertion du tourisme à l'échelle du village est protéiforme. En effet, nous identifions trois formes distinctes de développement touristique.

---

<sup>15</sup> Entretien en juin 2011 avec Yue Wanbing, responsable de l'unité d'aménagement et de construction au bureau de planification de la municipalité de Suzhou.

<sup>16</sup> Le gouvernement populaire du bourg de Zhouzhuang (*Zhouzhuang renmin zhengfu*) donne les chiffres de plus de 82 % du PIB serait issu du tourisme. Ce dernier s'élevait en 2010 à 2,18 milliards de yuans. <http://www.ks-zhouzhuang.gov.cn>

<sup>17</sup> Selon les chiffres avancés par le gouvernement du district de Xianju, le tourisme représente environ 9 % du PIB du district et a accueilli 1,5 million de touristes en 2015. <http://www.zjxj.gov.cn/InfoPub/ArticleView.aspx?ID=58215>

Il y a des villages dominés par l'activité touristique proposant la double fonction de restauration et d'hébergement à travers le développement des gîtes gérés par le gouvernement local en coordination avec les sociétés locales (comités de villageois).

Puis, les villages faisant l'objet d'un aménagement directement issu du gouvernement central en lien avec les autorités provinciales. Ces villages modèles sont inscrits dans le programme de développement des nouvelles campagnes datant du XI<sup>ème</sup> Plan quinquennal. Les projets d'aménagement intègrent une dimension touristique en complément de la modernisation globale du lieu.

Enfin, les villages restaurés et réhabilités (*gu cunluo*) coexistent avec les deux formes précédentes et complexifient le système touristique dans les campagnes. Ces villages classés prennent appui sur les transformations et les labellisations opérées dans les années 1990.

Cette typologie de villages muséifiés témoigne du double processus de mutation spatiale des lieux. D'une part, les villages sont subvertis par le tourisme, lorsqu'ils sont restaurés et réhabilités (villages classés et anciens) ou que le tourisme se développe sous l'action des autorités et des communautés locales (les villages de gîtes). D'autre part, les villages peuvent être créés par le tourisme. Dans ce cas, l'action des autorités centrales et provinciales est décisive. C'est le cas de villages modèles, où le tourisme est une des dimensions de l'aménagement et de modernisation du lieu. Les villages correspondent à des stations touristiques ayant une capacité d'accueil et dotées de populations locales. L'ensemble de ces formes villageoises ont une capacité d'accueil supérieure ou égale au volume de population locale. Cependant, à la différence des bourgs, le solde migratoire est stable, n'attirant pas de population nouvelle au sein du village.

La figure 42 propose une illustration de ces trois formes. D'abord, le village de Qianwei<sup>18</sup>, sur l'île de Chongming, dans la municipalité de Shanghai fut initié par le développement de communautés locales au début des années 1990. Un secteur villageois a été délimité afin d'accueillir les visiteurs pour l'hébergement et la restauration. Puis, une zone ludo-récréative (secteur touristique : étangs, jeux, animaux, démonstrations horticoles et agricoles) est créée afin de compléter l'offre touristique du lieu. La figure 60 montre l'extension du périmètre touristique et fonctionnelle du village de Qianwei. En effet, le secteur touristique est associé à la découverte des parcelles agricoles (« bio » et autres), ainsi qu'un verdissement de l'ensemble du finage villageois. Enfin, l'image satellite de 2014 montre le développement de sites touristiques récents à proximité de Qianwei. Il s'agit du

---

<sup>18</sup> Le Bureau de tourisme de Shanghai donne le chiffre de 480 000 visiteurs en 2015.  
[http://lyw.sh.gov.cn/lyj\\_website/html/defaultsite/lyj\\_ywzx\\_qxd/2016-06-12/Detail\\_135417.htm](http://lyw.sh.gov.cn/lyj_website/html/defaultsite/lyj_ywzx_qxd/2016-06-12/Detail_135417.htm)

hameau réhabilité/reconstitué de Sanmin et d'une zone d'hébergement haut de gamme (gîtes). Ces deux derniers sites sont articulés au village de Qianwei mais administrativement indépendants.

Le village de Jiangxiang dans la municipalité de Changshu (Jiangsu)<sup>19</sup> est un village modèle issu des politiques publiques d'aménagement du territoire depuis 2006 de modernisation du monde rural<sup>20</sup>. Il rassemble 186 foyers, comptant au total 832 personnes. Le secteur touristique est intégré au schéma directeur du village qui est entièrement rénové en 2006. Les parcs, les étangs, les musées et les activités récréatives jouxtent les parcs de relogement de populations rurales retraitées pour l'essentiel. Aussi, la diachronie témoigne du développement industriel léger dans la périphérie du village modèle. Le village a reçu plusieurs distinctions et prix lui donnant une certaine visibilité.

---

<sup>19</sup> Un second village des politiques publiques des « nouvelles campagnes socialistes » est développé dans la province du Zhejiang. Il s'agit du village de Tengtou dans la municipalité de Fenghua.

<sup>20</sup> Le village aurait reçu environ 500 000 visiteurs en 2015. <http://www.jiangxiangcun.cn/zhengwu/index.php>

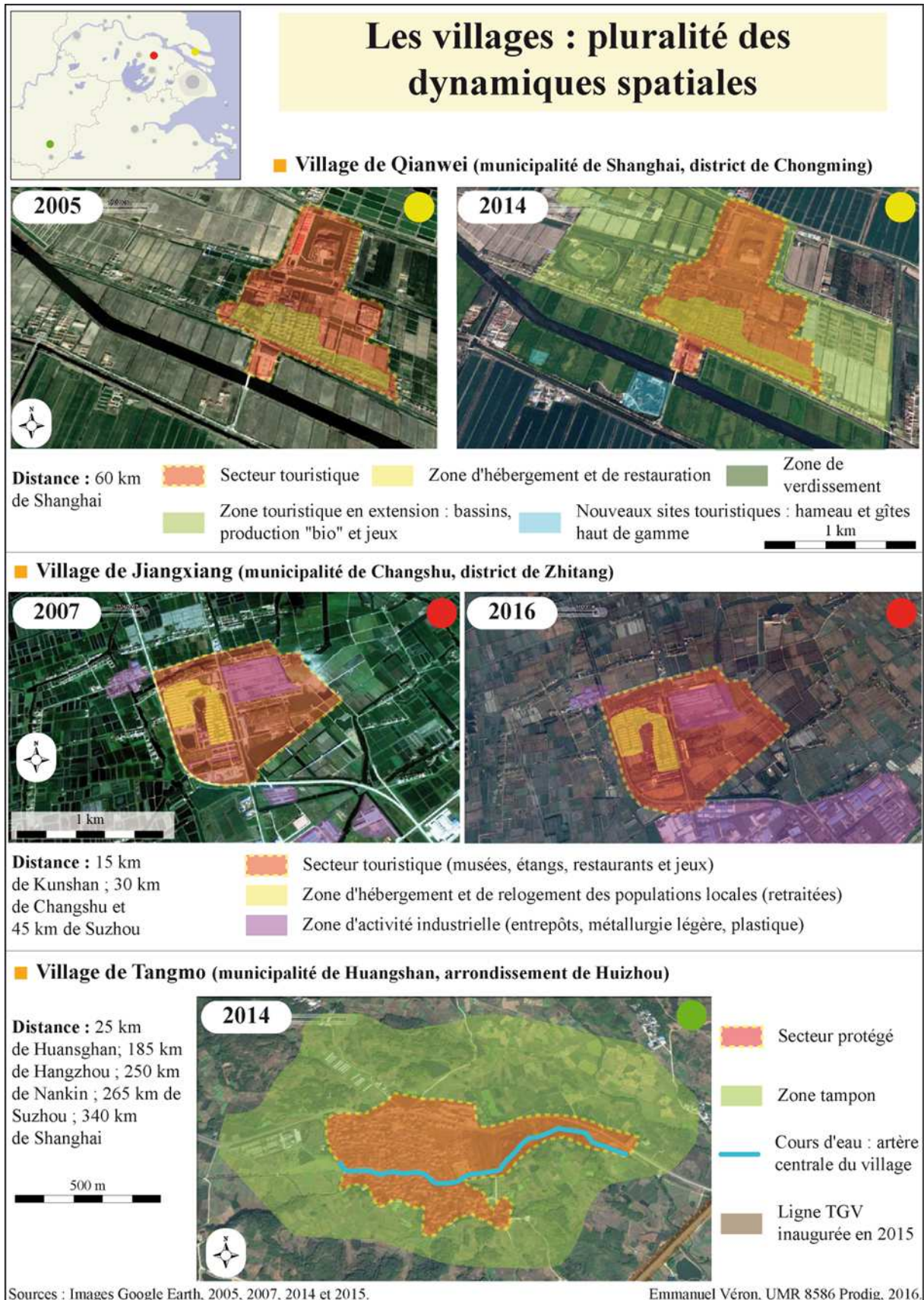


Figure 42.

Enfin, la figure 42 est illustrée par le village restauré et classé de Tangmo dans l'arrondissement de Huizhou (municipalité de Huangshan). Les dynamiques spatiales de ce village sont articulées par les programmes de protection et de préservation à l'instar des villages classés (Xidi et Hongcun) par l'Unesco et les autorités chinoises (Ryan et Gu, 2009). Un secteur de protection se double d'un dispositif spatial plus large faisant « tampon », afin d'éviter toute implantation « dénaturant » le paysage et la morphologie du village<sup>21</sup>. Cet exemple est à rapprocher des processus de patrimonialisation et de conservation des bourgs. Le tourisme est dans ce cas un facteur majeur de développement et de mise en valeur du lieu. L'objet touristique est bien le caractère vernaculaire et non l'adjonction de fonctions ludo-récréatives (parcs, jeux et production agricole de démonstration).

### **2.2.3 Les parcs agrotouristiques : création de lieux pour des démonstrations**

Le développement du tourisme dans les espaces ruraux connaît une diffusion complexifiée à travers l'aménagement de parcs agrotouristiques. Cette troisième et avant-dernière forme de lieu est largement dominée par la création et la transformation globale en termes d'aménagement plutôt que la transformation. À l'instar des villages, les parcs agrotouristiques sont protéiformes. Il existe deux types de parcs touristiques à dimension agricole et rurale. Enfin, ces sites touristiques peuvent accueillir des festivals floraux afin de diversifier leurs produits touristiques. Les parcs correspondent à la fois à des sites et à des comptoirs touristiques, marqués par l'absence de populations locales associées au lieu. En revanche la capacité d'accueil de certains lieux permet de les classer dans la catégorie des comptoirs. La capacité d'accueil est systématique.

Nous distinguons les villages reconstitués essentiellement en situation périurbaine proposant des activités de cueillettes, de restauration et d'hébergement. Ces sites font l'objet d'aménagements spécifiques initiés par les autorités locales en lien avec des entreprises privées (paysagistes, architectes, hébergements et restaurations).

Puis, le tourisme peut s'insérer dans le développement agricole à l'échelle des localités comme les arrondissements ou les districts ruraux<sup>22</sup>. Cette forme correspond à des fonctions touristiques et ludo-récréatives proposées dans des parcs agricoles. Ces derniers sont issus des politiques de développement rural et agricole (appelés « parc agricole moderne » - *xiandai nongye yuan qu* ou « parc agricole et technologique moderne » - *xiandai nongye keji yuan qu*)

---

<sup>21</sup> Entretiens en avril 2010, mars-avril 2011 avec Wang Chaoyong (directeur du Groupe du tourisme de l'Anhui, Yao Shunlai (directeur de la société Village de Chine) ; Yao Yalan (sous-chef du comité de tourisme de l'Anhui) ; et Jin Zhongmin (responsable du patrimoine culturel du district de Yi).

<sup>22</sup> Entretien en juin 2011 avec Fan Yu, architecte-urbaniste au Bureau de planification de la municipalité de Shanghai.

à l'échelle des municipalités, en particulier dans le territoire de Shanghai<sup>23</sup>. Les schémas directeurs des parcs en coopération avec des entrepreneurs privés réservent un espace d'accueil touristique pouvant faire l'objet de reconstitution de hameaux associés à des hôtels, restaurants, espaces de cueillette et de loisirs divers<sup>24</sup>.

---

<sup>23</sup> La préfecture de Taicang (province du Jiangsu) possède également un parc agricole de ce type.

<sup>24</sup> Entretien en septembre 2010 avec Shen Liangming, secrétaire général du PCC au bourg de Zhoupu à Pudong (Shanghai).

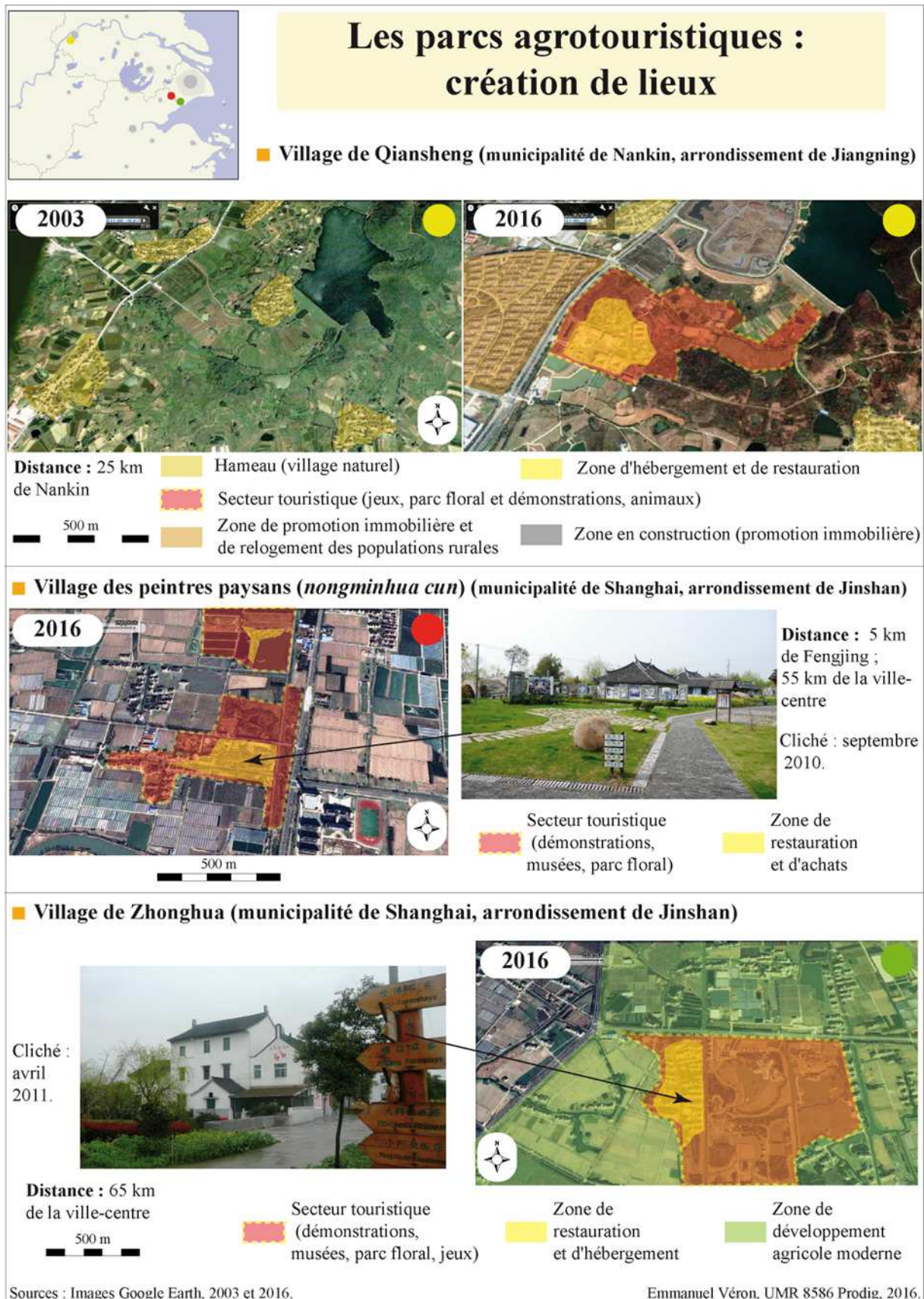


Figure 43.

La figure 43 illustre ce type troisième type de lieux à travers trois exemples distincts. Les deux premiers correspondent à des parcs agro-touristiques constitués entre les années 2005 et 2006. Ces deux lieux sont contemporains de l'année (2006) du « tourisme rural » en Chine. Ces deux lieux sont l'objet d'aménagement dont les investissements proviennent des arrondissements (Jiangning à Nankin, pour le site de Qiansheng, et Jinshan à Shanghai, pour le village « des peintres paysans chinois ») et des municipalités (Nankin et Shanghai).

Le site de Qiansheng est l'objet d'un remembrement, de destruction et de relogement de populations paysannes locales. Des infrastructures de loisirs et d'hébergement/restauration sont construites en 2006 jouxtant une nouvelle route et les promotions immobilières de relogement des populations paysannes<sup>25</sup>. Le site est créé *ex nihilo* à l'instar du village des peintres paysans. Ce village dans l'arrondissement de Jinshan connaît une situation similaire. Un hameau est construit dans un parc délimité associant loisirs, démonstrations et espaces d'achats. Ce périmètre est adjacent à un village préexistant proposant des chambres à louer et des restaurants. Les paysans de ce village trouvent un emploi dans l'entretien et l'animation du hameau reconstitué. Enfin, un secteur nouveau dans le nord du village est aménagé à partir des années 2009-2010. Ces derniers aménagements (restaurants, gîtes et parcs) donnent une extension du périmètre de loisirs datant des années 2005-2006.

Enfin, le village de Zhonghua dans le parc d'agriculture moderne du bourg de Langxia (arrondissement de Jinshan à Shanghai) est un exemple de secteur mis en tourisme à l'intérieur d'un projet plus large de modernisation et de remembrement du territoire agricole d'un bourg<sup>26</sup>. Ce site est composé par un hameau reconstitué (dans un style architectural régional)<sup>27</sup> et géré par l'entreprise privée et voyageuse Jinjiang. Ce parc date du début des années 2000, mais son développement est plus récent (2006). En effet, la construction du hameau, du parc de loisirs, de l'aménagement d'un canal et de la construction d'un vaste restaurant sous verrière est l'objet d'investissements privés et publics (locaux et municipaux)<sup>28</sup>. Ce site touristique permet ici de faire la promotion des politiques de

---

<sup>25</sup> Le site a été choisi conjointement entre la municipalité de Nankin et la CNTA en 2006. Le site a accueilli 80 000 personnes et a produit une recette de 107 millions de yuans en 2007, selon les sources du gouvernement de Jiangning. <http://www.jiangning.gov.cn/html/2107.html>

<sup>26</sup> Selon le gouvernement local, le site a reçu environ 50 000 personnes en 2015. <http://cpc.people.com.cn/n/2015/0208/c87228-26526171.html>

<sup>27</sup> Le bâti est généralement bas (deux niveaux maximum). Les toitures sont en tuiles noires et les murs sont blancs. L'utilisation du bois pour les charpentes, de briques pour les murs, permettent de structurer les corps de fermes.

<sup>28</sup> Les autorités locales ont construit le village des peintres. Le gouvernement local loge les peintres paysans et alloue 1 000 yuans par mois d'allocations. Le village dépend administrativement du bourg de Fengjing. Ce dernier a enregistré environ 1 million de touristes en 2010.



modernisation rurale initiées à l'échelle locale d'une part et de promouvoir une certaine multifonctionnalité des territoires d'autre part.

#### 2.2.4 Les zones naturelles (ou parcs naturels) : mise en valeur paysagère et préservation

Le quatrième et dernier type correspond à des zones dites « naturelles » dont la taille et la nature des milieux sont variables. Des zones humides, des espaces de montagnes, des parcs forestiers sont autant d'exemples de cette typologie.

Ce type de lieu est donc l'objet d'une transformation par l'économie touristique plutôt que de création. Néanmoins, l'exemple de parc forestier constitué ces 30 dernières années vient ici nuancer la notion de transformation des lieux par le tourisme. L'exemple du parc forestier de Dongping sur l'île de Chongming est un bon exemple de création d'espace naturel pour le tourisme et mise en application de nouveaux besoins des citoyens. Pour autant, ces sites aménagés par l'homme sont moins densément peuplés et dotés d'infrastructures que les types analysés précédemment. Les zones naturelles correspondent dans la plupart des cas à des sites touristiques. Si les lieux proposent des capacités d'hébergement, ils entrent alors dans la catégorie des comptoirs. La capacité d'accueil est occasionnelle. Dans ce cas, la population touristique est nettement supérieure au volume de population locale.

Ces sites touristiques et de nature sont indistinctement situés dans des espaces périurbains (à l'instar des exemples exposés dans la figure 44) et dans des espaces ruraux éloignés des villes ou profonds (exemple du parc des montagnes Jaunes, des montagnes Jiuhua, Mogao ou Tianmu). L'objectif d'aménagement de sites réside dans la préservation, la conservation et la promotion de sites naturels à travers l'ensemble du territoire (*guojiaji ziran baohuqu*)<sup>29</sup>. Paradoxalement à la protection et à la mise en réserve, ces parcs sont affectés par des dégradations notamment dues aux aménagements et à l'anthropisation de ces sites (Giroir, 2007).

L'exemple des zones humides de Xixi<sup>30</sup> dans l'espace périurbain de la ville de Hangzhou témoigne d'un aménagement et d'une adaptation d'un espace rural dominé par des bassins et canaux articulés à une structure agraire propre à cet espace. Le site de 1 150 ha est inscrit à la liste des parcs nationaux de Chine. Le parc naturel de Xixi est ouvert au tourisme au milieu des années 2000. La lecture diachronique témoigne de la préservation des milieux naturels accompagnés par un remembrement relatif des canaux et étangs, et d'un verdissement

---

<sup>29</sup> Entretiens en mars, avril et mai 2012 avec Yu Yu, responsable du bureau de qualité et de la technologie de la municipalité de Huzhou ; Zhu Jianqing, directeur général du Bureau de tourisme du district de Changxing ; et Li Jianming, responsable du Bureau de gestion forestière du district de Changxing.

<sup>30</sup> Le bureau de tourisme de Hangzhou avance le chiffre de 4, 2 millions de visiteurs en 2012.

de l'ensemble du périmètre protégé. Aussi, le front d'urbanisation en 2016 englobe totalement la zone naturelle et touristique. L'aménagement municipal de Hangzhou intègre donc pleinement zone naturelle et urbanisation.

Le second exemple illustré sur la figure 44 correspond à la réserve ornithologique de Dongtan<sup>31</sup> à l'extrême est de l'île de Chongming. La zone protégée est intégrée au schéma directeur de la municipalité de Shanghai (1999-2020) (Henriot, 2013). Un changement d'échelle permet d'analyser la multifonctionnalité de l'espace en réserve. Seule une petite zone est réservée au tourisme. Cette dernière est inscrite dans un espace plus large de réserve.

Des espaces agricoles « bio » et autres ainsi que des promotions immobilières (au sud) associées à des zones ludo-touristiques (golf) complètent l'ensemble. La zone protégée (classée Ramsar) est normalement inaccessible aux touristes. Cette zone humide et réserve dite écologique correspond à un plan de mise en valeur paysagère, de réserve, mais également à la construction d'une vaste écoville shanghaienne devant faire modèle pour la Chine (Huang, 2008). Les projets initiaux de développement d'une écoville furent soutenus par la municipalité de Shanghai et une entreprise d'investissement dans les infrastructures (*Shanghai shiye jituan youxian gongsi*). Ces derniers font appel à des sociétés occidentales pour les réalisations architecturales et urbanistiques (notamment l'entreprise anglaise d'Arup).

Le projet d'écoville de Dongtan est abandonné en 2009 suite à la mise en cause de responsables municipaux dans des affaires de corruptions. Pour autant, des promotions immobilières ont été menées depuis 2010 afin de relancer l'attractivité de la zone.

---

<sup>31</sup> Le Bureau de tourisme de Shanghai donne le chiffre de 210 000 visiteurs en 2015.  
[http://lyw.sh.gov.cn/lyj\\_website/html/defaultsite/lyj\\_ywzx\\_qxd/2016-06-12/Detail\\_135417.htm](http://lyw.sh.gov.cn/lyj_website/html/defaultsite/lyj_ywzx_qxd/2016-06-12/Detail_135417.htm)

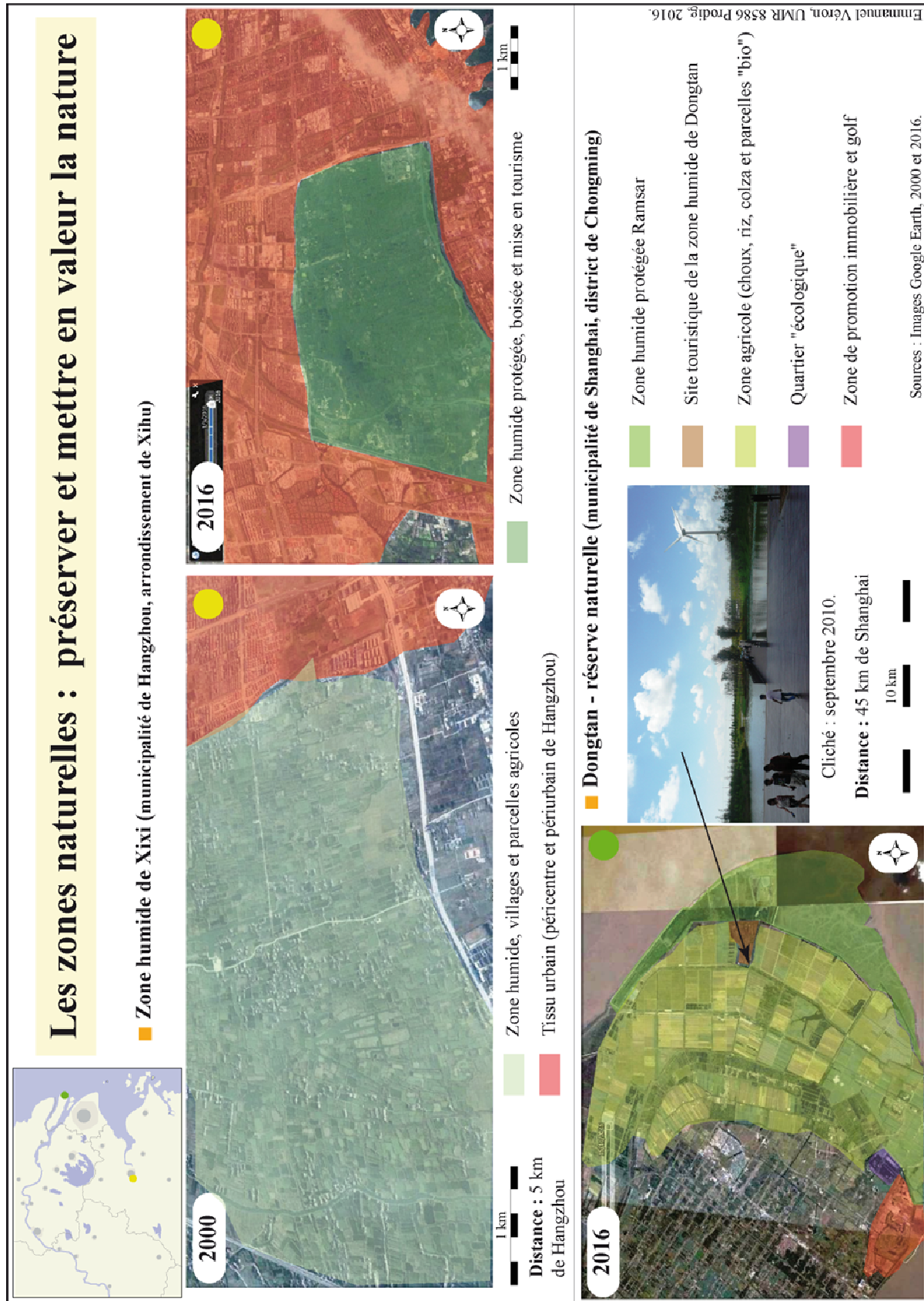


Figure 44.

### **2.3 La distribution des lieux selon la typologie par nature des lieux**

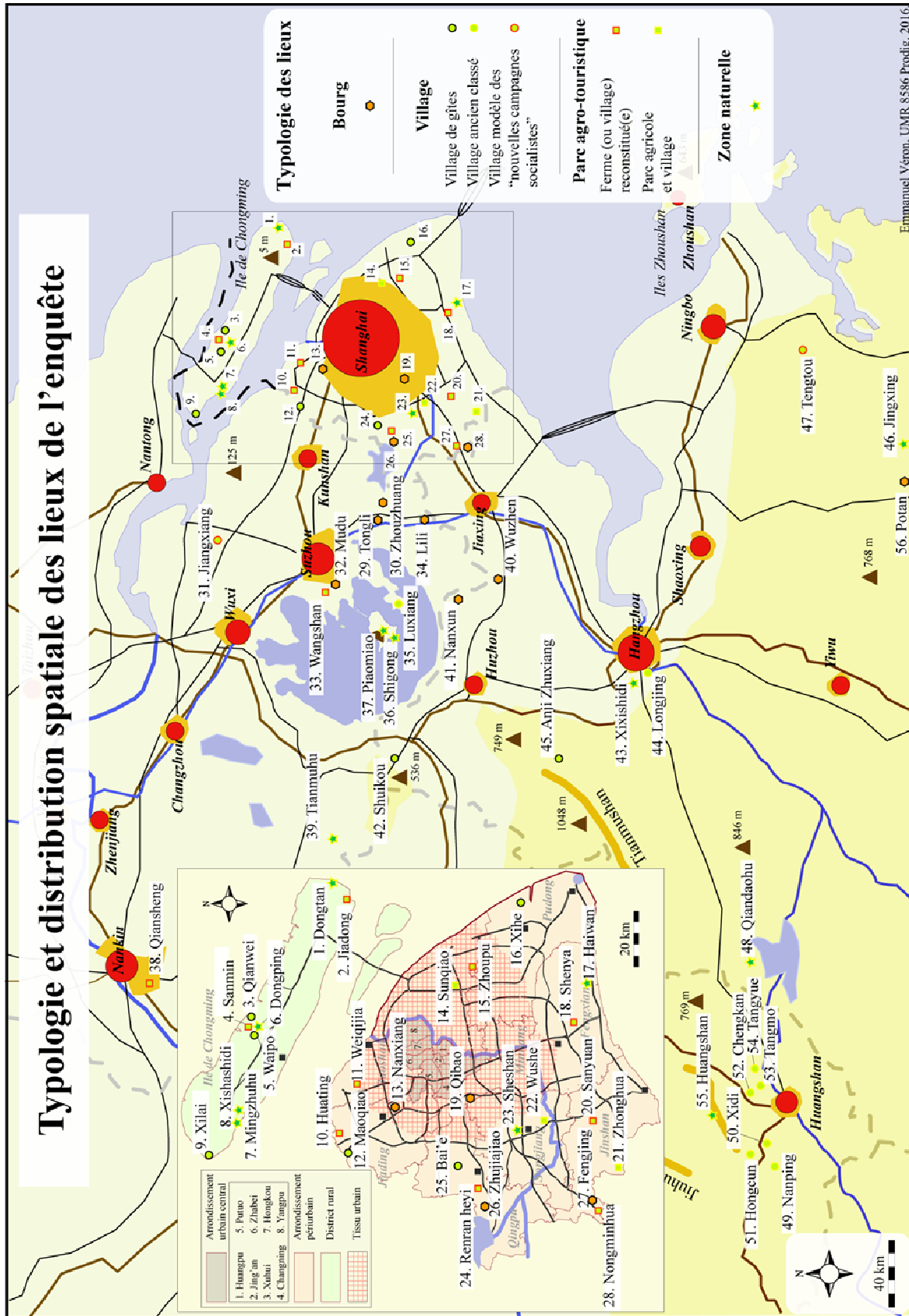
La carte 13 illustre la distribution spatiale des différents types de lieux répartis entre les bourgs, les villages, les parcs agro-touristiques et les zones naturelles. L'ensemble des espaces ruraux est concerné par la localisation des différents types de lieux (de l'espace périurbain à un espace rural éloigné de la ville).

Le territoire municipal de Shanghai témoigne d'une plus grande complexité des formes de lieux que les provinces voisines. La municipalité est dominée par les lieux créés pour et par le tourisme. Aussi, la diversité des types de lieux à travers les bourgs et les villages attestent de l'intensité du processus touristique (flux, acteurs et infrastructures).

Les provinces du Zhejiang et du Jiangsu sont comparables. Les lieux en situation périurbaine sont importants et variés (parcs, zones naturelles ou bourgades). Enfin, des villages et des zones naturelles relativement isolés semblent compléter l'espace touristique en milieu rural de ces deux provinces.

Enfin, la province de l'Anhui est, elle, dominée par les lieux transformés par le tourisme. Les villages objets patrimoniaux et les parcs naturels contrastent avec les autres provinces de la région où la création de sites pour et par le tourisme sont récurrente.

Cette carte traduit une certaine artificialisation des espaces ruraux pour le développement touristique et la capacité des territoires à se (re)constituer une certaine ruralité. Le gradient est d'autant plus fort que l'on se situe dans l'espace périurbain shanghaien.



Carte 13.

## - Une synthèse de la mise en tourisme des quatre types de lieux

L'équipe MIT établit dans un article publié dans la revue *Mappemonde* en 2000 des variables afin d'analyser la mise en tourisme des lieux. Nous utilisons ici les cinq variables : taux de fonction touristique<sup>32</sup>, la fréquentation touristique, la présence ou non de résidences secondaires, la dynamique économique et l'évolution de la population active tertiaire.

	Taux de fonction touristique	Fréquentation touristique	Présence de résidences secondaires	La dynamique économique	L'évolution de la population active tertiaire
<b>Bourg</b>	+++	+++	++	+++	+++
<b>Village</b>	+++	+++	-	++	++
<b>Parc agro-touristique</b>	+	+	-	+	++
<b>Parc naturel</b>	+	+++	+	+	+

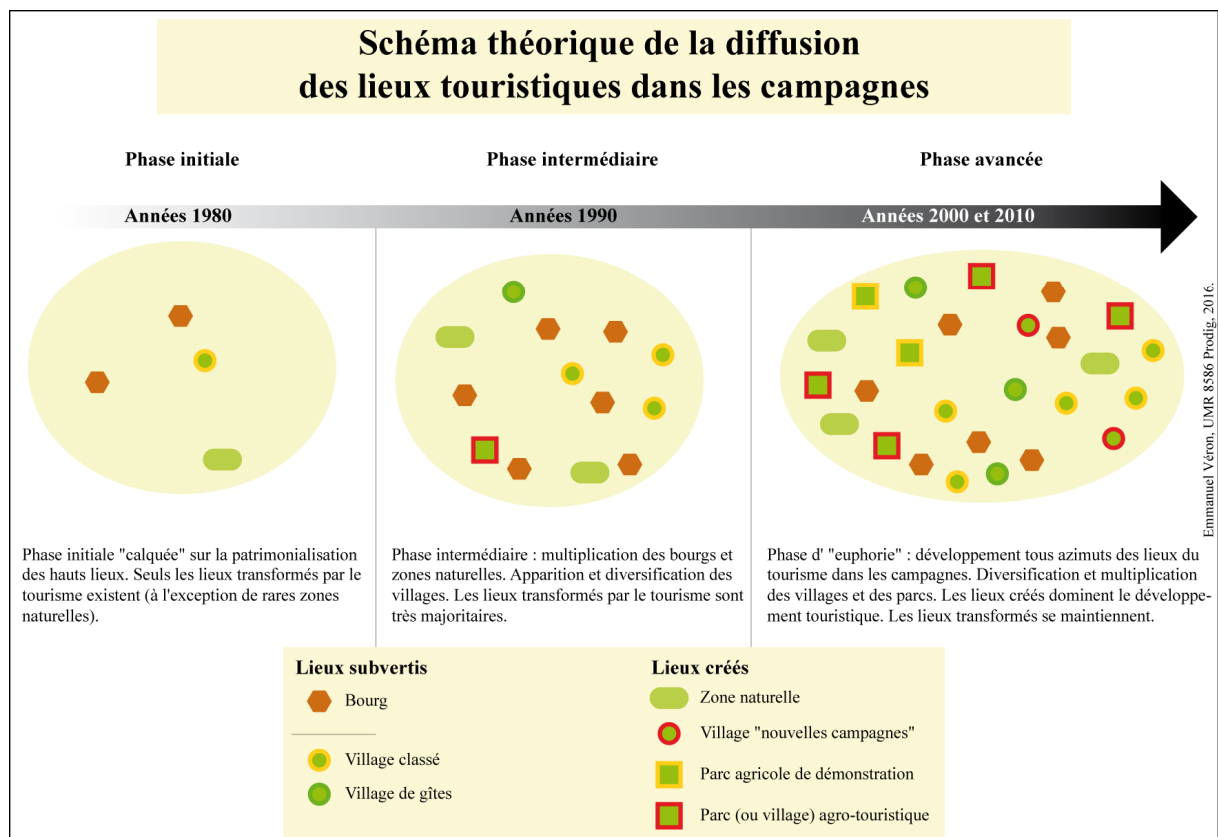
**Tableau 56 – Une synthèse de types de lieux et mise en tourisme**

Les bourgs connaissent une intensité maximale du développement touristique. Le solde migratoire positif des bourgades est illustré par la présence de promotions immobilières proches ou accolées aux bourgs (résidences secondaires). Les villages, dont la requalification ou la création, sont en situation intermédiaire. La diversification des activités économiques est moins importante que dans les bourgs. Les parcs de l'agrotourisme ont une fréquentation touristique moindre. Cependant, la population locale ou environnante joue un rôle majeur dans l'évolution de la population active tertiaire. Enfin, les zones naturelles connaissent une forte fréquentation touristique et un faible dynamisme économique, tempéré par d'occasionnelles promotions de résidences secondaires (villas et appartements).

Nous corrélons à ces cinq variables, un schéma théorique de synthèse des temporalités du développement touristique par types de lieux (*cf.* figure 45). Cette figure témoigne d'un découpage du temps de développement touristique en trois phases. La première correspond à la première décennie du lancement de réformes. La seconde est bornée par la relance de réformes (1992) et l'adhésion de la Chine à l'OMC (2001). Enfin, la troisième et dernière phase est marquée par le X<sup>ème</sup> et XI<sup>ème</sup> plans quinquennaux, l'année 2006 du « tourisme rural » et les événements internationaux des Jeux olympiques (2008) et l'Exposition universelle de Shanghai (2010).

<sup>32</sup>  $T(f) = N \times 100/P$ , où N = nombre de lits et P = population permanente. « Il correspond au rapport entre la capacité totale de l'hébergement touristique (lits commercialisés et lits en résidences secondaires) et la population totale du lieu (habitants permanents) » (MIT, 2000 : 2).

Les deux premières décennies du développement touristique dans les campagnes sont marquées par une prédominance des lieux transformés par le tourisme : bourgs et villages. Puis, à partir du début des années 2000, en parallèle du maintien et du développement des sites subvertis, les lieux créés pour et par le tourisme dominent les dynamiques de mise en tourisme. Les parcs agro-touristiques, les villages et les parcs sont l'objet d'intenses développements. La multiplication des lieux créés pour le tourisme bénéficie de l'expérience de développement des lieux transformés (hauts lieux et classés) en termes de gestion, d'investissements et d'aménagements. Aussi, les lieux créés participent et puisent dans le produit touristique rural existant en tant que secteur porteur dans l'industrie du tourisme.



**Figure 45.**

Les années 2000 sont un tournant dans la structuration de l'offre touristique dans les campagnes. Ces dynamiques traduisent une diversification tous azimuts des acteurs participant au système touristique. Aussi, ce tournant est issu de l'allongement du temps libre, ainsi que de l'augmentation des revenus des citoyens.

### **3. Les acteurs d'un processus de développement touristique par le haut et acteurs privés**

---

L'analyse de l'apparition et de la multiplication des lieux doit être complétée et corrélée à l'analyse des acteurs participants au développement du processus touristique. Si la multiplication des lieux depuis une quinzaine d'années signale une diversité croissante des acteurs, il n'en reste pas moins que le tourisme dans les campagnes est le produit d'une action concertée et décidée par le haut (processus *top-down*).

#### **3.1 Une sectorisation des acteurs dans le développement des lieux touristiques**

Les acteurs du développement touristique des bourgs d'eau, des villages et des parcs nationaux sont avant tout étatiques. Une synergie d'universitaires, d'architectes, d'urbanistes et de professionnel du tourisme (administration, sociétés de voyagistes et hôtellerie) compose les premiers temps du développement touristique. Puis, des acteurs nouveaux issus des territoires locaux (municipalités, districts et bourgs) participent au développement d'activités liées au tourisme.

Les années 2000 font l'objet d'une complexification du système touristique en termes de multiplication des sites mais aussi de la croissance de l'offre touristique. L'offre se renouvelle d'année en année en prenant appui sur les structures d'aménagement, de législation et de patrimonialisation préexistantes. Aussi, l'analyse de l'augmentation numérique des sites ne doit pas être séparée de l'analyse de la complexification du jeu d'acteurs avec l'évolution du développement touristique. Les années 1990 et plus encore depuis le début des années 2000 ont vu l'augmentation importante du nombre d'acteurs à la fois locaux, nationaux et internationaux.

Les années 2000 font l'objet d'une complexification du système touristique par l'augmentation du nombre et de la fonction d'acteurs. Nous distinguons deux dynamiques propres et importantes pouvant expliquer ce processus. D'une part, c'est à l'échelle locale que les acteurs sont plus nombreux. Ils concernent les universités, les architectes et autres experts. C'est également une montée en puissance des acteurs (privés) du tourisme (bureau de tourisme) à plusieurs échelles (locale et infra locale), secondée par la multiplication des entreprises inscrites dans le développement touristique (tourisme, hôteliers, restaurations, voyagistes). D'autre part, c'est à l'échelle internationale que s'opère le changement. Si dans les années 1980, les acteurs internationaux ont participé activement aux inventaires à la réflexion sur le développement du patrimoine et du tourisme, les années 2000 voient le



renforcement de cette tendance. Le tourisme et le patrimoine sont des objets de politique internationale des États (coopération décentralisée, jumelages et liens des collectivités territoriales), tandis que l'insertion de la RPC à l'OMC (fin 2001) a facilité l'entrée de nouveaux acteurs internationaux en particulier les promoteurs.

Temps	État	Administrations centrales	Universités et bureau d'études	Acteurs locaux	Acteurs internationaux	Autres	Sociétés locales
<b>Décennie 1980</b>	Ministère de la Construction Ministère de l'Équipement	CNTA Administration de protection du Patrimoine	Qinghua ; Tongji  Architectes et urbanistes	Gouvernements locaux (municipalités)	Unesco	-	-
<b>Décennie 1990</b>	Ministère de la Construction Ministère de l'Équipement Commission Nationale du Développement et de la Réforme	CNTA Administration de protection du Patrimoine	Qinghua ; Tongji, Zhejiang, Nankin, Shanghai  Architectes et urbanistes	Gouvernements locaux (municipalités, arrondissement, districts et bourgs) Bureau de tourisme (municipalité, district, arrondissement et bourg)	Unesco	Promoteurs Hôteliers Voyagistes	Comités de villageois
<b>Décennies 2000 et 2010</b>	Ministère de la Construction Ministère de l'Équipement Ministère de l'Environnement Commission Nationale du Développement et de la Réforme	CNTA Administration de protection du Patrimoine	Tongji, Zhejiang, Huangshan, Nankin, Shanghai  Architectes et urbanistes	Gouvernements locaux (municipalités, arrondissement, districts et bourgs) Bureau de tourisme (municipalité, district, arrondissement et bourg) Comités régionaux du tourisme Groupe de promotion du tourisme. Bureau de gestion (forestière, d'eau)	UNESCO Coopération décentralisée Jumelages Partenariats avec des collectivités	Promoteurs Hôteliers (internationaux) Voyagistes	Comités de villageois. Association de paysans Coopératives paysannes

**Tableau 57 – La pluralité des acteurs dans le développement touristique.**

Sources : données de terrain compilées à travers les entretiens, questionnaires et observations [2010-2014].

Une lecture des jeux d'acteurs par province permet d'appréhender une différenciation de la gestion du développement touristique.

### 3.2 Une lecture des acteurs par type de lieux touristiques et par province

L'ensemble des quatre entités territoriales (Shanghai, Jiangsu, Zhejiang et Anhui) possède des similitudes dans la gestion du processus touristique. Les analyses ont permis d'identifier le rôle des autorités centrales, provinciales et locales dans la réalisation d'un projet touristique. Aussi, des entités ministérielles et des administrations centrales sont des relais de la mise en tourisme des lieux. Cependant, l'observation du développement du tourisme dans les campagnes surtout depuis les années 2000 montre une pluralité des acteurs, notamment privés, couvrant un spectre large, allant des investisseurs à des entreprises de paysagistes et

d'architectures, en passant par des professionnels du tourisme. L'analyse de l'importance de chacun de ces types d'acteurs par province et par type de lieu permet de comprendre d'une part la répartition des rôles, et d'autre part les rapports de forces entre acteurs autour d'un projet lucratif.

Chaque niveau possède un comité du tourisme, avec un président désigné par le Parti, dont le rôle est le classement des hôtels et restaurants, des sites et parcs, l'agrément et le contrôle des agences de voyages locales, le respect de la réglementation nationale et, parfois, la promotion. Ce comité dépend de la mairie dans les communes : il est, en fait, dirigé par la section locale du Parti.

« Les acteurs politiques et bureaucratiques ont un intérêt propre à favoriser la croissance économique locale » (Guiheux, 2003 : 40). « L'implantation d'entrepreneurs extérieurs est également facilitée par le clientélisme et la corruption qui règne dans le gouvernement local plus orienté vers l'accueil de ces entrepreneurs » (Leicester, 2008 : 233). Le PIB est devenu le principal critère pour évaluer les résultats de chaque équipe gouvernementale dirigeante (Tao, 2012).

Les transferts et la conversion des terres agricoles sont contrôlés par les gouvernements locaux. « Le gouvernement utilise les réserves de terres agricoles dans le processus de réquisition d'État pour le développement d'infrastructures afin de les vendre ou de les louer à des promoteurs ou à des investisseurs privés » (Po, 2008 : 1613-1614). Les recettes touristiques sont reversées en partie au gouvernement local. Le développement de sites touristiques constitue une ressource pour les gouvernements locaux<sup>33</sup>. La résurgence de l'entreprise privée conduite à « l'émergence de nouvelles formes, commercialisées ou monétarisées, de clientélisme, les bureaucraties locales offrant leurs services contre rémunération » (Guiheux, 2003 : 40). En ce sens, le tourisme peut être à l'origine de corruption de cadres locaux (voire provinciaux), dont les projets touristiques juteux promettent des sommes d'argent très conséquentes<sup>34</sup>.

Les acteurs publics trouvent dans le tourisme une occasion de diversifier les revenus de leurs localités (du provincial au local). La Municipalité de Shanghai accorde un rôle majeur aux différents acteurs publics et privés dans la réalisation et le classement des quatre types de lieux.

---

<sup>33</sup> Le développement du tourisme notamment à travers des projets immobiliers ou hôteliers permet une circulation importante d'argent liquide, pouvant faire l'objet de blanchiment.

<sup>34</sup> À une autre échelle, on citera l'exemple de corruption de l'ancien haut cadre à la tête de la CNTA, Huo Ke, accusé de corruption en 2015.

	Acteurs	Bourgs	Villages	Parcs agro-touristique	Parcs naturels
<b>Acteurs publics</b>	Autorités centrales	+	+	+	++
	Autorités provinciales	+++	+++	++	+++
	Autorités locales	+++	+++	+++	+++
<b>Acteurs privés</b>	Voyagistes et hôteliers	+++	++	+	++
	Promoteurs	+++	+	+	+
	Entreprise de gestion touristique	+++	+	+	+
	Paysagistes - architectes urbanistes	+	++	+++	+
	Entreprises d'investissement	++	+	+	++

**Tableau 58 – Les acteurs des lieux touristiques de la municipalité de Shanghai.**

La CNTA, le Comité de l'agriculture de la municipalité (*Shanghai nongye weiyuanhui*) et le bureau de tourisme de la municipalité (*Shanghai liuyou ju*) supervisent l'ensemble des projets et la gestion des lieux. Ces acteurs sont en lien étroit avec les autorités locales représentées par : l'arrondissement ou le district rural, puis le bourg, enfin le village. Ces deux dernières entités sont représentées par le gouvernement local, la cellule du Parti et les comités de résidents ou de villageois.

Les acteurs privés se sont diversifiés et ont un rôle croissant depuis deux décennies. Leurs rôles et leurs actions sont hétérogènes selon les lieux. Les voyagistes et les hôteliers sont en liens étroits avec les administrations et bureaux de tourisme (national et municipal). La compagnie Jinjiang<sup>35</sup> (*Jinjiang guoji jituan*), basée à Shanghai, joue un rôle majeur dans le développement hôtelier, notamment de l'ensemble des bourgades, mais aussi en tant qu'investisseur pour le village de Zhonghua dans le parc d'agriculture moderne de Langxia (Jinshan). Des promoteurs immobiliers, à l'instar du groupe Wanda<sup>36</sup> (et de ses filiales) ou Baoshan steel<sup>37</sup> sont particulièrement actifs dans les bourgs, en lien avec les gouvernements d'arrondissement et de bourgs. Les autorités locales vendent des parcelles de terres agricoles ou industrielles aux promoteurs et aux investisseurs qui développent des complexes immobiliers et ludo-touristiques. Ces derniers sont en articulation avec un lieu préexistant ou sont l'objet de création de lieux touristiques nouveaux. « Ces projets reçoivent l'approbation

<sup>35</sup> Fondée en 1995, la compagnie rivalise avec ces concurrents internationaux dans le rachat de complexes hôteliers et de voyagistes à l'international, notamment le groupe Accord. Jinjiang opère à travers une dizaine de filiales en Chine et à l'étranger.

<sup>36</sup> Dalian Wanda Group Corporation Limited est un conglomérat chinois regroupant des activités liées au tourisme, à l'hôtellerie et au cinéma. Son siège est à Pékin, après avoir été à Dalian jusqu'en 2009.

<sup>37</sup> Ce groupe opérant dans l'acier (leader chinois, basé à Shanghai) diversifie ses activités, notamment dans l'industrie du tourisme.

du comité du tourisme, puis sont approuvés juridiquement par la mairie, en fait par le Parti. Ils sont une des sources de corruption (parmi de multiples autres). D'autres projets touristiques sont portés pas des architectes » (Champeaux, 2011 : 29).

Les architectes et paysagistes trouvent dans le développement des zones touristiques des financements importants et spécialisés. La décennie 2000 a vu un nombre conséquent de sites touristiques dessinés et conçus par des entreprises d'architectes et de paysagistes.

Acteurs		Bourgs	Villages	Parcs agro-touristique	Parcs naturels
<b>Acteurs publics</b>	Autorités centrales	+++	+	+	+++
	Autorités provinciales	+++	++	+	+++
	Autorités locales	+++	++	++	++
<b>Acteurs privés</b>	Voyagistes et hôteliers	+++	++	+	++
	Promoteurs	+++	+	+	++
	Entreprise de gestion touristique	+++	++	+	++
	Paysagistes - architectes urbanistes	++	++	+++	+
	Entreprises d'investissement	++	+	+	++

**Tableau 59 – Les acteurs des lieux touristiques des provinces du Jiangsu et du Zhejiang**

La situation des provinces du Jiangsu et du Zhejiang est comparable. Le rôle des autorités publiques dans le développement du tourisme et la gestion des lieux est important. Ce rôle est réparti différemment selon les types de lieux. Les lieux majeurs (bourgs, villages classés et parcs naturels), dont la fréquentation touristique est importante, sont administrés, développés et gérés par les administrations centrales, les gouvernements provinciaux et locaux. Les bureaux de tourisme provinciaux et municipaux (par exemple le bureau de tourisme du Zhejiang – *Zhejiang lüyou ju*, ou le Comité de tourisme de la municipalité de Suzhou – *Suzhou shi lüyou weiyuanhui*) sont en interactions fortes avec les autorités dans l'encadrement de l'offre et de l'organisation touristiques. Il y a un emboîtement des échelles et des compétences. Pour les comités, le niveau d'activité le plus important est le niveau provincial. Le plus souvent, il s'agit du niveau municipal. « Les comités assurent aussi la réhabilitation du patrimoine et le contrôle des projets privés dans les zones dites "écologiques". Ils ont parfois un rôle d'information du public » (Champeaux, 2011 : 29).

Des acteurs régionaux à l’instar de la « zone nationale de loisirs et de vacances du lac Tai » (*Taihu guojia liuyou dujia qu*)<sup>38</sup> sont gérés par les municipalités (de Suzhou et de Wuxi), les provinces et les autorités centrales. Ces instances sont en lien étroit avec des promoteurs, investisseurs et voyageurs.

Le rôle des autorités locales dans le développement touristique doit être interprété dans la relation qu’ils entretiennent avec des acteurs privés : investisseurs et professionnels du tourisme.

Enfin, les autorités centrales peuvent intervenir directement dans l’aménagement rural touristique à travers les projets nationaux de villages modèles des « nouvelles campagnes ». Les villages de Jiangxiang et de Tengtou, respectivement dans le Jiangsu et le Zhejiang, sont deux exemples d’un développement rural intégrant une fonction récréative et touristique initiée par un processus *top-down*<sup>39</sup>. Des sites touristiques préexistent à ces nouveaux aménagements. Aussi, des acteurs privés (architectes, paysagistes, entrepreneurs dans le bâtiment et dans l’horticulture ou la vente d’arbres) sont sollicités par les autorités provinciales et municipales chargées de la conduite du projet dicté par Pékin.

	Acteurs	Bourgs	Villages	Parcs agro-touristique	Parcs naturels
<b>Acteurs publics</b>	Autorités centrales		+++		+++
	Autorités provinciales		+++		+++
	Autorités locales		+++		+++
<b>Acteurs privés</b>	Voyagistes et hôteliers		++		++
	Promoteurs		+		+
	Entreprise de gestion touristique		+++		+++
	Paysagistes - architectes urbanistes		+++		+
	Entreprises d’investissement		+++		+

**Tableau 60 – Les acteurs des lieux touristiques de la province de l’Anhui.**

La province de l’Anhui fait figure de singularité. La municipalité de Huangshan ne possède ni bourgades ni parcs agricoles de démonstration. La collectivité s’est concentrée sur un produit touristique dans la continuité des développements patrimoniaux initiés au début des années 1980. Seuls les villages et le parc national des Huangshan forment le produit touristique de la

<sup>38</sup> Ce découpage national de zone de récréation et de tourisme voit le jour au milieu des années 1990, dans la périphérie de grandes villes. Plusieurs zones sont classées dans cette catégorie : « zone nationale de loisirs et de vacances de Sheshan » à Shanghai (*Sheshan guojia liuyou dujia qu*) et la « zone nationale de loisirs et de vacances de Hangzhou » (*Hangzhou guojia liuyou dujia qu*).

<sup>39</sup> Une dizaine de villages répartis à travers toute la RPC (Jiangxi, Fujian, Shaanxi) sont conçus et administrés sur le même modèle que les villages de Jiangxiang et Tengtou.

région. Par conséquent, les autorités centrales, provinciales, mais en particulier municipales et locales, jouent un rôle prépondérant.

Ce sont les acteurs locaux publics (administrations et gouvernement, à l'instar du Comité de tourisme de Huangshan – *Huangshan shi liuyou weiyuanhui*) mais aussi, et surtout privés (comme la société de tourisme de l'Anhui – *Anhui sheng liuyou jituan*) qui participent au développement du tourisme dans les lieux secondaires, dont la fréquentation touristique monte en puissance après les années 2000. Cette société est composée de filiales à une échelle très locale. La société de développement du tourisme du village de Tangmo (*Tangmo liuyou fazhan youxian gongsi*) participe au développement du tourisme de « son » village. Pour autant, la société mère est basée dans la ville de Huangshan.

En parallèle de la diversification des acteurs privés d'échelle locale, les hauts lieux comme les villages de Hongcun et Xidi connaissent une situation différente. Les autorités (du central au local), ainsi que les administrations centrales (tourisme et patrimoine), ont la priorité sur l'encadrement du processus touristique. Pour autant, des groupes privés comme le Groupe pékinois de Zhongkun (*zhongkun jituan*) ont un rôle majeur depuis le milieu des années 1990. Cette compagnie participe au développement touristique du village de Hongcun en tant qu'investisseur. En 1998, les droits d'opération touristiques ont été transférés à cette compagnie. Cette dernière collecte 95 % des revenus touristiques, les cinq autres pourcentages sont répartis entre le gouvernement local (à hauteur de 4 %) et aux populations villageoises (environ 1 %) (Zou *et al.*, 2012). À l'issue de nouveaux accords conclus dans les années 2000, la société perçoit 67 % des revenus, le gouvernement local 20 % et les villageois un peu plus 8 %. Le groupe pékinois possède d'autres filiales (comme la société de développement touristique de Huangshan Jingyi), dont les activités principales se concentrent dans la promotion, le développement et l'encadrement de produits touristiques majeurs<sup>40</sup> (sites Internet, liens avec les voyagistes et hôteliers, billetterie).

Le développement touristique des lieux connaît une forte hétérogénéité d'acteurs et de relations de ces derniers et de l'espace d'accueil touristique. L'exemple de la zone sud de l'Anhui, dont le développement touristique est largement le fait de l'insertion de la région au patrimoine mondial, contraste avec des périphéries de villes dont les articulations avec le monde et les clientèles touristiques (internationale et nationale) sont moins puissantes.

Il y a ainsi des trajectoires de développement touristique des espaces ruraux, largement dues à l'historicité des lieux, à la nature des acteurs et à la capacité à mettre une synergie entre

---

<sup>40</sup> Ces filiales participent à la gestion et la promotion des sites dans le Yunnan, à Pékin.

ces deux derniers éléments. Paradoxalement au développement économique relatif de l'Anhui, le développement touristique porte l'économie régionale, en avance d'autres régions touristiques comme les espaces périphériques de Hangzhou ou de Nankin. Le développement touristique de l'espace rural connaît un impact hétérogène et discontinu. L'articulation en réseau des hauts lieux et des lieux secondaires (toutes formes touristiques confondues) marque la région d'étude.

La région du delta du Yangzi est l'objet d'un programme de gestion à l'échelle régionale de l'offre et des produits touristiques. Il s'agit d'une initiative corrélée au développement économique et urbain du delta.

### **3.3 Vers une coopération régionale du tourisme ? Une instance de coordination pour la région**

La coopération régionale du tourisme du delta du Yangzi (*Changjiang sanjiao qu ou liuyou hezuo*) est liée à au développement de la région économique du delta du Yangzi (*Changjiang sanjiao zhou jingji qu*). Ce processus de coopération régionale autour de l'industrie touristique est également en cours de structuration dans la région de delta de la rivière des Perles mais aussi dans la région de Pékin-Tianjin-Hebei (*Jingjinji*) (Nie, 2009 ; Ge et Nie, 2009 ; Zou, 2010 ; Bian, 2008 et Liu, 2011).

La coopération entre les régions de Shanghai, du Jiangsu et du Zhejiang date du début des années 1980, dans le contexte de lancement des réformes. Il faut attendre 1997 pour que l'instance intègre de nouveaux acteurs et se structure en relation avec la montée en puissance des mobilités touristiques de courtes distances (loisirs périurbains) et l'augmentation du volume de touristes internationaux.

L'initiative de réunir les municipalités de la région du delta date du début des années 2000. En 2003 est organisé un forum des « 15+1 » municipalités<sup>41</sup> du delta afin de coordonner l'offre et la demande touristiques. Shanghai est au cœur du processus régional et décisionnel. Depuis la première conférence, le nombre de municipalités participantes à cette instance régionale en construction n'a cessé de croître, en relation avec le développement économique du delta. Aujourd'hui, on compte 28 municipalités<sup>42</sup> incluant une large partie de la province de l'Anhui, dont la municipalité de Huangshan.

Par ailleurs, la coopération des municipalités dans le tourisme devrait permettre une coordination entre les municipalités et leurs offres touristiques, afin de mettre en relation les

---

<sup>41</sup> Les municipalités sont : Shanghai, Nankin, Wuxi, Changzhou, Nantong, Yangzhou, Zhenjiang, Taizhou, Hangzhou, Ningbo, Wenzhou, Shaoxing, Jiaxing, Huzhou et Zhoushan, en relation avec Huangshan.

<sup>42</sup> Les nouvelles municipalités sont : Jinhua, Huangshan, Yancheng, Huai'an, Taizhou, Liangyungang, Suqian, Lishui, Wuhu, Ma'anshan, Tongling et Hefei.

lieux, de coordonner les sites classés d'un même rang et d'augmenter la visibilité de localités en situation périphérique au système touristique. Aussi, la coopération permet une articulation des professionnels du tourisme : voyagistes, hôteliers, comités de tourisme et bureaux de tourisme.

La coopération vise à améliorer l'industrie touristique de la région et de limiter les conflits d'intérêts entre les différents acteurs publics au sein de la région. La multiplicité des acteurs du tourisme est source de conflits. « De nombreux acteurs, aux intérêts divergents, souhaitent accaparer une part des revenus touristiques. Communautés, entrepreneurs locaux, opérateurs privés, agences à l'étranger, différents ministères, élaborent des stratégies individuelles de captation » (Lapeyre, 2006 : 68). La coopération doit permettre aux municipalités et aux principaux acteurs publics et privés de se rencontrer et d'établir dans un cadre régional des projets touristiques. La coopération régionale se focalise sur l'articulation de l'offre touristique, sans pour autant institutionnaliser une labellisation propre à la région du delta autour du produit touristique rural.

Cette coopération opère un encadrement de l'offre touristique globale. L'évènement international de l'Exposition universelle à Shanghai en 2010 a été l'objet d'une coordination des différentes municipalités en réseau, donnant une articulation des lieux touristiques avec Shanghai<sup>43</sup>. La municipalité de Shanghai, articulée à celle de Hangzhou, Suzhou, Wuxi, Nankin, Ningbo et Huangshan a un pouvoir de décision sur les autres municipalités. Plutôt que de limiter le pouvoir économique et politique des territoires, la coopération vient renforcer le statut de Shanghai et des villes secondaires de la région, stimulant paradoxalement la compétition et les effets de rapports de force entre les entités.

La coopération régionale est intimement liée à la région économique du delta. Il n'y a pas de marge de manœuvre entre cette coopération et la coopération économique (notamment industrielle). Dans les faits, la coopération régionale sur le tourisme permet à la région économique de structurer et d'encadrer un domaine productif, des acteurs (régionaux, nationaux et internationaux) et la population touristique (régionale, nationale et internationale)<sup>44</sup>.

---

<sup>43</sup> L'ensemble des sites touristiques référencés et officiels des différentes municipalités devait tenir un bureau de représentation de l'Exposition, mais aussi organiser l'installation de la mascotte *haibao*. Les sites touristiques obtenaient le label « Exposition universelle ».

<sup>44</sup> Pour exemple, depuis 2016, les touristes internationaux (parmi 51 nations) peuvent librement circuler dans la région du delta du Yangzi durant 114 heures, soit 6 jours. [http://www.chinadaily.com.cn/china/2016-01/27/content\\_23267229.htm](http://www.chinadaily.com.cn/china/2016-01/27/content_23267229.htm)



## Conclusion du Chapitre 8

---

Ce huitième chapitre a permis de comprendre l'apparition et la diffusion des lieux touristiques dans les campagnes. Ces derniers sont l'objet d'une diversification accrue au tournant des années 2000. Le développement et la modernisation d'espaces ruraux avaient débuté au moment même où la RPC se lancer dans le vaste programme de réformes pour sortir de l'ère des trente premières années du régime. Ainsi, un accent a été mis sur le patrimoine, sur la culture. Avec la relance des réformes, l'instauration du temps libre et l'insertion accélérée du pays dans la mondialisation, les lieux créés pour et par le tourisme ont connu une phase de croissance sans précédent.

Le rôle des acteurs de l'État avait été présenté comme majeur (chapitre 4). Nous avons montré ici que ce rôle s'est non seulement maintenu depuis le début des réformes, mais également renforcé par la participation croissante des administrations centrales en synergie forte avec les gouvernements des provinces, des municipalités et des districts (ou arrondissements). Le rôle de ces instances couvre un large spectre allant du choix des lieux à moderniser, l'orientation de la requalification, ainsi que la gestion globale (en lien avec des entreprises privées).

Les lieux de récréation rurale sont devenus, depuis une vingtaine d'années, des outils de promotion des territoires pour des autorités provinciales et locales. Le rôle des acteurs privés dans ce processus est décisif. La collusion d'intérêts entre autorités locales, cellule du Parti et entreprises privées de tourisme autour de projets touristiques a d'une part augmenté les recettes, et d'autre part servi de vitrine.

La diversité des lieux (bourgs, villages, parcs agro-touristiques et naturels) présents dans la quasi-totalité des collectivités participe à l'aménagement et à la modernisation des espaces ruraux. Le processus de protection cohabite avec le processus de création et de transformation.

Enfin, il semblerait qu'une construction régionale de l'industrie touristique (dépassant le seul impact du tourisme dans les campagnes) est en émergence, dominée par la métropole de Shanghai. Cette dernière en lien avec le développement métropolitain et mégapolitain articulerait l'offre touristique dans les territoires. Cette gouvernance interprovinciale joue pleinement le rôle d'encadrement d'un processus de développement par le haut (dans une logique verticale).

### **Les sociétés locales dans le tourisme : organisation collective et prestataires de services touristiques**

Ce chapitre vise à analyser le rôle des sociétés locales dans le développement touristique des lieux, en particulier des villages touristiques. La diffusion et le développement du tourisme révèlent un profond renouvellement des dynamiques rurales et sociales. Si le processus de développement des lieux touristiques est principalement issu d'un effet du haut vers le bas, par des politiques d'intégration verticale, la dimension horizontale n'en demeure pas moins importante.

Nous montrons ici que les sociétés locales sont des acteurs de premier plan dans un double processus de démarrage et d'adaptation. « L'ouverture d'un espace au tourisme dépend de la capacité de la société locale à s'ouvrir et à communiquer avec l'étranger » (Chevalier, 2005 : 60).

L'ouverture d'un espace au tourisme dépend aussi des capacités de la société locale à s'ouvrir et à communiquer avec l'« étranger », dispositions qui sont favorisées dans le cas des sociétés de circulation, rompues à la mobilité et aux échanges (MIT, 2000 ; et Duhamel, 2013). La pluriactivité qui avait marqué le début de l'ère des réformes semble être aujourd'hui prise d'une nouvelle dynamique. « Village administratif et bourg sont désormais détenteurs de droits de propriété, ce qui contribue à redéfinir les objectifs économiques poursuivis par leurs responsables et les moyens que ceux-ci se donnent pour y parvenir » (Thireau, 2002 : 16).

À l'instar d'observations dans les campagnes dans les pays occidentaux, la fonction tertiaire (tourisme) prend appui sur deux décennies de multifonctionnalités des espaces ruraux, en particulier ceux dont la distance à la ville permet la complémentarité de différentes formes de revenus. « Les activités d'accueil commencent à être comprises comme des stratégies d'innovation menées par des exploitants agritouristiques ne concevant plus l'agriculture comme une activité totalement rentable à elle seule » (Chevalier, 2009 : 62).

Nous examinons les conditions de l'émergence de la participation des sociétés locales au tourisme, puis nous distinguons les différentes formes d'organisation collective en lien avec les autorités locales villageoises et des districts. Enfin, la participation des sociétés locales traduit une certaine convergence dans la gestion de l'offre touristique à travers les

différentes entités territoriales. Une étude de cas permet de rendre compte de cette convergence et des trajectoires de familles enrichies grâce au tourisme.

## **1. Dynamiques rurales et diversification des revenus non agricoles : émergence du secteur des services en participant au tourisme**

---

Nous nous inscrivons dans le champ des études en sciences sociales décrivant les sociétés villageoises en pleine mutation (Charon, 2012) depuis le lancement des réformes et le démantèlement des structures issues des trois premières décennies du régime<sup>1</sup>. C'est à travers les transformations sociales, politiques et économiques des villages que le tourisme et l'accueil à la ferme prennent leurs origines. La question de la participation des communautés rurales au développement économique des localités par le tourisme est essentielle. Les mutations post-maoïstes du cadre villageois ont réintroduit la pluriactivité des populations paysannes.

### **1.1 Réformes et pluralité des revenus ruraux**

« Le comité de villageois (*cunmin weiyuanhui*)<sup>2</sup> constitue, avec celui du Parti communiste, l'organe du pouvoir officiel au sein du village chinois, cela depuis le démantèlement des communes populaires et la redistribution des terres aux foyers paysans, terres sur lesquelles les paysans ne détiennent que des droits d'usage » (Thireau, 2006b : 267 ; et 2006c) et peut parfois gérer les entreprises industrielles à l'échelle du village. Ces transformations politiques sociales donnent une réorganisation des sociétés paysannes et rurales<sup>3</sup>. Les communautés locales gèrent désormais « leurs propres affaires » à travers l'introduction d'élections<sup>4</sup>. Les villages administratifs ne relèvent pas de l'État, mais incarnent plutôt un niveau d'autonomie

---

<sup>1</sup> La décollectivisation (début des années 1980) démantèle les communes populaires (*renmin gongshe*). Ces dernières se transforment en cantons et bourgs. Par ailleurs, les échelons inférieurs (brigades de productions – *shengchan dadui* et équipes de production - *shengchan dui*) changent de statut. Les brigades se transforment en villages administratifs (*xingzheng cun*), tandis que les villages naturels (*ziran cun* - des hameaux) correspondent aux anciennes équipes de production.

<sup>2</sup> Seconde instance après la branche du parti, le comité de villageois, composé de trois à sept personnes élues par les habitants, fonctionne en institution autonome et doit trouver lui-même l'argent pour le fonctionnement du village.

<sup>3</sup> Cf. dans le volume des annexes une schématisation des institutions agricoles chinoises. Le comité villageois est une institution très contrôlée. La cellule locale du Parti exerce un contrôle sur l'ensemble des activités du comité. Le flou entourant les relations entre les différentes institutions peut être l'objet d'une surenchère des rapports de force et articule les jeux d'acteurs en faveur du Parti. La loi (art. 4) renvoie néanmoins à la charte du PCC (*zhongguo gongchandang zhangcheng*) et stipule que la cellule du Parti assume, dans les villages, la fonction de noyau dirigeant (*fahui lingdao hexin zuoyong*) (Charon, 2013).

<sup>4</sup> Les lois organiques (*Zhonghua renmin gongheguo cunmin weiyuan zuzhi fa*) de 1987 et 1998 à l'échelon du village.

(*zizhi*). Les institutions du village sont ainsi censées mettre en œuvre l'autonomie de base inscrite dans la constitution chinoise (Charon, 2013).

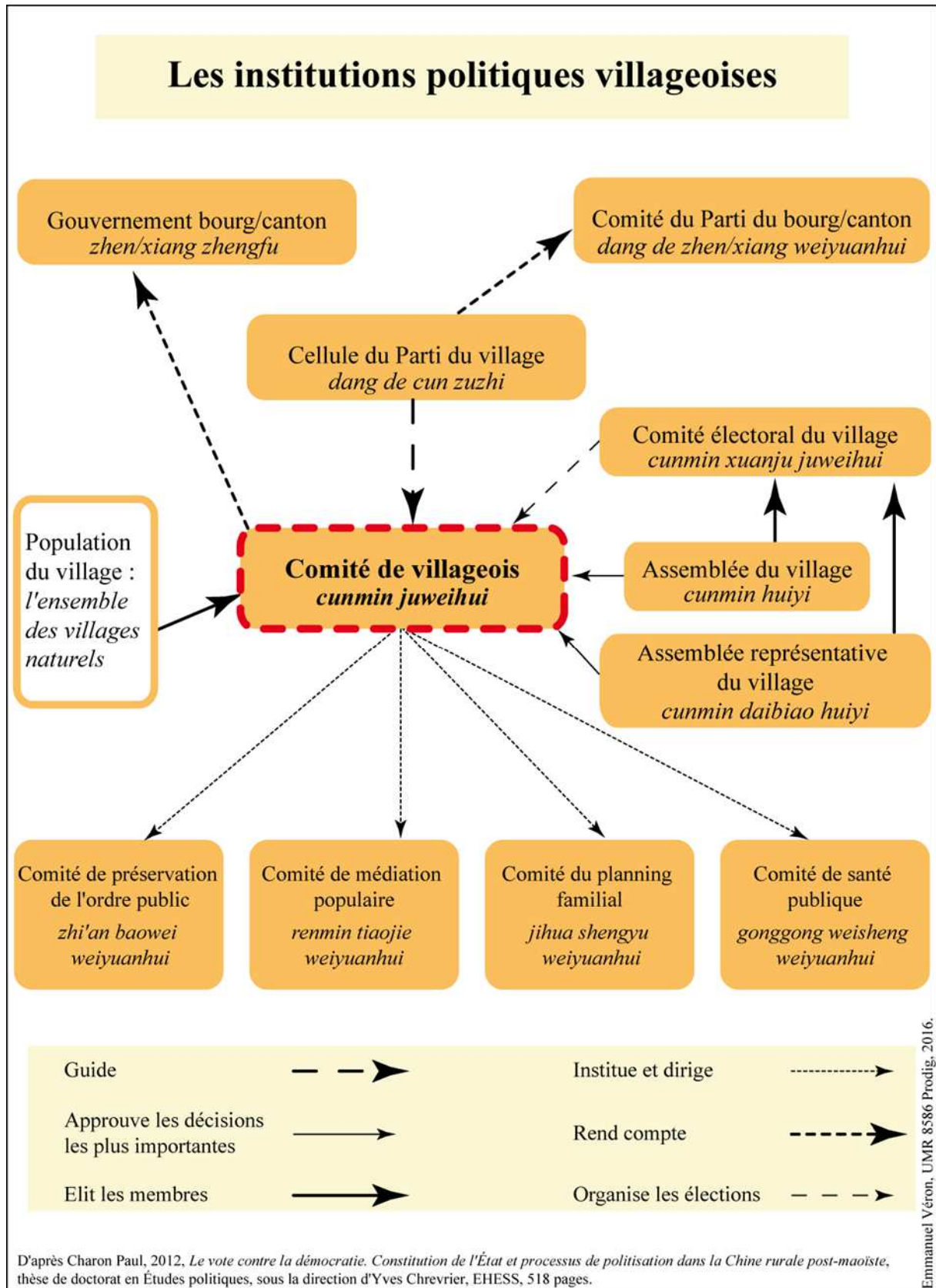


Figure 46.

Depuis le début des années 1980, en particulier dans les régions littorales inscrites dans l'aire métropolitaine de Shanghai, Hangzhou et Nankin, « le paysan s'est trouvé de plus en plus impliqué dans la gestion des affaires de son village qui reste une extension du système bureaucratique national : responsable des principales activités publiques de la société rurale, il a également la charge de transformer les politiques et les directives émanant du Parti et du gouvernement » (Attané, 2002 : 362) à l'échelle locale.

Parallèlement aux mutations politiques, les réformes ont permis une nouvelle liberté aux ménages paysans et non paysans résidant dans les campagnes d'accroître leurs revenus mais aussi de diversifier le spectre des emplois permanents ou non. Ainsi les activités annexes au travail agricole donnent-elles une augmentation importante du revenu non agricole. L'économie (re)devient marchande dans les campagnes, stimulant de nouvelles occasions parfois inédites de s'enrichir en particulier en articulation avec la ville (Sanjuan, 2011). La pluriactivité (re)devient une norme faisant du district une base économique et commerciale, auxquels les villages sont nouvellement articulés (Aubert, 2005).

Les migrations de la campagne vers la ville ont pu stimuler des revenus suffisants (Démurger et Xu, 2011b), des compétences nouvelles et un élargissement de son réseau de relations pour introduire au village des activités économiques nouvelles, souvent orientées vers une activité marchande. En ce sens, la sociologue Isabelle Thireau évoque que « les ressources mobilisées pour justifier l'activité marchande sont rarement liées à un savoir-faire économique, mais sont plutôt ancrées dans la sphère sociale ou politique » (Thireau et Hua, 2002 : 125).

Les paysans deviennent des acteurs à part entière du développement économique. Pour autant, ces derniers sont encore dépendants des actions des collectivités locales (district, bourg et canton). « Quelles que soient les contraintes ou les prérogatives qui pèsent ou prévalent désormais sur ces entités territoriales, leur capacité à influencer les stratégies individuelles ou familiales et à réagir face aux dispositifs publics est étroitement liée aux possibilités d'action qui leur sont offertes en tant que responsables officielles d'une propriété commune parfois étendue » (Thireau, 2002 : 15).

## **1.2 De l'industrialisation rurale à la croissance du secteur tertiaire par le tourisme**

Les entreprises des bourgs et des cantons (EBC) ont permis l'enrichissement des ménages ruraux depuis le milieu des années 1980 d'une part, et ont polarisé le travail non agricole durant la même période d'autre part. Les entreprises privées succèdent aux entreprises

collectives pour devenir la fraction la plus importante et la plus dynamique des entreprises rurales. Yang (2005) démontre qu'au début des années 2000 96,6 % des entreprises rurales sont des entreprises privées (dont les propriétaires ont des liens étroits avec les responsables locaux). Aussi, la spatialisation de l'industrialisation rurale est hétérogène selon les régions. Les entités littorales (Shanghai, Jiangsu et Zhejiang) sont davantage marquées par le processus industriel que la province de l'Anhui, encore rurale agricole (Aubert, 2005), dont le cortège des migrants paysans est particulièrement important. La pluriactivité est ainsi plus intense dans les régions les plus riches, les plus littorales, les plus urbanisées.

« Le lancement d'une activité non agricole demande un certain capital, voire un certain niveau d'éducation ou de qualification. Ces coûts d'ajustement peuvent réduire, au moins à court terme, le revenu des ruraux » (Yang, 2005 : 24). Aussi, l'insertion des campagnes et des communautés dans des activités non agricoles (secondaires et tertiaires) sont corrélées à l'historicité post-maoïste de transition d'un système collectif et agricole vers un système multifonctionnel et atomisé en relation à la ville. En ce sens, les deux décennies de développement rural par les changements structurels induits par les EBC ont réuni les conditions nécessaires et favorables pour que les communautés rurales (paysannes ou non) cumulent un capital (social, technique et économique) suffisant pour se lancer dans de nouvelles activités. Plus encore, l'exploitation des complémentarités entre les différentes activités rurales semble marquer la décennie 2010 (Yang, 2005). Le processus de la pluriactivité prend forme à la fin de la décennie 1990 avec la stagnation relative des entreprises rurales (EBC) et la possibilité nouvelle pour les foyers ruraux de se tourner vers des activités tertiaires (He *et al.*, 2004).

Dans ce cadre, les coopératives (*hezuoshe*) constituent de nouvelles entités économiques et sociales très souples (en termes de propriété et de gestion) et polarisant aisément des capitaux. Ces coopératives sont spécialisées (*zhuanye*) par un domaine économique. Les systèmes coopératifs par part (*gufen hezuozhi*) ou coopératives par part (*gufen hezuoshe*) correspondent à un mélange de propriétés collectives et de parts de gestionnaires (Aubert, 1996, Ren, 2011 et Hoering, 2011). Ces coopératives rassemblent des individus d'une même communauté villageoise réunis afin d'assurer la pérennité des activités locales autour de la terre (agriculture) ou d'autres domaines. La coopérative est intimement articulée au comité de villageois et à la cellule locale du Parti. Souvent, les actionnaires et/ou

leaders de la coopérative ont aussi un rôle dans le comité ou le Parti communiste en tant que cadres<sup>5</sup>.

Le village est l'objet d'une importante diversité des emplois et des formes de contractualisation du travail. La sociologue Isabelle Thireau propose la typologie suivante : « ceux qui perçoivent un salaire en échange d'une activité réalisée au sein de leur village d'origine ; ceux qui sont " à leur compte " ou indépendant - *self-employed* dans leur village ; ceux qui travaillent à l'extérieur du village où ils résident ; et enfin les migrants qui s'éloignent de leur village pendant plusieurs mois, voire plusieurs années » (Thireau, 2002 : 10). Aussi, les entrepreneurs sont en lien permanent avec le bourg ou la ville la plus proche. « Les parcours socioprofessionnels des entrepreneurs privés sont variés. Certains sont d'anciens paysans qui se sont engagés dans des activités privées d'appoint à seule fin d'accroître des revenus agricoles trop maigres ; ils ont d'abord été entrepreneurs individuels avant de transformer leurs activités en entreprises privées » (Guiheux, 2003 : 38).

Le développement du tourisme dans les campagnes devient un outil de développement local à maîtriser. Le processus touristique permet d'attirer des investisseurs dans les zones rurales (pas uniquement dans les espaces périurbains), d'augmenter et de diversifier les revenus des ménages ruraux (paysans et non paysans), de renouveler les liens entre villes et campagnes, et par conséquent de diminuer les inégalités de développement entre les entités urbaines et rurales. Par ailleurs, cette activité économique permettrait de maintenir les populations rurales dans un cadre rural modernisé et développé, plutôt que de contribuer aux migrations des campagnes vers les villes (Park, 2014 ; Hu, 2009).

La participation (*canyu*) des communautés rurales, via des coopératives ou d'autres formes d'organisations collectives autour d'un leader dans le processus touristique polarise l'intérêt de cadres villageois, des responsables des cellules locales du Parti et les individus eux-mêmes (Farsani *et al.*, 2010 et Briedenhann et Wickens, 2004). Par ailleurs, cette forme de tourisme où les foyers paysans forment la base du produit touristique (accueil, hébergement, restauration voire activités d'animation) attire l'attention des voyagistes, autres professionnels du tourisme et d'universitaires spécialistes des questions de tourisme. En effet, l'intégration des communautés rurales dans le projet touristique à l'échelle du village contraste avec les sites touristiques gérés par des compagnies spécialisés, des investisseurs et d'acteurs gouvernementaux. C'est bien l'idée d'un développement par le bas (*bottom-up*) qui

---

<sup>5</sup> « Selon le Centre de recherche d'économie rurale du ministère de l'Agriculture, 40 % de ces organisations sont " fausses ". L'objet essentiel de ces organisations serait d'obtenir des subsides du ministère. Bon nombre d'entre elles sont contrôlées par des paysans riches et puissants » (Hoering, 2011 : 32).

prend forme et d'une relance des débats sur le développement économique, social, voire politique, des populations rurales (en particulier paysannes) (Barthélemy, *et al.*, 2004 ; Rodriguez *et al.*, 2011 ; Wu *et al.*, 2015). Cette forme de tourisme répondrait partiellement à la crise agricole, aux migrations des populations les plus démunies, et inclurait localement les populations dans une démarche nouvelle.

### 1.3 Diversification et hiérarchisation des professions en fonction des types de lieux

Le développement local du tourisme produit un renouvellement des emplois, dans la continuité de la réintroduction de la pluralité des métiers et de sources de revenus depuis le lancement des réformes.

Les observations et entretiens dans les différents lieux de l'enquête ont permis d'établir une liste des professions selon les quatre types de lieux touristiques. L'introduction de l'activité marchande du tourisme a non seulement changé le volume des recettes locales, mais aussi intégré des professions et des savoir-faire inédits. Les emplois liés au tourisme peuvent être directs ou indirects. Dans le premier cas, les emplois (ou revenus) sont réservés aux villageois et aux responsables de gîtes ou chambres d'hôte. Les emplois dits indirects se répartissent eux entre certains villageois, aux employés sur le site et aux individus en lien plus ou moins direct avec le site touristique (paysans fournissant des produits, personnels d'entretien ponctuels, entreprises locales ou extra-locales).

	<b>Emploi direct</b>	<b>Emploi indirect</b>
<b>Bourg</b>	Restaurateurs, serveurs, commerçants, hôteliers, guides, billetterie, personnels d'entretien, artistes	Serveurs, restaurateurs, entreprise de construction, voyagistes, commerçants, hôteliers, entreprise d'horticulture et de sylviculture, architectes-urbanistes et paysagistes, artistes
<b>Village</b>	Restaurateurs, hôteliers, guides, animateurs, agriculteur, personnels d'entretien, commerçants, billetterie	Entreprise de construction, entreprise d'horticulture et de sylviculture, architectes et paysagistes
<b>Parc agro-touristique</b>	Restaurateurs, serveurs, hôteliers, guides, animateurs, billetterie, agriculteurs, personnels d'entretien	Entreprise de construction, entreprise d'horticulture et de sylviculture, architectes et paysagistes
<b>Parc naturel</b>	Restaurateurs, serveurs, hôteliers, guides, billetterie, porteurs, personnels d'entretien	Voyagistes, hôteliers, serveurs

**Tableau 61 – La répartition des emplois selon les types de lieux.**



Le volume de population dans les bourgs étant plus important que dans les autres lieux, la densité des emplois évoqués (tableau 61) est plus élevée. Par ailleurs, le développement touristique des bourgs donne une fréquentation touristique particulièrement importante. Ainsi, les emplois indirects sont-ils principalement répartis entre des acteurs extérieurs au lieu. Ces derniers interviennent dans le développement touristique du lieu suivant deux branches distinctes : l'aménagement et la transformation morphologique du lieu d'une part et le secteur des services d'autre part.

La transformation structurelle de l'emploi concernant les trois autres types de lieux est sensiblement similaire. Les populations locales changent de métiers et se répartissent dans deux branches : les services d'une part, et l'entretien et l'animation du site d'autre part.

Dans chaque cas, les lieux sont étroitement liés aux entreprises de construction et d'équipements (maçonnerie, plomberie, couvreur, charpenterie) situées dans des villages voisins, plus généralement dans les bourgs. Les entreprises de sylviculture et d'horticulture sont parfois situées dans les périphéries de villes grandes et moyennes, parfois situées à l'étranger ou dans des provinces chinoises lointaines. Des espaces de développement différencié dans les campagnes émergent. Des pôles d'attraction pour des populations exogènes, trouvant un emploi au sein du lieu (restaurateur, services, guide, chauffeur, marchands) à travers des emplois directs et indirects ou d'emplois induits, produisent une mutation économique et sociale nouvelle.

## **1.4 Le développement local par la participation au tourisme des communautés locales**

### ***1.4.1 Une forme nouvelle de développement endogène***

Le développement local peut être appréhendé comme « la dynamique multidimensionnelle et multisectorielle au sein d'une société locale consistant en la construction et la réalisation d'un projet de développement autocentré et endogène de cette société » (Plet, 2003 : 251). Cette forme de développement contraste avec les politiques d'aménagement du territoire centralisées. Le développement de l'économie locale par une synergie d'acteurs touristiques régionaux et extrarégionaux permettrait l'augmentation des budgets des collectivités locales et la modernisation des infrastructures, là où les gouvernements locaux chinois depuis le début des années 1980 sont seuls responsables dans la recherche de finances. Par conséquent, le tourisme comme sous secteur du tertiaire jouerait un rôle moteur dans l'économie locale des espaces ruraux (Violier, 2008). De nouveaux schémas économiques émergent dans les campagnes.

