



HAL
open science

Ruralité chinoise 2.0. Village Taobao 2.0. La licorne en modèle !

Stephanie Boufflet

► **To cite this version:**

Stephanie Boufflet. Ruralité chinoise 2.0. Village Taobao 2.0. La licorne en modèle!. International Journal of Design Sciences and Technology, inPress. hal-03617794

HAL Id: hal-03617794

<https://hal.science/hal-03617794>

Submitted on 23 Mar 2022

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.

Colloque 2èmes Rencontres Architecture & Intelligences (EVCAU 2021)

Participation au colloque décembre 2021.

Remise article février 2022.

Ruralité chinoise 2.0. Village Taobao 2.0

La licorne en modèle !

Article de Stéphanie Boufflet, architecte DPLG, docteure en géographie, maîtresse de conférences ENSAPVS, chercheure CRH-LAVUE.

Responsable d'une offre pédagogique dédiée aux enjeux du territoire chinois à l'ENSAPVS dont un séminaire en master 1, villages chinois qui prend à parti d'explicitier la complexité et les enjeux du village en terre chinoise < <https://villagechinois.wixsite.com/ensapvs>>



Ruralité chinoise 2.0. Village Taobao 2.0

La licorne en modèle !

Au-delà de l'IA. l'IA rurale

L'intelligence artificielle n'est pas seulement là où l'on attend. Elle investit nos vies et plus largement tous nos territoires bien au-delà de ceux des laboratoires de recherche. Elle est rarement associée au développement des territoires ruraux sauf en terre chinoise où elle participe à une nouvelle dynamique du tout numérique rural.

En 2022, la Chine investit fort dans la recherche et développement de sujets sensibles tel que la reconnaissance faciale mais tente aussi de combler les lacunes de ses développements territoriaux par le numérique. Pour cela, le gouvernement s'est allié aux mannes du privé.

Cette politique mixte alliant gouvernances publique et privée n'est pas inédite dans l'empire du milieu. Elle a déjà été mise en œuvre pour construire le rêve urbain chinois, gage à la moitié du XX^{ème} siècle d'une nécessaire reconnaissance internationale pour les autorités. En 1978 quand Deng Xiaoping appelle à l'enrichissement personnel, la population urbaine est d'à peine 20%¹. Quarante ans plus tard, en 2018 elle a triplé en approchant les 60%.

Pour construire ce qu'il a été commun de nommer le boom urbain chinois lors des dernières décennies, le gouvernement a fait appel à des promoteurs nouvellement institués qui se sont vus délégués l'édification de véritables morceaux de ville de plus de 500m de côté. Ces quartiers comprennent à chaque fois une dizaine de tours d'habitation de plus de trente étages incluant toutes les commodités commerciales mais aussi publiques tel que les équipements scolaires.

C'est en 2011 que la Chine atteint son objectif, date à laquelle la population urbaine est devenu majoritaire mais l'écart ne fait que se creuser entre les urbains, miroirs d'une classe moyenne de plus en plus prospère et une population rurale toujours à la marge.

En 2018, le revenu moyen des ruraux représente moins de 40 % de celui des citadins² ; 14 617 yuans soit 2 308€ pour les ruraux contre 39 251 yuans soit 5 473€ pour les urbains valeur janvier 2022.

Il n'empêche. Au regard de cette expérience de gouvernance partagée, il ne paraît donc pas étonnant qu'à l'aube du XXI^{ème} siècle les instances politiques chinoises fassent appel au géant du numérique Alibaba³ pour redynamiser les campagnes chinoises. La problématique paraît intrigante à la fois portée par une impression de désengagement public affirmé et une reconnaissance d'un entrepreneuriat à succès.

¹ Tous les chiffres sont issus des China Statistical Yearbook dont, pour les plus récents du dernier publié en ligne en 2019 <<http://www.stats.gov.cn/tjsj/ndsj/2019/indexeh.htm>>

² En nota. Le revenu annuel par habitant en RPC est de 28 228 yuans, soit 3 936€ valeur 2022. Rapport en ligne, La Banque mondiale, fiche de résultat du 22 novembre 2019. « Chine : Le commerce électronique stimule l'emploi, la croissance, l'esprit d'entreprise et les revenus dans les zones rurales »

<<https://www.banquemonde.org/fr/results/2019/11/22/stimulating-jobs-growth-entrepreneurship-income-in-rural-china-through-e-commerce>> consulté le 10 février 2022

³ Site internet du groupe Alibaba dont le slogan est affiché comme tel 'To make it easy to do business anywhere' traduit en français par 'Pouvoir faire affaire n'importe où.'

<<https://www.alibabagroup.com/en/global/home>>

Il s'agit de comprendre en quoi l'investissement de ce géant du numérique, dont la figure emblématique a disparu des écrans pendant plusieurs mois en 2020 préfigurerait-il d'un nouveau paradigme rural, voir dans quelle mesure ce rural numérique pourrait-il faire basculer des enjeux territoriaux.

