La diaspora Wenzhou en France et ses relations avec la Chine

Zhipeng Li

▶ **To cite this version:**

Zhipeng Li. La diaspora Wenzhou en France et ses relations avec la Chine. Géographie. Université de Poitiers, 2017. Français. NNT : 2017POIT5009 . tel-01819716v2

HAL Id: tel-01819716
https://hal.science/tel-01819716v2

Submitted on 2 Feb 2021

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.

UNIVERSITÉ DE POITIERS
U.F.R SCIENCES HUMAINES ET ARTS, DEPARTEMENT DE GEOGRAPHIE
ÉCOLE DOCTORALE : SOCIETÉS ET ORGANISATIONS
UMR 7301 : Migrations internationales, espaces et sociétés

La diaspora Wenzhou en France et ses relations avec la Chine

Zhipeng LI

Sous la direction d'Emmanuel MA MUNG,
Directeur de recherche émérite au CNRS
Thèse pour l'obtention du doctorat en géographie
Présentée et soutenue publiquement le 28 juin 2017

Membre du Jury :

William Berthomière, Directeur de recherche au CNRS (examinateur)
Chantal Bordes-Benayoun, Directrice de recherche au CNRS (rapporteure)
Lucine Endelstein, Chargée de recherche au CNRS (examinatrice)
Emmanuel Ma Mung, Directeur de recherche émérite au CNRS (directeur de la thèse)
Nelly Robin, Chargée de recherche à l'IRD (examinatrice)
Zheng Lihua, Professeur à la Guangdong University of Foreign Studies (rapporteur)

"Des savoirs & des talents" | Université de Poitiers 1431

UNIVERSITÉ DE POITIERS
U.F.R SCIENCES HUMAINES ET ARTS, DEPARTEMENT DE GEOGRAPHIE
ÉCOLE DOCTORALE : SOCIETÉS ET ORGANISATIONS
UMR 7301 : Migrations internationales, espaces et sociétés

La diaspora Wenzhou en France et ses relations avec la Chine

Zhipeng LI

Sous la direction d'Emmanuel MA MUNG,
Directeur de recherche émérite au CNRS

Thèse pour l'obtention du doctorat en géographie
Présentée et soutenue publiquement le 28 juin 2017

Membre du Jury :

William Berthomière, Directeur de recherche au CNRS (examinateur)
Chantal Bordes-Benayoun, Directrice de recherche au CNRS (rapporteure)
Lucine Endelstein, Chargée de recherche au CNRS (examinatrice)
Emmanuel Ma Mung, Directeur de recherche émérite au CNRS (directeur de la thèse)
Nelly Robin, Chargée de recherche à l'IRD (examinatrice)
Zheng Lihua, Professeur à la Guangdong University of Foreign Studies (rapporteur)

Remerciements

Cette thèse a duré plus de six ans. Et elle m'a parfois semblé être un travail presque impossible à réaliser… En écrivant cette dernière page, je ressens un sentiment d'accomplissement, mais aussi une sensation de gratitude envers toutes les personnes qui m'ont aidé à mener à bien cette recherche.

Mes remerciements vont en premier lieu à mon directeur de thèse, Emmanuel Ma Mung, pour son accompagnement chaleureux, ses conseils précieux, sa grande disponibilité, ses remarques pertinentes, son immense patience, par lesquels il a fait bien plus que diriger ce travail. Sans son soutien et sans son encouragement, cette thèse n'aurait sans doute pas vu le jour.

Je voudrais également remercier les membres du jury, qui ont accepté de lire et juger la qualité de ce travail et plus spécialement Chantal Bordes-Benayoun et Zheng Lihua qui ont donné leur accord pour être les rapporteurs de cette thèse. J'adresse mes remerciements particuliers à William Berthomière, Lucine Endelstein et Nelly Robin pour avoir accepté de participer au jury. Un grand merci à l'École doctorale de Sociétés et organisations et à l'Université de Poitiers.

Je remercie aussi tous les membres de l'équipe MIGRINTER : Cédric Audebert, Thomas Lacroix, Mourad Hamaïdi, Alexandra Brunaud, Emmanuel Demaury, Gilles Dubus, Carole Tardif, Naik Miret, Christophe Imbert, Nathalie Kotlock et Yann Scioldo-Zürcher, ainsi que toutes les autres collègues qui m'ont accompagné pendant cette longue recherche au laboratoire. Je remercie surtout Nelly Martin pour avoir contribué à la réalisation de toutes les cartes, et Véronique Lassailly-Jacob pour avoir relu trois chapitres.

Un grand merci à mes amis doctorants et doctorantes pour leur relecture de la première version de cette thèse : Colette Lepetitcorps (introduction générale et chapitre 1), Martine Brouillette (chapitre 2), Amandine Desille (chapitre 3), Sarah Przybyl (chapitre 4 et conclusion générale), Marine Bertrand (chapitre 5), Célio Sierra-Paycha (chapitre 6), Julie Lemoux (chapitre 7), ainsi qu'à Antoine Debien, Antoine Delmas et Guillaume Le Roux. Je remercie surtout Mélanie Pénicaud pour son aide à l'intégration des dernières corrections et des dernières nuances dans les conclusions, réalisées dans la précipitation de la fin de ce parcours. Sans leur contribution, cette thèse n'aurait sans doute pas pu être terminée.