Les théories classiques d'économie spatiale (théorie de la base économique, de la localisation (Aydalot, 1985 ; Pecqueur, 1996) différencient deux types de fonctions – celles, dites « motrices » qui constituent la base économique du territoire – et celles dites « induites » dépendantes de la consommation locale (Chevalier, 2009 : 7). Les activités tertiaires liées au tourisme croissent de manière importante dans les espaces ruraux du delta et constituent un nouvel élément dans les créations d'emploi. « Généralement cette croissance repose sur un processus endogène d'induction locale. Ces activités se développent sous l'impulsion de la dynamique résidentielle et touristique et d'une croissance plus affirmée de la population dans les communes rurales » (Chevalier, 2005 : 27).

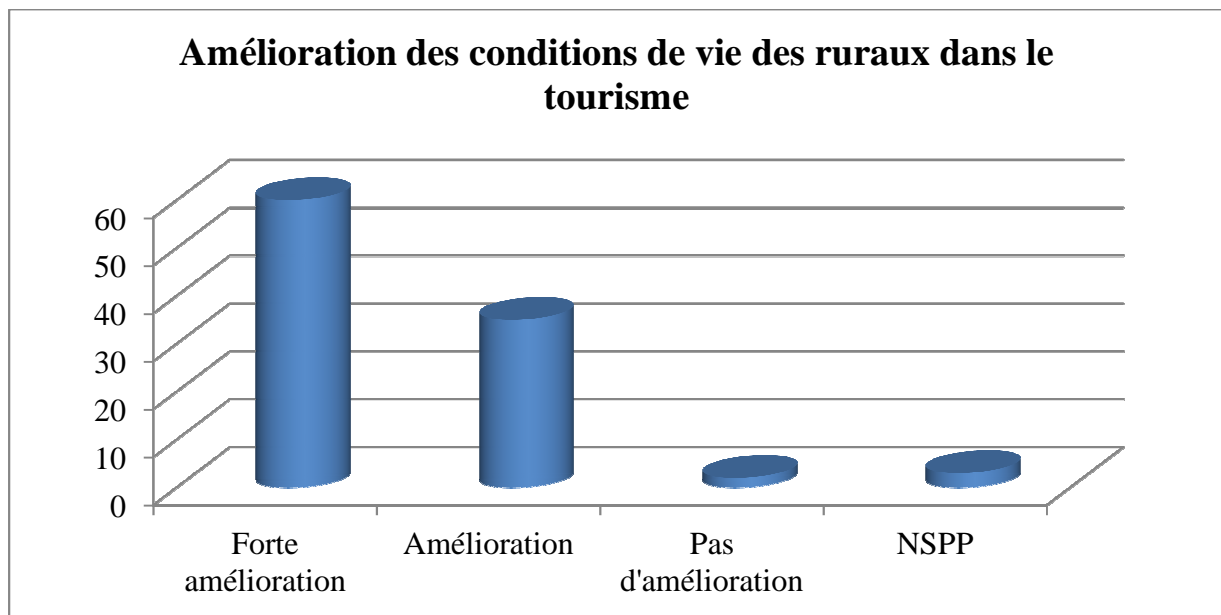
Le village est au cœur des transformations économiques et sociales induites par le tourisme. Le village connaît une nouvelle phase de son développement. Du fait de son inscription dans des guides, des panneaux publicitaires et d'éventuels reportages de télévisions (locale ou nationale), le village et les communautés rurales qui le composent se dotent d'une importance subjective augmentée. Par ailleurs, le développement local permet une amélioration technique et technologique parfois sans précédent. « La modernité du nouveau village n'est pas seulement le fait de ces nouvelles formes architecturales, morphologiques et spatiales. C'est l'introduction de nouvelles technologies qui n'étaient auparavant possible de trouver que dans les villes (eau chaude, système d'égouts, climatiseur, gaz, câble digital, internet, etc.) » (Bray, 2013 : 66).

#### ***1.4.2 Les ruraux dans le tourisme : jeune génération et activité agricole limitée***

Au cœur de ces dynamiques locales, les communautés rurales constituent à la fois les acteurs à la base de la promotion et de l'offre touristique. Le changement de métier des ruraux, passant de l'agriculture à une diversification des revenus, des savoir-faire et des relations sont autant de critères expliquant la mobilité professionnelle. Aussi, les motivations de développer une activité marchande touristique à partir de son corps de ferme et d'un lopin sont protéiformes et non limitées à un simple gain économique. Le développement local dans les campagnes est le produit d'un formidable renouvellement des logiques entrepreneuriales.

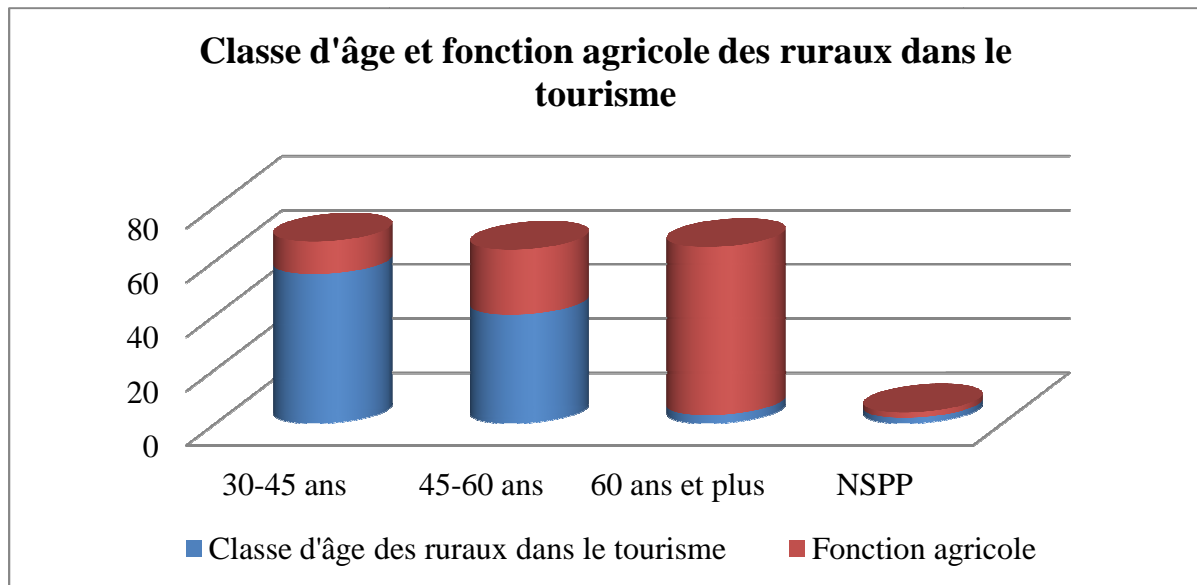
Le profil des prestataires de services touristiques se distingue du reste des ruraux, notamment ceux dont les revenus sont principalement issus de l'agriculture. Les dynamiques périurbaines décrites par les universitaires chinois de locations de lopins et de chambres aux citadins le week-end semblent être une forme inédite animant la pluriactivité dans les campagnes (Su, 2008). La logique de multifonctionnalité du lieu à travers le développement de services touristiques nécessite des investissements importants, dont la rentabilité peut être

assez longue. Aussi, la participation pragmatique de la communauté et sa capacité à s'organiser en commun au sein d'organisations collectives permettent de stabiliser la situation économique. Dans ce cadre, les politiques d'incitation des instances villageoises locales et du district rural jouent pleinement dans l'orientation touristique du village mais aussi en termes de finances et d'investissement.



**Graphique 27 (en %).**

Le graphique 27 témoigne de l'amélioration des conditions matérielles et plus généralement des conditions de vie des ruraux ayant une activité dans le tourisme. En effet, l'augmentation des revenus des foyers ruraux permet de se munir de nouveaux équipements, en particulier pour l'aménagement du domicile et l'achat d'un véhicule (éventuellement un second). Plus de la moitié des ruraux avec lesquels nous nous sommes entretenus, admettent que le tourisme a contribué à augmenter leur niveau de vie et à changer leurs quotidiens. En 2012, les enquêtes révèlent que 45 % des ruraux dans le tourisme possèdent deux véhicules.



**Graphique 28 (en %).**

Les activités de prestations de services semblent être segmentées par des classes d'âge entre la génération des 30-45 ans et des 45-60 ans largement majoritaires. Pour autant, une forte corrélation se dessine entre activité tertiaire et faible activité agricole. En effet, le graphique montre une division du travail au sein même des générations dans les familles et dans les villages. Les générations les plus âgées travaillent aux champs (plus de 60 % des individus de plus de 60 ans).

La figure du pionnier dans l'activité touristique au sein de la communauté joue de manière décisive pour les ruraux. La reproduction de l'expérience (nouvelle pour le village) participe à la diffusion et au développement de la formule restauration et hébergement (De Myttenaere, 2007 ; Oredégbe et Fadéyibi, 2009). « Il faut donc tenir compte de la diversité des notables villageois et du fait que ces personnages peuvent porter plusieurs casquettes, celle du Parti, celle du lignage ou celle de l'entreprise » (Chevrier, 2000 : 49).

Les logiques de mise en œuvre sont plurielles. C'est une façon pour les ruraux d'ouvrir son espace de vie à l'étranger. En plus d'une logique de diversification des revenus, la logique de sociabilité est une dimension importante. L'économie s'articule au réseau de relations sociales. Les interactions sociales entre les individus autochtones (ruraux prestataires) et les individus allochtones (touristes citadins) témoignent de la relation marchande comme forme de sociabilité.

Les logiques de complément des revenus agricoles par le tourisme s'articulent avec des logiques de supplantation de l'agriculture par le tourisme. L'articulation entre projet de vie et projet professionnel prend un sens spécifique au sein des familles et des expériences et

des statuts des individus au sein de la communauté villageoise. « Ces exploitants nouent des relations avec des prestataires touristiques variés (acteurs touristiques locaux et régionaux) et prennent part à des démarches volontaristes et dynamiques de promotion » (De Myttenaere, 2007 : 59).

L'activité touristique doit être analysée comme une stratégie des familles<sup>6</sup> ne trouvant plus dans l'agriculture mais aussi dans les autres revenus non agricoles des activités rentables. Le complément puis, la supplantation ou plus exactement la domination des recettes touristiques permet de maintenir et d'améliorer l'agriculture, d'augmenter son niveau de vie (achats de véhicules, équipements modernisés du foyer, finance supplémentaire pour la famille) et d'accéder à un statut nouveau de prestataire. Dans ce sens, le gîte peut servir parfois à l'affirmation du statut social de l'individu et de vitrine pour l'exploitation touristique.

L'individu devenu prestataire de services est au cœur de la réussite de son activité. Il est à la fois un gestionnaire de personnel<sup>7</sup>, un gestionnaire de biens (Gautrat, 2004 : 84) (restaurant, gîte voire infrastructures de jeux) et un gestionnaire d'offre touristique. Ce dernier met tour à tour en valeur son restaurant, son gîte, ses chambres et ses activités connexes (point de ventes directes de produits, liens avec des ruraux pour la commercialisation du thé, du riz, de fruits et légumes). « Ce qui attire un récréant vers un espace est varié et combine souvent le naturel et l'artificiel, c'est-à-dire des potentialités mises en avant par une structuration des équipements » (Chevalier, 2009 : 64).

Les gestionnaires créent à travers le gîte et le restaurant des lieux inédits, où les noms, la physionomie, les aménagements intérieurs, la diversité des prestations et la sociabilité (Desmichel, 2011) composent une mise en scène particulière de l'espace d'accueil marchand.

---

<sup>6</sup> La culture patriarcale est au centre de l'organisation sociale traditionnelle. Ceci perdure encore aujourd'hui. Le développement touristique d'un gîte est avant tout un investissement pragmatique de la famille où chaque membre joue un rôle précis. Les relations entre les différents membres d'une famille sont matérialisées par une entraide des enfants envers les parents et réciproquement (Attané, 2002). Ce sont les générations des 30-50 ans qui stimulent le développement des prestations touristiques, tandis que les générations de parents (au-dessus de 50 ans) poursuivent une activité agricole.

<sup>7</sup> La présence du restaurant implique des besoins théoriques et réels de main-d'œuvre (emplois directs, temporaires, permanents, induits et indirects) (Mathieu, 1995). « Des emplois sont induits par le fonctionnement de l'entreprise au travers de son activité propre (approvisionnement, entretien, maintenance). Des emplois indirects sont induits par la fréquentation de l'entreprise y compris auprès des autres hôteliers-restaurateurs (hébergement, restauration, accompagnement des visiteurs) » (Etcheverria, 2011 : 66).

## **2. Organisation des sociétés locales et processus touristique : une organisation collective par le bas**

---

Les chercheurs chinois ont décrit les différentes catégories d'organisation des sociétés locales incluses dans le processus touristique dans les campagnes. Les catégories couvrent un large spectre allant d'initiatives individuelles à l'échelle d'une ferme proposant des points de ventes de produits locaux, des repas et parfois un hébergement à des villages entiers, organisés collectivement dans l'accueil et l'animation touristique. Ces différentes formes offrent un cadre privilégié d'un développement local par le bas corrélé à des politiques nationales de développement rural et touristique. Citons les 6 catégories identifiées par les chercheurs chinois (Su, 2011 et 2012 ; He *et al.*, 2004 ; Zheng et Zhong, 2004 ; Shao, 2007 ; et Hu, 2007 et 2009). Cette hiérarchisation de l'organisation locale pour développer le tourisme donne lieu à une modernisation différenciée des familles rurales.

### **2.1 L'initiative commerciale individuelle**

Elle est représentée par le nom générique de Nongjiale<sup>8</sup> est la base de la relation commerciale et de la prestation touristique dans les campagnes.

Cette catégorie (informelle)<sup>9</sup> est articulée à des lieux de tourisme gérés et développés par les gouvernements locaux et des entreprises privées (hauts lieux, parcs, villages dont la fréquentation touristique est forte, soit plusieurs centaines de milliers de touristes nationaux et internationaux par an). Cette relation commerciale avec des touristes est initiée par un paysan pouvant recevoir l'aide de membre, de sa famille. La prestation reste simple et peu sophistiquée : couvert, éventuellement point de vente, parfois hébergement (avec un niveau de confort minimum). L'individu est indépendant de toutes normes institutionnalisées à l'échelle d'un lieu touristique.

La logique commerciale s'inscrit dans une complémentarité d'activités et des revenus de l'agriculture. L'investissement financier dans l'activité touristique est réduit au minimum (équipements de cuisine et de table ; panneaux de décoration et d'indication de la ferme sur le bord de route). Les revenus générés par l'activité touristique ponctuelle contribuent à la

---

<sup>8</sup> Le nom de Nongjiale est une marque désignant l'activité marchande touristique de foyers paysans. Ce n'est pas un label institutionnalisé, mais la diffusion à travers l'ensemble du territoire chinois a permis le développement du tourisme à la campagne par une instrumentalisation de ce nom, afin de permettre aux citadins de distinguer un foyer paysan proposant l'accueil touristique d'une ferme paysanne lambda.

<sup>9</sup> L'activité commerciale n'est pas l'objet d'un enregistrement au comité du village ou de la cellule locale du Parti. Malgré la proximité d'un lieu touristique, le paysan ne participe pas administrativement parlant aux recettes touristiques du village. L'activité est déconnectée du processus réglementaire (tarif, hygiène, normes) tout en étant articulée au lieu. Les autorités connaissent l'ampleur des activités, mais n'interviennent qu'en cas d'excès. Les paysans se voient alors soumis à des taxes supplémentaires voire à des intimidations.

modernisation du bâti, l'achat d'engrais, de matériels agricoles et éventuellement d'un véhicule d'occasion. L'activité marchande ne supplante pas l'activité agricole ou d'autres activités. L'exploitation de complémentarité est dans ce cas la logique la plus opératoire, utilisant le temps intra-annuel de l'agriculture et celui de la fréquentation touristique.

Cette forme de relation marchande s'illustre également par l'itinérance de points de vente le long des routes à proximité de lieux touristiques. La vente de fruits et légumes (voire de fleurs) du printemps à la fin de l'été est une activité importante pouvant générer des revenus suffisants pour compléter d'autres activités. La commercialisation de tels produits nécessite un réseau de relations solides dans les campagnes et de structurer les fournisseurs. En effet, les fruits et légumes ne sont pas toujours issus des productions paysannes locales. Le cas de la vente d'arbouses le long des routes du lac Tai, sur l'île de Xishan et la presqu'île de Dongshan est évocateur. Cette région du Jiangsu produit ces fruits durant la période de la fin mai à juillet. Pourtant, de nombreux paysans vendent des paniers de fruits à proximité des sites touristiques, le long des routes et parfois dans les gares routières et ferroviaires dès le mois d'avril. Ces paysans sont en lien avec des réseaux de producteurs de la province du Zhejiang dans des localités à 300 ou 400 km au sud du Jiangsu. L'afflux de touristes et le développement touristique structurent des réseaux de marchands ruraux entre les provinces autour d'un ou plusieurs produits<sup>10</sup>.

D'autres relations marchandes peuvent entrer dans cette catégorie. Des paysans peuvent proposer un service original au sein d'un village. Citons l'exemple d'un paysan dans le village de Tangmo (Anhui – municipalité de Huangshan) interpellant les touristes dans le village afin de leur faire visiter sa propre demeure et de prendre des photos depuis le toit pour admirer le paysage villageois et agricole environnant<sup>11</sup>.

## 2.2 Les fermes individuelles

Les fermes individuelles (*geti nongzhuang*) constituent une forme de marchandisation et de participation au processus touristique plus élaborée que la forme précédente. Les statistiques chinoises distinguent les entreprises individuelles ou *getihu* (sept salariés maximum) des entreprises privées (plus de sept salariés).

La relation marchande est d'un niveau plus élevé que la simple démarche isolée d'un individu. Ici, la famille joue le rôle majeur dans l'accueil touristique et l'éventuelle animation.

---

<sup>10</sup> Observations et entretiens dans l'aire périurbaine de Suzhou, sur le pourtour et île du lac Tai (Xishan et Dongshan) en 2010, 2011 et 2012.

<sup>11</sup> Entretien et observations en avril 2011 dans le village de Tangmo.

La complémentarité avec l'agriculture est déterminante. Les investissements financiers pour équiper le foyer afin d'accueillir des populations touristiques sont parfois importants. La transformation de la ferme avec l'aménagement d'une salle de restauration, de chambres et un parking nécessitent des fonds recueillis à l'aide des revenus touristiques et de l'entraide entre les membres d'une même famille<sup>12</sup>.

Le travail et les tâches sont répartis entre les différents membres de la cellule familiale rurale. L'entreprise familiale individuelle et ses activités marchandes sont enregistrées aux instances politiques et d'administration du village (comité de villageois et cellule du Parti). Le canton et le bourg ont également connaissance des activités des familles (en particulier lorsque l'activité touristique concerne plusieurs foyers).

L'ampleur de la dimension touristique est bien supérieure à l'activité ponctuelle des initiatives individuelles en termes d'échelle et de portée. L'activité commerciale constitue une forme entrepreneuriale indépendante entretenant des liens avec une population touristique urbaine fidélisée. L'activité touristique peut supplanter l'activité agricole. Cependant, le foyer paysan reste proche de réseaux de paysans pour s'approvisionner en produit agricole.

La location de lopins de terre à cultiver réservés aux citadins peut contribuer à l'offre touristique de la ferme et compléter les revenus.

### **2.3 La forme de la coopération entre plusieurs foyers ruraux (ou familles paysannes)**

La coopération constitue le troisième type de participation au processus touristique. Cette forme diffère des deux précédentes par la spécialisation de la famille ou du groupe de familles dans un produit touristique (*yi hu yi zhuan ye xiangcun liyou*). L'objectif de cette forme collective de participation et d'organisation du processus touristique vise à moderniser et augmenter les revenus agricoles en s'appuyant sur le développement touristique.

Les activités sont connues des instances villageoises et sont plutôt bien perçues. L'augmentation du niveau de vie et l'organisation collective participent au développement rural en procurant des richesses aux gouvernements locaux, souvent en quête de ressources pour les finances locales (retraites, infrastructures, équipements et budget global). Le budget des revenus du tourisme participe à la vitalité de l'économie agricole du village introduisant une sorte de complémentarité entre des familles orientées vers l'accueil à la ferme et des foyers paysans maintenus dans l'agriculture.

---

<sup>12</sup> Entretien en mai 2012 avec M. Zhang, paysan dans le Zhejiang (village de Shuikou), dont la ferme est équipée pour l'accueil des touristes.



À l'instar de la forme précédente, la location d'un lopin de terre à mettre en valeur, réservé aux citadins accroît l'attractivité de la clientèle urbaine.

#### **2.4 Synergie entre entreprise privée et paysans**

La quatrième forme correspond à une synergie entre une entreprise privée et des paysans pour développer un produit touristique à l'échelle d'un village (*gongsi jia nonghu*).

Cette forme est initiée par les autorités locales (soit le comité du village, soit la cellule du Parti, soit les deux). Ces dernières sont en lien avec une entreprise privée spécialisée dans le tourisme qui intervient dans le développement du produit touristique au sein du village. La compagnie loue à bail les terres du village afin de développer les infrastructures touristiques. Les foyers ruraux sont associés au projet. Ils suivent les orientations suggérées par la compagnie à la fois en termes de gestion des gîtes et chambres d'hôtes, de la tarification des repas et des nuitées, mais aussi dans l'animation du village (jeux, attractions, festivals, guides). Les professionnels du tourisme apportent l'aide technique, les normes et les contacts avec les voyageurs afin de rentabiliser le village devenu lieu touristique.

Dans ce cadre, les familles paysannes augmentent leurs revenus. Cependant, les niveaux de dépendance aux professionnels du tourisme et aux autorités locales sont accrus. L'aide apportée par l'entreprise est compensée par une captation des recettes touristiques.

#### **2.5 Associations paysannes, entreprise privée et paysans**

La cinquième et avant-dernière forme correspond à une synergie entre une entreprise, une association et des paysans (*gongsi jia xiehui jia nonghu*).

Les paysans se réunissent dans une association (*xiehui*) représentée par le comité de villageois. Chaque foyer possède une part active au sein de l'association, au sein de laquelle il est représenté par un membre de la famille paysanne (le plus souvent le père, chef de famille).

L'entreprise apporte des savoir-faire et des financements. Elle est en constante relation avec les paysans via l'association pour l'établissement des tarifs, des normes et des standards. Les paysans sont employés par l'entreprise comme guides, animateurs, billetteries, entretien du site. L'entreprise et l'association s'accordent pour la redistribution des recettes en parts égales à l'ensemble des foyers paysans. L'entreprise assure la jonction avec les professionnels du tourisme afin d'attirer la clientèle.

L'institutionnalisation d'un nouveau schéma économique se met alors en place. Au sein du village, chaque acteur a un rôle déterminé et cloisonné. Les autorités locales sont à l'origine d'un tel schéma de développement, s'assurant ainsi des recettes non négligeables

pour la modernisation de la communauté et des infrastructures villageoises. Ce modèle constitué depuis le milieu des années 2000 semble être en voie d'épanouissement. Le succès économique de plusieurs villages dans les provinces du Zhejiang, du Jiangsu, mais également en dehors de la zone d'étude, témoigne d'un certain engouement des communautés rurales à s'organiser dans ce sens pour développer le tourisme local.

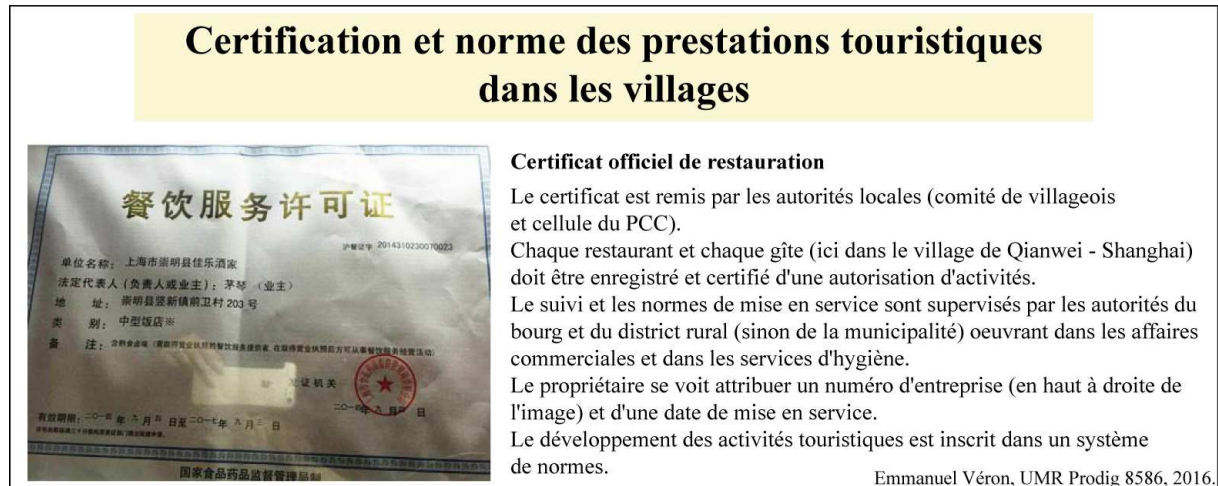


Figure 47.

## 2.6 Gouvernements locaux, entreprise privée et organisation paysanne

La sixième et dernière forme correspond à la participation active des gouvernements locaux et centraux (Pékin) dans le développement touristique d'un lieu (d'un village dans la majeure partie des cas).

Par conséquent, les lieux ont une capacité d'accueil et une échelle supérieures aux formes décrites précédemment. Les lieux font l'objet d'une transformation complète pour et par le tourisme. Dans ce cas, les lieux sont transformés ou créés par le tourisme, à la différence des autres formes où la dimension « subversive » domine.

Les gouvernements locaux réquisitionnent les terres des paysans à l'échelle d'un village naturel voire de l'ensemble d'un village administratif. Puis, le gouvernement s'organise afin d'employer l'ensemble des communautés rurales à travers des entreprises au sein du site touristique. Par ailleurs, le comité de villageois et la cellule du Parti en lien avec le canton et le bourg (comité et Parti) « ouvrent » le village aux investisseurs et entrepreneurs pour développer le site. Ces derniers acteurs sont susceptibles de prendre part aux changements structurels de l'emploi rural en employant une partie des communautés paysannes. Enfin, les paysans peuvent eux-mêmes créer leur propre entreprise employant à leur tour une main-d'œuvre locale.

Cette dernière forme renouvelle profondément le marché et la structuration de l'emploi. La contractualisation du travail (avec un système de salaire mensuel et des primes annuelles) restructure les relations à l'argent et la gestion des budgets des familles et des individus.

### Réunion de la cellule du PCC - Gestion et orientation de l'activité économique des gîtes



Sources : site Internet de la cellule du PCC du village de Shuikou.  
<http://www.shuikoudq.com/content/?2323.html>

Réunion de la cellule du Parti communiste du village de Shuikou en août 2016.

L'objet de la réunion est d'opérer un suivi de la gestion du produit touristique rural dans le village de Shuikou.

Les membres du Parti sont présents, ainsi que quelques responsables de gîtes invités.

Les réunions de ce type sont mensuelles et signalent bien l'intervention et le suivi du Parti dans le développement touristique du village.

Des réunions communes aux deux villages sont organisées plusieurs fois par an (avec ou sans les représentants du Parti aux échelons supérieurs).

Ces réunions sont généralement suivies d'un repas dans les principaux gîtes, dont le restaurant permet de recevoir plusieurs dizaines d'individus (jusqu'à plus de 100 personnes).

Emmanuel Véron, UMR Prodig 8586, 2016.

Figure 48.

Ces six catégories décrites dans un ordre d'importance de l'ampleur du tourisme, du nombre d'acteurs et de l'intervention des autorités (centrales, provinciales et locales) ne sont pas figées. La première catégorie peut être un stade initial de la mise en tourisme d'un lieu. En effet, l'évolution de la première catégorie vers une catégorie où l'activité touristique domine l'activité agricole en termes de revenus, d'emplois et de morphologie du lieu. La progression d'une forme à une autre (trajectoire ascendante du lieu) est intimement liée à l'intervention des acteurs locaux (comité de villageois et Parti) en lien avec des acteurs privés. La fréquentation touristique et l'intensification des infrastructures seront augmentées.

Le gîte a évolué en termes de gestion au cours de la dernière décennie. L'introduction en 2007 (1<sup>er</sup> juillet) d'une nouvelle loi d'encadrement des coopératives spécialisées dans les campagnes va donner une structuration renforcée et nouvelle des communautés rurales évoluant dans le tourisme (Hu, 2009). Par conséquent, les deux dernières formes décrites plus haut vont être l'objet d'une nouvelle gouvernance répartie entre quatre types distincts.

- Le centre de services touristiques des gîtes (*nongjiale liyou fuwu zhongxin*) d'initiative gouvernementale, aménage, choisit et gère le site touristique. Ce type est opératoire à

l'échelon non pas du village mais celui du bourg ou du canton, pouvant ainsi opérer dans plusieurs villages administratifs.

- L'association des gîtes (*nongjiale xiehui*) vise à regrouper les paysans en association via le gouvernement local (comité de villageois et Parti communiste) pour la gestion des fermes touristiques. C'est la forme la plus répandue dans la gestion des villages transformés par le tourisme.

- Les Sociétés de services touristiques (*liuyou fuwu gongsi*) regroupent les fermes d'un ou plusieurs hameaux et gèrent la « touristification » de ce qui, désormais, est un site touristique à une échelle large (fréquentation touristique et capacité d'accueil).

- Les coopératives des gîtes (*nongjiale lianheshe*) sont recomposées après l'adoption de la loi de 2007 (anciennement des organisations en coopérative spécialisée – *zhuanye hezuoshe zuzhi*). Elles émanent directement de la législation nationale sur la spécialisation des paysans en coopération (*zhonghua renmin gongheguo nongmin zhuanye hezuoshe fa*) de 2007. Ce modèle, plus récent, est en plein essor. La coopérative des gîtes appartient à l'organisation économique paysanne constituée de cinq membres minimum. Le représentant de chaque organisation participe aux réunions et activités du comité villageois, il est parfois membre de la cellule du Parti locale.

## Diversité morphologique des biens touristiques : gîtes et restaurants



1. Restaurant en démarche individuel à proximité du site de Xishashidi (Chongming- Shanghai) (juillet 2012).
2. Corps de ferme d'un paysan proposant restauration et hébergement dans une démarche individuelle (Pudong - Shanghai) (avril 2009).
3. Gîte sur trois niveaux dans le village de Qianwei en association (Chongming) (juin 2012).
4. Gîtes dans le village de Guzhu sur trois niveaux (Changxing - Zhejiang) en association (avril 2010).
5. Salle de réception d'un gîte dans le village de Shuikou (association) (Changxing - Zhejiang) (avril 2010).
6. Gîte et restaurant en association dans le village de Lüxiang (lac Tai - Jiangsu) (juin 2012).
7. Salle de restaurant dans la ferme reconstituée de Qiansheng (Nankin - Jiangsu) (avril 2010).
8. Jardin et restaurant du site de Sanyuan en coopérative (Jinshan - Shanghai) (mars 2010).
9. Gîtes et restaurants en gestion par la compagnie Jinjiang (Jianshan - Shanghai) (avril 2009).
10. Gîtes et restaurants dans le district de Xianju (Zhejiang) en coopérative (mai 2012).

Emmanuel Véron, UMR 8586 Prodig, 2016.

**Planche photographique 19.**

### **3. Devenir prestataire de services touristiques : études de cas de quatre villages et leurs sociétés locales**

---

L'analyse de l'insertion des sociétés locales dans le tourisme a fait l'objet d'une attention particulière des prestataires de services au sein de villages transformés pour le tourisme. Cette partie propose une étude de cas de quatre villages répartis dans les quatre entités territoriales de la zone d'étude.

L'étude de cas permet d'appréhender la diversité des trajectoires des lieux et des sociétés locales incluses et acteurs majeurs du tourisme dans les campagnes. La concentration des exploitations ou gîtes témoigne de l'organisation spatiale des espaces ruraux et des communautés rurales.

Cette étude de cas examine les stratégies individuelles et collectives mobilisées, ainsi que les relations établies entre les différents acteurs en jeu dans le développement touristique d'un village. La nature des prestations est à mettre en relation avec le profil du prestataire.

#### **3.1 Les villages de Shuikou et Guzhu : terroir de thé et association des gîtes**

Localisés en fond de vallée à une vingtaine de kilomètres du lac Tai, les villages de Guzhu (2 567 habitants) et Shuikou<sup>13</sup> (3 818 habitants) dépendent du canton de Shuikou, lui-même dépendant du district rural de Changxing, au sein de la municipalité de Huzhou, dans le nord de la province du Zhejiang.

##### **3.1.1 Le développement local dans un espace rural en périphérie de la mégalopole**

Ces deux villages sont aujourd'hui l'objet d'un développement touristique important associant villages muséifiés, espace naturel des montagnes de Guzhu et des espaces culturels (mausolée de Lu Yu et temple bouddhiste).

Le tourisme est initié dans le milieu des années 1990. Quelques paysans aménagent un espace d'accueil pour les citadins afin d'offrir un repas et des points de vente directe de thés de la région. Au début des années 2000, les gouvernements du district et de la municipalité de Huzhou investissent dans la rénovation des infrastructures routières du village pour accroître le tourisme dans les villages<sup>14</sup>. Aussi, les paysans sont de plus en plus nombreux à offrir des

---

<sup>13</sup> Respectivement 18,8 km<sup>2</sup> et 11,75 km<sup>2</sup>. Le village de Guzhu est composé de 5 villages naturels ; le village de Shuikou est composé de 6 villages naturels.

<sup>14</sup> Nos observations (en avril, mai et octobre 2012) ont révélé que la sylviculture était présente dans l'environnement immédiat des villages de Shuikou et de Guzhu. Selon nos entretiens avec des exploitants locaux, un arbre peut se vendre jusqu'à 40 000 yuans l'unité. L'utilisation des arbres pour le développement et l'aménagement urbain est importante, surtout dans un contexte de « ville verte » de promotion environnementale et durable. Cet usage de l'arbre correspond à quatre types : les parcs urbains et périurbains ou autre espace public, la voirie (route et autoroute), les espaces désignés comme « écologiques » et plus ponctuellement dans

formules de restauration et quelques formules d'hébergement pour la clientèle de Hangzhou et de Shanghai essentiellement<sup>15</sup>.

La région est connue pour ses cultures de thés, mais aussi pour l'histoire du thé en Chine. En effet, le maître du thé Lu Yu (733-804) aurait rédigé le *Classique du thé (chajing)* dans cette région. Les autorités locales en lien avec la province du Zhejiang « réaniment » cette histoire locale et nationale en investissant dans la construction d'un mausolée à la mémoire du maître du thé. De profonds changements interviennent donc au milieu des années 2000. Les plans du mausolée (à l'aide d'investisseurs extérieurs au village) accolent à un temple préexistant un monumental mausolée, des galeries, un musée et un espace de repos pour la consommation du thé. L'édifice voit le jour à la fin de l'année 2009. Les autorités municipales et provinciales font venir du bois (séquoia) du Canada pour construire la charpente du mausolée.

Par ailleurs, le village est l'objet d'une coopération avec la société privée sino-américaine Seven Cups pour la production de thé. En effet, Mme Zhu Ping résidant en Arizona a développé des contacts avec une dizaine de familles du village afin de s'approvisionner en stock de thé qu'elle importe vers les États-Unis. Aussi, cette compagnie opère dans le tourisme, dont les villages de Shuikou et de Guzhu font partie avec d'autres villages en Chine (notamment dans la province du Yunnan)<sup>16</sup>.

Parallèlement à ses mutations, la fréquentation touristique ne cesse de croître. Les paysans sont organisés au milieu des années 2000 en association donnant un cadre standardisé à l'offre touristique : tarifs des nuitées, des repas, hygiène et d'éventuelles activités d'animation.

À partir de 2010, les certifications du site, la diversification et l'implication des acteurs locaux et extra-locaux suivent une progression sans précédent. Le village connaît une augmentation de la population, de la modernisation des infrastructures et du nombre de touristes par année.

---

les villas, grands hôtels. Les plantations d'arbres sont contemporaines du développement touristique accru des villages après 2006. Des parcs forestiers en exploitation sont à destination de la vente pour l'aménagement, tandis que des parcelles arboricoles de jujubiers sont destinées au tourisme.

<sup>15</sup> Le village est parfois appelé le village de Shanghai (*Shanghai cun*) tant le tourisme est dominé par une clientèle shanghaienne, plutôt âgée. <http://sh.eastday.com/m/20160214/u1ai9217744.html>

<sup>16</sup> Madame Zhu Ping est américaine d'origine chinoise. Elle l'une des responsables de la société Seven cups, basée à Tucson. Elle fait également partie de l'Institut pour la culture du thé chinois.

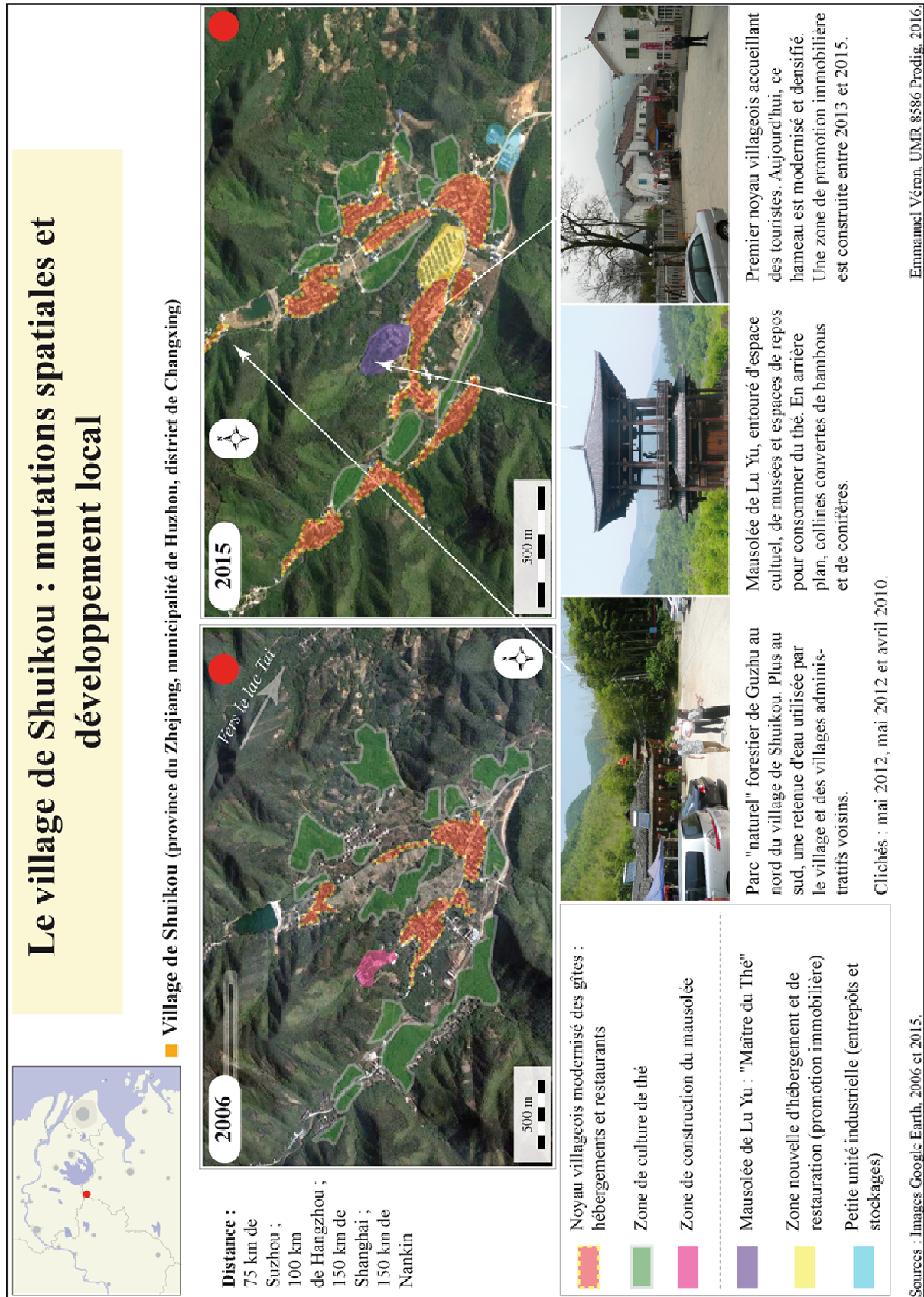


Figure 49.



Une extension de l'espace d'accueil touristique s'opère vers l'est (village de Shuikou) et dans les fonds de vallées adjacents au parc forestier de Guzhu dans le nord. Les gîtes suivent une standardisation organisée par l'association des gîtes des villages de Shuikou et de Guzhu (*Shuikou Guzhu cun nongjiale xiehui*), ainsi que par les instances de gestion du tourisme du district de Changxing (Bureau de tourisme et Comité du district), le tout supervisé par les autorités de ces mêmes échelons (du village au district). Les prix, la dimension des gîtes, les menus, ainsi que les offres annexes, sont contrôlés en vue d'homogénéiser l'offre. Les recettes touristiques issues des visites du mausolée et du parc forestier sont en partie reversées en parts égales aux différents foyers.

En 2012, Il y a environ 400 fermes<sup>17</sup> proposant chambres d'hôtes ou gîtes et des formules de restauration. Les deux villages de Guzhu et de Shuikou rassemblent environ 2 000 emplois directs dans le tourisme (hébergements, restaurations, guides, entretiens et commerçants). Le bureau de tourisme de Changxing enregistre le chiffre de 2,5 millions de touristes pour l'année 2015. L'activité touristique a produit une recette de plus de 450 millions de yuans. Le budget moyen par jour et par touriste est de 60 à 100 yuans (restauration et hébergement).


L'augmentation importante de la fréquentation touristique est marquée par l'intégration des voyageurs de la région (ainsi que les compagnies d'e-tourisme) à leurs réseaux marchands, une liste des gîtes pour opérer des réservations. Les villages ont ainsi périodiquement (en particulier de mars à octobre) une population touristique supérieure à la population rurale locale. Les autorités locales ont initié une réquisition de lopins (zone à proximité du mausolée – cf. figure 49) pour une promotion immobilière nouvelle transformant le paysage et l'emploi.

Les recettes touristiques assurent un revenu mensuel moyen par paysan de 17 600 yuans<sup>18</sup>. Les recettes touristiques ont permis au gouvernement local d'investir dans la modernisation du village. Au total, il y a environ 63 millions de yuans d'investissements dans les infrastructures routières, les équipements (réseaux, chauffe-eau), l'agriculture, la sylviculture et une station d'épuration ainsi qu'une usine d'eau minérale. Par ailleurs, les recettes du tourisme permettent la restauration et l'extension des espaces culturels de la vallée d'une part et un entretien des terroirs de thé environnant les villages naturels. La création d'un label local de thé a permis en complément de la trajectoire touristique du village une augmentation forte du prix de vente du kilogramme de thé.

---

<sup>17</sup> Le site comptait moins d'une centaine de gîtes au début des années 2000 (Hu, 2009).

<sup>18</sup> <http://www.shuikoudq.com/about/?1197.html>




2016

2 km


## Modernisation rurale et nouvelle morphologie du bâti

■ Espace villageois initial (Shuikou)  
■ Espace villageois touristique en extension (Guzhu)


Sources : Image Google Earth, 2016.




1




2




3




4



5



6



7

1. Fermes, maisons et restaurants en voie de modernisation et de densification dans le noyau villageois touristique initial (avril 2010).

2. Gîtes et chambres d'hôtes en fond de vallée dans le noyau villageois initial (avril 2010).

3. Vue depuis le mausolée de Lu Yu. Panorama sur le village de Shuikou (mai 2012).

4. Gîtes nouvellement construits dans le secteur touristique en extension (parcs, jardin et utilisation du bois) (avril 2010).

5. Cour intérieure du gîte (4) avec aménagement paysager (bonsaï, utilisation de la pierre et du bois) et restaurant (avril 2010).

7. Gîtes en construction dans le secteur touristique en extension (utilisation de la pierre, parpaing) (octobre 2012).

6. Manutention d'arbres en pépinière pour l'aménagement du village de Shuikou (mai 2012).

Emmanuel Véron, UMR 8586 Prodig, 2016.

**Planche photographique 20.**

Les stratégies d'insertion dans le processus touristique s'étalent sur environ deux décennies et connaissent une assez grande hétérogénéité. En effet, le secteur touristique initial rassemblait au début des années 2000 environ 70 à 80 foyers dont les activités marchandes sont en complément d'activité agricole, notamment du thé et du riz. Puis, le milieu des années 2000 a vu le nombre de foyers augmenter de manière importante, passant de 90 à 350 foyers ruraux débordant sur le village de Shuikou plus loin dans la vallée (environ 5 km). La diffusion des activités de prestations touristiques a permis entre 2005 et 2010 de dégager suffisamment de revenus pour agrandir, équiper et moderniser les corps de fermes. La plupart des foyers n'ont à ce stade pas encore quitté l'activité agricole.

À partir de 2009, des trajectoires se singularisent. En effet, des individus dont les investissements sont bien plus importants que les premières initiatives dessinent une nouvelle fragmentation des prestataires de services touristiques. De véritables logiques entrepreneuriales voient le jour. Les motivations de diversification des revenus à partir d'une clientèle captive sont à l'origine de la multiplication des changements de métier, d'agriculteur à prestataire de services touristiques.

Les populations rurales sont segmentées entre trois catégories de revenus : revenus agricoles majoritaires, revenus non agricoles et revenus touristiques majoritaires. La première catégorie regroupe environ 40 % des plus de 50 ans, tandis que la dernière catégorie est composée par plus de 50 % des moins de 50 ans<sup>19</sup>. La part des revenus non agricoles (en dehors du tourisme) n'a cessé de diminuer depuis 2000. Cette trajectoire rend compte de la diversification des revenus non agricoles dans les campagnes d'une part, et de la montée en puissance du secteur tertiaire, en particulier du tourisme, d'autre part. Aussi, la segmentation générationnelle témoigne de comportements et de capacités à entreprendre et investir dans un domaine nouveau. Le lien à la terre n'est pas abandonné par les générations les plus âgées, tandis que les générations les plus jeunes possèdent des ressorts plus importants, en partie acquis avec la pluriactivité dans le village, dans le bourg voire dans les villes.

### ***3.1.2 L'exemple d'une famille rurale devenue prestataire de services touristiques : le gîte du Jardin des parfums***

Parmi les ruraux locaux avec lesquels nous avons pu nous entretenir figure M. Zheng responsable d'un gîte majeur du site touristique, mais en périphérie du village et du mausolée (éloigné d'environ 5 km).

---

<sup>19</sup> Entretien avec les responsables du comité de villageois de Guzhu (mai 2012).

M. Zheng, né en 1971 est membre du PCC depuis 2005 et il est responsable de la propagande à la cellule du Parti du village de Shuikou. Il entretient des liens étroits avec les membres du comité de villageois de Shuikou, ainsi qu'avec le comité de villageois voisin de Guzhu et de sa cellule du Parti. Par ailleurs, grâce à son statut, son réseau de relations est assez étendu au gouvernement du canton, du district et de la municipalité. Ce dernier possède un *hukou* agricole (*nongye hukou*), mais n'exerce pas directement d'activité agricole. C'est au début des années 2000 que M. Zheng entreprend son activité marchande d'accueil à la ferme. Il propose une formule simple de restauration à une clientèle régionale<sup>20</sup>.

Les changements du milieu des années 2000 ont stimulé les projets d'investissements conséquents dans le tourisme. En 2008, M. Zheng crée son entreprise du gîte de *Qingxiangyuan* (« le Jardin des parfums »). Il investit dans un nouveau restaurant et dans la construction d'un bâtiment nouveau d'hébergement (15 chambres).

En 2012, M. Zheng faisait un chiffre d'affaires d'environ 100 000 yuans par an, employait 5 personnes extrafamiliales et 8 membres de sa famille (lui compris). Le restaurant emploie 4 personnes en cuisine. Une personne est employée pour l'entretien du gîte. Sa femme et ses enfants participent à la gestion et l'entretien du site.

---

<sup>20</sup> Pour développer un gîte, il faut obtenir l'autorisation du Bureau de la terre (*yongdi ju*), afin de protéger les terres cultivables.

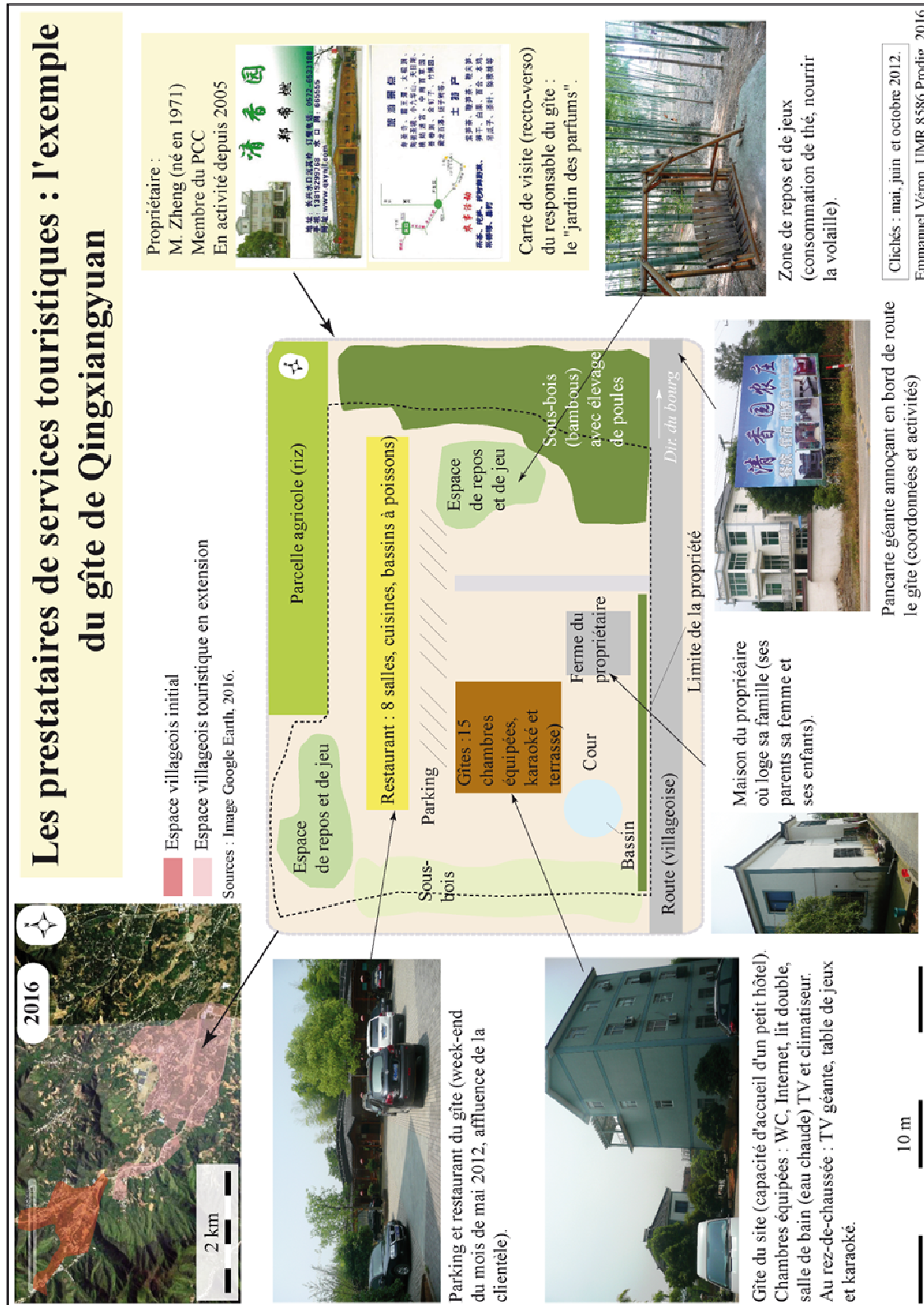


Figure 50.

Du fait de son réseau de relations propices (Thireau et Hua, 2002 : 115), son gîte accumule rapidement les certifications locales, régionales et provinciales lui assurant une visibilité majeure chez les voyageurs<sup>21</sup>. Par ailleurs, M. Zheng via l'association des gîtes de Shuikou et le comité de villageois, ainsi que le bureau de tourisme du district de Changxing développe ses liens avec des voyageurs de Shanghai. Ces relations lui assurent un taux de remplissage important, composé à 70 % de clients de la métropole de Shanghai. La formule est de 150 yuans par jour comprenant l'hébergement et la restauration.

Ses investissements sont rentabilisés au bout de deux années d'activités et lui permettent d'acheter un second véhicule, ainsi qu'une épargne pour les études de ses filles<sup>22</sup>. Il peut restaurer et équiper sa maison, où logent ses parents.

Cette démarche d'entrepreneur amène M. Zheng à être en relation avec plusieurs entreprises locales (constructions et équipements) mais également extrarégionales (paysagisme et architecture). M. Zheng démarque des entreprises dans le bâtiment du bourg voisin afin de construire le gîte, le restaurant, le parking et les éléments annexes (marre pour la pêche à la ligne, aires de jeux). Par ailleurs, afin d'obtenir des certifications, M. Zheng fait intervenir en 2008, une société d'architecture et de paysagiste pour dessiner le gîte et le restaurant<sup>23</sup>. Ces derniers doivent suivre des normes de construction et de sécurité<sup>24</sup>.

Le nom du gîte, l'utilisation des matériaux comme le bois (bambous et résineux), ainsi que la morphologie générale du site, témoignent d'une certaine modernisation et d'un statut du responsable du site. Les préceptes classiques du jardin<sup>25</sup> et de l'aménagement paysager sont mobilisés afin d'accroître l'apparence du lieu et par extension la face du propriétaire<sup>26</sup>. L'utilisation de rochers, du bois et de la végétation, des perspectives (Parkes, 2004) témoignent de la sensibilité des prestataires à rendre compte d'un certain niveau culturel et

---

<sup>21</sup> Le gîte est successivement référencé comme gîte modèle du district de Changxing, de Huzhou puis de la province du Zhejiang. Le gîte figure parmi les 10 gîtes modèles de Huzhou et de Changxing. Chacune de ces certifications est décidée par les gouvernements locaux et les cellules du PCC à chaque échelon.

<sup>22</sup> Projets d'études à l'étranger.

<sup>23</sup> Des entreprises privées à l'instar de Baijie Gongshe ou de Lingyu ont largement contribué à la transformation morphologique et architecturale des lieux. Ces deux entreprises ont remporté des projets d'architecture et de paysagiste dans les villages de Shuikou et de Guzhu, mais également dans une large partie des provinces chinoises. Ces entreprises sont spécialisées dans l'aménagement touristique des lieux à travers des projets de promotions immobilières et paysagères. Les liens des sites Internet de ces deux entreprises : <http://gc.zbj.com/> ; <http://hslingyu.cn/>.

<sup>24</sup> Ces normes sont généralisées à l'échelle du village par le bureau hygiène et sécurité du district de Changxing.

<sup>25</sup> Le traité des jardins (*Yuanye*) date de la dynastie Ming et il est publié en 1634 par Ji Cheng.

<sup>26</sup> Les éléments de l'eau, du bois, des champs, du relief (*shui, lin, tian, shan*) sont systématiquement utilisés donnant parfois une surenchère morphologique de fermes touristiques.

intellectuel en mettant en scène des règles du *fengshui* (géomancie)<sup>27</sup>. Le style des détails architecturaux du restaurant rappelle ceux des édifices Qing. Tandis que l'architecture du gîte est totalement inédite, basée sur la morphologie de villas construites en parpaings et façade en carrelage.

M. Zheng est en lien avec des fournisseurs locaux et extrarégionaux pour alimenter son restaurant sur l'ensemble de l'année. Le gîte est moins utilisé entre les mois d'octobre et de mars. Le contrat de travail des personnels en cuisine (populations locales) comprend la période de basse intensité et leur permet de cumuler les revenus dans d'autres domaines.

Les fournisseurs locaux (paysans) en céréales, légumes et fruits d'une part, viandes blanches et rouges d'autre part se complètent avec des fournisseurs occasionnels inscrits dans des logiques de filières. Ainsi, les logiques locales et de filières coexistent afin de constituer un menu spécifique et quasi homogène à l'ensemble des différents gîtes du site. Par conséquent, la gastronomie, au cœur des motivations de consommation touristique des citadins, est calibrée, spécialisée et systématisée.

M. Zheng est au cœur de la réussite de son entreprise. Cet entrepreneur est en lien constant avec les voyagistes de Shanghai, de Hangzhou et de Huzhou. Il a développé son offre via les sites Internet de voyagistes (à l'instar de Ctrip, TripAdvisor ou Mafengwo) (cf. figure 50). Aussi, le responsable entretient une forme de sociabilité avec la clientèle citadine (variée) à travers la relation marchande. Il conserve les coordonnées des clients (cartes de visites, mails, numéro de téléphone) et propose des formules adaptées pour les clients réguliers.

La recette touristique est hétérogène et suit une saisonnalité étalée entre les mois de mars et d'octobre. Par conséquent, M. Zheng réalise plus de 50 % de son chiffre d'affaires en moins de 6 mois (avril-septembre). Durant la période creuse, le responsable stimule ses revenus par l'organisation de repas pour des officiels, des chefs d'entreprise et des offres diverses à son réseau de relations.

En cela, le gîte rural n'est plus seulement un lieu de sociabilité pour les touristes citadins, mais également un objet de sociabilités pour les élites rurales locales trouvant dans le restaurant modernisé un espace renouvelé des jeux de face et de mise en valeur de son réseau de relations. À travers la modernisation des lieux touristiques, une certaine *gentry* rurale (composée de cadres du Parti, de responsables locaux et de chefs d'entreprises rurales) tisse

---

<sup>27</sup> La correspondance entre les montagnes et les pierres a un sens profond. « Les pierres sont censées participer des pouvoirs de la montagne, moins en raison de leur ressemblance apparente que parce qu'elles sont de véritables microcosmes, animés par les mêmes forces qui créèrent les monts et les sommets » (Parkes, 2004 : 99).

une structure de sociabilité, de relations et d'affaires. La construction d'un lien social renouvelé (Bonnerandi et Hochedez, 2007) est permise par la (ré)activation des réseaux de relations (Ying, 2007) donnant une identité professionnelle du prestataire de service touristique proche des élites rurales.

M. Zheng étend l'articulation de son offre touristique en projetant l'aménagement d'une parcelle agricole destinée à la cueillette de fraises durant le printemps d'une part, d'une petite ferme d'autre part. Les parcelles pourront être louées aux citadins de manières ponctuelles ou mensuelles. Aussi, il envisage de moderniser son gîte par de nouveaux équipements de jeux et de divertissements (changement des téléviseurs, tables de jeu, nouveaux matériels de karaoké). Le renouvellement de l'offre est au cœur du projet de l'entrepreneur.

### **3.2 Le village de Qianwei : un développement local dans le périurbain rural de Shanghai**

Le village de Qianwei se situe dans le nord de l'île de Chongming, à une vingtaine de kilomètres du chef-lieu du district rural (Nanmen). Le village est à environ 55 km du centre de Shanghai. Le village s'étend sur 3,5 km<sup>2</sup> et compte 753 habitants en 2015.

#### ***3.2.1 La logique locale de développement rural***

Le village de Qianwei résulte d'un aménagement rural de l'île de Chongming durant la Révolution culturelle. En effet, entre 1969 et 1970, les membres du Parti du bourg de Shuxin sous l'initiative de l'actuel Secrétaire général du Parti du village de Qianwei, Xu Weiguo, alors âgé de 17 ans, entament des travaux d'assèchement et de poldérisation de la partie nord et centrale de Chongming. L'espace gagné sur l'estuaire du Yangzi permet l'implantation et la fusion de deux hameaux qui donneront l'actuel village administratif de Qianwei. Les paysans cultivent dès lors le riz, le coton et le blé d'hiver. Par ailleurs, de petites unités d'élevage porcin et caprin sont mises en place. Les revenus paysans sont jusqu'au milieu des années 1990 essentiellement issues de l'agriculture et de certains individus exerçant un métier dans la ville de Shanghai (chauffeur de taxi)

Le village est assez isolé du chef-lieu, *a fortiori* de la métropole de Shanghai jusqu'à la fin des années 1990. Le premier gîte est créé en 1994 sous l'initiative du Secrétaire général du Parti local, s'inspirant du développement des gîtes dans la périphérie de Chengdu et de Pékin (respectivement fin des années 1980 et début de la décennie suivante). Quelques paysans du village (une dizaine) s'organisent pour aménager un espace d'accueil dans les



corps de ferme. La prestation d'hébergement suivra deux ans plus tard la restauration. En cela, Qianwei est désigné comme le premier village de gîte de la municipalité de Shanghai.

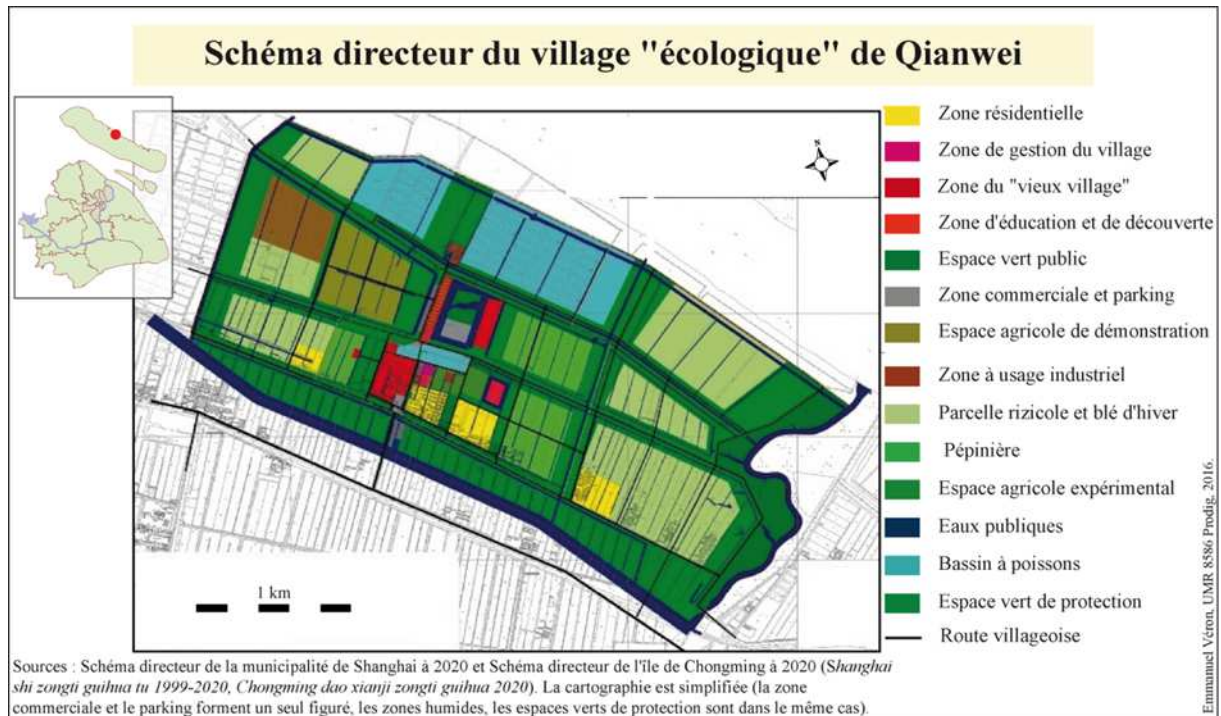
En parallèle du succès relatif des premières années et de l'institutionnalisation du temps libre, le village gagne ses premières certifications. Le rôle de Xu Weiguo<sup>28</sup> et de son réseau de relations au Parti du bourg de Shuxin et du district rural de Chongming structure l'évolution du lieu vers un site touristique important à la campagne. La thématique de l'écotourisme en 1999 donne un coup d'accélérateur à l'orientation touristique du village. Des entreprises et des investisseurs interviennent dans l'aménagement du site en termes d'installations dites écologiques. Les corps de fermes s'agrandissent, d'autres sortent de terre. Le village connaît une première phase de densification afin d'accueillir la population touristique en période de pointe, supérieure à au volume de population locale.

Le village est successivement visité par les leaders de la RPC : Jiang Zemin, Hu Jintao, Zhu Rongji, Wen Jiabao, Wu Bangguo et Huang Ju<sup>29</sup>. Ces visites sont planifiées et permettent de donner une visibilité sans précédent au village. Aussi, c'est après ces visites successives que le village remporte des certifications et des titres de « village modèle » d'échelon national. Le village a reçu depuis la création des premiers gîtes plus d'une quarantaine de titres. Parmi les certifications les plus importantes lui donnant un statut de modèle dans la municipalité (mais aussi voulu à l'échelle nationale) figurent : l'année 1995 « village noble et de verdure » ; l'année 1996 « 500 villages verts et écologiques » ; l'année 2004 : « site de démonstration nationale pour l'agritourisme » délivré par la CNTA ; et enfin, l'année 2008 : « village écologique national ». C'est après ces deux dernières nominations que le tourisme entame une seconde phase de développement. D'une part, le village change de nom pour celui de « Qianwei, village écologique » (*Qianwei shengtai cun*), d'autre part, la fréquentation touristique et les infrastructures d'accueil connaissent une expansion importante.

---

<sup>28</sup> Xu Weiguo est reconnu comme une figure majeure des réformes chinoises de 1979. En effet, il est l'un des « 100 individus ayant œuvré pour la Réforme en Chine », mais aussi parmi la liste des « 10 personnes importantes pour la réforme rurale en Chine, « figure exceptionnelle des membres du PCC de Shanghai », « travailleur modèle de la municipalité ». Enfin, il a été élu député à l'Assemblée populaire de la municipalité.

<sup>29</sup> La plupart de ces leaders sont originaires de la région de Shanghai, ou de régions proches à l'instar de Huang Ju (décédé en 2007), membre du Comité permanent du bureau politique du PCC, originaire de Jiashan dans le Zhejiang.



**Figure 51.**

Le schéma directeur (*cf.* figure 51) donne une orientation toujours plus « durable et écologique » au développement (*shengtai yu kechixu fazhan*). L'activité touristique doit s'articuler avec l'activité agricole modernisée par les types de cultures et des expérimentations dans lesquelles des entreprises agroalimentaires ont investi. La CNTA élève alors en 2010 le village au niveau des sites de rang AAAA.

Les installations solaires, la géothermie, les petites unités éoliennes, ainsi que des unités de biogaz (méthanisation) mises en place en utilisant les déchets et les excréments issus de l'élevage, sont autant de critères mis en avant pour la promotion du site. Dans les faits, de nombreux bâtiments, éoliennes, panneaux solaires et unités de combustible écologique sont limités, voire inexistantes (*cf.* planche photographique 21). Pour autant, le gouvernement du district de Chongming avance les chiffres de 100 millions de yuans investis dans le développement durable<sup>30</sup>.

Parallèlement aux investissements dans l'aménagement durable, des investisseurs et entreprises privées spécialisées dans le tourisme et l'hôtellerie investissent dans le village. Deux sociétés hôtelières participent à l'aménagement du village au début des années 2000. Ces sociétés proviennent d'actionnaires originaires de la région de Wenzhou (sud de la province du Zhejiang), résidant à Shanghai (*cf.* planche 21). Ces sociétés gèrent les deux hôtels du village rassemblant au total plus de 100 chambres, des karaokés, des tables de jeux.

<sup>30</sup> [http://www.cmx.gov.cn/cm\\_website/html/eng\\_cmzf/Eng\\_cmzf\\_ly\\_lyjd/2010-11-08/Detail\\_27414.htm](http://www.cmx.gov.cn/cm_website/html/eng_cmzf/Eng_cmzf_ly_lyjd/2010-11-08/Detail_27414.htm)

Le village se compose donc d'une offre d'hébergement élargie à celle des gîtes et des chambres d'hôtes, ainsi que de l'hôtellerie plus classique.

Aussi, la société d'agritourisme et de récréation de Shanghai (*Shanghai nongxian le xiuxian yule youxian gongsi*) intervient dans l'organisation et la gestion du site. Cette société privée participe à la diffusion des informations du village chez les voyageurs, à la structuration de l'offre touristique (standardisation des prix et des formules, billetterie, jeux, équipements, affichage). Par ailleurs ce groupe est en lien avec l'association des paysans et les coopératives spécialisées<sup>31</sup> gérant l'offre touristique d'accueil. Les foyers ruraux se sont regroupés en 2001 en groupe proposant des activités agritouristiques d'hébergement et de restauration (quelques individus proposent des activités d'animation). Cette association est enregistrée et reconnue par le ministère du Commerce. Puis, en 2007, l'entreprise privée de gestion de Shanghai participe activement au développement touristique, à la classification des gîtes et l'homogénéisation de l'offre. Cet acteur extérieur au village est en relation avec les instances du village, dont Xu Weiguo est le plus haut responsable.

---

<sup>31</sup> Le village est réparti entre des associations et des coopératives spécialisées. Entretien en juin avec Guan Zhendi, responsable du gîte Ying Chun au village de Qianwei



2016

Sources : Images Google Earth, 2016.

## Le village de Qianwei : mutations spatiales et développement local

**Municipalité de Shanghai, district de Chongming, bourg de Shuxin**

■ Zone des gîtes et chambres d'hôtes

■ Zone agricole associée au village touristique

■ Zone de parking et entrée du site

■ Zone de récréation



1.



2.



3.



4.



5.



6.



7.

1. Entrée du village. Arrière plan : gîtes, commerces et hôtel (octobre 2012).

2. Entrée et parking du village. Importante fréquentation touristique, achats, vendeurs de fruits, légumes et produits locaux. Commerces de produits locaux associés au village (octobre 2012).

3. Musée et site de démonstration écologique vide et inactif dans la zone de récréation (mars 2012).

4. Hôtel vide dans la zone de récréation dont le propriétaire est originaire de Wenzhou (juin 2012).

5. Reconstitution d'un hameau "authentique" à l'architecture régionale (Jiangnan) dans la zone de récréation (juin 2012).

6. Zone résidentielle nouvellement construite à l'est du village (juillet 2012).

7. Pancarte indiquant les localisations des gîtes étoilés au sein du village (mars 2012).

Emmanuel Véron, UMR 8586 Prodig, 2016.

Planche photographique 21.

La société s'engage à gérer et à employer une main-d'œuvre locale (issue du village) sur le site de récréation et de démonstration. Cette zone est payante (40 yuans), les sommes sont en partie reversées à la population locale en parts égales<sup>32</sup> et aux employés contractuels. Par ailleurs, la société a participé à l'aménagement de l'espace ludo-touristique du village.

Les foyers ruraux proposent une prestation homogénéisée. Le budget par personne et par jour s'étale entre 120 et 200 yuans, pour l'hébergement et la restauration. Ces tarifs s'appliquent à la période de forte fréquentation (avril-octobre) et au week-end. En dehors de ces périodes, les tarifs sont de 100 à 150 yuans.

En 2008, le hameau de Yingzhou datant des Qing est reconstitué (*cf.* planche 21). Des bassins, des musées et des espaces de démonstration sur l'écologie sont aménagés grâce aux investissements de la municipalité, du district rural, d'entreprises privées et des recettes touristiques.

Le village rassemble une soixantaine de gîtes en 2012<sup>33</sup>. Le total de chambres s'élève à environ 650-700. La capacité d'accueil des gîtes est de 1 500 à 1 700 personnes. Ce chiffre s'est considérablement accru sur la période 2004 à 2010. La construction de « fermes » a augmenté de 30 unités en moins de dix ans. Le nombre de ruraux participant au tourisme par le développement des gîtes suit cette croissance. En effet, les individus de moins de 40 ans en 2012 étaient environ plus de 60 % à être dans une entreprise familiale de restauration et d'hébergement, tandis que la tranche d'âge plus âgée (en particulier au-dessus de 60 ans), même retraitée, tirait des revenus de l'agriculture. Par ailleurs, la part des revenus hors tourisme et hors agriculture diminue de manière relative. Les individus ayant une ou plusieurs formes de revenus au village, au bourg ou en ville, trouvent un emploi au village. Pour autant, les liens avec le bourg et les villes proches et Shanghai n'a pas cessé. Ces liens ont changé de nature avec le développement du tourisme.

Selon les chiffres avancés du comité du village de Qianwei, les revenus annuels de 2012 s'élèvent à 200 millions de yuans et le revenu annuel net par habitant est de 20 000 yuans. Les revenus du tourisme s'élèvent à près de 120 millions de yuans en 2011 et environ 3 millions de visiteurs pour la même année<sup>34</sup>. Le village muséifié et modernisé tire l'essentiel de ses recettes du tourisme. L'agriculture est marginale mais pas délaissée.

---

<sup>32</sup> Nous n'avons pas de chiffres clairs sur le montant des parts reversées aux populations locales. Certains chiffres après entretiens avec des membres du comité de villageois donnent 5 à 6 % de la recette globale, d'autres les villageois 1 à 2 % de la somme totale. Le reste de la recette (l'essentiel) est versée à l'entreprise et au gouvernement local.

<sup>33</sup> Entretiens en juin 2012 avec Mme Shen, responsable avec son mari d'un gîte. Le mari est membre du comité de villageois.

<sup>34</sup> Ce sont les chiffres avancés par le PCC. <http://dangjian.people.com.cn/GB/16361066.html>

### **3.2.2 Le gîte trois étoiles de Yingxin : un exemple de réussite et de rentabilité**

Parmi les gîtes, citons celui de Yingxin en activité depuis 2008. Le gîte de Yingxin propose une offre généralisée à l'ensemble du village depuis 2008. La combinaison de la restauration et de l'hébergement avec des activités de pêche à la ligne dans un bassin à proximité du gîte constitue la formule de base<sup>35</sup>. Le gîte possède un emplacement double destiné aux véhicules des touristes.

Mme Shen est responsable du gîte et du restaurant. La morphologie du gîte, du restaurant et du foyer familial sont ici très concentrés sur un espace réduit<sup>36</sup>. Les parents du mari et les deux enfants du couple logent dans la maison adjacente au gîte construit et équipé entre 2006 et 2008.

C'est après l'élection de l'époux de Mme Shen au comité de villageois que le couple décide d'investir dans un gîte avec restaurant. Par conséquent, le couple rejoint l'association de gestion de gîtes du village. C'est Mme Shen qui est seul responsable du site, participant aux réunions de gestion de différents sites de Qianwei. Les investissements sont partagés entre l'association du village et des fonds propres de la famille. Cette répartition permet une rapide mise en service du gîte et du restaurant. Par ailleurs, ceci assure l'homogénéité de l'offre en termes de tarifs et de normes (hygiène, menu, standards des chambres, équipements)

Le gîte emploie en temps partiel trois personnes réparties entre le travail en cuisine, l'entretien des chambres, le restaurant et des tâches diverses. En période de forte fréquentation touristique (notamment durant les périodes de congés et quelques week-ends), le nombre d'employés augmente ponctuellement. Il peut y avoir jusqu'à 3 personnes supplémentaires en cuisine et deux personnes pour l'entretien, le service et les tâches diverses. Mme Shen embauche des personnes du village (notamment des hommes en cuisine et des femmes pour les services). Il peut également s'agir de populations migrantes travaillant dans le bourg voisin. Ce personnel surnuméraire est employé lors des week-ends de mai et d'octobre.

---

<sup>35</sup> Le tarif de 150 à 200 yuans par personne et par jour en période de pointe, ainsi que celui de 100 à 150 yuans en période creuse constitue la formule commune du village pour l'hébergement et la restauration.

<sup>36</sup> Le noyau villageois de Qianwei est particulièrement dense. La construction des résidences est limitée au secteur le long du canal du village et à un autre autour noyau villageois construit dans les années 1960 et 1970.



Figure 52.

Les autres membres de la famille travaillent sur le site. Les enfants, lorsqu'ils ne sont pas au collège travaillent dans le gîte et aident leurs parents. Les grands-parents travaillent dans les champs et participent aux tâches ménagères.

Le gîte possède trois étoiles, statut le plus élevé du village. Cette labellisation à l'échelle du village est le fruit de l'ensemble des prestations, de témoignages et des satisfactions de la clientèle et enfin du respect des normes édictées par le comité de villageois, l'association des gîtes et la société de tourisme de Shanghai gérant le développement touristique du village. Cette nomination permet à la famille Shen de prétendre à un certain niveau de prestation, une visibilité accrue chez les voyagistes et une augmentation de la face et du réseau de relations.

La relation marchande de la prestation met en jeu une hiérarchisation des sociabilités avec une population touristique variée : retraités, jeunes couples, étudiants, petits groupes d'étrangers. La constitution d'une carte de visite (identique selon les différents gîtes du village), d'un site Internet, de lignes téléphoniques et de comptes de réseaux sociaux chinois permet de rentrer en contact et de maintenir les liens. L'inscription de ce gîte (avec trois étoiles) sur les sites Internet des compagnies chinoises et étrangères d'e-tourisme complète la visibilité du gîte à l'échelle du village.

Les perspectives d'évolution sont limitées par la structure du village lui-même et par l'emplacement au sein de ce dernier. L'espace disponible du gîte est limité à la cour, utilisée comme extension du restaurant durant la saison estivale pour les dîners et jeux en soirée. L'utilisation de l'entrée du gîte comme salle de jeux (cartes et mahjong) devrait être modernisée et agrandie.

L'essentiel des recettes s'opère entre les mois d'avril et d'octobre (environ 60 %). Le chiffre d'affaires pour l'année 2012 s'élève à environ 50 000 yuans<sup>37</sup>. La capacité d'accueil est limitée par rapport à des gîtes voisins proposant une dizaine, voire une quinzaine de chambres. Mme Shen déclare en 2012 lors d'un entretien : « la fidélisation de la clientèle shanghaienne est un enjeu majeur pour nous. Nous cherchons à étendre notre clientèle de manière personnelle. C'est l'association des gîtes et les instances de tourisme qui orientent les touristes vers tel ou tel gîte ». Le système des réservations sur Internet permet un taux de remplissage constant durant la haute saison. En dehors de cette période, Mme Shen réduit l'activité du gîte et s'organise afin d'augmenter le volume de la clientèle et pense à créer des

---

<sup>37</sup> Entretien en octobre 2012.



formules nouvelles adaptées à une clientèle d'habitueés et aux étudiants. Ces formules devront être soumises aux instances du village afin d'être évaluées et acceptées.

### **3.3 Le village de Tangmo, développements touristiques et jeux d'acteurs locaux et internationaux**

Le village de Tangmo<sup>38</sup> (1 482 habitants) (*cf.* carte 12) au nord de la ville de Tunxi, dans l'arrondissement de Huizhou a fait l'objet depuis le milieu des années 2000 d'un programme de restauration et réhabilitation afin d'être protégé et transformé pour le tourisme. Dans les années 1990 et le début des années 2000, le village de Tangmo connaît un développement touristique marginal<sup>39</sup>. L'exploitation touristique est gérée par le Groupe touristique de l'Anhui depuis décembre 2004.

#### ***3.3.1 Un objet touristique dans la continuité des villages classés : développement local et logique patrimoniale***

Tangmo<sup>40</sup> offre un exemple original de stade initial de tourisme et de développement local par une politique de patrimonialisation et de protection en lien avec des partenaires internationaux dans une région rurale périphérique du dispositif mégalopolitain. Le revenu moyen par paysan dans la région est de 9 000 yuans par an en 2012<sup>41</sup>.

La convention tripartite<sup>42</sup> entre le ministère du Tourisme français, le Conseil régional de Franche-Comté et la Ville de Huangshan signée le 18 juin 2007 a permis de lancer un programme de coopération pour le développement du tourisme en milieu rural suite au protocole de coopération du 18 mai 1987 entre le Conseil régional de Franche-Comté et la Province de l'Anhui<sup>43</sup> (Rapport de coopération avec la province de l'Anhui, 2009 ; et Plan d'action 2009-2010 pour la coopération sino-française, 2009).

---

<sup>38</sup> Le village est composé de résidences de l'époque des Qing s'étirant le long d'un canal central. Tangmo date de la fin des Tang (618-907). Un lac est conçu sur le modèle du lac de l'Ouest de Hangzhou. Le pont couvert de Gaoyang construit en 1733 est en cours de restauration.

<sup>39</sup> La volonté nationale et locale de développer le tourisme rural en Anhui émane de la réalité culturelle de cette province, de la volonté politique locale, ainsi que de plusieurs personnalités qui en sont originaires : Hu Jintao, Wu Bangguo (Président du Comité permanent de l'Assemblée populaire nationale de la République populaire de Chine) et Wang Yan, dont le grand-père est originaire de Tangmo, fondateur et PDG de « Sina.com ».

<sup>40</sup> Le village est référencé dans le cadre des secteurs de protections de la municipalité de Huangshan.

<sup>41</sup> Entretien en 2012 avec le bureau du tourisme de Huangshan.

<sup>42</sup> Le projet est soutenu par la Direction générale du tourisme français et par l'Administration nationale du tourisme de Chine (CNTA). Le coût total de l'opération s'élève à 410 000 euros.

<sup>43</sup> La province entretient des relations privilégiées avec 180 pays et a établi des jumelages avec 35 régions et villes étrangères. La province de l'Anhui a été ainsi jumelée avec la Franche-Comté, une relation qui remonte à 1986 grâce à l'impulsion d'Edgar Faure (Ubifrance, 2011 : 5).

En 2008 est signé l'accord de coopération pour le développement durable du tourisme rural entre le Groupe touristique de l'Anhui (*Anhui sheng liyou jituan*) et le Conseil régional de Franche-Comté. Puis, en 2009, la signature du Plan d'action 2009-2010 entre la Ville de Huangshan, le Groupe touristique de l'Anhui, le ministère français du Tourisme et le Conseil régional de Franche-Comté permet le lancement opérationnel du programme de développement<sup>44</sup>.

### **3.3.2 Les objectifs de la coopération internationale et le développement rural**

Les enjeux du projet sont liés à l'aménagement du territoire et au développement local (Rapport de coopération avec la province de l'Anhui, 2009 : 3) :

- Le maintien de la population rurale, la sauvegarde du patrimoine architectural, la préservation et la valorisation de l'environnement ;
- La sauvegarde, la préservation, la restauration, la réhabilitation et la mise en valeur des villages ;
- Le développement de l'offre touristique pour les touristes internationaux et chinois ;
- La commercialisation et la promotion nationale et internationale de la destination.

Le projet prévoyait au total 12 domaines d'activités parmi lesquels nous présentons<sup>45</sup> les principaux :

- 1/ L'intégration des villages dans un site touristique remarquable avec l'une des plus belles des montagnes sacrées de Chine (Huangshan) ;
- 2/ La labellisation des plus remarquables villages de l'Anhui dans un réseau national de petites cités chinoises de caractère ;
- 3/ La réhabilitation des maisons patrimoniales avec l'université Tongji de Shanghai ;
- 4/ La création, la labellisation et la promotion d'un réseau de chambres d'hôtes et de gîtes « Gîtes de France Chine » en milieu rural avec la Fédération nationale des Gîtes de France en partenariat avec le centre sino-français de formation et d'échanges notariaux et juridiques de Shanghai, dont la directrice est Mme Marylise Hébrard d'origine franc-comtoise ;
- 5/ L'amélioration de la gestion de l'eau, des déchets et de l'environnement par la mise en place d'un réseau d'assainissement, de qualité de l'eau et de traitement des déchets ;

---

<sup>44</sup> Les acteurs chinois comme français regroupent plusieurs échelons et domaines de compétences. Les acteurs chinois sont : Conseil aux affaires d'État, ministère du Tourisme (CNTA), la province de l'Anhui, la ville de Huangshan, le Groupe touristique de l'Anhui, l'association des Amitiés franco-chinoises (Pékin, Shanghai), l'Université de Tongji de Shanghai, le Centre sino-français de formation et d'échanges notariaux et juridiques à Shanghai.

<sup>45</sup> Extrait du rapport du plan d'action de la coopération décentralisée pour le développement du village pilote de Tangmo.

6/ La formation des enseignants et étudiants de l'université de Huangshan et de Hefei et des lycées professionnels au tourisme rural et à l'environnement, ainsi que la formation linguistique et professionnelle des acteurs du tourisme. Des voyages d'études et des stages d'étudiants seront effectués en 2010 par le Lycée tourisme Charles Nodier de Dole et le Lycée des métiers de l'hôtellerie restauration Friant de Poligny ;

7/ Les échanges culturels (en accueillant cette troupe en Franche-Comté, pour faire connaître l'Opéra de l'Anhui, à l'origine de l'Opéra de Pékin) ; et accueil en France de l'exposition du peintre M. Cheng Duoyao ;

8/ La promotion du site avec l'organisation d'un tour cycliste international de l'Anhui ;

9/ L'inventaire et le diagnostic territorial participatif sur la base du village de Tangmo, dans la perspective d'une démarche Agenda 21 local à moteur touristique.



Sources : Images Google Earth, 2015.

## Le village de Tangmo: patrimonialisation et développement local

Province de l'Anhui, municipalité de Huangshan, arrondissement de Huizhou, bourg de Xikou

- Zone protégée du village
- Ruisseau et lac



1. Vue du ruisseau autour duquel est organisé le village. Les commerces le long du canal sont contrôlés en termes de décoration et d'architecture (avril 2011).

2. Fronton d'entrée du village avec le bandeau signalant la classification du village. Depuis 2013, le village est classé dans la catégorie maximale AAAAA (avril 2011).

3. Travaux de rénovation au sein du village. Les matériaux sont soumis à un contrôle particulier. Le bois est privilégié (avril 2011).

4. Autel et résidence du mandarin. Site classé (avril 2010).

5. Hôtel de luxe construit durant la période de coopération entre les institutions chinoises et Françaises (avril 2011). Mise en service en 2012.

6. Ginkgo Biloba pluricentenaire, objet touristique (avril 2011).

7. Plaque de certification d'un gîte attribuée par le bureau de tourisme de l'Anhui (avril 2010).

Emmanuel Véron, UMR 8586 Prodig, 2016.