Le e-commerce rural chinois. un enjeu inédit

Par le développement du e-commerce rural, fait inédit dans ce secteur la République Populaire de Chine espère contribuer à la fois à la réduction de la pauvreté rurale et au développement économique des villages⁴. L'agriculture est en Chine encore majoritairement manuelle et les conditions de vie difficiles ont engendré un exode rural de grande ampleur.

Pour appréhender le phénomène, il faut avoir en tête que chaque citoyen chinois possède un Hukou, certificat de résidence qui l'assigne à un territoire sans autorisation de déménager sauf cas très particuliers. En 2022, ce sont près de 286 millions de personnes⁵ alors considérées comme population flottante qui ont bravé le gouvernement en changeant de lieu de vie sans autorisation, à la recherche d'un meilleur niveau de vie. Au regard des 1 395 380 000 chinois, cela représente 20% de la population. Cette migration de masse accuse d'une certaine manière l'échec de la politique d'harmonisation⁶ des campagnes et des villes lancées par le gouvernement chinois au début des années 2000.

C'est dans ce contexte qu'une nouvelle action inédite a été mise en place en 2009 intégrant à la fois les volontés du gouvernement chinois et les mannes financières du plus grand géant du numérique chinois, Alibaba.

La licorne. l'outil de la R&D

Cette politique mixte associant public et privé sur un sujet du numérique attire l'attention car il fait écho au fait que la Chine accorde de plus en plus d'importance au secteur R&D. Recherche et Développement. En 2020, le budget dédié à ce secteur est quasiment à l'identique des Etats-Unis et de l'OCDE autour de 2 à 3%⁷. Il est néanmoins le seul à être dans une croissance singulière : +15% chaque année depuis trente ans alors que les pays occidentaux stagnent dans la même durée.

Signe que les temps changent, les licornes, ces starts up au capital de plus d'un milliard de dollars sont aussi depuis plusieurs années basées sur le territoire chinois quand bien même le concept ait été créé sur le sol nord-américain.

En 2020 toujours, on dénombre cinquante licornes dans la Silicon Valley américaine et plus de quatre-vingts dans son équivalent de la métropole pékinoise.

⁴ Discours de Xi Jinping 'Making Solid Progress Toward Common Prosperity' relaté dans le journal en ligne du PCC. English Edition of *Qiushi Journal* Updated: 2022-01-18 <http://en.qstheory.cn/2022-01/18/c_699346.htm> consulté le 10 février 2022

⁵ Informations du China Statistical Yearbook de 2019 <<http://www.stats.gov.cn/tjsj/ndsj/2019/indexeh.htm>> consulté le 10 février 2022

⁶ Sur le sujet des mutations actuelles de la ruralité chinoise, lire l'ouvrage de Marlène Leroux, *Terres chinoises ; mutations et défis urbains en milieu rural* publié par Metispresses en 2019, 192 pages. Présentation sur le site de l'éditeur : <<https://www.metispresses.ch/en/terres-chinoises>>

⁷ Données en ligne, La Banque mondiale, onglet Dépenses en recherche et développement (% du PIB) - China, France, OECD members, source Institut des statistiques de l'Organisation des Nations Unies pour l'éducation, la science et la culture (UNESCO). <https://donnees.banquemondiale.org/indicateur/GB.XPD.RSDV.GD.ZS?locations=CN-FR-OE&name_desc=false> consulté le 10 février 2022

Par ailleurs, si les noms des plus grandes licornes américaines sont connus du grand public tel Uber, Airbnb, Pinterest et SpaceX d'Elon Musk ; les chinoises ne le sont pas du tout en Occident. En témoigne Ant Financial, numéro un du paiement électronique en Chine avec la plateforme Alipay, Didi Chuxing organisant la réservation de véhicules avec chauffeur, ByteDance hébergeant la populaire application de partage de vidéos TikTok, Meituan-Dianping parmi les plus connues alors que leurs sujets d'étude nous concernent tous. Au programme ; vente en ligne, mobilité, sécurité, domotique, reconnaissance faciale. En France, les licornes s'appellent Contentsquare spécialiste de l'analyse des habitudes internautes, Alan dans l'assurance santé ainsi que les plus populaires ; Blablacar, Doctolib, Deezer, etc.

Au-delà des licornes, règnent l'univers des 'licornes seniors bien connues dans le monde occidental sous l'appellation GAFa. Google. Apple. Facebook. Amazon. En les interdisant d'accès sur le sol chinois, le gouvernement a favorisé autant le contrôle des données des utilisateurs que l'expansion de leurs équivalents chinois à travers la dénomination des BATX. Baidu. Alibaba. Tencent. Xiaomi. De nombreuses statistiques montrent la croissance exponentielle des BATX. Il y a cinq ans déjà en 2018, Alibaba, Tencent et Xiaomi ont toutes les trois connu une croissance de plus de 50 % de leurs revenus nets sur les deux derniers exercices annuels, ce qu'aucune des GAFa n'a été en mesure de réaliser sur cette période⁸.