### Planche photographique 22.

### **3.3.3 Un développement touristique et une fréquentation touristique périphérique**

Le développement touristique et patrimonial du village de Tangmo est un exemple pertinent de la coopération internationale entre acteurs nationaux et locaux chinois. Le recours à des partenariats étrangers dans le développement touristique est perçu positivement. Il permettrait d'une part d'attirer une clientèle étrangère et d'autre part de se distinguer des sites voisins ou non n'ayant pas bénéficié d'une telle coopération. La visibilité internationale par les partenariats permet aux décideurs locaux d'accroître leur renommée et celle de la localité (du village à la province). Enfin, le recours à des acteurs étrangers permet également de compléter parfois puissamment les financements pour les plans de protection et de développement touristique<sup>46</sup>.

Le pont couvert de Gaoyang est l'objet de travaux de restauration (boiserie, charpente et structure en pierre). Jadis, il était investi de pratiques bouddhiques. La question de la conservation de ces pratiques ou plutôt de la réactivation de ces pratiques a été posée. Dans ce sens, un hall (*cf.* planche 22) accueillant des représentations théâtrales est en cours de restauration afin de promouvoir le folklore local et donner des représentations<sup>47</sup>.

Le projet de coopération arrive à son terme après 2012. Le secteur de l'hôtellerie a permis le développement de quelques infrastructures au sein du village intégrant pleinement le village dans les circuits touristiques du Wannan. Un hôtel de luxe est ouvert courant 2012. Ce dernier propose des chambres et des suites, dont les tarifs orientent une clientèle étrangère et chinoise d'un certain niveau socio-économique. En effet, une nuitée s'élève à environ 1 500 yuans pour la suite familiale (deux pièces et lit double) et environ 700 yuans en basse saison. Des projets immobiliers et hôteliers sont en cours de construction dans la périphérie du village, en dehors du secteur protégé.

Un hébergement plus classique à la ferme est organisé dans quelques foyers ruraux. En 2012, les frais s'élèvent à près de 50 yuans par personne et par jour, incluant un repas. Le développement de l'hébergement et de la restauration est peu développé. L'essentiel de la population du village trouve un emploi dans l'agriculture (plus de 50 % des personnes au-dessus de 50 ans), dans les services touristiques de base dans des lieux autres (Huangshan et Huizhou). Aussi, une part non négligeable de la génération des 20-40 ans ne réside pas au village, mais est inscrite dans des circuits de migration à travers le pays.

---

<sup>46</sup> Entretiens en avril 2011 avec Liu Mohu, directeur de la société de développement du tourisme du village de Tangmo, filiale de la société de tourisme de la province de l'Anhui ; et Wu Rui et Wang Chuangfeng, tous deux bras droits du directeur au sein de la même société.

<sup>47</sup> Entretiens en avril 2010, mars-avril 2011 avec Wang Chaoyong (directeur du Groupe du tourisme de l'Anhui), Yao Shunlai (directeur de la société Villages de Chine), Yao Yalan (sous-chef du comité de tourisme de l'Anhui) et Jin Zhongmin (responsable du patrimoine culturel du district de Yi).

Les instances locales ont fixé, sur la base des villages classés de Xidi et Hongcun, le tarif de 80 yuans par personne pour accéder au village. Les lois de protection et de patrimonialisation du village ne permettent pas au village de diversifier les sources de recettes touristiques en dehors des frais de billetterie et des frais touristiques divers (achats). Les recettes touristiques sont en partie redistribuées au villageois en part égale. Les apports du tourisme permettent au villageois de diversifier leur revenu annuel et d'investir dans la modernisation de leur maison (réseaux d'eau, électricité, sanitaire modernisé et TV).

### **3.4 Le village de Wangshan : produit des « nouvelles campagnes socialistes » dans l'espace périurbain de Suzhou**

Le village de Wangshan est situé à une dizaine de kilomètres de la ville de Suzhou dans l'arrondissement de Wuzhong. Wangshan s'étend sur 2,4 km<sup>2</sup> (6,1 km<sup>2</sup> avec la zone de collines) et son volume de population s'élève à 2 410 habitants et compte 540 foyers. En 2012, le budget global du village est de 21,5 millions de yuans et le revenu moyen net par habitant est de 27 725 yuans<sup>48</sup>.

Le village concentre jusqu'au début des années 2000 une population paysanne travaillant la terre (riz et légumes pour le marché urbain de Suzhou) et une faible part employée dans les zones industrielles de la ville en plein développement. Les revenus nets par habitant s'élèvent alors à 5 000 yuans par habitant. À partir de 2000, les autorités en lien avec des promoteurs vendent plusieurs milliers de mètres carrés à des entreprises industrielles (cf. figure 53). Des dédommagements sont versés au comité de villageois et sont réinvestis pour moderniser le village, notamment les routes et les zones résidentielles. Les villages naturels sont alors densifiés et mieux équipés (Xu, 2010).

Après 2004, le village est choisi par la municipalité de Suzhou comme village-pilote pour l'application des « nouvelles campagnes socialistes », dont le tourisme serait le fer de lance. La proximité de la ville et du lac Tai en fait un lieu privilégié de la fréquentation touristique urbaine le week-end. Wangshan est inscrit dans la zone nationale de tourisme et de récréation du lac Tai (partie Suzhou)<sup>49</sup>. Par conséquent, le village reçoit des finances d'une large pluralité d'acteurs centraux : État central, municipalité de Suzhou, province du Jiangsu et Zone nationale de tourisme du lac Tai.

---

<sup>48</sup> Chiffres du comité de villageois de Wangshan en 2012. <http://www.sz-wangshan.com/news-415.aspx>

<sup>49</sup> D'après la société de gestion touristique de cette zone nationale de tourisme, il y aurait eu 6,2 millions de touristes et une recette touristique de 3,4 milliards de yuans en 2010. <http://www.sz-wangshan.com/news-415.aspx>

Le village est rapidement doté de certifications et de labels divers, mais lui permettant une visibilité accrue (site classé AAAAA par la CNTA, « village écologique du Jiangsu », « village modèle pour l'expérimentation d'agriculture moderne », « site national d'agritourisme »). La fréquentation touristique du site est importante. Elle s'élève à environ 700 000 visiteurs en 2012.

## Le village de Wangshan : modernisation et dynamiques spatiales



Secteur touristique composé de gîtes et de restaurants.

Le village a fait l'objet d'une complète modernisation de ses infrastructures : réseaux d'eau, égouts, électrification, aménagement paysager et équipements domestiques.



Sources : Image Google Earth, 2004 et 2016.

1 km

- Village de Wangshan
- Noyau villageois (village naturel)
- Zone industrielle
- Secteur touristique du village
- Infrastructure touristique (hébergements, jeux, attractions...)



Emmanuel Véron, UMIR 8586 Prodig, 2016.

Vues du secteur agricole du village de Wangshan.

Les plans d'aménagements ont prévu non seulement de maintenir des activités agricoles, mais aussi de moderniser les moyens, les outils et les techniques agricoles. Le maraîchage domine. Des parcelles en production dites "biologiques" sont mises en cultures. Par ailleurs, les paysans du village sont employés et doivent maintenir les productions et animer certaines parcelles dédiées à la cueillette de fraises pour les citadins.

Les communautés locales les plus âgées travaillent aux champs, tandis que les plus jeunes travaillent dans la restauration, l'hôtellerie et d'autres services touristiques.

Clichés : mars 2010.

**Figure 53.**



Le village fait l'objet d'intenses transformations de son bâti, de ses usages et de ses équipements. La densification des noyaux villageois à partir de 2006 permet une modernisation en profondeur des infrastructures. Plusieurs parkings, jardins, bassins et routes sont rénovés ou construits. Les foyers des ruraux sont modernisés et standardisés (normes, hygiène, TV, toilettes, chauffe eau, gaz). Le niveau de vie des ruraux est considérablement amélioré.

Les ruraux les plus jeunes sont organisés en coopérative par part et ont diversifié leur revenu notamment à travers la création de restaurants. Les parents de cette génération poursuivent le travail au champ. Ces derniers entretiennent et cultivent des parcelles entièrement remembrées. Les productions agricoles ont évolué avec l'essor des restaurants du site. En effet, les parcelles agricoles en céréales et en fruits et légumes doivent assurer une partie de l'approvisionnement du village pour la consommation citadine.

Un système de pension pour les retraités a été mis en place à partir de la fin des années 2000. Les personnes âgées de plus de 60 ans bénéficient de plus de 300 yuans par an en plus des revenus nets d'autres activités.

Le site est en partie géré par une société de tourisme de Suzhou. Cette dernière a participé à l'aménagement du lieu et à sa transformation pour le tourisme (pancarte, affichages, billetterie, attractions et jeux). Cette compagnie emploie une partie des ruraux (guides, animateurs, maintenance et entretien) du village.

Des voyagistes et des sociétés hôtelières (à l'instar de Jinjiang) ont investi dans des zones de villégiatures aménagées dans le cœur du village et en contrebas des collines bordant le finage. Ces zones d'hébergement ont un taux de remplissage assez médiocre, tandis que les formules d'hébergement en gîtes chez le paysan n'enregistrent que peu de clients. La situation périurbaine du village semble être liée à ces dynamiques. La restauration est en revanche en pleine expansion.

### **3.5 Le gîte : diversification des revenus, sociabilités renouvelées et nouvelles ruralités**

L'intensité des revenus de l'agriculture est inversement proportionnelle à ceux de l'activité touristique. La valeur des productions agricoles est bien souvent inférieure aux recettes touristiques à l'échelle d'une famille. Pour autant, la dimension agricole participant à la mise en scène du gîte et du restaurant n'est pas abandonnée. Elle légitime la prestation touristique et contribue à la rentabilité du site. La tranche d'âge des prestataires témoigne de la segmentation des populations rurales et des formes de revenus. La génération des 30-40 ans

est en retrait des activités agricoles, tandis que leurs parents perpétuent le travail de la terre. Au sein des familles rurales, la répartition des tâches traduit une certaine temporalité des campagnes du delta. Les générations sont clivées par la trajectoire des campagnes prises après les réformes entre revenus agricoles/revenus non agricoles/revenus du tourisme (services).

Les revenus issus de la restauration semblent dominer le montant des revenus de l'hébergement. Un rapport de 40 % pour l'hébergement et de 60 % pour la restauration montre que le restaurant est au cœur de la prestation et de la gestion. Par ailleurs, l'offre de l'hébergement témoigne d'un succès hétérogène. Les gîtes et chambres d'hôtes accusent un taux de remplissage supérieur aux hôtels présents dans les villages. Il y a dans les promotions immobilières le double processus d'augmenter la capacité d'accueil du site en cas de nécessité et d'investir dans un lieu dont le PIB en croissance forte permettra une rentabilité rapide. Aussi, la présence d'hôtel participe à une certaine vitrine du lieu. L'hôtel comme objet de modernité et d'architecture offre des services que les gîtes ne possèdent pas.

Les arrangements informels entre les membres de la communauté (Thireau et Hua, 2002) sont fréquents. Ils prennent place dans le cadre très formel des instances du village où sont décidés et approuvés les choix de gestion de l'offre touristique. Aussi, ces arrangements avec des individus locaux ou migrants intervenant dans le dispositif touristique sont récurrents. Ces arrangements se matérialisent à travers l'approvisionnement du restaurant en produit mais aussi dans les travaux d'entretien et de maintenance (paiements et contrats de travail).

Les gîtes et restaurants semblent être une forme originale de lieux-étapes (MIT, 2008 et 2011). Ils sont à la fois lieux isolés et lieux dans le lieu touristique. Les pratiques touristiques des citadins articulent les sites d'intérêts remarquables (découverte, panorama) avec les gîtes et restaurants. Les gîtes offrent une expérience nouvelle des jeux de faces et de sociabilités autour d'une relation marchande entre ruraux et citadins. Les gîtes se situent généralement en retrait de l'espace d'habitation des locaux. En ce sens, les chambres d'hôtes sont plus rares. L'espace domestique rural est partiellement ouvert aux citadins. L'intimité familiale des ruraux est préservée par l'aménagement du site.

La ruralité est mise en scène par les ruraux eux-mêmes (Jousseume *et al.*, 2007). Le choix du nom du gîte, du restaurant, ainsi que la physionomie et les matériaux mis en valeur contribuent au renouvellement des traits de ruralité et d'atmosphère recherchés par les citadins. Le développement des gîtes produit une création de paysages inédits dans les campagnes. À travers le renouvellement morphologique, les ruraux affichent une certaine réussite économique et leurs statuts de prestataires enrichis. L'augmentation du capital (économique et relationnel) donne de nouvelles élites rurales dont les propriétés sont autant de

nouveaux espaces de sociabilités pour les ruraux eux-mêmes dans une logique multiscalaire (du village au district rural). Le restaurant et les jardins aménagés à la façon d'anciennes demeures (usage de la pierre, de bosquets, de plantes et fleurs le tout avec des jeux de perspectives pour les formes les plus abouties et les plus onéreuses) deviennent des repères sociaux pour la nouvelle *gentry* rurale. Ces individus participent à la vie politique du village. Ils jouissent d'une certaine influence à l'échelle des lieux (décisions et arbitrages lors de réunions de la cellule locale du Parti et des réunions du comité de villageois).

Enfin, le développement du tourisme à l'échelle du village donne une recomposition du quotidien des ruraux. Les modes de vie des ruraux poursuivent les transformations initiés, avec les emplois effectués en dehors de l'agriculture. Ces modes de vie continuent de s'urbaniser et de prendre de la distance avec la paysannerie. L'achat systématique d'un nouveau véhicule voire d'un deuxième, l'équipement du foyer, l'informatisation de la propriété, ainsi que les loisirs des familles témoignent d'un degré d'urbanité accru. Les ruraux dont les activités économiques sont importantes, accroissent leurs réseaux de relations dans les villes proches (fidéliser les clientèles, liens avec des entreprises et relations avec des voyagistes).

## Conclusion du Chapitre 9

---

Alors que de nombreux projets dans les années 1990 avaient exclu, dédommagé et relogé les communautés rurales des lieux (Ryan *et al.*, 2009), le tourisme dans les campagnes à travers le projet de l'« accueil à la ferme » permet aux ruraux de diversifier leurs revenus et d'être des acteurs de premier plan dans le processus touristique. Ce rôle est cependant limité à l'activité marchande de l'hébergement, de la restauration et de la vente de produits.

Ce développement local par le tourisme de communautés rurales tirant l'essentiel de leur revenu en dehors de l'agriculture et d'activités industrielles offre une remarquable illustration des mutations sociales et touristiques. La montée en puissance du secteur non agricole diversifié segmente les familles, l'emploi et les revenus. « Si les sociétés rurales apparaissent de moins en moins paysannes, de plus en plus intégrées, elles peuvent être néanmoins, des lieux de recomposition où se mêlent de multiples formes de dynamiques sociales et économiques » (Torrente, 2004 : 34). La répartition de la rente touristique entre communautés locales, acteurs privés (Lapeyre, 2006) et gouvernements locaux produit un nouveau mode de gouvernance.

L'organisation collective des ruraux dans des coopératives spécialisées ou des associations de gîtes confirme le rôle de la communauté à l'échelle locale. La structuration collective de l'activité permet non seulement l'enrichissement et l'amélioration des conditions de vie (matériels et économiques), en réduisant les inégalités de développement et en augmentant les revenus annuels, mais aussi de juguler d'éventuel manque à gagner et incertitudes dans la stabilisation de la fréquentation touristique. Une construction résidentielle stimulée par la maison individuelle accolée à un gîte et un restaurant poursuit le renouvellement de la morphologie des campagnes (depuis les années 1980 et l'industrialisation rurale), contrastant avec l'image des campagnes chinoises, parents pauvres du développement des trente dernières années. Le gîte à l'instar d'observations menées dans d'autres sociétés est un facteur d'expansion de l'espace touristique (Blondy, 2005).

Pour autant, il semblerait qu'à l'intérieur du dispositif collectif se dégagent des trajectoires individuelles de réussite, grandement liées au statut des individus. Le développement de l'accueil à la ferme a permis un enrichissement global de la communauté villageoise, mais aussi à redessiner une stratification sociale locale. Des élites rurales locales décrites par Aubert sont aujourd'hui propriétaire de biens touristiques à l'image de leur statut local : « ont émergé ce qu'on appelle les " princes rouges ", dans les campagnes, mais aussi dans les villes : ils dirigent des coopératives rurales industrielles qui sont gérées en sous-main

par un responsable du parti (Aubert, 2005 : 9). Ces élites locales sont de manière récurrente, à l'origine de la trajectoire touristique des villages, renouvelant les espaces de sociabilités et de pouvoir. Le tourisme dans les villages participe à la refondation de la communauté autour d'un projet. La notion de *cunfeng* (tendance ou trajectoire villageoise) développée par Yan (2002 : 148) prend ici tout son sens. Le tourisme produit un effet de lieu particulier au village, dont les élites locales jouissent pour conduire leurs affaires et étendre leurs réseaux de relations à travers le district, la municipalité voire la province.

Le processus de développement par le haut initié ou « récupéré<sup>50</sup> » par les autorités centrales ou provinciales intègre les populations locales. Ces dernières réagissent de manière différenciée selon les projets professionnels des prestataires, faisant du lieu un espace hétérogène. Les populations jeunes (30-50 ans) sont les acteurs locaux du tourisme. « Il est plus difficile pour les personnes âgées de quitter leur terre, car celle-ci leur apporte une certaine sécurité et en général ils ne possèdent pas les qualifications requises pour un autre emploi » (Chen, 2006 : 14).

---

<sup>50</sup> Dans le cas où l'activité touristique d'initiative individuelle de faible ampleur précède le développement généralisé du village par une planification spécifique.

### **Mégalopolisation, tourisme dans les campagnes et laboratoire des nouvelles ruralités**

Le dernier chapitre de cette étude vise à analyser les dynamiques spatiales du tourisme à la campagne, ainsi que la mobilisation de référents d'une scénographie rurale identitaire servant le tourisme pour la construction de territoires touristiques.

La mégalopole est le produit d'un renouvellement de ses logiques spatiales à mesure de l'intégration des espaces ruraux aux logiques de marché et à la mondialisation. Aussi, les dynamiques d'urbanisation hiérarchisée selon la taille et l'importance des villes articulent un système urbain émetteur de flux touristiques en direction d'espaces ruraux et périurbains précis. L'identification de spécialisation spatiale des campagnes en fonction des logiques de métropolisation et de centre-périphéries est analysée au regard de la mégalopole. Un système polycentrique hiérarchisé en réseau fonctionne avec un modèle centre-périphérie (Lévy, 2003c). La combinaison de ces deux dimensions spatiales produit une différenciation de l'intégration des campagnes touristiques à l'urbain et des liens ville-campagne.

Le développement touristique des espaces ruraux permet d'interroger les questionnements du monde rural en Chine au prisme de la modernité et de la gouvernance. Les lieux touristiques ne sont pas neutres. Leur développement et leur aménagement sont le produit d'une réflexion par les acteurs sur le monde rural, sur ce qu'il est « bon » et « nécessaire » de montrer et sur ce qu'il ne l'est pas. Les lieux sont ainsi le résultat d'un inventaire d'éléments choisis à valoriser et à exhiber. Ces référents forment le cadre global des ruralités et des enjeux sociaux, politiques et environnementaux du monde rural dans une société en voie avancée d'urbanisation et de transformation du monde agricole et rural. Les questions de la mémoire à travers les lieux, celle des problématiques environnementales et des gestions sociales des communautés rurales sont posées.

Enfin, les dimensions spatiales systémiques et politiques du tourisme dans les espaces ruraux sont illustrées à travers la notion de territorialité touristique. Cette dernière est étudiée avec des études de cas pris dans le cadre métropolitain de Shanghai et aux limites des logiques métropolitaines. Le tourisme participe de la construction et la gestion spatiale des territoires. Un glissement de l'aménagement du territoire s'est opéré depuis le pouvoir central

dans les années 1980 vers celui des gouvernements locaux faisant usage régulier (mais non exclusif) du tourisme dans l'aménagement de leur collectivité territoriale, en particulier rurale.

## **1. Typologie des espaces ruraux touristiques dans l'espace mégapolitain**

L'observation du développement touristique dans les campagnes du delta du Yangzi a conduit à distinguer plusieurs types de spatialités touristiques. Des interactions plus ou moins intenses entre des espaces ruraux avec des pôles urbains émetteurs (voire extrarégionaux) agencent une géographie des tourisms à la campagne liée aux logiques de métropolisation et de mégapolisation.

### **1.1 Cartographier les espaces ruraux touristiques de la mégalopole**

Cartographier les dynamiques rurales touristiques au sein de la mégalopole permet d'approfondir la notion de « mégapolis asiatiques » (McGee, 1991 ; et Sanjuan, 1996) d'une part, et de spatialiser le temps libre (articulation tourisme/loisir/récréation).

La spatialisation du temps libre s'articule à une diversité spatiale du rural. En continuité avec les travaux de Thierry Sanjuan (2006, 2010 et 2011) sur l'identification d'une typologie des espaces ruraux chinois articulés aux polarités urbaines<sup>1</sup> ; nous proposons ici une typologie des ruralités touristiques. Ces dernières sont analysées à partir des critères de mesure du développement touristique : intensité des infrastructures et équipements touristiques, fréquentation, produit économique et densité rurale. En cela, le tourisme semble s'articuler à l'espace de *desakota* décrit comme espace rural multifonctionnel associant production agricole, industrialisation et forte densité de peuplement.

La mégapolisation du delta du Yangzi issue du double processus d'industrialisation rurale locale et d'une métropolisation semble aujourd'hui se poursuivre avec les mutations des systèmes productifs. En effet, le tourisme joue un rôle non négligeable dans la structuration de la région mégapolitaine. Les flux, les aménagements et les recettes touristiques attestent d'une architecture régionale du tourisme, dont les campagnes touristiques forment une dimension spatiale et économique en continuité avec l'industrialisation rurale des années 1980 et 1990 (Zou, 2010).

La représentation cartographique (carte 14) de ces dynamiques spatiales de la mégalopole à partir du tourisme permet un renouvellement de l'analyse de la mégalopole en Chine. L'analyse de l'organisation spatiale des tourisms à la campagne s'inscrit dans la

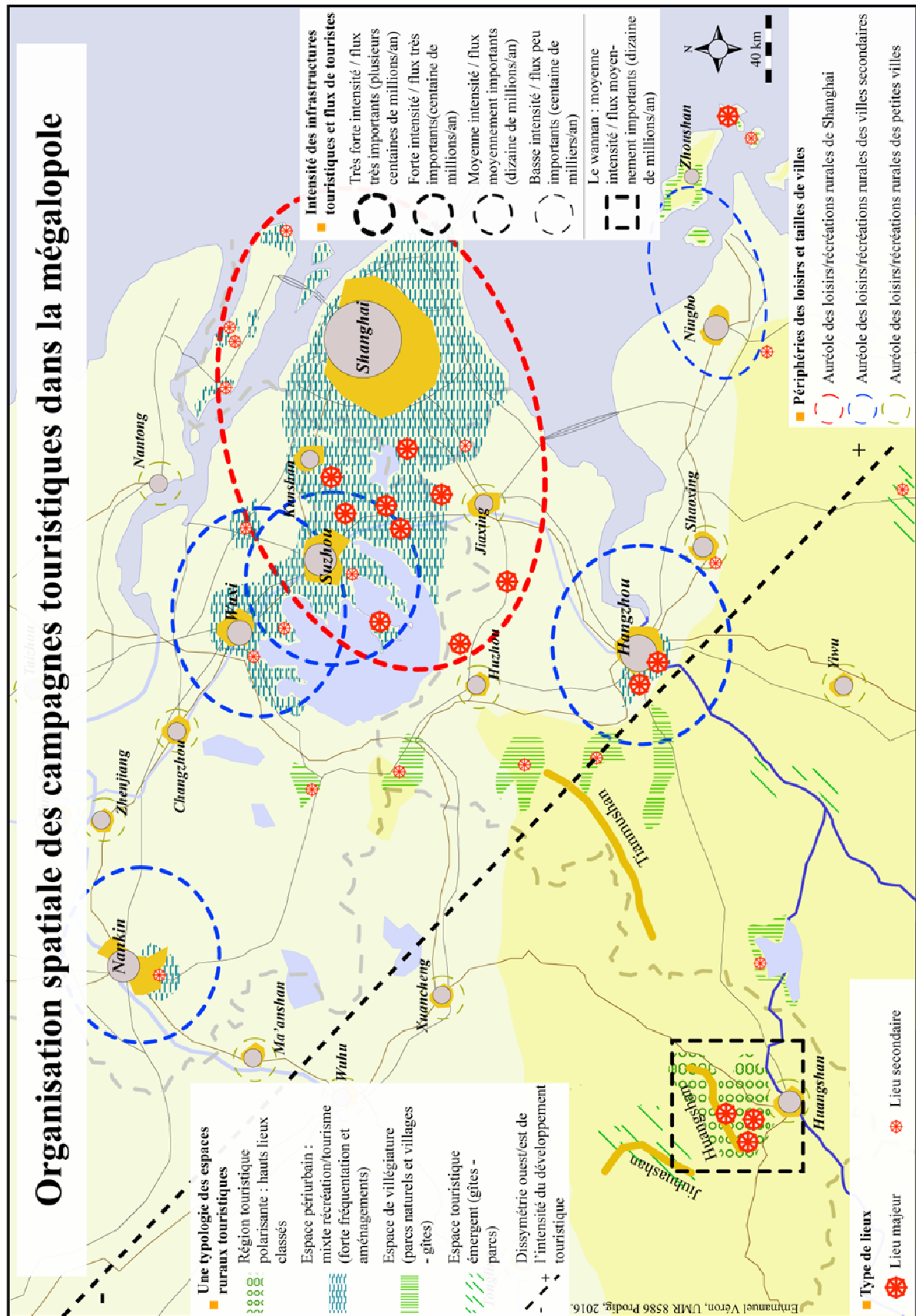
---

<sup>1</sup> À l'échelle nationale, Thierry Sanjuan distingue cinq types : les anciennes campagnes périurbaines ; les périphéries agricoles ; les espaces ruraux industrialisés ; les campagnes à la marge ; et enfin les espaces ruraux enclavés.

continuité des travaux de géographes sur l'analyse des dynamiques spatiales et une catégorisation des aires touristiques (Campbell 1967 ; Lozato-Giotart, 1993 ; Miossec, 1977 ; Ruppert, 1983 ; Pearce, 1981 ; et Lundgren 1974 et 1982).

La cartographie de synthèse se construit en quatre temps. La typologie et la hiérarchisation des lieux constituent les deux premiers temps. Les périphéries des loisirs dans les campagnes et l'intensité des infrastructures et des flux touristiques forment les deux derniers temps.





Carte 14.

### **1.1.1 La typologie des espaces ruraux touristiques**

La mégalopole du delta est animée par une diversité d'espaces ruraux touristiques. Cette diversité est le produit du développement économique et urbain des trente dernières années. C'est aussi celui de l'articulation avec des polarités urbaines et de l'insertion de ce vaste espace aux logiques de mondialisation et de marchés. Nous distinguons quatre types principaux.

Il y a d'abord la singularité des campagnes polarisantes faisant « région ». La partie sud de la province de l'Anhui en constitue le seul exemple. En effet, cette région (ou ici municipalité) réalise près de 50 % de son PIB en 2010 avec l'industrie touristique (Lu *et al.*, 2013). Le tourisme est réparti entre les sites classés à l'échelle internationale et nationale (les monts Jaunes et les villages de Xidi et Hongcun), puis avec la multiplication des lieux secondaires similaires aux sites classés en tant que produit touristique (les villages de Tangmo, de Chengkan). L'économie du territoire est particulièrement axée sur le tourisme, notamment dans ses lieux ruraux.

Par ailleurs, la municipalité a la particularité de polariser une clientèle variée. Les clientèles internationales, nationales et régionales cohabitent sur ce même espace. En 2010, la région enregistre 25 millions de déplacements touristiques pour un total de 20 milliards de yuans de recettes touristiques (Lu *et al.*, 2013). La vitalité économique de la municipalité est fortement dépendante de l'économie touristique.

Pour autant, la région conserve une part non négligeable d'individus dans l'agriculture et le secteur industriel est peu développé. Ceci confère un caractère agraire participant au maintien de paysages ruraux, supports du produit touristique de cette région très polarisante.

Enfin, le secteur agricole est modernisé grâce aux retombées économiques du tourisme, ainsi que les infrastructures de transports et urbaines (notamment la construction d'une gare TGV dans le nord de la ville chef-lieu – Tunxi – et modernisation du réseau urbain et des routes). Par ailleurs, la région connaît une forme relative de migrations des campagnes les moins articulées avec le tourisme vers des espaces touristiques régionaux, sinon urbains dans des logiques de mégalopolisation. Les migrations des ruraux vers les villes secondaires du réseau urbain du delta ou vers la métropole de Shanghai témoignent d'une complexité interne au territoire dominé par le tourisme.

Le territoire de la municipalité de Huangshan est à la marge du système mégalopolitain. Ce statut confère à la région le double statut de région paysagère et rurale très polarisante et de région pourvoyeuse de main-d'œuvre rurale jeune dans les espaces urbains et périurbains. L'ordre d'importance suit cet ordre : des clientèles régionales (Jiangsu, Zhejiang,

Anhui et Shanghai, voire Jiangxi et Hubei), puis nationales (principalement des régions urbaines, littorales et intérieures - Chengdu), enfin étrangères. Le développement touristique (datant du début des années 1980 avec une primauté des flux internationaux, puis nationaux après le début des années 1990) a participé à la mise en circulation des individus en quête d'emploi et de diversification des revenus dans une logique de distance avec le travail agricole. En effet, le tourisme a multiplié les formes directes, indirectes et induites de l'emploi, permettant d'acquérir de l'expérience, un réseau de relation et un certain capital pouvant être utilisés dans d'autres régions, dans d'autres domaines économiques.

L'espace périurbain touristique constitue la seconde composante spatiale singulière. Cet espace correspond à l'articulation de l'économie tertiaire touristique avec les espaces industriels et agricoles de *desakota* décrit dans les années 1980 et début 1990 par McGee. Au tournant du XXI<sup>ème</sup> siècle, ces espaces se sont pour partie urbanisés et périurbanisés. L'intégration croissante au système-monde et au marché ont intensifié les aménagements et les recompositions des systèmes productifs de ces espaces. Les agricultures ont moins de poids, l'industrie s'est modernisée et domine par là-même le PIB, tandis que des infrastructures de loisirs et de tourisme se sont multipliées.

L'extension de cet espace périurbain des loisirs et de récréation rurale est fortement articulée avec l'urbanisation (axe Shanghai-Suzhou-Wuxi) en quasi-conurbation le long des axes de communication d'une part, et du développement touristique de ces mêmes municipalités autour du lac Tai (avec les zones nationales de récréation et les bourgades d'eau) d'autre part. Ce développement touristique accuse une asymétrie forte du lac Tai. En effet, la partie orientale connaît une planification intense du tourisme dans ces campagnes, tandis que la partie occidentale est dominée par les activités industrielles, agricoles et aquacoles.

Le territoire municipal de Shanghai s'apparente plus à un espace mixte entre récréation et tourisme, avec une primauté de la récréation sur le tourisme (Yin, Yin et Xu, 2007). Par extension, les campagnes périurbaines des villes secondaires connaissent une dynamique spatiale similaire. L'augmentation et la modernisation des voies de communication ont largement contribué à cette trajectoire touristique de l'espace.

Cet espace périurbain touristique n'est pas limité au cas de l'aire métropolitaine shanghaienne. En effet, les villes secondaires du réseau urbain de la mégalopole connaissent une dimension similaire, cependant, moins intense, moins dense en aménagements de sites. Les villes capitales provinciales de Hangzhou et Nankin disposent d'une aire périurbaine des loisirs limités.

Globalement, ces aires périurbaines sont particulièrement denses en équipements, complexes hôteliers et touristiques, mais également en termes de diversité de lieux analysés précédemment. Les parcs à thème agrotouristiques, les villages reconstitués et les espaces dits de « nature » (espace vert) forment l'ensemble d'un dispositif de récréation rurale articulé aux espaces urbains, industriels et voies de communication. Ce dispositif est lui-même le produit du développement touristique des hauts lieux dans les années 1980, surtout 1990 à travers les bourgades et les parcs nationaux.

Une forme de discontinuité peut contraster avec la continuité spatiale de l'aire de récréation rurale périurbaine de l'axe Shanghai-Suzhou-Wuxi. En effet, l'île de Chongming dans le territoire de Shanghai est l'objet d'une discontinuité du développement touristique. C'est aussi le cas de la zone nord de la municipalité de Suzhou. En effet, le tourisme s'est développé à travers l'extension et la transformation des espaces de *desakota* en campagne périurbanisée (Changshu-Kunshan).

Ces espaces mixtes entre loisirs, récréation et tourisme sont surtout dominés par des flux de citadins régionaux ne passant pas la nuit dans les lieux. Aussi, ces espaces de fortes fréquentations sont animés par une clientèle nationale et internationale.

L'espace rural dit « de villégiature » correspond au troisième type de campagne touristique. Ces espaces variés sont déconnectés des logiques de périurbanisation, sans pour autant être totalement à la marge du processus de mégalopolisation et de transformations des espaces ruraux en *desakota*. Les densités de peuplement sont moindres (environ 200 à 300 habitants/km<sup>2</sup>). Ces espaces sont intimement articulés avec les petites villes et les villes secondaires dans leurs environnements régionaux.

Le cadre rural agricole et paysager de ces espaces structure le produit touristique. La basse intensité des infrastructures, des aménagements et des voies de communication confère au lieu une ruralité originale. Ils sont organisés le long ou à proximité des axes de communications de niveau provincial ou national, sinon en fond de vallée accessible.

Ces espaces sont l'objet d'un développement et d'une spécialisation de village touristique proposant des prestations fondamentales d'hébergement et de restauration. L'ajout d'un parc naturel labellisé (à l'échelle provinciale ou nationale) complète et enrichit le produit touristique. Le PIB est réparti entre l'activité tertiaire croissante (surtout depuis les années 2000) et l'agriculture. L'industrie reste relativement peu importante. Les migrations rurales vers les zones urbaines et périurbaines sont limitées aux chefs-lieux locaux et bourgades environnantes. On a un maintien sur place des populations rurales orientées toujours plus vers le secteur tertiaire de l'« accueil à la ferme ».

La municipalité de Shanghai ne connaît pas cette configuration spatiale et économique. Les provinces du Jiangsu et du Zhejiang sont particulièrement concernées. En effet, les espaces au sud du Jiangsu (sud de Nankin) comme ceux du lac Tianmu, ou les villages de Changxing, Anji, Lin'an, ou du lac Qiandao dans le Zhejiang ont émergé à la fin des années 1990 et se sont considérablement développés entre 2005 et 2015.

Ces espaces sont autant de périphéries rurales et touristiques de l'ensemble mégalopolitain. Les clientèles régionales sont quasi exclusives, en particulier dominées par les clientèles urbaines de Hangzhou, Nankin, Wuxi, Suzhou et Shanghai. Les petites villes du réseau urbain régional figurent également parmi les foyers émetteurs. Ainsi, les espaces ruraux de villégiatures sont avant tout des fragments spatiaux touristiques où les citoyens passent au moins une nuit sur place. Leur éloignement relatif ne permet pas une pratique de loisir le temps d'une journée, la fonction d'hébergement rural est donc importante pour ces campagnes.

Le dernier type d'espace concerne des campagnes où la fonction touristique est l'objet d'un développement récent (années 2000-2010). Ces campagnes sont faiblement industrialisées et les populations rurales sont orientées dans l'activité agricole et dans les migrations vers les bassins d'emplois urbains et périurbains. Relativement isolés, parfois en bordure d'axes de communication, ce sont des espaces ruraux à la marge et à la périphérie du dispositif mégalopolitain.

Leur développement émergent est articulé avec la valorisation de sites naturels (parcs) et l'incitation des autorités municipales et des districts à diversifier les activités rurales des paysans. Ces aires touristiques sont d'abord articulées avec les foyers émetteurs voisins (villes secondaires et petites villes), puis avec le réseau métropolitain de Shanghai.

Ces espaces ruraux ont un développement inspiré de celui des espaces ruraux de villégiatures, mais aussi du développement touristique des hauts lieux (bourgades-villages-parcs), voire de territoires entiers, à l'instar de la région polarisante et rurale du Wannan. Le développement urbain des petits noyaux urbains à partir des chefs-lieux de district, de cantons et de bourgs (Milhaud, 2013) participe à la structuration de l'offre touristique et de la gestion des produits touristiques. Les districts institutionnalisent des administrations locales de tourisme en lien avec des sociétés privées de développement et de conservation du patrimoine touristique.

Enfin, ces campagnes marginales et périphériques en voie de développement touristique et de diversification des systèmes productifs témoignent des dynamiques internes à la mégapole et à la complexification des relations ville-campagne et tourisme.

Cette typologie permet d'approcher les dynamiques spatiales rurales et du tourisme. La région mégapolitaine est profondément dissymétrique. Des gradients de densité, d'urbanisation et de fréquentation touristique s'organisent non pas uniquement selon une forme radioconcentrique, mais aussi en réseau (ou rhizome). Une séparation ouest/est se dessine entre le sud de la municipalité de Ningbo jusqu'au sud de la ville de Nankin en passant par Hangzhou.

À l'est, la clientèle régionale est majoritaire, les infrastructures et les lieux du tourisme sont plus nombreux. Le degré d'urbanisation est supérieur à 60-65 %, faisant de l'agriculture une part mineure du PIB. Cette agriculture est surtout périurbaine : maraîchage, élevage, aquaculture et céréales. Le tourisme est un complément économique récent (deux décennies) d'un tissu social déjà orienté vers le non-agricole. Le tourisme est l'objet d'une très forte artificialisation. La densité des aménagements reconstituant une certaine ruralité fait de ces espaces métropolitains la part belle aux parcs agrotouristiques et villages reconstitués.

À l'ouest de la ligne cartographiée, les campagnes accusent une hétérogénéité plus marquée tant en termes de densité de peuplement que de gradients d'urbanité et de pluriactivité rurale. Le taux d'urbanisation ne dépasse que rarement les 45 %. Les agricultures sont à la fois inscrites dans des logiques de connexion aux marchés urbains (fruits, légumes, poissons), mais aussi de céréalicultures et de complexes d'élevage importants. Enfin, des produits à forte valeur ajoutée comme le thé ou des alcools contribuent à la richesse rurale de ces espaces. L'insertion du tourisme y est donc singulière et l'articulation entre tourisme, paysage et cadre campagnard joue pleinement dans la recomposition des ruralités. Le tourisme contribue à alimenter la représentation d'une identité régionale ou locale intangible qui devient un véritable produit touristique. Le différentiel des potentiels paysagers et les héritages culturels régionaux (réactivés ou non) ajoutés aux facteurs territoriaux (proximité de la clientèle, accessibilité aux marchés, spécificités des structures) participent à l'organisation de cet espace touristique.

### ***1.1.2 La hiérarchie des lieux du tourisme***

La carte de synthèse 14 tente de rendre compte de la distribution spatiale des lieux participant à la structuration de la mégapole et de ces territoires ruraux. Nous représentons une hiérarchie de deux types de lieux afin de ne pas surcharger la carte et de conserver une certaine clarté dans la lecture des dynamiques spatiales.

Les hauts lieux touristiques (bourgs, parcs nationaux voire villages) sont particulièrement concentrés dans l'espace mixte tourisme/loisir périurbain continu entre

Shanghai et Wuxi. Ces hauts lieux ont dès les années 1980 donné la trajectoire spatiale de cet ensemble en polarisant une clientèle régionale, nationale et internationale forte et en constante augmentation depuis 30 ans. La concentration à l'échelle du delta s'observe également au sein de la région rurale et touristique comme le sud de l'Anhui.

Enfin, les hauts lieux en articulation avec des polarités urbaines (*cf.* Hangzhou ou Nankin voire Ningbo) sont l'objet d'une dispersion dans l'espace de la mégalopole. Le développement et l'aménagement de parcs nationaux ou de villages (parc des zones humides de Xixishidi, village de thé de Longjing, montagne sacrée de Putuo) forme les bases de la structure spatiale régionale à partir desquels les lieux dits secondaires vont pouvoir apparaître et connaître une trajectoire ascendante.

Les lieux secondaires sont plus récents et accusent un taux de remplissage moins élevé. Ces lieux sont soit à l'origine d'un développement touristique d'un village dont la trajectoire ascendante permet une diffusion large du tourisme (à l'ensemble du village voire aux villages voisins) ; soit en articulation avec des lieux majeurs. Les acteurs politiques et aménageurs sont à l'origine du développement des premiers, tandis que les autorités locales et les acteurs privés du tourisme produisent les seconds.

### ***1.1.3 Les périphéries de loisirs et auréoles touristiques périurbaines***

Le troisième élément de la carte de synthèse propose une analyse des auréoles touristiques et de loisirs. Chaque unité urbaine possède une périphérie de loisirs en particulier composée de loisirs à la campagne. Les villes se dotent d'une périphérie de loisirs et d'espaces verts (une ceinture verte). Pour autant, ces périphéries se limitant au territoire des municipalités sont constituées d'infrastructures ludo-touristiques variées. Les parcs à thèmes et d'attraction à l'instar des parcs de loisirs Happy Valley (Songjiang), le parc des Dinosauriens (Changzhou) ou le parc Disney à Shanghai (inauguré en 2016) complexifient les auréoles de ces espaces récréatifs sans véritable activité touristique. Les terrains de golf et bases de loisirs contribuent également à l'aménagement des périphéries périurbaines.

Ces auréoles des loisirs ne sont pas homogènes et suivent une hiérarchisation en miroir du réseau urbain de la mégalopole. Ces auréoles se répartissent entre trois grands ensembles distincts : la périphérie de Shanghai, les périphéries des villes secondaires et enfin les périphéries proches des petites unités urbaines.

La périphérie de Shanghai est la plus développée. La variété des lieux, des investissements et des flux en font un espace récréatif à part entière. Le statut de métropole

rayonnant et dominant un vaste espace régionale confère à ces espaces périurbains périphériques une forte connexion avec la ville.

Les périphéries des villes secondaires témoignent d'une intensité d'aménagements touristiques et récréatifs moindre sans toutefois être négligeables. Les infrastructures de jeux, de golf et de parcs agrotouristiques sont dédiées à une clientèle exclusivement urbaine et locale. Les aires de loisirs de Shanghai et de Suzhou se recoupent. Ces espaces intermédiaires sont composés par des hauts lieux, autour desquels d'importantes opérations de promotions immobilières regroupent des résidences secondaires (villas ou appartements), des villages de vacances (*dujia cun*) et des centres de loisirs.

L'ampleur de ces aires est restreinte aux périphéries proches des noyaux urbains. Pour autant, la vitalité économique des villes secondaires permet une extension de ces aires. Aussi, si la cartographie propose une homogénéité de ce type de périphérie en fonction de la taille et de l'importance des villes dans la mégapole, nous pouvons distinguer des différences à l'intérieur de ce groupe. Pour exemple, la municipalité de Ningbo ne connaît pas l'ampleur des développements ludo-touristiques des villes comme Suzhou, Wuxi ou Hangzhou.

Enfin, les auréoles des plus petites villes sont l'objet d'aménagements municipaux issus des plans quinquennaux du début des années 2000, toujours en cours aujourd'hui<sup>2</sup>. La rationalisation de l'espace et l'insertion de zones de loisirs et de tourisme dans les schémas directeurs des municipalités prévoient l'aménagement en zonage fonctionnel d'espaces de loisirs voués aux populations locales.

Ces périphéries sont elles aussi hétérogènes. Des lieux majeurs ou secondaires (à l'échelle de la mégapole) peuvent se situer dans les banlieues des petites villes. Le développement entre 2010 et 2012 d'un parc à thème agrotouristique dans la périphérie proche de Wuhu (parc agrotouristique du colza) témoigne de ces dynamiques touristiques et urbaines à l'intérieur du dispositif régional.

---

<sup>2</sup> Entretien en juin 2011 avec Yue Wanbing, responsable de l'unité d'aménagement et de construction au bureau de planification de la municipalité de Suzhou. Entretien en juin 2011 avec Fan Yu, architecte-urbaniste au Bureau de planification de la municipalité de Shanghai. Entretien en septembre 2011 avec Shen Liangming, Secrétaire général du PCC au bourg de Zhoupu à Pudong (Shanghai). Entretiens en mars, avril et mai 2012 avec Yu Yu, responsable du bureau de qualité et de la technologie de la municipalité de Huzhou ; Zhu Jianqing, directeur général du Bureau de tourisme du district de Changxing ; et Li Jianming, responsable du Bureau de gestion forestière du district de Changxing.



#### **1.1.4 Cinq stades d'intensité touristique**

La mégalopole connaît cinq stades de fréquentation et d'intensité des équipements touristiques. Ces stades sont tous corrélés à la nature spatiale des campagnes et au gradient d'urbanisation.

Les espaces de forte concentration se situent dans la partie est du dispositif régional. L'aire métropolitaine de Shanghai concentre les flux (ou déplacements), les aménagements et la diversité des types de lieux comme aucune autre aire de la région. Dans le cadre de la métropolisation, l'émergence de nouvelles formes de loisirs, et notamment l'importance croissante des déplacements de week-end, interroge la géographie du tourisme (Ruppert, 1983). Il existe dans les périphéries des villes, *a fortiori* des métropoles le Naherholungsraum de Ruppert, c'est-à-dire un « espace de délasserement proche ». Les périphéries de Shanghai accueillent chaque année plusieurs centaines de millions de déplacements touristiques réparties entre les festivals floraux, les parcs, les villages et les bourgs, mais aussi des déplacements au mois d'avril en lien avec la fête des morts et de l'entretien des tombes familiales. Cette aire de récréation se complète par l'aire dite d'« arrière-cour » shanghaienne que constitue le pourtour est du lac Tai.

Les aires de moindre intensité restent parmi les espaces de forte concentration du développement et des dynamiques touristiques. Ils polarisent tout à la fois une clientèle régionale, nationale et internationale où l'articulation du tourisme dans les lieux majeurs se conjugue avec celui de lieux secondaires et marginaux. L'urbanisation et l'efficacité des infrastructures de transports fluidifient la mise en réseaux des lieux et des espaces de fortes fréquentations.

Les aires de basses intensités correspondent à des périphéries du dispositif urbain régional. Les clientèles sont à la fois moins nombreuses, moins diversifiées et moins expérimentées. Le récréatif domine dans ces espaces périurbains et ruraux.

Enfin, nous distinguons le Wannan comme cinquième stade d'intensité touristique. En effet, les critères d'analyses précédents ne permettent pas de comprendre les dynamiques de cette sous-région. Les infrastructures touristiques (hôtels, entreprises, sites) sont concentrées dans le chef-lieu de la municipalité (Tunxi), et la diversité des lieux conservés et valorisés est dispersée dans l'ensemble du territoire municipal. Les aménagements et l'artificialisation pour et par le tourisme de l'espace sont faibles par rapport à la moitié est de la mégalopole. Pour autant, la fréquentation touristique connaît une croissance continue depuis trois décennies.

L'ensemble de ces critères permet d'avancer la singularité d'un espace marginal, mais pleinement connecté et articulé à la mégapole d'une part et aux polarités urbaines chinoises d'autre part (gare TGV, autoroutes et une quarantaine de liaisons aériennes nationales).

### **1.2 Les flux touristiques : une approche de la spécialisation touristes/espaces**

Après avoir interprété et analysé la typologie spatiale des tourisms dans la mégapole, nous proposons de poursuivre la réflexion par une approche des flux touristiques par pôles urbains émetteurs. La cartographie illustre des espaces ruraux touristiques métropolisés et « mégalopolisés ».

L'important rayonnement des villes, notamment de la métropole de Shanghai semble organiser l'espace support des dynamiques touristiques (*cf.* planche cartographique 4). Les flux touristiques cartographiés précédemment ont permis de cerner l'ampleur des pratiques spatiales des individus, de rendre compte de la distance-temps des séjours touristiques ou de récréation et d'appréhender la mégapole comme espace touristique privilégié par les clientèles régionales.

L'analyse cartographique des flux prolonge la notion de hiérarchie des flux et des villes. Autrement dit, le réseau urbain mégapolitain joue pleinement dans la spécialisation des destinations (les lieux) et la segmentation de la clientèle plutôt citadine.

Par ailleurs, la planche cartographique 4 montre les espaces de concentrations (les plus importants et les plus nombreux) et les espaces de relative dispersion/diffusion. Le tourisme dans les campagnes du delta est avant tout l'objet d'une forte concentration en contraste avec les descriptions des dynamiques touristiques rurales en Occident, parfois appelées tourisme diffus. Le tourisme correspond à des pôles de fréquentation. La dimension spatiale touristique produit des polarités touristiques dans les espaces ruraux (selon le gradient du rural périurbain, à l'espace rural reculé).

La planche (4) est composée de trois cartes illustrant la hiérarchie du réseau urbain régional : métropole, ville moyenne et petite ville.

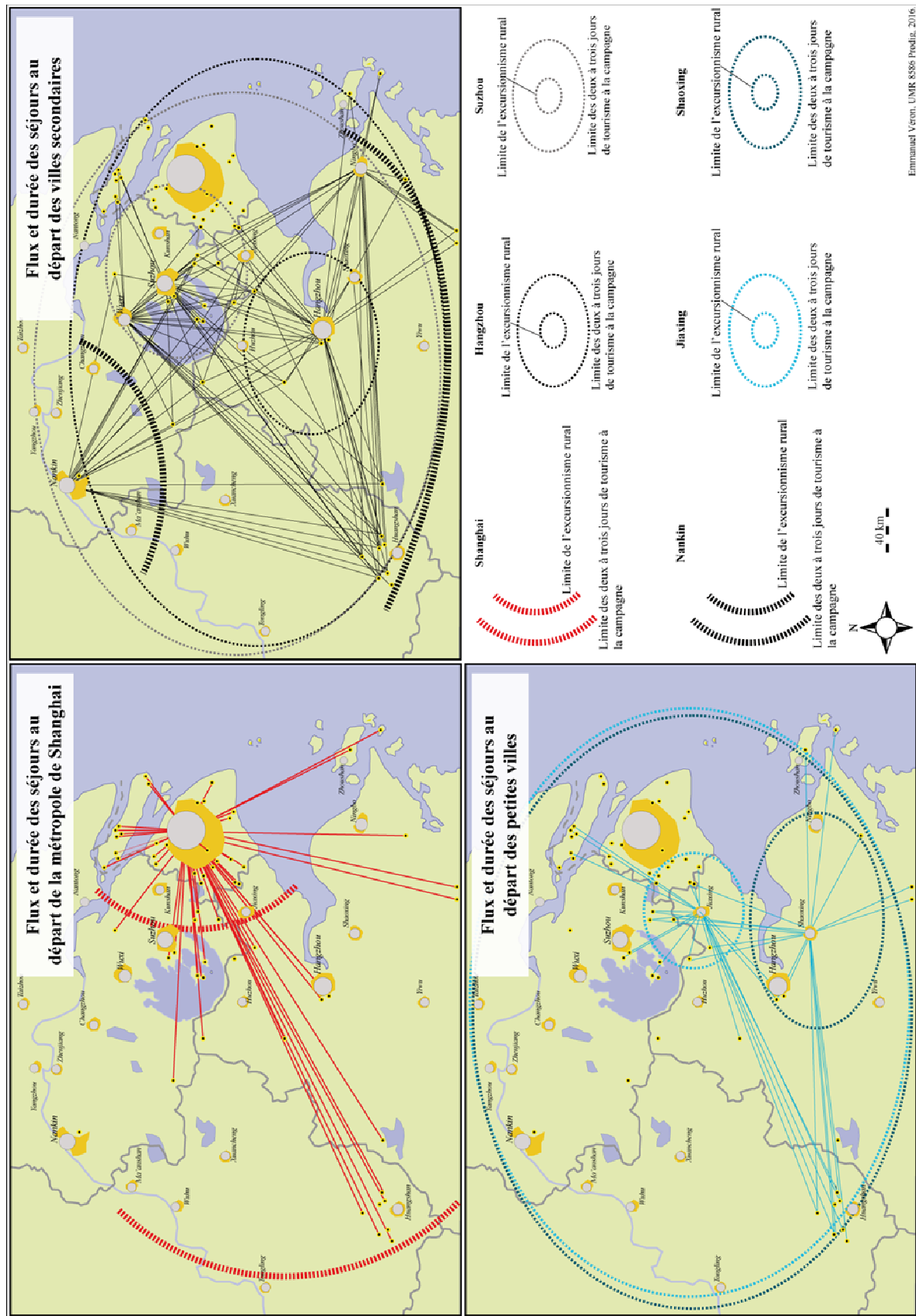


Planche cartographique 4 – Cartes de flux : excursion et séjours longs

### ***1.2.1 Le rayonnement de Shanghai : métropolisation et primatie mégalopolitaine***

L'observation des flux de touristes dans les lieux du tourisme à la campagne du delta rend compte du rayonnement large de la métropole de Shanghai sur le delta. Spatialement, le phénomène s'organise en conciliant deux principes : un dispositif auréolaire est prolongé par des axes. Les pratiques se développent le long des axes en doigt de gants, mais au-delà de certaines distances temps, les espaces d'accueil changent de nature : l'excursionnisme domine. Les limites de l'excursionnisme se dessinent dans le pourtour du territoire municipal, tandis que les séjours plus longs (deux à trois jours) englobent la quasi-totalité de la région du delta.

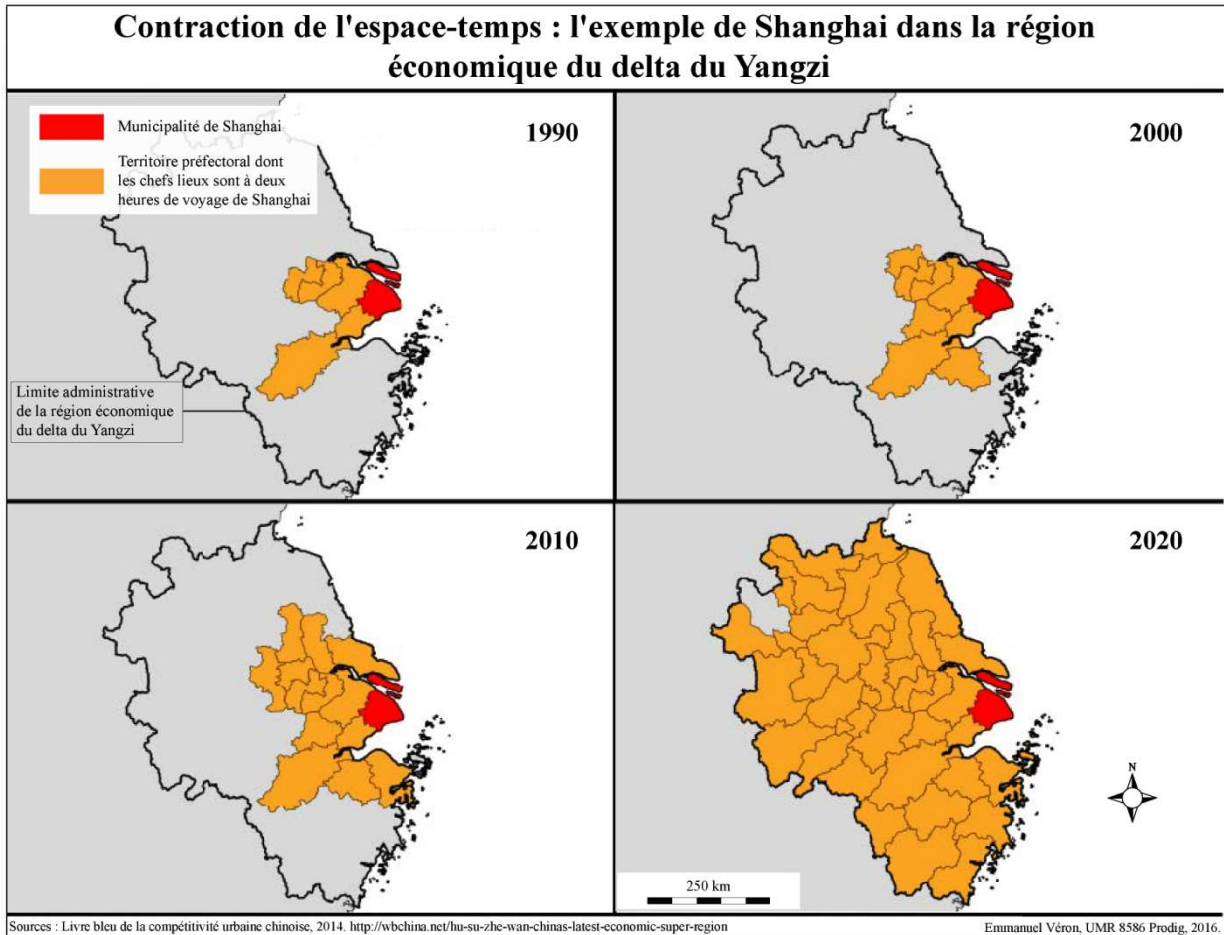
Les analyses de l'organisation spatiale de la région parisienne par Olivier Lazzaroti (1995) montrent un ensemble mononucléaire, principalement du fait de la monocéphalie de la métropole parisienne. Les dynamiques concernant la métropole shanghaienne semblent être à la fois mononucléaires, mais aussi articulées en réseau.

Une lecture à plusieurs échelles permet d'identifier l'articulation forte entre les périphéries périurbaines et rurales et la ville de Shanghai. Aussi, cette dimension de proximité est élargie à une forte concentration des flux en direction de la façade est du lac Tai, de l'île de Chongming. La région du Wannan constitue l'espace de forte concentration le plus éloigné de la métropole.

Le rayonnement de la métropole s'illustre également par la connexion de tous les types d'espaces identifiés précédemment, ce qui en fait le principal foyer émetteur de la région. Plus encore, des pôles touristiques ruraux du Zhejiang et du Jiangsu sont intimement liés à la clientèle citadine shanghaienne. Des liens de dépendances, entre ces espaces proches (un rayon de cinquante kilomètres) ou plus lointains (jusqu'à 200 kilomètres), et la ville se créent. Des lieux se spécialisent selon une clientèle homogène géographiquement, mais hétérogène en termes de classes d'âges. C'est le cas des espaces de villégiatures de Changxing à travers les villages de Shuikou et de Guzhu.

Enfin, les flux touristiques à l'origine de la métropole couvrent l'ensemble de la région. Le rayonnement de la métropole se conjugue avec un rayonnement mégalopolitain où les clientèles shanghaiennes semblent être les plus avancées en termes de pratiques spatiales et d'expériences touristiques.

Le foyer émetteur shanghaien articule la quasi-globalité des lieux du tourisme à la campagne à l'exception des lieux périurbains des petites villes et des villes moyennes ne faisant pas l'objet de polarisation particulière.



**Planche cartographique 5.**

Les planches cartographiques 4 et 5 peuvent être combinées afin d'interpréter le rôle majeur de Shanghai dans l'organisation et l'articulation régionales à travers les réseaux de communications et de flux émis par la métropole. En ce sens, les flux touristiques vont poursuivre leur expansion à travers toute la région d'étude et bien au-delà. Le potentiel de circulation est encore à ce jour restreint malgré une considérable croissance de la contraction de l'espace-temps du fait de la modernisation des réseaux de communication et des systèmes de transport.

Les prévisions pour 2020 montrent une contraction accrue de l'espace-temps au sein de la région économique du delta, *a fortiori* à l'intérieur de l'espace mégapolitain. Ceci suggère une évolution spatiale et une extension des logiques métropolitaine de Shanghai, et également une dilatation des logiques de la mégalopole. La connexion des villes secondaires et des petites villes (pôles émetteurs de flux touristiques) avec la métropole sont toujours plus importantes. Les espaces ruraux (touristiques) entre les polarités urbaines s'en retrouvent plus accessibles et participent pleinement aux dynamiques spatiales du dispositif régional.

### ***1.2.2 Le rayonnement des villes secondaires : entre proximité et exploration des nouvelles périphéries***

Les villes secondaires (Hangzhou, Suzhou, Wuxi, Nankin et Ningbo) forment les foyers émetteurs régionaux les plus importants après la métropole shanghaienne.

Ces grandes unités urbaines ont des flux d'abord polarisés sur les espaces touristiques périurbains proches, puis les espaces touristiques plus lointains correspondant à de hauts lieux (région du Wannan, lac Tai, Putuoshan). La proximité joue pleinement. Cependant, l'émergence de nouveaux espaces touristiques dans un environnement régional proche (100 à 150 km) donne de nouvelles perspectives d'articulation des flux émis par ces villes avec des campagnes dont le développement touristique est très contemporain (zone sud de Nankin et façade ouest du lac Tai, zone occidentale de Hangzhou et espace transfrontalier entre le Zhejiang et l'Anhui).

La spécialisation clientèle/espace est moins prononcée que celle concernant Shanghai. Pour autant, ces pôles émetteurs peuvent être analysés comme pris dans un temps en décalage avec la réalité shanghaienne, plus mûre, plus spécialisée. Par là-même, une hiérarchie des flux entre les différentes villes secondaires peut être établie. Les villes comme Hangzhou, Nankin et Suzhou semblent connaître une situation similaire. Les aires de récréation sont intenses en flux et en aménagements. Les polarisations vers des régions rurales touristiques sont structurantes et importantes. Enfin, des lieux plus dispersés, plus périphériques aux espaces majeurs sont de plus en plus articulés avec ces trois villes (périphéries nord de Suzhou et Nankin, espaces du Zhejiang). Les auréoles des séjours supérieurs ou égaux à deux jours donnent une dilution de l'espace pratiqué au sein de la mégapole. Ceci donne de nouvelles perspectives pour les espaces périphériques.

Enfin les villes comme Ningbo et Wuxi peuvent être regroupées. L'ampleur des flux émis depuis ces deux pôles urbains est d'abord, et avant tout, ceux de la proximité et des périphéries proches. Puis, la polarisation des régions majeures ainsi que quelques rares flux en direction des espaces ruraux fraîchement développés par et pour le tourisme, achève la structuration régionale. Ces espaces correspondent au district de Xianju dans le sud de la zone d'étude (Zhejiang) ou encore à la façade ouest du lac Tai (Jiangsu) voire à la frange de l'Anhui frontalier avec le Jiangsu.

### ***1.2.3 Le rayonnement des petites villes : faible expérience touristique et polarisation par les lieux majeurs***

Les petites villes sont également des pôles émetteurs. L'ampleur des pratiques spatiales à la fois en termes de distances et d'intensité des flux est là encore moindre. Les clientèles forment un gradient dont l'expérience touristique est le plus faible, comparable aux populations à l'expérience réduite des moyennes et grandes villes. Les limites spatiales des séjours de un ou deux jours et plus sont proches de celles de villes moyennes et secondaires. Pour les villes de plus petite taille, seules les aires de récréation d'une journée sont limitées à un rayonnement de 50 à 80 kilomètres.

La localisation des petites villes dans la continuité périurbaine ou périmétropolitaine (Mirloup, 2004) d'ensemble comme Shanghai (avec Jiaxing) ou comme Hangzhou et Ningbo (avec Shaoxing) donne une architecture d'entre-deux.

La proximité d'espace périurbain mixte récréation/tourisme peut polariser la clientèle citadine de ces villes (articulation des flux entre Jiaxing et le périurbain de Shanghai et de Hangzhou par exemple ou articulation des flux entre Changzhou et les zones périurbaines de Nankin et de Wuxi voire de Suzhou).

Aussi, le faible degré d'expérience touristique peut expliquer la forte polarisation et la concentration des flux en direction des régions touristiques comme le Wannan, le lac Tai voire l'archipel des Zhoushan (Putuoshan). En ce sens, le « tourisme diffus » est quasiment inconnu de ces pôles émetteurs, contrastant avec la diversité accrue des clientèles et de leurs expériences touristiques dans les villes plus importantes.

Cette cartographie illustre l'articulation sur trois niveaux entre pôles émetteurs et lieux ou espaces récepteurs. Cette triple architecture n'est pas figée. Au contraire, elle est en perpétuel changement, notamment à travers l'aménagement de lieux nouveaux, mais aussi de la montée en puissance de l'expérience touristique de la clientèle, attirée par de nouvelles destinations, activités et pratiques. Le développement des infrastructures de transports favorisent la fluidification et l'allongement des distances depuis les pôles émetteurs vers les lieux récepteurs.

L'observation de la fréquentation touristique des sites, selon l'origine de la clientèle, permet d'identifier ces sites selon une clientèle régionale ou extrarégionale, voire les deux réunies. Des mobilités touristiques sont polarisées sur une zone, où des touristes shanghaiens sont les plus nombreux (60 à 70 % de la population touristique). Ceci conduit à une différenciation des territoires du tourisme ; répondant elle même, à une logique complexe

entre intégration aux dynamiques métropolitaines des territoires, « effet de ruralité recherchée » et imaginaire collectif.

Les cartographies des dynamiques spatiales touristiques dans les campagnes du dispositif régional peuvent être synthétisées à travers une représentation schématique basée sur la modélisation graphique.

### **1.3 Modéliser le tourisme dans les campagnes de l'espace mégalopolitain**

La représentation schématique des dynamiques spatiales du tourisme dans les campagnes s'apparente à une modélisation graphique, à savoir une « écriture de modèles géographiques sous forme de figures » (Grataloup, 2003 : 629). La modélisation permet d'appréhender un fait régional autant que d'analyser des types de configurations spatiales.

Le modèle sous forme de chorème développé par Roger Brunet dès la fin des années 1970, début 1980 (Brunet, 1980, 1980, 1987 et 2001) permet d'établir un langage cartographique de synthèse. La représentation du réel est simplifiée, pour autant les dynamiques et les relations sont au cœur du projet de représentation. Le modèle permet « de rendre compte d'un ensemble de processus ayant entre eux certaines relations et de manière symbolique de rendre compte d'une réalité » spatiale en utilisant un système de signes et une sémiologie (Moriconi-Ébrard, 2003 : 627).

Le modèle (*cf.* figure 54) loin de donner la représentation d'une organisation radio-concentrique des espaces périphériques ayant un degré d'attraction s'affaiblissant avec la distance au noyau métropolitain propose de montrer l'articulation en réseau de la mégalopole et de la trajectoire différenciée des campagnes touristiques. Ceci permet de dépasser le concept centre-périphérie (Reynaud, 1995).

L'utilisation de figurés sectoriels, ponctuels, linéaires permet de traduire les dynamiques spatiales à la fois radio-concentriques et réticulaires. Le modèle schématique se construit en quatre temps. Premièrement, le système urbain hiérarchisé articule, ordonne et structure l'espace, puis les espaces ruraux touristiques de manière sectorielle et ponctuelle (pôles) et la diversité hiérarchisée des lieux composent les second et troisième temps. Enfin, les dynamiques internes et externes à la région traduisent la complexité interne et l'extension des logiques mégalopolitaines.

Le modèle ne traduit pas une évolution chronologique, mais plutôt une description et une analyse des interactions, des réalités et des polarités au début des années 2010. La lecture chronologique se lit par des dynamiques spatiales en interne.



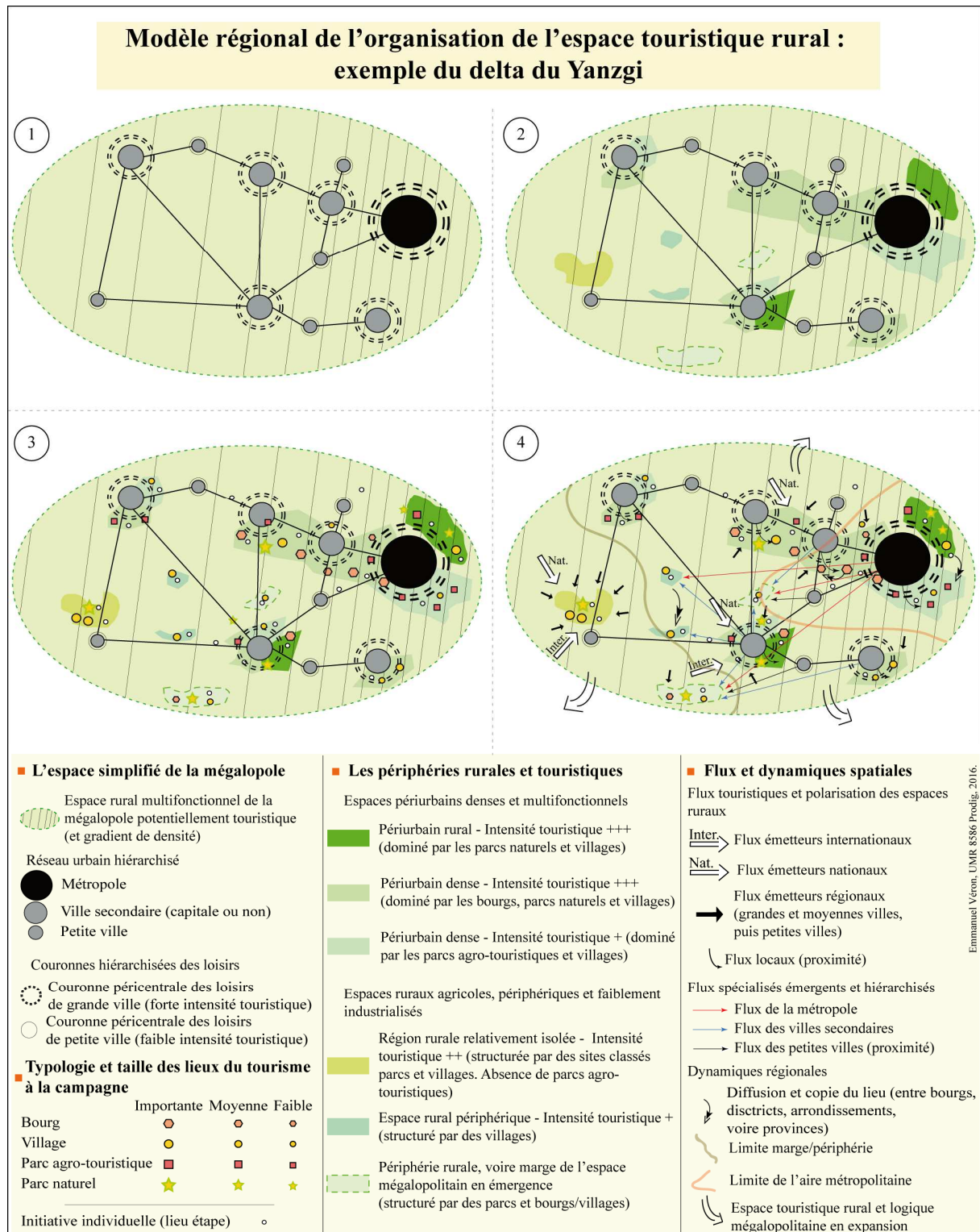


Figure 54.

Si l'importance du pôle shanghaien est bien réelle, la structuration touristique de l'espace deltaïque est relayée par des pôles régionaux secondaires (tel que Hangzhou, Suzhou, Nankin, Ningbo, voire de plus petites villes), aussi émetteurs de flux touristiques. Le modèle centre-périphérie semble inadapté à la compréhension des réalités en cours. Un modèle complexe gravitaire<sup>3</sup> et réticulaire articule ces dynamiques métropolitaines et mégalopolitaine.

### ***1.3.1 Le réseau urbain hiérarchisé et l'espace simplifié de la mégalopole***

Le réseau urbain forme un « ensemble de villes reliées entre elles d'une manière durable et structurante par des interactions et des flux d'échanges matériels et immatériels » (Dematteis, 2003 : 797). Le premier schéma de représentations concerne le système urbain. Cette architecture réticulaire et hiérarchisée montre la primatie de la métropole shanghaienne, l'ensemble des villes secondaires et le semis de villes plus petites en situation d'entre-deux.

L'espace rural de la région est globalement densément peuplé (en moyenne 450-500 hab/km<sup>2</sup>). Pour autant, ce vaste espace urbain, rural et de *desakota* ne connaît pas d'homogénéité des densités. Un gradient de densité décroissante s'observe avec l'éloignement de la métropole, de la conurbation et de la variabilité du relief. On a ainsi une échelle de densité rurale allant de 800-1000 hab/km<sup>2</sup> dans les espaces périurbains proches des grandes unités urbaines à des densités de l'ordre de 150 à 200 hab/km<sup>2</sup> dans les marges rurales de la mégalopole. Outre la densité de peuplement, ces campagnes sont multifonctionnelles. L'articulation des industrialisations, des agricultures et des activités tertiaires montantes traduisent une complexité accrue des campagnes et de leur insertion aux logiques urbaines et de marché.

Le système urbain structure une périphérie des loisirs ou aussi appelée « aire de loisirs » (Mirloup, 1984 : 709). Ces aires sont proportionnelles à la taille des villes. Elles accusent une fréquentation touristique, ainsi qu'une densité d'aménagement, d'autant plus massives que ces aires sont spatialisées autour des grandes villes. Les périphéries des loisirs concernent la dimension infra-urbaine de la métropole, des moyennes et petites villes.

### ***1.3.2 Les périphéries rurales et touristiques : du périurbain aux marges polarisantes de la mégalopole***

La typologie en six espaces distincts des campagnes touristiques veut illustrer les interactions spatiales de certaines campagnes avec des pôles émetteurs régionaux, nationaux et

---

<sup>3</sup> « Modèle mesurant les interactions entre deux espaces, selon les principes de la loi de la gravitation universelle de Newton, énonçant que l'attraction entre deux corps s'exerce selon une force proportionnelle au produit de leur masse et inversement proportionnelle au carré de leur distance ». (Mathieu, 2003 : 430).

internationaux. Aussi, cette typologie traduit l'insertion du tourisme dans une pluralité de campagnes dont la distance à la ville n'est pas le seul critère structurant. La typologie donne aussi à comprendre la temporalité du développement touristique des campagnes.

- Les espaces ruraux périurbains denses où la multifonctionnalité est la règle.

Nous distinguons trois catégories spatiales. Le périurbain rural (dont les densités sont moindres que dans les espaces périurbains proches de la ville) s'articule en continuité avec la ville (*cf.* le village de Longjing à Hangzhou) ou en discontinuité (*cf.* les espaces ruraux touristiques de l'île de Chongming à Shanghai). Les densités de peuplement s'élèvent à environ 350-400 habitants/ km<sup>2</sup>. Cet espace est dominé par les parcs naturels et des villages métamorphosés par le tourisme. Au sein de ces espaces, le maintien de l'agriculture et un degré relatif d'industrialisation orientent les systèmes productifs des campagnes. Le développement touristique de ces campagnes est précurseur dans le tourisme à la campagne (années 1980, surtout début 1990).

Le périurbain dense se décompose en deux types selon l'intensité plus ou moins forte des transformations spatiales induites par le tourisme. D'abord, il y a les espaces périurbains denses où la densité des flux et équipements touristiques qui singularisent ce type de campagne. Les densités de peuplement s'élèvent à environ 500-600 hab/km<sup>2</sup>. L'industrialisation (entreprises des bourgs et des cantons, puis aujourd'hui des complexes industriels et technologiques), les activités de tourisme (parcs, villages et bourgs) particulièrement nombreuses et diversifiées, ainsi qu'une agriculture intensive minoritaire, donnent une densité forte et originale. Il s'agit pour exemple des espaces ruraux entre Shanghai-Suzhou-Wuxi ou, de manière sectorielle, des espaces périurbains de grandes villes comme Hangzhou ou Nankin voire Ningbo. Ces espaces connaissent un développement touristique dès le début des années 1990 et une croissance économique tertiaire et industrielle forte depuis 25 ans. Ces espaces se sont densifiés (nouveaux sites, nouveaux flux) et s'articulent en continuité avec le réseau urbain mégapolitain.

Enfin, le périurbain dense dont les « densités touristiques » (flux et aménagements) sont moins marquées, moins structurantes, sont cependant tout aussi multifonctionnels : industries, agricultures modernisées et résiduelles et quelques infrastructures tertiaires touristiques. Ces espaces ont connu un développement touristique plus récent, datant des années 2000. Les densités de peuplement s'élèvent à environ 600-800 hab/ km<sup>2</sup>. Les parcs agrotouristiques dominent l'organisation sectorielle. Les grandes villes se dotent de ces types d'espace et complexifient ainsi leurs périphéries.

- Les espaces ruraux agricoles et faiblement industrialisés : ruralité, agritourisme et périphéries rurales

Ces campagnes comportent trois types d'espaces distincts. Nous distinguons d'abord les régions rurales touristiques très polarisantes, mais relativement isolées, en position marginale du dispositif mégapolitain. Les densités de peuplement s'élèvent à environ 150-200 hab/km<sup>2</sup>. Ce type de campagne touristique « fait pays », au sens où un territoire organise et structure l'offre touristique dans son ensemble en concertation avec des acteurs locaux (sociétés privées de développement touristique et autorités). Le développement touristique est précurseur. Il est à la base du développement du tourisme en Chine par la labellisation de sites et d'espaces à l'échelle nationale et internationale. L'intensité touristique est accrue sur la période des 30 dernières années, sans pour autant conduire à une artificialisation forte des campagnes à travers la multiplication des sites touristiques. La quasi-absence des parcs agritouristiques témoigne de ces dynamiques originales et propres à ces campagnes. Citons la municipalité de Huangshan comme espace touristique rural polarisant singulier.

Les espaces touristiques périphériques connaissent un développement datant de la période contemporaine de diversification des pratiques et de l'offre à la fin des années 1990. Ces espaces sont relativement peu industrialisés, l'agriculture et les migrations rurales orientent les systèmes productifs locaux. Les densités de peuplement s'élèvent à environ 200-300 hab/km<sup>2</sup>. La diversification des revenus et la pluriactivité des ruraux ont permis le développement de l'agrotourisme, rapidement encadré par les autorités locales du district et de la municipalité. Ces espaces sont en discontinuité avec les campagnes environnantes (*desakota* et rural agricole dense), mais aussi avec les ensembles sectoriels touristiques décrits plus haut. Ces espaces sont structurés par un ou plusieurs villages muséifiés, dont la morphologie générale atteste de la croissance économique induite par le « tourisme à la ferme » (ou dans le gîte). Les villages de Shuikou, Guzhu, Anji correspondent à cette forme spatiale.

Enfin, les espaces ruraux touristiques émergents sont récents (années 2005-2010). Le développement à la marge des flux touristiques des formules « classiques » leur confère un positionnement périphérique sinon marginal au sein de la mégapole. Les densités de peuplement s'élèvent à environ 150-200 hab/km<sup>2</sup>. La discontinuité spatiale et l'isolement relatif (variabilité du relief) de ces espaces structurés par une industrialisation lourde ou légère (aciérie et usine d'assemblage par exemple) combinée à une agriculture céréalière, quelques unités d'élevage et de rares produits de qualité, traduisent la situation d'émergence du tourisme. Les autorités locales et provinciales sont au cœur du développement et de la gestion

de l'offre touristique, faisant du patrimoine bâti et naturel les deux piliers de la ruralité. Le district rural de Xianju correspond à cette forme spatiale.

### ***1.3.3 Typologie et taille des lieux : polarisation et concentration***

Les lieux se répartissent selon la typologie décrite et analysée précédemment : bourgs, villages, parcs à thème agrotouristiques et naturels. Nous ajoutons les fermes, objet d'initiative individuelle de paysans diversifiant leurs revenus, sans pour autant constituer un site touristique référencé dans les guides et dans l'offre touristiques des voyageurs. Ces derniers jouent un rôle important à la fois dans la structuration des flux touristiques, mais aussi dans le « développement par le bas » des campagnes et des ruraux. Leur localisation suit un double processus. Il y a d'abord la localisation le long des voies de communication de marchands ou de fermes captant une clientèle de passage. Il y a ensuite la localisation à proximité voire à l'intérieur de sites référencés et institutionnalisés. Enfin, ces lieux étapes peuvent être à l'origine du développement touristique généralisé d'un village. Leur distribution est isotrope. Ils se répartissent sur l'ensemble du dispositif mégapolitain tant les densités et les flux sont intenses (clientèle variée de citadins, de migrants, de ruraux).

Les quatre types de lieux sont hiérarchisés selon leur capacité polarisante de flux touristiques et de l'intensité des aménagements voués au tourisme (restaurants, services, commerces, gîtes, promotions immobilières, hôtels, voies de communication et bases de loisirs). Le gradient d'artificialisation va en décroissant en partant du bourg jusqu'au niveau du village et du parc naturel. Il y a une forte corrélation entre la distribution des types de lieux (et de leur degré de polarisation) avec les types de campagnes touristiques.

Les bourgs sont très concentrés dans les espaces périurbains denses et fortement touristiques. Des bourgs secondaires peuvent s'adjoindre à ces espaces. Sinon, ils forment des polarités touristiques dans des espaces plus récemment mis en tourisme (espaces périurbains denses, mais moyennement touristiques, et espaces émergents).

Les villages sont distribués de manière hétérogène selon les types de campagnes. Le développement local à partir de programme de modernisation rurale en rénovant entièrement un village (à l'instar de Tengtou ou Jiangxiang respectivement dans le Zhejiang et dans le Jiangsu) donne une situation singulière. La métamorphose des villages dans des logiques touristiques avec comme base de l'offre les gîtes trouve une distribution globale. Enfin, les villages classés (plus rares) ayant un fort degré de polarisation se situent dans des espaces touristiques périphériques et marginaux (Xidi, Hongcun, Chengkan ou Luxiang).

Les parcs agrotouristiques connaissent une distribution paradoxalement proche de celles des parcs naturels. Les premiers dont le développement est récent (moins de deux décennies) se concentrent dans les espaces périurbains et les couronnes des loisirs. Tandis que les parcs naturels participants pleinement aux aménagements municipaux comme outils du marketing territorial, leur distribution est globalisée à l'ensemble des espaces. Cependant, l'ampleur de la polarisation de ces sites contraste avec les parcs à thème. Les parcs naturels constituent systématiquement des lieux majeurs sinon secondaires, mais fortement polarisants à l'échelle régionale traduisant « une demande de nature » croissante.

#### ***1.3.4 Flux, dynamiques spatiales de la mégalopole et tourisme dans les campagnes***

Le quatrième et dernier temps de la construction du modèle rassemble les différents critères de dynamiques spatiales et les évolutions des campagnes touristiques de la mégalopole.

Les espaces touristiques ruraux ne sont pas uniformément polarisés. L'isotropie ne concerne que les secteurs quasi homogènes « L'espace est uniformément polarisé par extension indifférenciée » (Bernard, 2003 : 525). En cela les flux touristiques sont répartis entre une clientèle régionale (et citadine en très grande majorité), nationale et internationale. Seuls des hauts lieux et précurseurs du tourisme polarisent une clientèle internationale (les bourgs d'eau, lac Tai, village de Longjing et la région de Huangshan). Par ailleurs, la clientèle nationale est polarisée par ces mêmes lieux et espaces. Pour autant, des espaces ruraux périurbains et parfois périphériques (village de gîte) sont l'objet dans le milieu des années 2000 d'une polarisation nouvelle de la clientèle urbaine nationale. Les flux émetteurs régionaux (depuis les pôles urbains) sont principalement polarisés par les régions touristiques (Wannan), les espaces périurbains de fortes intensités (façade est du lac Tai et périurbains de Hangzhou). Enfin, la constitution d'« arrière-cour » (Clary, 1977) de récréation rurale mêlée à d'autres pratiques compose les flux de proximité d'une clientèle locale ou voisine. C'est l'exemple de l'ensemble des périphéries périurbaines.

Les flux touristiques de la mégalopole témoignent d'une spécialisation de pôles émetteurs en direction de pôles touristiques singuliers, donnant des interactions spatiales renforcées depuis 15 ans. Des flux issus de la métropole se spécialisent en se dirigeant vers des lieux choisis et sélectionnés formant la quasi essentialité de la clientèle. Ces logiques se retrouvent avec une intensité moindre pour les villes moyennes (Hangzhou, Nankin, Ningbo). Enfin, les petites villes forment des pôles émetteurs originaux et récents. Ils se singularisent depuis les années 2010 par la polarisation de certains lieux plus uniquement proches, mais par

des espaces et lieux nouveaux ou émergents (Shaoxing avec le district de Xianju ou Jiaying avec les villages d'Anji).

Les tourismes dans les campagnes suggèrent des mutations spatiales et économiques faisant évoluer le dispositif mégalopolitain. Nous distinguons trois critères de mutations. Le premier concerne la diffusion des lieux ou des formes spatiales par la copie et l'inspiration de modèles touristiques et adaptation, sinon de lieux développés dès le lancement des réformes. Ces dynamiques concernent tous les types de lieux (bourgs, villages, parcs à thème et naturels), mais également des entités territoriales devenues des vitrines du développement touristique. Ces dispositifs territoriaux concernent tant les municipalités que les districts ruraux. Une certaine compétition au sein de la mégalopole s'opère afin de donner une visibilité accrue à l'échelon local. Ces copies et adaptations puisent aussi dans des entités extrarégionales (province du Yunnan, du Guangdong, municipalité de Pékin). Le développement touristique est produit par la circulation de modèles dont l'adaptation dans des contextes locaux singularise l'offre et le produit.

Le second critère est l'extension de l'aire d'influence de la métropole dominant le dispositif. Cette aire est accrue, dilatée et toujours plus structurante à mesure du développement urbain et des infrastructures de circulation. Le processus de métropolisation dépasse les frontières municipales de Shanghai, dont le tourisme serait l'une des formes de rayonnement les plus abouties. Le tourisme est un indice fort des mutations métropolitaines et mégalopolitaines. La limite entre les espaces périphériques et marginaux est ainsi repoussée toujours plus loin du système urbain mégalopolitain.

Enfin, l'émergence de nouveaux espaces touristiques, la montée en puissance de l'offre et de la demande combinée à l'intégration croissante de la région aux dynamiques mondiales par la métropolisation. Les limites de la mégalopole ne cessent de s'intensifier et de se complexifier en interne, autant que l'extension de ses logiques semble structurer les provinces voisines et l'articulation géographique nationale. L'extension de la mégalopole dans toutes les directions cardinale par le développement urbain et la connexité forte réalisée par les axes de transport coexistent avec la transformation interne de marges en périphéries, réduisant les espaces non touristiques et les isolats à quelques zones rurales en devenir potentiel. La nature des périphéries et des marges changent sous l'influence de l'interaction spatiale entre pôles émetteurs et pôles récepteurs. Des périphéries neutres, répulsives voire en angle mort se transforment en périphérie attractive (Reynaud, 1995) se dotant d'un potentiel touristique (Ibanescu, 2012).

Les périphéries intégrées subissant une influence forte des polarités centrales se déploient dans l'ensemble du système urbain hiérarchisé. Les périphéries dominées se réduisent, tandis que les ensembles délaissés font l'objet d'une valorisation et de modernisations récentes et en cours. Ces dynamiques touristiques illustrent une adaptation contemporaine du modèle d'expansion urbaine et de la régionalisation des résidences secondaires de Lundgren de 1974. À mesure du développement urbain, notamment de la métropolisation, les zones de loisirs et de résidences secondaires se densifient puis sont absorbées par l'étalement urbain. En parallèle de ce processus, de nouvelles zones ludotouristique résidentielles se forment dans de nouvelles périphéries.

Les espaces ruraux périphériques sont en interactions plus ou moins fortes non seulement avec les villes régionales, nationales et internationales du fait de la modernisation des systèmes productifs et de l'insertion aux logiques de marché. Plus encore, aujourd'hui, les campagnes touristiques interagissent avec un réseau urbain complexe multiscalair allant des polarités urbaines locales aux polarités urbaines et régionales à l'échelle de la Chine. La clientèle internationale minoritaire, néanmoins importante, vient parachever le système multiscalair.

Ces dynamiques touristiques illustrent les nouveaux liens de dépendances entre des pôles urbains hiérarchisés en réseau avec des campagnes à vocation touristique. Le rôle des centralités dans la domination des espaces ruraux s'exprime à travers le processus touristique. L'intégration ville-campagne trouve un renouvellement hiérarchisé suivant des relations d'interaction liée aux dynamiques touristiques. Ces interactions sont basées sur un temps éphémère, celui des flux de touristes émis par des pôles urbains. En dehors de ces circulations, les relations ville-campagne sont surtout structurées par les mobilités des ruraux, de l'intégration des productions agricoles en direction des marchés urbains et des systèmes productifs industriels ruraux.

Le tourisme dans les espaces ruraux est un bon indicateur de la métropolisation. Les périphéries « rurales » sont l'objet d'enjeux contradictoires et d'arbitrages éminemment politiques (Chaléard *et al.*, 2016). La construction des produits touristiques ruraux correspond à une recomposition des ruralités que nous souhaitons démontrer.



## 2. Les lieux touristiques dans la gouvernance contemporaine : laboratoire des ruralités et légitimation du pouvoir

---

Le développement et l'aménagement des lieux de tourisme ne sont pas neutres. Le développement touristique dans les campagnes correspond à un projet protéiforme : une politique d'aménagement du territoire multifonctionnel, une légitimation du pouvoir et une vitrine de la modernisation des réformes. En cela, nous envisageons à travers cette partie comment le développement touristique des lieux à la campagne répond à une instrumentalisation par les autorités du contenu de l'offre touristique. Cette dernière est articulée selon la mise en scène de la modernisation de l'économie, des paysages et de la paysannerie, mais aussi de l'application des injonctions aménageuses émanant des plans quinquennaux successifs (en particulier XI<sup>ème</sup>, XII<sup>ème</sup> et XIII<sup>ème</sup> plans)<sup>4</sup>.

Le tourisme dans les campagnes révèle les actions politiques de modernisation et de gouvernance dans le monde rural, soigneusement planifié afin de donner à voir une Chine rurale en pleine métamorphose exposant à ces citoyens un passé choisi, une agriculture performante, un environnement naturel préservé et un corps social structuré.

Ce processus politique instrumentalisant le tourisme renvoie à une gestion territoriale des localités par le pouvoir central laissant entrevoir une géopolitique fine des rapports de forces entre les autorités pékinoises et les autorités à l'échelon local (du village au district en passant incluant le bourg). « Sous le maoïsme, le pouvoir central a souvent lutté contre le " localisme " (*difang zhuyi*) et fait face à des phases de débâcle (fin du Grand Bond) ou d'anarchie (apogée de la Révolution culturelle), quand l'État s'effondrait sur le plan local » (Godement, 2012 : 63). Depuis le lancement des réformes, l'État s'est d'abord désengagé, laissant « le secteur du gouvernement local en Chine assume des responsabilités fonctionnelles importantes, du développement économique à la fourniture de bien-être social » (Caulfield, 2006 : 267). Les gouvernements locaux sont responsables au milieu des années 2000 de plus de 70 % des dépenses gouvernementales globales. Plus récemment, des transformations politiques s'opèrent, le gouvernement central cherche à transformer l'instance locale dans le cadre de sa stratégie de libéralisation du marché. Les équilibres entre le pouvoir central et les gouvernements locaux ont profondément changé avec les réformes. Ils se sont accompagnés d'importantes mutations dans les rapports de forces. « Les instances intra-étatiques du pouvoir chinois se posent désormais entre elles aussi bien en concurrences voire

---

<sup>4</sup> Respectivement de 2006-2010, 2011-2015 et 2016-2020 (en cours).

en adversaires qu'en simples partenaires, et négocient en permanence leurs reconnaissances mutuelles » (Sanjuan, 2006a : XIII).

Les chercheurs ont étudié l'établissement de sites et de parcs d'attractions (Anagnost, 1997 ; Nyiri, 2006 ; Breidenbach et Nyiri, 2007 ; et David, 2007). Ces travaux commencent à défricher ce vaste et complexe champ d'études qui est extrêmement révélateur quant à l'évolution de la société chinoise, notamment en ce qui concerne l'identité nationale et l'autorité culturelle de l'État. L'espace touristique dans les campagnes est le produit d'une structuration politique des espaces locaux. Pour l'État, la revalorisation du concept de *mingsheng* (parc national – littéralement « scénique ») avait un double objectif. D'une part, c'était une manière d'ancrer le tourisme dans une tradition nationale, d'autre part c'était un moyen de mieux contrôler tant les flux et les revenus du tourisme que son contenu idéologique (Leicester, 2008 : 227).

Le processus touristique a permis la muséification partielle et choisie de campagnes dans l'environnement proche des ensembles urbains de la mégalopole. Ce processus de transformation économique s'est accompagné de mutations morphologiques faisant de la campagne un objet de modernité dans le contexte des réformes denguistes. Les lieux du tourisme permettent en cela de donner à voir et à comprendre l'histoire et le territoire aux populations chinoises et aux populations étrangères.

Le développement du tourisme est un outil de recompositions et d'expositions des nouvelles ruralités chinoises. À travers l'aménagement des lieux, ce sont tous les enjeux contemporains des campagnes qui sont évoqués directement ou indirectement. Nous interrogerons ces nouvelles ruralités, « ses mises en scène, ses revendications, à travers les thèmes du patrimoine et de la culture » (Jousseau *et al.*, 2007 : 7).

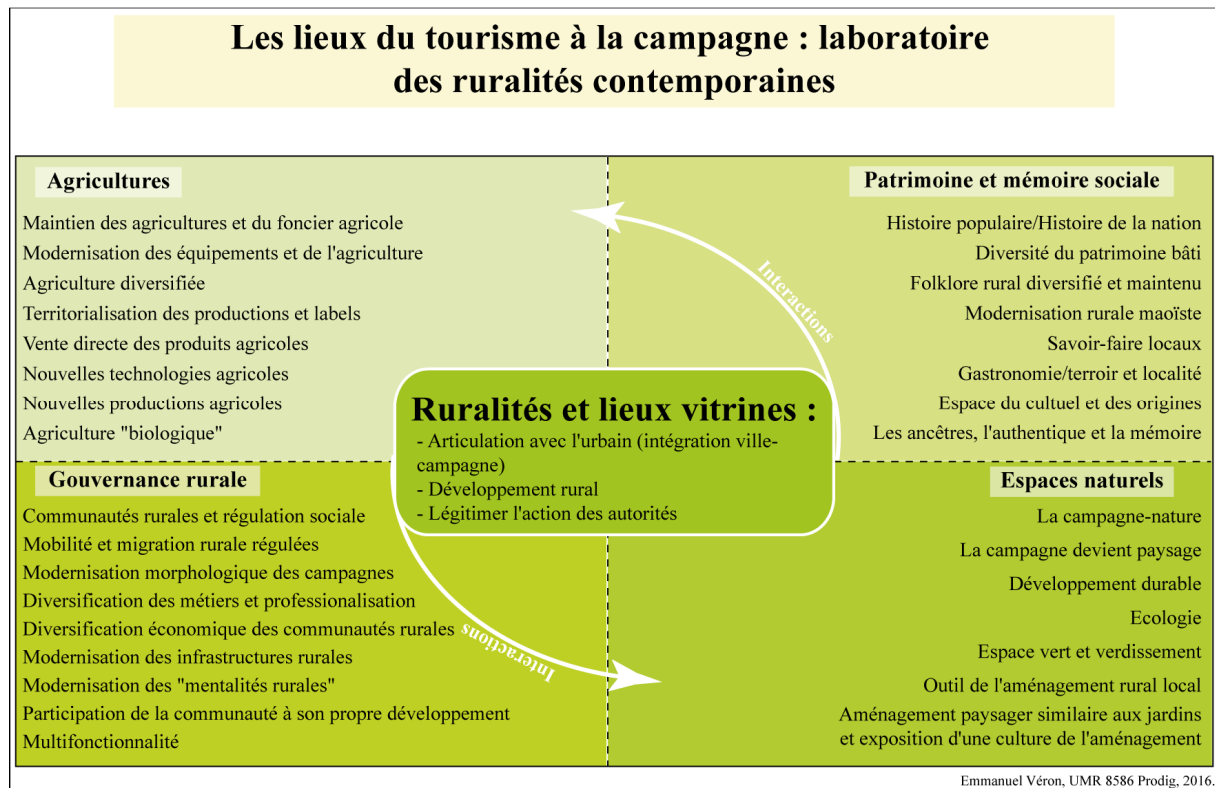
La figure 55 donne les quatre grandes thématiques abordées dans le cadre des observations et enquêtes auprès des acteurs du tourisme dans les campagnes : les agricultures<sup>5</sup>, la gouvernance rurale, le patrimoine et la mémoire sociale, et la campagne comme espace naturel. Les thèmes sont en interaction fortes avec les uns, les autres. La construction des lieux révèle les nouvelles ruralités dont le développement rural, l'intégration à la ville et l'exposition/démonstration permettent de légitimer l'action des autorités.

Les lieux sont tout à la fois des sas d'exposition et de compréhension du chemin pris par les campagnes, à destination des populations touristiques. Les thématiques de l'écologie,

---

<sup>5</sup> Entendu ici comme la pluralité des mises en culture et pratiques agricoles : maraîchages, céréales et tubercules.

de l'agriculture modernisée, mais aussi du folklore local et rural sont tour à tour mises en avant comme objet de légitimation politique. Toutes font l'objet d'un processus sélectif.



**Figure 55.**

Nous proposons d'illustrer ces nouvelles ruralités choisies, instrumentalisées et exposées à travers une réflexion sur le patrimoine, l'Histoire et la mémoire sociale. Puis, l'agriculture comme base économique des campagnes et de stabilité sociale est analysée dans un cadre de modernisation et d'accompagnement des ruraux vers les agricultures de demain. Enfin, ces lieux vitrines permettent d'entrevoir une réflexion globale sur les débats des modes de gouvernance des espaces ruraux à travers la construction de territoire, de recomposition des élites et des communautés rurales.

## 2.1 Histoire, mémoire et patrimoine : l'instrumentalisation du lieu pour asseoir les identités

### 2.1.1 Roman national et roman local : les lieux de mémoires et mémoires sociales rurales

Les lieux du tourisme sont un espace/temps privilégié pour examiner le passé. Chaque lieu touristique articule une version officielle de l'histoire (*zhengshi*) et une adaptation locale de la trajectoire du site (villages, parcs, bourgs). Le tourisme est l'occasion de donner à voir l'écriture d'une histoire faisant du local l'unité territoriale permettant de l'identifier dans la grandeur territoriale et temporelle de la Chine.

## Période maoïste et Parti communiste : mémoire et modernisation des campagnes



1. Peinture murale issue de la Révolution culturelle au siège de l'ancienne commune populaire de Fengjing, aujourd'hui devenue le bourg de Fengjing (Shanghai) : "Naviguer sur les mers dépend du Timonier. Faire la Révolution dépend de la pensée du Mao Zedong". Chant populaire du début des années 1950. Ce chant deviendra majeur à partir de 1966 (cliché septembre 2010).
2. Maison en bois dans le bourg de Potan (Xianju - Zhejiang) avec les peintures résiduelles du slogan révolutionnaire de 1966-1976 (Révolution culturelle) : " La grande révolution culturelle prolétarienne chinoise" (cliché avril 2012).
3. Slogan de la Révolution culturelle dans le village de Tangmo : " La pensée de Mao Zedong, debout et forte" (cliché avril 2011).
4. Pancartes indiquant un restaurant et salle de réception dans le village de Qianwei (Shanghai), dont les noms sont issus de la période d'envoi de "jeunes instruits" citadins (*zhiqing*) à la campagne.
5. Destruction partielle de sculptures dans les demeures de lettrés dans le village de Luxiang (Dongshan - Jiangsu) (cliché juin 2012).
6. Affiche de propagande dans le village de Jiangxiang (Jiangsu) (village modèle pour le développement des "nouvelles campagnes socialistes"). Le leader local (M. Chang Desheng) domine un paysage rural modernisé, avec le drapeau communiste flottant dans les airs, recouvrant la campagne (cliché avril 2010).
7. Affiche de propagande dans le village de Qianwei (Shanghai) exposant la visite officielle de Hu Jintao en 2004 discutant avec les paysans locaux. En arrière-plan se situe le leader local à l'origine de la transformation du village pendant la Révolution culturelle (M. Xu Weiguo) (cliché juin 2012).

Emmanuel Véron, UMR 8586 Prodig, 2016.

### Planche photographique 23.

La planche photographique 23 illustre l'articulation du passé, du politique et des campagnes aujourd'hui mis en tourisme. Les lieux sont chargés d'histoire et de mémoire (Nora, 1997). « La mémoire s'inscrit dans des lieux, des espaces différenciés qui deviennent objets de commémoration, de culte, de souvenir » (Baptandier, 1996 : 100). Ils donnent à voir des pans entiers de l'histoire contemporaine de la RPC à une population partagée entre une jeunesse n'ayant pas connu des traumatismes des trente premières années du maoïsme qui ont profondément marqué et structuré le monde rural et une population plus âgée ayant pu faire partie des mouvements totalitaires de la période 1949-1979. Le village de Qianwei (*cf.* planche 22) offre une analogie toute particulière de l'envoi des « jeunes instruits » à la campagne afin de se « rééduquer » avec les mobilités touristiques contemporaines à la campagne. Ainsi le tourisme permettrait-il de renouer avec un passé traumatisant en suggérant l'amélioration des conditions de vie et de l'économie rurale par la pratique de lieux à la campagne.

Les nombreuses « marques » des modernisations maoïstes visibles sur les lieux du tourisme (Grand Bond et Révolution culturelle principalement) contrastent avec les aménagements contemporains et la trajectoire prise par les campagnes constituant des pôles touristiques. Enfin, les mutations et la continuité du PCC jouent pleinement dans l'aménagement, le choix précis des choses à montrer et l'instrumentalisation des lieux. Les images des deux leaders (d'une part M. Chang, à Changshu (Jiangxiang) et M. Xu à Chongming (Qianwei) d'autre part) ruraux témoignent que le volontarisme, les trajectoires ascendantes et l'élan de modernisation continuent d'être le fruit du PCC.

Les localités touristiques sont l'objet d'une patrimonialisation dont les enjeux sont mêlés entre le pouvoir central cherchant à contrôler le local et les autorités locales instrumentalisant les sites touristiques afin de gagner en visibilité et en notoriété, en plus de se constituer une manne financière non négligeable.

L'écriture d'un roman national (Thiesse, 2001) et de celle de la très grande diversité des romans locaux à travers le tourisme comme outil privilégié de diffusion d'un message politique et culturel participe à la constitution de la nation. Devenue puissance régionale (en Asie) et dans le monde, la Chine tente de « réaffirmer sa vocation historique en devenant un centre organisateur » (Lamouroux, 2006 : 124).

Le rural touristique devient un espace de l'exposition de la mémoire de la nation et du peuple chinois. Il est donc important pour les autorités tant centrales que locales de structurer cette mémoire et d'opérer à des choix de ce qui est à exposer, à promouvoir et éventuellement à mythifier.

Les lieux donne à voir une mémoire collective des mouvements maoïstes, mais aussi, et surtout le passé glorieux de riches régions marchandes et intellectuelles à l'instar du Wannan, de l'espace structuré par le grand canal et le lac Tai à travers la patrimonialisation des bourgades d'eau. L'histoire impériale des régions et des localités est ainsi reconstituée et exposée aux touristes de la région, de la nation et également aux touristes étrangers. « Ressource et instrument de l'action politique, le tourisme joue un rôle important dans le cadre d'affirmations identitaires » (David, 2007 : 143). « L'État se réserve le monopole du récit monumental et veille à donner de l'histoire contemporaine une image convenable. Le passé n'est plus à effacer comme c'était le cas à l'époque maoïste, mais il constitue le décor aseptisé où peuvent se distraire et s'émerveiller les habitants de l'empire de l'Éternel présent ». (Lauwaert, 2012 : 61).

Les mouvements de protection et de sauvegarde du patrimoine bâti avaient dès le début des années 1980 permis la conservation et la valorisation de quartier de villes, de montagnes, de bourgades et de villages, faisant du « monument historique, du village classé une incarnation de la nation » (Zhang, 2003 : 246). Aujourd'hui, le mouvement de protection et de patrimonialisation s'est étendu à des sphères matérielles et immatérielles plus larges, dont les campagnes touristiques témoignent. « La période de modernisation post-maoïste associe la volonté de la construction/reconstruction territoriale à la destruction du patrimoine urbain » (Zhang, 2003 : 247). La période contemporaine utilise le développement touristique et patrimonial afin de solidifier un socle culturel et historique de manière sectorielle. Les campagnes ont une place particulière à l'intérieur de ce dispositif. En tant qu'espace historique de base et fondateur pour une grande majorité de la population chinoise, le rural est l'objet d'une instrumentalisation faisant de lui un espace des ancêtres et des origines dans le temps long. À l'instar des travaux menés sur les trajectoires des identités nationales en Europe, « le monde rural est un vestige de la culture ancestrale, devenu symbole de la patrie et référent éthique. La paysannerie sert à prouver qu'en dépit de tous les changements observables la nation reste immuable »<sup>6</sup> (Thiesse, 2001 : 161). La scénographie rurale des sites touristiques articule de manière artificielle un passé rural intangible, bienheureux et authentique où les communautés rurales conservent un lien précieux avec la terre et les anciens.

---

<sup>6</sup> Ce processus est en lien avec la formation des États-nations, les mutations économiques, en particulier celle de l'économie capitaliste et la transformation des systèmes productifs structurés par l'industrialisation.

### 2.1.2 « Patrimonialiser » les campagnes : du patrimoine bâti au patrimoine immatériel

Si les lieux de mémoire donnent de nouvelles perspectives de réflexion, la participation à la construction du nationalisme en Chine, la mémoire sociale, individuelle et collective jouent un rôle également majeur. Les lieux sont aussi l'objet de la mise en avant d'une mémoire sociale<sup>7</sup> particulière aux campagnes dont les ruraux, les professionnels du tourisme et les autorités sont les acteurs de la mise en scène pour satisfaire une clientèle urbaine venue chercher des références identitaires. La mémoire est ici envisagée non seulement comme un phénomène individuel mais également collective. Les jeux d'appropriation des clientèles urbains sont permanents. L'identification individuelle ou collective à tel ou tel élément de la scénographie rurale locale permet au(x) individu(s) de se situer et de se forger la « conscience d'une Chine, puissance économique et politique en devenir » (David, 2007 : 146). La patrimonialisation relève d'un processus d'identification des ressources territoriales (François *et al.*, 2006). Le tourisme vise à rendre compte d'une longue « tradition agraire » à laquelle le peuple chinois s'identifie.

Un large spectre du folklore rural fait l'objet de valorisation et de hiérarchisation. Des référents éthiques, moraux et identitaires sont systématiquement listés et mis en avant comme produit touristique consommable. La gastronomie, les outils aratoires, l'architecture vernaculaire, les dialectes, les festivals et les fêtes, les chants et danses populaires sont autant de symboles d'un monde ancien auxquels les Chinois identifient le monde des ancêtres. À l'image de ce qui a été observé en Europe, le local réapparaît comme le lieu de la synthèse entre un territoire et un produit, entre des producteurs (ruraux) et des consommateurs (urbains), entre des acteurs et des publics (Rautenberg *et al.*, 2000). La scénographie est le produit d'une sélection des autorités locales (comité de villageois et cellule du Parti), sinon des autorités provinciales voire centrales, en fonction de la nature et de la taille du lieu. Le tourisme et les autorités participent à « une posture " traditionaliste " (Trébinjac 1990) de sélection des pratiques culturelles devenant emblèmes des cultures populaires » (Gros, 2012 : 24).

---

<sup>7</sup> Nous entendons par mémoire sociale : « le construit social définissant les contenus et les pratiques de souvenirs collectifs dans une société donnée, qui visent à y rendre présentes et actives des fractions significantes et recomposées du passé » (Garcia, 2003 : 602).

## Folklore et scénographie : la campagne patrimoine



1. Autel des ancêtres dans le bourg de Potan (Xianju - Zhejiang) (cliché avril 2012).

2. Salle de réception du principal restaurant du bourg de Potan (cliché avril 2012).

3. Extrait d'un manuel pédagogique sur les danses populaires du bourg de Langxia et du village de Zhonghua (*Langxia lianxiang*, 2008, p.14.)

4. Temple bouddhiste restauré dans le parc de Shigong (Xishan - Jiangsu) (cliché mars 2014).

5. Entrée du village de Tangmo (Anhui) avec un portique et un arbre pour les célébrations de mariages (cf. les rubans rouges accrochés dans le feuillage du ginkgo biloba) (cliché avril 2011).

6. Exposition de l'outillage agricole ancien dans le village de Tangmo (Anhui). Exposition de moulins pour la fabrication du tofu à partir du soja (cliché avril 2011).

7. Exposition d'une roue à eau dite de l' "ossature du dragon" (*guchelong*) hors d'usage dans le village de Tangmo. Ancienne technique pour acheminer l'eau vers des champs, des canaux, des marres (cliché avril 2011).

8. Reconstitution de l'entrée d'une ferme avec de faux personnages et des volailles mélangés aux touristes dans le village de Jiangxiang (Jiangsu) (cliché avril 2010).

Emmanuel Véron, UMR 8586 Prodig, 2016.

### Planche photographique 24.



La planche photographique 24 illustre les différentes facettes de la mise en scène du folklore rural constitutif du produit touristique et de la (re)découverte des ruralités par les citadins. Les ruelles de la vie populaire, les boutiques des artisans « à l'ancienne » (Rauch, 2002), les savoir-faire locaux, les fêtes et festivals ainsi que les rites font partie de l'imagerie rurale en authentique mise en scène. En cela, la campagne incarne l'espace des traditions.

Le hall des ancêtres (photographie 1) du clan des Chen, une fois restaurée, permet aux touristes urbains de renouer avec le culte et les rites associés au clan ancré dans les campagnes. Le hall devient ici, un lieu de culte où peuvent se dérouler des processions et offrandes d'individu, dont les liens avec le clan Chen n'existent pas. Mis en tourisme, l'usage du hall des ancêtres est renouvelé.

La gastronomie fait également l'objet d'un ancrage local et identitaire. La mise en scène des restaurants, des salles de restauration et des cuisines (cf. photographie 2) accompagne la gastronomie locale dont la consommation s'articule avec la consommation des lieux. La gastronomie locale participe à la reconnaissance de territoire par l'association de produits et de préparation culinaire à une localité. Pour exemple, l'arbose (*yangmei*) est devenue en une dizaine d'années un fruit dont la consommation saisonnière est largement associée à des territoires ruraux du centre sud de la province du Zhejiang, dont des entités territoriales comme le district rural de Xianju en a fait un produit de l'offre touristique. Chaque localité touristique a pu développer un ou plusieurs produits afin de structurer et stimuler son offre touristique.

Les pousses de bambou dans le nord du Zhejiang, les crabes entre Wuxi, Suzhou et Shanghai, les escargots à Shanghai, les préparations au « porc gras » à Shanghai et Suzhou, les chèvres et les gâteaux de riz de Chongming font l'objet d'une standardisation des préparations et de diffusion dans les localités concernées. Consommer ces mets « reposent sur des formes de "consommation symbolique" de lieux singuliers qui constituent des alternatives aux tendances "déterritorialisantes" de l'économie contemporaine » (Debarbieux, 2006 : 351). Le tourisme produit une forme originale de développement local par la territorialisation, voire la reterritorialisation de la production agricole désormais valorisée et dotée de labels (cf. alimentation dite « biologique »). L'expansion du tourisme produit de nouveaux objets patrimoniaux à l'instar des spécialités gastronomiques. Les spécialités d'échelles gastronomiques locales mais également nationales se multiplie à mesure de la diffusion touristique (Thiesse, 2001). Citons par exemple le « porc gras braisé » (*hongshao rou*) ou les raviolis *huntun* issus de la région du Jiangnan.

Les économies locales sont reconfigurées à l'aune de la consommation *in situ* de produits qui étaient auparavant destinés uniquement aux marchés urbains ou à destination des populations rurales locales. Les logiques de filières et de proximité coexistent afin d'approvisionner des lieux devenus touristiques. Ainsi pour répondre à une demande croissante, les communautés rurales ne s'approvisionnent-elles plus uniquement dans des logiques de proximité avec un réseau de relation locale (villages et bourgs), mais aussi dans des filières de production et de commercialisation spécialisées. La symbolique du local est par conséquent le produit d'une circulation marchande dont les échelles sont plutôt régionales que locales, voire plus larges.

La vie rurale mise en scène, expérimentée par les touristes se poursuit à travers les rites, les fêtes et les festivals. La scénographie donne à voir et à « vivre sur un patrimoine dont les personnes sont originaires » (Gautrat, 2004 : 85) ou a une attache familiale. Les lieux touristiques sont dans ce cas une possibilité offerte aux individus de (re)vivre des instants de sa propre histoire, ou des histoires familiales.

Les fêtes et les festivals (*cf.* photographie 3) participent à la structuration de l'offre dans l'ensemble des espaces touristiques ruraux en réanimant un folklore et des savoir-faire locaux. L'utilisation des fêtes (florales, danses, artisanats) et des loisirs par les acteurs publics (Crozat et Fournier, 2005) pour construire une mémoire commune est opératoire. Les fêtes, souvent issues de rites populaires locaux sont aménagés pour le public et se transforme pour les touristes. Elles font l'objet d'une institutionnalisation politique, idéologique et marchande. « Le rythme calendaire de nombreuses fêtes du passé se retrouve dans celles d'aujourd'hui. Ces événements ont lieu à date précise. La régularité de la date a valeur de rendez-vous, de repère pour un public sollicité de toutes parts que l'on souhaite fidéliser » (Di Méo, 2005 : 234). Les fêtes et les festivals s'inscrivent comme des formes d'action politique et culturelle afin de maintenir ou de relancer une dimension culturelle encadrée dans les espaces ruraux (Di Méo, 2001). Les fêtes et les festivals réaniment un passé choisi faisant partie du patrimoine culturel immatériel (*fei wuzhi wenhua yichan*) et vernaculaire. « Depuis les années 1980, l'État tente de façonner une orthodoxie religieuse, en esquissant une démarcation aussi claire que possible entre les formes de religiosités légales et illégales » (Remoiville, 2014 : 134).

Le développement du tourisme introduit des utilisations nouvelles du folklore, de la cuisine mais aussi de certains espaces. Ces derniers évoluent avec le tourisme et divergent d'usages anciens (Thareau, 2006). Des chemins, des champs, des temples et des autels sont

l'objet d'une restauration (cf. planche photographique 24) et d'une valorisation pour le tourisme afin de témoigner du passé et de devenir des référents mémoriels.

### **2.1.3 Une mémoire à transmettre : le tourisme outil de légitimation du pouvoir**

Le patrimoine a par définition la vocation d'être un élément à transmettre. Le patrimoine correspond « à ce qui mérite d'être transmis du passé, pour trouver une valeur dans le présent » (Lazarotti, 2003 : 692). Le tourisme à la campagne est l'occasion pour les autorités locales et centrales d'exposer un patrimoine local incarnant la nation, mais aussi de diffuser des messages politiques. Les lieux du tourisme sont des relais de l'organisation politique centrale que les instances locales doivent appliquer (Anagnost, 1997).

Le tourisme permet de parcourir la nation dans des lieux balisés et encadrés. Qu'ils soient des parcs naturels, des villages rénovés ou des sites classés et protégés, les lieux ne sont pas neutres et leur développement touristique participe à la légitimation du pouvoir. Le tourisme instrumentalise ce qui est « montrable », ce qui est « performant », productif et positif. Le tourisme procède à la transmission aux masses d'une campagne idéale, saine, productive, écologisée et esthétique. Par extension, les fêtes et les festivals permettent « d'affermir l'ordre social et de "vendre" un territoire et de communiquer des valeurs » (Crozat et Fournier, 2005 : 322). L'histoire est tout autant idéalisée comme nettoyée des traumatismes récents ou plus anciens. Seuls les éléments de la vie rurale des origines sont donnés à voir et transmis comme patrimoine populaire : cuisines, instruments agricoles, savoir-faire culinaires, chants et danses, techniques agricoles, de pêche et d'élevage.

Ceci est proche de ce que Hobsbawn et Ranger (1983) nomment « l'invention de la tradition ». L'utilisation politique de la mémoire et de la commémoration permet de répondre en partie à la crise rurale et aux inégalités de développement, tout en activant le processus de modernisation et d'urbanisation des mœurs, des infrastructures et des paysages.

Les lieux touristiques procèdent à une mise en scène ne se limitant pas seulement au vernaculaire, à la mémoire et au patrimoine, mais aussi à l'exposition d'une agriculture modernisée, performante et écologique.

## **2.2 Modernisation agricole et rurale : l'agriculture de demain en démonstration**

Le tourisme dans les campagnes expose en particulier à travers les parcs à thème les enjeux des agricultures de demain. Les questions de durabilité, de sécurité alimentaire, ainsi que de productivité sont tour à tour interrogées et données à voir dans les lieux. Le tourisme participe à la diffusion de la visibilité des recompositions agricoles contemporaines.

### **2.2.1 Les campagnes : espaces proactifs dans l'application des impératifs de développement durable et écologique**

Les espaces et lieux ruraux du tourisme articulent mémoire sociale, patrimoine et pratiques agricoles. L'agriculture et la paysannerie sont l'objet d'un marketing territorial nouveau, là où le secteur primaire et le travail agricole connaissent une décroissance continue depuis trois décennies. C'est une manière de répondre à la crise des agricultures et de montrer des lieux vitrines de nouvelles pratiques rurales en adéquation avec le passé agraire chinois.

« Les campagnes sont des laboratoires de modernité et de démonstration de l'avenir du monde rural »<sup>8</sup>. Les sites de démonstration à vocation éducative donnent à comprendre l'agriculture et ses transformations sous le seul angle de la durabilité et de l'écologisation de l'environnement rural. L'aménagement des lieux en zonage fonctionnel laisse la place (en apparence sur les plans et maquette d'exposition – cf. planche photographique 25) aux espaces verts et au verdissement généralisé. Cette pratique aménageuse correspond à l'aménagement renouvelé des ceintures vertes avec un impératif de végétalisation mêlant surfaces agricoles (emblavées), maraîchages et espaces boisés (Giroir, 2002 ; et Monin, 2015). L'arbre est désormais inscrit comme outil privilégié de l'aménagement rural, servant le cloisonnement fonctionnel (Luu *et al.*, 2010) et renouvelant l'historique et culturelle fonction du mur.

Le vert est associé à l'environnement, à l'écologique et au durable. L'aménagement de zone rurale en réserve (cf. photographies 2, 3, 4 et 5, dans la planche 24) en corrélation directe avec l'agricole renvoie au débat de l'écologisation du monde rural (Mormont, 2009) en corrélation avec l'intégration à la globalisation. L'aménagement vert des campagnes dont le tourisme constitue un ressort social, économique, voire politique, est lié à la circulation des modèles d'aménagement, où la campagne se teinte d'une dimension dite durable à mesure que les agricultures sont recomposées, sinon réduites. Par ailleurs, ces aménagements et transformations des systèmes productifs sont le produit des injonctions planificatrices des XI<sup>ème</sup>, XII<sup>ème</sup> et aujourd'hui XIII<sup>ème</sup> plans quinquennaux.

---

<sup>8</sup> Entretien en septembre 2010 avec Shen Liangming, secrétaire général du PCC au bourg de Zhoupu à Pudong (Shanghai).

## Campagne nature, impératifs de développement durable et agriculture moderne

1. Aménagement vert, espaces de démonstration agricole et restaurants dans le bourg de Zhoupu (Pudong - Shanghai) (cliché septembre 2010).
2. Maquette du schéma directeur du village de Tengtou (Zhejiang), village modèle des "nouvelles campagnes socialistes". L'aménagement en zonage fonctionnel donne une place importante aux espaces verts et à une agriculture moderne (cliché juin 2014).
3. Promeneurs et nature "domptée" et maîtrisée dans le parc forestier de Dongping à Chongming (Shanghai) (cliché mars 2010).
4. Affiche géante de promotion de la nature et de la campagne sur l'île de Chongming. Affiche dans le chef-lieu du district rural (cliché septembre 2010).
5. Affiche de promotion de nature et de l'environnement à proximité de la zone naturelle en réserve Ramsar de Dongtan à Chongming (cliché septembre 2010).
6. Menu sur pancarte murale dans le site de démonstration agricole moderne et de récréation rurale de Wushe à Songjiang (Shanghai). Les produits sont "biologiques" cultivés et élevés localement. Un point de vente directe est accessible à proximité du restaurant du site. (cliché juillet 2012).
7. Point de vente directe et de démonstration des produits "biologiques" produits localement dans le village de Qianwei (Chongming) (cliché juin 2012).
8. Affiche de propagande pour le promotion d'une campagne civilisée et moderne dans le village de Qianwei édité par le comité villageois : "Cultiver la nouvelle zone civilisée. Construire une campagne harmonieuse" (cliché mars 2012).

Emmanuel Véron, UMR 8586 Prodig, 2016.

Planche photographique 25.

En parallèle de la protection environnementale, le développement du secteur des énergies renouvelables un objectif industriel majeur (Maréchal, 2012). Les efforts de réduction des émissions polluantes et d'économies d'énergie sont rendus visibles dans les lieux touristiques à la campagne à travers l'association de parcs éoliens et de petites unités solaires, ainsi que de géothermie dans certains lieux. Certains villages et parcs naturels, voire des parcs à thème se sont équipés en outils à basse consommation énergétique fossile et ont fait de l'axe durable une attraction touristique. L'écologique est une nouvelle ruralité, à l'instar des villages « écologiques » comme Qianwei, Wangshan, Jiangxiang, Tengtou.

### **2.2.2 L'agriculture moderne : nouvelles méthodes pour de nouvelles productions**

L'agriculture dite moderne (*xiandai nongye*) est désormais territorialisée à travers l'archipel de lieux touristiques distribués dans l'ensemble de la région. Le marketing territorial joue pleinement dans l'exhibition des nouvelles agricultures rationalisées et écologisées.

Le lancement des réformes et la décollectivisation à partir du début des années 1980 avaient permis la multiplication des agricultures spéculatives directement connectées aux marchés urbains. L'élevage, les fruits et légumes ont connu un boom en particulier dans les ceintures maraîchères des noyaux urbains. Aujourd'hui, la modernisation des pratiques agricoles passe par la rationalisation des productions à moyennes et fortes valeurs ajoutées, mais aussi à celles des céréales, en particulier du riz, du blé voire du maïs pour la région. Le coton, les choux sont autant de produits faisant l'objet d'une attention particulière dont la consommation n'est pas nécessairement locale, mais liée à des filières nationales (pékinoises en particulier pour les choux).

Les enjeux de multifonctionnalité (Monin, 2015) sont animés par quatre volets : l'agricole, l'économique, l'environnemental et le social. L'adoption de nouvelles méthodes culturelles est un changement pour les ruraux dont les revenus sont issus de l'agriculture. Pour les autorités locales, le développement des semences biologiques constitue une occasion importante de captation d'une clientèle urbaine sensible à la qualité de l'alimentation.

La multifonctionnalité s'inscrit dans « un mouvement d'évolution des politiques publiques d'aide à l'agriculture » (Bertrand *et al.*, 2006 : 113). L'idée de multifonctionnalité où le tourisme prend une place singulière permet de réinjecter des moyens financiers dans l'agriculture, afin de la maintenir et de l'améliorer. La viabilité économique et l'organisation de l'activité économique sont une priorité pour la stabilité sociale et alimentaire, ainsi qu'un gel des terres agricoles afin de pallier le manque structurel des terres arables.

### 2.2.3 Derrière la vitrine, la sécurité alimentaire en question

L'exposition des performances agricole et de leur écologisation renvoie indirectement aux problématiques structurelles de dépendances des approvisionnements alimentaires, de la sécurité alimentaire en interne et de la sûreté sanitaire des produits végétaux ou animaux.

La sécurité alimentaire chinoise est fortement corrélée avec la mémoire collective du manque, du rationnement (achevé dans les années 1980 à l'échelle nationale) et des crises alimentaires quantitatives et qualitatives. Par conséquent, la politique de sécurité alimentaire de Pékin repose sur trois axes alliant limitations des dépendances à l'importation et augmentation de la productivité, abandon de certaines productions et une sortie du contexte territorial national en investissant à l'étranger (accaparement de terres) (Schwoob, 2014).

Au défi de la sécurité alimentaire s'ajoute celui des conditions sanitaires de productions agricoles. En effet, la sûreté sanitaire est un nouvel enjeu social et économique. L'amélioration des productions de qualité, des contrôles, des traçabilités, l'étiquetage sont autant de domaines où les dérives locales ont produit des scandales sanitaires mensuels. Dans ce cadre, le « bien manger » à travers l'identification de produits locaux, « biologiques »<sup>9</sup>, intégrés dans des logiques de circuits courts et de ventes directes (du paysan au touriste) s'insère toujours mieux dans les sites touristiques comme garant de qualité.

Pour autant, la politique de labellisation n'est pas claire. Aucune politique d'envergure n'est menée à l'échelle des territoires municipaux ou provinciaux, *a fortiori*, encore moins à l'échelle nationale. Seules les démarches localisées à un arrondissement, un district assurent un degré de qualité où les contrôles sont réduits à des jeux de pouvoir entre les autorités locales et les entreprises privées de modernisation agricole<sup>10</sup>. L'engouement des citoyens pour les produits locaux et sains a permis un développement sans précédent des labels et certificats locaux. Les lieux s'équipent de points de vente, sinon de magasins proposant des produits locaux labellisés (*cf.* planche photographique 25).

---

<sup>9</sup> Les labels « youji shipin » (produit biologique) et « lüse shipin » (produit vert) sont développés avec le ministère de l'Agriculture à partir des années 1990. Il y aurait une surface totale de 2,3 millions d'hectares réservés à l'agriculture biologique en 2013, la Chine arrive en 2<sup>ème</sup> place des pays producteurs de bio derrière l'Australie (12,3 millions d'hectares). <http://www.marketing-chine.com/analyse-marketing/la-chine-et-le-bio>

<sup>10</sup> Entretiens en mars 2011 en collaboration avec Denis La France et Étienne Monin dans les fermes de Yuejin avec M. Shi Shizhong, membre du PCC et directeur de la société d'agriculture moderne de Yuejin à Chongming, et Yu Kaijin, chercheur, et M. Xiao Xingji, directeur du Centre de Certification chinois et développement de la nourriture biologique, une des agences de certification chinoise. Selon le COFCC (China Organic Food Certification Center, créé en 2002 par le ministère de l'Agriculture), « la Chine comptait 2,1 millions d'hectares certifiés en 2006, pour un chiffre d'affaires de 560 millions d'euros sur le marché intérieur et 260 millions d'euros à l'export » (Duvigneau, 2009 : 62).

## **2.3 Gouvernance et vitrine du développement local et rural**

Les lieux touristiques sont la synthèse des nouvelles ruralités chinoises. Ils permettent à la fois de servir de modèle de développement local, et de vitrine de la vitalité économique, sociale et environnementale des campagnes à destination de la société civile chinoise, mais aussi de sas de modernité instrumentalisés par les autorités locales.

### **2.3.1 Les labels et les distinctions : une construction identitaire des territoires**

Les lieux touristiques sont l'objet d'une classification selon diverses échelles et selon diverses instances. Le système des classifications et des labellisations résulte d'un système complexe de candidatures spontanées des lieux et d'attributions directes des acteurs des administrations centrales, provinciales et municipales. Le ministère de la Culture et du ministère de l'Agriculture ont créé dès les années 1990 une série de labels visant à structurer l'offre touristique dans les provinces. L'Administration d'État du patrimoine culturel (ancien Bureau d'État des reliques culturelles), relevant du ministère de la Culture (Gros, 2012), la CNTA et le Bureau de gestion du tourisme rural du ministère de l'Agriculture ont construit un inventaire des lieux touristiques ruraux dans toute la RPC.

La classification de la CNTA comme celles des administrations centrales et des ministères sont opératoires à une échelle nationale. À partir de 2006, le ministère de l'Agriculture a mis en place la certification des « sites de démonstration nationale d'agritourisme »<sup>11</sup>. Face à la multiplication des sites touristiques et la croissance des mobilités de loisirs dans les campagnes (en particulier périurbaines), l'État central via ses administrations centrales a opéré à une régulation et un encadrement de l'offre touristique suivant un modèle *top-Down*. Les certifications et les labellisations devaient permettre de structurer et de clarifier l'offre touristique. Les cahiers des charges d'attribution des labels sont basés sur la taille et la mise aux normes (équipements, hygiène et sécurité, fréquentation touristique, emplois, nature du site, populations locales résidentes ou non) des lieux.

Ces certifications sont doivent être rendues visibles d'une part, et affichées (sur des plaques) à l'entrée du site ou à proximité des comités de villageois d'autre part. La multiplication des labels et des certificats ont rapidement conduit les sites à se constituer en lieu singulier. La diversité des plaques à l'entrée des lieux témoigne de leur statut, en tant que site touristique récompensé par une large diversité de certificats et prix (*cf.* planche photographique 26).

---

<sup>11</sup> À ces labels s'ajoutent ceux des critères « écologiques », de « civilisations », des « nouvelles campagnes socialistes », des « productions biologiques ». Ils participent à la mise aux normes des campagnes comme vitrine des modernités rurales et de « bonne » gouvernance.



## Labels et certifications : ruralités, localités et territoires



1. Plaques de certification à l'entrée du parc à thème et de démonstration agricole de Wushe à Songjiang (Shanghai) (clichés juillet 2012).
2. Plaques de certification à l'entrée d'un gîte dans le village de Shuikou (Changxing - Zhejiang) (cliché avril 2010).
3. Plaques et labels du bourg de Qibao à Shanghai (instance régionale du delta du Yangzi) (cliché août 2012).
4. Labels et certificats du bourg de Fengjing (instance nationale de la CNTA) à Shanghai (cliché septembre 2010).
5. Entrée du village modèle de Qianwei. Ensemble des prix, des labels et des certifications singularisant le village (cliché mars 2012).
6. Affiche de propagande achevée et prête à être exposée dans le comité de villageois de Jiangxiang ("nouvelles campagnes socialistes") (Jiangsu) (cliché mars 2010).
7. Entrée du comité de villageois et ensemble de distinctions du village modèle de Jiangxiang (cliché mars 2010).

Emmanuel Véron, UMR 8586 Prodig, 2016.

### Planche photographique 26.

Les entrées de sites touristiques forment des « fiches d'identité » des lieux. Les plaques permettent de montrer aux publics et à la clientèle variée les liens entretenus entre la localité avec la nation, la province, la municipalité et les instances d'administrations centralisées. Les labels sont les garants d'une visibilité accrue des lieux chez les voyageurs et dans les administrations provinciales du tourisme (bureaux et comités). En échange, les lieux doivent maintenir un certain niveau de service et de mises en application des normes. Les entités territoriales utilisent le système de reconnaissance et d'attribution des labels afin d'accroître leur visibilité et de notoriété. La profusion de prix et de labels donne une certaine compétition entre les territoires. En effet, les provinces sont plus ou moins polarisantes selon les sites classés et labellisés qu'elles offrent aux touristes.

À cela s'ajoutent les labels d'échelon local. Un village, un district en lien avec les gouvernements locaux procèdent à l'attribution de certifications sur des éléments d'échelles locales et internes à la gouvernance des lieux. Citons l'exemple des « unités villageoises modèles », des « quartiers ou comités de résidents modèles » ou encore des « gîtes modèles ». Ces certifications ne concernent que l'échelon local. Leur attribution est l'objet de discussions et de décisions par les cellules du Parti local et des comités de villageois ou des comités des bourgs. Le manque de transparence dans l'attribution des différents prix et labels témoigne d'une forte collusion entre prix et personnalités proches de l'articulation cellule du parti et comité de villageois.

### ***2.3.2 Le local au cœur du processus de développement ?***

Le développement touristique des campagnes et le processus de patrimonialisation ont produit une forme de développement rural inédite mêlant l'action par le haut et le développement par le bas des sociétés locales. Avec les réformes, l'État local a développé son autonomie à l'État central. L'État local valorise ses intérêts à l'échelle locale.

De par l'éloignement relatif des espaces ruraux (périphéries urbaines et rurales des grandes villes, et, *a fortiori*, les campagnes plus reculées) des centres de pouvoir et de l'insertion graduée dans les logiques de marché, le tourisme a produit des recompositions majeures dans la gouvernance locale. Le repositionnement de l'État dans ces transformations territoriales (MacLeavy et Harrisson, 2010) souligne les tensions existantes avec les divergences des intérêts des gouvernements locaux. Le contrôle et l'encadrement du premier viennent buter contre les résistances locales à la mise en application des normes dans le cadre du développement touristique.

L'appropriation par les gouvernements locaux du développement touristique de leur localité produit un lien social nouveau (Jousseume *et al.*, 2007), mais aussi une transformation des espaces politiques locaux. Les structures d'autorités locales voient la réémergence d'élite influente (Chau, 2012 ; et Zhou, 2007), jouant un rôle important dans la trajectoire prise par les lieux et par extension les communautés, dans lesquelles les élites peuvent trouver des appuis et de la légitimité. Aussi, ces élites rurales ne puisent pas uniquement leurs ressources à l'échelle locale, mais bien dans des réseaux élargies à la province, parfois au-delà.

La communauté (*she*)<sup>12</sup> villageoise loin d'être homogène est tour à tour instrumentalisée par le tourisme, mais aussi le produit d'une mise en scène par elle-même. Le tourisme permet aux communautés de faire une entrée dans la modernité en proposant des services touristiques qui jusqu'alors étaient le fruit des professionnels du tourisme et des voyagistes. Ces communautés sont le produit d'une certaine forme d'autonomisation liée à leur éloignement des centralités de pouvoir. L'appropriation de leur développement à travers l'accueil à la ferme et le développement concerté de formule touristique leur confère un rôle particulier dans la Chine rurale. La fonction paysanne n'est pas totalement abandonnée, même si elle réduite à quelques lopins. La multifonctionnalité assurée et revendiquée par les sociétés locales donne de nouvelles perspectives de gouvernance rurale au sens social, économique voire politique.

### **2.3.3 Les « écoles des ruralistes » en lien avec les mutations rurales induites par le tourisme**

La fonction et l'usage des lieux touristiques renouvellent la question des modes de gouvernance rurale. Les lieux procèdent à un travail de transmission de la mémoire et du patrimoine rural choisi, reconstitué et valorisé. C'est un temps nouveau des relations villes-campagnes à la fois pour l'État-parti, pour les gouvernements locaux, mais aussi pour les ruraux et les touristes citadins. Paradoxalement, la croissance importante des mobilités touristiques dans les campagnes stimule une réflexion de la part des intellectuels chinois sur la gestion des campagnes par l'introduction du secteur tertiaire dans le monde rural.

Les lieux rendent accessible le lointain, permettent de digérer l'altérité et par reconstitution suggèrent un sentiment de totalité du rural à des populations ne pouvant se

---

<sup>12</sup> Le terme est aujourd'hui indistinctement utilisé pour désigner les communautés urbaines et rurales. Pour autant, ce terme correspond à des organisations initialement exclusivement rurales. Ces communautés étaient liées aux divinités populaires dans les campagnes (bonnes récoltes) et associées à un autel ou une maison des dieux du sol (Chang, 2006).

déplacer sur des distances longues (à l'échelle nationale voire internationale), mais également à des populations plus mobiles. Comme outil de modernité, les lieux touristiques constituent un modèle de développement rural inédit dont les formes les plus encadrées par la mise en place de rénovations issues des plans de construction des « nouvelles campagnes socialistes » rappellent les aménagements de la période maoïste, à l'instar de Dazhai (commune populaire moderne, lieu modèle d'apprentissage privilégié pour les masses rurales). Ces lieux touristiques en plus d'être des espaces/temps du ludique, désormais pratiqué à la campagne, sont des unités territoriales modèles servant une certaine cause nationale de stabilité et de réussite économique et sociale devant donner l'exemple à des localités ailleurs en Chine.

Par ailleurs, la reconstitution du monde rural fait l'objet de réflexion de fond chez les intellectuels. Le monde rural est découpé de façon sectorielle selon quatre grands thèmes : « les ruralités locales » (*xiangtu wenhua*), « le religieux » (*zongjiao hua*), « les mœurs et coutumes » (*shenghuo xisu*) et « la civilisation rurale » (*nonggeng wenming*) (Université radiophonique et télévisuelle du Zhejiang, 2010). La place du tourisme dans l'aménagement rural et son rôle dans la stabilité sociale des populations rurales du fait du maintien des terres agricoles et de diversification des revenus viennent renforcer les paradigmes sur la gestion villageoise post-maoïste. Ces dynamiques intellectuelles et politiques sont l'objet de réflexion des courants de recherche sur la gestion autonome villageoise issue des écoles dites « rurales »<sup>13</sup> (*xiangtu xuepai*) dans la lignée du sociologue Fei Xiaotong. Les différentes écoles rurales et mouvements intellectuels sur les questions agricoles et les sociétés rurales ne concentrent pas leurs analyses sur le développement touristique, mais vont participer à une réflexion plus large sur la stabilité rurale par le développement économique et social des communautés. Ces réflexions produisent néanmoins un cadre nouveau pour l'organisation de la modernisation rurale.

Deux mouvements ont inspiré la politique de modernisation rurale des « nouvelles campagnes socialistes ». Le premier, correspondant au mouvement de reconstruction des campagnes (*xin xiangcun jianshe*) par les communautés, est notamment dirigé par He Xuefeng et Wen Tiejun. Il prend ses sources dans la période républicaine à travers Liang Shuming, un intellectuel proche du Guomindang, qui avait participé au Mouvement de la reconstruction rurale. Ce dernier « écrivait un long ouvrage faisant le point sur les différences entre les cultures chinoise et occidentale. Reprenant les idées développées au cours du

---

<sup>13</sup> « La plupart d'entre eux sont issus de familles paysannes et conservent un fort attachement à la société rurale. La gestion autonome suscite également tous leurs espoirs, moins cependant pour le rôle qu'elle peut jouer dans le processus de démocratisation de la Chine, que pour les solutions qu'elle offre aux problèmes ruraux quotidiens dans le contexte actuel » (Ying, 2007 : 108).

Mouvement du 4 mai sur l'inadaptation du confucianisme à la construction d'une société moderne » (Cartier, 2015 : 120).

Le second mouvement est dirigé par Yu Jianrong (universitaire, spécialiste du monde rural) théorise sur les organisations indépendantes paysannes en tant qu'outil de gestion autonome villageoise (Thøgersen, 2012). Ce sont ces théories qui ont permis la constitution des associations et coopératives dans les campagnes, en particulier à partir de 2007. Ces organisations de base devaient donner l'occasion aux ruraux de s'organiser à l'échelle locale afin de valoriser et moderniser les agricultures, mais aussi de stimuler la multifonctionnalité. Elles seront un moteur important dans le développement villageois des associations de gîtes.

La mobilisation/valorisation des ressources du territoire d'une part, et leur instrumentalisation d'autre part, par les sociétés locales et les autorités locales ont conduit à la construction de région touristique. Ces territorialités articulent les identités locales à travers le folklore, la gastronomie et les paysages. Elles procèdent à la gestion spatiale des municipalités et des provinces.

### **3. Les territoires au cœur de la structuration et du développement du tourisme dans les campagnes : études de cas**

---

La troisième et dernière partie de ce chapitre vise à illustrer la pluralité des territorialités touristiques au sein de la mégalopole. Les espaces ruraux du tourisme sont inégalement polarisés et mis en tourisme. L'étude de cas propose d'analyser principalement deux types d'espaces identifiés précédemment selon des échelles hétérogènes. Ces espaces correspondent aux espaces ruraux périurbains dans un contexte métropolitain (île de Chongming) d'une part, puis des espaces ruraux et périurbains du pourtour du lac Tai d'autre part. Une correspondance avec d'autres territoires de la mégalopole est envisagée.

Le tourisme est envisagé d'une part, comme un outil privilégié de l'aménagement du territoire associant plusieurs types de lieux de la typologie construite précédemment (chapitre 8) et d'autre part comme un outil de promotion des territoires au sein des provinces et de la nation.

#### **3.1 Le territoire de Chongming, le poumon vert de la métropole shanghaienne**

La municipalité de Shanghai est polycentrique. Des villes nouvelles, satellites du centre urbain polarisant, sont alors des relais. Les espaces périurbains se construisent et se complexifient, donnant à la municipalité des espaces de déconcentrations industrielles,

universitaires, zones de développement économique, et s'y intègrent aussi des espaces de récréation voire touristiques. Les années 1990 ont connu un renversement complet dans les logiques de développement, en faisant désormais de la ville déjà constituée l'organisatrice de la croissance économique et le donneur d'ordre pour un aménagement de ses périphéries rurales (Sanjuan, 2009).

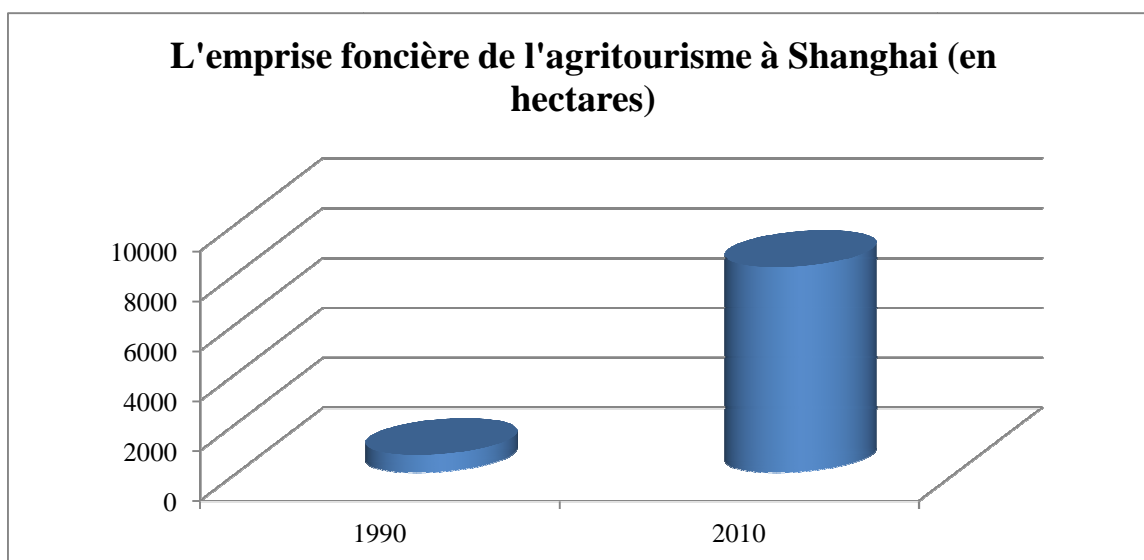
### **3.1.1 Mutations de la métropole et diffusion des sites touristiques dans les espaces périurbains**

De 1990 à aujourd'hui, l'étalement de la ville de Shanghai a intégré ces périphéries. Depuis le lancement du projet de la Nouvelle zone de Pudong, les anciens districts ruraux *xian* sont peu à peu dissous pour devenir des arrondissements périurbains, des *qu*. En 1992, le district rural de Chuansha change de statut pour devenir l'arrondissement urbain de Pudong, de même pour l'arrondissement de Jiading, Minhang, Jinshan en 1997 et Songjiang en 1998. Ainsi les anciens districts ruraux *xian* intégrés à la municipalité dans les années 1950 sont aujourd'hui tous des arrondissements périurbains. Seule exception, celle de l'île de Chongming, qui garde le statut de *xian*. Au cours des vingt dernières années, la ville de Shanghai s'est considérablement étendue<sup>14</sup> (Véron, 2014) (cf. la planche cartographique 6).

Les logiques de régulation du foncier dans la municipalité de Shanghai sont soumises à l'extension du tissu urbain toujours plus loin dans ses périphéries. Face à cela, les autorités voient dans la valorisation par les loisirs et le tourisme des espaces ruraux un moyen de conserver et d'épargner des parcelles entières de la pression urbaine. L'encouragement des communautés villageoises à se tourner vers l'agritourisme est un moyen de contrôle, de valorisation et de conservation d'un monde rural qui est distendu de son passé, mais aussi de plus en plus de la terre. La diversification des revenus, ici dans un contexte de forte périurbanisation et de passation d'activité, recompose la législation foncière. Le tourisme moteur de ces changements économiques est alors un pilier dans le changement du statut des sols. Le statut est celui de sol rural à vocation agritouristique.

---

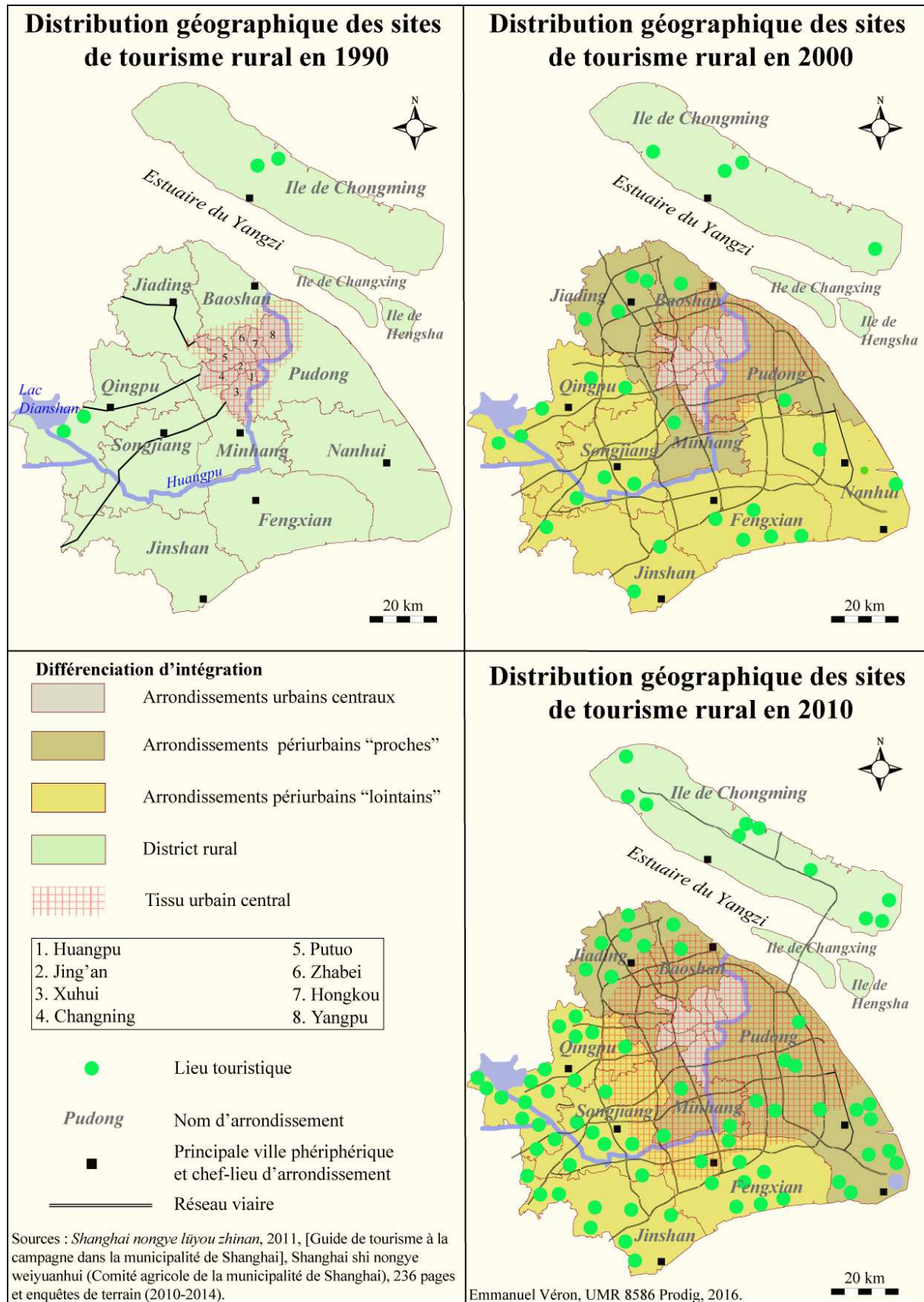
<sup>14</sup> L'administration chinoise catégorise les arrondissements périurbains en fonction de leur distance aux arrondissements urbains centraux (en somme à la ville-centre). Les périphéries proches (*jinjiaoqu*) sont des arrondissements urbains centraux et en constituent le prolongement. Puis les arrondissements de « lointaine banlieue » (*yuanyjiaoqu*) sont adjacents aux arrondissements de « proche banlieue », formant une seconde couronne inégalement intégrée à la ville centre. Enfin, le district rural de l'île de Chongming qui est un cas singulier est une marge dans la municipalité ; il est récemment relié par un tunnel, puis un pont, en plus de liaisons maritimes ou fluviales. Cette zonation interne des périphéries met en relief la différenciation interne, d'intégration des périphéries, par là-même des pratiques spatiales du tourisme. L'activité touristique est au cœur des choix de développements et de légitimation d'articulation régionale.



**Graphique 29.**

(Sources : *Shanghai nongye liuyou zhinan*, 2011, [Guide de l'agritourisme dans la municipalité de Shanghai], Comité agricole de la municipalité de Shanghai, 236 pages).

Cette trajectoire est corrélée à la multiplication des lieux touristiques après les années 2000. L'historgramme 29 montre la croissance quasi exponentielle de l'emprise foncière sur les sols périurbains de l'activité du tourisme rural. Cette croissance témoigne d'une part de l'intensité de la valorisation des espaces ruraux pour le tourisme et d'autre part des enjeux de rentes par cette nouvelle vocation foncière.



Emmanuel Véron, UMR 8586 Prodig, 2016.

Planche cartographique 6.



### **3.1.2 Poumon vert métropolitain et marketing territorial par le tourisme : le cas du district rural de Chongming**

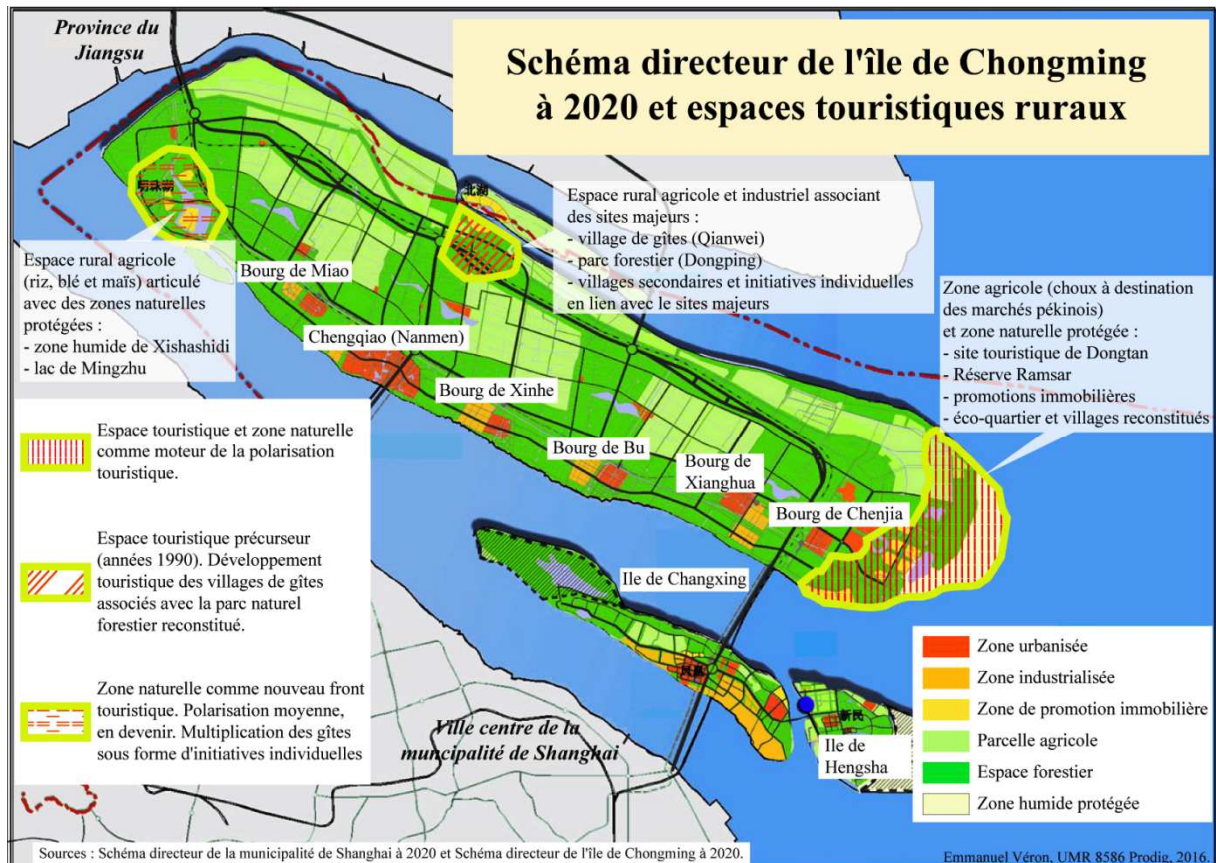
L'île de Chongming est située au nord-est de Shanghai dans l'embouchure du fleuve Yangzi. Longtemps sous administration de la province du Jiangsu, elle fut rattachée à la municipalité de Shanghai en 1958. Il s'agit en fait de trois îles : Hengsha, Changxing et Chongming proprement dite, la plus grande des trois. Elle s'étend sur 81 km d'est en ouest et sur 13 à 18 km du nord au sud. Son territoire actuel de 1 267 km<sup>2</sup> a doublé depuis 1950, ceci grâce aux travaux de poldérisation. Le volume de population est de 820 000 habitants<sup>15</sup>. Le gouvernement municipal de Shanghai, en suivant les directives données au niveau national, a développé un master plan général pour toute la municipalité et un pour l'île de Chongming (2005-2020) (Liu et Huang, 2007). L'île fait également l'objet d'importants travaux d'aménagement afin de désenclaver le territoire par la construction d'infrastructures de franchissement (ponts et tunnels).

Un « plan pour la transformation de Chongming en une île écologique » a été promulgué par la municipalité de Shanghai le 10 janvier 2010. Il doit être réalisé à l'horizon 2020. Six domaines sont privilégiés : le développement durable, la protection des ressources naturelles, une économie circulaire et un traitement intégral des déchets, le traitement de la pollution et le développement d'industries écologiques. Chongming doit développer une image idyllique avec des espaces forestiers, ainsi que par la protection d'espaces naturels, afin de transformer l'île en une zone écologique.

L'île est présentée comme « un jardin en bord de mer », « la campagne à portée de mains », « une expérience unique de la ville rurale » (Gil, 2008). Le schéma directeur pour l'île de Chongming a été divisé en cinq grandes parties selon un zonage fonctionnel : à l'est, la réserve naturelle et le parc écologique (180 km<sup>2</sup>) ; au centre, un espace boisé et des espaces agricoles modernisés et rationalisés (environ 500 km<sup>2</sup>) ; au nord enfin, des parcs à thèmes et des fermes écologiques modèles. Des polders et des terrepleins devraient permettre d'étendre la zone agricole sur 170 km<sup>2</sup>. La partie sud regroupe les principales villes (200 km<sup>2</sup>). Enfin, la dernière zone à l'ouest de l'île (150 km<sup>2</sup>) sera reliée par le second pont à la province du Jiangsu ainsi qu'à l'agglomération de Shanghai. Le tourisme connaît à travers ces zonages, une trajectoire différenciée par l'articulation des différentes formes identifiées précédemment : villages, parcs naturels et agritouristiques.

---

<sup>15</sup> Chiffres du gouvernement de Chongming en 2015. <http://www.cmx.gov.cn/>



Carte 15.

Les autorités du gouvernement du district rural de Chongming et le gouvernement de la municipalité utilisent la diversité des lieux et des formes touristiques sur l'île de Chongming afin structurer l'offre dans un territoire métropolitain encore rural. Le tourisme est systématiquement associé aux aménagements fonctionnels industriels, urbains et agricoles.

L'île de Chongming dont la clientèle touristique est à plus de 90 %<sup>16</sup> issue de la population citadine de la métropole est un territoire rural touristique, modernisé et désenclavé en cours de construction. Les autorités locales comptent plus de 800 000 visiteurs en 2010<sup>17</sup> totalisant une recette touristique de 210 millions de yuans. En cela, le territoire de Chongming est un territoire archétypal de la mobilisation des ressources touristiques afin d'intégrer des périphéries rurales aux logiques de la métropole. Légitimer le développement du tourisme dans les campagnes par la multifonctionnalité, par les impératifs de développement durable et par le maintien d'activités agricoles modernisées et rationalisées (arbitrages des cultures et investissements dans l'agriculture moderne) recompose les liens entre la ville et ses

<sup>16</sup> Bureau de tourisme de Shanghai en 2015.

[http://lyw.sh.gov.cn/lyj\\_website/html/defaultsite/lyj\\_ywzx\\_qxd/2016-06-12/Detail\\_135417.htm](http://lyw.sh.gov.cn/lyj_website/html/defaultsite/lyj_ywzx_qxd/2016-06-12/Detail_135417.htm)

<sup>17</sup> [http://www.cmx.gov.cn/html/DefaultSite/shcm\\_xwzx\\_cmxw\\_dwmtgz/2010-06-17/Detail\\_21918.htm](http://www.cmx.gov.cn/html/DefaultSite/shcm_xwzx_cmxw_dwmtgz/2010-06-17/Detail_21918.htm)

périphéries rurales d'une part, et renouvelle l'usage des ressources du territoire comme outil de marketing territorial pour mobiliser des investissements et des flux touristiques.

L'illustration du lien entre territoire et tourisme est complétée par l'exemple du lac Tai, partagé entre deux provinces et aux fortes polarités touristiques.

### **3.2 La région du lac Tai : « faire pays » et territoire touristique précurseur**

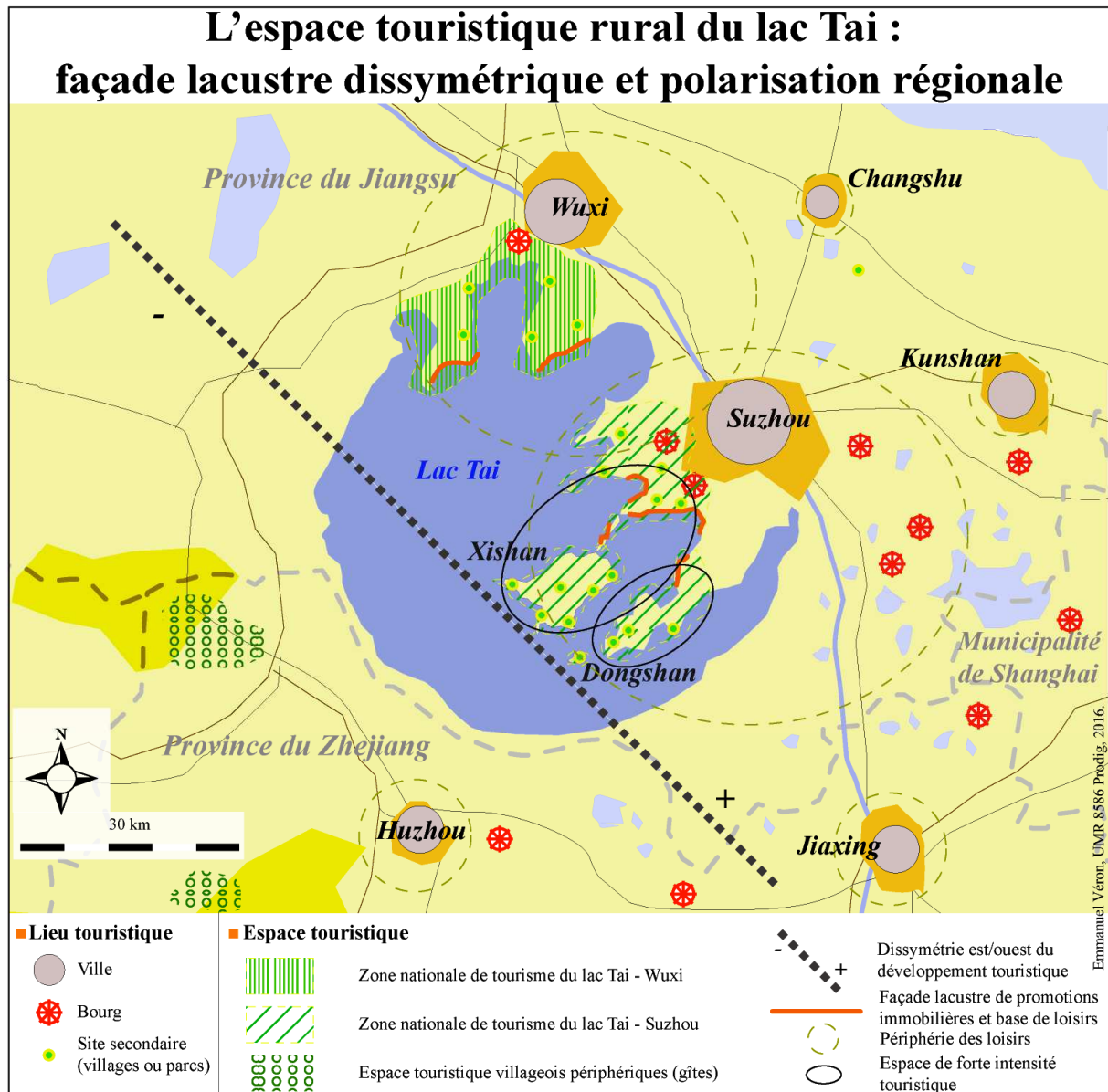
Le lac Tai est un territoire placé sous la protection de l'État chinois. Cette importante réserve d'eau douce pour la région mégalopolitaine, en particulier pour l'approvisionnement des villes de Wuxi, Suzhou, mais aussi Shanghai a connu plusieurs épisodes graves de pollutions conduisant les autorités centrales et provinciales à développer des zones de réserves et de contrôles sur le pourtour lacustre.

#### **3.2.1 Le lac Tai : objet touristique régional et national**

La région du lac Tai est partagée entre la province du Zhejiang au sud et l'essentiel dans la province du Jiangsu. Cette dernière partie est elle-même administrée par les municipalités de Wuxi au nord-est et de Suzhou à l'est et au sud. Le découpage territorial donne une spatialisation différenciée des dynamiques touristiques. Dès les années 1980, le lac et la région font l'objet d'un développement patrimonial et touristique à partir des villes de Suzhou et de Wuxi (villes classées). Puis, le développement touristique des bourgades d'eau va permettre de polariser une clientèle citadine croissante principalement issue de Shanghai.

Le développement de zones de villégiature et de tourisme dits « zones touristiques et de vacances du lac Tai » au début des années 1990, sous le contrôle de la province du Jiangsu et directement liées à la CNTA, devait permettre d'absorber et d'encadrer les mobilités touristiques de la région en pleine mutation urbaine. Ces espaces sont caractérisés par de nombreux équipements de loisirs et de complexes immobiliers dans lesquels des populations citadines de Shanghai vont investir. La zone touristique est partagée entre les deux municipalités donnant : la « zone nationale de tourisme et de vacances de Suzhou » (*Suzhou taihu liuyou dujia qu*) et la « zone nationale de tourisme et de vacances de Wuxi » (*Wuxi taihu liuyou dujia qu*). Les deux zones couvrent pour partie la façade particulièrement découpée à l'est du lac. La zone administrée par Suzhou couvre environ 173 km<sup>2</sup> de partie terrestre, tandis que la zone administrée par Wuxi couvre près de 52 km<sup>2</sup>. La première zone connaît un développement touristique plus important, la CNTA a classé la zone AAAAA. La zone de Wuxi est moins développée (AAAA) et entretient une rivalité forte avec la municipalité voisine.

L'observation des dynamiques touristiques à l'échelle du lac rend compte d'une dissymétrie marquée en la partie est et la partie ouest. En effet, la façade est dominée par l'organisation réticulaire de l'urbain entre Shanghai et Nankin participe à la trajectoire du développement et de l'aménagement d'une large diversité de types de lieux (cf. carte 16). En 2012, on compte près de 300 sites touristiques à vocation rurale (Zhang, 2012) pour la seule municipalité de Suzhou, dont près de 75 % sont concentrés dans la région lacustre.



Carte 16.

### 3.2.2 Dynamiques spatiales et outil d'aménagement régional

La région du lac Tai offre une figure particulière du développement touristique des campagnes dans le delta, comme centralité et espace de forte polarisation des clientèles

urbaines. La région témoigne d'une diversité des formes spatiales et des lieux du tourisme dans les campagnes. La structuration de l'offre par le développement de zones nationales en réserve et en zones de promotions immobilières, corrélées avec un patrimoine très riche et valorisé au début des réformes, constitue un territoire touristique, dont la fréquentation est accrue sur trois décennies. Elle polarise tout à la fois une clientèle locale, nationale et internationale. Pour autant, le territoire touristique est discontinu et hétérogène en interne, témoignant d'une complexité croissante des logiques spatiales.

Chaque unité urbaine possède une auréole des loisirs en articulation ou non avec le lac Tai. Ces villes moyennes et petites constituent des pôles émetteurs importants, première clientèle de la région avec la métropole de Shanghai.

Les centralités touristiques ou espaces de forte fréquentation et d'aménagement ludotouristique se concentrent sur l'île de Xishan et la presqu'île de Dongshan<sup>18</sup>. Ces deux espaces forment l'essentiel de la zone nationale protégée de tourisme et de vacances de Suzhou. Le comité de tourisme de la municipalité de Suzhou enregistre les chiffres de 6,2 millions de visiteurs pour l'année 2010<sup>19</sup>, pour une recette totale de 3,4 milliards de yuans.

Le territoire touristique de Wuxi polarise une clientèle moindre, essentiellement régionale, notamment en provenance des villes moyennes et petites de la région (Nankin, Changshu, Zhenjiang, Changzhou). Le gouvernement municipal de Wuxi avance les chiffres de près 3 millions de visiteurs en 2010 pour une recette touristique totale de 1,7 milliard de yuans<sup>20</sup>.

L'organisation spatiale du tourisme du lac proprement dit est réticulaire et discontinue. La mise en place d'une infrastructure de type balnéaire, avec un hébergement varié entre complexes hôteliers, villas (de résidences secondaires ou non) et de fermes à vocation d'hébergement rural, attirent une clientèle régionale et extrarégionale importante. Des fronts d'eau, à forte valorisation immobilière, combinant résidences de luxe et tertiaires haut de gamme, sont à l'œuvre. Ces promotions immobilières sont concentrées dans la région administrée par Suzhou.

La municipalité de Huzhou (rive sud du lac) dans la province du Zhejiang investit depuis le début des années 2010 dans l'aménagement touristique en lien avec le lac. La structuration du territoire s'articule avec des espaces ruraux périphériques (de la mégalopole) récemment intégrés au dispositif touristique régionale à l'instar des villages de gîtes de

---

<sup>18</sup> Jiang Zemin et Zhu Rongji ont tous deux des résidences d'État au cœur d'une exploitation de mandariniers.

<sup>19</sup> [http://www.suzhou.gov.cn/news/szxw/201510/t20151008\\_629952.shtml](http://www.suzhou.gov.cn/news/szxw/201510/t20151008_629952.shtml)

<sup>20</sup> <http://szw.wuxi.gov.cn/doc/2015/12/31/847589.shtml>

Changxing ou de Lin'an. Ces dynamiques témoignent des mutations internes de l'espace touristique mégapolitain où les territoires (municipaux) utilisent le tourisme comme outil de promotion et de valorisation de leurs collectivités. Ainsi la municipalité de Huzhou apparaît-elle comme nouvel acteur territorial mobilisant le tourisme comme ressource de valorisation des territoires. Par là-même, c'est en utilisant le développement touristique que les municipalités (les petites villes) articulent l'offre touristique entre les différentes entités territoriales à l'instar des districts ruraux.

La municipalité de Huzhou en s'inspirant des zones de tourisme national et de vacances de Suzhou et de Wuxi à négocier avec les autorités centrales via l'échelon de la province du Zhejiang afin de constituer une troisième zone de tourisme et de vacances. Cette démarche qui est en cours va permettre de recevoir des investissements de sociétés privées de tourisme et de vastes opérations de promotions immobilières, dont le littoral sud du lac sera l'objet<sup>21</sup>. Le tourisme est un outil privilégié des territoires à l'échelon des municipalités, des districts, mais aussi des bourgs pour conduire des projets d'aménagements dont les recettes touristiques non négligeables sont perçues comme des éléments moteurs par les gouvernements locaux. Aussi, la réalisation de projets touristiques permet aux autorités et aux territoires de se construire des vitrines bonifiées polarisantes, stimulant une compétition intense entre les localités.

### **3.3 Le tourisme et la territorialité rurale : outil contemporain des réformes pour l'aménagement**

Le tourisme permet d'interroger la notion de territorialité. Le tourisme entretient une relation particulière au territoire (Raffestin, 1980). « Le rapport collectif d'une société à un territoire dépasse la seule dimension politique. Il s'imprime aussi dans un registre de valeurs culturelles et sociales, mémorielles et symboliques » (Di Méo, 2003d : 919).

Le tourisme comme activité économique contemporaine est instrumentalisé et utilisé par les autorités centrales comme un outil d'aménagement et de modernisation des lieux et de l'espace, support de la diffusion de message politique de l'État-parti. Ces articulations se sont poursuivies sans ruptures depuis trois décennies. Plus encore, le tourisme est plus que jamais vecteur de transformations, d'urbanisation et de modifications économiques profondes.

---

<sup>21</sup> Entretiens en mars, avril et mai 2012 avec Yu Yu, responsable du bureau de qualité et de la technologie de la municipalité de Huzhou ; et Zhu Jianqing, Directeur général du Bureau de tourisme du district de Changxing.

L'autonomisation relative des gouvernements locaux a produit une utilisation importante du tourisme par l'État local pour trouver des financements, de la notoriété et polariser de manières inédites les territoires en réseaux. Ainsi, avec la croissance des mobilités touristiques et la multiplication des lieux, les territoires ruraux (districts, bourgs et cantons) ont participé au développement touristique chinois. Les territoires et la territorialité rurale sont au cœur de l'offre touristique chinoise en valorisant le patrimoine, la gastronomie, le folklore devenus des référents identitaires des territoires. Les gouvernements locaux profitent de l'ouverture chinoise et des réformes économiques pour se réappropriier et moderniser leurs territoires et utiliser le tourisme comme nouvel outil de gestion des espaces.

Le territoire municipal de Huangshan articule un riche passé culturel et politique prenant appui sur plusieurs villages classés avec des espaces montagnards à fortes valeurs identitaires. Cette architecture territoriale est précurseur (à l'instar des mouvements de patrimonialisation urbaine des bourgs) dans le développement de l'articulation entre tourisme/patrimoine et territoire.

Dans la continuité de la multiplication des lieux, parce qu'une clientèle captive est toujours plus importante et avide de (re)découvrir le territoire immuable chinois, de nombreux gouvernements locaux en synergie avec les entreprises privées de développement touristique vont quantifier, évaluer et valoriser les ressources de leurs territoires. Pour exemple, citons le district de Xianju (municipalité de Taizhou) dans le sud du Zhejiang. Ce dernier articule en lien avec le développement urbain, la mise en valeur de son patrimoine rural et paysager. Ce district est identifié comme un territoire rural pauvre et constitue une zone prioritaire de développement. Les autorités locales ont encouragé les populations rurales à s'organiser en coopérative et association pour dégager un surplus de revenus, qui pourront être réinvestis dans l'agriculture plus rationnelle et plus productive. Parallèlement au développement de l'agritourisme, les autorités locales avec le soutien de la municipalité et de la province (voyant dans ce cas une occasion de multiplier ces lieux touristiques à travers son territoire) ont inventorié les ressources territoriales du district. L'articulation entre des espaces naturels (sous la forme de parcs naturels avec une entrée payante et des équipements et des infrastructures suffisantes), un bourg, des villages de gîtes et des parcelles agricoles pour la cueillette de fraises et la contemplation de la floraison du colza, prend appui sur l'offre touristique observée dans d'autres localités chinoises (de la mégapole et d'autres provinces chinoises). Enfin, la constitution d'un produit local (l'arbose) emblématique de la région achève la conception du produit touristique rural.

Lorsqu'un territoire est fortement urbanisé, les ressources territoriales des campagnes sont peu nombreuses et peu variées. Le cas de la municipalité de Shanghai est à ce titre exemplaire. Nous observons un fort gradient de corrélation entre degrés d'urbanisation, épaisseur historique des lieux et des territoires avec le développement de lieux ruraux reconstitués et idéalisés. La concurrence des territoires pour la constitution d'une offre touristique polarisant une clientèle, donc une manne financière importante joue pleinement. Les enjeux de territorialité articulent les ressources spatiales réelles ou inventées et créées. Le développement touristique des territoires révèle l'image souhaitée par les centralités de pouvoir instrumentalisant leurs périphéries rurales (Raffestin, 1980).



## Conclusion du chapitre 10

Le dernier chapitre de cette étude a permis d'analyser les dynamiques spatiales du tourisme dans les campagnes au sein de la mégalopole. Parallèlement aux mutations spatiales et de la mégalopole, à savoir l'intégration croissante de son espace aux logiques de mondialisation et de marché d'une part, et l'urbanisation en réseaux hiérarchisés dominés par la métropole de Shanghai d'autre part, le tourisme dans les campagnes a connu une trajectoire ascendante. Le développement touristique a non seulement intégré une diversité d'espaces ruraux, au premier chef, les campagnes périurbaines inscrites dans des logiques de métropolisation, mais aussi des espaces ruraux périphériques, où les logiques agricoles et les migrations vers la ville structurent les économies locales.

Le tourisme articulé à une diversité de formes spatiales du rural permet de rendre compte des transformations internes des logiques mégalopolitaines. Les espaces ruraux périurbains et de *desakota* sont en partie transformés par le développement des services touristiques. « Les territoires se polarisent non plus sur des centres urbains, mais sur des réseaux. Cette polarisation s'apparente à une " réticularisation " du territoire » (Decoupigny, 2007 : 593). Le tourisme traduit en cela une organisation spatiale d'un territoire urbain élargi.