Si Amazon n'a pas (encore ?) investi le rural, son équivalent chinois, Alibaba l'a fait depuis 2009 au travers de sa filiale Taobao basée à Hangzhou, ville natale de Jack Ma, fondateur de cet empire.

Taobao, un process inédit

La plateforme de commerce en ligne Taobao⁹ peut-être littéralement traduite par réseau d'un choix, d'une chasse au trésor et constitue surtout en 2021, le 7^{ème} site mondial le plus visité¹⁰.

Dans le principe, Taobao met à disposition de tous, la possibilité d'ouvrir des boutiques en ligne. Le site s'adresse principalement à des consommateurs des territoires sinophones tel que la Chine continentale, Hong Kong, Macao et Taïwan principalement.

L'évolution du site connaît plusieurs étapes importantes. Mis en ligne en 2003 par la maison mère Alibaba, il s'agissait alors de concurrencer le site chinois Eachnet racheté alors par eBay qui venait concurrencer trop directement le marché du commerce électronique en ligne en Chine.

Pour contrecarrer la montée en puissance d'eBay sur le sol chinois, Taobao propose des services nouveaux tel que la gratuité des annonces pour les vendeurs, une messagerie instantanée facilitant l'échange entre vendeurs et acheteurs et inclue Alipay. Cet outil de paiement en ligne par lequel le paiement n'est remis au vendeur que lorsque l'acheteur a reçu les marchandises dans un état satisfaisant va révolutionner le marché. En deux ans, Taobao devient le leader du marché de la Chine continentale. Sa part de marché est passée de 8 % à

⁸ Article en ligne 'Les BATX font trembler les GAFa' de Tristan Gaudiaut publié le 12 décembre 2018 <<https://fr.statista.com/infographie/13449/comparaison-valeur-boursiere-et-croissance-annuelle-des-batx-et-gafa/>> consulté le 10 février 2022

⁹ 淘宝网

¹⁰ Dans l'ordre croissant la liste des dix sites les plus visités en février 2022 comprend : Google.com, Youtube.com, Baidu.com, Facebook.com, Zhihu.com, Qq.com, Taobao.com, Amazon.com, Tmall.com, Yahoo.com selon le site Alexa qui fournit des statistiques sur le trafic du Web mondial, site géré par Amazon <<https://www.alexa.com/topsites>> consulté le 10 février 2022

59 % entre 2003 et 2005, tandis qu'eBay Chine est passée de 79 % à 36 %¹¹. eBay ferme son site chinois en 2006.

En 2011, fort de son succès Taobao se scinde en trois entités et clarifie son offre de marché. Taobao Marketplace reste la plateforme de commerce en ligne pour des vendeurs non professionnels, de C2C (Consumer To Consumer), tandis que Tmall qui est apparu en 2009 se consacre uniquement à la vente orchestrée par des professionnels, ce que les experts appellent le B2C (Business To Consumer). En parallèle le site eTao apparait comme un moteur de recherche de comparatifs de prix.

De fait, Taobao et Tmall ne sont pas concurrents mais complémentaires, il ne s'agit pas des mêmes produits, Tmall étant considéré comme plus qualitatif. Toutes les grandes marques occidentales y ont leur enseigne à la manière d'un centre commercial physique.

La dynamique du groupe Alibaba ne s'arrête pas là. Le groupe a lui-même un secteur dédié à la R&D¹² et au fur et à mesure des années, différents services complémentaires s'offrent au public. Aliwangwang par exemple est une micro-messagerie instantanée qui permet de faciliter les échanges entre vendeurs et acheteurs.

Alipay permet de sécuriser toutes les transactions et a gagné la confiance des principales banques chinoises mais aussi occidentales. Le sujet est sensible, en Chine la carte bancaire n'a jamais été plébiscité car un autre système bancaire s'est développé à travers le commerce en ligne et des applications liés à la possession d'un smartphone. Le paiement par carte bancaire peut paraître décourageant puisque sur Taobao, 3% de charges sont appliqués lors d'un paiement par ce biais.

Il semblerait que la cible de Taobao autant que de Tmall soit avant tout chinoise car les sites ne sont pas accessibles dans une autre langue que le chinois. Des sites d'intermédiaires en ligne se sont créés, qui conseillent d'utiliser des applications de traduction instantanée et eux même se chargent d'expédier les colis depuis la Chine vers le reste du monde. Néanmoins il est vrai que le marché chinois en soi parait déjà assez important. Toutes les tranches d'âge possèdent un smartphone et sont aguerries du scan d'un QR code pour payer n'importe quel achat que ce soit en ligne ou dans sa vie quotidienne physique. En 2016, 1,696 milliard abonnements à la téléphonie mobile avaient cours en Chine¹³. En donnée relative, le nombre est de 117 abonnements pour 100 habitants en Chine et 111 pour la France.