Dans ce cadre de diffusion des flux touristiques, les pôles émetteurs (les villes) remplissent la fonction urbaine récente de loisirs et de pratiques touristiques afin de diversifier son offre à une population urbaine porteuse de nouvelles demandes et revendications. Les territoires ruraux touristiques restructurent l'organisation spatiale des périphéries périurbaines et rurales de la mégalopole. Les polarités urbaines ne sont pas uniquement des interfaces d'un « espace des flux », se substituant à un « espace des lieux » (Castells, 1998 ; Di Méo, 2010 : 31), mais continuent d'être des noyaux émetteurs de flux dans des espaces (ruraux) de plus faible densité, connectant ainsi de manière réticulaire pôles urbains et pôles ruraux. Le tourisme dans les campagnes témoigne d'une « fragmentation spatiale très subtile » (Di Méo, 2010 : 36) ajoutant de la complexité dans l'interprétation des dynamiques rurales.

Ainsi, la mégalopole semble être un espace privilégié pour l'observation d'une « ruralisation » des campagnes par et pour le tourisme. En effet, le développement du tourisme passe par la transformation symbolique des lieux et des espaces pour l'accueil de populations touristiques allochtones. La création et la transformation des lieux sont le produit de choix précis des éléments devenus des référents symboliques d'un mode rural idéalisé à montrer. Dans ce cadre, le patrimoine comme résultat d'une construction sociale et politique joue un rôle particulièrement sensible. La reconstitution des lieux participe à un projet politique et social de construction d'une campagne idéale et idyllique. Les lieux touristiques

deviennent à leur tour des utopies spatialisées devant servir de modèle au monde rural : modèle de développement, modèle de « bonne gouvernance » et modèle social et agricole.

Le développement des lieux du tourisme dans les campagnes témoigne d'une évolution des discours politiques et sociaux sur les ruralités. En cela, le tourisme révèle de nouvelles ruralités, dont les lieux forment l'espace/temps privilégié pour les approcher et les expérimenter. Les ruralités de demain (sécurité alimentaire, gestion de 500 millions de ruraux, environnement) sont exposées dans des lieux où le gradient d'urbanisation est le plus fort, dans les espaces ruraux métropolisés.

Les territoires ruraux se dotent de plans d'aménagement touristique (*liuyou guihua*) leur permettant de gagner en visibilité aux échelles provinciale et nationale. La gouvernance locale et provinciale articule le développement du tourisme avec les injonctions aménageuses des plans (développement durable, énergies, urbanisation, gestion sociale). La capacité d'une municipalité à agir sur l'aménagement de ses espaces ruraux et modifier le devenir (donc son pouvoir sur les campagnes de son territoire) est un fait majeur de la gouvernance locale rurale.

L'usage des lieux comme vitrine dépasse la simple fonction touristique pour servir de lieu support à un message politique adressé à la société civile chinoise. Aussi, les lieux emblématiques (villages et bourgs classés) sont utilisés comme témoins mémoriels d'une Chine au passé glorieux et riche<sup>22</sup>, composés d'un patrimoine vernaculaire (des ponts et canaux avec des référents de la vie rurale immuable comme les embarcations) coexistant avec la figure postmoderne des *skylines* des métropoles.

C'est une manière originale pour les lieux de faire leur entrée dans la modernité. Le tourisme participe alors à la métabolisation des distances, de l'altérité, des cicatrices à travers un projet national de cohésion et d'unité territoriale et populaire, dont l'État-parti est seul garant.

---

<sup>22</sup> L'utilisation des bourgs d'eau et des villages du Wannan pour le tournage de film chinois et étrangers, mais aussi la tenue de conférence internationale (en 2015) polarisant une population internationale importante, à l'instar du sommet sur la cybersécurité à Wuzhen traduisent cette dynamique.

## Conclusion de la troisième partie

---

La troisième et dernière partie de ce travail a permis de cerner les mutations spatiales et territoriales à l'œuvre au sein du dispositif induit par le développement de l'industrie touristique à travers une diversité de lieux apparus dans des conditions qui leur sont propres. En effet, la distribution des lieux est amorcée par un mouvement de patrimonialisation et de valorisation d'espace pour le tourisme au moment même du lancement des réformes économiques. Des trajectoires autres ont vu le jour en s'appuyant sur l'expérience acquise avec la mise en tourisme de haut lieu. La multiplication des sites agritouristiques et des zones dites naturelles vient consolider l'organisation de l'offre touristique où les jeux d'acteurs entre autorités centrales, locales et sociétés privées ont produit quatre types de lieux distincts : bourgs, villages, parcs agritouristiques et parcs naturels.

Les sociétés rurales incluses dans le processus touristique connaissent des trajectoires différenciées, mais suivent dans leur ensemble le mouvement initié dans les années 1980 de diversification des formes de revenus, en particulier en dehors de l'agriculture/paysannerie. Ces dynamiques économiques et sociales ont permis la transformation accrue des conditions de vie et le quotidien des ruraux devenus prestataires de services touristiques. Un spectre large de prestations et de l'ampleur des services sont à l'œuvre. D'abord, le tourisme redessine les contours d'une certaine élite rurale (*gentry*), les plus avancées dans le tourisme, les plus enrichies, dont les biens touristiques (gîtes, chambres d'hôtes, restaurants et parcs) sont les plus ostentatoires. Puis, l'ensemble des communautés rurales trouve une place dans l'économie touristique selon un gradient différencié des emplois induits, indirects ou directs. La contractualisation du travail dans les sites par des sociétés privées de gestion donne de nouvelles perspectives pour l'emploi local et la notion de pluriactivité.

Enfin, le dernier chapitre de cette étude a conduit à identifier une spécialisation et une fragmentation fine des espaces ruraux touristiques en articulation avec les dynamiques de métropolisation d'une part et de mégalopolisation d'autre part. Les notions de rhizomes et de centres et de périphéries semblent se compléter pour appréhender les mutations internes et l'extension de la mégalopole. Le tourisme permet une mise en relation (ou une interaction) spatiale de pôles émetteurs avec des pôles ruraux récepteurs. La construction des sites touristiques par une instrumentalisation d'« une campagne décor » permet de servir la légitimation de l'État-parti, afin de véhiculer des thèmes politiques et des impératifs de développement édités dans les plans quinquennaux. Aussi, l'utilisation du tourisme dans les campagnes par les autorités municipales et les districts ruraux vise à construire des produits

territoriaux, par conséquent de gagner en visibilité à travers une compétition des territorialités en mettant en avant la spécificité du local.

## Conclusion générale

---

### *Tourisme, espaces ruraux et Chine en transition : une figure du tourisme intérieur dans un pays émergent autoritaire*

Le développement important de centaines de sites touristiques et l'orientation de flux de centaines de millions de touristes vers les campagnes plus ou moins proches des villes résultent d'un encadrement autoritaire du processus touristique. Celui-ci a été analysé au regard de l'alliance réussie entre « léninisme et capitalisme » (Godement, 2012 : 9), comme mode de production original évacuant les incertitudes du sous-développement et des modèles issus du consensus de Washington.

Cette thèse a tenté de faire le lien entre les dynamiques touristiques dans les espaces ruraux de la mégapole de Shanghai, l'affirmation d'une demande sociale nouvelle et les stratégies d'encadrement du processus touristique par les autorités centrales et locales produisant des recompositions rurales au regard des dynamiques de transformation de la société d'une part, et des logiques d'intégration à la mondialisation d'autre part.

L'analyse de l'émergence et du développement du tourisme dans les campagnes « en tant que pratique sociale inédite impliquant une relation nouvelle aux lieux et aux espaces » (MIT, 2005 : 5) a été articulée en trois temps.

En premier lieu, nous nous sommes attachés à définir les termes, les notions et les concepts de la thématique de travail. Cerner les contours du tourisme dans les espaces ruraux en Chine, dans un contexte de forte urbanisation et de logiques mégalopolitaines, a permis d'entrevoir des spécificités régionales axées sur l'intensité des flux et de l'économie touristique d'une part, et sur un processus touristique récent d'environ trois décennies d'autre part. L'analyse de la constitution d'une classe émergente de consommateurs traduit une économie marchande en évolution où les mutations des systèmes productifs s'orientent davantage vers une tertiarisation et une modernisation du secteur industriel. L'action de l'État central dans l'encadrement et la structuration du secteur touristique s'articule avec la mise en place de politique de modernisation des campagnes. Ceci a donné l'architecture de l'objet d'étude et l'angle d'analyse.

Puis, dans un deuxième temps, ce travail a tenté de faire comprendre les trajectoires humaines, sociales et culturelles des citoyens de la région par rapport au monde rural, en

termes de perceptions et de discours. Aussi, cette partie a développé et illustré les pratiques touristiques des individus ainsi que les gradients d'expérience touristique déployés à travers les voyages et les lieux. Le lien établi entre les perceptions citadines et les pratiques des touristes montre un renouvellement et une appropriation de « portions de campagnes » touristiques aménagées signalant un certain attachement au lieu manifesté par l'extension de l'espace vécu.

Enfin, dans un troisième et dernier temps, l'analyse a porté sur les recompositions rurales induites par le double processus d'aménagement des lieux touristiques dans une logique verticale d'une part, et sur le développement endogène des campagnes touristiques par les ruraux eux-mêmes d'autre part. Ces dynamiques sont corrélées et finissent par être encadrées par les autorités locales et provinciales dans une logique verticale. La construction des lieux de tourisme témoigne d'une importante diversité de lieux dont les acteurs privés sont souvent à l'origine. Aussi, ces dynamiques sont porteuses de développement et d'amélioration des conditions de vie. Ces dernières sont incluses dans de nouveaux rythmes annuels en lien avec les saisons et les flux touristiques. La mégapole est l'objet d'une différenciation de ses espaces ruraux du tourisme en lien avec les dynamiques de métropolisation. La construction de territoires touristiques ruraux (composés de lieux où les ruralités sont exposées, mises en scène et instrumentalisées) est en cours depuis le début des années 1980. Le tourisme dans les campagnes sert d'outil à la gouvernance locale des autorités d'échelons provincial ou municipal.

De l'analyse des mutations rurales au sein de la mégapole par le tourisme, il s'est dégagé des trajectoires sociales et spatiales dont on peut tirer six axes de conclusions majeurs. Tout d'abord, il s'agit de prendre la mesure régionale de la mégapole comme support aux dynamiques touristiques dans un large spectre de formes spatiales du rural. Puis, appréhender l'État et ses instances centrales comme acteurs majeurs pose la question de l'encadrement autoritaire de la modernité incarnée par le tourisme. Ensuite, le tourisme produit des lieux inédits à travers des transformations totales ou des mutations moins brutales liées aux logiques de protection. Les lieux ne sont pas neutres et participent à l'armature territoriale des provinces et des municipalités comme vitrine du développement et du passé instrumentalisé. Puis, les citadins forment un corps social de consommateurs en nombre à la fois inédit et important. Les ruraux (paysans ou non) inscrits dans le phénomène touristique trouvent dans le tourisme une voie nouvelle de diversification des revenus et d'amélioration des conditions de vie, autant que de nouveaux liens de dépendance avec une activité économique récente, tantôt incertaine, tantôt lucrative. Enfin, ces axes de réflexion aboutissent sur l'écriture des

limites de ce travail et les prolongements possibles afin de poursuivre l'analyse de la transformation des campagnes et des impacts du tourisme sur la société urbaine et rurale, mais également sur l'État-parti chinois.

### **La mégalopole : un espace privilégié pour approcher les dynamiques touristiques depuis l'ouverture**

---

L'observation et l'analyse du processus touristique se sont appuyées sur un vaste espace complexe et varié, le delta du Yangzi, une des grandes régions urbaines ou mégalopoles chinoises. Cet ensemble régional témoigne de la polarisation urbaine de l'espace chinois (Sanjuan, 2011) et par extension de la mobilité des citoyens (plus largement des individus) à travers l'espace. La mégalopole constitue un système urbain majeur d'échelle régionale articulant un vaste hinterland lui permettant de soutenir son développement et son rayonnement toujours plus large. Par conséquent, la mégalopole offre des conditions spatiales favorables pour le déploiement du tourisme, que d'autres formes spatiales à l'instar des provinces intérieures offrent, mais en densité inférieure (moindre densité de lieux, de touristes, d'acteurs et d'équipements pour la structuration de l'offre touristique). Ainsi la mégalopole de Shanghai rayonnant sur un espace de plus de 100 000 km<sup>2</sup> témoigne-t-elle des « types de temporalités dans lesquels les individus peuvent s'inscrire, et/ou qu'ils peuvent mobiliser, pour vivre et travailler » (Dagorn, 2003 : 611).

La mégalopole en formation dès les années 1990 est l'objet d'un développement touristique important articulé avec l'urbanisation croissante et en réseau des villes comme Shanghai, Suzhou, Hangzhou et Nankin. En effet, le tourisme est d'abord et avant tout situé dans les grandes et moyennes villes articulées en système urbain. Les logiques de métropolisation accrue après les années 2000 liées à l'intégration accélérée du territoire aux logiques de mondialisation ont provoqué d'importantes mutations spatiales, où la croissance urbaine est corrélée à des recompositions spatiales et économiques à l'échelle du delta du Yangzi.

La métropolisation est ici entendue comme « une mutation qui progressivement donne naissance à un nouveau mode d'occupation et d'appropriation collective du territoire, à la formation d'aires urbaines de plus en plus peuplées, mais aussi de plus en plus distendues, discontinues, hétérogènes et multipolaires » (Ascher, 2003 : 614). La mégalopole englobe les logiques de métropolisation dans lesquelles le tourisme en tant que mobilité spatiale à motif récréatif donne une architecture révélant les limites de celle-ci. En cela, les dynamiques spatiales du tourisme à l'intérieur du dispositif régional illustrent les interactions spatiales

propres aux logiques de métropolisation, où « s'expérimentent et se déploient des formes de concurrence et d'articulation entre différents systèmes territoriaux, périurbains et ruraux [...]. Une cohérence territoriale s'y construit qui peut parfois être assortie de revendication d'autonomie par rapport à la centralité (ou la polycentralité) de la métropole » (Deler, 2014 : 429).

La métropolisation contemporaine peut être lue comme « un nouveau mode de gestion spatiale des masses humaines désormais urbanisées » (Di Méo, 2010 : 25). L'adaptation progressive avec des effets d'accélérateur des périphéries à ces logiques de métropolisation illustre d'une part la multifonctionnalité des espaces et d'autre part la valeur marchande du sol rural. La recomposition des espaces ruraux par le tourisme conduit à une différenciation de l'insertion économique de ces espaces (périurbains et ruraux) dans les dynamiques métropolitaines (Véron, 2014). L'observation de recompositions spatiales et économiques des périphéries rurales joue de la proximité de la métropole et du réseau de villes petites et moyennes (Chapitre 10). Il ne s'agit alors plus d'appréhender les périphéries comme une immensité rurale majoritairement pauvre et mal connectée à la ville, mais comme un ensemble d'espaces ruraux dépendant d'activités économiques plus ou moins fortement liées au monde urbain.

Ces mobilités touristiques posent la question de la production du lieu par l'avènement d'une pratique ou, plus généralement, d'une innovation sociale qui transforme un endroit en lieu dédié à une pratique spécifique ou à une innovation « localisante ». Par là-même, c'est l'identité des périphéries qui est mise en jeu. L'analyse des recompositions rurales pour le tourisme permet d'entrevoir les enjeux de marchandisation du foncier entre arrangements locaux et pratiques de valorisation. La transformation du marché foncier, avec en particulier les dynamiques de spéculation foncière et la valorisation du sol, peut diminuer la rentabilité relative des systèmes d'activités agricoles ou ruraux, jusqu'à entraîner leur disparition. Cependant, ces systèmes peuvent aussi être devenus exceptionnellement rentables dans le contexte de la métropolisation.

Le processus touristique permet d'appréhender de nouvelles dynamiques spatiales du *desakota* (espace dense où coexistent l'industrialisation, l'agriculture et des équipements tertiaires). Ce dernier se transforme et se densifie à mesure de la croissance urbaine et devient lui-même un espace périurbain. Des espaces ruraux agricoles se muent en *desakota* par une industrialisation, une tertiarisation des campagnes et d'intégrations à la métropolisation. Les frontières entre périphéries et marges sont repoussées toujours plus loin avec le rayonnement dans l'espace de la métropolisation.



Les dynamiques spatiales du tourisme dans les campagnes témoignent d'une différenciation des logiques spatiales du rural. Les vingt dernières années semblent faire l'objet d'une fragmentation accrue et d'une complexification spatiale du rural au sein du delta où le tourisme joue un rôle à la fois d'indicateur des transformations, mais aussi de catalyseur de mutations économiques (à l'échelle locale et dans des territoires touristiques tels que la municipalité de Huangshan). Un gradient de développement touristique plus ou plus intense se dessine à mesure que l'on s'éloigne de la métropole et des villes importantes (Hangzhou, Suzhou, Nankin et Ningbo). Nous distinguons plusieurs formes d'espace touristiques (peu articulé entre eux) au sein de la région d'étude. Il s'agit en premier lieu des espaces périurbains particulièrement denses. Puis, les espaces ruraux plus lointains et agricoles forment le second type comme des périphéries rurales de la mégapole. Les marges rurales touristiques composent le troisième type. Enfin, les espaces ruraux agricoles en voie d'urbanisation et d'industrialisation correspondent au dernier type identifié. Chacun de ces types peut être l'objet d'une déclinaison fine en fonction des échelles d'analyse.

Le premier type est articulé, dominé et structuré par le processus de métropolisation. En effet, la métropolisation produit une recomposition spatiale par le tourisme rayonnant au-delà des limites politiques des municipalités (années 1990 et 2000). Le tourisme produit à son tour de la discontinuité et une hiérarchisation en réseau des pôles émetteurs urbains et des pôles récepteurs ruraux. Par conséquent, la diffusion du tourisme est à l'échelle de la mégapole totale. Pour autant, à une échelle plus fine, celle des municipalités, le tourisme est particulièrement concentré en quelques localités.

L'extension des aires métropolitaines ou l'aire d'influence des villes sur de vastes espaces ruraux (logiques de marché et déploiement industrielles) sont consolidées par les flux touristiques et la constitution de lieux nouvellement aménagés (dans le courant des années 2000). Des espaces « arrière-cour » récréatifs et ludo-touristiques de la métropole de Shanghai sur le pourtour est du lac Tai, mais aussi d'espaces ruraux au nord du Zhejiang témoignent de la spécialisation et de l'articulation entre la métropole et des campagnes éloignées de 100 à 250 km. En cela la mégapole se complexifie par la recomposition des interactions spatiales en interne.

Le troisième type de campagne correspond à une géographie du tourisme en Chine précurseur du développement de l'industrie touristique. La région des Huangshan (développée dès les années 1980) offre un exemple d'arrière-cour touristique non plus spécialisée uniquement par une clientèle régionale, mais par le caractère polarisant de touristes à la fois régionaux (les plus nombreux), nationaux et internationaux. L'effet de proximité relative au

réseau urbain mégapolitain de cette région, aujourd'hui comme une marge en voie d'intégration rapide, témoigne des logiques en extension de la méga-région urbaine. L'urbanisation et l'aménagement d'infrastructures de transports connectant cette ancienne marge enclavée, naguère rendue accessible par des liaisons aériennes, suggèrent des perspectives nouvelles de développement régional.

Enfin, le dernier type identifié correspond à des ensembles ruraux périphériques, enclavés, essentiellement agricoles, dont le développement touristique est le plus contemporain (fin des années 2000). Les espaces ruraux du sud du Zhejiang, du centre sud du Jiangsu, voire de l'Anhui au nord des Huangshan sont autant de territoires ruraux-agricoles, foyers d'émigration rurales et faiblement industrialisés. Le développement touristique de ces campagnes rend compte de la complexification interne et l'extension spatiale de la mégapole articulant ces nouveaux pôles récepteurs aux pôles émetteurs urbains. Ces espaces sont autant de nouvelles frontières des pratiques touristiques pour les citoyens de la région et des régions voisines (connexité avec les villes de Wenzhou, Taizhou, Yangzhou, Wuhu).

L'analyse touristique des campagnes révèle ainsi un découpage temporel corrélé à un découpage spatial de la région du delta. Par ailleurs, ces formes spatiales du rural ne semblent pas être immobiles. Au contraire, les dynamiques et mutations tant internes qu'externes de la mégapole produisent une sorte de maturation des campagnes touristiques lisible à travers leur historicité respective, proche ce que François Ascher nomme « dimension fractale métropolitaine » (2003 : 614).

L'observation des mutations rurales et périurbaines liées au tourisme permet de comprendre l'intégration de la région aux logiques de marché et de mondialisation, en particulier du rôle de la métropole de Shanghai et de son vaste espace d'hinterland en recomposition et en extension.

Une instance de coordination régionale du tourisme calquée sur la coopération économique régionale du delta du Yangzi témoigne de l'articulation des diverses formes de tourisme au sein de la région. La primauté de la métropole de Shanghai articulée à l'important système de villes secondaires (mais multimillionnaires) oriente les flux et articule les différents espaces récepteurs aux pôles émetteurs.

---

### **Les acteurs étatiques centraux et locaux pour une modernité encadrée**

---

Comprendre le rôle de l'État central et local comme des acteurs clefs du processus d'épanouissement et d'orientation du tourisme est essentiel afin d'éclairer l'architecture

territoriale, l'insertion du tourisme comme nouvelle activité économique et la mobilisation de flux touristiques et de mains-d'œuvre rurales (migrante ou locale).

Contemporain des réformes, le phénomène touristique offre un exemple privilégié d'une forme de modernisation de la RPC encadrée (Sanjuan, 2016) par les autorités, en particulier par la gouvernance du Conseil des affaires de l'État, du gouvernement central et du dialogue avec l'État local sur le choix des lieux et des régions pour le développement touristique. L'État-parti a utilisé le tourisme comme un outil de manière pragmatique et progressive selon les impératifs et les ruptures de politique intérieure. Nous distinguons trois segments temporels : la décennie 1979-1989, la période 1992-2005 et la période depuis 2006.

L'État central est à l'origine de l'introduction de l'industrie touristique, de l'institutionnalisation des congés et du temps libre, mais aussi de politique de développement territorial mobilisant le tourisme comme outil d'aménagement. Cette dynamique verticale de l'exercice du pouvoir est complétée par les relations centre-périphérie, où trois décennies de réformes et d'ouverture du territoire chinois ont produit une montée en puissance, certes inégale, des gouvernements locaux. Le Conseil des affaires de l'État et les gouvernements locaux forment le cadre administratif du Parti qui oriente, structure et approuve les décisions pour la gestion des territoires (chapitre 4 et 8).

Pékin est à l'origine, dans le contexte particulier du retour au pouvoir de Deng Xiaoping, du lancement des réformes et de l'ouverture progressive et territorialement choisie de la RPC. L'État central, via le processus de transition (*zhuanxing*), a dès les années 1980 instrumentalisé et utilisé le tourisme comme outil de modernisation de l'économie et de quelques territoires au sein des provinces. La construction d'aéroports civils dans l'ensemble des provinces, accompagnée de la réforme de l'aviation civile et de l'institutionnalisation d'administration centrale du tourisme dans les années 1980, ont profité de la polarisation d'une clientèle touristique internationale et d'accords de transferts de savoirs et de technologies afin de se mettre « à niveau » en termes de normes. Le secteur de l'hôtellerie suivra cet élan de modernisation afin d'augmenter la capacité d'accueil des sites touristiques et l'image de pays hôte de la Chine. Cette décennie a permis de construire (en parallèle des destructions/reconstructions urbaines) un patrimoine et de renouer avec son passé en délimitant des périmètres urbains et naturels à sauvegarder et en choisissant des monuments, des bourgs et des villages à protéger. Issus de ce processus mariant patrimonialisation et tourisme, des lieux emblématiques et précurseurs du développement généralisé vont apparaître (montagnes Jaunes, quelques bourgades d'eau). Pour autant, ces lieux sont limités à

quelques parcs nationaux et à des lieux dans la ville, voire des quartiers entiers (Suzhou, Shanghai, Nankin).

Le tournant de juin 1989 (et la fin de la transition post-maoïste - 1992) sera marqué par une reconfiguration du contrôle social au sens sécuritaire, mais aussi par l'introduction d'un paradigme nouveau pour le corps social chinois. Dans la continuité du discours de Deng Xiaoping lors de son voyage vers le sud (*nanxun*), en janvier-février 1992, l'État-parti introduira un relâchement des obligations de travail par la mise en place de plus temps libre. Ces réformes que l'on peut regrouper en deux phases prendront plus de dix années à se mettre en place et à être corrigées. Tout d'abord, l'instauration de la réduction du temps de travail par semaine, puis des week-ends et enfin de jours de congé (entre 1995 et 1999) sera partiellement remise en cause en 2007 par une nouvelle structuration des jours fériés. Pékin a ainsi réussi à orienter la société chinoise (surtout urbaine) vers de nouvelles valeurs sociales de consommation, tout en leur ayant permis de « s'enrichir ». Cette période, depuis la relance des réformes jusqu'au milieu des années 2000, voit l'aménagement de nombreux sites touristiques, une extension du processus de patrimonialisation à une diversité de lieux et la structuration affirmée de l'offre touristique.

Un tournant s'opère dans le courant des années 2005-2006 avec la proclamation du XI<sup>ème</sup> Plan quinquennal et le renforcement de l'internationalisation de la Chine sous la gouvernance Hu Jintao/Wen Jiabao. Cette période d'articulation et de contrôle, se poursuit avec la présidence de Xi Jinping. La décennie 2005-2015 est marquée par une volonté de l'État-parti de « reprendre » le contrôle des mobilités et de l'économie touristique, notamment dans les espaces ruraux. En effet, la fin des années 1990 et le début des années 2000 ont été l'objet d'une croissance sans précédent des mobilités de loisirs et de tourisme tous azimuts, orientés vers les espaces ruraux périurbains et ruraux produisant des lieux inédits. Afin d'encadrer l'offre touristique et les recettes importantes effectuées, le pouvoir central institutionnalise via ses administrations centrales, à l'instar de la CNTA, une série de labels de l'agrotourisme, de sites modèles et de plans d'aménagement de villages à vocation touristique. Aussi, la désignation de l'année 2006, année nationale du tourisme rural, va parfaire une institutionnalisation par le haut du secteur touristique. Ceci fait écho aux changements de regard et des discours sur le monde rural, perçu comme parent pauvre de l'essor économique et des performances de développement de la RPC. Ainsi Pékin articule-t-elle une politique (qui aujourd'hui est encore en cours d'application) de développement rural avec le tourisme dans les campagnes. Le régime procède à une double promotion de cette politique et de nouvelles valeurs par le tourisme comme relais de messages de propagande, et

par l'aménagement de sites touristiques par modernisation. Le tourisme est plus que jamais utilisé comme un outil complémentaire de réduction des inégalités de développement.

Le maillage territorial chinois est particulièrement dense : l'État central articule une pluralité d'États locaux, non sans difficulté, mais qui, avec le mode de gouvernance du Parti, permet au territoire de se moderniser et de se développer. Les années 1980 sont l'objet d'un transfert de compétences du central « aux échelons locaux de l'administration (*quanli xiafang*), pour les besoins des réformes et du développement économiques » (Cabestan, 2014 : 251). L'État local est un entrepreneur par la tutelle directe qu'il exerce sur les entreprises publiques.

L'observation du rôle des gouvernements locaux dans le développement du tourisme a permis d'explorer les modes de gouvernance nouveaux entre un centre ordonnateur des politiques intérieures et des périphéries ou gouvernements locaux dont les compétences en matière de gestion des réformes, donc du développement social et spatial, sont augmentées. Les gouvernements locaux, en particulier les provinces et les municipalités, jouent un rôle majeur dans le développement du tourisme à la campagne (ou d'autres formes – urbain, littoral par exemple) depuis une quinzaine d'années et le développement a accru des mobilités des loisirs (fin des années 1990). Le développement touristique dans les espaces ruraux est ainsi aux prises avec les injonctions étatiques centralisées et des logiques locales, dont les gouvernants, ont une marge de manœuvre parfois importante du fait de la spatialisation littorale polarisant IDE, richesses, main-d'œuvre et importantes clientèles urbaines. « Les compétences réelles des gouvernements locaux sont fonction des relations que ces derniers entretiennent à la fois avec les comités du Parti de l'échelon correspondant et avec les organismes administratifs de l'échelon supérieur » (Cabestan, 2014 : 246). Une osmose importante s'observe entre les entités de gouvernement local et les entreprises publiques et privées opérant dans la gestion et le développement de sites touristiques. Aussi, l'intégration accélérée de la région du delta aux logiques de mondialisation a produit une réelle montée en puissance de l'État local. La multiplication des sites touristiques, surtout au tournant des années 2000, est le fruit de collusions d'intérêts entre les gouvernements locaux et les entreprises pour une visibilité locale et d'enrichissement.

Derrière les gouvernements locaux, ce sont la plupart du temps des trajectoires individuelles de cadres du Parti corrélées à des trajectoires de lieux transformés par le tourisme. « Les secrétaires locaux du Parti sont devenus les grands ordonnateurs du développement de leur circonscription » (Cabestan, 2014 : 248). À l'image du développement de parcs industriels, de parcs de promotions immobilières voire de villes nouvelles (Henriot,

2013) dans les espaces périurbains, le développement de sites touristiques en dehors des logiques de patrimonialisation donnant la création de lieux est le fruit « des relations souvent incestueuses avec les responsables publics, comme privés de ces secteurs » (Cabestan, 2014 : 248).

Parmi la multiplicité des échelons d'administration locale, les provinces chinoises (Anhui, Jiangsu et Zhejiang - municipalité de rang provincial de Shanghai incluses) sont les principales entités territoriales de l'organisation (déconcentrée) et de la gestion du tourisme à travers des comités et bureaux de tourisme. Pour autant, les municipalités à mesure du développement urbain par la métropolisation ont gagné du pouvoir sur les provinces. Aussi, les districts ruraux ont aussi pu acquérir davantage de pouvoir par l'administration de nombreuses populations et de systèmes productifs variés. Le tourisme dans les espaces ruraux est ainsi l'objet d'une gestion multiscalaire emboîtée où l'échelon de la province tente de réguler les entités territoriales que cette dernière administre (municipalité et district).

Il existe des cas où la municipalité joue un rôle majeur du fait de la relative ancienneté du phénomène touristique et de son isolement territorial. La municipalité est à ce titre emblématique. La trajectoire de cette entité dans une province en position de marginalité de la mégalopole a développé des interactions spatiales et politiques avec de nombreuses localités urbaines et internationales. Le gouvernement municipal gère un territoire dont le PIB est à 50 % le fait du tourisme dans les campagnes articulé au tourisme patrimonial dans la ville de Tunxi. La capacité d'action, de préservation et d'enrichissement des responsables locaux donne un exemple concret de l'ouverture et de la bascule du centre de gravité du central vers le local. Les dynamiques territoriales provoquées par le maillage du réseau de TGV, la construction et le prolongement du réseau autoroutier et l'agrandissement de l'aéroport civil donnent de nouvelles perspectives pour le gouvernement municipal. Pékin s'efforce de maintenir une certaine emprise sur ces trajectoires territoriales locales produites par l'ouverture et les réformes.

Enfin, le Premier ministre Wen Jiabao, à travers, les politiques de modernisation rurale (amélioration des infrastructures, réductions de la pauvreté et des inégalités socio-spatiales) introduit le projet de réduire la quantité de gouvernements locaux par un démantèlement des échelons de base que forment les cantons et les bourgs. Ce projet n'a pu complètement aboutir tant les résistances locales sont importantes, notamment dans les espaces périurbains (Cabestan, 2014).

Le tourisme est utilisé comme un outil de développement rural, de promotion de la multifonctionnalité, mais aussi comme outil de promotion de localités, ou de territorialités,

tantôt pour servir de légitimation à l'État-parti dans un cadre national, tantôt pour servir de vitrine aux instances locales (de la province au district).

Dans la continuité des travaux de Béatrice David (2007) et de Pal Nyiri (2006), nous avons montré comment le tourisme et le politique sont constamment en relation voire en synergie. Le tourisme est un support récent de la promotion de la nation, de son histoire et de son territoire tant dans une dimension d'unité (nationale) que de multiplicité (des provinces). Le tourisme met en scène des spécificités provinciales à travers des paysages emblématiques, des gastronomies particulières et des savoir-faire locaux.

Aussi, l'encadrement du tourisme par les autorités centrales s'illustre par la diffusion dans les lieux des messages de propagande politique et des impératifs nationaux de développement. En l'espace d'une vingtaine d'années, les sites touristiques ont tour à tour été l'objet des promotions du développement durable, rural, agricole, paysan, biologique. Aussi, la dimension politique et de propagande du PCC utilise les lieux comme relais de l'encadrement, de la diffusion des normes sociales liées aux modernisations et de contrôle social (Kloeckner, 2016).

La réussite économique des lieux du tourisme permet aux gouvernements locaux d'exhiber à la fois leur réussite aux populations locales, mais aussi de relier leur trajectoire ascendante au développement de la RPC, comme une forme de participation des échelons de base, à la montée en puissance et à la sortie du sous-développement de la Chine. À travers le développement de sites touristiques polarisant des flux et de nombreuses certifications, les gouvernements locaux instrumentalisent le « progrès » économique et social des provinces, autrement dit la face des gouvernants à l'origine de la réussite touristique et de l'aménagement de lieux emblématiques. Le pouvoir central peut aussi mettre en scène la participation des provinces, des municipalités voire des districts dans la constitution de modèle de développement. Les villages modèles (Jiangxiang, Tengtou ou Qianwei), les parcs nationaux (Huangshan, Xixishidi ou Dongtan), les bourgades d'eau (Wuzhen, Zhouzhuang ou Tongli) sont autant de localités traduisant la richesse des provinces et par extension de la nation. Les autorités, tant centrales que locales utilisent ces lieux exemplaires comme ressources territoriales, pour servir de modèles au développement contemporain articulant patrimoine, histoire, développement rural et durable.

Les acteurs de l'État local et central sont au cœur de la construction de lieux spécifiques aménagés pour le délasserment des urbains.

## **L'archipel des lieux touristiques : le laboratoire des nouvelles ruralités**

---

Il semble que les lieux touristiques connaissent une certaine continuité d'usage avec celui dans l'histoire contemporaine, voire impériale. Aujourd'hui hauts lieux touristiques, les sites de Lushan, Beidaihe, Huangshan sont investis par un « tourisme de masse ». Hier, les lieux qui servaient de supports aux réunions politiques pour la gestion de la RPC ou de délassement des cadres du Parti ou autres élites sont devenus des sites majeurs du tourisme intérieur chinois. Aussi, les lieux du jeu et du repos pour les ouvriers modèles (de la période maoïste) ont été transformés et multipliés depuis 30 ans. Les lieux du tourisme dans les campagnes ont connu des trajectoires différenciées.

Ce travail a permis de décrire les dynamiques spatiales et économiques d'espaces ruraux multifonctionnels où l'insertion du tourisme est à la fois progressive depuis 30 ans et variée par l'aménagement d'une diversité de types de lieux. Les chercheurs chinois évaluent à plusieurs milliers les sites de tourisme (Gao *et al.*, 2009 ; Parks, 2014 ; Su, 2011 ; et Wang *et al.*, 2013) dans les campagnes de la zone d'étude, associant agritourisme, zones naturelles, villages modèles, villages restaurés et protégés, villages muséifiés. Les chercheurs chinois spécialisés sur les questions de tourisme en Chine ont ainsi fait évoluer leur analyse du processus touristique dans les campagnes par l'adoption de secteurs variés (multifonctionnalité, environnement, rôle des communautés et participations). Les très nombreuses publications et supports de recherche (plusieurs dizaines de milliers d'articles et d'ouvrages spécialisés) témoignent de l'engouement pour ces thématiques, mais aussi de l'ampleur du phénomène en particulier dans les périphéries des villes et à proximité des lieux majeurs du tourisme (sites classés) (chapitre 8 et 10).

Nous avons pu identifier quatre types de lieux correspondant à la mise en scène de plusieurs formes de ruralités : les bourgs, les villages, les parcs à thème agritouristique et les parcs naturels. Ces quatre types ne suivent pas une historicité commune. En effet, l'aménagement de ces différents lieux est le produit de mouvement de patrimonialisation, de protection et de démonstration. Ces trois processus sont articulés par les acteurs centraux et locaux afin de diversifier l'offre touristique des territoires. Le développement de sites de tourisme dans les campagnes et dans les espaces périurbains a été initié par le mouvement de patrimonialisation des bourgs d'eau et des villages, respectivement dans la zone entre le lac Tai et la métropole de Shanghai et dans le sud de l'Anhui dès les années 1980. Ces lieux de mémoire constituent des précédents et participent à une armature nationale de hauts lieux polarisant tout à la fois des touristes régionaux, nationaux et internationaux. Ces lieux vont à



la fois servir de modèles pour le développement et la patrimonialisation à vocation touristique. Dans le prolongement de l'apparition de ces lieux majeurs, les parcs naturels (pouvant être des parcs nationaux) sont l'objet de protection et de sanctuarisation dont le degré de polarisation est similaire aux bourgs et villages précédemment évoqués.

Les dynamiques touristiques vont s'intensifier considérablement dès la fin des années 1990, notamment par l'apparition de lieux nouvellement aménagés. Ces derniers témoignent d'une multiplication des acteurs du tourisme et de l'augmentation des clientèles captives, en particulier dans les espaces périurbains de Shanghai et des villes moyennes (Hangzhou, Nankin, Suzhou, Wuxi et Ningbo) avec le développement de ceintures des loisirs. La diversité de lieux de l'agritourisme complexifie les logiques spatiales et économiques internes à la mégalopole. La multiplication de différents types de lieux dans la plupart des municipalités voire des arrondissements périurbains ou des districts ruraux sont corrélés aux orientations de l'aménagement des gouvernements locaux. Ainsi des villages modèles de démonstration, des villages modèles des politiques de développement rural, des parcs agrotouristiques et des zones naturelles délimitées font l'objet des préoccupations de l'aménagement territorial à l'échelon de la municipalité et des districts (ou des arrondissements) dans les années 2000, avec une intensification à partir de l'année 2006. L'agenda national est par conséquent en miroir des politiques appliquées à l'échelle locale. On peut par conséquent distinguer deux grandes phases du développement touristique dans les campagnes du delta du Yangzi, elles-mêmes réduites à un temps court aux prises avec la célérité de la libéralisation et des réformes : d'abord, les années 1980 à 2000 pour l'initiation du mouvement de conservation, puis la période depuis les années 2000 à aujourd'hui pour le mouvement de développement tous azimuts mais encadré.

Ces temporalités témoignent de l'évolution des pratiques touristiques, mais aussi de l'évolution de l'industrie touristique chinoise vers toujours plus de diversification de l'offre et des infrastructures. Chaque entité territoriale entre en compétition avec une entité voisine ou non dans la diversité des lieux et de leurs notoriétés. La libéralisation a produit une mise en concurrence des acteurs, des territoires et de leurs promotions réciproques au risque de la banalisation des lieux. En effet, la multiplication des sites pose la question de la pérennité, de la copie et de l'originalité.

Le développement du tourisme dans les campagnes est « jeune ». Il a à peine trente ans. Cette relative courte période interroge la trajectoire des lieux et de leur durée dans le temps. En 1980, Butler proposait un modèle d'interprétation théorique du cycle de vie des espaces touristiques. Il semble pertinent de resituer les lieux identifiés (à travers

l'échantillonnage de la cinquantaine de sites observés) dans les différentes phases désignées par Richard Butler. Les bourgades, les villages, ainsi que les parcs naturels, sont en phase avancée de stabilisation où le nombre de touristes à l'année se maintient à un niveau important (plusieurs millions de touristes par an). Pour autant, les sites plus récents comme les parcs agritouristiques et les villages reconstitués sont encore en phase de développement voire d'exploration, notamment pour les lieux inscrits dans des espaces touristiques émergents. Plusieurs phases coexistent, pour autant, l'épaisseur du temps touristique en Chine est encore mince pour rendre compte des phases de stagnation, de décroissance ou de rajeunissement. Il semble que les années 2010 soient l'objet d'une phase de différenciation accentuée par la fin de l'application du programme national de développement du tourisme rural (2009-2015).

Le tourisme dans les campagnes est limité à des lieux certes variés, mais dont l'articulation en réseaux n'existe qu'à l'échelle locale. En effet, les lieux sont en synergie au sein d'une même localité, pouvant parfois être l'objet d'une copie, sinon d'une forte inspiration dans la forme et la nature.

Par ailleurs, une géographie des lieux à très grande échelle permet d'entreprendre leur structuration spatiale et leur aménagement. Nous avons pu dégager quelques tendances communes aux différents lieux dans la continuité d'observations de Benjamin Taunay (2009) sur les plages de Beihai dans la région autonome du Guangxi. Premièrement, les entrées des lieux sont l'objet d'une intensité particulière tant au niveau des morphologies que des flux touristiques. Les entrées de lieux sont l'objet d'une mise en scène particulière signalant un intérieur et un extérieur, dont la porte ou le portique forme un seuil. Les portes sont fréquemment ornées et visibles depuis les routes et les voies de communication comme indiquant l'exemplarité du lieu dans l'espace. Cette architecture est en rupture avec la thématique prônée par les sites. Les lieux font avant tout la promotion du monde rural, pour autant, ils sont fermés sur eux-mêmes, le tout, sur une surface limitée (quelques centaines de m<sup>2</sup>, à l'exception des parcs naturels). Cette logique est liée à la gestion des masses très importantes et de la pression foncière aigue.

Une autre singularité commune aux lieux réside dans les contrastes entre la forte concentration et la faible dispersion des flux touristiques répartis sur les sites. En effet, la concentration des flux en quelques fragments de l'espace à l'intérieur des sites est en discontinuité avec des portions d'espace plus vaste vides, sinon peu fréquentées.

Enfin, les lieux ne sont pas neutres. Le tourisme remplit plusieurs fonctions comme lieu et support de communication de connaissances, de construction de culture, d'identité, mais aussi lieu de contemplation esthétique, de loisir passe-temps, de moteur de

développement local et régional. Les lieux sont le produit de construit identitaire choisi et réfléchi, reflets de la culture et de réinvention de ruralités. Les sites constituent des vitrines protéiformes des ruralités chinoises d'aujourd'hui et de demain. En cela, les sites touristiques produisent une mise en scène sectorielle où la figure du paysan, de l'histoire rurale et populaire de la Chine, ainsi que les agricultures sont autant de référents exposés pour les citadins, plus largement pour les touristes.

Premièrement, la constitution de scénographie au sein des parcs et des villages forme de nouveaux « parcs et jardins », dont les traits culturels d'interprétation paysagère empruntée au classique du jardin. Les éléments comme le bois, l'eau, la végétation (avec l'utilisation combinée du bambou et de l'arbre) et la pierre sont autant de référents culturels de la reproduction de paysage en miniature, jouant sur les échelles, les orientations et la circulation du souffle vital (*qi*) dans la continuité des jardins des dynasties Ming et Qing. Ces derniers avaient pour vocation une certaine reproduction du monde ou de portion de l'empire. Les ruraux se réapproprient des traits de culture et d'histoire associés aux lettrés et aux réseaux des guildes de marchands. Les citadins jouissent de ces aménagements comme des jardins et des parcs de délasserment hors la ville.

Deuxièmement, la scénographie produit aussi des traits de ruralité emblématiques sous forme de composition paysagère associant mémoire sociale, fonction agricole et folklore campagnard. Les lieux opèrent à un travail sur la mémoire sociale des ruraux et des urbains. Cette mémoire est orientée et instrumentalisée afin de donner à comprendre les trajectoires de modernisation des campagnes et par extension celles du peuple chinois. Les lieux servent parfois à assimiler dans un cadre ludique les traumatismes et les tabous du maoïsme. Le folklore rural et populaire reconstitué est un témoin de la vie rurale, oubliée par les citadins, venus renouer le temps d'un séjour, avec les habitus d'hier. Le patrimoine bâti (pont, canaux, ruelles, demeures et jardins) est un référent mobilisé pour la construction d'un inventaire national. L'assemblage de ces scénographies du rural correspond plus à un produit touristique consommable pour les citadins qu'à une réelle réflexion sur le patrimoine rural.

Troisièmement, les sites peuvent être l'occasion d'une mise en scène de la nature et du sauvage, prioritairement à travers les parcs naturels, puis à travers des espaces de « nature » dans les parcs et villages. L'association du rural à la nature participe de la constitution de la demande citadine et de l'aménagement des métropoles et des villes moyennes. Des formes du « sauvage domestiqué » témoignent de l'artificialisation et d'un contrôle de la nature exposée aux touristes. L'aménagement des chemins en béton ou en pierres taillées dans les parcs de

Huangshan ou des endiguements des zones humides rendent compte d'une nature mise en scène et accessible, ne nécessitant pas un effort de changement culturel voire civilisationnel.

Enfin, nous avons mis en évidence une corrélation entre la réinvention graduée de la ruralité et la proximité spatiale de la métropolisation. En effet, l'éloignement des dynamiques métropolitaines de Shanghai et du système urbain de la mégapole se traduit par l'absence ou la quasi-absence de lieux créés à l'instar des parcs à thème (agritouristique). Au contraire, les espaces périurbains métropolitains de Shanghai sont densément aménagés de sites, objet d'une « ruralisation » des campagnes. Il y a comme une reconstitution du rural à mesure de la disparition des campagnes agricoles (finage villageois et son parcellaire) due à la croissance urbaine. Ces reconstitutions sont limitées à des lieux recréant un monde rural identitaire. La métropole de Shanghai pallie son manque de patrimoine bâti, d'histoire, donc de mémoire. Le tourisme est dans ce cadre un outil de projection d'une identité inexistante et imaginée afin de se constituer à soi une dimension historique et mémorielle.

### **Les citoyens au cœur du « tournant récréatif »**

---

Parmi les acteurs du processus touristique, le large spectre des touristes (en très grande majorité citoyens) forme l'expression de la libéralisation progressive de la société chinoise par la fluidification et l'explosion des mobilités ludo-touristiques. Ces dernières sont autant de nouvelles valeurs sociales d'une société urbaine en transition. L'approche des touristes par leurs pratiques a permis de montrer à l'échelle des individus leur degré d'autonomisation (MIT, 2005). Le tourisme dans la région du delta du Yangzi et notamment à travers la diversification des pratiques (dans les espaces ruraux) des groupes d'individus témoigne d'une montée en puissance de ce que Dumazedier (1988) identifiait comme « civilisation du loisir », et plus récemment ce que les chercheurs de l'équipe MIT (notamment Mathis Stock) analyse comme un « tournant récréatif » (MIT, 2011). Pour autant, si le tourisme est un phénomène certes puissant, mais récent, il n'a pas encore une maturité (au sens de l'épaisseur historique) donnant une diffusion globale à l'ensemble de la population chinoise, révélant de ce fait les inégalités socio-spatiales issues des réformes et de la libéralisation. Ainsi le corps social chinois en particulier accuse-t-il d'un assouplissement sans précédent, une fluidité accrue et une complexité des mobilités touristiques.

La rupture intervient au lendemain du traitement politique, social et économique des conséquences de Tian'anmen en 1989. L'accélération des réformes par l'appel de Deng Xiaoping à « s'enrichir » et l'institutionnalisation graduée du temps non travaillé vont

introduire des valeurs nouvelles corrélées avec l'urbanisation et la métropolisation. La rupture est d'autant plus saillante que la mobilité longtemps contrôlée des individus est progressivement levée, assouplie, mais encadrée. De fait, le tourisme a introduit un assouplissement du contrôle social et des mobilités dans l'espace, mais peut être analysé sous un nouvel angle, où les destinations et les déplacements sont délimités à travers des lieux choisis par l'État central ou local en collusion avec le Parti (chapitre 3).

Le tourisme intérieur, ici analysé au regard des pratiques dans les campagnes de la mégalopole dominée par Shanghai est une figure de l'ouverture et de la période de transition politique, sociale et économique dans la continuité des trente premières années du régime et de l'histoire de la RPC. L'alliance réussie entre le capitalisme et le pouvoir léniniste a introduit et façonné la notion de temps libre. Les week-ends et les jours de congé introduits en à peine deux décennies ont construit les prémices d'un nouveau temps social, associé aux déplacements touristiques, aux loisirs et à un temps à soi.

Parallèlement à la mise en place du temps non travaillé et à la constitution d'une classe urbaine enrichie et l'absorption et l'adaptation locale de valeurs venues de l'étranger, les perceptions sur le monde rural et l'urbanisation changent et entrent en rupture avec les impressions constituées par les mouvements politiques d'envoi des jeunes instruits dans les campagnes (des années 1960 au début des années 1980). L'utopie paysanne est bien épuisée. Pour autant, il y a, depuis les villes, un changement du centre de gravité des utopies agraires du paysan vers la campagne-paysage. Cette dernière est l'objet d'un espace de ressourcement et de dépaysement en rupture avec la ville oppressante et désormais associée non plus seulement au progrès, mais aux nuisances, à la pression sociale et à une modernité diluant les identités. Par conséquent, les campagnes se chargent de valeurs positives, où la notion de nature et d'environnement « sain » est articulée avec un monde social et productif épargné par les turbulences du développement. De nouvelles valeurs et de nouvelles demandes citadines s'affirment à travers la volonté de (re)découvrir un cadre campagnard embelli, comme une forme de « bien-être social ». La perception renouvelée du rural par les citoyens forge une dimension symbolique collective. Ces subjectivités vont participer à la construction de nouvelles destinations à l'instar du tourisme dans les campagnes et au façonnement de lieux variés exposés plus haut (chapitre 5 et 8).

Le tourisme dans les espaces ruraux du delta rassemble plusieurs centaines de millions de déplacements touristiques par an et une recette touristique de plusieurs centaines de milliards de yuans par an. Le tourisme dans les campagnes au sens des pratiques semble constituer une « aire du temps » (MIT, 2005), où l'espace rural, choisi, découpé et inscrit dans

les logiques urbaines est une dimension importante du tourisme intérieur chinois. Par ailleurs, les pratiques touristiques observées dans ce travail articulent les trois grandes catégories (découverte, repos et jeu) auxquelles, nous ajoutons la pratique gastronomique qui est en collusion avec la découverte. Pour autant, ces pratiques ne sont pas exclusives au monde rural. En effet, les pratiques identifiées dans les 55 lieux de l'enquête peuvent être identiques à des pratiques observées en milieu urbain ou littoral. La découverte et les jeux sont en particulier l'objet d'une diffusion de pratiques communes à une pluralité d'espaces voire de loisirs urbains ou non pratiqués dans le cadre d'un voyage à la campagne (karaoké, jeux de cartes).

La segmentation des touristes et la trajectoire différenciée des individus s'observent à travers deux aspects fondamentaux. Le premier concerne une segmentation des touristes en fonction des classes d'âges. Le second concerne l'origine du touriste et son statut. De ces deux critères découlent un gradient de l'expérience touristique et par conséquent un degré d'autonomisation des individus. Deux générations s'opposent : les individus les plus âgés de 55 à 70 ans d'une part et les individus des jeunes générations d'autre part, parfois désignés comme formant la seconde génération (*di er dai*) par les sociologues chinois. La première est inscrite dans une temporalité où le contact direct avec le monde rural s'est opéré avec une politique totalitaire de rééducation. Aussi, ces individus ayant connu le maoïsme ont été au cœur des transitions post-Mao, des violences de mai-juin 1989 et ont enfin participé aux prémices des congés, du tourisme et d'un enrichissement sans précédent. La seconde tranche d'âge n'a connu que l'hyperurbanisation, le temps des réformes et des congés. Le rapport à l'histoire et aux turbulences sociales et économiques du pays sont bien différentes (chapitre 3, 6 et 7).

Les tranches d'âges des 60-70 ans (voire plus) ont tendance à voyager en groupe homogène (dans des circuits organisés) dans des lieux majeurs, sinon spécialisés pour cette classe démographique (caractérisée par les budgets modestes disponibles). Au contraire, les individus les plus jeunes circulent en petit groupe dans différents types de lieux, sans véritable détermination spécifique tant que le lieu est nouveau, inscrit dans une certaine tendance de consommation. Le voyage permet aux jeunes générations de se constituer un espace-temps à soi en dehors des obligations sociales et familiales. Les premiers renouent avec un passé et leur jeunesse ayant pu être l'objet de traumatismes en fréquentant des espaces ruraux modernisés, équipés et mémoriels, tandis que les plus jeunes (selon les témoignages recueillis) trouvent l'expression d'une campagne-nature idéalisée et lissée de toutes aspérités de pauvretés, de difficultés et de dégradations.

Enfin, les individus constituant une grande majorité des flux touristiques correspondent aux familles et aux couples d'adultes âgés de 30 à 50 ans issus des classes moyennes voire moyenne-supérieures des villes du delta. Ces groupes d'individus voyagent le plus souvent dans la région avec leur propre moyen : voiture individuelle, conception du séjour et choix des restaurants, des lieux et des individus avec lesquels ils circulent. Ces groupes se distinguent par leur statut socio-économique et leur expérience accrue du tourisme à l'échelle de la RPC mais aussi à travers des expériences de séjour à l'étranger.

Le tourisme est une des traductions de la fluidité de la société où l'autonomisation suit des trajectoires ascendantes concernant les groupes de jeunes urbains âgés de 20 à 30 ans, mais aussi les familles et jeunes couples de 30 à 50 ans. Cela témoigne d'une forme d'individualisation croissante (Cuvelier, 1998) mais hétérogène des façons de faire du tourisme. La multiplication des départs plus souvent sur des périodes courtes (mais répétées) enrichit l'idée d'un tournant récréatif, où le temps du non-travail associé à la découverte et au délasserement est en osmose avec le temps du travail. Cette dynamique sociale est pour le moment limitée à une couche très fine des sociétés urbaines, qui sont encore majoritairement dans une phase « d'apprentissage » touristique (MIT, 2011).

Le tourisme a produit un renouvellement des interactions spatiales et sociales entre des espaces urbains et des espaces ruraux de différentes natures. D'abord, le développement des mobilités de proximité (loisirs périurbains, espaces de villégiatures du lac Tai, des périphéries de Shanghai ou de Hangzhou) ont tissé de nouveaux liens entre les métropoles ou villes moyennes et les campagnes périurbaines. Le tourisme contribue à la (re)découverte du proche comme du lointain, mais très fréquemment dans un temps court voire très court. Aussi, ces interactions se muent en relations à travers le développement d'un attachement au lieu de certains citoyens multipliant les visites et les liens avec les ruraux de telle ou telle localité.

En cela, le tourisme intérieur chinois dans les campagnes illustre une forme recomposée des sociabilités et des formes de sociabilités à travers la pratique des lieux. Cette sociabilité est double. D'une part, le citoyen entretient des liens forts ou éphémères avec les ruraux dans le cadre d'une relation marchande (achats, hébergement, restauration). D'autre part, les citoyens voyagent pour entretenir des liens avec les individus de sa famille, de son travail, plus largement de son réseau de relation. Les mobilités touristiques participent à la valorisation sociale des individus. Ainsi le tourisme peut-il être analysé sous le seul prisme du statut, des jeux de face et de réseaux relationnels.

Enfin, le tourisme et son importance au sens démographique et économique posent la question de la politisation des individus, et d'une forme ascendante de la consommation

intérieure. Le Parti a une attention particulière sur la montée en puissance de la classe moyenne et de ses attentes en termes de consommation. Le développement accru du tourisme (diversification, croissance des recettes et des flux), toujours encadré par l'État-parti participe à un basculement en cours du modèle de développement extraverti vers un modèle où le développement d'un marché intérieur produirait la poursuite de la stabilité du régime et de la RPC. La politisation en masse des individus n'existe pas, par là-même Jean-Pierre Cabestan affirme que les individus sont devenus des « consommateurs avant de devenir des citoyens » (2014 : 605).

Parallèlement à l'individualisation croissante des citoyens, les ruraux inscrits dans l'activité touristique suivent des trajectoires en lien avec l'urbain.

### **De la communauté rurale au métier de prestataires de services touristiques**

Le développement du tourisme est corrélé au développement rural et au renouvellement des discours et des perceptions des cadres politiques, des urbains et des ruraux eux-mêmes. Articulées au développement industriel et agricole dans des espaces ruraux différemment intégrés aux logiques urbaines et de marchés, les campagnes font l'objet d'une diffusion d'activité touristique, introduisant de manière ponctuelle, mais répétée un secteur tertiaire récent. Le développement des campagnes par le tourisme est le produit d'un double processus : vertical, du fait des actions dirigistes de l'État central et horizontal, du fait de développement endogène dans le prolongement des mouvements d'industrialisation rurale des années 1980 et 1990 prioritairement dans les régions littorales et deltaïques. Le tourisme a dessiné en deux décennies une pluralité des trajectoires de paysans insérés dans le processus. Ceci a donné un large spectre allant de chauffeur taxi dans les campagnes à des prestataires professionnels en passant par la formation de guide touristique (chapitre 9).

Les dynamiques contemporaines ville-campagne composent des paysages ruraux inédits, nouveaux et en devenir. L'observation des dynamiques touristiques montre que le rôle des populations paysannes change. D'un statut de paysan producteur pour la ville, il passe à celui de service, avec une forme de contractualisation de l'emploi, sinon comme gestionnaire de prestations de services.

Les paysans conservent un lopin pour garder un lien à la terre. Les citoyens viennent à eux, inscrivant les paysans dans de nouvelles relations et de distension avec la terre. Les périphéries sont en marche (déjà affirmée) vers une « dépayannisation » et une réinvention



de la ruralité, loin des réalités à l'échelle nationale, donnant une complexification avancée des logiques d'interprétation du monde rural en Chine.

Le tourisme connecte des territoires urbains et ruraux, articule des villages avec des clientèles urbaines et renouvelle les relations villes-campagnes. Le développement des campagnes périurbaines passe par l'insertion aux logiques de métropolisation, sinon d'urbanisation, faisant de ces types de campagnes denses, des espaces articulés par la multifonctionnalité. Le tourisme est une des composantes économiques qui coexistent avec les mutations industrielles depuis 30 ans et la conservation et restructurations des agricultures. Les ruraux y ont accumulé une expérience variée de la pluriactivité. Les profils y sont certainement le plus complexe, car associant plusieurs formes de revenus, dont la gestion d'un restaurant et éventuellement des chambres (dans un gîte ou en chambres d'hôtes), les ruraux ne sont plus paysans. Ils articulent plusieurs activités dont le tourisme n'est qu'un revenu de complément. Aussi, ces trajectoires témoignent d'une faible professionnalisation et une faible qualité de la prestation touristique. Ceci contraste avec une autre trajectoire, celle de la professionnalisation accrue et la transformation des activités des ruraux en métier du tourisme. La multiplicité et la relative ancienneté (au regard des trois décennies de développement du tourisme) des formes ludo-récréatives témoignent de la montée en puissance de la qualité et de la maîtrise du secteur des services.

Aussi, le tourisme s'inscrit dans des trajectoires rurales autres que le périurbain rural. Nous distinguons deux principales trajectoires. D'abord, les campagnes éloignées des logiques urbaines mises en tourisme ont peu associé les populations rurales locales au phénomène touristique. Ces dernières dans les villages et zones classés ont pu trouver un emploi dans le tourisme, sans pour autant développer des structures d'accueil à la ferme. Ces populations sont rémunérées par des groupes privés de gestion des sites touristiques classés. Les initiatives individuelles se sont affirmées pour une fine tranche de la démographie locale pour deux raisons essentielles. La première correspond à l'encadrement des flux touristiques par les voyagistes. La seconde renvoie au manque d'expérience des populations rurales en matière de commercialisation d'un produit. Ces populations, souvent âgées tirent leurs revenus des générations plus jeunes travaillant en ville et de l'agriculture.

La seconde trajectoire correspond à des espaces ruraux où le « tourisme villageois », c'est-à-dire basé sur la formule de l'hébergement et de la restauration dans des campagnes périphériques au dispositif mégapolitain, mais rendues accessibles par le développement des infrastructures de transports contemporains à la fin des années 1990 et début 2000 ont transformé des communautés entières en prestataires de services touristiques. La gestion est

alors autonome, tandis que l'épanouissement du phénomène est articulé à une clientèle urbaine de proximité.

L'accompagnement des autorités locales et l'organisation collective en coopérative des paysans pour développer un village muséifié prennent un tournant après les années 2000. La multiplication des villages de gîtes (et de la « formule gîte ») dans les provinces le long des axes de communication et à proximité de lieux touristiques vont contribuer à diversifier l'offre, mais aussi, et surtout à diffuser dans les campagnes l'idée d'un complément de revenus nouveaux et peu difficiles à mettre en place. Enfin, l'action de l'État-parti pour moderniser le monde rural et contrôler l'explosion des mobilités touristiques dans les campagnes donnera un cadre normatif au développement de l'agritourisme contemporain. L'usage du foncier est régulé selon nature des secteurs économiques et des infrastructures. Les terres à des fins commerciales, touristiques ou pour le loisir correspondent à une durée de 40 ans.

Les ruraux sont au cœur de la mise en scène des lieux reconstituant plusieurs formes de ruralités. Les ruraux se sont transformés progressivement en acteurs du tourisme, faisant des sociétés locales un socle de l'épanouissement du processus touristique. De ce fait, des trajectoires ascendantes d'individus ont été observées dans des villages où le tourisme est la principale orientation économique. La constitution de biens touristiques, parfois ostentatoires (importance de l'ornement, de la taille des bâtiments et du restaurant) donne de nouvelles perspectives de développement rural : en particulier, les familles rurales enrichies par le tourisme contrastent avec l'image récurrente des paysans pauvres, migrants et dépossédés. Le tourisme a permis le prolongement d'élites rurales (formées dans les années 1980 avec l'industrialisation rurale) en osmose avec les instances dirigeantes locales. La fonction agricole est alors totalement délaissée par les individus, sans pour autant être déconnectée des logiques touristiques. Les paysans les plus âgés conservent une activité et un revenu agricole, tandis que les générations plus jeunes sont devenues des entrepreneurs.

L'amélioration des conditions de vie s'observe dans l'agrandissement des foyers ainsi que dans le changement qualitatif des équipements de la vie quotidienne. Les familles se dotent de nouveaux véhicules personnels, de téléviseurs, de climatiseurs, de mobiliers, d'équipements de cuisine, de chauffe-eau, de salles d'eau moderne, donnant un aspect similaire aux foyers urbains. Ces modernisations sont à mettre en relation avec les modernisations à l'échelle du village. La bétonisation ou le goudronnage des routes, l'aménagement de tout-à-l'égout, l'installation du réseau Internet sont autant d'éléments nouveaux de modernisation directement lié au tourisme ou au politique de développement

régional. Enfin, l'aspect général du village change. Le tourisme renouvelle la morphologie rurale où la succession des foyers (ou ferme transformée en maison) traduit de manière visuelle la transformation économique du village. En se dotant de maisons modernes, plus hautes et plus manifestes, les villages affichent leur réussite. La morphologie des gîtes est utile à la notoriété du prestataire, du village voire de la région. C'est à travers ces dynamiques économiques et sociales qu'une forme de « renaissance rurale » peut être envisagée. Les populations rurales sont non seulement maintenues sur place, mais combinent plusieurs activités économiques, jusqu'à être des professionnels du tourisme, dans une logique de multifonctionnalité où tourisme, industrie, agriculture formeraient les ruralités de demain. Les campagnes sont plus que jamais des formes spatiales composites.

Les liens avec la ville n'ont jamais été aussi forts, donnant de nouvelles dépendances des ruraux vis-à-vis des citadins. Ainsi le tourisme offre-t-il un exemple privilégié de sociabilités parfois entretenues entre des citadins (touristes) et des ruraux (professionnels de référence) à travers une relation marchande et une forme de fidélisation du lien entre marchands/clients.

Ces dynamiques traduisent les mutations de la paysannerie chinoise dans les régions rurales du delta du Yangzi. Plusieurs types de ruraux aux intérêts divergents cohabitent. D'un côté, le tourisme témoigne de la fin de la paysannerie et des logiques paysannes de dépendances aux réalités agricoles. Le quotidien, les revenus et les modes de vie contrastent totalement avec le monde paysan d'hier. D'un autre côté, les campagnes où le tourisme joue un rôle important dans la production de richesse polarisent des populations rurales migrantes issues de régions ou de provinces où le monde paysan est bien réel. Enfin, les espaces ruraux où le tourisme émerge articulent populations paysannes et acteurs du tourisme. Derrière ces dynamiques complexes qui animent le monde rural du delta du Yangzi, c'est la triple question de l'avenir des familles rurales, des agricultures et de la gestion des ruraux qui est posée. Les très nombreuses publications et les débats rendent compte de la réflexion sur la gouvernance d'un monde rural, plus que jamais éclaté dans un contexte de forte urbanisation. L'agritourisme perçu comme une innovation dans les campagnes ne saurait pourtant être la seule réponse d'organisation des communautés pour faire face à la dislocation de la paysannerie et du monde rural.

## **Limites et prolongements possibles**

---

L'ensemble des dimensions que couvrent les dynamiques touristiques dans les campagnes du delta du Yangzi est difficile à saisir simultanément. Notre étude était en réalité de comprendre le développement de lieux touristiques dans les campagnes du delta à l'occasion de la demande et de la montée en puissance d'une classe moyenne d'urbains, jouissant de temps libre et porteur de nouvelles valeurs. Ce développement est articulé par une pluralité d'acteurs, composée par l'État-parti, l'État local et les ruraux eux-mêmes. Ces acteurs mettent en scène un monde rural idéalisé et mémoriel.

Le tourisme dans les espaces ruraux en Chine est une traduction socio-spatiale de la dilatation ou de « l'extension de l'écoumène touristique dans le monde » (Duhamel, 2013 : 48). De par la mise en tourisme de certains espaces ruraux, il s'opère une réelle densification de l'écoumène touristique chinois. En effet, en moins de deux décennies, les pratiques et infrastructures de tourisme dans les campagnes sont devenues un outil nécessaire à l'aménagement rural, lui-même prôné par l'État-parti. Malgré cette formidable progression, des espaces et des lieux sont encore en dehors des logiques du tourisme. C'est le cas d'espaces ruraux à l'écart, ne concernant pas uniquement des campagnes reculées et profondes de Chine, mais des espaces à la marge du processus métropolitain.

Cette étude ouvre naturellement la voie à un certain nombre de limites, en termes de concision d'ensemble, comme d'affinement de chacune des dimensions traitées. Ceci ouvre la voie à des prolongements scientifiques possibles.

Une des premières limites de ce travail est celle du temps et de la temporalité du tourisme intérieur en RPC, le phénomène touristique étant contemporain des réformes et de la période de transition post-maoïste, c'est-à-dire à peine plus de trois décennies d'histoire. Autrement dit, il est encore trop tôt pour mesurer les effets d'inertie produits par l'instauration de plus de temps libre. Le processus qui a environ une génération est finalement contemporain de la jeune génération d'individus chinois qui n'ont connu que le temps des réformes, d'une Chine de plus en plus présente dans les logiques géopolitiques mondiales et de performances économiques, mais également d'inégalités socio-spatiales et de dégradations environnementales.

Appréhender le phénomène du tourisme dans les espaces ruraux chinois en prenant appui sur la région fortement urbanisée du delta du Yangzi en ce début de siècle est une gageure. En effet, l'immensité de l'espace à parcourir, ainsi que la masse démographique reste deux aspects incontournables dans la difficulté à rendre compte de réalité et de donner

un cadre scientifique rigoureux. À cela s'ajoute la difficulté liée aux changements réguliers de cette région et plus largement en Chine. Ces mutations tant économiques qu'administratives donnent un cadre particulièrement flexible de l'emploi, des systèmes productifs et du corps social. Ainsi ce qui était opératoire à un *instant t* pourra être caduc à un *instant t+1*. Le moment entre ces deux points est souvent court ou très variable. Malgré ces instantanéités, la description de tendances lourdes (processus touristique dans les campagnes en pleine progression) permet d'interpréter les mutations sociales et géographiques contemporaines.

Interroger l'aire métropolitaine et mégapolitaine peut être analysée à travers les pratiques spatiales des populations touristiques des petites villes (Kunshan, Changzhou, Jiaxing, Taizhou, Yiwu, Huzhou). Les enquêtes ont permis de mettre en évidence un corpus limité de flux touristiques à l'origine des villes comme Jiaxing et Shaoxing. Pour autant, l'approche des flux des petites villes permettrait d'approfondir la géographie des flux au sein de la mégapole, encore trop concentrée sur les pôles émetteurs des grandes villes, en particulier depuis la métropole de Shanghai. Le rôle de petites villes en pleine expansion démographique et en pleine croissance ne semble pas négligeable. Au contraire il est porteur de nouvelles dynamiques touristiques en matière d'orientation des flux et des goûts. Ce travail pourrait être étendue aux villes du Zhejiang, du Jiangsu et envisager la dimension urbaine des régions récemment intégrées au dispositif régional de la coopération économique régionale du delta du Yangzi.

Dans le prolongement de l'analyse des mutations tant internes qu'externes de la mégapole de Shanghai, l'approche, sinon la comparaison avec les autres mégas régions urbaines chinoises, pourrait approfondir l'articulation contemporaine entre campagnes touristiques et polarités urbaines hiérarchisées. Les régions urbaines ou mégapoles du delta de la rivière des Perles (*zhusanjiaozhou*), la région urbaine en construction de Pékin-Tianjin-Hebei (*Jingjinji*), voire les régions métropolitaines de Chengdu ou de Xi'an constitueraient un espace urbain complexe en cours de maturation où les relations ville-campagne sont hétérogènes. Sans se poser comme modèle d'analyse, les approches par les lieux et les acteurs du tourisme envisagés dans ce travail à l'égard du delta du Yangzi pourraient être l'objet d'une grille d'analyse pertinente pour l'approche des interactions entre les polarités émettrices urbaines et les polarités réceptrices rurales.

Aussi, l'approche du tourisme dans les campagnes d'une région littorale et deltaïque chinoise a permis de comprendre une facette du mouvement de tertiarisation de la société et de sa potentielle montée en puissance notamment depuis les villes. Ceci pourrait être complété par l'observation du basculement de changement de modèle économique où la

consommation intérieure par la constitution d'un vaste et réel marché intérieur serait le ressort majeur. Il s'agit de poursuivre la réflexion sur la transition du statut du modèle de développement chinois vers moins d'extraversion et plus de consommation en interne, marquée par un besoin croissant de service dans tous les domaines. Dans ce cadre, la diffusion du secteur tertiaire dans les campagnes par le tourisme est encore en réserve de développement, notamment à travers l'affirmation d'une classe moyenne d'urbains à travers toute la RPC.

Enfin, pour comprendre de manière plus complète les dynamiques touristiques, l'approche des jeux de pouvoir pour le maintien et la stabilité du régime d'État-parti entre le centre et les périphéries constituerait un dernier axe de recherche. Le système politique chinois est à l'origine de l'épanouissement actuel du phénomène touristique. Le rôle de l'État local a gagné en autonomie et en puissance depuis plus de deux décennies produisant une architecture touristique diversifiée de certaines localités. Le développement de liens avec l'étranger via les coopérations entre collectivités territoriales renforce le degré d'autonomisation de certains échelons locaux. S'intéresser aux dynamiques d'osmoses et de collusions de l'État local avec des acteurs privés (chinois ou étrangers) permettrait de dépasser des limites à la compréhension de l'implantation et à la gestion des telles ou telles localités. L'intensité de ces questions est forte à l'heure où, malgré le fort encadrement du pouvoir central, les initiatives de l'État local (provinces et municipalités) produisent de nombreux lieux touristiques.

## Bibliographie et sources

---

### A.

1. Aglietta Michel et Guo Bai, 2012, *La Voie chinoise. Empire et capitalisme*, Paris, Odile Jacob, 431 pages.
2. Ahlers Anna et Schubert Gunter, 2009, « Building a New Socialist Countryside” – Only a Political Slogan? », *Journal of Current Chinese Affairs*, vol.38, n°4, pp. 35-62.
3. Ahlers Anna et Schubert Gunter, 2013, « Strategic Modelling: “Building a New Socialist Countryside” in Three Chinese Counties», *The China Quarterly*, vol. 216, pp. 831-849.
4. Albaladejo Pina Isabel Pilar et Díaz Delfa María Teresa, 2005, « Rural tourism demand by type of accommodation», *Tourism Management*, vol. 26, n° 6, pp. 951-959.
5. Albaladejo Pina Isabel Pilar et Díaz Delfa María Teresa, 2009, « Tourist preferences for rural house stays: Evidence from discrete choice modeling in Spain », *Tourism Management*, vol. 30, n°6, pp.805-811.
6. Alexandre Véronique et Mercier Marie-Annick, 2001, « Présentation des réformes de l'emploi et de la protection sociale en Chine (1998-1999) », *Revue Française des Affaires sociales*, vol.2, n° 2, pp. 171-192.
7. Amin Samir, 1996, *Les défis de la mondialisation*, Paris, L'Harmattan, 346 pages.
8. Amirou Rachid, 2012, *Imaginaire touristique*, CNRS, 357 pages.
9. An Jinming, 2011, « Lüyou xiaxiang : chengxiang tong deng yu lüyou fazhan de xianshi xuanzi », [Voyage à la campagne : choix réel du développement du tourisme et articulation ville-campagne], *Lüyou xuekan*, vol.26, n°12, pp.7-8.
10. Anagnost Ann, 1997, *National Past-Times. Narrative, Representation and Power in Modern China*, Durham Duke University Press, 240 pages.
11. Ang Isabelle, 2004, « La famille au cœur de la société », pp. 82-87, dans Gentelle Pierre, (dir.), *Chine, peuples et civilisation*, Paris, La Découverte, 224 pages.
12. Angeloff Tania, 2010, *Histoire de la société chinoise (1949-2009)*, Paris, La Découverte, 126 pages.
13. Antier Gilles, 2005, *Les stratégies des grandes métropoles. Enjeux, pouvoirs et aménagement*, Paris, Armand Colin, 253 pages.
14. Ascher François, 1995, *Métapolis ou l'Avenir des villes*, Paris, Odile Jacob, 352 pages.
15. Ascher François, 2003, « Métropolisation », pp. 612-615, dans Lévy Jacques et Lussault Michel, (dir.), *Dictionnaire de la géographie et de l'espace des sociétés*, Paris, Belin, 1034 pages.
16. Atherinos Eleftherios, 2003, « Tourism in china: regional distribution and economic impact », *Estudios Económicos Regionales y Sectoriales*, vol. 3-2, pp. 45-60.
17. *Atlas of China*, Sinomaps presse, Pékin, China, 2007.
18. Attané Isabelle, (dir.), 2002, *La Chine au seuil du XXI<sup>e</sup> siècle. Questions de population, questions de société*, Paris, INED, 602 pages.
19. Attané Isabelle, 2002, « Un demi-siècle de socialisme chinois : heurs et malheurs de la famille paysanne », pp. 355-388, dans Attané Isabelle, (dir.), 2002, *La Chine au seuil du XXI<sup>e</sup> siècle. Questions de population, questions de société*, Paris, INED, 602 pages.
20. Aubert Claude, 1996, « Chine rurale : le fossé villes/campagnes » *Revue Tiers-Monde*, tome 37, n°147. pp. 525-547.
21. Aubert Claude, 1998, « La Chine est-elle surpeuplée ? », *Regards sur le Foncier*, n° 54, vol.03, pp. 29-32.
22. Aubert Claude, 2005, « Le devenir de l'économie Paysanne en Chine », *Revue Tiers Monde*, tome XLVI, n° 183, pp. 491-515.
23. Aubert Claude, 2006, « Politiques agricoles chinoises : la porte étroite », *L'économie mondiale 2006*, Paris, La Découverte, pp. 69-83.
24. Aubert Claude, 2006a « Entreprises rurales », pp. 94-95, dans Sanjuan Thierry, (dir.), *Dictionnaire de la Chine contemporaine*, Paris, Armand Colin, 304 pages.
25. Aubert Claude, 2006b, « Politiques agricoles chinoises : la porte étroite », *L'économie mondiale 2006*, Paris, La Découverte, pp. 69-83.
26. Aydalot Philippe, 1985, *Économie régionale et urbaine*, Paris, Economica, 487 pages.

### B.

27. Bachelard Gaston, 1957, *La poétique de l'espace*, Paris, PUF, 220 pages.
28. Bachimon Philippe, 1995, « La fréquentation touristique des gorges de l'Ardèche, Montagnes Méditerranéennes », n°2, *Cermosem*, pp. 117-120.
29. Bailly Antoine, 1974, « La perception des paysages urbains. [Essai méthodologique] », *Espace géographique*, tome 3, n°3, pp. 211-217.
30. Bailly Antoine, 1977, *La perception de l'espace urbain : les concepts, les méthodes d'étude, leur utilisation dans la recherche géographique*, Centre de Recherche et d'Urbanisme, Paris, 264 pages.
31. Bailly Antoine, 1981, « La géographie de la perception dans le monde francophone : une perspective historique », *Geographica Helvetica*, n°1, pp. 14-21.

32. Balazs Etienne, 1968, *La bureaucratie céleste : recherches sur l'économie et la société de la Chine traditionnelle*, Paris, Gallimard, 346 pages.
33. Balivada Manohar, 2016, « Quand la Chine s'ouvre aux loisirs », *Connexion*, n°77, pp. 54-55.
34. Banque Mondiale, 2014, rapport en ligne : <http://www.worldbank.org/en/publication/global-economic-prospects/data?region=EAP>
35. *Baoshan qu ditu*, 2009 [Carte de l'arrondissement de Baoshan], *Shanghai fenqu ditu* [Carte par arrondissement de Shanghai], Shanghai, Zhonghua ditu xue chubanshe.
36. Bapandier Brigitte, 1996, « Pratiques de la mémoire en Chine : le dieu des murs et des fossés de Puxi et Hanjiang », *Genèses*, n° 23, pp. 100-124.
37. Bapandier Brigitte, 2004, « Les femmes, individus en partance », pp. 88-89, dans Gentelle Pierre, (dir.), *Chine, peuples et civilisation*, Paris, La Découverte, 224 pages.
38. Bart François, 2010, « Dynamiques des campagnes tropicales : introduction », *Les Cahiers d'Outre-Mer*, n°249, pp. 3-6.
39. Barthelemy Denis *et al.*, 2004, « Externalités ou production de patrimoines ? – Les enseignements de travaux récents sur l'agriculture et l'environnement », *Géographie Économie Société*, vol. 6, n°3, pp. 331-352.
40. Barthes Roland, 1972, *Préface à « Aziyadé »*, *Le degré zéro de l'écriture suivi de nouveaux essais critiques*, Paris, Le Seuil, 192 pages.
41. Baud Pascal, Bourgeat Serge et Bras Catherine, 1997, *Dictionnaire de géographie*, Paris, Hatier, 509 pages.
42. Bérard Laurence *et al.*, (dir.), 2000, *Campagnes de tous nos désirs. Patrimoine et nouveaux usages sociaux*, Paris, Éditions de la Maison des sciences de l'homme, Collection Ethnologie de la France, 191 pages.
43. Bergère Marie-Claire, 2002, *Histoire de Shanghai*, Paris, Fayard, 520 pages.
44. Bergère Marie-Claire, 2013, *Chine : le nouveau capitalisme d'État*, Paris, Fayard, 310 pages.
45. Bergeheul Saïd, 2015, *Regards croisés sur l'itinérance*, Québec, Collection Problèmes sociaux et interventions sociales Presses de l'université du Québec, 224 pages.
46. Bernard Alain J.M., 2003, « Hinterland », pp. 455-456, dans Lévy Jacques et Lussault Michel, (dir.), *Dictionnaire de la géographie et de l'espace des sociétés*, Paris, Belin, 1034 pages.
47. Bernard Alain J.M., 2003, « Isotropie », pp. 525-526, dans Lévy Jacques et Lussault Michel (dir.), *Dictionnaire de la géographie et de l'espace des sociétés*, Paris, Belin, 1034 pages.
48. Berque Augustin, 1976, *Le Japon, gestion de l'espace et changement social*, Paris, Flammarion, 340 pages.
49. Berque Augustin, 1986, *Le sauvage et l'artifice, les Japonais devant la nature*, Paris, Éditions Gallimard, 314 pages.
50. Berque Augustin, 1995, *Les raisons du paysage, de la Chine antique aux environnements de synthèses*, Paris, Hazan, 192 pages.
51. Berque Augustin, 2009, *Des eaux de la montagne au paysage*, working paper, conférence à la Maison Franco Japonaise, Tokyo, 8 pages.
52. Berque Augustin, 2010, « Le sauvage construit », *Ethnologie française*, vol. 40, n°4, pp. 589-596.
53. Berque Augustin, 2011, « Le rural, le sauvage, l'urbain », *Études rurales*, vol.1, n°187, pp. 51-61.
54. Berque Augustin, Bonnin Philippe et Ghorra-Gobin Cynthia, 2006, *La ville insoutenable*, Paris, Belin, 368 pages.
55. Berthelot Libéra, 2012, *Vers un après- tourisme ? : La figure de l'itinérance récréative pour repenser le tourisme de montagne : études des pratiques et de l'expérience de l'association Grande Traversée des Alpes*, Thèse de doctorat en géographie, sous la direction de Philippe Bourdeau, université de Grenoble, 415 pages.
56. Bertrand Nathalie *et al.*, 2006, « Quelle contribution de l'agriculture périurbaine à la construction de nouveaux territoires : consensus ou tensions ? », *Revue d'Économie Régionale & Urbaine*, n°3, pp. 329-353.
57. Bertrand Nathalie *et al.*, 2006, « Politiques d'aménagement et multifonctionnalité agricole dans le sillon alpin », *Revue canadienne des sciences régionales*, vol. XXIX, n°1, pp.103-118.
58. Bétéille Roger, 1996, *Le tourisme vert*, Presses Universitaires de France, 127 pages.
59. Bian Xianhong, (dir.), 2008, *Changsanjiao chengshi liuyou kongjian jiegou xingcheng jizhi*, [Mécanisme de formation de structure urbaine du delta du Yangzi], Shanghai, Shanghai renmin chubanshe, 299 pages.
60. Bianco Lucien, 1998, « Trop célébrée... La résistance aux fermages dans la Chine prérévolutionnaire », *Études chinoises*, Paris, vol. XVII, n°1-2, pp.7-58.
61. Billioud Sébastien et Palmer David, 2009, « Éditorial – Reconfigurations religieuses en République populaire de Chine », *Perspectives chinoises*, n°4, pp. 2-3.
62. Bing Pan et Xiang Li, 2011, « The long tail of destination image and online marketing », *Annals of Tourism Research*, vol. 38, n°1, pp. 132-152.
63. Bislev Ane et Thøgersen Stig, 2012, *Organizing Rural China-Rural China Organizing*, Rowman & Littlefield, 248 pages.
64. Blanquart Paul, 2015, *Une histoire de la ville. Pour repenser la société*, Paris, La Découverte, 6<sup>ème</sup> édition, 196 pages.



65. Blondy Caroline, 2005, « Le tourisme en Polynésie française : les acteurs privés de l'hébergement dit « chez l'habitant » (exemples des îles hautes de Tahiti et Moorea, archipel de la Société) », *Les Cahiers d'Outre-Mer*, n°230, pp. 153-188.
66. Bonérandi Emmanuelle *et al.*, 2003, « Les espaces intermédiaires, forme hybride : ville en campagne, campagne en ville ? », *Revue de géographie alpine*, tome 91, n°4, pp. 65-77.
67. Bonnamour Jacqueline, 1993, *Géographie rurale, position et méthode*, Paris, Masson, 134 pages.
68. Bonneau Michel, 1984, « Tourisme et loisirs en milieu rural en France : bilan de trente années de recherches géographiques », *Revue de géographie de Lyon*, vol. 59, n°1-2, pp. 51-61.
69. Bonnin Michel, 2004, *Génération perdue. Le mouvement des jeunes instruits à la campagne en Chine, 1968-1980*, Paris, EHESS, 493 pages.
70. Boston Consulting Group, 2011, *Taking Off, Travel and tourism in China and beyond*, report, Boston, 26 pages.
71. Boullenois Camille, 2012, « Destruction des tombes : la réforme foncière en débat », *China Analysis*, n° 41, pp. 31-34.
72. Bourdeau Philippe, 1995, « Tourisme diffus et développement territorial : le cas du tourisme sportif de nature », pp. 73-88, dans *le tourisme diffus*, Comité national de Géographie, commission de géographie du tourisme et des loisirs, Université Blaise Pascal, Clermont-Ferrand.
73. Bourillon Florence, 2000, *Les loisirs et la ville : espaces, institutions, pratiques*, Paris, MSH, 222 pages.
74. Boutinet Jean-Pierre, 2015, *Anthropologie du projet*, Paris, PUF, 3<sup>ème</sup> édition, 464 pages.
75. Boutonnet Thomas, 2009, *Vers une "société harmonieuse" de consommation ? Discours et spectacle de l'harmonie sociale dans la construction d'une Chine "civilisée" (1978-2008)*, thèse de doctorat en Lettres, sous la direction de Grégory Lee, Université Jean Moulin Lyon 3, 583 pages.
76. Boyer Marc, 1996, *L'invention du tourisme*, Gallimard-Découverte, 160 pages.
77. Boyer Marc, 2002, « Comment étudier le tourisme ? », *Ethnologie française*, n°2, pp. 393-404.
78. Bray David, 2006, « Building Community: New Strategies of Governance in Urban China », *Economy and Society*, vol. 35, n°4, pp. 530-531.
79. Bray David, 2013, « L'urbanisme à la campagne », *Perspectives chinoises*, vol. 3, pp 57-67.
80. Breidenbach Joana et Nyiri Pal, 2007, « "Our Common Heritage", New Tourist Nations, Post-'Socialist' Pedagogy, and the Globalization of Nature », *Current Anthropology*, 48, n°2, pp. 322-330.
81. Brès Antoine et Sanjuan Thierry, 2014, « Métropolisation et principes d'aménagement des espaces périurbains à Shanghai » pp. 183-194, dans Chaléard Jean-Louis, 2014, *Métropoles aux Suds. Le défi des périphéries*, Paris, Karthala, 444 pages.
82. Brian Garrod *et al.*, 2006 « Re-conceptualising rural resources as countryside capital: The case of rural tourism », *Journal of Rural Studies*, vol. 22, n° 1, pp. 117-128.
83. Briedenhann Jennifer et Wickens Eugenia, 2004, « Rural tourism — meeting the challenges of the new South Africa », *International Journal Tourism Research*, vol. 6, n°3, pp.189-203.
84. Brunet Roger, 1974, « Espace, perception et comportement », *L'Espace géographique*, n°3, pp.198-204.
85. Brunet Roger, 1980, « La composition des modèles dans l'analyse spatiale », *Espace géographique*, vol. 9, n°4, pp. 253-265.
86. Brunet Roger, 1986, « La carte-modèle et les chorèmes », *Mappemonde*, n°4, pp. 2-6.
87. Brunet Roger, 1987, *La carte mode d'emploi*, Paris, Fayard-Reclus, 270 pages.
88. Brunet Roger, Ferras Robert et Théry Hervé, 1992, *Les mots de la géographie. Dictionnaire critique*, Montpellier, Paris, Reclus, La Documentation Française, 470 pages.
89. Brunet Roger, 2001, *Le déchiffrement du monde. Théorie et pratique de la géographie*, Paris Belin, 401 pages.
90. Buhalis Dimitrios, 2001, « The tourisme phenomenon. The new tourist and consumer », pp.69-96, dans Wahab W.S. and Cooper C., (dir.), *Tourism in the Age of globalization*, Londres, Routledge, 368 pages.
91. Bulard Martine, 2015, « Paysans Chinois entre cueillette et Internet », pp.4-5, *Le Monde diplomatique*, novembre.
92. Bureau National des Statistiques, 2004.
93. Butler Richard, 1980, « The concept of a tourist area cycle of evolution: implications for management of resources », *Canadian Geographer*, vol.24, n°1, pp. 5-12.
94. Butler Richard, Hall Colin Michael et Jenkins John M., (dir.), 1998, *Tourism and Recreation in rural areas*, Wiley, New York, 256 pages.

### C.

95. Cabasset Christine, 2000, *Indonésie, le tourisme au service de l'unité nationale ?* Thèse de géographie, Université de Paris IV, 366 pages.
96. Cabasset-Semedo Christine, 2008, « La Culture, comme ressort de la diffusion touristique dans l'archipel indonésien », dans Dehoorne Olivier et Saffache Pascal, (dir.), *Le tourisme dans les îles et littoraux tropicaux et subtropicaux. Usages des lieux et enjeux de développement. Études Caribéennes*, vol.3, n° 9-10, p. 123-151.

97. Cabasset-Semedo Christine, Peyvel Emmanuelle, Sacareau Isabelle et Taunay Benjamin, 2010, « De la visibilité à la lisibilité : le tourisme domestique en Asie », *Espace populations sociétés*, n°2-3, p.212-235.
98. Cabestan Jean-Pierre, 2006, « Décentralisation », pp.62-63, dans Sanjuan Thierry, (dir.), 2006, *Dictionnaire de la chine contemporaine*, Paris, Armand Colin, 304 pages.
99. Cabestan Jean-Pierre, 2006, « Réformes et ouverture », p.214, dans Sanjuan Thierry, (dir.), 2006, *Dictionnaire de la chine contemporaine*, Paris, Armand Colin, 304 pages.
100. Cabestan Jean-Pierre, 2014, *Le système politique chinois. Un nouvel équilibre autoritaire*, Presses des Sciences Po, 708 pages.
101. Cailly Laurent, 2003, «Dédution/Induction », p.232, dans Lévy Jacques et Lussault Michel, *Dictionnaire de la géographie et de l'espace des sociétés*, Paris, Belin, 1034 pages.
102. Cailly Laurent, 2007, « Capital spatial, stratégies résidentielles et processus d'individualisation », *Annales de géographie*, vol.2, n° 654, pp. 169-187.
103. Campbell Christopher, 1967, An approach to research in recreation geography, BC Occasional Papers No 7, Department of Geography, University of British Columbia, Vancouver, Canada, pp. 85-90.
104. Carsten A. Holz, 2013, « Chinese statistics: classification systems and data sources », *Eurasian Geography and Economics*, vo.54, n°5-6, pp.532-571.
105. Cartier Michel, 1970, « Une tradition urbaine : les villes dans la Chine antique et médiévale », *Annales. Économies, Sociétés, Civilisations*, 25e année, n° 4, pp. 831-841.
106. Cartier Michel, 1991, « Aux origines de l'agriculture intensive du Bas Yangzi (note critique) », *Annales. Économies, Sociétés, Civilisations*, n°5, pp. 1009-1019.
107. Cartier Michel, 2015, *La Chine et l'Occident. Cinq siècles d'histoire*, Odile Jacob, 192 pages.
108. Castells Manuel, 1998, *La société en réseaux : l'ère de l'information*, Paris, Fayard, 674 pages.
109. Catin Maurice et Van Huffel Christophe, 2004, « Ouverture économique et inégalités régionales de développement en Chine : le rôle des institutions », *Mondes en développement*, vol.4, n°128, pp. 7-23.
110. Caulfield Janice, 2006, « La réforme du gouvernement local en Chine : Une perspective d'acteur rationnel », *Revue Internationale des Sciences Administratives*, vol. 72, n°2, pp. 267-283.
111. Cazes Georges et Knafou Rémy, 1995, « Le tourisme », pp. 827-844, chapitre 43, Denise Pumain, Robert Ferras et Antoine Bailly, *L'Encyclopédie de la géographie*, Paris, Economica, 2<sup>ème</sup> édition, 1168 pages.
112. Cazes Georges, 1992, *Fondements pour une géographie du tourisme et des loisirs*, Rosny, Bréal, 189 pages.
113. Ceriani Giogina et al., 2005, « Le tourisme et la rencontre de l'autre. Voyage au pays des idées reçues », *L'autre, Cliniques, cultures et sociétés*, vol. 6, n° 1, pp. 71-82.
114. Chaléard Jean-Louis et al., 2016, « Métropolisation et recompositions des espaces à dominante rurale à la périphérie des métropoles des Suds (Périsud) », *Revue Tiers Monde - Hors Série*, pp. 199-221.
115. Chaléard Jean-Louis et Dubresson Alain, 1999, *Villes et campagnes dans les Suds. Géographie des relations*, Paris, Karthala, 258 pages.
116. Chaléard Jean-Louis, 2014, *Métropoles aux Suds. Le défi des périphéries*, Paris, Karthala, 444 pages.
117. Champeaux Jean-Paul, 2011, « Petit aperçu de l'organisation du tourisme en Chine », *Espaces*, n°289, p.29.
118. Chan Yuk Wah, 2006, « Coming of Age of the Chinese Tourists: The Emergence of Non-Western Tourism and Host-Guest Interactions in Vietnam's Border Tourism », *Tourist Studies*, n°6, pp. 187-213.
119. Chang Jianhua, 2006, « Sacrifices aux ancêtres, structuration des lignages et protection de l'ordre social dans la Chine des Ming. L'exemple des Fan de Xiuning », *Annales Histoire, Sciences Sociales*, n°6, pp. 1317-1375.
120. *Changsanjiao jinghua luyou jingdian daodu*, 2010, [Manuel des sites touristiques du delta du Yangzi], Pékin, zhongguo luyou chubanshe, 5<sup>ème</sup> éditions, 460 pages.
121. *Changsanjiao Lanpishu*, 2011, [Livre bleu du delta du Yangzi], Pékin, 346 pages.
122. Chaponnière Jean-Raphaël et Lautier Marc, 2014, *Les économies émergentes d'Asie, entre État et Marché*, Paris Armand Colin, 270 pages.
123. Charon Paul, 2009, « La démocratie participative dans un espace non-démocratique. La participation du public comme outil de relégitimation du Parti communiste chinois », Working Paper, Premières journées doctorales sur la participation du public et la démocratie participative, Lyon, 8 pages.
124. Charon Paul, 2012, *Le vote contre la démocratie. Construction de l'État et processus de politisation dans la Chine rurale post-maoïste*, thèse de doctorat en Études politiques, sous la direction de Yves Chevrier, EHESS, 518 pages.
125. Charon Paul, 2013, « Exégèse des institutions villageoises : un échelon de l'autonomie ? », *SinoPolis*, en ligne : <http://sinopolis.hypotheses.org/425>
126. Charon Paul, 2013, « La Chine par-delà le 18e congrès du Parti Communiste », *Le Banquet*, n°31, février, pp.1-5.
127. Chassin Lisa, 2011, *Les caractéristiques et enjeux de l'émergence de la classe moyenne chinoise : vers l'édification d'un nouveau profil chinois*, Mémoire de recherche sous la direction de Danielle Cabanis, IEP de Toulouse, 127 pages.

128. Chau Adam-Yuet, 2004, « Hosting Funerals and Temple Festivals: Folk Event Productions in Rural China », *Asian Anthropology*, n°3, pp. 39-70.
129. Chau Adam-Yuet, 2012, « La *channeling zone* : religion populaire, État local et rites de légitimation en Chine rurale à l'ère de la réforme », *Gradhiva*, n°16, pp. 157-177.
130. Chen Di, 2006, « Impact des réformes de Deng Xiaoping sur l'organisation des espaces en Chine côtière : étude de la municipalité de Wenzhou, Zhejiang », *Bulletin de la Société géographique de Liège*, n°48, pp.7-17.
131. Chen Guidi et Wu Chuntao, 2004, *Zhongguo nongmin diaocha*, [Enquête sur les paysans chinois], Pékin, Edition de littérature du peuple, 460 pages.
132. Chen Guidi et Wu Chuntao, 2007, *Les paysans chinois aujourd'hui. Trois années au cœur de la Chine*, Paris, Édition Bourin, 320 pages.
133. Chen Guozhong *et al.*, 2008, *Langxia lianxiang*, [Danses populaires avec le bâton *Lianxiang* à Langxia], *Zhongguo wenshe chubanshe*, 62 pages.
134. Chen Qingli, 2008, *Zhongguo nongmin yu xin nongcun*, [La paysannerie chinoise et les nouvelles campagnes], Pékin, Edition Quynan, 362 pages.
135. Chen Yan, 2002, *L'Éveil de la Chine*, Paris, Édition de l'Aube, 315 pages.
136. Chen Yingfang, 2008, « Les mouvements de protestation des classes moyennes », pp. 187-219, dans Rocca Jean-Louis, (dir.), *La société chinoise vue par les sociologues, migration, villes, classes moyennes, drogue, sida*, Presses Sciences Po, 300 pages.
137. Chen Zhiming, 2010, « La voie chinoise de développement », *Études internationales*, vol. 41, n° 4, pp. 455-483.
138. Chevalier Pascal, 2005, « Activités tertiaires et dynamiques rurale », *Annales de géographie*, n° 641, pp. 27-48.
139. Chevalier Pascal, 2009, « Bases économiques et développement rural en République Tchèque », *L'Information géographique*, vol. 73, n°3, pp. 6-22.
140. Chevalier Pascal, 2009, « Héritages, transformations des structures agraires et dynamique du tourisme rural en République Tchèque », *Norois*, n°211, pp.53-65.
141. Chevrier Yves, 1996, « L'État chinois entre formation et déformation », *Tiers-Monde*, tome 37, n°147. p. 703-712.
142. Chevrier Yves, 2000, « Comment la Chine se maintient-elle ? », *Hérodote*, n°96, pp.35-55.
143. Chevrier Yves, 2012, « Entrepreneurs et capitalistes chinois : qui sont-ils ? », *Le journal de l'école de Paris du management*, vol., n° 94, p. 29-36.
144. Chio Jenny, 2009, « The Internal Expansion of China: Tourism and the Production of Distance », pp.207-220. dans Tim Winter *et al.*, (dir.), *Asia on Tour: Exploring the Rise of Asian Tourism*, London, Routledge, 396 pages.
145. Chio Jenny, 2011, « The Appearance of the Rural in China's Tourism », *Provincial China*, vol. 3, n°1, pp. 60-79.
146. Chio Jenny, 2014a, « Fieldwork, Film, and the Tourist Gaze: Making peasant family happiness », *Visual anthropology review*, n°1, pp. 62-72.
147. Chio Jenny, 2014b, *A Landscape of Travel. The Work of Tourism in Rural Ethnic China*, Washington University Press, 304 pages.
148. *Chongming xian ditu*, 2009 [Carte de l'arrondissement de Chongming], *Shanghai fenqu ditu* [Carte par arrondissement de Shanghai], Shanghai, Zhonghua ditu xue chubanshe.
149. Chris Ryan, Gu Huimin and Fang Meng (2009), « Destination planning in China », pp. 11–37, dans Chris Ryan et Gu Huimin, *Tourism in China: Destination, Cultures and Communities*, Routledge, London, 400 pages.
150. Chuang Shu-Tzu, 2011, « Residents' Attitudes Toward Rural Tourism in Taiwan: a Comparative Viewpoint », *International Journal of Tourism Research*, vol. 15, n° 2, pp. 152-170.
151. Clary Daniel, 1993, *Le tourisme dans l'espace français*, Paris, Masson, 358 pages.
152. Clary Daniel, 1977, *La façade littorale de Paris*, Paris, Ophrys, 384 pages.
153. Claval Paul, 1974, « La géographie et la perception de l'espace », *Espace géographique*, tome 3, n°3, pp. 179-187.
154. CNTA, 2011, *Statistiques du tourisme en Chine pour l'année 2011*. En ligne. <http://en.cnta.gov.cn/html/tjzlm/index.html>.
155. Coëffé Vincent *et al.*, 2007, « Mondialisations et mondes touristiques », *L'Information géographique*, n°2, vol. 71, pp. 83-96.
156. Cohen Eric, 1994, « Contemporary Tourism – Trends and Challenges: Sustainable Authenticity or Contrived Post-modernity? », pp. 12-29, dans Richard Butler et Douglas Pearce, (dir.), *Change in Tourism: People, Places, Processes*, Londres, Routledge, 252 pages.
157. Cohen Erik, 1974, « Who Is a Tourist? A Conceptual Review », *Sociological Review*, n° 22, pp.27-53.
158. Cohen Erik, 1988, « Authenticity and commoditization in Tourism », *Annals of Tourism Research*, vol. 15, n°3, pp.371-386.
159. Colin Sébastien, 2006, « La Chine et ses campagnes. « L'édification de nouvelles campagnes socialistes » : un remède contre le malaise rural chinois », *Transcontinentales*, n°3, pp. 47-66.
160. Colin Sébastien, 2013, « Le défi rural du "rêve chinois" », *Hérodote*, n° 150, pp. 9-26.

161. Collignon Béatrice et Retaillé Denis, 2010, « Introduction », *L'Information géographique*, n°1, pp. 6-8.
162. Copans Jean, 2008, *L'enquête ethnologique de terrain*. Paris, Armand Colin, 128 pages.
163. Corbin Alain, 1995, *L'avènement des loisirs 1850-1960*, Paris, Aubier, 475 pages.
164. Cornelius Castoriadis, 1999, *L'institution imaginaire de la société*, Paris, Seuil, 540 pages.
165. Corneloup Jean et Bourdeau Philippe, 2008, « Regards croisés sur l'itinérance contemporaine », pp. 101-110, dans Berthelot Libéra et Corneloup Jean, *Itinérances : du Tour aux détours. Figure contemporaine des pratiques récréatives de nature*, L'argentière la Bessée, Editions du Fournel, 199 pages.
166. Cornet Candice, 2010, « Le tourisme et le développement économique des régions reculées et ethniques de Chine : le cas d'un village dong du Guizhou (note de recherche) », *Anthropologie et Sociétés*, vol. 34, n° 2, pp. 163-176.
167. Courtin Patrick, 1993, « L'éveil du Tourisme chinois », *Espaces* n°120, pp.49-54.
168. Cousin Saskia, 2010, « Le tourisme à l'épreuve de l'enquête. A moins que cela ne soit l'inverse ». *EspacesTemps*, Traverses, en ligne : <http://www.espacestemp.net/articles/le-tourisme-a-epreuve-de-enquete/>
169. Croll Elisabeth, 2006, « Conjuring Goods, Identities and Cultures », pp.22-41, in Kevin Latham, Stuart Thompson & Jacob Klein (dir.), *Consuming China: Approaches to Cultural Change in Contemporary China*, New York, Routledge, 264 pages.
170. Crompton John L., 1979, « Motivation for Pleasure Vacation », *Annals of Tourism Research*, vol. 6, pp. 408-424.
171. Crozat Dominique et Fournier Sébastien, 2005, « De la fête aux loisirs : événement, marchandisation et invention des lieux », *Annales de géographie*, vol.3, n° 643, pp. 307-328.
172. Csergo Julia, 2004, « Parties de campagne » Loisirs périurbains et représentations de la banlieue parisienne, fin XVIIIe XIXe siècles, *Sociétés & Représentations*, vol.1 n° 17, pp. 15-50.
173. Cuvelier Pascal, 1998, *Anciennes et nouvelles formes de tourisme. Une approche socio-économique*, Paris, L'harmattan, 238 pages.

#### D.

174. Dagorn René, 2003, « Métropole/mégapole », pp. 609-612, dans Lévy Jacques, Lussault Michel, (dir.), *Dictionnaire de la géographie et de l'espace des sociétés*, Paris, Belin, 1034 pages.
175. Damon Julien, 2013, *Les classes moyennes dans les pays émergents*, Fondapol, rapport en ligne <http://www.fondapol.org/wp-content/uploads/2013/04/Note-Julien-Damon-Les-classes-moyennes-dans-les-pays-%C3%A9mergents.pdf>.
176. Dardel Éric, 1990, *L'homme et la terre. Nature de la réalité géographique*, Paris, CTHS, 1<sup>ère</sup> édition 1952, 201 pages.
177. David Béatrice, 2006a, « Ancêtre (culte des) », pp. 8-9, dans Sanjuan Thierry, *Dictionnaire de la Chine contemporaine*, Paris, Armand Colin, 304 pages.
178. David Béatrice, 2006b, « Fêtes calendaires », pp. 107-108, dans Sanjuan Thierry, *Dictionnaire de la Chine contemporaine*, Paris, Armand Colin, 304 pages.
179. David Béatrice, 2006c, « Funérailles », pp. 114-115, dans Sanjuan Thierry, (dir.), *Dictionnaire de la Chine contemporaine*, Paris, Armand Colin, 304 pages.
180. David Béatrice, 2006d, « Pèlerinage », p. 193, dans Sanjuan Thierry, (dir.), *Dictionnaire de la Chine contemporaine*, Paris, Armand Colin, 304 pages.
181. David Béatrice, 2007, « Tourisme et politique : la sacralisation politique de la nation en Chine », *Hérodote*, n°125, pp. 143-156.
182. David Béatrice, 2012, « L'éclatement de la ville sur les campagnes ? Les recompositions du rapport urbain-rural dans les mobilités de loisirs en Chine au début du XXIe siècle », Introduction, Journée d'études à l'université Paris-8, en ligne : <http://hal.archives-ouvertes.fr/docs/00/70/28/03/PDF/IntroductionBD2.pdf>
183. Davis Deborah, (dir.), 2000, *The Consumer Revolution in Urban China*, University of California Press, Berkeley/Los Angeles/Londres, 376 pages.
184. Daziano Laurence, 2014, *Les pays émergents. Approche géoéconomique*, Armand Colin, Collection U, Paris, 224 pages.
185. De Sardan Jean-Pierre Olivier, 2001, « L'enquête de terrain socio-anthropologique », *Enquête*, n°8, pp. 63-81.
186. De Spens Renaud, 2012, « Libérer les consommateurs, Vers un nouveau modèle chinois ? », *Connexions*, n°64, pp.47-48.
187. Debarbieux Bernard, 2003b, « Imaginaire géographique », pp. 489-491, dans Lévy Jacques et Lussault Michel, (dir.), *Dictionnaire de la géographie et de l'espace des sociétés*, Paris, Belin, 1034 pages.
188. Debarbieux Bernard, 2003a, « Représentation », pp. 791-792, dans Lévy Jacques et Lussault Michel, (dir.), *Dictionnaire de la géographie et de l'espace des sociétés*, Paris, Belin, 1034 pages.
189. Debarbieux Bernard, 2004, « Représentation », *Hypergéô*, en ligne : <http://www.hypergeo.eu/spip.php?article141>

190. Debarbieux Bernard, 2006, « Prendre position : réflexions sur les ressources et les limites de la notion d'identité en géographie », *L'Espace géographique*, n°4, tome 35, pp. 340-354.
191. Decoupigny Fabrice, 2007, « Métropolisation des espaces naturels et indicateurs de localisation résidentielle en région Provence-Alpes-Côte-D'azur », *Revue d'Économie Régionale & Urbaine*, n°4, pp. 589-607.
192. Dehoorne Olivier, 2004, « Le tourisme en Asie orientale : émergence et structuration d'un marché régional », pp. 119-135, dans Taillard Christian, (dir.), *Intégration régionale en Asie orientale*, Indes Savantes, 495 pages.
193. Dehoorne Olivier, 2004, « Tourisme international et risques terroristes. De nouveaux enjeux pour les pays du Sud », pp. 314-327, dans David Gilbert, (dir.), *Espaces tropicaux et risques. Du local au global*, Orléans. Presses universitaires d'Orléans, IRD, 449 pages.
194. Dehoorne Olivier *et al.*, 2008, « Le tourisme international dans le monde : logiques des flux et confins de la touristicité », *Études caribéennes*, n°9-10, en ligne <https://etudescaribeennes.revues.org/882?lang=en>
195. Dehoorne Olivier *et al.*, 2003, *Le tourisme: acteurs, lieux et enjeux*, Paris, Belin, collection Mappemonde, 303 pages.
196. Delannoy Sylvia, 2011, « Émergents (pays) », dans Gauchon Pascal, (dir.), *Dictionnaire de géopolitique et de géoéconomie*, pp. 217-219, Paris, PUF, Collection Major, 688 pages.
197. Delannoy Sylvia, 2012, *Géopolitique des pays émergents*, PUF, Collection Major, 192 pages.
198. Delaporte Yves, 1993, « D'un terrain l'autre. Réflexions sur l'observation participante », pp. 321-340, dans *Ferveurs contemporaines. Textes d'anthropologie urbaine offerts à Jacques Gutwirth*, réunis par Colette Pétonnet et Yves Delaporte, Paris, L'Harmattan, 347 pages.
199. Delattre Simone, 2000, *Les douze heures noires : la nuit à paris au XIX<sup>e</sup> siècle*, Paris, Albin Michel, 674 pages.
200. Deler Jean-Paul, 2014, « Postface », pp. 427-430, dans Chaléard Jean-Louis, 2014, *Métropoles aux Suds. Le défi des périphéries*, Paris, Karthala, 444 pages.
201. Dematteis Giuseppe, 2003, « Réseau urbain », pp.797-798, dans Lévy Jacques et Lussault Michel, *Dictionnaire de la géographie et de l'espace des sociétés*, Paris, Belin, 1034 pages.
202. Demen-Meyer Christine, « Le tourisme : essai de définition », *Management & Avenir*, 2005/1 n° 3, p. 7-25.
203. Demeulenaere Pierre, 2003, *Les normes sociales entre accords et désaccords*, Paris, PUF, 304 pages.
204. Démurger Sylvie et Xu Hui, 2011, « Return migrants: The rise of new entrepreneurs in rural China », *World Development*, vol.39, n°10, pp.1847-1861.
205. Deprest, Florence, 1997, *Enquête sur le tourisme de masse, L'écologie face au territoire*, Paris, Collection Mappemonde, Belin, 207 pages.
206. Desjeux Dominique et Garabuau-Moussaoui Isabelle, 2010, « Être anthropologue de la consommation. Entretien avec Dominique Desjeux », *Sociologie pratique*, n°20, pp. 9-15.
207. Desjeux Dominique, 2006, *Préface*, pp.7-9, dans Yang Xiaomin, *La fonction sociale des restaurants en Chine*, Paris, L'Harmattan, 312 pages.
208. Desjeux Dominique, 2010, « Chine : modes de vie et de consommation au XXI<sup>ème</sup> siècle », *Problèmes économiques*, 2010, pp. 41.
209. Desmichel Pascal, 2011, « Les cafés de campagne : typologie des établissements du plateau de Millevaches », *Norois*, n°218, pp. 7-23.
210. Desplanques Henri, 1973, « Une nouvelle utilisation de l'espace rural en Italie : l'agritourisme », *Annales de Géographie*, n°450, pp. 151-164.
211. Devisme Laurent et Lussault Michel, 2003, « Rénovation/Restauration/Réhabilitation », pp. 788-790, dans Lévy Jacques, Lussault Michel, *Dictionnaire de la géographie et de l'espace des sociétés*, Paris, Belin, 1034 pages.
212. Dewailly Jean-Michel et Flament Émile, 2000, *Le tourisme*, Paris, SEDES, 192 pages.
213. Dewailly Jean-Michel, 2006, *Tourisme et géographie, entre pérégrinité et chaos ?*, coll. « Tourismes et sociétés », Paris, L'Harmattan, 221 pages.
214. Dexter Choy. *et al.*, 1983, « Tourism in PRC – five years after China opens its gates », *Tourism Management*, vol. 4, n°2, pp. 85-93.
215. DGCS-CREDOC, 2012, Fiche Chine en ligne : [http://www.entreprises.gouv.fr/files/files/directions\\_services/secteursprofessionnels/etudes/fiche-chine.pdf](http://www.entreprises.gouv.fr/files/files/directions_services/secteursprofessionnels/etudes/fiche-chine.pdf)
216. Di Méo Guy, 2001, *La géographie en fêtes*, Paris, Ophrys, 265 pages.
217. Di Méo Guy, 2003a, « Intentionnalité », pp. 516-517, dans Lévy Jacques et Lussault Michel, *Dictionnaire de la géographie et de l'espace des sociétés*, Paris, Belin, 1034 pages.
218. Di Méo Guy, 2003b, « Perception », p. 701, dans Lévy Jacques et Lussault Michel, (dir.), *Dictionnaire de géographie et de l'espace des sociétés*, Paris, Belin, 1034 pages.
219. Di Méo Guy, 2003c, « Phénoménologie », p. 712, dans Lévy Jacques et Lussault Michel, (dir.), *Dictionnaire de géographie et de l'espace des sociétés*, Paris, Belin, 1034 pages.
220. Di Méo Guy, 2003d, « Territorialité », p. 919, dans Lévy Jacques et Lussault Michel, (dir.), *Dictionnaire de la géographie et de l'espace des sociétés*, Paris, Belin, 1034 pages.

221. Di Méo Guy, 2005, « Le renouvellement des fêtes et des festivals, ses implications géographiques », *Annales de géographie*, vol.3, n° 643, pp. 227-243.
222. Di Méo Guy, 2010, « La métropolisation. Une clé de lecture de l'organisation contemporaine des espaces géographiques », *L'Information géographique*, n°3, vol. 74, pp. 23-38.
223. *Dictionnaire Français-Chinois en images*, 2003, (*fayu hanyu tuwen dui zhao cidian*), The Oxford – Duden (*niujin – dudeng*), Pékin, 782 pages.
224. *Dilixue mingce*, 2006, [Termes chinois en géographie], Pékin, Edition des Sciences, 324 pages.
225. Domenach Jean-Luc, 2008, « Peut-on parler d'émergence chinoise ? », pp. 81-89, dans Christophe Jaffrelot, (dir.), *L'enjeu mondial*, Presses de Sciences Po, 384 pages.
226. Donohoe H. M. et Lu X., 2009, « Universal tenets or diametrical differences? An analysis of ecotourism definitions from China and abroad », *International Journal Tourism Research*, n°11, pp. 357-372.
227. Doquet Anne et Evrard Olivier, (dir.), 2008, « Tourisme, mobilités et altérités contemporaines », *Civilisations*, vol. 57, n° 1-2.
228. Doulet Jean-François, 2008, « Où vont les villes chinoises ? », *Perspectives chinoises*, n°4, pp. 4-15.
229. Downs R.M., 1970, « Geographic space perception », *Progress in Human Geography*, Arnorld, vol. 2, pp.67-107.
230. Dubresson Alain, 2014, « Fragmentation urbaine des métropoles africaines », pp. 43-50, dans Chaléard Jean-Louis, 2014, *Métropoles aux Suds. Le défi des périphéries*, Paris, Karthala, 444 pages.
231. Duhamel Philippe, 2011, « Un moment historique, géographique et scientifique », pp.7-9, dans Duhamel Philippe et Boualem Karim, 2011, *Tourisme et mondialisation*, Éditions Espaces (Tourisme et loisirs), 460 pages.
232. Duhamel Philippe, 2013, *Le tourisme. Lectures géographiques*, Paris, Documentation Française, Documentation Photographique, 64 pages.
233. Dumazedier Joffre, 1974, *Vers une civilisation du loisir ?* Paris, Éditions du Seuil, 264 pages.
234. Dumazedier Joffre, 1988, *Révolution culturelle du temps libre 1968-1988*, Paris : Méridiens Klincksieck, 312 pages.
235. Duvigneau Hélène, 2009, « Le réveil du Bio », *Connexion*, n°50, pp 62-63.

## E.

236. Elias Norbert et Dunning Eric, 1994, *Sport et civilisation, la violence maîtrisée*, Paris, Fayard, 392 pages.
237. Elias Norbert, 1997, *La société des individus*, Fayard, 308 pages.
238. Elias Norbert, 2014, *Du temps*, Pluriel, 225 pages.
239. Elissalde Bernard, 2004, « Terrain », *Hypergéô.* En ligne, [http://www.hypergeo.eu/IMG/\\_article\\_PDF/article\\_17.pdf](http://www.hypergeo.eu/IMG/_article_PDF/article_17.pdf)
240. Emerson Robert, 2003, « Le travail de terrain comme activité d'observation. Perspectives ethnométhodologistes et interactionnistes », pp. 398-424, dans Céfaï Daniel, (dir.), *L'enquête de terrain*, Paris, La Découverte, 624 pages.
241. Escande Yolaine, 2005, *Montagnes et eaux. La culture du shanshui*, Paris, Hermann.
242. Etcheverria Olivier, 2011, « Introduction », *Noroi*, pp.7-10.
243. Etcheverria Olivier, 2011, « Les tensions fondatrices du développement local autour du restaurant Bras à Laguiole : " centralité ", qualité et créativité », *Noroi*, n°219, pp. 57-71.
244. Eurasia Institute, 2005, « Bulle dans la pierre chinoise ? », Note de synthèse, 4pages, En ligne, <http://www.hec.fr/var/fre/storage/original/application/be3dbc14eef95d68064fc8857315b19b.pdf>
245. Évrard Olivier, 2006, « L'exotique et le domestique – Tourisme national dans les pays du Sud : réflexion depuis la Thaïlande », *Autrepart*, n°40, pp. 151-167.
246. Eyraud Corinne, 1999, *L'entreprise d'État chinoise, De l'institution sociale totale vers l'entité économique*, Paris, L'Harmattan, 397 pages.

## F.

247. Fan Nancy *et al.*, 2009, « Heritage retail centres, creative destruction and the water town of Luzhi, Kunshan, China », pp. 99-123, dans Ryan Chris et Gu Huimin, *Tourism in China, destination, cultures and communities*, New York, Londres, Routledge, 400 pages.
248. Farrell Diana, Gersch Ulrich et Stephenson Elizabeth, 2006, « The Value of China's emerging middle class », *The McKinsey Quarterly*, Special Edition, en ligne : <http://www.andrewleunginternationalconsultants.com/files/mckinsey-quarterly---the-value-of-chinas-emerging-middle-class.pdf>
249. Farsani Neda Torabi, *et al.*, 2011, « Geotourism and geoparks as novel strategies for socio-economic development in rural areas », *International Journal of Tourism Research*, vol.13, pp. 68-81.
250. Favret-Saada Jeanne, 1977, *Les mots, la mort, les sorts*, Paris, Gallimard, 432 pages.

251. Fazzioli Edoardo, 2011, *Les caractères chinois : Du dessin à l'idée, 214 caractères pour comprendre la Chine*, Paris, Flammarion, 255 pages.
252. Fei Xiaotong, 1939, *Peasant Life in China: A Field Study of Country Life in the Yangtze Valley*, Londres, Routledge et New York, Dutton, 386 pages.
253. Fei Xiaotong, 1992, *From the Soil: The Foundations of Chinese Society*, Berkeley, University of California Press, 160 pages.
254. *Fengxian qu ditu*, 2009 [Carte de l'arrondissement de Fengxian], *Shanghai fenqu ditu* [Carte par arrondissement de Shanghai], Shanghai, Zhonghua ditu xue chubanshe.
255. Fleury Antoine et Houssay-Holzschuch Myriam, 2012, « Pour une géographie sociale des pays émergents », *EchoGéo*, n° 21, en ligne : <https://echogeo.revues.org/13167>
256. Flouzat-Osmont d'Amilly Denise, 2011, « L'Europe et l'évolution du modèle chinois », *Politique étrangère*, n°2, p. 389-401.
257. Font Xavier, 1997, « Managing the tourist destination's image », *Journal of Vacation Marketing*, vol. 3, no. 2, pp. 123-131.
258. François Hugues *et al.*, 2006, « Territoire et patrimoine : la co-construction d'une dynamique et de ses ressources », *Revue d'économie régionale & urbaine*, n°5, pp. 683-700.
259. Frémont Armand, 1980, *La région, espace vécu*, Paris, PUF, 280 pages.
260. Fresnais Jocelyne, 2001, *La protection du patrimoine en République populaire de Chine 1949-1999*, Paris, éditions du C.T.H.S., 653 pages.
261. Friedmann Georges, 1956, *Le Travail en miettes : Spécialisation et loisirs*, Paris, Gallimard, 348 pages.
262. Fujita Masahisa et Jacques-François Thiesse, 2002, *The Economics of Agglomeration, Cities, Industrial Location and Regional Growth*, Cambridge, Cambridge University Press, 462 pages.

## G.

263. Gao Jun, 2007, *Liyou ziyuan guihua yu kaifa*, [Développement et planification du tourisme], Pékin, Qinghua daxue chubanshe, 337 pages.
264. Gao Shunli *et al.*, 2009, « Rural tourism development in China », *International journal of tourism research*, n° 11, pp. 439-450.
265. Garat Isabelle, 2005, « La fête et le festival, éléments de promotion des espaces et représentation d'une société idéale », *Annales de géographie*, vol.3, n° 643, pp. 265-284.
266. Garcia Patrick, 2003, « Mémoire sociale », pp. 602-604, dans Lévy Jacques et Lussault Michel, (dir.), *Dictionnaire de la géographie et de l'espace des sociétés*, Paris, Belin, 1034 pages.
267. Garnier Jean-Pierre, 2005, « Un développement urbain insoutenable. Sécuriser ou rassurer ? », *L'homme et la société*, vol.1, n° 155, pp. 45-67.
268. Gaschet Frédéric et Lacour Claude, 2002, « Métropolisation, centre et centralité », *Revue d'Économie Régionale & Urbaine*, n°1, p. 49-72.
269. Gastellu Jean-Marc et Marchal Jean-Yves, (dir.), 1997, *La ruralité dans les pays du sud à la fin du XXe siècle*, collection colloques et séminaires, Paris ORSTOM, 768 pages.
270. Gautrat Jacques, 2004, « Agritourisme et économie solidaire », *Écologie & politique*, n°28, pp. 81-91.
271. Ge Licheng et Nie Xianzhong, (dir.), 2009, *Quyue liyou hezuo. Lilun fenxi yu anli yanjiu*, [Coopération touristique régionale : étude de cas et analyse théorique], Pékin, Shehui kexue wenxian chubanshe, 294 pages.
272. Ged Françoise, 2010, « Protection du patrimoine et développement du tourisme en Chine : quels enjeux pour quels territoires ? », *Monde chinois*, n° 22, pp.7-16.
273. Gentelle Pierre, (dir.), 2004, *Chine, peuples et civilisation*, Paris, La Découverte, 224 pages.
274. Gentelle Pierre, 2004, « Les conceptions de la nature », pp.28-38, dans Gentelle Pierre, (dir.), *Chine, peuples et civilisation*, Paris, La Découverte, 224 pages.
275. Gentelle Pierre, 2004, « Quadrillage agraire et civilisation », pp.124-141, dans Gentelle Pierre, (dir.), *Chine, peuples et civilisation*, Paris, La Découverte, 224 pages.
276. George Wanda, Mair Heather et Reid Donald, 2009, *Rural Tourism Development. Localism and Cultural change*, Channel View Publications, 288 pages.
277. Ghimire K., 2001, « The Economic role of national tourism in China », pp. 86-108, dans Ghimire K. (dir.), *The Native tourist: Mass Tourism within Developing Countries*, Eartscan, London, 224 pages.
278. Gil Iker, 2008, *Shanghai Transforming*, Actar, Barcelone/New-York, 272 pages.
279. Gipouloux François, 2006, « Quatre modernisations », p. 211 dans Sanjuan Thierry, (dir.), 2006, *Dictionnaire de la chine contemporaine*, Paris, Armand Colin, 2006, 304 pages.
280. Giroir Guillaume, 2002, « La notion de région périmétropolitaine. Approche théorique et singularités chinoises. Le cas de la ceinture verte de Pékin », pp.161-193, dans Joël Mirloup (dir.), *Régions métropolitaines et métropolisation*, Orléans, Presses Universitaires d'Orléans, 304 pages.
281. Giroir Guillaume, 2005, « Statistiques et territoire en Chine », *L'information géographique*, vol. 69, n°1, pp. 91-101.

282. Giroir Guillaume, 2007, « Les fractures socio-territoriales en Chine, ou l'impossible « société harmonieuse » ? », *Perspectives chinoises*, n°3, pp. 88-97.
283. Giroir Guillaume, 2007, « Les impacts anthropiques dans les parcs nationaux chinois : approche géographique », *Géocarrefour*, vol. 82, n°4, pp.187-197.
284. Glesener Jeanne E. et Kmec Sonja, 2010, « Introduction », *Articulo - Journal of Urban Research*, n° 3, en ligne <http://articulo.revues.org/1521>.
285. GMV Conseil, 2013, *Destination Campagnes, État des lieux et évaluations des attentes des clientèles potentielles*, Travaux n°18, Paris, La Documentation Française, Datar, 136 pages.
286. Godement François et Chavagneux Christian, 2012, « Un développement immense et des déséquilibres tout aussi immenses », *L'Économie politique*, vol.4, n° 56, p. 29-33.
287. Godement François, 2012, *Que veut la Chine ? De Mao au capitalisme*, Odile Jacob, 283 pages.
288. Goldblum Charles, 2008, « Métropolisation et transition urbaine - à partir des exemples du Sud-Est asiatique », dans DGCID, *La gouvernance urbaine dans tous ses états*, rapport d'analyses et propositions du groupe de réflexion sur la gouvernance urbaine, MAEE, 70 pages.
289. Goldblum Charles, 2014, « Configurations périphériques de la métropolisation asiatique : essai de synthèse », pp. 51-60, dans Chaléard Jean-Louis, 2014, *Métropoles aux Suds. Le défi des périphéries*, Paris, Karthala, 444 pages.
290. Gorenstein Silvia, 2003, « Nouveaux territoires du système agroalimentaire de la pampa », *Études rurales*, n° 165-166, pp. 147-169.
291. Gottmann Jean, 1961, *Megalopolis, The Urbanized Northeastern Seaboard of the United States*, The Twentieth Century fund, New York, 810 pages.
292. Gould Peter et White Rodney, 1984, *Les cartes mentales*, Fribourg, Presses Universitaires de Fribourg, 1<sup>ère</sup> édition anglaise 1974, 188 pages.
293. Gourou Pierre, 1972, *La terre et l'homme en Extrême-Orient*, Paris, Flammarion, 273 pages.
294. Graburn Nelson, (dir.), 1983, « The anthropology of tourism », *Annals of Tourism Research*, vol.10, n°1, pp.9-34.
295. Graezer-Bideau Florence, 2006, « Pratique récréative », pp. 198-199, dans Sanjuan Thierry, (dir.), 2006, *Dictionnaire de la chine contemporaine*, Paris, Armand Colin, 2006, 304 pages.
296. *Grand dictionnaire Ricci de la langue chinoise*, 2001, Paris, Taipei, Association Ricci, Desclée de Brouwers, 2069 pages.
297. Grataloup Christian, 2003, « Modélisation graphique », pp. 629-631, dans Lévy Jacques, Lussault Michel, *Dictionnaire de la géographie et de l'espace des sociétés*, Paris, Belin, 1034 pages.
298. Gravari-Barbas Maria et Jacquot Sébastien, (dir.), 2014, *Patrimoine mondial et développement au défi du tourisme durable*, Collection Nouveaux Patrimoines, Presses de l'Université du Québec, 314 pages.
299. Gros Stéphane, 2012 « L'injonction à la fête. Enjeux locaux patrimoniaux d'une fête en voie de disparition », *Gradhiva*, n°16, pp. 23-42.
300. Guédez Annie, 2003, « Sociabilité », pp. 849-850, dans Lévy Jacques et Lussault Michel, *Dictionnaire de la géographie et de l'espace des sociétés*, Paris, Belin, 1034 pages.
301. Guérin Marc, 2008, « Évaluation des politiques de développement rural Quelques éléments d'analyse », *Économie rurale*, n°307, pp.39-52.
302. Guichard-Anguis Sylvie, 2011, « Diffusion d'une culture alimentaire régionale et restauration : Kii Tanabe (Japon) », *Norois*, n°219, pp.23-39.
303. Guiheux Gilles, 2003, « Sociologie des acteurs économiques dans une Chine en transition », *Revue internationale et stratégique*, vol.2, n° 50, pp. 35-42.
304. Guilbert Béatrice *et al*, 2008, « Il n'y a pas un mais des tourisms en espace rural », *Cahier Espaces*, n° 98, pp.84-92.
305. Guyader Frédérique, 2009, « Tourisme de masse et représentations au centre d'articulations identitaires dans le comté de Lijiang » (enquête), *Terrains & travaux*, vol.2 n° 16, pp. 55-76.

## H.

306. Habermas Jürgen, 1993, *L'espace public. Archéologie de la publicité comme dimension constitutive de la société bourgeoise*, Paris, Payot, 324 pages.
307. Haegel Florence, 2003, « Enquête », pp. 311-312, dans dans Lévy Jacques et Lussault Michel, (dir.), *Dictionnaire de la géographie et de l'espace des sociétés*, Belin, Paris, 1034 pages.
308. Hagai Masami et Marmignon Patricia, 2010, « L'urbaphobie au Japon : ruraphilie en milieu urbain et ruralisme persistant », pp. 123-139, dans Salomon Cavin Joëlle et Marchand Bernard, (dir.), *Antiurbain. Origines et conséquences de l'urbaphobie*, Lausanne, Presses polytechniques et universitaires romandes, 329 pages.
309. Hamashima Atsutoshi, 2011, « Communal Religion in Jiangnan Delta Rural Villages in Late Imperial China », *International Journal of Asian Studies*, vol.8, n°2, pp.127-162.
310. Hamel Pierre, 2010, « Les métropoles et la nouvelle critique urbaine », *Pôle Sud*, vol.1, n° 32, p. 153-164.



311. Han Feng, 2006, *The Chinese view of Nature: Tourism in China's Scenic and Historic Interest Area*, Thèse de philosophie, Queensland University of Technology, 270 pages.
312. Han Jun, 2004, *Diaocha zhongguo nongcun*, [Enquêtes sur le monde rural chinois], Pékin, Edition du développement de la Chine, 2 tomes, 1 322 pages.
313. Harper Damian *et al.*, 2009, *Chine*, Paris, Lonely Planet 8<sup>ème</sup> édition, 1048 pages
314. He Bochuan, 2007, « La crise agricole en Chine. Données et réflexions », *Études rurales*, vol.1 n° 179, p. 117-132.
315. He Jingming *et al.*, 2004, « Rural Tourism in China. A Case Study of Nongjiale in the Chengdu Metropolitan Area », *Mountain Research and Development*, vol 24, n° 3, pp. 260-262.
316. He Xuefeng, 2008, *Shenme nongcun, shenme wenti*, [Qu'est ce que le rural, quels sont ses problèmes], Pékin, Edition du Droit, 423 pages.
317. Henriot Carine, 2013, *Villes nouvelles et redéploiement métropolitain à Shanghai : les nouvelles périphéries urbaines chinoises*, thèse de doctorat en géographie, sous la direction de Thierry Sanjuan, Université Paris 1 Panthéon-Sorbonne, 441 pages.
318. Henriot Christian et Zheng Zu'an, 1999, *Atlas de Shanghai : espaces et représentations de 1849 à nos jours*, Paris, CNRS Éditions, 189 pages.
319. Heo Man-Ho, 2002, « Contrôle social et changement politique dans les sociétés communistes subsistantes : une application des cas Chinois et Est-allemand à la Corée du Nord », *Revue internationale de politique comparée*, vol. 9, n°3, pp. 451-475.
320. Hervieu Bertrand et Viard Jean, 2001, *L'archipel paysan*, Marseille, La Tour d'Aigues, L'Aube, 144 pages.
321. Hervieu Bertrand et Viard Jean, 2005, *Au bonheur des campagnes (et des provinces)*, Marseille, L'Aube, 156 pages.
322. Hillman Ben, 2013, « Causes et conséquences d'une urbanisation rapide dans une région ethniquement variée », *Perspectives chinoises*, vol.3, pp.27-34.
323. Ho Samuel et Lin George, 2003, « Emerging Land Markets in Rural and Urban China : Policies and Practices », *China Quarterly*, n°175, pp. 681-707.
324. Hobsbawm Eric et Ranger Terence, (dir.), 1983, *The invention of tradition*, Cambridge university Press, 320 pages.
325. Hoering Uwe, 2011, *Agriculture in China: between self-sufficiency and global integration*, EU-China Civil society forum, Report, Essen, Allemagne, 40 pages.
326. Holz Carsten, 2013, Chinese statistics: classification systems and data sources, Working Paper, MPRA Paper No. 43869, 74 pages. En ligne, <http://mpra.ub.uni-muenchen.de/43869/>
327. Holzman Marie et Chen Yan, 2010, « Que reste-t-il du totalitarisme ? », *Revue histoire et liberté, les cahiers d'histoire sociale*, n°41, pp.73-82.
328. Holzman Marie et Chen Yan, 2010, « Société civile : le tango du pouvoir et des citoyens », *Revue histoire et liberté, les cahiers d'histoire sociale*, n°41, pp. 23-33.
329. <http://en.cnta.gov.cn/html/2008-11/2008-11-16-10-27-72978.html>
330. <http://www.cnta.com/ziliao/den/d-6.asp>
331. <http://media.unwto.org/fr/content/comprendre-le-tourisme-glossaire-de-base>
332. [http://www.chinadaily.com.cn/china/2016-01/27/content\\_23267229.htm](http://www.chinadaily.com.cn/china/2016-01/27/content_23267229.htm)
333. [http://www.cmx.gov.cn/cm\\_website/html/eng\\_cmzf/Eng\\_cmzf\\_ly\\_lyjd/](http://www.cmx.gov.cn/cm_website/html/eng_cmzf/Eng_cmzf_ly_lyjd/)
334. <http://www.jiangning.gov.cn/html/2107.html>
335. <http://www.jiangxiangcun.cn/zhengwu/index.php>
336. <http://www.ks-zhouzhuang.gov.cn>
337. <http://www.marketing-chine.com/analyse-marketing/la-chine-et-le-bio>
338. <http://www.shuikoudq.com/about/?1197.html>
339. [http://www.suzhou.gov.cn/news/szxw/201510/t20151008\\_629952.shtml](http://www.suzhou.gov.cn/news/szxw/201510/t20151008_629952.shtml)
340. <http://www.sz-wangshan.com/news-415.aspx>
341. <http://www.zjxj.gov.cn/InfoPub/ArticleView.aspx?ID=58215>
342. Hu Min, 2007, « Xiangcun minxiu jing yingguan li huxin ziyuan fenxi », [Analyse des ressources centrales dans la gestion de l'hébergement rural], *Lüyou xuekan*, vol. 22, n°9, pp 64-69.
343. Hu Min, 2009, « Wo guo xiangcun lüyou zhuan ye hezuo zuzhi de fazhan he zhuanxing—jianlun xiangcun lüyou fazhan moshi de shengji », [Changements et développement de l'organisation des coopérations spécialisées dans le tourisme rural en Chine — amélioration du modèle de développement du tourisme rural], *Lüyou xuekan*, vol. 24, n°2, pp 70-74.
344. *Hu Ning Hang diqu chuyou ditu*, 2009 [Carte de tourisme de la région de Shanghai, Nankin et Hangzhou], Shanghai, Zhonghua ditu xueshe bianzhi.
345. Hu Shuwei, 1998, « Yanhai chengzhen miji diu kongjian juji yu kuoshan yanjiu », [Études des espaces concentrés et diffus : les aires des villes et bourgs agglomérés dans les zones littorales chinoises], *Chengshi Guihua*, vol. 22, n°6, pp 27.

346. Hu Wei and Wall Geoffrey, 2005, « Economic and environmental symbiosis in a tourism attraction: an example from Hainan, China », *International Journal of Tourism Research*, n°7, pp.295–310.
347. Huang Baorong *et al.*, 2008, « Construction of an eco-island: a case study of Chongming Island, China », *Ocean and Coastal Management*, n° 51, pp. 576-588.
348. Huang Jikun *et al.*, 2012, *Small-scale farmers in China in the face of modernization and globalization*, Rapport pour le Knowledge Programme (Small Producer Agency in the Globalised Market), 53 pages.
349. Huang Philip C., 1990, *The Peasant Family and Rural Development in the Yangzi Delta, 1350-1988*, Stanford, Stanford University Press, 422 pages.
350. Huang Ray, 2012, *Mingdai de caoyun*, [Le Grand Canal sous la dynastie Ming], Pékin, Éditions Jiuzhou, 233 pages.
351. Huang Yucheng, 2006, *Xiangcun lüyou*, [Tourisme rural], Pékin, Édition Encyclopédique de Chine, 365 pages.
352. Huchet Jean-François, 2006, « Quelle restructuration des PME d'État en Chine ? », *Critique internationale*, n°32, pp. 173-187.
353. Huchet Jean-François, 2014, « La politique industrielle en Chine : grandeur et limites du renouveau de l'État Chinois », *Revue française d'administration publique*, n°150, pp. 415-433.
354. Hunt John D, 1975, « Image as a factor in Tourism development », *Journal of Travel Research*, vol.13, pp. 1-7.

## I.

355. Ibanescu Bogdan, 2012, *Les conditions de la mise en tourisme d'un espace rural périphérique de l'Union Européenne. La province de Moldavie en Roumanie*, thèse de doctorat en géographie, sous la direction d'Isabelle Sacareau et Corneliu Iatu, Université Bordeaux 3 Michel de Montaigne, 210 pages.

## J.

356. Jafari Jafar, 1986, « On Domestic Tourism », *Annals of Tourism Research*, vol. 13, pp. 491-496.
357. Jafari Jafar, 1988, « Le système du touriste : Modèles socio-culturels en vue d'applications théoriques et pratiques », *Loisir & Société / Society & Leisure*, vol. 11, no 1, pp. 59-80.
358. Jaffrelot Christian, (dir.), 2008, *L'enjeu mondial : les pays émergents*, Paris, Presses de Sciences Po, 381 pages.
359. Javary Cyrille et Mo S., 2010-2011, « Luxe, business et patrimoine. A nous les touristes ! », *Revue Chine Plus*, n°57, pp. 20-27.
360. Jean Yves et Guibert Martine, (dir.), 2011, *Dynamiques des espaces ruraux dans le monde*, Paris, Armand Colin, 407 pages.
361. Jean-Didier Urbain, 2011, *L'envie du monde*, Bréal, 267 pages.
362. Ji Zhe, 2006, « Loisir », pp. 145-146, dans Sanjuan Thierry, (dir.), *Dictionnaire de la chine contemporaine*, Paris, Armand Colin, 2006, 304 pages.
363. Jia Hongyan et Zhang Jinchí, 2009, « Cong jiangou zhuyi zhenshixing kan wenxue ziyuan de lüyou kaifa » [Notes sur la construction de la notion d'authenticité au regard de la littérature touristique], *Lüyou xuekan*, vol. 24, n°5, pp 26-30.
364. *Jiading qu ditu*, 2009 [Carte de l'arrondissement de Jiading], *Shanghai fenqu ditu* [Carte par arrondissement de Shanghai], Shanghai, Zhonghua ditu xue chubanshe, 2009.
365. *Jiangsu tongji nianjian*, 2011, [Annuaire statistique du Jiangsu, 2011], 766 pages.
366. *Jinshan qu ditu*, 2009 [Carte de l'arrondissement de Jinshan], *Shanghai fenqu ditu* [Carte par arrondissement de Shanghai], Shanghai, Zhonghua ditu xue chubanshe, 2009.
367. Johnson Linda Cooke, 1993, *Cities of Jiangnan in Late Imperial China*, New York, State University of New York Press, 310 pages.
368. Jollivet Marcel, 2001, *Pour une science sociale à travers champs. Paysannerie, ruralité, capitalisme (France XXe siècle)*, Paris, Éditions Arguments, 400 pages.
369. Jonathan Philippe, 2002, « Le lac Tai, un parc naturel en puissance pour Shanghai », pp. 219-222, dans Haeringer Philippe, *La refondation mégapolitaine, une nouvelle phase de l'histoire urbaine*, Tome 1, L'Eurasie postcommuniste, Moscou, Shanghai, Hong-Kong, IRD, Coll. Territoires, techniques et sociétés, n° 36, 329 pages.
370. Jousseau Valérie *et al.*, 2007, « Éditorial » Patrimoine, culture et construction identitaire dans les territoires ruraux », *Noroi*, vol. 204, n°3, pp. 7-9.
371. Jullien François et Zarcone Thierry, 2002, « La Chine comme outil philosophique », *Diogène*, n° 200, pp. 17-24.

## K.

372. Kalaora Bernard, 2001, « À la conquête de la pleine nature », *Ethnologie française*, n°2, pp. 591-597.
373. Kamal-Chaoui Lamia *et al.*, 2009, *Urban Trends and Policy in China*, OECD Regional Development Working Papers, 70 pages.
374. Kaufmann Vincent, 2000, *Mobilité quotidienne et dynamiques urbaines : la question du report modal*, Presses Polytechniques et Universitaires Romandes, Lausanne, 252 pages.

375. Kaufmann Vincent, 2005, « Mobilités et réversibilités : vers des sociétés plus fluides ? », *Cahiers internationaux de sociologie*, vol.1, n° 118, pp. 119-135.
376. Kellner Thierry, 2014, « Vers une «grande transformation» de la Chine ? Les défis du nouveau pouvoir chinois », *Artichaut*, vol.3, n°31, pp.20-30.
377. Kharas Homi, 2009, *The Emerging Middle Class in developing countries*, OCDE, Working Paper, n°285, 61 pages.
378. Kipnis Andrew, 2013, « Une urbanisation intermédiaire », *Perspectives chinoises*, vol.3, pp 5-13.
379. Kloeckner Léo, 2016, « L'image de propagande en Chine, outil du contrôle social : le cas de Pékin », *Géococonfluences*, En ligne : <http://geoconfluences.ens-lyon.fr/informations-scientifiques/dossiers-regionaux/la-chine/corpus-documentaire/image-de-propagande-en-chine>
380. Knafou Rémy *et al.*, 1997, « Une approche géographique du tourisme », *L'Espace géographique*, n°3, pp.193-204.
381. Knafou Rémy et Stock Mathis, 2003, « Tourisme », p. 933 dans Lévy Jacques et Lussault Michel, *Dictionnaire de la géographie et de l'espace des sociétés*, Paris, Belin, 1034 pages.
382. Knafou Rémy, 1997, *Tourisme et loisirs*, Paris, La Documentation française, n° 7, 126 pages.
383. Knafou Rémy, 2003, « Loisir », pp. 581-582, dans Lévy Jacques et Lussault Michel, *Dictionnaire de la géographie et de l'espace des sociétés*, Paris, Belin, 1034 pages.
384. Knight John, 1996, « Competing Hospitalities in Japanese Rural Tourism », *Annals of Tourism Research*, vol. 23 n° 1, pp. 165-180.

## L.

385. Lacour Claude et Puissant Sylvette, (dir.), 1999, *La Métropolisation : croissance, diversité, fractures*, Paris, Anthropos, 193 pages.
386. Lafargue François, 2011, « Des économies émergentes aux puissances émergentes », dans *Questions internationales*, n°51, pp.101-108.
387. Lahire Bernard, 1998, *L'homme pluriel. Les ressorts de l'action*, Paris, Nathan, collection Essais et Recherches, 272 pages.
388. Lamouroux Christian, 2002, « Commerce et bureaucratie dans la Chine des Song (Xe-XIIIe siècle) », *Études rurales*, vol.1, n° 161-162, pp. 183-213.
389. Lamouroux Christian, 2006, « Histoire », pp.124, dans Sanjuan Thierry, (dir.), *Dictionnaire de la chine contemporaine*, Paris, Armand Colin, 304 pages.
390. Langer Frédéric, 2011, *Pratiques d'aménagement du territoire en Chine*, Travaux n° 13, DATAR, Documentation Française, 90 pages.
391. Lapassade Georges, 2001, « L'observation participante », *Revue européenne d'ethnographie de l'éducation*, n° 1, pp. 9-26.
392. Lapeyre Renaud, 2006, « Conflits d'usage et gouvernance décentralisée du tourisme en zones rurales namibiennes : peut-on privatiser le bien commun touristique ? », *Monde en développement*, vol.4, n° 136, pp. 67-84.
393. Lash Scott et Urry John, 1994, *Economies of Signs and Spaces*, Sage Publications, 368 pages.
394. Latour Bruno, 1991, *Nous n'avons jamais été modernes. Essai d'anthropologie symétrique*, Paris, La Découverte, 211 pages.
395. Lau Maren A, 2006, *An analysis of the travel motivation of tourists from the People's Republic of China*, Working Paper FNU-108, Hamburg University and Centre for Marine and Atmospheric Science, Hamburg, 62 pages. <http://www.mi.uni-hamburg.de/Working-papers.5675.0.html>
396. Lauwaert Françoise, 2012, « L'empire de l'éternel présent. Dans les musées de la République populaire de Chine », *Gradhiva*, n°16, pp. 45-62.
397. Lazzarotti Olivier, 2003, « Tourisme et géographie : le grand dérangement », pp. 255-277, dans Mathis Stock *et al.* (dir.), *Le tourisme : acteurs, lieux et enjeux*, Paris, Belin.
398. Lazzarotti Olivier, 1995, *Les loisirs à la conquête des espaces périurbains*, Paris, L'Harmattan, 318 pages.
399. Lazzarotti Olivier, 2003, « Patrimoine », pp.692-693, dans Lévy Jacques et Lussault Michel, (dir.), *Dictionnaire de la géographie et de l'espace des sociétés*, Paris, Belin, 1034 pages.
400. Le Bail Hélène, 2008, « Le régime chinois face aux inégalités », *Politique étrangère*, n°2, p. 281-294.
401. Le Caro Yves, 2007, *Les loisirs en espace agricole. L'expérience d'un espace partagé*, Rennes, Presses Universitaires de Rennes, 432 pages.
402. Le Floch Sophie *et al.*, 2005, « La « fermeture du paysage » : au-delà du phénomène, petite chronique d'une construction sociale », *Espace géo*, n°1, p.49-54.
403. Le Galès, 2003, « Gouvernance », pp.419-422, dans Lévy Jacques et Lussault Michel, (dir.), *Dictionnaire de la géographie et de l'espace des sociétés*, Paris, Belin, 1034 pages.
404. Le Jeannic Thomas, 1996, « Une nouvelle approche territoriale de la ville », *Économie et statistique*, n°294-295, pp.25-45.

405. Leicester Timothy, 2008, « Conflits et enjeux identitaires dans le tourisme rural à Yangshuo, Chine », *Civilisations*, n°57, pp.223-241.
406. Lemoine Françoise, 2012, « La Chine en route vers la prospérité », *L'Économie politique*, vol.4, n° 56, p. 6-19.
407. Lemoine Françoise, *et al.*, 2013, « Nouvelles dynamiques spatiales et convergence industrielle en Chine », *La lettre du CEPPI*, n°339, 4 pages en ligne : [http://www.cepii.fr/PDF\\_PUB/lettre/2013/let339.pdf](http://www.cepii.fr/PDF_PUB/lettre/2013/let339.pdf)
408. Lemoine Françoise, *et al.*, 2015, « Spatial rebalancing and industrial convergence in China », *China Economic Review*, vol. 34, pp.39-63.
409. Leroi-Gourhan André, 2011, « Notes sur le calendrier japonais », *Techniques & Culture*, vol.57, n°2, pp. 46-53.
410. Lévy Jacques, 1996, *Le Monde pour Cité*, Paris, Hachette, 143 pages.
411. Lévy Jacques, 2003, « Artificiel/Authentique », pp. 88-89, dans Lévy Jacques et Lussault Michel, (dir.), *Dictionnaire de la géographie et de l'espace des sociétés*, Paris, Belin, 2003, 1034 pages.
412. Lévy Jacques, 2003a, « Capital spatial », pp. 124-126, dans Lévy Jacques et Lussault Michel, (dir.), *Dictionnaire de la géographie et de l'espace des sociétés*, Paris, Belin, 2003, 1034 pages.
413. Lévy Jacques, 2003b, « Identité », pp. 479-480, dans Lévy Jacques et Lussault Michel, (dir.), *Dictionnaire de la géographie et de l'espace des sociétés*, Paris, Belin, 2003, 1034 pages.
414. Lévy Jacques, 2003c, « Centre/Périphérie », pp.141-144, dans Lévy Jacques, Lussault Michel, (dir.), *Dictionnaire de la géographie et de l'espace des sociétés*, Paris, Belin, 2003, 1034 pages.
415. Lew Alan *et al.*, 2002, *Tourism in China*, The Haworth Hospitality Press, New York, 325 pages.
416. Li an et Tang Yun, 2011, *Exploration of New Rural Policy during China's urbanization process, an example of socialist new-rural construction in the city of Jiaying*, Urban Planning and Design Institute of Nanjing, présentation power point.
417. Li Bing, 2012, *Patrimoine et mutation urbaine dans le cadre d'un développement touristique. Le cas de Lijiang, province du Yunnan, Chine*, Thèse sous la direction du Professeur Thierry Sanjuan, Université Paris 1 Panthéon-Sorbonne, 499 pages.
418. Li Bozhong, 1998, *Agricultural development in Jiangnan, 1620-1850*, Houndmills, Macmillan Press, 224 pages.
419. Li Cheng, 2008, *China's Changing Political Landscape*, Brookings Institution Press, Washington, 342 pages.
420. Li Daoyuan, 2008, *Shuijingzhu*. [Voie navigables], Shaanxi shifan daxue chubanshe, Xi'an, p.423, 591 pages.
421. Li Fungmei et Sofield Trevor, 2009, « Huangshan, China. The Meaning of Harmonious Relationships », pp. 157-167, dans Ryan Chris et Gu Huimin, *Tourism in China: Destination, Cultures and Communities*, Routledge, London, 400 pages.
422. Li Jie et Monteil Amandine, 2006, « Le réseau communautaire », instrument de développement urbain durable en Chine ? », *Mondes en développement*, vol.1, no 133, p. 110-111.
423. Li Jun *et al.*, 2011, « Disparité régionale de la Chine », *Les cahiers d'Outre-mer*, n°253-254, pp.83-100.
424. Li Li et Guan Liang, 2007, *Nongjiayou, Nongjiacai*, [Voyage à la ferme, gastronomie de la ferme] Pékin, Zhongguo nongye chubanshe, 2<sup>e</sup>édition, 150 pages.
425. Li Qiang, 2008, « La classe moyenne chinoise dans un parcours de sociologue », pp. 133-140, dans Rocca Jean-Louis, (dir.), *La société chinoise vue par les sociologues, migration, villes, classes moyennes, drogue, sida*, Presses Sciences Po, 300 pages.
426. Li Xu et Wang Youcheng, 2010, « Evaluating the effectiveness of destination marketing organisations' websites: evidence from China », *International Journal of Tourism Research*, vol.12, pp.536-549.
427. Liang Chyi-lyi *et al.*, 2003, *China's International Tourism under Economic Transition: National Trends and Regional Disparities*, Working paper, the American Agricultural Economics Association Annual Meeting, Montreal, Canada, July 27-30, 17 pages.
428. Liao Kai *et al.*, 2009, « Huangjinzhou xiujia zhidu dui wo guo lüyouye fazhan jing xiang de shi zhen yanjiu », [Étude empirique des implications des vacances semaines en or sur le développement de l'industrie touristique en Chine], *Lüyou xuekan*, vol. 24, n°10, pp 12-18.
429. Lim Christine et Pan, Grace Wen, 2003, *An Econometric Analysis of Inbound Tourism for China*, Modelling and Simulation Society of Australia and New Zealand Inc., Conference Publications, 6 pages, en ligne ; [http://www.mssanz.org.au/MODSIM03/Volume\\_03/B05/07\\_Lim\\_China.pdf](http://www.mssanz.org.au/MODSIM03/Volume_03/B05/07_Lim_China.pdf)
430. Liu Haoxing, 2008, *Nongcun shehui xue*, [Sociologie rurale], Pékin, Edition de l'Université du peuple, 2<sup>e</sup> édition, 496 pages.
431. Liu Hongying, 2011, *Zhongguo changsanjiao rujing lüyou liu xixiang tidu kuosan yanjiu*, [Étude sur le gradient de diffusion du tourisme intérieur dans le delta du Yangzi - Chine], Pékin, Jingji kexue chubanshe, 219 pages.
432. Liu Wujun et Huang Xiang, 2007, *Shanghai Urban Planning*, Singapore Thomson Learning, 253 pages.
433. Liu Zhongming, (dir.), 2010, *Lüyouqu guihua yu sheji* ; [Aménagement de zone touristique et planification], Pékin, Edition de l'industrie électronique, 242 pages.
434. Livre bleu de la compétitivité urbaine chinoise, 2014, en ligne : <http://wbchina.net/hu-su-zhe-wan-chinas-latest-economic-super-region>
435. *Livre vert du développement des loisirs en Chine* (2010) [2010 nian zhongguo xiuxian fazhan baogao, xiuxian lüpushu], Pékin, 440 pages.

436. *Livre vert du tourisme en Chine (2011) : analyses et prévisions*, [2011 nian, zhongguo lüyou fazhan fenxi yu yuce, lüyou lüpushu], Pékin, 447 pages.
437. Long Hualou *et al.*, 2010 « Building new countryside in China: A geographical perspective », *Land Use Policy*, vol. 27, n° 2, pp. 457–470.
438. Long Hualou *et al.*, 2011, « Analysis of rural transformation development in China since the turn of the new millennium », *Applied Geography*, n°31, pp.1094-1105.
439. Loubet France, 2011, *Analyse de l'impact du tourisme sur le développement des territoires ruraux marginaux. Application de l'approche par les capacités à l'étude de l'espace rural rhônalpin*, Thèse de doctorat en géographie, Université de Grenoble, 326 pages.
440. Lozato-Giotart Jean-Pierre, 1993, *Géographie du tourisme : de l'espace regardé à l'espace consommé*, Paris, Masson, 312 pages.
441. Lozato-Giotart Jean-Pierre, 2003, *Géographie du tourisme : de l'espace consommé à l'espace maîtrisé*, Paris, Éditions Pearson éducation, 320 pages.
442. Lu Song *et al.*, 2013, « Huangshan shi zijiache ruyou liu luxing kongjian xingwei yanjiu », [Étude sur les comportements spatiaux de voyage de touristes en voiture individuelle dans la municipalité de Huangshan], Pékin, *Dili yanjiu*, vol.32, n°1, pp.179-190.
443. Lu Xueyi *et al.*, 2010, *Social Mobility of Contemporary China, Research Group for social Structure in Contemporary China*, Institute of Sociology of the Chinese Academy of Social Science.
444. Lu Xueyi, 2005, *Report on Social classes of contemporary China*, Social Science Academic Press, 2005.
445. Lundgren Jan, 1974, « On access to recreational lands in dynamic metropolitan hinterlands », *Tourist Review*, vol. 29, n°4, pp.124-131.
446. Lundgren Jan, 1982, « The tourist frontier of Nouveau Quebec: Functions and regional linkages », *Tourist Review*, vol. 37, n°2, pp.10-16.
447. Luo Shougui *et al.*, 2008, « Approach to delimiting metropolitan regions' boundary and grading urban hierarchy within a metropolitan region – a case study of Shanghai Metropolitan region », *Chinese Geographical Science*, vol.18, n°3, pp.197-205.
448. Luo Zhongzhao, 2008, *Xin nongcun jianshe guihua yu zhuzhai sheji*, [Construction et aménagement des nouvelles campagnes et conceptions des logements], Pékin, Édition de la puissance électrique de chine, 354 pages.
449. Lussault Michel, 2003, « Acteur », pp.39-42, dans Lévy Jacques et Lussault Michel, *Dictionnaire de la géographie et de l'espace des sociétés*, Paris, Belin, 2003, 1034 pages.
450. Lussault Michel, 2003a, « Identité spatiale », pp. 480-481, dans Lévy Jacques et Lussault Michel, (dir.), *Dictionnaire de la géographie et de l'espace des sociétés*, Paris, Belin, 2003, 1034 pages.
451. Lussault Michel, 2003b, « Image », pp.485-489, dans Lévy Jacques et Lussault Michel, (dir.), *Dictionnaire de la géographie et de l'espace des sociétés*, Paris, Belin, 1034 pages.
452. Lussault Michel, 2003c, « Individu », pp.494-498, dans Lévy Jacques, Lussault Michel, *Dictionnaire de la géographie et de l'espace des sociétés*, Paris, Belin, 2003, 1034 pages.
453. Lussault Michel, 2003d, « Réflexivité », p.775 dans Lévy Jacques et Lussault Michel, *Dictionnaire de la géographie et de l'espace des sociétés*, Paris, Belin, 1034 pages.
454. Lussault, Michel, 2007, « Le tourisme, un genre commun », pp. 333-349, dans Philippe Duhamel et Rémi Knafou, (dir.), *Les mondes urbains du tourisme*, Paris, Belin, 368 pages.
455. Luu Isabelle *et al.*, 2010, *Des tours et des arbres, la forêt outil de la métropolisation*, poster scientifique, 21<sup>ème</sup> Festival International de Géographie, St Dié des Vosges.

## M

456. Maccannell Dean, 1973, « Staged authenticity: Arrangements of social space in tourism setting », *American Journal of Sociology*, vol.79, n°3, pp. 589-603.
457. Maccannell Dean, 1999, *The Tourist. A New Theory of the Leisure Class*, University of California Press, Berkeley, 280 pages.
458. Macleavy Julie et Harrison John, 2010, « New State Spatialities : Perspectives on State, Space, and Scalar Geographies », *Antipode*, vol.42, n°5, pp. 1037-1046.
459. Malinowski Bronislav, 1989, *Les Argonautes du pacifique occidental*, Paris, Gallimard, 616 pages.
460. Marc Lucotte, 2009, « La Chine et l'environnement : pièce en quatre actes (tragédie ou comédie ?) », Vertigo, en ligne : <https://vertigo.revues.org/7783>
461. Marc Mormont, 2009, « Globalisations et écologisations des campagnes », *Études rurales*, vol.1, n° 183, pp. 143-160.
462. Marsat Jean-Baptiste *et al.*, 2011, *L'intégration territoriale du tourisme rural diffus : complémentarité agricole et ancrage social. Étude de cas en Auvergne*, XLVII<sup>ème</sup> Colloque de l'Association de Science Régionale de Langue Française (ASRDLF), 17 pages.
463. Maslow Abraham, 1943, « A Theory of Human Motivation », *Psychological Review*, n° 50, pp. 370-39.

464. Mathieu Nicole, 1995, *L'emploi rural. Une vitalité cachée*, Paris, L'Harmattan, 183 pages.
465. Mc Kinsey Institute, 2009, *China's preparing urban billion*, 951 pages.
466. McCabe Scott, 2005, Who is a tourist? A critical review, *Tourist Studies*, vol. 5, n°1, pp. 85–106.
467. McGee Terry, « The emergence of *desakota* regions in Asia : expanding a hypothesis », pp.3-25, dans Norton Ginsburg, Bruce Koppel et Terry McGee, *The extended metropolis. Settlement transition in Asia*, Honolulu, University of Hawaii Press, 339 pages.
468. Meng Wei et Su Qin, 2009, « Lishi chengzhen lei luyou di jumin jiao puhao fenhua ji cedu yi zhouzhuang weili », [Stratifications et mesures sur la préférence des résidents de la destination touristique des bourgs historiques : l'exemple de Zhouzhuang], *Luyou xuekan*, vol. 24, n°5, pp. 54-60.
469. Merlot Patrice, 2012, « Édito. Les classes moyennes dans les pays émergents », p.1, Paris, La Documentation Française, 64 pages.
470. Merlot Patrice, 2014, « Édito. Les pays émergents », », p.1, Paris, La Documentation Française, 66 pages.
471. Meyer Claude, 2014, *La Chine banquier du monde*, Paris, Fayard, 359 pages.
472. Micoud André, 2002, « Éternelles campagnes ? », *Écologie & politique*, n°26, pp. 75-87.
473. Micoud André, 2004, « Des patrimoines aux territoires durables. Ethnologie et écologie dans les campagnes françaises », *Ethnologie française*, vol.34, n°1, p. 13-22.
474. Milhaud Stéphane, 2013, *Les petites villes, de nouveaux centres pour le développement territorial chinois. L'exemple de la province du Zhejiang*, thèse en géographie, sous la direction de Thierry Sanjuan, université Paris 1 Panthéon-Sorbonne, 357 pages.
475. Mills C. Wright, 1951, *White collar. The American middle classes*, Oxford University Press, 412 pages.
476. Minhang qu ditu, 2009 [Carte de l'arrondissement de Minhang], *Shanghai fenqu ditu* [Carte par arrondissement de Shanghai], Shanghai, Zhonghua ditu xue chubanshe.
477. Miossec Jean-Marie, 1977, « Un modèle de l'espace touristique », *L'Espace géographique*, tome 6, n°1, pp. 41-48.
478. Mirloup Joël, 1984, « Tourisme et loisirs en milieux urbain et périurbain en France », *Annales de Géographie*, tome 93, n°520, pp. 704-718.
479. Mirloup Joël, 2004, « Les régions péri-métropolitaines : géo-sémantique et approche systémique », *Annales de Géographie*, tome 113, n°640, pp. 626-644.
480. Mission économique de Chine, 2006, *La classe moyen chinoise : évaluation et perspectives*, en ligne : [http://docs.china-europa-forum.net/missioneco\\_classe\\_moyenne.pdf](http://docs.china-europa-forum.net/missioneco_classe_moyenne.pdf)
481. MIT, 2000a, « De la mise en tourisme des lieux », *Mappemonde*, n°57, vol. 1,1 page. <http://www.mgm.fr/PUB/Mappemonde/M100/Knafou.pdf>
482. MIT, 2000b, « La mise en tourisme des lieux : un outil de diagnostic », *Mappemonde*, n°57, vol. 1, 4 pages. <http://www.mgm.fr/PUB/Mappemonde/M100/MIT.pdf>
483. MIT, 2005, *Tourismes 2, Moments de lieux*, Paris, Belin, 349 pages.
484. MIT, 2008, *Tourismes 1, Lieux communs*, Paris, 2<sup>ème</sup> édition, Belin, 320 pages.
485. MIT, 2011, *Tourismes 3, La révolution durable*, Paris, Belin, 332 pages.
486. Mondou Véronique et Violier Philippe, 2009, « Projets, pratiques et lieux touristiques, quelles relations ? » *Mappemonde*, vol. 2, n°94. En ligne, <http://mappemonde.mgm.fr/num22/articles/art09201.pdf>
487. Monin Etienne, 2015, *Formation agraire, nouveaux modèles agricoles et encadrements métropolitains à Shanghai*, thèse de doctorat en géographie, sous la direction de Thierry Sanjuan, 2 volumes, 760 pages.
488. Monsavoir Magali, 2008, « Le tourisme à la campagne. L'origine comme source de devenir », *Cahiers Espaces*, n° 98, pp. 35-40.
489. Monteil Amandine et Vermander Benoît, 2012, « La Chine, géant vert sans « pieds d'argile » », *Projet*, vol.1, n° 326, pp. 18-25.
490. Mora Olivier, (dir.), 2008, *Les nouvelles ruralités à l'horizon 2030*, Versailles, 112 pages.
491. Moriconi-Ébrard François, 2003, « Modèle », pp. 626-629, dans Lévy Jacques, Lussault Michel, *Dictionnaire de la géographie et de l'espace des sociétés*, Paris, Belin, 1034 pages.
492. Morin Edgar, 2008, *L'esprit du temps*, Paris, Armand Colin, 218 pages.
493. Moser Günter, 2009, « Die Strukturreformen des chinesischen Statistiksystems », *Journal of Current Chinese Affairs*, vol.38, n°1, pp.181-201.
494. Myttenaere De Bernard, 2007, « L'agritourisme en Région Wallonne : une approche par les motivations des agriculteurs », pp. 49-62, dans Yvon Le Caro, Philippe Madeline et Geneviève Pierre, (dir.), *Agriculteurs et territoires : pratiques et projets*, Presses Universitaires de Rennes, 270 pages.
- N.**
495. Nacima Baron-Yelles, 1999, *Le tourisme en France. Territoires et stratégies*, Paris, Armand Colin, 224 pages.
496. Nanhui qu ditu, 2009 [Carte de l'arrondissement de Nanhui], *Shanghai fenqu ditu* [Carte par arrondissement de Shanghai], Shanghai, Zhonghua ditu xue chubanshe, 2009.

497. Naughton Barry, 2007, *The Chinese Economy: Transition and Growth*, Cambridge/London, The MIT Press, 528 pages.
498. Nicole Vandier-Nicolas, 1982, *Esthétique et peinture de paysage en Chine (des origines aux Song)*, Paris, Klincksieck, 147 pages.
499. Nie Xianzhong, (dir.), 2009, *Quyú lǚyóu yè kǒngjiàn jījū. Yì chángsǎnjiào dìqū wèilì*, [Étude sur le tourisme régional. L'exemple du delta du Yangzi], Pékin, Shehui kexue wenxian chubanshe, 250 pages.
500. Nora Pierre, (dir.), 1997, *Les lieux de mémoire*, Tome 1, Paris, Gallimard, 1642 pages.
501. Norton Ginsburg, 1991, « Extended Metropolitan Regions in Asia: A new Spatial Paradigm », pp.27-46 dans Norton Ginsburg, Bruce Koppel et T. C. McGee, *The extended metropolis. Settlement transition in Asia*, Honolulu, University of Hawaii Press, 339 pages.
502. Nyíri Pal, 2006, *Scenic spots. Chinese tourism, the state, and cultural authority*, Seattle and London, University of Washington press, 135 pages.
503. Nyíri Pal, 2010, *Mobility and Cultural Authority in Contemporary China*, Washington University Press, 224 pages.

## O.

504. Oakes Tim, 1998, *Tourism and modernity in China*, Routledge, London, 252 pages.
505. Obringer Frédéric, 2006, « Alimentation », pp. 6-7, dans Sanjuan Thierry, (dir.), *Dictionnaire de la Chine contemporaine*, Paris Armand Colin, 304 pages.
506. Obringer Frédéric, 2006, « Environnement », pp.95-97, dans Sanjuan Thierry, (dir.), *Dictionnaire de la Chine contemporaine*, Paris, Armand Colin, 304 pages.
507. OCDE, 2005, *Études économiques de la Chine*, rapport de synthèse, 11 pages.
508. OCDE, 2009, *Examens des politiques rurales : Chine*, rapport de synthèse, 8 pages.
509. OMT, 2006, *Mega-trends of tourism in Asia-Pacific*, 25 pages.
510. OMT, 2008, *International Forum on Rural Tourism – Final Report*, Guiyang, 254 pages.
511. OMT, 2012, Rapport annuel 2012, 82 pages. En ligne, <http://www2.unwto.org/publication/unwto-annual-report-2012>.
512. OMT, 2014, Rapport annuel 2014, 88 pages. En ligne, [http://dtxqt4w60xqpw.cloudfront.net/sites/all/files/pdf/unwto\\_annual\\_report\\_2014.pdf](http://dtxqt4w60xqpw.cloudfront.net/sites/all/files/pdf/unwto_annual_report_2014.pdf)
513. Opoczynski Marie, 2011, « Jean-Didier Urbain, L'envie du monde », *Lectures*, en ligne : <http://lectures.revues.org/5920>
514. Oredgebe Abayomi et Fadeyibi Isaac, 2009, *Diversification into farm tourism*, working paper, University of Ottawa, Ontario, 14 pages.
515. Origet du Cluzeau Claude et Viceriat Patrick, 2009, *Le tourisme des années 2020. Des clés pour agir*, La Documentation Française, Conseil National du Tourisme, rapport, 201 pages.
516. Oudiette Virginie, 1987, *Le tourisme International : un champ d'observation privilégié de la mutation chinoise*, Thèse de doctorat de troisième cycle, Université Paris 7 Diderot, 386 pages.

## P.

517. Pan Shunnan, 2009, *Zhongguo xiangcun lǚyóu qudong jizhi yu kaifa moshi yanjiu*, [Recherche sur les modèles de développement et les mécanismes du tourisme rural en Chine], Pékin, Edition des Sciences économiques, 269 pages.
518. Papineau Elisabeth, 2000, *Le jeu dans la Chine contemporaine : mah-jong, jeu de go et autres loisirs*, Paris, L'Harmattan, 298 pages.
519. Papineau Elisabeth, 2006, « Jeu », p.140, dans Sanjuan Thierry, (dir.), *Dictionnaire de la Chine contemporaine*, Paris, Armand Colin, 304 pages.
520. Paquot Thierry et Michel Lussault, 2003, « Utopie », pp. 969-971, dans Lévy Jacques et Lussault Michel, (dir.), *Dictionnaire de géographie et de l'espace des sociétés*, Paris, Belin, 1034 pages.
521. Paquot Thierry, 2007, *Utopies et utopistes*, Paris, La Découverte, 128 pages.
522. Paquot Thierry, 2010, « Préface », pp. 3-12, dans Salomon Cavin Joëlle et Marchand Bernard, (dir.), *Antiurbain. Origines et conséquences de l'urbaphobie*, Lausanne, Presses polytechniques et universitaires romandes, 329 pages.
523. Parish William et Whyte Martin, 1984, *Urban Life in Contemporary China*, University of Chicago Press, Chicago, 415 pages.
524. Park Choong-Hwan, 2014, « Nongjiale Tourism and Contested Space in Rural China », *Modern China*, vol. 40, n°5, pp. 519-548.
525. Parkes Graham, 2004, « "La Pensée des Rochers ? La Vie des Pierres " Réflexions sur une passion chinoise », *Diogène*, vol.3, n° 207, pp. 95-111.
526. Pearce Douglas, 1981, « L'espace touristique de la grande ville [Éléments de synthèse et application à Christchurch (Nouvelle Zélande)] », *L'Espace géographique*, tome 10, n°3, pp. 207-213.

527. Pecqueur Bernard, 1996, *Dynamiques territoriales et mutations économiques*, Paris, L'Harmattan, 246 pages.
528. Perrin Claire, 2007, « L'agritourisme périurbain dans les collines de Toscane centrale », Actes du colloque "Les agricultures périurbaines, un enjeu pour la ville : vers des projets de territoire, 11 pages.
529. Peyvel Emmanuelle et Gibert Marie, 2012, « " Ɖi choi Ɖi ! ". « Allons-nous amuser ! » », *Échogéo*, n°21. En ligne : <http://echogeo.revues.org/13177>.
530. Peyvel Emmanuelle, 2009, *L'émergence du tourisme domestique au Vietnam : lieux, pratiques et imaginaires*, thèse de géographie, sous la direction de Jean-Christophe Gay, Université de Nice-Sophia Antipolis, 405 pages.
531. Picard Michel et Michaud Jean, (dir.), 2001, « Tourisme et sociétés locales », vol. 25, n°2, pp.5-13.
532. Picard Michel, 1992, *Bali. Tourisme culturel et culture touristique*, Paris, L'Harmattan, 216 pages.
533. Picoche Jacqueline, 1993, *Didactique du vocabulaire français*, Paris, Nathan, 106 pages.
534. Pimpaneau Jacques, 2004, *Chine : Culture et traditions*, Paris, Philippe Picquier, 400 pages.
535. Pinol Jean-Luc, 1992, *Le monde des villes au XIXe siècle*, Paris, Hachette, 230 pages.
536. *Plan d'action 2009-2010 pour la coopération sino-française relative au village pilote de Tangmo (Huangshan – Huizhou)*, 2009, 12 pages.
537. Platt Jennifer, 1983, « The Development of the « Participant Observation » Method in Sociology: Origin Myth and History », *Journal of the History of the Behavioral Sciences*, n°19, pp. 379-393.
538. Plet Françoise, 2003, « Développement local », pp. 251-253, dans Lévy Jacques et Lussault Michel, *Dictionnaire de la géographie et de l'espace des sociétés*, Paris, Belin, 1034 pages.
539. Po Lanchih, 2008, « Redefining rural collectives in China: land conversion and the emergence of rural shareholding co-operatives », *Urban Studies*, vol. 45, n°8, pp. 1603–1623.
540. Pradel Benjamin, 2010, *Rendez-vous en ville ! Urbanisme temporaire et urbanité événementielle : les nouveaux rythmes collectifs*, thèse de doctorat en sociologie sous la direction de Godard Francis et Massot Marie-Hélène, Université Paris-Est-Marne-la-Vallée, 551 pages.
541. *Pudong qu ditu*, 2009 [Carte de l'arrondissement de Pudong], *Shanghai fenqu ditu* [Carte par arrondissement de Shanghai], Shanghai, Zhonghua ditu xue chubanshe.
542. Pumain Denise, 2004, « Cognition », *Hypergéogé*, en ligne : <http://www.hypergeo.eu/spip.php?article48>

## Q.

543. Qin Xue, 2008, « *Zhongguo xiangcun lüyou de kongjian fenbu geju jiqi youhua* », [Régulation et modèle de distribution du tourisme rural en Chine], *Nongye xiandaihua yanjiu*, vol. 29, n°6, pp. 715-718.
544. *Qingpu qu ditu*, 2009, [Carte de l'arrondissement de Qingpu], *Shanghai fenqu ditu* [Carte par arrondissement de Shanghai], Shanghai, Zhonghua ditu xue chubanshe.
545. Quertamp Fanny, 2010, « La périurbanisation de Hanoi. Dynamiques de la transition urbaine vietnamienne et métropolisation », *Annales de géographie*, vol.1 n° 671-672, p. 93-119.