Interactions public-privé 2.0

L'ultra connexion est au centre du sujet du e-commerce. La Chine a directement investi dans son réseau de téléphonie mobile, sautant l'étape de lignes de téléphonie fixe. Pour son développement numérique, la deuxième économie mondiale est sur le point de franchir une barrière très symbolique. Près de 1 million d'antennes 5Gs (961.000 exactement en 2019) ont

¹¹ ""China's pied piper". The Economist. September 21, 2006". The Economist. September 21, 2006. Retrieved July 20, 2011. https://www.economist.com/business/2006/09/21/chinas-pied-piper?story_id=7942225

¹² Un site internet est dédiée à la recherche au sein du groupe Alibaba, il s'agit d'AliResearch <http://www.aliresearch.com/cn/index>

¹³ Données en ligne, La Banque mondiale, onglet Abonnements à la téléphonie mobile (pour 100 habitants) - China, France, sources Union internationale des télécommunications, Rapport et Base de données sur le développement des télécommunications/TIC dans le monde. <https://donnees.banquemondiale.org/indicateur/IT.CEL.SETS.P2?locations=CN-FR&name_desc=false> consulté le 10 février 2022

été activées par les trois opérateurs télécoms du pays, China Mobile, China Télécom et China Unicom.

Même si le réseau n'est pas déployé avec la même efficacité en ville que dans les campagnes des régions reculées, le gouvernement vante déjà les mérites d'une agriculture 5G incluant de l'irrigation par drone aux tracteurs sans conducteurs¹⁴. Un plan de développement 2019-2025 est en cours pour favoriser l'agriculture numérique et le développement rural qui fait écho aux initiatives du géant du numérique Alibaba sans qu'il soit facile de savoir quels sont les liens réels d'interactions entre public et privé.

Le village Taobao, un process inédit

Au plus fort de son succès, Alibaba s'est lancé dans un type d'échanges inédit par la création d'une sous-plateforme de e-commerce intitulé 'village Taobao'.

La définition officielle d'un village Taobao est pragmatique.

Le village ne peut être estampillé de ce gage uniquement lorsqu'une communauté rurale dont au moins 10% des familles utilise Taobao pour la vente de leurs produits ou dans lequel 100 boutiques en ligne y ont été ouvertes par des villageois et dont le volume de transaction est d'au moins 10 millions de yuans par an, soit près de 14 millions d'Euro, valeur février 2022.

Lorsque cette appellation a été créée en 2009, il y avait seulement trois villages Taobao en Chine et il s'en dénombre en 2021, 7023 avec une progression de +30% dans cette seule année.

Si l'initiative est de prime abord portée localement par les comités de villageois, elle a rapidement été orchestrée par les autorités centrales qui ont vu dans cette dynamique un additif à leur programme contre l'inégalité villes-campagnes.

Le gouvernement central apporte des fonds aux gouvernements locaux afin que ces derniers soutiennent l'activité du e-commerce. Cette manne financière est utilisée à plusieurs échelles ; formations à l'entrepreneuriat gérées conjointement avec le géant du numérique mais parfois également à plus grande ampleur en édifiant de nouvelles infrastructures de réseaux routiers et ferroviaires.

L'atout du rural local

Contre toute attente, le e-commerce rural pose la question de l'enjeu du local. La première réflexion des villageois se pose en effet dans des termes de potentiel de lieu et de diagnostic du territoire. Il s'agit d'identifier le type de bien à commercer, les facilités de livraison et la main d'œuvre disponible.

C'est la raison pour laquelle les premières recherches¹⁵ font apparaître que la majorité des villages Taobao est situé dans les régions côtières de l'Est chinois, provinces déjà prospères tel que le Zhejiang ou le Fujian. Ils bénéficient déjà d'une bonne déserte de réseaux de distribution et d'une proximité avec les zones urbaines et les pôles industriels de produits manufacturés. Dans le Centre et l'Ouest, il s'agit plus de produits agricoles mais il y a surtout moins de villages estampillés Taobao.

¹⁴ Article du journal du PCC en langue anglaise 'Embracing technology: How Internet transforms rural economy in China' de Wu Chaolan. Source: People's Daily Online Updated: 2021-01-22 <http://en.qsttheory.cn/2021-01/22/c_584598.htm> consulté le 10 février 2022

¹⁵ Il existe un site internet dédié à la recherche au sein du groupe Alibaba dénommé AliResearch <<http://www.aliresearch.com/cn/index>>

Un impact sociétal

Si l'exode rural est l'enjeu le plus important des campagnes chinoises, le dynamisme économique engendrée par le e-commerce a généré de nouvelles opportunités portées essentiellement par des populations inhabituelles dans ce domaine.

Un article d'Aliresearch¹⁶ énonce en effet que le rapport entre les femmes et les hommes entrepreneurs dans le commerce électronique est à parité ou presque, alors qu'il est de 1 à 3 dans les entreprises traditionnelles. L'âge moyen des femmes entrepreneurs dans les entreprises traditionnelles est de 47,6 ans, tandis que leurs homologues en ligne ont tendance à être plus jeunes, les 25-29 ans représentant 30 % et les 18-24 ans près de 30 % sur la plateforme Taobao. L'âge moyen des femmes entrepreneurs en ligne est de 31,4 ans.