## R.

546. Raffestin Claude, 1980, *Pour une géographie du pouvoir*, Paris, Librairie technique, 249 pages.
547. Raison Jean-Pierre, 1993, « Trente ans, trois phases de la géographie rurale dans les pays tropicaux », pp. 135-159, dans GEMDEV, *L'état des savoirs sur le développement*, Karthala, 229 pages.
548. Rapport annuel sur le développement du tourisme en Chine, 2011-2012, *zhongguo lüyou fazhan nian du baogao shuxi, 2011-2012*, Centre de recherche sur le tourisme en Chine (*zhongguo lüyou yanjiuyuan*), 170 pages.
549. Rapport de coopération avec la province de l'Anhui, 2009, *Coopération avec la Province de l'Anhui, Huangshan, Chine*, 4 pages.
550. Rapsim, 2003, *Comprendre l'itinérance*, Réseau d'aide aux personnes seules et itinérantes de Montréal, rapport, 24 pages.
551. Rauch André, 2002, « Le tourisme ou la construction de l'étrangeté », *Ethnologie française*, n°2, pp. 389-392.
552. Raymond Nathalie, 2004, « Los interrogantes que plantea América latina al estudio del fenómeno turístico », *Trace*, n°45, pp.11-31.
553. Réau Bertrand et Poupeau Franck, 2007, « L'enchantement du monde touristique », *Actes de la recherche en sciences sociales*, vol.5, n° 170, pp. 4-13.
554. Remoiville Julie, 2014, « Le renouveau religieux en Chine contemporaine : le rôle social des lieux de culte en contexte urbain », *Études chinoises*, vol. XXXIII, n°1, pp. 133-146.
555. Ren Mei'e, 1989, *Géographie physique de la Chine*, Pékin, Presse des langues étrangères, 482 pages.
556. Ren Yi, 2011, *La coopérative en participation : une nouvelle forme de l'économie collective en Chine rurale*, thèse de doctorat en économie, sous la direction de Thierry Pairault, EHESS, 334 pages.
557. Renard Mary-Françoise, 2006, « Consommation », pp. 48-49, dans Sanjuan Thierry, (dir.), *Dictionnaire de la chine contemporaine*, Paris, Armand Colin, 2006, 304 pages.
558. Reynaud Alain, 1995, « Centre et périphérie », pp. 583-600, dans Bailly Antoine et al., *Encyclopédie de géographie*, Paris, Economica, 1168 pages.



- 559.Rieutort Laurent, 2012, « Du rural aux nouvelles ruralités », *Revue internationale d'éducation de Sèvres*, n° 59, pp.43-52.
- 560.Roberts Lesley and Hall Derek, 2001, *Rural tourism and recreation: principles to practice*, Wallingford: CAB International, 324 pages.
- 561.Rocca Jean-Louis, (dir.), 2008, *La société chinoise vue par les sociologues, migration, villes, classes moyennes, drogue, sida*, Presses Sciences Po, 300 pages.
- 562.Rocca Jean-Louis, 2010, *Une sociologie de la Chine*, Paris, La Découverte, 125 pages.
- 563.Rodriguez Gutierrez Lucas *et al.*, 2011, « From Farm to Rural Hostel: New Opportunities and Challenges Associated with Tourism Expansion in Daxi, a Village in Anji County, Zhejiang, China », *Sustainability*, n°3, pp.306-321.
- 564.Rosenberg Lior, 2013, « L'urbanisation des zones rurales », *Perspectives chinoises*, vol.3, pp 69-78.
- 565.Roux Alain, 2009, « Mao, objet historique », *Vingtième Siècle. Revue d'histoire*, vol.1, n° 101, pp. 95-108.
- 566.Ruby Christian, 2003, « Modernité, pp. 631-633, dans Lévy Jacques et Lussault Michel, (dir.), *Dictionnaire de la géographie et de l'espace des sociétés*, Paris, Belin, 1034 pages.
- 567.Ruppert, Karl, 1983, « Les loisirs non touristiques et leur influence sur l'organisation de l'espace », *Norois*, n°120, pp 503-510.
- 568.Ryan Chris *et al.*, 2009, « Community Participation and Social Impacts of Tourism », pp. 239–258, dans Ryan Chris et Gu Huimin, (dir.), *Tourism in China: Destination, Cultures and Communities*, Routledge, London, 400 pages.
- 569.Ryan Chris et Gu Huimin, (dir.), *Tourism in China, destination, cultures and communities*, New York, Londres, Routledge, 2009, 400 pages.
- 570.Ryan Chris et Gu Huimin, 2009, « Hongcun and Xidi. Rural Township's Experiences of Tourism », pp. 260-267, dans Ryan Chris et Gu Huimin, (dir.), *Tourism in China: Destination, Cultures and Communities*, Routledge, London, 400 pages.

## S.

- 571.Sabban Françoise, 2006, « Gastronomie », pp.116-117, dans Sanjuan Thierry, (dir.), *Dictionnaire de la Chine contemporaine*, Paris Armand Colin, 304 pages.
- 572.Sabban Françoise, 2012, « Histoire de l'alimentation chinoise : bilan bibliographique (1911-2011) » *Food & History*, vol. 10, n° 2, pp. 103–129.
- 573.Sacareau Isabelle, 2006, *Tourismes et sociétés en développement : une approche géographique appliquée aux montagnes et aux sociétés du Sud*, Habilitation à Diriger des recherches, Université Paris 1 Panthéon-Sorbonne, volume 3, 385 pages.
- 574.Salomon Cavin Joëlle et Marchand, (dir.), 2010, *Antiurbain. Origines et conséquences de l'urbaphobie*, Lausanne, Presses polytechniques et universitaires romandes, 329 pages.
- 575.Salomon Cavin Joëlle, 2010, « Introduction. Idéologie et sentiment », pp.13-24, dans Salomon Cavin Joëlle et Marchand Bernard, (dir.), *Antiurbain. Origines et conséquences de l'urbaphobie*, Lausanne, Presses polytechniques et universitaires romandes, 329 pages.
- 576.Sanjuan Thierry, (dir.), 2003, *Les grands hôtels en Asie. Modernité, dynamiques urbaines et sociabilités*, Paris, Publications de la Sorbonne, 272 pages.
- 577.Sanjuan Thierry, (dir.), 2006, *Dictionnaire de la chine contemporaine*, Armand Colin, Paris, 304 pages.
- 578.Sanjuan Thierry, (dir.), 2006a, « Préface - La Chine contemporaine », pp. 9-14, *Dictionnaire de la chine contemporaine*, Paris, Armand Colin, 304 pages.
- 579.Sanjuan Thierry, (dir.), 2008, *Carnet de terrain et aires culturelles*, Paris, L'Harmattan, 244 pages.
- 580.Sanjuan Thierry, (dir.), 2016, *La Chine, la modernisation encadrée d'un territoire global, Géococonfluences*, En ligne : <http://geoconfluences.ens-lyon.fr/informations-scientifiques/dossiers-regionaux/la-chine>
- 581.Sanjuan Thierry, 1996, *Le delta de la rivière des Perles : développement et construction régionale dans la province du Guangdong (République populaire de Chine), 1980-1992*, thèse de doctorat en géographie, sous la direction de Paul Claval, Université Paris 4 Paris Sorbonne, 506 pages.
- 582.Sanjuan Thierry, 2002, « En deçà du « religieux » chinois » *Réflexions sur les valeurs, l'espace et l'organisation sociale en Chine continentale*, *Hérodote*, vol.3, n°106, pp. 123-132.
- 583.Sanjuan Thierry, 2004, *La Chine en recomposition : pouvoirs territoriaux, dynamiques urbaines et globalisation*. Habilitation à diriger des recherches en géographie, Université Paris 1 Panthéon-Sorbonne, 3 tomes : 75, 229 et 233 pages.
- 584.Sanjuan Thierry, 2006b, « Mégalopole », pp. 156-157 dans Sanjuan Thierry, (dir.), *Dictionnaire de la chine contemporaine*, Paris, Armand Colin, 304 pages.
- 585.Sanjuan Thierry, 2006c, « Ouverture (lieu de l') », pp. 181-182, dans Sanjuan Thierry, (dir.), 2006, *Dictionnaire de la chine contemporaine*, Paris, Armand Colin, 304 pages.
- 586.Sanjuan Thierry, 2007, « Approcher les dynamiques régionales en Chine », Paris, *Hérodote*, n° 125, pp. 157-185.

- 587.Sanjuan Thierry, 2007a, *Atlas de la Chine. Les mutations accélérées*, Autrement, 80 pages.
- 588.Sanjuan Thierry, 2009, *Atlas de Shanghai*, Paris, Autrement, 88 pages.
- 589.Sanjuan Thierry, 2010, *La Chine et le monde Chinois. Une géopolitique des territoires*, Paris, Armand Colin, 384 pages.
- 590.Sanjuan Thierry, 2011, « Les nouvelles relations ville-campagne en Chine aujourd'hui », pp. 217-228, dans Guibert Martine et Jean Yves, (dir.), *Dynamiques des espaces ruraux dans le monde*, Paris, Armand Colin, 407 pages.
- 591.Sanjuan Thierry, 2011a, « Chine, l'empire post-réformes », *Historiens et géographes*, n° 416, pp. 175-182.
- 592.Sanjuan Thierry, 2012, « Le périurbain chinois à l'heure de la globalisation », Paris, Réseau Asie, FMSH-CNRS, 4 pages, en ligne : <http://www.gis-reseau-asie.org/les-articles-du-mois/periurbain-chinois-globalisation-thierry-sanjuan>
- 593.Sanjuan Thierry, 2015, *Atlas de la Chine contemporaine, une puissance sous tension*, Paris, Autrement, 3<sup>ème</sup> édition, 96 pages.
- 594.Saskia Cousin et Bertrand Réau, 2013, *Sociologie du tourisme*, Paris, La Découverte, 126 pages.
- 595.Schwoob Marie-Hélène, 2014, « Modernisation agricole chinoise, entre domination d'un modèle et émergence d'alternatives durables », Working Paper, IDDRI, Sciences Po, vol.14, n°6, 20 pages.
- 596.Selim Monique et Hours Bernard, 2009, « Le travail social en Chine : une enquête anthropologique » (enquête), *Terrains & travaux*, vol.2, n° 16, pp. 11-29.
- 597.Sencébé Yannick, 2011, « Multi(ples) appartenances en milieu rural », *Informations sociales*, vol.2, n° 164, pp. 36-42.
- 598.Sgard Jérôme, 2008, « Qu'est-ce qu'un pays émergent ? », pp. 41-54, dans Jaffrelot Christophe, *L'enjeu mondial. Les pays émergents*, Presses de Sciences Po, 350 pages.
- 599.*Shanghai chengshi jiaotong tu*, 2007 [Carte de la ville et des réseaux de transports de Shanghai]. Shanghai, Shanghai kexue jishu chubanshe.
- 600.Shanghai Daily, 2012, *5.8 million sweep tombs in record Qingming turnout, le 5/04/2012*.
- 601.*Shanghai liyou tu*, 2009 [Carte touristique de Shanghai], Zhongguo ditu chubanshe.
- 602.*Shanghai nongye liyou zhinan*, 2011, [Guide de l'agritourisme dans la municipalité de Shanghai], Comité agricole de la municipalité de Shanghai, 236 pages.
- 603.*Shanghai shi ditu*, 2007 [Carte de la municipalité de Shanghai], Pékin, Xingqiu ditu chubanshe.
- 604.Shao Qiwei, 2007, « Fazhan Xiangcun Lüyou Cujin Xin Nongcun Jianshe » [Développer le tourisme rural, Accélérer la construction des nouvelles campagnes], en ligne : [http://www.gov.cn/jrzq/2007-01/01/content\\_485625.htm](http://www.gov.cn/jrzq/2007-01/01/content_485625.htm).
- 605.Shao Qiwei, 2007, *Cujin xin nongcun jianshe yu fazhan xiangcun liyou*, [Développer le tourisme rural et promouvoir la construction des nouvelles campagnes], Pékin, *Qiushi*, n°1, pp. 42-44
- 606.Sharpley Richard et Jepson Deborah, 2011, « Rural tourism: A spiritual experience? », *Annals of Tourism Research*, vol. 38, n° 1, pp. 52-71.
- 607.Sharpley Richard et Roberts Lesley, 2004, « Rural Tourism — 10 Years On International », *International Journal of Tourism Research*, vol. 6, pp.119-124.
- 608.Shen Wei-Cheng et Kesteloot Christian, 1986, « Le développement des villes et l'urbanisation en Chine rurale », *Espace, populations, sociétés*, n°3, pp. 131-136.
- 609.Simmel Georg, 1918, *Sociologie et épistémologie*, Paris, PUF, 1<sup>ère</sup> édition 1918, 239 pages.
- 610.Sion Jules, 1929, *Asie des moussons*, Paris, Hachette, Géographie universelle, publiée sous la direction de Paul Vidal de La Blache et Lucien Gallois, tome 9, 2 volumes, 548 pages.
- 611.Skinner William, 1997, «The city in late imperial China », Stanford University Press, Stanford, 718 pages.
- 612.Sofield Trevor et Li Fung Mei, 1997, « Rural Tourism in China: development issues and perspectives », pp. 120-139, dans Page S. J. and Getz D., *The Business of rural tourism: International Perspectives, Tourism & Hospitality Management*, London, Boston, 180 pages.
- 613.Sofield Trevor et Li, Fung Mei, 1998, «Tourism development and cultural policies in China», *Annals of tourism research*, vol. 25, n°2, pp. 362-392.
- 614.*Songjiang qu ditu*, 2008 [Carte de l'arrondissement de Songjiang], *Shanghai fenqu ditu* [Carte par arrondissement de Shanghai], Shanghai, Zhonghua ditu xue chubanshe.
- 615.Sophie Le Floch *et al.*, 2005, « La « fermeture du paysage » : au-delà du phénomène, petite chronique d'une construction sociale », *L'Espace géographique*, vol.1, tome 34, pp. 49-64.
- 616.Soulé Bastien, 2007, « Observation participante ou participation observante ? Usages et justifications de la notion de participation observante en sciences sociales », *Recherches Qualitatives – vol. 27*, n°1, pp. 127-140.
- 617.Stabler Michael J., 1988, « The image of destination regions: Theoretical and empirical aspects », pp. 133-161, dans Goodall Brian et Ashworth Gregory, (dir.), *Marketing in the Tourism Industry: The Promotion of Destination Regions*, London, Routledge, 256 pages.
- 618.Staszak Jean-François, 2003, « Carte mentale », pp.132-133, dans Lévy Jacques et Lussault Michel, (dir.), *Dictionnaire de la géographie et de l'espace des sociétés*, Paris, Belin, 1034 pages.

619. Staszak Jean-François, 2003a, « Espace vécu », p.340, dans Lévy Jacques et Lussault Michel, (dir.), *Dictionnaire de géographie et de l'espace des sociétés*, Paris, Belin, 1034 pages.
620. Staszak Jean-François, 2003b, « Représentation de l'espace » p.792, dans Lévy Jacques et Lussault Michel, (dir.), *Dictionnaire de géographie et de l'espace des sociétés*, Paris, Belin, 1034 pages.
621. Stéphane Milhaud, 2014, « Les petites villes, de nouveaux centres pour le développement territorial chinois », *EchoGéo*, n°27, en ligne : <http://echogeo.revues.org/13730>.
622. Stock Mathis, 2001, *Mobilités géographiques et pratiques des lieux : étude théorico-empirique à travers deux lieux touristiques anciennement constitués : Brighton & Hove (Royaume-Uni) et Garmisch-Partenkirchen (Allemagne)*, thèse de doctorat en géographie, université Paris 7 Diderot, 663 pages.
623. Stock Mathis, 2003, « Topophilia », p.930, dans Lévy Jacques et Lussault Michel, (dir.), *Dictionnaire de géographie et de l'espace des sociétés*, Paris, Belin, 1034 pages.
624. Stock Mathis, 2005, « Les sociétés à individus mobiles : vers un nouveau mode d'habiter ? », *Espaces temps*, Travaux, en ligne : <http://www.espacestems.net/articles/societes-individus-mobiles/>
625. Stock Mathis, 2006, « L'hypothèse de l'habiter poly-topique : pratiquer les lieux géographiques dans les sociétés à individus mobiles », *Espaces temps*, Travaux, en ligne : <http://www.espacestems.net/articles/hypothese-habiter-polytopique/>
626. Stock Mathis, 2007, « European Cities: Towards a Recreational Turn? », *Hagar, Studies in Culture, Polity and Identities*, vol.7, n°1, pp.115-134.
627. Strizzi Nicolino, 2002, *China's Tourism Markets: an Overview of Trends, Developments and Prospects*, Travel Log, Canada, 2002, 12 pages.
628. Su Baoren, 2012 « Developing Rural Tourism: The PAT and "Nongjiale" Tourism in China », *International Journal of Tourism Research*, vol.15, n°6, pp.611-619.
629. Su Bin, 2011, « Rural tourism in China », *Tourism Management*, vol. 32, pp.1438-1441.
630. Su Fubing, 2008, *Land market in china's modernization: regulations, challenges and reforms*, working paper, 17 pages.
631. Su Minzi, 2009, *China's Rural Development Policy: Exploring the « New Socialist Countryside »*, Boulder, First Forum Press, 203 pages.
632. Sun Qianyan, 2013, *Les pratiques touristiques en voyage auto-organisé en Chine*, thèse de doctorat en géographie, sous la direction de Philippe Violier, Université d'Angers, 350 pages.

## T.

633. Tabarly Sylviane et Doceul Marie-Christine, 2011, « Pratiques touristique », *Géoconfluences*, en ligne : <http://geoconfluences.ens-lyon.fr/glossaire/pratiques-touristiques>.
634. Tabarly Sylviane et Doceul Marie-Christine, 2013, « Impacts (économiques et sociaux) du tourisme », en ligne, <http://geoconfluences.ens-lyon.fr/glossaire/impacts-economiques-societaux>.
635. Tabarly Sylvie *et al.*, 2013, « Carte mentale », *Geoconfluences*. <http://geoconfluences.ens-lyon.fr/glossaire/carte-mentale>
636. Tang Xianmin, (dir.), 2011, « Changsanjiao de weilai : jiyu yu tiaozhan », [Futur du delta du Yangzi : opportunités et défis], Pékin, Editions du Peuple, 507 pages.
637. Tao Xiaofan, 2006, *Réflexions sur les termes urbains chinois à travers une étude des villes dans leurs espaces relationnels*, Master 2 de géographie, Université Paris 1 Panthéon-Sorbonne, sous la direction de Thierry Sanjuan, 91 pages.
638. Tao Xiaofan, 2012, *Le Yangzi, du fleuve à la région. Les recompositions spatiales de l'urbain et la politique d'aménagement d'un grand bassin hydrographique*, thèse de doctorat en géographie, sous la direction de Thierry Sanjuan, Université Paris 1 Panthéon-Sorbonne, 618 pages.
639. Taunay Benjamin et Violier Philippe, 2012, « L'émergence au prisme du tourisme chinois », *EchoGéo*, n°21, en ligne : <https://echogeo.revues.org/13190>
640. Taunay Benjamin, 2009, *Le Tourisme intérieur chinois : approche géographique à partir de provinces du sud-ouest de la Chine*, thèse de doctorat en géographie, sous la direction de Patrice Cosaert et d'Isabelle Sacareau, Université de La Rochelle, 471 pages.
641. Taunay Benjamin, 2010, « L'émergence d'une culture chinoise de la plage », *Espaces temps*, Travaux, en ligne : <http://www.espacestems.net/articles/emergence-culture-chinoise-plage/>.
642. Tchistiakova Elena et Cabanne Claude, 1997, « Tourisme citadin et tourisme rural en Russie », *Norois*, n°176, pp. 571-583.
643. Thureau Bertille, 2006 ? « L'agriculture dans une dynamique urbaine : » Négociations autour d'usages du territoire, *Géographie, économie, société*, n°3, vol. 8, pp. 351-368.
644. The World Bank, 2005, *World Development Indicators 2005*, The World Bank, Washington DC.
645. Thiesse Anne-Marie, 2001, *La création des identités nationales. Europe XVIIIème- XIXème siècles*, Paris, Seuil, 312 pages.

- 646.Thireau Isabelle et Hua Linshan, 2002, « À l'ombre des commerces en bordure de route », *Études rurales*, vol. 1, n° 161-162, pp. 109-127.
- 647.Thireau Isabelle et Hua Linshan, 2007, « Introduction », *Études rurales*, vol.1, n° 179, pp. 9-18.
- 648.Thireau Isabelle, 2002, « Introduction », *Études rurales*, vol.1, n° 161-162, pp. 9-16.
- 649.Thireau Isabelle, 2006a, « Face », p.103, dans Sanjuan Thierry, (dir.), *Dictionnaire de la Chine contemporaine*, Paris, Armand Colin, 304 pages.
- 650.Thireau Isabelle, 2006, « Relation interpersonnelle », pp. 217-218, dans Sanjuan Thierry, (dir.), *Dictionnaire de la Chine contemporaine*, Paris, Armand Colin, 304 pages.
- 651.Thireau Isabelle, 2006a, « Stratification sociale », pp. 240-242, dans Sanjuan Thierry, (dir.), *Dictionnaire de la chine contemporaine*, Paris, Armand Colin, 304 pages.
- 652.Thireau Isabelle, 2006b, « Organisation de paysans», p.176-177, dans Sanjuan Thierry, (dir.), *Dictionnaire de la chine contemporaine*, Paris, Armand Colin, 304 pages.
- 653.Thireau Isabelle, 2006c, « Villageois (Comité de)», p. 267, dans Sanjuan Thierry, (dir.), *Dictionnaire de la chine contemporaine*, Paris, Armand Colin, 304 pages.
- 654.Thøgersen Stig, 2009, « Revisiting a Dramatic Triangle: The State, Villagers, and Social Activists in Chinese Rural Reconstruction Projects », *Journal of Current Chinese Affairs*, vol.38, n°4, pp.9-33.
- 655.Thøgersen Stig, 2012, « Organizing Rural China: Political and Academic Discourses », pp. 35-50, dans Bislev Ane et Thøgersen Stig, 2012, *Organizing Rural China-Rural China Organizing*, Rowman & Littlefield, 248 pages.
- 656.Tiberghien Frédéric, 2001, « La place de l'homme dans la société internationale », *Revue internationale et stratégique*, vol.1, n° 41, p. 63-91.
- 657.Tisdell C. and Wen, J., 1991, « Foreign Tourism as an Element in PR China's Economic Development Strategy », *Tourism Management*, vol.12, n°1, pp.55-67.
- 658.Tissot Laurent, 2007, « Le tourisme : de l'utopie réalisée au cauchemar généralisé ? », *Entreprises et histoire*, vol.2, n° 47, pp. 5-10.
- 659.Torrente Pierre, 2004, *Mise en place d'outils et méthodes pour une structuration du tourisme dans un territoire*, Rapport, Erit (Équipe de recherche interdisciplinaire en tourisme), Toulouse, 81 pages.
- 660.Touraine Alain, 1992, *Critique de la modernité*, Fayard, 462 pages.
- 661.Trébinjac Sabine, 1990, « Que cent chants rivalisent, qu'une musique éclore, étude sur le traditionalisme d'État en Chine », *Archives européennes de sociologie*, vol. 31, n°1, pp.60-99.
- 662.Tsai H. C., 2007, « Agricultural globalization and rural tourism development in Taiwan », *Asian Journal of Management and Humanity Sciences*, vol. 2, n°1-4, pp. 1-13.
- 663.Tuan Yi-Fu, 1974, *Topophilia. A Study of Environmental Perception, Attitudes and Values*, Englewood Cliffs, Prentice-Halle, 260 pages.
- 664.Tuan Yi-Fu, 1977, *Space and Place: the perspective of experience*, Minneapolis: The University of Minnesota Press, 240 pages.
- 665.Turco Angelo, 2003, « Altérité », pp.58-59, dans Lévy Jacques et Lussault Michel, (dir.), *Dictionnaire de la géographie et de l'espace des sociétés*, Paris, Belin, 2003, 1034 pages.
- 666.Turner Luis et Ash John, 1975, *The golden hords : international tourism and the pleasure periphery*, London, Constable and Company Limited, 309 pages.
- 667.Turner Luis, 1976, « The International Division of Leisure, Tourism and the Third World», *Annals of tourism research*, vol. 4, n° 1, pp. 12-24.
- 668.Tyl Dominique, 2010, « La Chine en son miroir », *Projet*, vol.2, n° 315, p. 55-63.

## U.

- 669.Ubifrance, 2012, Fiche province Anhui-Chine, Consulat Général de France à Shanghai, 8 pages.
- 670.Ubifrance, 2012, Fiche province Zhejiang-Chine, Consulat Général de France à Shanghai, 11 pages.
- 671.Ubifrance, 2014, Fiche province Jiangsu-Chine, Consulat Général de France à Shanghai, 11 pages.
- 672.Ubifrance, 2014, Fiche province Shanghai-Chine, Consulat Général de France à Shanghai, 14 pages.
- 673.Université radiophonique et télévisuelle du Zhejiang, 2010, *Nongjiale jingyin yu guanli*, [Gestion et administration des gîtes], Hangzhou, Zhongguo linye chubanshe, 270 pages.
- 674.Urbain Jean-Didier, 1991, *L'idiot du voyage. Histoires de touristes*, Paris, Plon, 271 pages.
- 675.Urbain Jean-Didier, 2002, « Le résident secondaire, un touriste à part ? », *Ethnologie française*, n°2, pp. 515-520.
- 676.Urbain Jean-Didier, 2002a, *Paradis verts, désirs de campagnes et passions résidentielles*, Paris, Payot, 414 pages.
- 677.Urbain Jean-Didier, 2011, *L'envie du monde*, Paris, Bréal, 2011, 267 pages.
- 678.Urry John, 1990, *The Tourist Gaze*, Londres, Sage, 180 pages.

## V.

679. Vandermeersch Léon, 2003, « Le monde vu de Chine », *Hérodote*, vol.1, n°108, p. 43-68.
680. Vanhée Olivier, 2010, « Saskia Cousin, Bertrand Réau, Sociologie du tourisme », *Lectures*, en ligne : <http://lectures.revues.org/919>.
681. Vanier Martin, 2000, « Qu'est-ce que le tiers-espace ? » *Revue de Géographie Alpine*, n°1, pp. 104- 113.
682. Veblen Thorstein, 1970, *Théorie de la classe de loisir*, Paris, Gallimard, 270 pages.
683. Veltz Pierre, 1996, *Mondialisation, villes et territoires, l'économie d'archipel*, Paris, PUF, 288 pages.
684. Vermander Benoit, 2009, « Réveil religieux et sortie de la religion en Chine contemporaine », *Perspectives chinoises*, n°4, pp.4-17.
685. Véron Emmanuel, 2009, *La perception du rural par les citadins aujourd'hui en Chine : l'exemple de Shanghai*, Mémoire de Master 1, Université Paris 1 Panthéon-Sorbonne, sous la direction de Thierry Sanjuan, 140 pages.
686. Véron Emmanuel, 2010, *Le tourisme rural à la périphérie de Shanghai*, Mémoire de Master 2, Université Paris 1 Panthéon-Sorbonne, sous la direction de Thierry Sanjuan, 147 pages.
687. Véron Emmanuel, 2013, « Les espaces ruraux touristiques dans le delta du Yangzi, entre intégration ville-campagne et développement rural », *EchoGéo*, n°26, en ligne : <https://echogeo.revues.org/13607?lang=en>
688. Véron Emmanuel, 2014, « Recompositions rurales et tourisme périurbain dans la municipalité de Shanghai », pp.289-301, dans Chaléard Jean-Louis, (dir.), *Métropoles aux Suds. Le défi des périphéries ?*, Paris, Karthala, 444 pages.
689. Véron Emmanuel, 2014, *Des dessins pour interpréter les perceptions du rural par les citadins chinois aujourd'hui*. En ligne, <http://cafe-geo.net/des-dessins-pour-interpreter-les-perceptions-du-rural-par-les-citadins-chinois-aujourd'hui/>
690. Véron Emmanuel, 2016, « Nouvelles politiques de développement rural en Chine : vers de nouvelles normes d'aménagement dans les campagnes du delta du Yangzi », *L'Information géographique*, n°1, pp.1-17 (à paraître).
691. Vérot Olivier, 2014, *Décryptage des réseaux sociaux en Chine*. <http://www.journalducsm.com/2014/04/29/decryptage-reseaux-sociaux-en-chine-2725/>
692. Viard Jean, 2000, *Court traité sur les vacances, les voyages et l'hospitalité des lieux*, l'Aube, 174 pages.
693. Viard Jean, 2006, *Éloge de la mobilité*, l'Aube, La Tour d'Aigues, 208 pages.
694. Vidal Claire, 2014, « Savoir-faire et savoir-être bouddhiques dans la Chine contemporaine. Du court-métrage *Le pèlerinage du Putuoshan* », *Études chinoises*, vol. XXXIII-1, pp. 147-157.
695. Vincent Goossaert, 2004, « Le concept de religion en Chine et l'Occident », *Diogenes*, n°205, pp.11-21.
696. Violier Philippe *et al.*, 2008, « Conditions géographiques de l'individu contemporain », *EspacesTemps*, en ligne : <http://www.espacestemp.net/articles/conditions-geographiques-individu-contemporain/>
697. Violier Philippe et Mondou Véronique, 2009, « Projets, pratiques et lieux touristiques, quelles relations ? », *Mappemonde*, vol.2, n°94, en ligne : <http://mappemonde.mgm.fr/num22/articles/art09201.html>
698. Violier Philippe, 2007, « Tourisme et médias : regards d'un géographe », *Le Temps des médias*, vol.1, n° 8, pp. 159-170.
699. Violier Philippe, 2008, *Tourisme et développement local*, Paris, Belin, 192 pages.
700. Violier Philippe, 2014, « Un se divise en deux : tourisme et loisir dans les campagnes », Actes du colloque « Tourisme et Campagne », Ningbo, Fenghua, juin 2014, 8 pages.
701. Violier Philippe, 1995, « Tourisme diffus et Agritourisme dans l'ouest de la France », pp. 45-62, dans " Le Tourisme diffus ", Jamot C et Vitte Pierre, (dir.) Actes du Colloque de Clermont-Ferrand 1994 , Comité National de Géographie du Tourisme et des Loisirs, Université Blaise Pascal, Ceramac.
702. Vitte Pierre, 1998, « Tourisme en espace rural : le territoire à l'épreuve », *Revue de géographie alpine*, n°3, pp. 69-85.
703. Volle Aurélie, 2006, « Tourisme et développement local en terre mapuche (Chili): une approche culturelle des territoires », *L'Information géographique*, n°2, vol. 70, pp. 110-115.
704. Volvey Anne, 2003, « Terrain », pp.904-905, dans Lévy Jacques et Lussault Michel, *Dictionnaire de la géographie et de l'espace des sociétés*, Paris, Belin, 1034 pages.

## W.

705. Wanfang data <http://s.wanfangdata.com.cn/>
706. Wang Foguang, 2010, *Zhongguo chengxiang yitihua Lanpishu* [Livre bleu de l'intégration ville-campagne en Chine], Pékin, 329 pages.
707. Wang Guangtao, 2015, *The State of China' Cities 2014/2015*, Pékin, China City Press, 129 pages.
708. Wang Lin, 2009, « Xiangcun liuyou shequ wenhua yichan de jingying zhili », [A propos de la gestion des élites du patrimoine culturel dans les communautés du tourisme rural], *Liuyou xuekan*, vol. 24, n°5, pp. 67-71.
709. Wang Lin-En *et al.*, 2013, « Rural tourism development in China : Principles, Models and the Future », *Journal of Mountain Science*, vol. 10, n°1, pp. 116-129.
710. Wang Manqin, 2007, *Zhongguo xiangcun liuyou kechixu fazhan wenti yanjiu* [Étude sur le développement durable du tourisme rural en Chine], Harbin, Édition du peuple du Heilongjiang, 243 pages.

711. Wang Mei, 2006, *Nongjiale jingying miji*, [Livre sur les secrets de la gestion des Nongjiale], Pékin, Lüyou jiaoyu chubanshe, 241 pages.
712. Wang Wei, 2007, *Poèmes pastoraux*, Traduit et présenté par Wang Chia-Yu, Librairie You Feng, 168 pages.
713. Wang Yanli *et al.*, 2008, « Xin nongcun jianshe Pékin xia xiangcun lüyou kongjian zuzhi leixing jiqi jianshe », [Types d'organisation spatiale du tourisme rural et construction de la nouvelle campagne], *Nongye xiandaihua yanjiu*, Research of agricultural modernization, Pékin, vol. 29, n°3, pp 347-349.
714. Wang Yuncai et Li Fei, 2005, « Jiangnan liu zhen lüyou kaifa liyong moshi de duibi yanjiu », [Étude comparative du développement et de l'utilisation des six villages d'eau du Jiangnan], *Lüyou xuekan*, vol. 14, n°6, pp 32-38.
715. Wang Ziming, 2011, « Tuijin chengxiang tongdeng ti sheng xiangcun lüyou fazhan zhiliang », [Promouvoir les systèmes urbains et ruraux pour améliorer la qualité du développement du tourisme rural], *Lüyou xuekan*, vol.26, n°10, pp.6-8.
716. Wei Min, 2010, « Lüyou guihua », [Aménagement du tourisme], Dalian, Dongbei caijing daxue chubanshe, 356 pages.
717. Wei Zou, 2003, « Les métamorphoses des entreprises rurales », *Perspectives chinoises*, n°79, en ligne : <http://perspectiveschinoises.revues.org/176>
718. Wen Julie Jie et Tisdell Clement, 1997, « Regional Inequality and Tourism Distribution in China », *Pacific Tourism Review* vol.1, n°1, pp.119-128.
719. Wen Julie Jie et Tisdell Clement, 2001, *Tourism and China's Development: Policies, Regional Economic Growth and Ecotourism*, World Scientific, Singapore, 393 pages.
720. Will Pierre-Etienne, 2004, « La durée, l'espace et le temps », pp. 113-123, dans Gentelle Pierre, (dir.), *Chine, peuples et civilisation*, Paris, La Découverte, 224 pages.
721. William Charles Alfred Speed, 2006, *Chinese Symbolism and Arts Motifs*, Tokyo, Rutland, Singapore, Tuttle, 4<sup>ème</sup> Edition, 384 pages.
722. Winter Tim, Chang T. C., Teo Peggy, 2008, *Asia on tour. Exploring the rise of asian tourism*, Routledge, Londres, 376 pages.
723. Wittfogel Karl, 1977, *Le despotisme oriental*, Paris, Éditions de Minuit, 655 pages.
724. Wong Roy Bin, 2009, « La Chine et l'économie politique de son empire agraire dans l'Histoire globale », pp. 403-420, dans Beaujard Philippe *et al.*, *Histoire globale, mondialisations et capitalisme*, Paris, La Découverte, 503 pages.
725. Wong Roy Bin, 2015, « La Chine face à l'Occident », pp. 147-157, dans Testot Laurent, *Histoire globale, un autre regard sur le monde*, Paris, Editions Sciences Humaines, 288 pages.
726. World Travel and Tourism Council, 2013, *Travel and tourism. Economic impact, China*, rapport en ligne : <http://www.wttc.org/media/files/reports/economic%20impact%20research/country%20reports/china2012.pdf>
727. Wu Bihu *et al.*, 1996, « Emissiveness and destination choice behavior of Shanghainese in their weekend recreation », *Chinese Geographical Science*, vol. 6, n° 3, pp. 259-271.
728. Wu Bihu *et al.*, 2001, « Spatial Structure of Rural Tourism Attractions in Suburban Areas of China », *Scientia Geographica Sinica*, n° 24, pp.757-763.
729. Wu Bihu et Cai Liping, 2006, « Spatial Modeling: Suburban Leisure in Shanghai », *Annals of Tourism research*, vol. 33, n° 1, pp. 179-198.
730. Wu Bihu, 2001, « A Study on Recreational Belt around Metropolis (ReBAM): Shanghai Case », *Scientia Geographica Sinica*, vol.4, n°21, pp.354-359.
731. Wu Huifang *et al.*, 2015, « The construction of new tested markets and rural development in China », pp. 99-114, dans Hebinck Paul *et al.*, (dir.), *Rural Development and The Construction of New Markets*, New-York, Routledge, 228 pages.
- X.**
732. Xia Min, 2011, « Social Capital and Rural Grassroots Governance in China », *Journal of Current Chinese Affairs*, vol.40, n° 2, pp.135-163.
733. Xiao Honggen, 2006, « The discourse of power: Deng Xiaoping and tourism development in China », *Tourism Management*, n°27, pp.803-814.
734. Xie F. P., 2001, *Authenticating cultural tourism : folk villages in Hainan*, China, thèse de doctorat, Université de Waterloo, Waterloo, Canada, 228 pages.
735. Xie Tianhui, 2015, « Overview of rural tourism development in China », *Asian Agricultural research*, vol.7, n°1, pp. 13-17.
736. Xie Yichun *et al.*, 2007, « Simulating Emergent Urban Form Using Agent-Based Modeling: Desakota in the Suzhou-Wuxian Region in China », *Annals of the Association of American Geographers*, vol.97, n°3, pp. 477-495.
737. *Xin Huangshan gu Huizhou lüyou tu*, 2009, [Carte de tourisme du nouveau Huangshan et de l'ancien Huizhou], Huangshan, Anhui renmin chubanshe.

738. Xin sheji fahan da cidian, 2005, [Grand dictionnaire français-chinois du nouveau siècle], Pékin, Waiyu jiaoxue yu yanjiu chubanshe, 2889 pages.
739. Xu Gang, 1999, *Tourism and local economic development in China, Case studies of Guilin, Suzhou and Beidaihe*, Curzon Press, Padstow (Cornwall), 244 pages.
740. Xu Shumin, (dir.), 2010, *Suzhou dili*, [Géographie de Suzhou], Suzhou, Guwu xuan chubanshe, 256 pages.

#### Y.

741. Yan Yunxiang, 2002, « Planning birth: Changes in Fertility Culture in a Chinese Village », *Études rurales*, vol.1, n° 161-162, pp. 129-152.
742. Yang Guiqing, (dir.), 2011, *Xiancun zhongguo. Nongcun zhuqu diaocha baogao 2010*, [Chine rurale. Rapport sur le peuplement de la Chine rurale en 2010], Édition de l'Université de Tongji, 256 pages.
743. Yang Weiyong, 2005, « Réformes, ajustements structurels et revenu rural en Chine », *Perspectives chinoises*, n° 92, En ligne, <http://perspectiveschinoises.revues.org/930>
744. Yang Xiaomin, 2006, *La fonction sociale des restaurants en Chine*, Paris, L'Harmattan, 312 pages.
745. Ye Chao Kun et Luo Youxian, 2011, « *Jiyu nonggeng wenhua de liuyou kaifa moshi shenshi* », [Etude sur le modèle de développement du tourisme culturel à la ferme en Chine], *Lüyou fazhan xuebao*, vol.3, n°4, pp.69-72.
746. Ye Xingqing, 2009, « China's Urban-Rural Integration Policies », *Journal of Current Chinese Affairs*, vol.38, n°4, pp.117-143.
747. Yin Zie, Yin Jie, Xu Suyan, 2007, « Shanghai xiangcun liuyou ziyuan dingliang pingjia yanjiu », [Évaluation quantitative des ressources de tourisme rural à Shanghai], *Lüyou xuekan*, vol. 22, n°8, pp 59-63.
748. Ying Tianyu et Zhou Yongguang, 2007, « Community, governments and external capitals in China's rural cultural tourism: A comparative study of two adjacent villages », *Tourism Management*, vol. 28, n°1, pp. 96-107.
749. Ying Xing, 2007, « « L'école rurale » et les études chinoises sur la gestion autonome villageoise », *Cahiers internationaux de sociologie*, vol.1, n° 122, pp. 105-121.

#### Z.

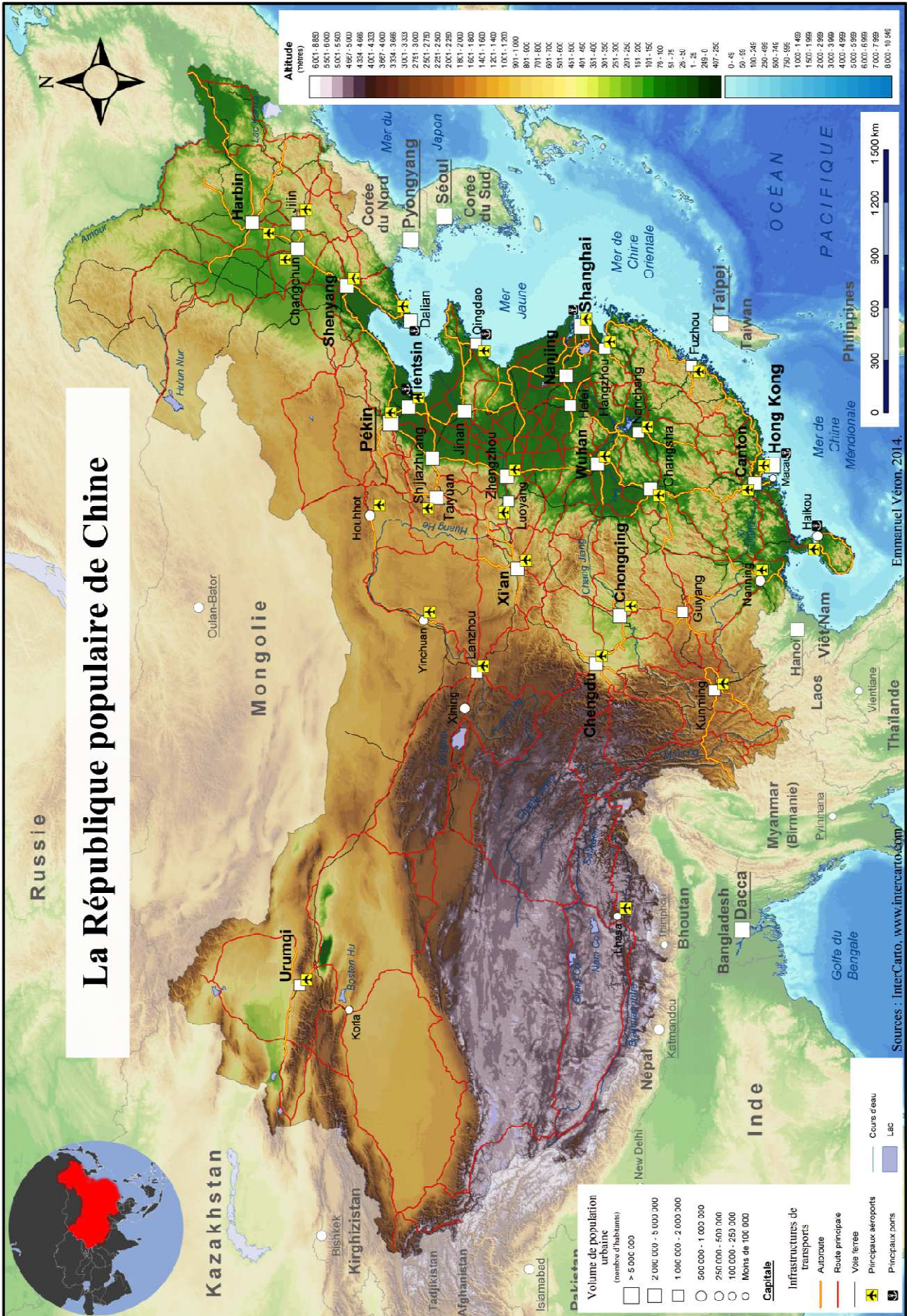
750. Zhalio Pierre-Paul, 2009, « Les sciences sociales à l'épreuve du terrain chinois » (introduction), *Terrains & travaux*, vol.2, n° 16, p. 3-9.
751. Zhang Guangrui *et al.*, 2011, *2011 nian zhongguo liuyou fazhan fen yu yuce*, [L'année 2011 du développement du tourisme en Chine. Analyses et prévisions], *Lüyou lüpushu* n°10, Pékin, 362 pages.
752. Zhang Guangrui, 2006, *China's outbound tourism: an overview*, Tourism research center, Chinese academy of social sciences, working paper, 9 pages.
753. Zhang Hanqin Qiu *et al.*, 1999, « An analysis of tourism policy development in modern China », *Tourism Management*, vol. 20, n°4, pp. 471-485.
754. Zhang Liang, 2003, *La naissance du concept de patrimoine en Chine XIXe-XXe siècles*, Ipraus, 288 pages.
755. Zhang Ming, 2010, « Sunan chengxiang yitihua yu nongcun shequ jianshe », pp. 224-236, dans Wang Fuguang, 2010, *Zhongguo chengxiang yitihua Lanpishu* [Livre bleu de l'intégration ville-campagne en Chine], Pékin, 329 pages.
756. Zhang W., 1997, « China's domestic tourism: impetus, development and trends », *Tourism Management*, vol.18, n° 8, pp. 565-571.
757. Zhang Wen *et al.*, 2009, « Community Involvement in Rural Tourism Development. Evidence from Pinggu, Yanqing and Miyun Districts, Pékin Municipality », pp. 268-283, dans Ryan Chris et Gu Huimin, (dir.), *Tourism in China: Destination, Cultures and Communities*, Routledge, London, 400 pages.
758. Zhang Xiaoming et Bao Jigang, 2009, « Lüyou fazhan yu xiangcun bianqian : « qidian dongli » jiashuo » , [Développement touristique et changement rural : l'hypothèse du «dynamique d'origine»], *Lüyou xuekan*, vol. 24, n°6, pp. 19-24.
759. Zhang Xueming, 2012, « Research on the Development Strategies of Rural Tourism in Suzhou Based on SWOT Analysis », *Energy Procedia*, part B, vol.16, pp.1295-1299.
760. Zhang Zhizi et Hu Baiqi, (dir.), 2009, *Zhongguo liuyou dili*, [Géographie du tourisme en Chine], Pékin, Éditions de l'industrie électronique, 274 pages.
761. *Zhejiang tongji nianjian*, 2011, [Annuaire statistique du Jiangsu, 2011], 672 pages.
762. Zheng Lihua, 1995, *Les Chinois de Paris et leurs jeux de face*, Paris, L'Harmattan, 304 pages.
763. Zheng Qiumin et Zhong Lushan, 2004, « *Shequ canyu xiangcun liuyou fazhan moshi de taolun* », [Une discussion sur le modèle de développement de communautés évoluant dans le tourisme rural], *Lüyou xuekan*, vol. 19, n°4, pp 33-37.
764. Zheng Xiaoxie, 1983, « *Guanyu lishi wenhua mingcheng de chuantong, tedian he fengmao de baohu* », [À propos de la protection de la tradition, des caractères et de la physionomie stylistique de « ville célèbre d'histoire et de culture »], *Jianzhu xuebao*, n°12, p.10.
765. *Zhongguo tongji nianjian* [Annuaire Statistique de la Chine], 2001, Pékin, Zhongguo tongji chubanshe, 900 pages.

766. *Zhongguo tongji nianjian* [Annuaire Statistique de la Chine], 2011, Pékin, Zhongguo tongji chubanshe, 1057 pages.
767. *Zhongguo tongji nianjian*, [Annuaire Statistique de la Chine], 2010, Pékin, Zhongguo tongji chubanshe, 1056 pages.
768. *Zhongguo tongji nianjian*, [Annuaire Statistique de la Chine], 2013, Pékin, Zhongguo tongji chubanshe, 1063 pages.
769. Zhou Feizhou, 2007, « Comment les gouvernements locaux s'enrichissent ? », *Études rurales*, vol.1, n° 179, pp. 133-154.
770. Zhou Ping, (dir.), 1998, *Chi de kexue*, [La science de manger], Changsha, Éditions des Sciences et Technologie du Hunan, 368 pages.
771. Zhou Xiaohong et Qin Chen, 2010, « Globalisation and China's Middle Class », pp. 95-98, dans *China's Emerging Middle Class*, Cheng Li, (dir.), Brookings Institution, 396 pages.
772. Zhou Xiaohong, 2008, « La classe moyenne chinoise » pp.141-159, dans Rocca Jean-Louis, (dir.), *La société chinoise vue par les sociologues, migration, villes, classes moyennes, drogue, sida*, Presses Sciences Po, 300 pages.
773. Zhou Yingying *et al.*, 2008, « From Labour to Capital: Intra-Village Inequality in Rural China, 1988–2006 », *The China Quarterly*, n°195, pp. 515–534.
774. Zhou Yixing, 1991, « The Metropolitan Interlocking Region in China : A preliminary hypothesis », pp.89-111, dans Norton Ginsburg, Bruce Koppel et Terry McGee, (dir.), *The extended metropolis. Settlement transition in Asia*, Honolulu, University of Hawaii Press, 339 pages.
775. Zhou Yixing, 1995, *Chengshi dili*, [Géographie urbaine], Pékin Shangwu yinshuguan, 279 pages.
776. Zhu Yu *et al.*, 2013, « Le phénomène de l'urbanisation in situ dans les districts ruraux en Chine », *Perspectives chinoises*, n°3, pp.45-55.
777. Zhuo Jian, 2006, « Patrimoine », pp. 188-189, dans Sanjuan Thierry, *Dictionnaire de la Chine contemporaine*, Paris, Armand Colin, 304 pages.
778. Zou Tongqian (dir.), 2010, *Quyue liuyou hezuo moshi yu jizhi yanjiu*, [Recherche sur les mécanismes et les modèles de coopération touristique régionale], Tianjin, Nankai daxue chubanshe, 151 pages.
779. Zou Tongqian *et al.*, 2012, « Toward A Community-driven Development Model of Rural Tourism: the Chinese Experience », *International Journal of Tourism Research*, vol. 16, n°3, pp.261-271.
780. Zylberman Joris, 2012, « Les trois « semaines en or », cauchemar des transports », p 39, dans *Connexions*, n°41, 94 pages.

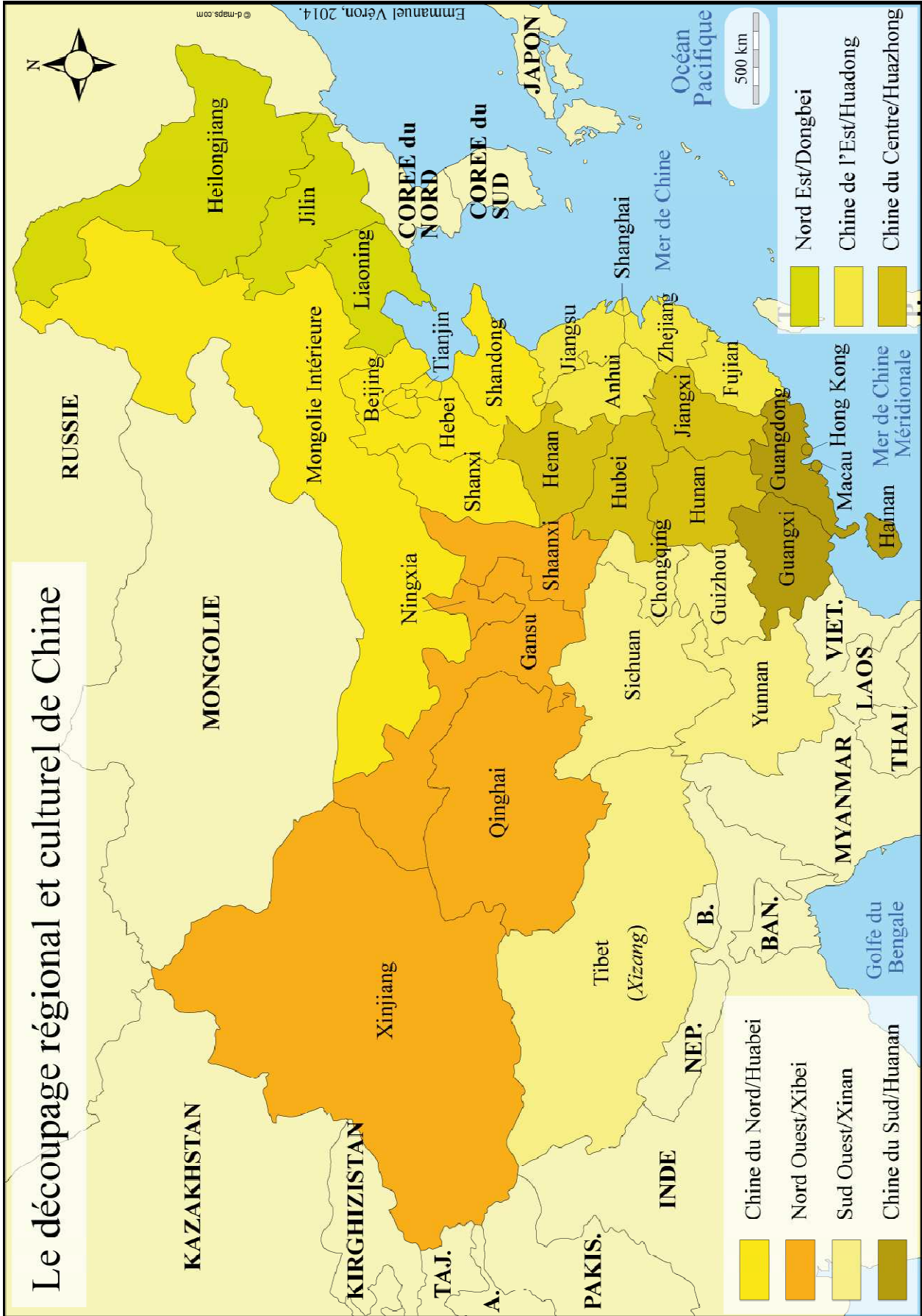


## Annexes

---



Carte 1.

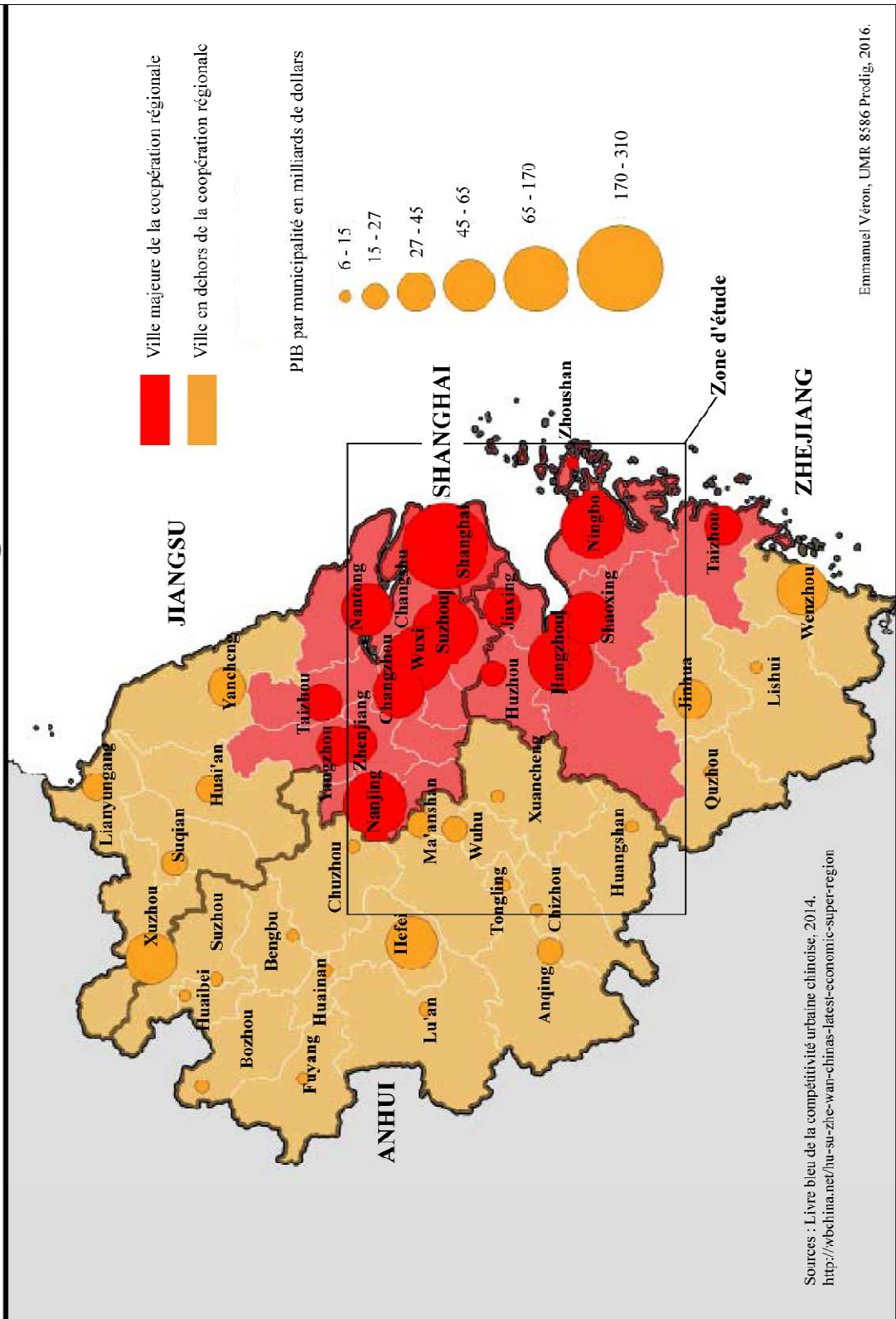


Carte 2.



Carte 4.

## Dynamiques économiques dans la région économique de coopération du delta du Yangzi



Sources : Livre bleu de la compétitivité urbaine chinoise, 2014.  
<http://wbelina.net/hu-su-zhe-wan-chinas-latest-economic-super-region>

Emmanuel Véron, UMR 8586 Prodig, 2016.

Tableau statistique des villes des quatre entités composant le delta du Yangzi (Recensement 2011).									
Nom des villes	Superficie (km <sup>2</sup> )	Population (10 000)	Superficie construite (km <sup>2</sup> )	PIB (10 000 yuans)	PIB/Hab. (yuans)	Taux de Surf. eau (%)	Taux de traitement des eaux usées (%)	Surf. espace vert par hab. (m <sup>2</sup> )	Taux de trait. des ordures ménagères (%)
Shanghai	6 340	1 419,4	886	191 956 900	82 560	100	8442	7,01	82,72
<b>Province du Jiangsu</b>									
1. Nanjing	6 587	636,4	637	61 45 200	76 263	100	95,16	14,09	100
2. Wuxi	4627	468,0	289	68801509	107437	100	95,36	14,51	100
3. Xuzhou	11259	976,7	249	35516456	41407	97,81	86,55	16,01	87,95
4. Changzhou	4372	362,9	173	35809857	77485	100	91,69	12,41	100
5. Suzhou	8488	642,3	336	107169900	102129	100	90,29	16,31	100
6. Nantong	8001	764,9	141	40802200	56005	100	92,09	10,65	100
7. Liangyun-gang	7615	505,2	130	14105200	32119	100	82,28	13,68	100
8. Huai'an	10072	543,2	130	16900000	35181	96,20	78,56	11	71,49
9. Yancheng	16972	820,7	92	27713300	38222	100	83,30	11,82	100
10. Yangzhou	6591	460,1	125	26303025	58950	99,83	92,83	17,19	100
11. Zhenjiang	3847	271,9	114	23114500	73981	100	88,03	16,46	100
12. Taizhou	5787	507,1	67	24226100	52395	100	83,75	9,01	100
13. Suqian	8555	555,1	68	13208278	27839	100	83,99	12,25	100
<b>Province du Zhejiang</b>									
14. Hangzhou	16596	695,7	433	70190579	80478	100	95,47	15,50	100
15. Ningbo	9816	576,4	285	60592409	79524	100	86,85	10,55	100
16. Wenzhou	11786	798,4	190	34185315	43132	100	78,66	8,39	90,10
17. Jiaxing	3915	343,1	88	26770874	59256	100	87,30	13,41	100
18. Huzhou	5820	261,1	85	15200553	52477	100	88,29	16,25	100
19. Shaoxing	8256	440,0	109	33319960	75820	100	86,25	15,73	100
20. Jinhua	10942	469,1	74	24580703	45721	100	83,94	12,02	100
21. Quzhou	8845	252,6	60	9196209	36508	100	76,82	13,10	100
22. Zhoushan	1440	97	54	7727535	79765	99,51	81,84	14,66	100
23. Taizhou	9411	586,8	116	27544144	46011	100	82,79	10,73	100
24. Lishui	17298	251,3	33	7982174	37706	100	81,25	10,61	100
<b>Province de l'Anhui</b>									
25. Hefei	11430	706,1	360	36366000	48563	99,73	99,83	13,87	100
26. Wuhu	5988	385,4	146	16582420	43095	100	87,44	12,62	100
27. Bengbu	5952	365,5	109	7802393	24574	100	96,83	7,19	100
28. Huainan	2584	245,6	98	7095384	30400	97,51	97,84	11,67	99,40
29. Ma'anshan	4042	228,6	83	11441815	52000	100	87,45	15,02	100
30. Huaibei	2741	221,8	79	5549156	26239	98,58	95,13	14,30	100
31. Tongling	1113	74,2	62	5794100	79704	94,11	79,74	13,22	100
32. Anqing	15318	618,7	80	12157400	22893	90,34	86,17	9,02	93,98
33. Huangshan	9807	148,1	47	3788148	25582	98,02	94,64	14,46	99,19
34. Chuzhou	13523	452,9	70	8504891	21634	99,80	92,01	12,82	100
35. Fuyang	9776	1025,8	83	8531905	11202	92,37	83,12	7,98	91,20
36. Suzhou	9787	649,1	58	8024267	14971	99,13	64,28	10,72	90,91
37. Lu'an	17976	709,6	64	8210200	14586	94,56	80,36	13,21	94,01
38. Bozhou	8374	604,2	57	6266531	12868	91,22	96,69	10,19	100
39. Chizhou	8272	161,4	36	3724882	26345	96,13	90,36	18,20	98,06
40. Xuancheng	12313	279,4	48	6714000	26360	97,50	86,96	10,46	100
22 villes faisant parties de la coopération économique du delta du Yangzi									
9 villes susceptibles de rejoindre la coopération									

Source :

Wang Guangtao, 2015, *The State of China' Cities 2014/2015*, Pékin, China City Press, 129 pages.

Tableau.

## Extraits des XI<sup>ème</sup> et XII<sup>ème</sup> Plans<sup>1</sup> quinquennaux

---

- **XI<sup>ème</sup> Plan quinquennal (2006–2010)**

Selon l'ébauche de guide soumise à la session de l'Assemblée nationale populaire de 2006 :  
Croissance économique :

1. Le PIB doit croître de 7,5 % par an de 18 200 milliards de yuans en 2005 à 26 100 milliards de yuans en 2010.
2. Le PIB par habitant doit croître de 6,6 % par an de 13 985 yuans en 2005 à 19 270 yuans en 2010

Structure économique :

1. La part des services dans le PIB doit croître de 40,3 % en 2005 à 43,3 % en 2010
2. La part des services dans l'emploi de 31,3 % à 35,3 % en 2010
3. La part des dépenses de recherche et développement dans le PIB de 1,3 % en 2005 à 2 % en 2010.
4. Le taux d'urbanisation de 43 % en 2005 à 47 % en 2010

Population, ressources, environnement :

1. La population doit passer de 1,307 milliard d'habitants en 2005 à 1,360 milliard en 2010.
2. La consommation d'énergie par yuan de produit intérieur brut doit baisser de 20 % en cinq ans
3. La consommation d'eau par unité de valeur ajoutée industrielle doit baisser de 30 % en cinq ans
4. Le coefficient d'efficacité de l'eau utilisée pour l'irrigation doit passer de 0,45 % en 2005 à 0,5 % en 2010
5. Le taux d'utilisation responsable des déchets industriels solides doit passer de 55,8 % en 2005 à 60 % en 2010
6. La surface cultivée doit baisser de 122 millions d'hectares en 2005 à 120 millions en 2010
7. Le rejet total de polluants majeurs doit baisser de 10 % en cinq ans
8. La couverture forestière doit passer de 18,2 % en 2005 à 20 % en 2010.

Service public, vie des citoyens :

1. Durée d'éducation moyenne par élève en hausse de 8.5 ans en 2005 à 9 ans en 2010
2. Couverture du système de retraite urbain en hausse de 174 millions de personnes en 2005 à 223 millions en 2010
3. Couverture du nouveau système de couverture médicale coopératif rural en hausse de 23,5 % en 2005 à plus de 80 % de la population rurale en 2010
4. 45 millions de nouveaux emplois créés pour les résidents urbains
5. 45 millions de travailleurs agricoles transférés vers les secteurs non agricoles en cinq ans
6. Taux de chômage urbain limité à 5 % en 2010 contre 4,2 % en 2005

---

<sup>1</sup> L'utilisation du mot plan est à nuancer depuis le lancement du XI<sup>ème</sup> Plan en 2006. Les notions de directives, ou de lignes directrices sont aujourd'hui privilégiées.

7. Revenus disponibles par habitant en hausse de 5 % par an pour les résidents urbains, de 10 493 yuans à 13 390 yuans en 2010
8. Revenus nets par habitant en hausse de 5 % par an pour les résidents ruraux, de 3 255 yuans en 2005 à 4150 yuans en 2010.

La Région administrative spéciale de Hong Kong n'était traditionnellement pas mentionnée dans les Plans guides quinquennaux étant donné que sous la formule de Un pays, deux systèmes, le gouvernement central n'incorporait pas Hong Kong dans la planification administrative nationale. Pour la première fois toutefois, la volonté de conserver le statut de Hong Kong comme un centre international et de renforcer la coopération est apparue. Toutefois, c'est davantage un geste symbolique dont le but est de clarifier la position du Gouvernement Central plutôt qu'une volonté de faire des plans détaillés à la place de Hong Kong.

---

- **Douzième guide quinquennal (2011–2015)**

Le XII<sup>ème</sup> Plan quinquennal a été débattu à la mi-octobre 2010, lors de la cinquième session plénière du 17<sup>e</sup> Comité central du Parti communiste chinois, session qui vit la désignation de Xi Jinping comme vice-président de la Commission militaire centrale. Résultat de ces travaux, une proposition complète est soumise à l'approbation de l'Assemblée nationale populaire au cours de sa session annuelle, au premier trimestre 2011<sup>7</sup>. Adopté le lundi 14 mars 2011, le Plan a pour objectifs de lutter contre les inégalités grandissantes et de créer un environnement favorable à une croissance durable, en donnant la priorité à une distribution des richesses plus équitable, en augmentant la consommation domestique et en améliorant les infrastructures collectives et le système de protection sociale. Il est représentatif des efforts de la Chine pour rééquilibrer son économie, en déplaçant le curseur de l'investissement vers le développement de la consommation domestique et d'une croissance urbaine et côtière vers le développement rural des territoires intérieurs. Il reprend également les objectifs du XI<sup>ème</sup> Plan quinquennal : améliorer la protection environnementale, accélérer le processus d'ouverture et de réformes et renforcer le rôle de Hong Kong en tant que centre financier international.

Les principaux objectifs présentés par le Premier ministre Wen Jiabao devant l'Assemblée sont les suivants : dès 2011, atteindre une croissance du PIB d'environ 8 %, 7 % de croissance annuelle du revenu par habitant, affronter une situation extrêmement complexe pour le développement, mettre en place une politique monétaire prudente, intensifier la lutte contre la corruption, accélérer la restructuration économique ; d'ici à 2015, dépenser 2,2 % du PIB en recherche et développement, contenir la population sous la barre de 1,39 milliard d'habitants ; réajuster la distribution des revenus pour arrêter l'accroissement des disparités, infléchir fermement la hausse excessive du prix des logements, faire avancer une réforme des taux d'intérêt fondée sur le marché et mettre en place une nouvelle zone économique.

Parmi les points mis en avant dans le projet distribué aux médias avant l'ouverture de la quatrième session de la 11<sup>e</sup> Assemblée nationale populaire :

1. la population doit être maintenue sous 1,39 milliard d'habitants ;
2. le taux d'urbanisation doit atteindre 51,5 % ;



3. le produit des industries stratégiques nouvelles doit atteindre 8 % du PIB ;
4. les investissements étrangers sont les bienvenus dans l'agriculture moderne, les hautes technologies et les industries de protection de l'environnement ;
5. les régions côtières ne doivent plus être l'usine du monde, mais des centres de recherche et développement, de production de haute technologie et de services ;
6. L'énergie nucléaire doit être développée plus efficacement, à condition que la sécurité soit assurée ;
7. La construction de barrages hydro-électriques doit être accélérée dans le sud-ouest de la Chine ;
8. Le réseau ferré à grande vitesse doit atteindre 45 000 kilomètres ;
9. Le réseau autoroutier doit atteindre 83 000 kilomètres ;
10. Un nouvel aéroport doit être construit à Pékin ;
11. 36 millions d'appartements abordables pour les foyers à faible revenu doivent être construits.

Le Plan prévoit une augmentation du salaire minimum de 13 % par an en moyenne sur la période 2011-2015. Cette progression répond à deux objectifs : modérer les inégalités et dynamiser la demande intérieure en faisant émerger une classe moyenne.

Source :

[https://fr.wikipedia.org/wiki/Planification\\_en\\_R%C3%A9publique\\_populaire\\_de\\_Chine](https://fr.wikipedia.org/wiki/Planification_en_R%C3%A9publique_populaire_de_Chine)

---

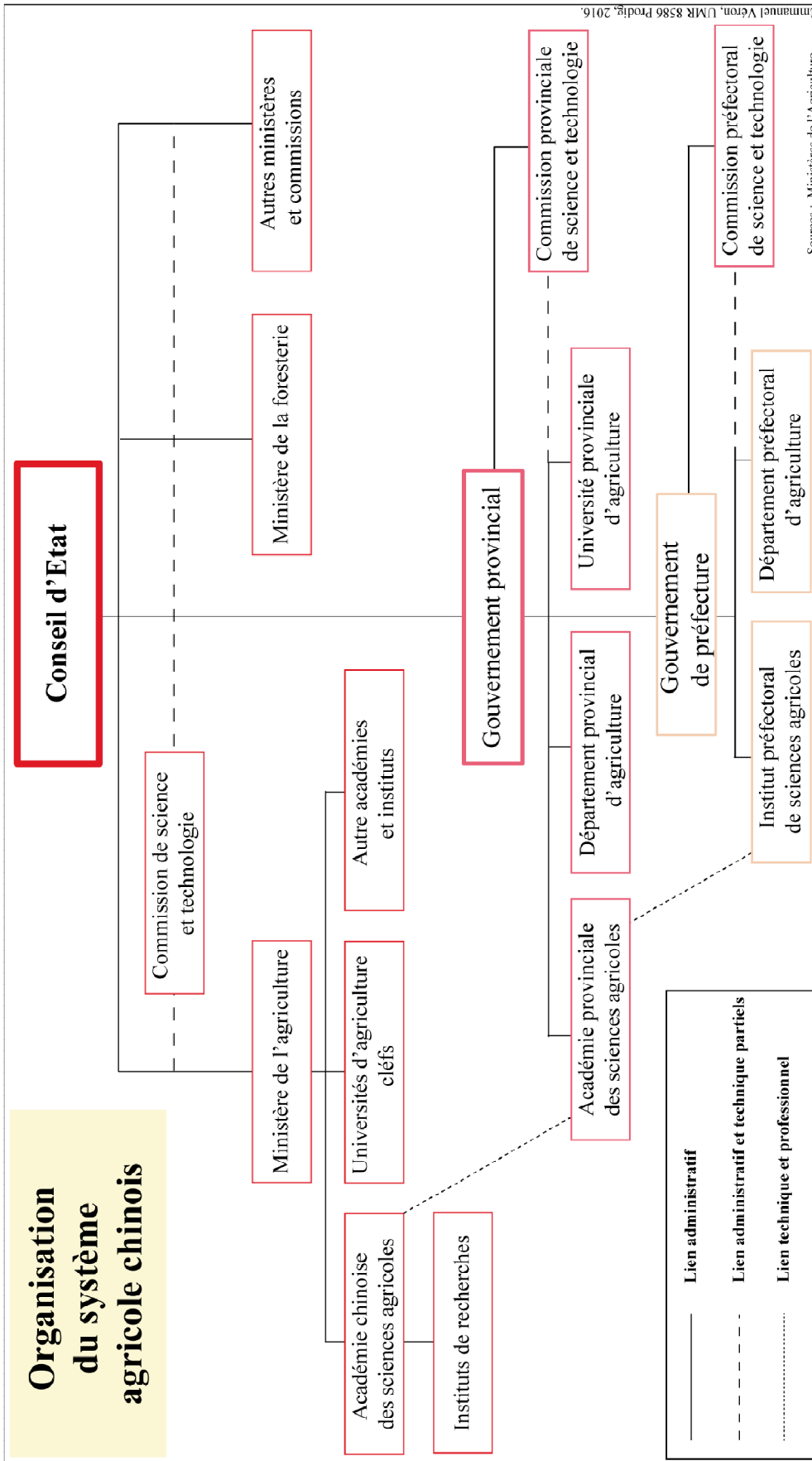
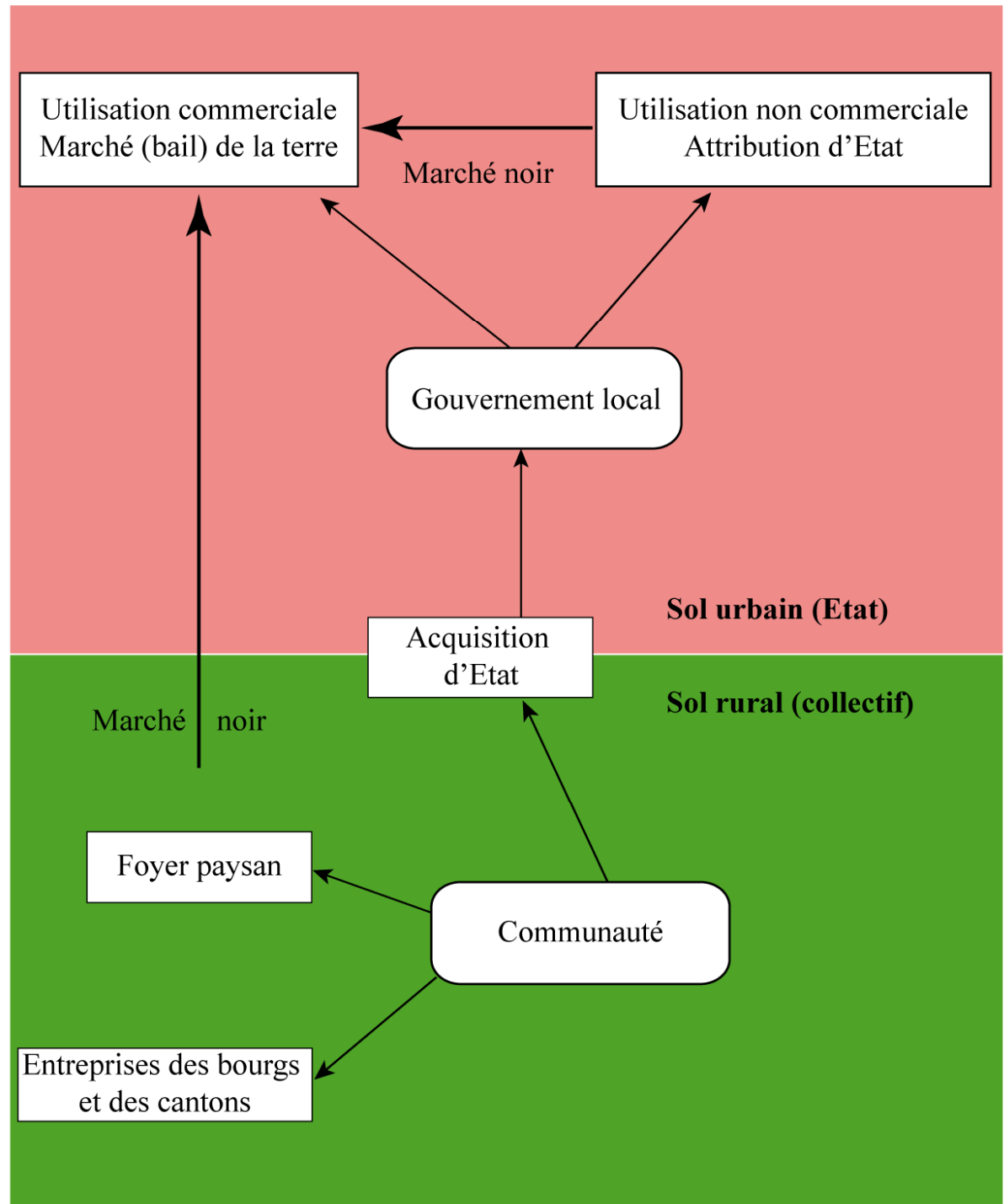


Figure1.

## Régulation du marché de la terre en Chine



Sources : Ho Samuel et Lin George, 2003, "Emerging Land Markets in Rural and Urban China : Policies and Practices", *China Quarterly*, n°175, pp. 681-707.

Emmanuel Véron, UMR 8586 Prodig, 2016.

Figure 2.

# Transformations des espaces ruraux en Chine

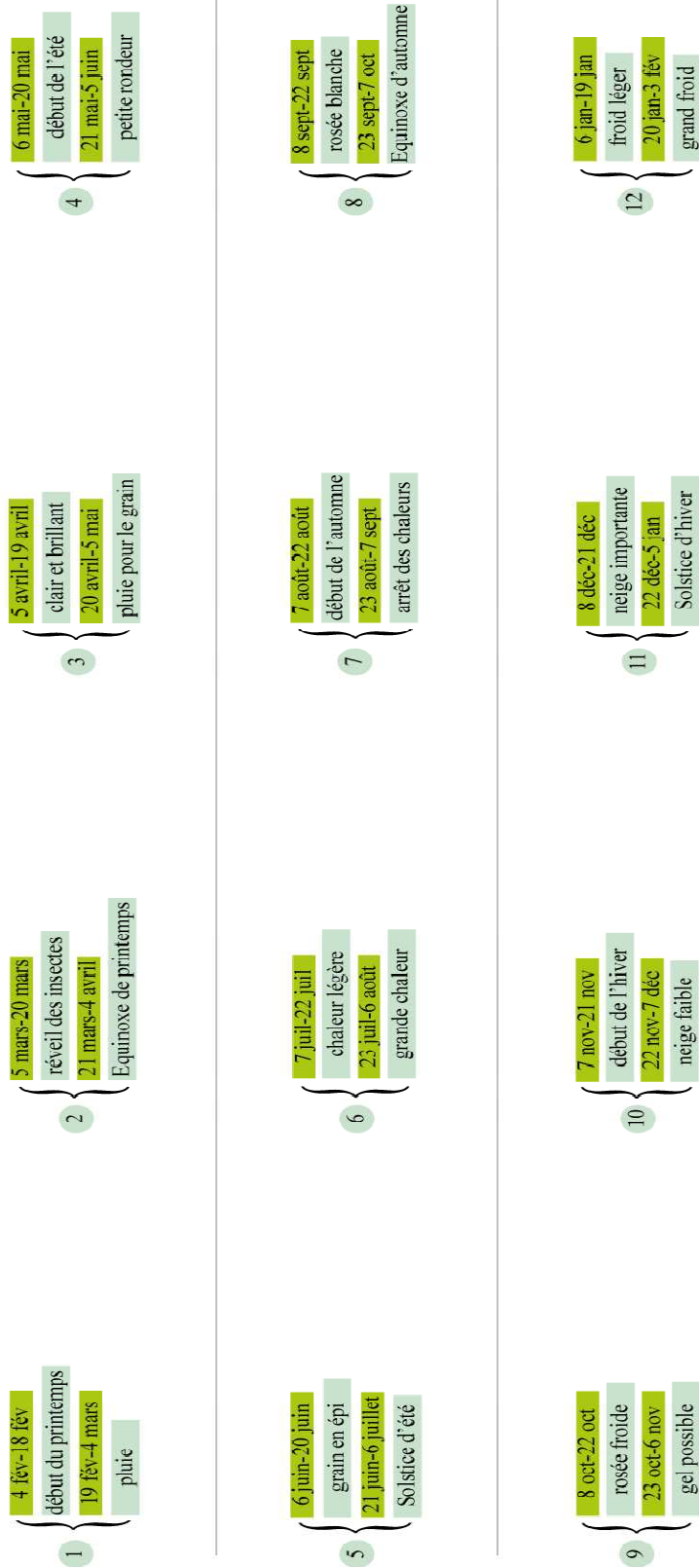


Figure 3.

# Calendrier agricole (*nongli* 农历) ou luni-solaire

## Mois solaires chinois

### Significations des termes solaires (*jieqi*)



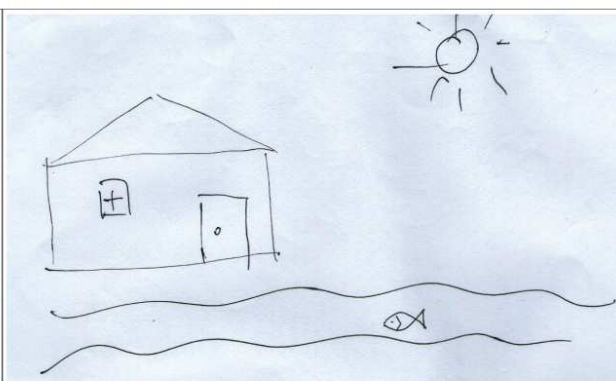
Les dates ci-dessus sont approximatives et peuvent varier légèrement d'une année à l'autre.

Emmanuel Véron, UMR 8586 Prodig, 2016.

## Dessins de représentation de la campagne (annexes)



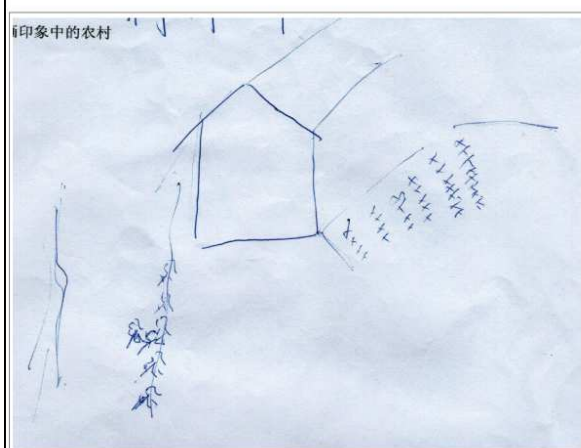
**Dessin - A.**  
Mr H. (19ans). Shanghai.



**Dessin - B.**  
Mme W. (21 ans). Jiangsu.



**Dessin - C.**  
Mme H. (19 ans). Jiangsu.



**Dessin - E.**  
Mr J. (51 ans). Zhejiang.

**Dessin - D.**  
Mr S. (21 ans). Shanghai.

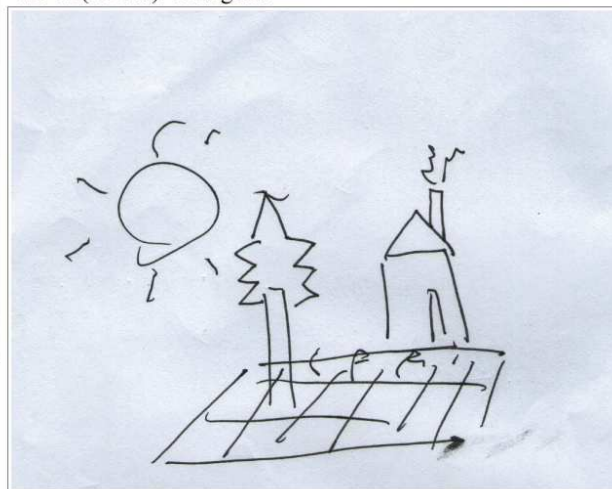


Planche de dessins.

## Encadrés

### Encadré 1 - L'invention du tourisme : innovation sociale dans l'Europe occidentale du XVII et XVIII ème siècle.

Définir le tourisme revient aussi à le borner dans le temps. Il est donc nécessaire de comprendre la temporalité de son apparition et des conditions dans lesquelles, ce processus s'est constitué pour aujourd'hui se diffuser à l'ensemble du monde. L'équipe MIT (2011), comme l'historien du tourisme, Marc Boyer (1996 et 2002) montre que le tourisme n'a pas toujours existé. Le tourisme ne se confond pas avec le voyage (voyage d'agrément) ou le pèlerinage depuis l'Antiquité. Le tourisme est un produit de l'histoire, liée à la période de la révolution industrielle. L'équipe MIT nous dit : « Le développement des pratiques fut une réponse de la catégorie déclinante face à l'ascendance de la bourgeoisie : voyager, utiliser autrement son oisiveté était une manière à la fois d'occuper son temps et de se ménager une place dans la société de la Révolution industrielle de plus en plus gouvernée par le travail et sa nouvelle organisation » (MIT, 2011 : 9). Le tourisme est une invention de la seconde mondialisation. Le tourisme correspond à une innovation sociale et spatiale. En près de trois siècles, le tourisme s'est diffusé à l'ensemble du monde en produisant son propre écoumène. Il y a des touristes là où personne ne vit, à des époques inattendues (Duhamel, 2013). Le phénomène est en germe dans la modernité du XVIe avec Montaigne. Le tourisme est né dans l'Europe occidentale de la Révolution Industrielle, période de la mise en place d'un nouvel ordre du monde et de la société en général et du travail en particulier. On reconnaît généralement une double filiation au tourisme. Il y a d'une part la villégiature aristocratique (groupes sociaux dominants) et la pratique du tour<sup>2</sup>, qui donne les mots anglais *tourist* (1800), puis *tourism* (1818), traduits respectivement en 1816 et 1841. Cette pratique du tour est initiée au XVIIIe siècle par les aristocrates anglais, comme un parcours plus ou moins initiatique sur le continent, rapidement codifié par des guides. Le voyageur souhaite sortir d'un ordre historico-religieux des sociétés agraires (Viard, 2000). Ces périple se retrouvent dans ce qui est communément appelé le Grand Tour des jeunes Anglais. Après *The tour*, sont ainsi inventés la saison thermale aristocratique inaugurée à Bath vers 1700, l'amour de la campagne comme terrain de jeux et territoire de sociabilité, l'hiver dans le Midi, à partir de 1763, en même temps que le désir nouveau du rivage, la curiosité des glaciers (Windham à Chamonix en 1740) et l'amour des monts sublimes (Boyer, 2002). Le tourisme a été très fortement relayé par les aristocrates français ayant émigré en Angleterre pendant la Révolution. Le tourisme est alors un voyage sur des itinéraires reconnus et s'inscrit dans le sillage des Grandes Découvertes, en tant qu'exploration et désenchantement du Monde (MIT, 2011 : 11 et Gaucher, 1985).

Le tourisme est un puissant opérateur du fonctionnement de l'espace-monde, notamment depuis les années 1950, lorsque les congés payés ont fini par se diffuser à l'ensemble des pays occidentaux et qu'ils ont été inscrits dans la Déclaration universelle des droits de l'homme (Boyer, 1999 ; Coëffé *et al*, 2007 : 84).

---

<sup>2</sup> Mot anglais venant du vieux français. Ce mot apparaît pour la première fois aux environs des années 1803-04 en parlant des voyageurs anglais. En 1833, il devient une référence directe aux Anglais (on le retrouve dans Balzac, Correspondance). Les Mémoires d'un touriste de Stendhal (1838) contribuent à populariser et à généraliser l'emploi de ce terme, lui donnant son sens actuel. Ces voyages initiatiques avaient une durée variable, mais beaucoup duraient plusieurs années et visaient à découvrir les origines de la civilisation européenne.