Il s'agit là d'un revirement de situation dans des milieux ruraux où les femmes étaient principalement dédiées aux tâches pratiques et manuelles du foyer.

En 2014, le village de Wantou du district de Boxing dans le Shandong, province côtière à quelques 500 kilomètres au sud de Pékin a vu sa notoriété croître assez rapidement. Situé dans cette région prospère, il aurait pu être facile pour ces villageois de développer un commerce en lien avec des industries proches néanmoins, et c'est sans doute la raison pour laquelle ce village a été autant médiatisé, les villageois ont fait le choix de développer un artisanat traditionnel et local lié à la vannerie de saule.

Une femme rapporte qu'elle savait tisser à l'âge de neuf ans et que cela l'a délibérément empêché d'aller à l'école tout en mentionnant que cette formation était indispensable pour trouver un mari¹⁷.

Les temps ont changé, les femmes s'occupent de e-commerce ! Et fait plus étonnant encore, ce sont tous les habitants qui se sont mis à fabriquer des tabourets en paille de saule pour alimenter leurs e-commerces prouvant ainsi qu'il est possible de lier compétences traditionnelles et marketing moderne.

Le risque a été payant. L'article¹⁸ mentionne qu'un commerçant a doublé son salaire mensuel en un an avec le e-commerce pour atteindre soit 1600\$ soit 1400€ valeur 2022, bien plus que le salaire moyen rural.

Si les habitants parlent ouvertement d'une augmentation de leurs revenus par rapport à leur ancienne activité agricole, ils sont également très reconnaissants au fondateur de l'empire d'Alibaba. Un commerçant¹⁹ remercie Jack Ma en mentionnant que ce dernier a non seulement changé sa vie mais celle de tout son village. C'est dit-il 'un homme qui ose faire des choses, il a créé une nouvelle ère, une ère de commerce électronique'.

¹⁶ Article en ligne du site Aliresearch 'E-commerce for poverty alleviation in rural China: from grassroots development to public-private partnerships' rédigé par Luo Xubei et publié le 19 mars 2020 <<http://www.aliresearch.com/en/Opinions/Opinionsdetails?articleCode=21763>> consulté le 10 février 2022

¹⁷ Article en ligne du journal américain USA today 'Alibaba works magic for China's Taobao 'treasure hunters' rédigé par Calum Macleod et publié le 24 avril 2014 <<https://eu.usatoday.com/story/news/world/2014/04/24/alibaba-china/8102033/>> consulté le 10 février 2022

¹⁸ Ibid.

¹⁹ Ibid.

Un impact spatial

En zone urbaine, toutes les conditions sont réunies pour bénéficier d'un bon achalandage de marchandises et d'une bonne desserte pour les livraisons rendant les lieux plus attractifs encore qu'ils ne le sont. Néanmoins le e-commerce a amplifié des conditions de vie relevant autant de la précarité que de l'insalubrité.

Lirendong est un village Taobao typique des villes manufacture de la côte sud-est du pays, situé dans l'agglomération de Canton. Il s'agit d'un village dit village urbain, du fait qu'il est situé au cœur de la ville mais est encore sous le statut administratif de village. En Chine, le droit du sol attribue le sol à l'Etat en ville et aux comités de villageois à la campagne. Quand la ville s'agrandit, elle englobe les territoires ruraux qui disparaissent sous son entité, néanmoins quelques comités de villageois parviennent à conserver leur prérogative.

Dans l'usage courant, les comités de villageois vendent dans un premier temps leurs terres agricoles puis dans un second temps, leurs terres d'habitation mais dans le cas de ces villages urbains, les comités réussissent à conserver leurs terres d'habitation sur lesquelles ils démolissent leurs maisons pour édifier de véritables immeubles de cinq, sept étages. Ces lieux deviennent des territoires d'activité et de sommeil pour des populations migrantes venant des campagnes alentours, voir de beaucoup plus loin. A corps défendant, ces villages agissent comme des soupapes du rêve urbain chinois car si la ville a besoin de cette main d'œuvre, rien n'est prévu pour la loger décemment.

Ces villages urbains, issus du droit chinois sont totalement légaux mais révèlent les failles du système car ces paysans deviennent finalement des rentiers bien loin des activités que leur confère leur statut de paysan. Ces cas atypiques n'existent principalement que dans le sud du pays, loin du pouvoir de Pékin.

Héritage des temps maoïstes, la trame urbaine n'est règlementée que par les comités de villageois qui sont à la fois administrateurs et responsables de leur territoire. Pour autant ils agissent comme des promoteurs effrénés. Ces lieux sont connus pour leur ultra densité²⁰. La trame secondaire comporte des ruelles espacées parfois de moins d'un mètre. Une expression courante renvoie au fait que les habitants peuvent se toucher bras tendus en se mettant à la fenêtre. En outre, les incendies sont le problème majeur de ces territoires de facto insalubres.

Le e-commerce n'a fait que renforcer l'attractivité de ces lieux. Hormis le long des voies principales qui accueillent restaurants et commerces de bouche, la plupart des niveaux inférieurs sont occupés par des ateliers et lieux dédiés au e-commerce sans lumière tandis que les habitants résident dans les niveaux supérieurs, dortoirs pour les migrants, dernier étage pour les propriétaires²¹.

C'est sans doute pour ne pas favoriser ces zones de non droit légaux que la politique d'Etat des villages Taobao ne s'attache pas explicitement aux territoires déjà prospères de la côte mais des provinces plus en arrière, loin du développement économique des villes.

²⁰ Sur le sujet, lire la thèse de Quan Le Huang 'Une urbanisation hybride, métamorphose spatiale et sociale de Shipaï, village urbain de Canton en Chine, 1978/2008' soutenue en 2010 et encadré par Pierre Clément à l'université Paris VIII.

²¹ Sur le sujet de Lirendong, lire le rapport de licence de Xu Lunian 'L'étude d'une nouvelle typologie urbaine-rurale. Le Taobao village de Lirendong, Guanzhou' soutenu en 2020 à l'ENSAPVS.

L'artisanat au défi de la mobilité

Le village de Xinhuaacun²² est à ce titre intéressant car il est situé dans une vallée du district de Heqing de la province montagneuse et à dominante rurale du Yunnan au sud-ouest de la Chine. Il détient par ailleurs une longue histoire à la fois localement, liée au peuple Bai et à une échelle plus vaste en étant une étape de l'ancienne Route du thé et des chevaux reliant le Yunnan à l'Est du pays.

Les villageois entretiennent par ailleurs une tradition de production artisanale autour de l'étain puisé dans les mines situées dans les montagnes, extrait en abondance depuis la Révolution industrielle. Cet étain sert notamment à la confection de théières. C'est l'industrie la plus ancienne et la plus vivante de la région.

En 2013, le village décide d'intégrer la révolution numérique des villages Taobao permettant ainsi aux 6 000 habitants du village de Xinhuaacun de profiter à une échelle locale d'un regain économique.

L'atout de ce village est comme souvent sa facilité de desserte. Xinhuaacun est situé à proximité de Lijiang, ville majeure du tourisme chinois classée sur la liste du patrimoine mondial de l'Unesco. Il est à 20km de l'aéroport de Lijiang et à 10 km de sa gare ferroviaire. Son emplacement est d'autant plus stratégique que ce village est situé dans une Chine de l'ouest où le réseau de transport est peu répandu. En raison notamment de son altitude, il n'existe pas de lignes TGV desservant la province alors que le pays a équipé tout son territoire progressivement depuis 2011.

Le village bénéficie en outre des retombées de l'attractivité touristique de Lijiang puisque Xinhuaacun attire chaque année plus de trois millions de touristes qui viennent visiter les lieux de production d'étain et un musée qui est consacré à cet art traditionnel.

Bien loin des produits manufacturés de l'atelier du monde, le e-commerce s'attache ici à des produits au travail très minutieux. Pour obtenir un étain travaillable, le villageois commence par faire fondre au chalumeau une ancienne théière, elle-même composée d'étain ou de fer blanc. Une fois le métal fondu, il est ensuite coulé dans un moule qui permettra de modeler une sorte de lingot d'étain. C'est à partir de ce morceau cubique d'étain que les artisans vont le travailler pour l'amincir, puis le découper en une pièce en forme circulaire.

Une fois le cercle régulier obtenu, il est désormais temps de le recourber en tapant dessus à partir du centre du cercle, avec un marteau dit à chasser pour étirer la matière vers les bords extérieurs. Il ne reste plus qu'à limer les aspérités visibles en prenant un marteau d'étampe ronde adoucissant les angles. Les artisans chinois qui travaillent l'étain ajoutent souvent des paillettes d'acier une fois l'étain fondu. Le fer blanc ainsi obtenu permet une meilleure dureté, mais également une plus grande résistance à la rupture, à la corrosion et peut être recyclé à l'infini sans perdre ses propriétés. En outre, cet alliage empêche la perte d'arômes et permet au consommateur de bénéficier d'un thé de qualité.

Ce travail requiert une dextérité et une attention très précises et pourtant les ateliers de fabrication se situent dans les anciennes maisons à cour. Ils investissent très largement tout l'espace habitable des rez de chaussée tandis que des espaces de stockage sont édifiées dans les arrière-cours.