## **Encadré 2 - L'émergence et les pays émergents.**

L'expression « pays émergents » est couramment employée pour désigner les nouvelles puissances économiques à l'échelle mondiale, comme la Chine, l'Inde ou le Brésil (Lafargue, 2011). Le vocabulaire de l'émergence existe depuis plusieurs siècles en biologie, en physique. La notion apparaît au XIX<sup>ème</sup> siècle en économie. En revanche, les sciences économiques et sociales ne l'utilisent que depuis trois décennies. La classification permet d'identifier et d'éloigner l'autre tout en l'intégrant dans une catégorie différente de celle des pays avancés ou développés. En effet, les pays émergents n'ont pas encore émergé. Si le contenu est incertain, le concept se vend bien : des milliards de dollars sont désormais placés dans des fonds d'investissement exclusivement spécialisés dans cet assemblage. Plus généralement, les titres financiers issus des pays émergents sont la classe d'actifs qui a offert ces dernières années les rendements les plus élevés (Sgard, 2008 : 41).

Les pays émergents sont d'abord le produit du tournant libéral des années 1980, né de l'« ajustement structurel » (1985), qui deviendra le cœur du consensus de Washington (ouverture commerciale, privatisations, déréglementation de marchés, libéralisation du système bancaire, flexibilité du marché du travail) (Sgard, 2008 : 42). L'économiste Antoine Van Agtmael revendique la paternité de l'expression « marchés émergents » qu'il a utilisée dès 1981 pour désigner certaines économies du tiers-monde alors en phase de développement avancé (Lafargue, 2011). Selon l'économiste Laurence Daziano, l'émergence rejoint le concept de décollage économique de Rostow, le fameux « take-off » (Daziano, 2015: 9). L'émergence est aussi au cœur d'une multiplication sémantique qui rend bien compte des difficultés pour classer les pays du Sud et les insuffisances que l'analyse rencontre pour saisir les spécificités de pays qui échappent au Tiers Monde sans toutefois appartenir au vieux monde industrialisé (Chaponnière et Lautier, 2015: 109).

L'émergence renvoie à une sortie du sous-développement, voire d'accès à la puissance, principalement économique, parfois politique, culturelle et militaire. Cette notion floue désigne un ensemble de pays marqués par une croissance économique à la fois forte, soutenue et inscrite sur le long terme. Pour autant, cette désignation d'« émergent » est incertaine. Fondée sur les théories évolutionnistes de l'économie et des sociétés inspirées de Rostow, l'émergence correspond à un stade inachevé de développement économique, social et politique. Le stade ultime serait celui atteint par les pays occidentaux, à savoir le stade de « pays développés » (Delannoy, 2011: 217). La notion de sous-développement soulignée par Yves Lacoste dans Géographie du sous-développement renvoie en des termes péjoratifs la désignation de pays du Tiers-monde à partir du lendemain de la Seconde Guerre mondiale. C'est le démographe Alfred Sauvy qui est à l'origine de l'expression « Tiers-monde », en 1952, publiée dans un article du journal l'Observateur : « Trois mondes, une planète ». La désignation de Tiers-monde disparaît avec l'éclatement de cet ensemble où les intérêts coïncident de moins en moins entre les différents pays. Les auteurs tentent à partir des années 1980 et 1990 d'identifier la grande hétérogénéité des pays dits du « Sud », notion plus neutre (Brunel, 1994 ; Jouve, 1996 ; Balandier, 1956 ; Lacoste, 1984 et Liauzu, 1986). La plupart des pays émergents appartiennent au groupe des pays du Sud. Ils sont inscrits dans la trajectoire historique de la domination impérialiste et le colonialisme pour héritage, puis par la volonté des deux grandes puissances (États-Unis et URSS) durant la guerre froide de faire entrer les pays du tiers-monde dans leur sphère d'influence respective. Ces pays pauvres, sous-industrialisés, par conséquent mal développés, sont aujourd'hui pluriels (Delannoy, 2012). Les pays émergents se distinguent des pays en développement par leur niveau de développement économique et par la formation de marché important faisant grossir les rangs des classes moyennes des pays développés. 12 % de la population chinoise appartiennent aux catégories intermédiaires. L'émergence d'une vaste classe moyenne offrirait un potentiel de



progression de la demande intérieure permettant un changement rapide de modèle de croissance (Merlot, 2012: 1). Le CEPII propose une définition assez opérationnelle, dans laquelle deux critères permettent de définir une économie émergente : un revenu moyen par tête en 1996 inférieur de 70 % au niveau moyen des pays de l'OCDE et la croissance des exportations de produits manufacturés (Chaponnière et Lautier, 2015: 109).

L'émergence correspond aussi à la conduite d'une géopolitique propre, avec le développement d'une capacité d'influence régionale et mondiale, où le soft Power et le hard Power acquis ou en devenir jouent un rôle important. Ils sont en concurrence. En cela les pays classés comme émergents par les agences de notation diffèrent radicalement (Jaffrelot, 2008 et Domenach, 2008).

Les BRICS<sup>3</sup> (Brésil, Russie, Inde, Chine et Afrique du Sud) sont parmi les émergents les pays les plus importants. Avant 2000, les analystes laissaient penser que les grandes économies émergentes comme les BRIC rattraperaient dans un laps de temps relativement court les économies avancées. Leurs taux de croissance très élevés (comme la croissance à deux chiffres en Chine pendant près de 15 ans) étaient en effet bien supérieurs à ceux des États-Unis ou de l'Union européenne. Mais cette convergence n'a pas eu lieu. Au contraire, la croissance des grands émergents (comme les BRICS) s'est mise à ralentir (Sharma, 2014: 5). Ces grands pays émergents, tous membres du G20, représentent en 2014, 20 % du PIB mondial, 40 % de la population mondiale et contrôlent 43 % des réserves en devises (Van Agtmaël, 2014 : 11). En 2013, les BRICS ont annoncé la création d'une nouvelle Banque de développement destinée à mobiliser les ressources pour des projets d'infrastructures et de développement, ainsi d'un Fonds de stabilisation des taux de change. Par là-même, sous l'initiative de la Chine et de la présidence de Xi Jinping, est créée en 2014 la Banque asiatique d'Investissement pour les Infrastructures (BAII). La crise économique mondiale et les difficultés rencontrées par les économies avancées n'expliquent pas à elles seules la situation à laquelle sont confrontés les BRICS. Ces pays se sont construits avec des fragilités importantes : vieillissement de la population et fécondité basse en Chine, besoins majeurs en infrastructures en Russie, réformes structurelles qui tardent en Inde, contestations sociales au Brésil sont autant de lacunes faisant douter les analystes de la pertinence sur le long terme de leur décollage économique (Merlot, 2014 : 1). La décennie 2000 est marquée, outre la profusion des publications sur les émergents, par la stabilité politique et institutionnelle, ainsi qu'un pragmatisme dans la mise en œuvre des réformes. Pour la Chine, le parti communiste tient une place prépondérante ; en Russie, l'État est constamment présent, ceux-ci diffèrent du capitalisme occidental. Ce groupe de pays, dont le développement est rapide, donne un nouvel équilibre économique mondial. Ce groupe change les articulations de l'équilibre mondial, sans pour autant être capable de se concerter et de trouver une convergence. L'émergence complexifie l'articulation du monde. Pour autant, les pays émergents ne domineront pas sans partage à l'image de l'Occident. Il n'y aura pas une inversion complète des logiques de puissance, passant d'un monde dominé par l'Occident pendant quatre à cinq siècles à un monde dominé par quelques émergents.

L'attention se porte aujourd'hui vers de nouveaux pays émergents, par exemple l'Indonésie, le Nigéria, le Vietnam ou le Mexique. Parmi les nombreux acronymes apparus récemment, le BENIVM<sup>4</sup> rassemble les pays dont le potentiel de croissance est le plus élevé au sein des pays émergents. L'économiste Laurence Daziano propose dans la continuité des études sur les émergents, cinq critères pour définir l'émergence économique. Le premier

---

<sup>3</sup> Cet acronyme est utilisé pour la première fois en 2001 par Jim O'Neil, économiste à la banque américaine d'investissement Goldman Sachs pour désigner ces pays dans un article intitulé « The World Needs Better Economics BRICS ».

<sup>4</sup> Il s'agit de la classification de l'économiste Laurence Daziano : Bangladesh, Éthiopie, Nigeria, Indonésie, Vietnam, Mexique.

concerne le volume de population (la population regroupe au moins 100 millions d'habitants, pouvant constituer un marché). Le second critère correspond à la croissance économique, le troisième critère est une urbanisation importante, faisant de l'urbanisation une condition indispensable de l'émergence. Le quatrième critère concerne le besoin en infrastructure permettant de soutenir la croissance économique. Le cinquième et dernier critère est celui de la stabilité politique, indépendamment du type de régime, pouvant mettre en œuvre des projets à moyen et long termes (Daziano, 2014: 48 et 49).

### **Encadré 3 - Qu'est-ce que la ruralité ?**

La définition du Larousse du mot *ruralité* donne : « ensemble des caractéristiques, des valeurs du monde rural ». À cette définition est associée celle de *ruralisme* : « Tendance à idéaliser la vie à la campagne ». La ruralité désigne l'ensemble de représentations collectives et de caractères concourant à une forme d'identité et de fonctionnement des espaces ruraux. Sa définition exige donc de revenir sur la question du «rural» et de s'inscrire, de plus en plus, dans la dialectique des rapports ville-campagne, avec des modifications récentes dans les perceptions, les pratiques et les modalités de gouvernance de ces espaces (Rieutort, 2012 : 43).

Le Littré (en 1880) nous donne la définition suivante : le terme de ruralité indiquait l'« ensemble des valeurs, de la culture propre au milieu rural » ou à « la condition des campagnards », par opposition à l'« urbanité » qui désignait les traits culturels positifs (usages policés, courtoisie) que l'on assurait être spécifique aux citadins ; la « ruralité » renvoyait alors de façon péjorative à la « rusticité », au manque de savoir-vivre des habitants de la campagne.

La notion de ruralité est définie aujourd'hui par des dynamiques inscrites au cœur de nouveaux rapports entre ville et campagne, portant à la fois sur les transformations des espaces, sur leurs usages résidentiels, récréatifs et productifs, sur les vécus et les représentations des acteurs, sur leur rapport à la nature, au patrimoine et aux enjeux écologiques, et sur les modes de gouvernance qui s'y déploient (Mora, 2008 : 39).

### **Encadré 4 - Le delta physique : le pays des « eaux ».**

Le Yangtsé, fleuve Bleu ou fleuve Long (*Changjiang*) selon l'appellation chinoise constitue un bassin versant de 1 800 000 km<sup>2</sup>, rassemblant plus d'un demi-milliard de Chinois. Le Changjiang est le premier fleuve de Chine par sa longueur, son débit et la superficie de son bassin versant (Tao, 2012). Il est long de 6 380 km et est en cela le plus long fleuve d'Asie. Ce fleuve est navigable sur plus de 3 000 km. Le Changjiang est une artère importante dans la navigation fluviale en Chine. De plus, son abondance en ressources hydrauliques est utilisée pour les besoins en eaux dans le nord du pays par transfert d'eau (*nanshui beidiao*). Son cours inférieur, ou le bas fleuve est communément appelé en Chine, Yangzi. Ceci correspond à la plaine deltaïque, là où le fleuve termine sa course engagée sur les hauteurs himalayennes pour se jeter dans la mer de Chine Orientale<sup>5</sup>.

Notre terrain d'étude est composé d'une forme de reliefs variés avec cependant une large part à l'espace deltaïque plan. Le sol de surface est meuble et une grande quantité des écoulements de surface est utilisée pour l'irrigation (Ren, 1989 : 98). La plaine deltaïque est formée par un dépôt alluvial important depuis le quaternaire.

<sup>5</sup> Nous disposons dans le volume des annexes une carte physique du territoire chinois.

Le delta du Yangzi (*changsanjiao*) (ou Yangtsé ou Yantseu)<sup>6</sup> commence en aval de la ville de Nankin. Ce delta est constitué d'une immense plaine deltaïque s'étirant du sud la province du Jiangsu au nord du Zhejiang comprenant la municipalité de Shanghai. La pente est par définition très faible, à 330 km de la mer, elle est d'un millimètre par kilomètre. Le delta est composé de 250 lacs, la plupart correspondant à des lacs de débordement du fleuve Yangzi. Le plus important d'entre tous est le lac Tai (*Taihu*), avec une superficie de plus de 2 500 km<sup>2</sup>. Le lac Tai est un lac d'eau douce d'origine marine et de débordement du fleuve Yangzi. Par suite d'un dépôt d'écoulement qui se produit pendant une longue période, cette étendue lacustre à un fond plat formé d'une épaisse couche sédimentaire. Il est très peu profond. Il est l'un des cinq plus grands lacs d'eau douce de Chine. La moyenne est de 1.29 mètre et sa profondeur maximale n'atteint pas les 5 mètres (Ren, 1989: 109). Ce lac joue et a toujours joué un rôle important de régulateur des crues. Il est en même temps une réserve d'eau importante pour la région. Plusieurs points de pompage se répartissent sur son pourtour pour l'industrie, l'agriculture et également pour les besoins en eau des villes de la région du delta du Yangzi (source d'approvisionnement en eau potable, et autres usages pour les villes). La zone autour du lac Tai ne comprend pas moins de 130 lacs dont la superficie dépasse les 66 hectares. C'est une vaste superficie en eau. 28 % de la superficie totale des 6 municipalités du pourtour du lac sont en eau. Parmi ces lacs, le lac Ge et Changdang sont les plus importants après le lac Tai.

- *La petite zone de la plaine<sup>7</sup> du delta du Yangzi.*

Avec Zhenjiang comme limite supérieure, cette petite zone est circonscrite, au nord, par le Grand Canal, au sud, par la rive nord de la baie de Hangzhou, et à l'ouest, par la région nord du Changjiang. Le Grand Canal forme sa frontière approximative. La superficie réelle du delta atteint 22 800 km<sup>2</sup>. Cette petite zone a un relief extrêmement uni sans aucune protection montagneuse, ce qui entraîne une température relativement basse en hiver et une période sans gelées, courte. Les arbres plantés autour des villages étant pour la plupart des espèces de la zone de Chine du Nord. Le pin *massoniana* et le sapin de Chine croissent normalement. On y trouve le bambou, le théier, le sapin commun de Chine. Et la plantation d'arbres fruitiers à feuilles toujours vertes dont le néflier, l'oranger a une histoire plusieurs fois séculaire dans les collines près du lac Tai. Sous l'influence de ce dernier, la température minimum moyenne de janvier y est plus élevée que dans les régions voisines. La frontière sud de cette petite zone est délimitée par la rive sud du lac Tai. La plaine du delta, bien que plane, a un micro relief moutonné assez complexe. Celui-ci exerce, malgré un écart de latitude infime, une influence profonde sur la composition des dépôts alluviaux, la nature du sol. En outre, on trouve disséminées sur la plaine comme des îles des collines résiduelles dont l'altitude n'atteint généralement pas 200 mètres. Les plus importantes d'entre elles sont la colline Hu de Suzhou, la colline Huishan de Wuxi et la colline de Xiaokunshan<sup>8</sup> à Shanghai. Les principales parties constitutives de ces microreliefs de la plaine sont :

1. Les cordons littoraux (parallèles au littoral). Ils dominent les terrains voisins de 1 ou 2 mètres. De nombreux emplacements d'habitation et de sépultures remontant au néolithique y ont été découverts.

<sup>6</sup> Ces différentes appellations correspondent à la transcription des noms chinois d'une part et à l'usage des Occidentaux d'autre part.

<sup>7</sup> Les espaces de plaines en Chine ne représentent qu'une partie mineure du relief général du pays. Le Centre des données sur les ressources et l'environnement de l'Académie des Sciences de Chine donne une classification des reliefs du pays en quatre catégories. Les montagnes (*shan*) représentent une superficie de 4 404 897 km<sup>2</sup>, soit 46.29 % du territoire ; les plateaux (*gaoyuan*) représentent une superficie de 1 415 144 km<sup>2</sup> soit 14.87 % du territoire ; les collines (*shanqiu*) représentent une superficie de 1 402 362 km<sup>2</sup>, soit 14, 74 % du territoire ; enfin, les plaines (*pingyuan*) représentent une superficie de 2 295 715 km<sup>2</sup>, soit 24, 13 % du territoire.

<sup>8</sup> Parfois appelé pic feng, du fait du contraste avec la platitude du delta.

2. La plaine de lagune (derrière les cordons littoraux) dont l'altitude varie de 2 à 5 mètres. Le réseau fluvial est particulièrement dense et les lacs nombreux. La moyenne est de 1.5 à 3 km de canaux par km<sup>2</sup> (Ren, 1989: 242). La plaine du lac Tai a été entièrement aménagée en rizières. Le sol argileux permet de retenir les eaux et le lessivage est plus faible qu'avec les sols rouges du Sichuan par exemple. Il a une capacité importante de préservation de la fertilité. Grâce à l'irrigation et par des intrants (chimiques et anciennement organiques humains), on y fait chaque année une triple récolte (deux de riz et une de blé d'hiver, de colza ou d'engrais verts) avec un haut rendement.

3. Les digues naturelles du fleuve Yangzi (assez élevées, très perméables et incapables de retenir l'eau) sont quadrillées par le réseau de canaux. On y trouve des cultures non inondées comme le coton, le blé, l'arachide, etc. C'est un complément d'agriculture rizicole des plaines de lagune.

L'embouchure du fleuve correspond à un relief complexe. Tout au long du fleuve se situent de nombreux bas-fonds et bancs de sable dont l'île de Chongming est la plus grande (1 083 km<sup>2</sup>). L'île actuelle a été formée par la liaison de plusieurs îlots de sable à la fin de la dynastie Ming et au début des Qing. Après 1949, l'île a augmenté sa superficie de plus de 26 600 hectares par poldérisation. Cette vaste île alluviale divise le fleuve en deux branches à son embouchure. Une quantité de plus en plus importante de limon se dépose dans la branche nord et les eaux du Yangzi s'évacuent essentiellement par la branche sud. Dans cette partie, on trouve les îles de Hengsha et Changxing.

- *Le relief de colline et de montagne au sud du Yangzi.*

La zone au sud du Yangzi est composée de nombreuses montagnes de hauteur moyenne (1 500 à 2 000 mètres). Parmi elles, les monts Jaunes ou Huangshan dans la province de l'Anhui s'élèvent à 1 873 mètres. Cette chaîne de montagnes sert de ligne de partage entre le régime hydrographique du fleuve Yangzi et les cours d'eau de la province du Zhejiang (fleuve Qiantang par exemple). Cette partie montagneuse et collinaire du Zhejiang comprend la chaîne des Tianmu, Tiantai et Jiufeng. Ces reliefs se poursuivent jusque sur le littoral et donnent une côte très découpée. On y trouve de très nombreuses îles formant l'archipel des Zhoushan de grès.

- *Le climat de « pluies de prunes ».*

Le climat est humide subtropical de mousson. L'alternance nette des moussons d'hiver et d'été et les quatre saisons distinctes sont des traits caractéristiques de la zone. Sous le contrôle d'une masse d'air continentale puissante et persistante, l'hiver y est relativement long (2 à 3 mois) et l'été de prolonge sur 3 à 4 mois. Cette espace se trouve dans la zone de transition entre le nord et le sud de la Chine. L'hiver est froid, mais relativement court. Le climat est humide toute l'année, avec un pic d'humidité de juin à septembre, correspondant aux passages de nombreux cyclones tropicaux (ou typhon). Les pluies d'été sont insuffisantes pour que la culture du riz soit possible sans irrigation.

### **Encadré 5 – La métropolisation et la nouvelle organisation de l'espace des sociétés.**

« La métropolisation rime avec mondialisation » (Ascher, 2003: 613). La métropolisation, en tant que concentration de valeur à l'intérieur et autour des villes les plus importantes (Ascher, 1995: 13 et 2003: 612), tente de donner une cohérence de l'aménagement à de vastes espaces. Il est primordial comprendre le processus de métropolisation<sup>9</sup> et des dynamiques qui en découlent. Nous retiendrons comme définition de métropolisation : « l'ensemble de processus dynamiques qui transforment une ville en métropole » d'une part, et « la traduction spatiale de la mondialisation » d'autre part (Lacour et Puissant, 1999). Dans ce sens, selon Pierre Veltz : « la métropolisation donne sa forme concrète à la mondialisation, qui se présente de plus en plus comme une économie en archipel, reliant horizontalement de grands pôles, par-delà les espaces intermédiaires et périphériques » (Veltz, 1996). La mondialisation des échanges renforce la métropolisation par l'agglomération des activités dans les grandes villes qui, se structurant en réseaux, concentrent la production des richesses, les centres de décisions des entreprises et les services supérieurs à l'échelle mondiale<sup>10</sup>.

Ces dynamiques posent un double défi : celui d'un desserrement municipal des activités, des hommes et des aménagements urbains et celui de l'intégration territoriale renforcée par la mondialisation. La métropolisation produit un desserrement de certaines activités dans leur périphérie. Se constitue alors de vastes aires métropolitaines, où les frontières entre l'urbain et le rural sont difficiles à cerner (Mora, 2008 : 44). La métropolisation tend à nuancer le sens d'expressions dichotomiques qui présidaient habituellement aux analyses géographiques : centre et périphérie, espace public et espace privé, rural et urbain, etc. (Di Méo, 2010, 33).

Les métropoles exploitent les facettes de la ressource territoriale métropolitaine : paysage et cadre de vie agréable, services rares aux entreprises, proximités politiques, rapports marchands et non marchands entre acteurs économiques, image locale attractive et valorisante, moyens de communication rapides et commodes, offre culturelle et de loisirs abondants, de qualité, définissant une couleur locale, pluriethnique et originale (Fujita, Thisse, 2002 ; Di Méo, 2010, 29).

La métropolisation qui se déroule selon les processus spatiaux de la diffusion urbaine donne souvent des formes d'occupation du sol plus diluées et plus ruralisées que celles de la ville compacte d'autrefois (Di Méo, 2010, 26).

---

<sup>9</sup> La métropolisation conduit à la recherche accrue d'une centralité métropolitaine, mais qui s'accompagne le plus souvent d'une crise des centres. Cette contradiction se résout dans une disjonction croissante entre centre et centralité dont les modalités sont analysées tant en termes de formes urbaines émergentes que de changements d'échelles de mobilité. Ces processus ne signifient pourtant pas définitivement la mort des centres comme en témoignent les diverses tentatives de reconquête de la centralité, au centre comme en périphérie (Gaschet et Lacour, 2002: 51 et Lacour et Puissant, 1999).

<sup>10</sup> Guy Di Méo propose : « La forme postfordiste (troisième modernité inaugurée avec les années 1960) de l'évolution du mode de production capitaliste, plus encore le triomphe planétaire progressif du néolibéralisme, facilité par la « chute des murs » des pays communistes, à la fin du XXe siècle, ont modifié la fonction métropolitaine. L'ère de la métropolisation universelle naquit alors » (Di Méo, 2010, 23-24). Ces phénomènes polymorphes de métropolisation participent de l'ère de la mondialisation et de la globalisation, du triomphe des techniques de l'information et de la communication (TIC), de l'emprise du secteur des services sur toute l'économie (post-fordisme), des moyens de transport rapides, de la mobilité généralisée (Di Méo, 2010, 25). « Un temps contemporain où les connexités topologiques, celles de flux parcourant des réseaux interurbains de systèmes de transports/communications rapides, détrônent en partie les continuités et les contiguités topographiques » (Di Méo, 2010, 25-26).

# 调查问卷 ----- 乡村旅游

您好，我叫忠诚，一名来自法国巴黎一大地理系的博士生(华东师范大学)。我正在做一项调查，希望大家帮助我完成这份问卷。

本次调查是为了解您在乡村旅游后的情况，仅为学术研究使用，绝不作任何商业用途。请根据您的实际情况填写，在「」内或数字上打「」。感谢您的支持！

1. 您的性别： 男  女

2. 您的年龄： 18 岁以下  18 --- 25 岁  26 --- 40 岁  41 --- 60 岁  
 61 岁及以上

3. 您受教育程度： 初中及以下  高中  大专  本科  研究生及以下

4. 您的平均月收入： 1000 元及以下  1001 --- 2500 元  2501 --- 4000 元  
 4001 元及以下

5. 您的家庭结构： 单身  已婚，无小孩  已婚且孩子还未成年  
 已婚且孩子已经成年  其他

6. 您的职业： 公务员  事业单位工作人员  军人  企业职工  
 农民  个体户  离退休人员  教师  学生  
 其他

7. 您来自：\_\_\_\_\_ 省 \_\_\_\_\_ 市/县

8. 您是否体验过乡村旅游？ 是  否

9. 你是如何设计你的旅行？ 旅行社  网上  旅行指南  口碑

10. 什么交通工具？火车 自驾车 飞机 地铁 旅游车 公共汽车  
其他

11.您过去进行过几次旅游? 1-10次  11-25次  26-35次   
 35次以上

12.您过去一年中进行过几次乡村旅游?  0次  1次  2-4次  5-10次  
 10-15  15次以上

13.您什么时候去?  周末  黄金周  其他

14. 什么时候? 新年  清明节  五一  端午节  十一

15.您什么季节去过乡村旅游?  冬天  春天  夏天  秋天

16.您花了多少钱? 70-150元  150-200元  200-400元  400-600元   
600以上

17. 支出类别: 运输 \_\_\_\_\_ 活动 \_\_\_\_\_ 购物 \_\_\_\_\_ 吃 \_\_\_\_\_  
住宿 \_\_\_\_\_

18.您是谁去旅游? 家庭  同事  朋友  旅游团  一个人

19.您是否在农家乐留宿过?  是  否

20.您是否在农家乐用过餐?  是  否

21. 您是否满意?  是  否

为什么? \_\_\_\_\_

22. 您对卫生是否满意?  是  否

23. 您对餐饮价格怎么看?  便宜  一般  贵

24. 您对住宿价格怎么看?  便宜  一般  贵

25. 这些乡村旅游点是否符合您的期待?  不符合  基本符合  符合  
 非常好

为什么? \_\_\_\_\_

26.您是否认为有改进的空间?  是  否

您认为应该如何改进?  
\_\_\_\_\_

27.乡村的氛围您是否满意?  是  否

28.有什么特别的地方?

\_\_\_\_\_

29.您觉得这些旅游景点是否生态环保?  是  否

30.您认为这些旅游景点展现了:

中国农村味  地方文化特色  文化遗产  传统文化

秀丽风景和民俗特色

31.您认为接待是否热情? 是  否

32.您对用餐是否满意? 是  否

33.您对住宿房间是否满意? 是  否

34.您对推荐的旅游活动项目是否满意?  是  否

35.您是否乐意从事以下活动:

收割水果蔬菜  漫步  游船  园艺  农业活动  骑马

钓鱼  喂养观赏小动物  水上游艺项目  打牌  喝茶

其他

36.您还有什么其他喜欢的游玩项目吗? \_\_\_\_\_

为什么? \_\_\_\_\_

37.它们是乡村旅游的特别项目吗?  是  否

38.您是否会选择推荐的游玩项目或更多的旅游景点? 是  否

39.您怎么知道这个旅游景点的? \_\_\_\_\_

40.您在这个乡村旅游景点呆了多久?  一天  两天一夜  三天

多于三天

41.您是否会租下一间农家乐为了方便停留更多的时间? 是  否

42.旅游点的交通是否便利?  是  否

43.您怎么看接待您的农民?\_\_\_\_\_

44.您是否和他们攀谈?  是  否



45.您是否有收获?是 否

46.服务是否质量满意?不满意 一般 满意 非常满意

47.您怎么看农家小屋?

舒适 宽敞 朴实 有待改进

48.您怎么看旅游点的风景?

怡人 一般 不怡人

49.您认为乡村旅游相比其他旅游有何诱人之处?

请写出五个词: \_\_\_\_\_

50.形容一下对农村的印象 [五六个词]

51.若您还有其他想法,请补充: \_\_\_\_\_

52.画一画印象中的农村

非常感谢您的配合和帮助!祝您旅途愉快!

---

## Questionnaires d'enquêtes français et chinois

Bonjour je m'appelle Zhong Cheng (Emmanuel Véron), je suis étudiant français en doctorat recherche de géographie à l'Université Paris 1 Panthéon-Sorbonne et à Shanghai à l'Université Normale de l'Est de la Chine. J'effectue une enquête et espère que vous pourriez m'aider à compléter ce questionnaire. Merci par avance !

1. Sexe :    H            F
2. Âge : 18 ans    18-25 ans    26-40 ans    41-60 ans    60 ans et plus
3. Capital scolaire : Collège    Lycée    Licence    Master    Doctorat
4. Situation économique :    1001 yuans/mois    1001-2500 yuans/mois    2501-4000 yuans/mois/plus de 4000 yuans/mois
5. Situation maritale : célibataire/marié sans enfant /marié enfant mineur /marié enfant adulte/autre
6. Occupation :            fonctionnaires/personnel            d'institution/militaire/personnel d'entreprise/paysan/entreprise individuelle/retraité/enseignant/étudiant/autre
7. De quelle province êtes-vous originaire ? Quelle ville ?
8. Avez-vous déjà fait du tourisme rural ? Oui    Non
9. Comment concevez-vous votre voyage ? Agences de voyages/Internet (réseaux sociaux)/guides touristiques/bouche-à-oreille/
10. Quels moyens de transport utilisez-vous ? Train/voiture individuelle/métropolitain/bus touristique/bus public/autre
11. Combien de fois avez-vous voyagé depuis les années 1990 ? 1-10fois / 11-25 fois/26-35 fois/ plus de 35 fois
12. Combien de fois voyagez-vous à la campagne dans l'année ? 0 fois/1 fois/2-4 fois/5-10 fois/ 10-15 fois/ 15 fois et plus
13. Quand partez-vous ? Week-end/Vacances/En semaine
14. À quel moment partez-vous ? Nouvel an/fêtes des morts/fête du travail/fête des bateaux dragon/fête nationale
15. À quelle saison ? Hiver/printemps/été/automne
16. Combien dépensez-vous ? 70-150 yuans/150-200 yuans/200-400 yuans/ 400-600 yuans/600 yuans et plus
17.                            Combien                            dépensez-vous                            par activités ?  
Transport/activités/achats/restauration/hébergement
18. Avec qui partez-vous ? Famille/Amis/Collègues/Seul
19. Avez-vous déjà dormi dans un Nongjiale ? Oui    Non

20. Avez-vous déjà mangé dans un Nongjiale ? Oui Non

21. Avez-vous été satisfait ? Oui Non

Pourquoi ?

22. L'hygiène est elle satisfaisante ? Oui Non

23. Que pensez des tarifs pour le repas ? Bon marché/Moyen/Cher

24. Que pensez des tarifs pour une chambre ? Bon marché/Moyen/Cher

25. Le tourisme rural correspond-il à vos attentes ? Non/Oui/ très Bien

Pourquoi ?

26. Pourrait-il être amélioré ? Oui Non

Comment ?

27. L'ambiance du village vous plait elle ? Oui Non

28. Qu'est ce qu'il y a de spécial ?

29. Le site vous parait-il suffisamment écologique ? Oui Non

30. Les sites touristiques représentent-ils ? : Veuillez cocher

- La ruralité chinoise
- La culture locale
- Le patrimoine
- Tradition
- Pittoresque

31. Êtes-vous satisfaits des structures d'accueil ? Oui Non

32. La nourriture vous satisfait-elle ? Oui Non

33. La chambre vous satisfait-elle ? Oui Non

34. Êtes-vous satisfait des activités proposées sur ce site ? Oui Non

35. Aimez-vous pratiquer les activités suivantes ? Veuillez cocher

- Ramassage de fruits ou de légumes
- Promenade à pied
- Promenade sur canaux
- Jardinage
- Activités agricoles
- Activité équestre
- Pêche
- Jeux aquatiques
- Boire du thé
- Jeux de cartes et mahjong
- Nourrir ou voir les animaux

- Autres

36. Quelles sont les autres activités que vous préférez ?

Pourquoi ?

37. Sont-elles spécifiques du tourisme rural ? Oui Non

38. Choisissez-vous un site pour la multitude d'activités qu'il propose ? Oui Non

39. Comment connaissez-vous l'existence de ce site ?

40. Combien de temps restez-vous sur ce site ? 1 jour/2 jours (une nuit)/3 jours/3 jours et plus

41. Louez-vous une ferme pour plusieurs jours ? Oui Non

Si oui, pour combien de temps ?

42. Le site est-il facile d'accès ? Oui Non

43. Que pensez-vous des paysans qui vous accueillent ?

44. Discutez-vous avec eux ? Oui Non

45. Apprenez-vous des choses ? Oui Non

46. Les services sont-ils de bonne qualité ? Oui Non

47. Que pensez-vous des fermes ?

- Confortable
- Spacieux
- Rudimentaire
- À améliorer

48. Que pensez-vous du paysage du site ?

- Agréable
- Pas agréable
- Moyen

49. Selon vous, en quoi le tourisme rural se distingue-t-il des autres formes de tourisms ?  
Donnez cinq mots :

50. Veuillez donner cinq à six mots décrivant la campagne :

51 Si vous avez quoi que ce soit à rajouter, veuillez écrire quelques mots :

52. Veuillez donner une représentation de la campagne :

Merci de votre coopération !

## Table des annexes

---

<b>Carte 1. La République populaire de Chine</b>	<b>646</b>
<b>Carte 2. Le découpage régional et culturel de la RPC</b>	<b>647</b>
<b>Carte 3. Les ensembles urbains de la RPC</b>	<b>648</b>
<b>Carte 4. La région économique du delta du Yangzi</b>	<b>649</b>
<b>Tableau. Statistiques des villes de la région économique</b>	<b>650</b>
<b>Extraits des XIème et XIIème Plans quinquennaux</b>	<b>651</b>
<b>Figure 1. Organisations des institutions rurales</b>	<b>654</b>
<b>Figure 2. Régulation du marché de la terre</b>	<b>655</b>
<b>Figure 3. Transformations rurales dans la RPC contemporaine</b>	<b>656</b>
<b>Figure 4. Calendrier agricole luni-solaire</b>	<b>657</b>
<b>Planche de dessins</b>	<b>658</b>
<b>Encadré 1. Tourisme et le mot <i>tour</i></b>	<b>659</b>
<b>Encadré 2. Émergence et pays émergents</b>	<b>660</b>
<b>Encadré 3. Qu'est-ce que la ruralité</b>	<b>662</b>
<b>Encadré 4. Delta du Yangzi : géographie physique</b>	<b>662</b>
<b>Encadré 5. Métropolisation : définition et concept</b>	<b>665</b>
<b>Questionnaire en chinois</b>	<b>666</b>
<b>Questionnaire en français</b>	<b>670</b>

## Liste des documents

---

### Liste des cartes

1– Le découpage administratif de la République populaire de Chine	13
2– La zone d'étude : le Jiangnan	25
3– L'étalement urbain dans le delta du Yangzi	97
4– L'articulation régionale et mégalopole dans le delta du Yangzi	101
5– Le tourisme dans le Jiangnan, essai de synthèse : l'urbain, le patrimoine et le « naturel-paysager »	113
6– La distribution des lieux touristiques de l'étude de terrain (2010-2014)	129
7– Les parcs nationaux de la RPC en 2012	190
8– Les parcs nationaux dans la zone d'étude	191
9– Carte de flux des touristes du foyer de départ à la destination finale	312
10– Cartographie des festivals floraux dans la zone d'étude	380
11– Une typologie des bourgs d'eau du Jiangnan	439
12– Typologie des sites classés du Wannan	442
13– Typologie et distribution des lieux de l'enquête	465
14– Organisation spatiale des campagnes touristiques dans la mégalopole	533
15– Schéma directeur de l'île de Chongming à 2020 et espaces touristiques ruraux	582
16– L'espace touristique rural du lac Tai : façade lacustre dissymétrique et polarisation régionale	584

### Liste des figures

1– Positionnement scientifique de la thèse	41
2– Les catégories principales d'activités de loisirs-tourisme et leurs temporalités	51
3– Voyageurs, visiteurs et touristes selon l'Organisation mondiale du tourisme (OMT)	58
4– Motifs et formes de tourisme selon l'Organisation mondiale du tourisme (OMT)	60
5– Image des « masses » touristiques lors de la fête nationale d'octobre 2012 à Hangzhou (lac de l'Ouest)	62
6. Tourisme rural, tourisme vert, agrotourisme, quelle terminologie ? Pour quelle réalité	74
7– La structure politico-administrative de la République populaire de Chine	82
8– L'imagerie du Jiangnan datant des Ming (scénographie dans une ville du delta : canal, pont, bateliers et commerçants)	89
9– Le modèle de la mégalopole asiatique et <i>desakota</i> : forme mixte urbain/rural	98
10– L'organisation du travail de doctorat (2010-2015)	118
11– L'organisation des outils méthodologiques	120
12– L'organisation du temps non travaillé en RPC : temps de travail, jours fériés et congés payés	172

13– Voyage de Deng Xiaoping dans les montagnes Jaunes (Huangshan) en 1979	180
14– Le processus de développement d’un site touristique	186
15– L’encadrement institutionnel du tourisme dans les campagnes en RPC	196
16– Aménagement des villages : destruction et concentration des noyaux villageois	212
17– Schéma du processus de perception	237
18– Peinture d’inspiration des poètes et des peintres de la dynastie Tang	257
19– Utopie agraire en Chine : constructions imaginaires et perception du rural par les citadins	289
20– Processus menant au comportement	294
21– Les mécanismes de motivation et de comportement du touriste	295
22– Découpage du temps selon les activités : une journée d’un touriste à la campagne	317
23– Synthèse des pratiques touristiques dans les campagnes du delta du Yangzi	340
24– Cycle végétatif des produits agricoles et pratiques touristiques	370
25– L’image d’un programme touristique de la région du Jiangnan	374
26– Mise en désir de la campagne en fleur	379
27– Mobilités saisonnières et « regard paysagé »	383
28– Schématisation théorique des pratiques spatiales touristiques sur le lieu	401
29– Phases d’apprentissage du touriste et intentionnalité dynamiques des destinations touristiques dans les campagnes	404
30– Trajectoires de touristes et degrés d’expérience touristique	406
31– Itinéraires de touristes [1] : destinations et pratiques	409
32– Itinéraires de touristes [2] : destinations et pratiques	410
33– Itinéraires de touristes [3] : destinations et pratiques	411
34– Itinéraires de touristes [4] : destinations et pratiques	412
35– Itinéraires de touristes [5] : destinations et pratiques	413
36– Itinéraires de touristes [6] : destinations et pratiques	414
37– La synthèse des profils de touristes chinois dans l’espace rural	420
38– Typologie des bourgs d’eau de la région du Jiangnan : morphologie et organisation spatiale	432
39– Plan de protection des villages de Xidi et Hongcun	436
40– Schéma théorique de la diffusion des sites touristiques classés	445
41– Les bourgs : modernisation et réhabilitation	452
42– Les villages : pluralité des dynamiques spatiales	456
43– Les parcs agrotouristiques : création de lieux	459
44– Les zones naturelles : préserver et mettre en valeur la nature	463
45– Schéma théorique de la diffusion des lieux touristiques dans les campagnes	467
46– Les institutions politiques villageoises	480
47– Certification et norme de prestations touristiques dans les villages	494
48– Réunion de la cellule du PCC – Gestion et orientation de l’activité économique des gîtes	495
49– Le village de Shuikou : mutations spatiales et développement local	500
50– Les prestataires de services touristiques : l’exemple du gîte de <i>Qingxiangyuan</i>	505

51– Schéma directeur du village « écologique » de Qianwei	510
52– Le gîte de Yingxin : morphologie d’un gîte étoilé	515
53– Le village de Wangshan : modernisation et dynamiques spatiales	524
54– Modèle régional de l’organisation de l’espace touristique rural : exemple du delta du Yangzi	549
55– Les lieux du tourisme à la campagne : laboratoire des ruralités contemporaines	559

## Liste des graphiques

1– Les déplacements touristiques	66
2– Les revenus du tourisme	66
3– Déplacements et dépenses par habitant (2000-2009)	153
4– L’évolution des foyers urbains en fonction du revenu annuel (1985-2025)	160
5– Le pouvoir d’achat annuel moyen par personne des ménages urbains et ruraux.	161
6– Les dépenses de consommation en loisirs des ménages (2000 et projection 2020)	161
7– Répartition géographique de la clientèle touristique	165
8– Stratification par âge des individus des enquêtes	166
9– Stratification par niveau d’éducation des individus des enquêtes	167
10– Le volume de publications selon les dénominations du tourisme dans les espaces ruraux	219
11 – Volume de publications sur les politiques rurales selon les dénominations	225
12– La conception du voyage : prédominance des agences touristiques et des réseaux sociaux (en %)	300
13– Moyen de transport pour accéder aux lieux touristiques ruraux	303
14– La répartition du temps du séjour touristique à la campagne	304
15– L’hétérogénéité des départs en vacances à la campagne	305
16– La relation entre la période du séjour et les différentes générations	306
17– La courte durée du séjour touristique	307
18– Les relations entre les différentes générations et la durée du séjour touristique	308
19– Le montant des dépenses globales par individu lors d’un voyage à la campagne	309
20– Le montant des dépenses globales par individu lors d’un voyage à la campagne	310
21– Le montant des dépenses globales par individu lors d’un voyage à la campagne	311
22– Le séjour à la campagne : en famille ou entre amis ?	314
23– La fréquence des voyages au cours d’une vie	385
24– La fréquence des voyages à la campagne au cours d’une vie	385
25– La fréquence des voyages à la campagne au cours d’une vie selon les tranches d’âges	386
26– Les modalités d’hébergement à la campagne	389
27– Améliorations des conditions de vie des ruraux dans le tourisme	487
28– Classe d’âge et fonction agricole des ruraux dans le tourisme	488
29– L’emprise foncière de l’agritourisme à Shanghai (en hectares)	579



## Liste des planches cartographiques

1–	1. Les déplacements de touristes ayant passé au moins une nuit hors de leur province	
	2. Les recettes touristiques par province (octobre 2010)	
	3. Les déplacements touristiques par province (octobre 2010)	
	4. Le découpage socio-économique de la Chine	109
2–	1. Pratiques spatiales dans les campagnes du delta – M. Zhao (2012)	
	2. Pratiques spatiales du tourisme dans les campagnes du delta – M. Sun (2012)	
	3. Pratiques spatiales du tourisme dans les campagnes du delta – Mme Yang (2012)	
	4. Pratiques spatiales du tourisme dans les campagnes du delta – M. Jiang (2012)	416
3–	1. Pratiques spatiales dans les campagnes du delta – M. Deng (2012)	
	2. Pratiques spatiales du tourisme dans les campagnes du delta – M. Liu (2012)	
	3. Pratiques spatiales du tourisme dans les campagnes du delta – M. Chen (2012)	
	4. Pratiques spatiales du tourisme dans les campagnes du delta – Mme Lin (2012)	417
4–	Cartes de flux : excursion et séjours longs	
	1. Flux et durée des séjours au départ de la métropole de Shanghai	
	2. Flux et durée des séjours au départ des villes secondaires	
	3. Flux et durée des séjours au départ des petites villes	543
5–	Contraction de l'espace-temps : l'exemple de Shanghai dans la région économique du delta du Yangzi	
	1. 1990	
	2. 2000	
	3. 2010	
	4. 2020	545
6–	1. Distribution géographique des sites de tourisme rural en 1990	
	2. Distribution géographique des sites de tourisme rural en 2000	
	3. Distribution géographique des sites de tourisme rural en 2010	580

## Liste des planches de dessins

1–	Aménagement rural et organisation spatiale des campagnes (1/3)	245
2–	Aménagement rural et organisation spatiale des campagnes (2/3)	249

3– Aménagement rural et organisation spatiale des campagnes (3/3)	253
4– Dimension paysagère, espace du sauvage et du naturel	255
5– Présences humaines : paysans et enfants	260
6– Présences animales : bergerie et animalerie	263
7– Représentations naïves et universelles de la campagne	266

### Liste des planches de nuage de mots

1– Nuage de mots sur la perception du rural : dimension paysagère	277
2– Nuage de mots sur la perception du rural : dimension développement	278
3– Nuage de mots sur la perception du rural : dimension sociale	280

### Liste des planches photographiques

1– Les paysages de la région du Jiangnan	106
2– Le tourisme dans la région du Jiangnan : l’urbain, le patrimoine et le « naturel-paysager »	114
3– La nouvelle gouvernance rurale et les nouvelles campagnes socialistes dans le delta du Yangzi	216
4– Contempler et photographeur	321
5– Cueillette de fraises	325
6– Se reposer, jouer et découvrir [1]	327
7– Se reposer, jouer et découvrir [2]	330
8– Se restaurer à la campagne	335
9– Retrouver les racines campagnardes [1]	347
10– Retrouver les racines campagnardes [2]	351
11– Pluralité des sociabilités à la campagne [1]	357
12– Pluralité des sociabilités à la campagne [2]	361
13– Se reposer, jouer et découvrir [3]	366
14– Les saisons et les paysages floraux	376
15– Les entrées de lieux touristiques	397
16– Vides et pleins : pratiques spatiales consrites	398
17– Villages et bourgs d’eau du Jiangnan	440
18– Villages et bourgs classés du Wannan	441
19– Diversité morphologique de biens touristiques : gîtes et restaurants	497
20– Modernisation rurale et nouvelle morphologie du bâti	502
21– Le village de Qianwei : mutations spatiales et développement local	512
22– Le village de Tangmo : patrimonialisation et développement local	520
23– Période maoïste et Parti communiste : mémoire et modernisation des campagnes	560
24– Folklore et scénographie : la campagne patrimoine	564
25– Campagne nature, impératifs de développement durable et agriculture moderne	569
26– Labels et certifications : ruralités, localités et territoires	573

### Liste des tableaux

1– Les dix premiers pays récepteurs du monde en 2020	64
2– Statistiques (2013) de la municipalité de Shanghai	84

3– Statistiques (2013) de la province du Jiangsu	85
4– Statistiques (2012) de la province du Zhejiang	86
5– Statistiques (2013) de la province de l’Anhui	87
6– Répartition de la population urbaine/rurale par province	96
7– Liste de lieux et fréquence des enquêtes (terrain 2010-2014)	130
8– Les déplacements et dépenses touristiques des urbains et ruraux en 2010	154
9 – Objectifs de voyage touristique du tourisme intérieur chinois (2005-2009)	155
10– Revenus et dépenses dans les provinces de l’enquête	163
11– Proportion de la population urbaine et revenus en 2004	163
12– Part des individus en fonction du revenu	164
13– Part des individus selon la profession/occupation	166
14– La fréquence moyenne des voyages touristiques par an de la population	177
15– Les cinq grands discours de Deng Xiaoping sur le tourisme et ses objectifs	181
16– Classification des sites selon la CNTA	185
17– Les modèles du tourisme rural selon le classement de la CNTA	187
18– Les catégories de sites modèles de « tourisme rural » en 2008	195
19– Première phase du tourisme en Chine (1978-1985)	197
20 – Première phase du tourisme en Chine (1986-1991)	198
21– Première phase du tourisme en Chine (1992-1999)	198
22– Première phase du tourisme en Chine (2000-aujourd’hui)	198
23– Thématique annuelle du tourisme en Chine décidé par la CNTA et le gouvernement	199
24– Les récentes orientations politiques sur le monde rural chinois	209
25– Les caractéristiques des publications de la catégorie « tourisme rural »	220
26– Les caractéristiques des publications de la catégorie « nongjiale »	221
27– Les caractéristiques des publications de la catégorie « agritourisme » [1]	222
28– Les caractéristiques des publications de la catégorie « agritourisme » [2]	223
29– Les caractéristiques des publications de la catégorie « écotourisme » ( <i>shengtai liuyou</i> )	224
30– Les caractéristiques des publications de la catégorie « trois problèmes ruraux » ( <i>sannong wenti</i> )	226
31– Les caractéristiques des publications de la catégorie « nouvelles campagnes » ( <i>xin nongcun</i> )	227
32– Les caractéristiques des publications de la catégorie « nouvelles campagnes » ( <i>shehui zhuyi xin nongcun</i> )	228
33– Synthèse de la planche de dessins 1	269
34– Synthèse de la planche de dessins 2	270
35– Synthèse de la planche de dessins 3	270
36– Synthèse de la planche de dessins 4	271
37– Synthèse de la planche de dessins 5	271
38– Synthèse de la planche de dessins 6	272
39– Synthèse de la planche de dessins 7	272
40– Corrélations des tranches d’âges et des mots pour dire le rural	281

41 – Le récapitulatif des catégories de motivations par classe d’âge	297
42– La pratique de la découverte des citadins chinois dans les campagnes touristiques	322
43– La pratique du jeu des citadins chinois dans les campagnes touristiques	323
44– La dimension repos des citadins chinois dans les campagnes touristiques	328
45– La pratique de la gastronomie par les citadins chinois dans les campagnes touristiques	332
46– Le spectre des activités recensées dans les tourisms à la campagne	339
47– Les expressions de « pays natal » en Chinois	354
48– Diversité des groupes et niveaux de sociabilité	359
49– Les critères de satisfaction : services et équipements	392
50– Les corrélations entre expérience touristique et niveau de villes	418
51– Les six bourgades d’eau du Jiangnan	433
52– Protection de trois types de sites dans le Huizhou	437
53 – La distinction des différents types de lieux touristiques	447
54 – La distinction des différents lieux touristiques de l’enquête	448
55– La distinction des différents lieux selon leur relation avec le tourisme	449
56– Une synthèse de types de lieux et mise en tourisme	466
57– La pluralité des acteurs dans le développement touristique	469
58 – Les acteurs des lieux touristiques de la municipalité de Shanghai	471
59– Les acteurs des lieux touristiques des provinces du Jiangsu et du Zhejiang	472
60– Les acteurs des lieux touristiques de la province de l’Anhui	473
61– La répartition des emplois selon les types de lieux	484

## Table des matières

---

<b>Remerciements.....</b>	<b>4</b>
<b>Avant-propos.....</b>	<b>6</b>
<b>Sommaire.....</b>	<b>7</b>
<b>Introduction générale.....</b>	<b>9</b>
L'écriture d'une géographie du tourisme national dans un géant émergent .....	13
La construction d'une société de loisirs et nouveaux citadins : un milliard d'urbains, besoin d'ailleurs et temps social nouveau .....	16
Un processus touristique récent ? 2006, année du développement des campagnes par le tourisme pour résoudre des problèmes ruraux .....	21
Shanghai et le delta du Yangzi, un espace pour une réflexion sur de nouvelles ruralités liées au tourisme .....	24
Cadre de la recherche : une étude du processus touristique dans les espaces ruraux en Chine	27
Problématiques et hypothèses de travail : tourisme et espaces ruraux en Chine, vers de nouvelles ruralités ? .....	32
Cheminement méthodologique et démarche générale adoptée .....	35
Les étapes de la recherche pour comprendre les nouveaux rapports villes-campagnes induits par le tourisme .....	37
<b>Partie I. Le tourisme dans les espaces ruraux du delta, un produit de l'ouverture chinoise.....</b>	<b>39</b>
<b>Chapitre 1. Cadrage conceptuel du tourisme dans les campagnes : approche géographique du tourisme dans les espaces ruraux d'un pays émergent .....</b>	<b>42</b>
<b>1. Le tourisme : approche géographique d'un processus récent.....</b>	<b>42</b>
1.1 Nongjiale, un néologisme pour dire le tourisme dans les campagnes. ....	43
1.2 Le tourisme, un objet géographique pour appréhender un changement de paradigme .....	44
1.2.1 Définir le tourisme : appréhender le tourisme comme un système .....	45
1.2.2 Qu'est-ce qu'un touriste ? « On ne naît pas touriste, on le devient » .....	47
1.2.3 De la civilisation des loisirs au « tournant récréatif » : vers une périodisation du processus .....	49
1.2.4 La touristicité à l'épreuve des lieux et des pratiques.....	54
1.2.5 Le travail de l'OMT et ses limites.....	56
<b>2. Le tourisme dans les pays émergents et le cas chinois .....</b>	<b>61</b>
2.1 Les mutations en cours de la cartographie du tourisme dans le monde.....	62
2.2 Émergence et tourisme : de nouveaux enjeux pour la géographie et les sciences sociales .....	64

<b>3. Les tourisimes dans les espaces ruraux plutôt que tourisme rural</b> .....	67
3.1 Le tourisme vert : tourisme d'espace et dimension paysagère .....	68
3.2 Le tourisme rural : politique d'État et développement rural .....	69
3.3 L'agritourisme ou agrotourisme : le développement local et la campagne comme patrimoine .....	71
3.4 Organisation spatiale des tourisimes dans les campagnes .....	74
<b>Conclusion du chapitre 1</b> .....	78

**Chapitre 2. Cadrage spatial et méthodologique pour appréhender le processus récent du tourisme dans les espace ruraux du delta du Yangzi**..... 80

<b>1. La zone d'étude : l'espace mégapolitain du delta du Yangzi</b> .....	80
1.1 Le delta politique : les entités administratives du delta du Yangzi.....	81
1.1.1 La municipalité de Shanghai .....	83
1.1.2 La province du Jiangsu.....	84
1.1.3 La province du Zhejiang .....	85
1.1.4 La province de l'Anhui .....	86
1.2 Le delta du Yangzi ou la région du Jiangnan : une macrorégion chinoise .....	87
1.2.1 Un pays d'eau aménagé, chargé d'histoire et prospère .....	87
1.2.2 Une agriculture ancienne et riche, complément industriel dispersé et élites locales .....	89
1.3 La métropolisation et les dynamiques spatiales du delta du Yangzi, contemporaines de la relance des réformes (1992) .....	92
1.3.1 Le processus de métropolisation et la région urbaine de Shanghai.....	93
1.3.2 De la métropolisation à la formation d'une mégalopole chinoise.....	96
1.3.3 Mutations rurales et relations villes-campagnes : des dynamiques liées au tourisme « rural » ?.....	101
1.4 Le tourisme et son insertion dans les dynamiques spatiales du delta .....	107
1.4.1 Une région touristique reflet des dynamiques spatiales et économiques du delta .....	107
1.4.2 Des hauts lieux aux circuits secondaires : l'armature du tourisme dans le Jiangnan .....	110
<b>2. L'itinéraire méthodologique et le terrain chinois</b> .....	115
2.1 Les outils utilisés pour étudier le processus touristique dans les campagnes du delta du Yangzi .....	119
2.1.1 Les dessins et les mots de la perception de la campagne .....	121
2.1.2 L'observation participante de touristes chinois .....	122
2.1.3 Les enquêtes par questionnaires semi-directifs .....	126
2.1.4 Les enquêtes par entretiens semi-dirigés.....	127
2.1.5 Les lieux des enquêtes : plusieurs entités pour plusieurs modes d'enquêtes .....	128

2.2 Quelques spécificités du terrain chinois .....	131
2.2.1 Les sources complémentaires utilisées et la réflexivité .....	131
2.2.2 Le problème de la langue, statut et carte de visite .....	133
2.3 L’insertion du travail doctorale dans les institutions supports.....	134
2.3.1 L’insertion de la recherche dans les institutions de recherches françaises.....	135
2.3.2 L’insertion de la recherche dans les institutions chinoises .....	136
2.3.3 La coopération décentralisée France-Chine sur le tourisme rural .....	137
<b>Conclusion du chapitre 2 .....</b>	<b>138</b>

### **Chapitre 3. Tourisme et formation d’une classe de consommateurs urbains.....139**

#### **1. L’émergence d’une société des loisirs et d’une classe de « consommateur urbains » chinois.....140**

1.1 La découverte du hors-quotidien et la construction d’un sentiment de liberté : de l’ascétisme à l’hédonisme ? .....	141
1.1.1 L’ouverture et l’entrée dans une modernité .....	141
1.1.2 Un vocabulaire nouveau pour de nouveaux repères sociaux : champs lexicaux du jeu, des loisirs et du tourisme .....	145
1.2. Les nouvelles valeurs du hors-quotidien et de la société civile .....	150

#### **2. Formation d’une classe de consommateurs : la visibilité d’« une classe moyenne » ? .....**

2.1 Une classe moyenne chinoise : frange de la population urbaine ?.....	156
2.1.1 Analogies et recherche d’une classe moyenne chinoise.....	157
2.1.2 Combien de consommateurs potentiels ? .....	159
2.2 La classe de consommateurs dans la région d’étude .....	162
2.2.1 Les profils économiques des populations du delta du Yangzi .....	163
2.2.2 Profils socio-économiques des touristes de l’enquête.....	164
2.3 Le dilemme de « la classe moyenne » et de l’individu dans l’État autoritaire .....	167

#### **3. La gestion d’un temps libre nouveau et hors-quotidien .....**

3.1 L’encadrement du temps libre et nouveau calendrier chinois.....	170
3.2 Le tourisme comme nouvel usage social du temps libre .....	173
3.3 Le nouveau temps (contraint) et la spécificité du tourisme chinois.....	176

#### **Conclusion du Chapitre 3 .....**

### **Chapitre 4. L’Etat au cœur de de l’organisation du tourisme dans les campagnes : institutionnalisation et nouvelle gouvernance rurale .....**

#### **1. L’État central initiateur et pilier de l’épanouissement du processus touristique .....**

1.1 Deng Xiaoping, l’initiateur du tourisme en Chine.....	180
1.1.1 Le tourisme réhabilité pour servir d’outil de modernisation.....	180

1.1.2 L'ouverture des territoires par le tourisme .....	182
1.2 Un secteur dominé par l'État : administration centrale et pouvoirs locaux .....	184
1.2.1 L'administration centrale du tourisme et la mise en tourisme des lieux .....	184
1.2.2 Les parcs nationaux : la construction de hauts lieux .....	188
1.2.3 Décentralisation et aménagement touristique du territoire .....	192
<b>2. De nouvelles politiques de développement rural : vers de nouvelles normes urbaines dans les campagnes.....</b>	<b>201</b>
2.1 Autonomisation et ouverture dans les campagnes du delta du Yangzi.....	202
2.1.1 L'autonomisation des campagnes : une libéralisation croissante.....	203
2.1.2 La marchandisation du foncier rural .....	204
2.1.3 Vers une nécessaire politique rurale de rééquilibrage.....	206
2.2 Vers de nouvelles campagnes : nouvelles normes, aménagement et hygiénisation du monde rural .....	207
2.2.1 Les trois problèmes ruraux et les nouvelles réflexions sur l'aménagement rural .....	207
2.2.2 La politique des « nouvelles campagnes socialistes ».....	209
2.2.3 De nouvelles normes techniques et aménageuses pour le monde rural .....	213
<b>3. La production scientifique sur le tourisme rural : vers un champ de recherche en aménagement à part entière ? .....</b>	<b>217</b>
3.1 La coordination de la CNTA avec les « nouvelles campagnes socialistes » .....	217
3.2 Évaluation de la production scientifique chinoise sur le « tourisme rural ».....	218
3.2.1 Évaluation de la production scientifique du « tourisme rural » .....	218
3.2.2 Évaluation de la production scientifique sur les « nouvelles campagnes ».....	225
<b>Conclusion du Chapitre 4 .....</b>	<b>230</b>

**Partie II. Touristes urbains dans l'espace rural : nouvelles frontières des pratiques et triomphe de l'urbain.....233**

**Chapitre 5. Dessins et mots pour se représenter le monde rural .....** 235

**1. Perception et représentation des campagnes : de la campagne fantasmée à la campagne retrouvée .....** 235

1.1 L'utilisation de la perception en géographie..... 236

1.2 Les cartes mentales comme outil d'analyse des perceptions et de l'espace vécu..... 238

**2. Exploitation et analyse des dessins de représentation du rural .....** 240

2.1 La représentation du rural chez les citadins chinois par le dessin .....
 242 |

2.1.1 Aménagement rural et organisation spatiale des campagnes .....
 243 |

2.1.2 La campagne devient paysage : dimension paysagère, espace de nature et vivre à l'écart du monde.....
 254 |

2.1.3. Présence humaine dans les campagnes : paysanneries et enfants .....
 259 |

684



2.1.4	Présence animale dans les campagnes : animalerie et élevage .....	261
2.1.5	Représentations naïves, universelles et fantasmées de la campagne.....	264
2.2	Les dessins de desseins du rural chinois ou les trois figures du rural : le civilisé, le paysage et le naïf.....	267
2.2.1	Synthèse des dessins : interpréter la perception du rural chinois .....	267
2.2.2	Tableaux d'interprétation du triptyque : paysage/civilisé/naïf.....	268
<b>3.</b>	<b>Les impressions de la ruralité par les mots et les expressions.....</b>	<b>274</b>
3.1	Les termes de la dimension paysagère du rural .....	275
3.1.1	Les mots pour dire le paysage en Chine.....	275
3.1.2	La nature partie intégrante de la campagne : espace à haute valeur environnementale .....	276
3.1.3	Les mots pour exprimer la quiétude .....	276
3.2	Les termes du mal-développement du rural .....	277
3.2.1	Infrastructures, équipements et hygiène en question .....	278
3.2.2	Les inégalités sociales de développement .....	279
3.3	Les termes du social des campagnes.....	279
3.3.1	Perceptions d'un corps social naïf et « hors » des complexités du monde moderne .....	280
3.3.2	Perceptions d'un corps social paupérisé et peu moderne .....	280
3.4	Les mots du rural et les générations de citadins .....	281
<b>4.</b>	<b>Le rural, de l'idyllique à l'anti-urbain : une lecture de l'utopie agraire .....</b>	<b>282</b>
4.1	Discours et représentations « hostiles » à la ville .....	283
4.2	Mythe arcadien et utopie agraire en Chine .....	284
4.3	De l'érémisme à la solitude : la campagne refuge .....	287
	<b>Conclusion du chapitre 5 .....</b>	<b>290</b>
	<b>Chapitre 6. Pratiques touristiques des citadins dans l'espace rural : découverte, jeu et temps du repos.....</b>	<b>292</b>
<b>1.</b>	<b>Qui sont les touristes ? Caractéristiques socio-démographiques des touristes chinois dans les campagnes.....</b>	<b>293</b>
1.1	Choix et motifs touristiques de la destination rurale .....	293
1.1.1	Le comportement : processus au cœur du projet touristique.....	293
1.1.2	Les facteurs de motivation du touriste : déterminants majeurs de la destination.....	294
1.1.3	« Destination » campagne : du choix insolite au choix par défaut.....	297
1.2	Préparer son voyage à la campagne .....	299
1.2.1	Concevoir un projet touristique à la campagne .....	299
1.2.2	Réaliser son voyage à la campagne .....	302
1.3	La campagne : une destination nouvelle et non exclusive .....	304

1.3.1	Temporalité du séjour touristique à la campagne.....	304
1.3.2	Le budget du séjour comme axe déterminant d'un tourisme peu onéreux ?.....	308
1.3.3	Distances et pratiques spatiales touristiques : entre proximité et accessibilité aux lieux .....	311
1.4	Entre-soi au milieu des autres : l'individu, la famille et le collectif.....	314
<b>2.</b>	<b>Les pratiques touristiques en espace rural, un spectre différencié ?.....</b>	<b>316</b>
2.1	Les temporalités et activités d'une journée d'un touriste à la campagne : des générations de touristes .....	316
2.2	La découverte comme moteur des pratiques.....	320
2.3	Le jeu : une pratique variée et hétérogène .....	323
2.4	Le temps du repos : une catégorie contradictoire ?.....	328
2.5	« À table ! ». Fonction centrale du temps des vacances à la campagne.....	331
2.6	Synthèse des pratiques et de leurs articulations avec le processus touristique .....	338
	<b>Conclusion du chapitre 6 .....</b>	<b>342</b>
	<b>Chapitre 7. La quête campagnarde des citadins : renouer avec les racines et une expérience touristique renouvelée.....</b>	<b>343</b>
<b>1.</b>	<b>La campagne comme cadre du ressourcement et des sociabilités retrouvées.....</b>	<b>344</b>
1.1	Les figures de l'authentique : le paysage, le social/cultuel et la gastronomie .....	344
1.1.1	Renouer avec les racines par le paysage .....	345
1.1.2	Le social et le cultuel : renouer avec les ancêtres.....	348
1.1.3	La gastronomie : manger à la façon d'hier.....	350
1.1.4	Du pays des origines à l'attachement aux lieux campagnards .....	353
1.2	Des sociabilités retrouvées aux identités fantasques.....	356
1.2.1	Voyager à la campagne avant tout pour se retrouver .....	357
1.2.2	L'identité en voyage : normes sociales et identités fantasques .....	360
1.2.3	Des lieux de sociabilité pour les sociétés locales .....	368
<b>2.</b>	<b>La saisonnalité et temporalité du tourisme à la campagne : vivre les saisons agricoles.....</b>	<b>369</b>
2.1	Fêtes, saisons et paysages : forte saisonnalité des pratiques touristiques .....	369
2.1.1	Identifier les temporalités de fortes intensités touristiques .....	369
2.1.2	Les fleurs, les fruits et leurs symboles : renouer avec le temps agricole et l'histoire .....	372
2.2	Le tourisme à la campagne et les nouveaux rythmes collectifs .....	374
2.2.1	Fêter le paysage et rythme collectif du temps social.....	375
2.2.2	La fête et l'agro-pastoral comme produits touristiques.....	378
<b>3.</b>	<b>Appropriation d'une territorialité touristique par la clientèle urbaine et degré d'expérience touristique .....</b>	<b>384</b>
3.1	Satisfaction, qualité des lieux et modes de consommation marchands.....	384

3.1.1 Interroger la fréquence du tourisme à la campagne afin d'appréhender la spécialisation de la clientèle .....	384
3.1.2 Habiter chez « l'autre », une pratique d'hébergement limitée ? .....	387
3.1.3 Services, équipements et activités : clés de la satisfaction ? .....	390
3.2 Pratique spatiale sur les lieux : entre forte concentration et rare dispersion.....	393
3.2.1 Campagnes fréquentées et campagnes non fréquentées : les formes de l'itinérance récréative .....	393
3.2.2 Concentration forte des pratiques touristiques et itinérances conscrites au lieu	396
3.2.3 Vers un modèle théorique des pratiques spatiales à l'échelle du lieu (grande échelle) .....	400
3.3 Trajectoires de touristes et gradient de l'expérience touristique.....	403
3.3.1 Touristes chinois ou l'apprentissage touristique juvénile .....	403
3.3.2 Six profils de touristes chinois dans les campagnes ? .....	409
3.3.3 Segmentation de la clientèle et expérience touristique : vers un habiter polytopique ? .....	415
<b>Conclusion du chapitre 7 .....</b>	<b>421</b>

### **Partie III. Territoires touristiques ruraux : lieux, mémoire(s) et mégalopolisation.....425**

#### **Chapitre 8. Typologie des lieux et acteurs du développement touristique dans les campagnes : un processus de modernisation encadrée .....**

<b>1. Les lieux majeurs : objet du patrimoine national .....</b>	<b>429</b>
1.1 Les lieux majeurs et originels : modèles pour la diffusion touristique .....	429
1.1.1 Aux origines des hauts lieux : protection et classement des lieux .....	429
1.1.2 Les bourgades d'eau du Jiangnan.....	431
1.1.3 Les sites classés du « pays » Huizhou.....	433
1.2 Lire la diffusion des bourgs et des villages patrimoniaux .....	437
1.2.1 La diffusion de bourgades d'eau dans le Jiangnan.....	438
1.2.3 Lire la diffusion des sites protégés : essai de synthèse.....	443
<b>2. La multiplication des lieux originaux : vers une hiérarchisation des sites de tourisme à la campagne .....</b>	<b>446</b>
2.1 La diversité des lieux : vers une typologie des lieux du tourisme dans les espaces ruraux du delta .....	446
2.2 Une typologie des lieux du tourisme dans les campagnes du delta du Yangzi.....	450
2.2.1 Les mutations spatiales des bourgs : de la station à la ville touristique .....	450
2.2.2 Les mutations spatiales villageoises : pluralités des formes de développement	453
2.2.3 Les parcs agrotouristiques : création de lieux pour des démonstrations .....	457
<b>3. Les acteurs d'un processus de développement touristique par le haut et acteurs privés.....</b>	<b>468</b>

3.1 Une sectorisation des acteurs dans le développement des lieux touristiques .....	468
3.2 Une lecture des acteurs par type de lieux touristiques et par province .....	469
3.3 Vers une coopération régionale du tourisme ? Une instance de coordination pour la région .....	475
<b>Conclusion du Chapitre 8 .....</b>	<b>477</b>

**Chapitre 9. Les sociétés locales dans le tourisme : organisation collective et prestataires de services touristiques .....** 478

**1. Dynamiques rurales et diversification des revenus non agricoles : émergence du secteur des services en participant au tourisme.....** 479

1.1 Réformes et pluralité des revenus ruraux.....	479
1.2 De l'industrialisation rurale à la croissance du secteur tertiaire par le tourisme .....	481
1.3 Diversification et hiérarchisation des professions en fonction des types de lieux....	484
1.4 Le développement local par la participation au tourisme des communautés locales	485
1.4.1 Une forme nouvelle de développement endogène .....	485
1.4.2 Les ruraux dans le tourisme : jeune génération et activité agricole limitée .....	486

**2. Organisation des sociétés locales et processus touristique : une organisation collective par le bas .....** 490

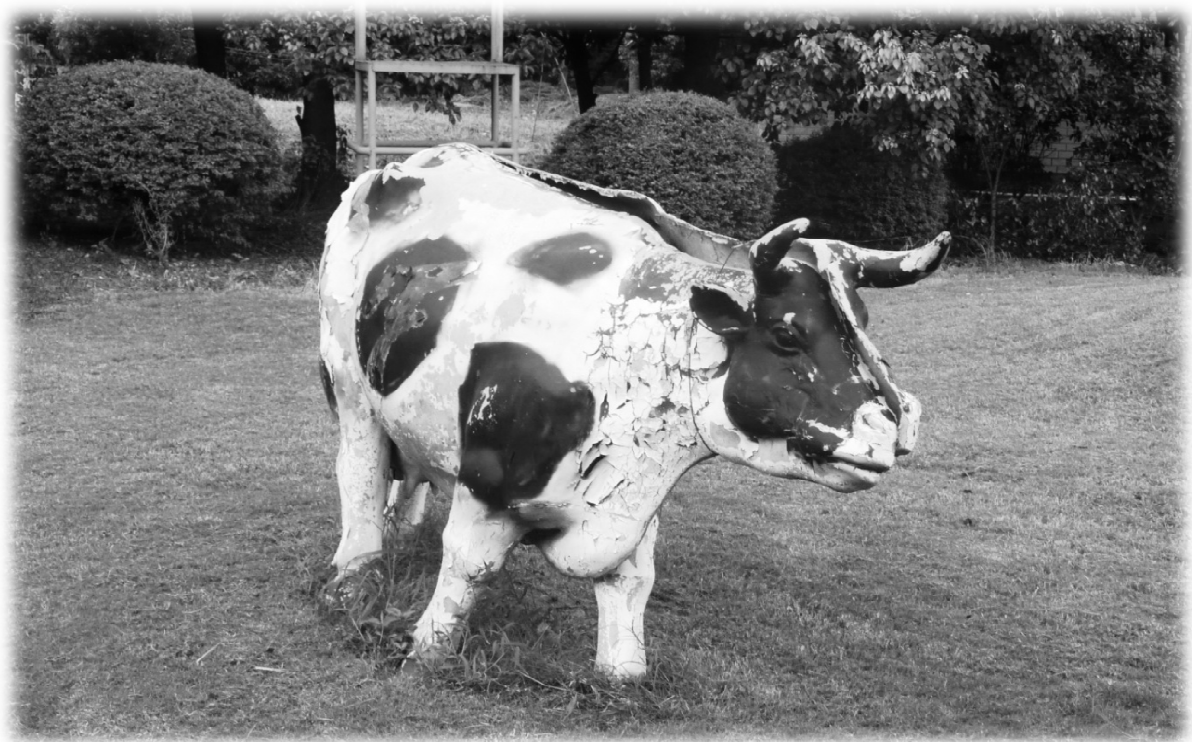
2.1 L'initiative commerciale individuelle.....	490
2.2 Les fermes individuelles .....	491
2.3 La forme de la coopération entre plusieurs foyers ruraux (ou familles paysannes) .	492
2.4 Synergie entre entreprise privée et paysans .....	493
2.5 Associations paysannes, entreprise privée et paysans .....	493
2.6 Gouvernements locaux, entreprise privée et organisation paysanne .....	494

**3. Devenir prestataire de services touristiques : études de cas de quatre villages et leurs sociétés locales.....** 498

3.1 Les villages de Shuikou et Guzhu : terroir de thé et association des gîtes .....	498
3.1.1 Le développement local dans un espace rural en périphérie de la mégapole..	498
3.1.2 L'exemple d'une famille rurale devenue prestataire de services touristiques : le gîte du Jardin des parfums.....	503
3.2 Le village de Qianwei : un développement local dans le périurbain rural de Shanghai .....	508
3.2.1 La logique locale de développement rural .....	508
3.2.2 Le gîte trois étoiles de Yingxin : un exemple de réussite et de rentabilité.....	514
3.3 Le village de Tangmo, développements touristiques et jeux d'acteurs locaux et internationaux .....	517
3.3.1 Un objet touristique dans la continuité des villages classés : développement local et logique patrimoniale.....	517
3.3.2 Les objectifs de la coopération internationale et le développement rural .....	518

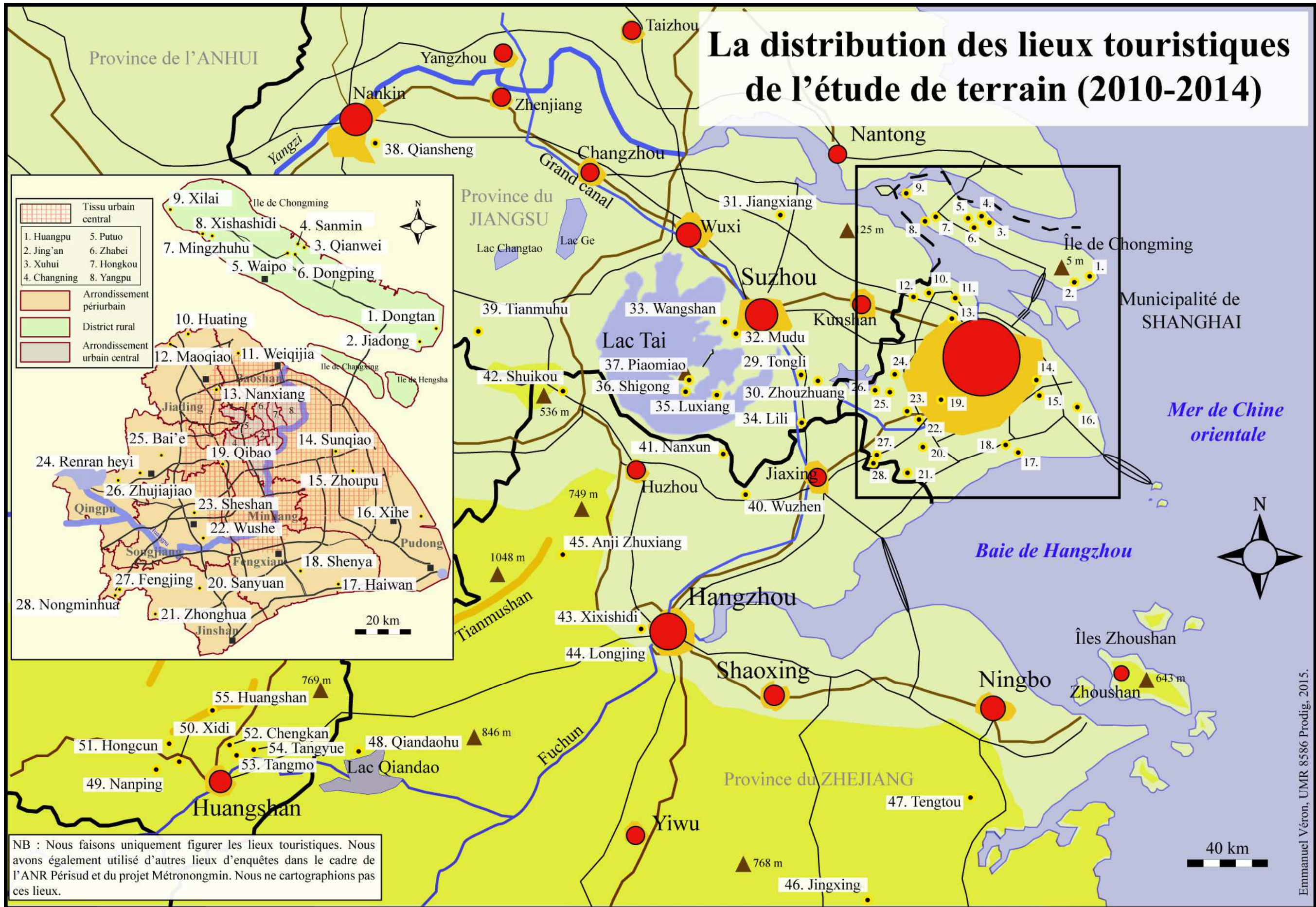
3.3.3 Un développement touristique et une fréquentation touristique périphérique ...	521
3.4 Le village de Wangshan : produit des « nouvelles campagnes socialistes » dans l'espace périurbain de Suzhou .....	522
<b>Conclusion du Chapitre 9 .....</b>	<b>528</b>
<b>Chapitre 10. Mégalopolisation, tourisme dans les campagnes et laboratoire des nouvelles ruralités .....</b>	<b>530</b>
<b>1. Typologie des espaces ruraux touristiques dans l'espace mégalopolitain.....</b>	<b>531</b>
1.1 Cartographier les espaces ruraux touristiques de la mégalopole .....	531
1.1.1 La typologie des espaces ruraux touristiques .....	534
1.1.2 La hiérarchie des lieux du tourisme .....	538
1.1.3 Les périphéries de loisirs et auréoles touristiques périurbaines .....	539
1.1.4 Cinq stades d'intensité touristique .....	541
1.2 Les flux touristiques : une approche de la spécialisation touristes/espaces .....	542
1.2.1 Le rayonnement de Shanghai : métropolisation et primatie mégalopolitaine ...	544
1.2.2 Le rayonnement des villes secondaires : entre proximité et exploration des nouvelles périphéries .....	546
1.3 Modéliser le tourisme dans les campagnes de l'espace mégalopolitain .....	548
1.3.1 Le réseau urbain hiérarchisé et l'espace simplifié de la mégalopole .....	550
1.3.2 Les périphéries rurales et touristiques : du périurbain aux marges polarisantes de la mégalopole .....	550
1.3.3 Typologie et taille des lieux : polarisation et concentration.....	553
1.3.4 Flux, dynamiques spatiales de la mégalopole et tourisme dans les campagnes.	554
<b>2. Les lieux touristiques dans la gouvernance contemporaine : laboratoire des ruralités et légitimation du pouvoir.....</b>	<b>557</b>
2.1 Histoire, mémoire et patrimoine : l'instrumentalisation du lieu pour asseoir les identités .....	559
2.1.2 « Patrimonialiser » les campagnes : du patrimoine bâti au patrimoine immatériel .....	563
2.2 Modernisation agricole et rurale : l'agriculture de demain en démonstration .....	567
2.2.1 Les campagnes : espaces proactifs dans l'application des impératifs de développement durable et écologique .....	568
2.2.2 L'agriculture moderne : nouvelles méthodes pour de nouvelles productions....	570
2.3 Gouvernance et vitrine du développement local et rural .....	572
2.3.1 Les labels et les distinctions : une construction identitaire des territoires .....	572
2.3.2 Le local au cœur du processus de développement ?.....	574
2.3.3 Les « écoles des ruralistes » en lien avec les mutations rurales induites par le tourisme.....	575
<b>3. Les territoires au cœur de la structuration et du développement du tourisme dans les campagnes : études de cas .....</b>	<b>577</b>

3.1 Le territoire de Chongming, le poumon vert de la métropole shanghaienne .....	577
3.1.1 Mutations de la métropole et diffusion des sites touristiques dans les espaces périurbains .....	578
3.1.2 Poumon vert métropolitain et marketing territorial par le tourisme : le cas du district rural de Chongming.....	581
3.2 La région du lac Tai : « faire pays » et territoire touristique précurseur.....	583
3.2.1 Le lac Tai : objet touristique régional et national.....	583
3.3 Le tourisme et la territorialité rurale : outil contemporain des réformes pour l'aménagement.....	586
<b>Conclusion du chapitre 10 .....</b>	<b>589</b>
<b>Conclusion générale.....</b>	<b>593</b>
La mégalopole : un espace privilégié pour approcher les dynamiques touristiques depuis l'ouverture.....	595
Les acteurs étatiques centraux et locaux pour une modernité encadrée.....	598
L'archipel des lieux touristiques : le laboratoire des nouvelles ruralités.....	604
Les citoyens au cœur du « tournant récréatif ».....	608
De la communauté rurale au métier de prestataires de services touristiques.....	612
Limites et prolongements possibles.....	616
<b>Bibliographie et sources.....</b>	<b>619</b>
<b>Annexes.....</b>	<b>646</b>
<b>Table des annexes.....</b>	<b>673</b>
<b>Table des documents.....</b>	<b>674</b>
<b>Table des matières.....</b>	<b>681</b>



Vache en résine dans le parc agritouristique de Wushe (Shanghai, arrondissement de Songjiang) – Emmanuel Véron, juillet 2012.

# La distribution des lieux touristiques de l'étude de terrain (2010-2014)



**Legend**

- Tissu urbain central (Central urban fabric)
- Arrondissement périurbain (Suburban district)
- District rural (Rural district)
- Arrondissement urbain central (Central urban district)

1. Huangpu	5. Putuo
2. Jing'an	6. Zhabei
3. Xuhui	7. Hongkou
4. Changning	8. Yangpu

**Inset Map Labels:**

- 9. Xilai
- 8. Xishashidi
- 4. Sanmin
- 7. Mingzhu
- 5. Waipo
- 6. Dongping
- 10. Huating
- 11. Weiqijia
- 12. Maoqiao
- 13. Nanxiang
- 14. Sunqiao
- 15. Zhoupu
- 16. Xihe
- 17. Haiwan
- 18. Shenyua
- 19. Qibao
- 20. Sanyuan
- 21. Zhonghua
- 22. Wushe
- 23. Sheshan
- 24. Renran heyi
- 25. Bai'e
- 26. Zhujiajiao
- 27. Fengjing
- 28. Nongminhua
- 29. Tongli
- 30. Zhouzhuang
- 31. Jiangxiang
- 32. Mudu
- 33. Wangshan
- 34. Lili
- 35. Luxiang
- 36. Shigong
- 37. Piaomiao
- 38. Qiansheng
- 39. Tianmuhu
- 40. Wuzhen
- 41. Nanxun
- 42. Shuikou
- 43. Xixishidi
- 44. Longjing
- 45. Anji Zhuxiang
- 46. Jingxing
- 47. Tengtou
- 48. Qiandaohu
- 49. Nanping
- 50. Xidi
- 51. Hongcun
- 52. Chengkan
- 53. Tangmo
- 54. Tangyue
- 55. Huangshan

Scale: 20 km

NB : Nous faisons uniquement figurer les lieux touristiques. Nous avons également utilisé d'autres lieux d'enquêtes dans le cadre de l'ANR Périssud et du projet Métronongmin. Nous ne cartographions pas ces lieux.



## Les espaces ruraux à l'heure du tourisme citadin. L'exemple du delta du Yangzi - Chine

Emmanuel Véron

---

### Résumé :

Cette thèse étudie les dynamiques touristiques, contemporaines des réformes, dans les espaces ruraux de la mégapole du delta du Yangzi. Le processus du tourisme dans les espaces ruraux est étudié au regard des politiques de modernisation rurale (encadrées par l'État central, décentralisée aux échelons locaux, en lien avec des acteurs privés) d'une part, et des mutations des perceptions des citadins de la classe moyenne, bénéficiant de temps libre, de moyens économiques et matériels d'autre part. Les pratiques touristiques ont été envisagées du point de vue de l'expérience des touristes et des motivations de départ. Les campagnes constituent une forme originale de tourisme, dont les aménagements se déclinent selon quatre types : bourg, village, parc à thème et parc naturel. Les lieux touristiques dans les campagnes ont ensuite été analysés selon trois entrées : modernisation rurale, construction identitaire et outil d'aménagement local. Finalement, les espaces ruraux touristiques, circonscrits à des lieux balisés, contribuent aux dynamiques spatiales et économiques de la région du delta du Yangzi, dominée par la métropole de Shanghai. Par ailleurs, le tourisme dans les campagnes participe à la construction de territorialités des provinces et des municipalités.

**Mots-clés :** tourisme, espaces ruraux, citadins, mégapole, aménagement, relations ville-campagne, Shanghai

## Rural areas at the time of city dwellers tourism. The example of the Yangzi Delta – China

Emmanuel Véron

---

### Abstract:

This thesis examines the tourist dynamic, contemporary of reforms, in rural areas of the megalopolis of the Yangzi Delta. The tourism process in rural areas is studied with regard to rural modernization policies (supervised by the central government, decentralized to local levels, in conjunction with private actors) on the one hand, and urban perceptions mutations of the middle class, enjoying free time, economic resources and the other materials on the other hand. Tourist practices have been considered from the perspective of the experience of tourists and starting motivations. The countryside is an original form of tourism; the facilities are divided into four categories: village, town, theme park and natural Park. The tourist places in the countryside were then analyzed according to three inputs: rural modernization, construction of identity and local planning tool. Finally, rural tourism areas, conscripts marked places, contribute firstly to spatial and economic dynamics of the Yangtze Delta region, dominated by the metropolis of Shanghai and the other in territorialities construction of provinces and municipalities.

**Key words:** tourism, rural areas, urban, metropolis, development, urban-rural relations, Shanghai

## 城市居民旅游时代下的中国农村现状——以长江三角洲为例

Emmanuel Véron

---

### 摘要:

本文考察了长江三角洲城市群在农村旅游动态，当代的改革。在农村旅游的过程中，研究关于农村现代化政策（由中央政府监督，权力下放至地方各级与私营部门一起），一方面，和中产阶级的城市观念突变，享受自由时间，经济资源和其他材料。旅游的做法已经从游客和启动动机的体验的角度考虑。农村地区的旅游业的原始形式，将设施分为四类：村，镇，主题公园及和自然公园。农村现代化，身份和地方规划工具的建设：那么在农村地区的旅游景点是根据三个输入进行分析。最后，旅游业农村义务兵标示的地方，首先有助于长三角地区的空间和经济动态，由上海大都市为主其次要建设省市的主权区域。

**关键词 :** 旅游，农村地区，城市，大都市，规划，城乡关系，上海