²² Le village de Xinhuaacun a fait l'objet de recherches effectuées par les étudiants dans le cadre du séminaire de master 1 villages chinois encadrée par Stéphanie Boufflet à l'ENSAPVS à l'automne 2021 < <https://villagechinois.wixsite.com/ensapvs/about-3-1> > consulté le 10 février 2022

Le profit généré par la vente de ces théières permet aux paysans d'améliorer nettement leurs conditions de vie. Un reportage d'une chaîne d'information française²³ montre l'évolution d'un jeune entrepreneur de théières. Si ces parents travaillaient dans les champs, lui a pu acheter un appartement dans la ville préfecture de Kunming et ainsi aidé sa famille et l'ensemble des habitants de son village qui l'ont suivi dans la production de théières.

L'engouement Taobao a engendré une hausse des niveaux de vie engendrant un freinage de l'exode rural et une revalorisation de l'artisanat. Artisanat de luxe puisque ces théières sont vendues en moyenne 2 000€ valeur 2021 à travers tout le pays et même en Europe. Signe que la culture locale a pleinement sa place dans le développement du territoire et que le numérique peut être un accélérateur de ce développement.

Le Parti en scène, Taobao rouge !

Les différents exemples nous montrent une certaine réalité des villages Taobao dans leurs enjeux et réalités au quotidien. Toutefois malgré une nette ascension, le succès est relatif car il ne touche que 7 000 villages en Chine en 2021.

Pour autant, le gouvernement assure une présence sur le devant de la scène. Certaines autorités locales font afficher des slogans à la gloire de cette politique de gouvernance partagée 'se précipiter loin de chez soi, d'est en ouest ne vaut pas de faire Taobao chez soi'.²⁴

Le Parti Communiste Chinois s'est en outre octroyé une présence dans le e-commerce en lançant l'initiative « Taobao rouge ». Il est ainsi devenu lui-même un organisateur actif du e-commerce via la création d'une branche locale du Parti dédiée à ce secteur.

Ce principe agit comme un gage de qualité nommé Taobao rouge, le rouge faisant écho à l'Etat chinois. Il a pour but de motiver ses cadres à s'investir dans l'entrepreneuriat du e-commerce et à fidéliser les ventes. Les produits ainsi labélisés seraient pour le consommateur un gage de sérieux et l'aideraient à s'y retrouver dans la masse de produits disponibles.

Par ce biais, le gouvernement chinois prend parti du e-commerce à la fois pour réduire la pauvreté rurale et assurer l'enrichissement de ses cadres mais l'enjeu est bien au-delà. En s'apercevant de la manne financière générée par la dynamique des BATX, le gouvernement chinois a compris qu'il pouvait s'assurer une forme d'indépendance vis-à-vis de l'hégémonie américaine. Aussi il a tout intérêt à favoriser son expansion et en même temps à le contrôler car les masses financières ont devancé celle de l'Etat.

Si le gouvernement chinois a soutenu ses BATX dans leur développement économique, il paraît de plus en plus clair qu'il les contraint désormais à sa juridiction car leur force d'action a fini par prendre une ampleur incontrôlable pour les autorités. En octobre 2020 suite à discours critique sur les autorités de régulation financière arguant qu'elles bloquent l'innovation en Chine, l'emblématique et populaire gérant d'Alibaba Jack Ma avait disparu pendant plusieurs mois. Le groupe connaît alors plusieurs revers directement liés aux mécontentements de Pékin.

²³ Chine : villages 2.0. ARTE. Reportage diffusé le 13/12/2018. durée 23 minutes.

<Chine : villages 2.0 | ARTE Reportage>

Internet : la bonne fortune des villages chinois. France info. Reportage diffusé le 21/02/2018 21:39. durée : 3 minutes. < https://www.francetvinfo.fr/monde/chine/internet-la-bonne-fortune-des-villages-chinois_2622244.html>

²⁴ Op.cit. 2014.

Fin 2021, un discours du président chinois sur le sujet du numérique²⁵ vante la voie entre régulation et promotion afin dit-il d'empêcher "les monopoles et l'expansion désordonnée du capital". Des lois sont annoncées en faveur de protection des informations personnelles et sécurité des données mais concernent aussi la régulation de transferts d'argent hors des frontières chinoises.

Le message est clair pour les géants de l'économie numérique. Il s'agit de coopérer entre public et privé, de trouver une interaction 2.0.

Néanmoins d'autres problématiques apparaissent dans le développement numérique vanté par cette double gouvernance public – privé et qui ne semble perturber ni les uns ni les autres.

L'esprit des lieux 2.0 ?

Le village Taobao prône l'inverse de ce qui fait l'essence même du village, à savoir l'esprit des lieux.

Si la problématique territoriale est posée en amont, c'est avant tout dans un objectif de marché économique à développer et dans un questionnement de profit et de rentabilité. Finalement, les villages porteurs du projet Taobao attendent une ultra consommation portée par une ultra mobilité et renforçant une ultra densification de territoires exerçant des pressions foncières trop fortes par rapport aux ressources, le village urbain en étant l'exemple le plus exacerbé.

En Chine comme ailleurs, de plus en plus d'urbains sont soucieux de leur qualité de vie et n'hésitent pas à quitter les zones urbaines le temps d'un week-end voir plus pour se ressourcer dans un espace de nature.

Il s'agirait sans doute de retrouver un lien à la culture de la nature traditionnelle chinoise qui prônait l'homme comme élément du monde vivant. Les lettrés des temps anciens n'avaient de cesse de rêver de montagne et d'eau²⁶, cycle fondamental reflétant l'harmonie d'un cycle naturel. Ces lettrés nous ont légués les témoignages de leurs émotions au travers de peintures, calligraphies et poèmes²⁷.

Au XXI^{ème} siècle, des exemples sont déjà présents sur le territoire chinois qui explorent une nouvelle interaction ville campagne dans lequel le gouvernement est également présent.

Aux confins de la vallée de Songyang dans la prospère province du Zhejiang au sud-est du pays, le responsable du gouvernement local a enclenché une nouvelle dynamique locale. Il a notamment investi dans la construction de coopératives mêlant tourisme et activité locale prônant ainsi le tofu, l'huile de thé, etc. Un théâtre de bambous a également vu le jour. Pour construire les bâtiments de cette vallée de quelques kilomètres, il a fait appel à Xu Tiantan,

²⁵ Article en ligne du journal hongkongais South China Morning Post 'Xi calls for smarter regulation of digital economy and highlights its key role in future national development' rédigé par Xinmei Shen et publié 20 Oct, 2021

<<https://www.scmp.com/tech/policy/article/3153030/xi-calls-smarter-regulation-digital-economy-and-highlights-its-key-role?module=inline&pgtype=article>> consulté le 10 février 2022

²⁶ Lire l'œuvre de François Cheng, et notamment Vide et plein, le langage pictural chinois paru aux éditions du Point en 1991.

²⁷ Pour un aperçu de cette culture de la nature traditionnelle chinoise, ouvrir l'ouvrage de François Cheng, L'espace du rêve : mille ans de peinture chinoise, édition Phébus, 1991, 248 pages.

une architecte de renom en Chine qui a su tisser des liens entre culture traditionnelle et enjeux ruraux contemporains en réinsufflant une culture du lieu²⁸.

Le projet révèle une acupuncture architecturale comme modèle socio-économique car au-delà de ces ponctuations touristique-agricoles, il a engendré la réhabilitation de villages attirant des urbains et même des étudiants français en architecture²⁹. Signe qu'il est possible de prôner l'architecture d'un tourisme éveillé comme une autre revitalisation locale rurale possible. Elle n'empêche en rien l'ultra mobilité, l'ultra connexion mais elle temporise peut-être les excès d'une société de consommation dévastatrice des territoires. L'enjeu est désormais d'une nouvelle donne entre monde urbain et monde rural qui soit respectueux de l'esprit des lieux.

L'enjeu de la Chine. Rural 2.0. Architecture 2.0.



²⁸ Les enjeux du développement de ce territoire ainsi que les projets de l'architecte sont présentés dans l'ouvrage : *Architectural Acupuncture as Driver for Socio-Economic Progress in Rural China*, Projects by Xu Tiantian, DnA_Beijing. Hans-Jürgen Commerell, Kirsten Feireiss avec la contribution de Xu Tiantian, édition Park books, 2020.

²⁹ A l'automne 2019, l'atelier de projet Aux confins de la Chine de l'ENSAPVS s'est déplacé sur place comprenant une vingtaine d'étudiants, encadré par Stéphanie Boufflet et Pierre Vincent, enseignants.

Cet article a été écrit suite à des recherches menées dans le cadre du séminaire villages chinois encadrée par Stéphanie Boufflet à l'ENSAPVS à l'automne 2021

<<https://villagechinois.wixsite.com/ensapvs>>

La première hypothèse a été présentée lors des 2èmes Rencontres Architecture & Intelligences - 2nd Architecture & Intelligence Meeting (EVCAU 2021)

<<https://www.youtube.com/watch?v=Q40H4ZePYC4>>

L'article a été rédigé en français puis traduit en langue anglaise avec l'aide de l'application DeepL. Il a été relu par Nicolas Brazeau, natif de langue anglaise.

Liste des étudiants du séminaire : Dahlia Bachotet-Kaoukdji, Yossri Bouhdoum, Nicolas Brazeau, Pauline Broquet, Annelore Celante, Florian Demoz, Thomas Gendrot, Marc Nigro, Karim Laghizal, Andrea Polenta, Camille Restoy, Maëlle Rouzic, Lunian Xu, Hailin Zhang

Illustrations. Archigram Cities Series Drawings. Illustrations de Drawing Architecture Studio, plateforme fondée par Li Han, architecte et Hu Yan, designer illustrant le sujet des villages Taobao librement inspiré des travaux d'Archigram. Commande du musée M+, musée d'arts visuels de Hong Kong en 2020.

< <https://stories.mplus.org.hk/en/blog/walking-plugging-and-floating-archigram-cities-in-asia/>> et < <http://www.d-a-s.cn/en/drawing.php>>