Je pense également à mes collègues du programme PARIS 2030 COMET (2012-2015), notamment à Hadrien Dubucs, ainsi que Marie Chabrol, Martine Cohen, Anthony Goreau-Ponceaud et, Lamia Missaoui qui m'ont soutenu dans ce projet et qui m'ont donné la possibilité de partager les réflexions théoriques et les résultats de mon enquête intégrée ce programme.

Je remercie particulièrement et de tout mon cœur Alain Mignot pour avoir relu, retouché et révisé l'ensemble de manuscrit au fur et à mesure de son écriture. Merci aussi à Jacques Debord pour sa relecture et son amélioration de certaines parties de cette thèse.

Je remercie infiniment Chen Mengwen et Guo Yugang pour leur soutien et leur incitation à mener cette recherche, dans laquelle je ne me serais pas engagé de moi-même. Je remercie aussi mon professeur de français Huang Guangling, ainsi que d'autres

collègues Sylvie Sap et Xu Hui pour leurs encouragements. Je tiens aussi à remercier mes amis, Julia, Nina, Julie, Cyril, Emilie, Iris, Valérie, Annie et Nicole, *etc.*

Je remercie aussi toutes les personnes importantes dans la société des Chinois d'outre-mer à Paris comme Ye Xingqiu, Jiang Libi pour avoir facilité mon enquête à Paris et en Chine, ainsi que tous les membres des diasporas chinoises, qui ont bien voulu participer à mon enquête de terrain. J'ai une pensée toutes les personnes qui m'ont soutenu lors du terrain mené en France : Hu Xiangyang, Qian Haifen, Ilnur Ilham, Zhang Jian, Wu Shijian, Xia Shangzhong et Wu Changhong ; dans la région de Wenzhou : Song Mingxi, petit Zhou, petit Chen, Tianyang, Zhang Yili, Zhang Zhicheng et Wang Yiping.

J'exprime une reconnaissance profonde envers mes grands-parents, mes parents, ma sœur et mon frère. J'adresse mes remerciements infinis à mes parents qui ont consenti de grands sacrifices en vue de me permettre d'achever mes études en France.

Mes derniers mots de remerciements, je les ai réservés à Xingzhi, qui m'a apporté un soutien sans faille et son amour au quotidien ; qui a su me communiquer motivation et détermination pour achever cette thèse. Je lui dédie ce travail ; merci d'avoir cru et de continuer à croire en moi.

SOMMAIRE

Introduction générale 1

Partie I Wenzhou, rencontre d'une diaspora en France 25

Introduction de la première partie 27

Chapitre 1 Construire une thèse sur l'organisation économique de la diaspora issue de Wenzhou 29

Chapitre 2 Découvrir les relations entre le pays d'installation et le pays d'origine : méthode d'enquête 57

Conclusion de la première partie 95

Partie II Wenzhou, un entrepreneuriat diasporique 97

Introduction de la deuxième partie 99

Chapitre 3 Le « Modèle de Wenzhou » en Chine 101

Chapitre 4 L'organisation entrepreneuriale de la diaspora Wenzhou en France 139

Chapitre 5 La métamorphose du « Modèle de Wenzhou » en France : convergences, divergences et transformations 203

Conclusion de la deuxième partie 237

Partie III Wenzhou, retour d'outre-mer ? 239

Introduction de la troisième partie 241

Chapitre 6 Le rôle économique de la diaspora Wenzhou en Chine 243

Chapitre 7 La consolidation de la politique de la Chine vis-à-vis de la diaspora à travers l'exemple de Wenzhou 275

Conclusion de la troisième partie 303

Conclusion générale 305

Annexes 319

Bibliographie 331

Tables 357

INTRODUCTION GENERALE

Un jour à Poitiers, je me rends dans un restaurant chinois. Au moment de payer l'addition, j'échange de banales formules de politesse avec le patron et lui pose une des questions habituelles entre Chinois : « d'où venez-vous en Chine ? ». Le patron répond, « nous sommes de Wenzhou ! ». La même réponse été obtenue des divers patrons des divers responsables de restaurants chinois de Poitiers. Les Chinois de Wenzhou, sont souvent identifiés par la population en Chine comme étant des commerçants[1]. Au-delà de ces stéréotypes se posent les questions de savoir comment ils ont immigré en France, comment ils sont devenus commerçants et quelles relations ils entretiennent avec la Chine. Ces questions survenues dès mes premiers contacts sont à l'origine de ma curiosité scientifique pour le monde des Chinois de Wenzhou en France.

I. Le Chinois d'outre-mer dans le monde

Évaluation démographique : un essai de mesure

Les Chinois d'outre-mer ont débuté leur émigration à la fin du 16e siècle. Elle s'est intensifiée dans la deuxième partie du 19e siècle et poursuivie jusque à l'époque contemporaine. Les Chinois d'outre-mer sont aujourd'hui présents sur tous les continents (Trolliet 1994a; Poston, Mao, et Yu 1994; Wang G. 2000b; Kuhn 2008, 2016; Zhuang 2011).

Avant de présenter la démographie et la répartition géographique des Chinois d'outre-mer, il est important de souligner qu'il est difficile d'évaluer le nombre de Chinois d'outre-mer dans le monde. C'est la raison principale pour laquelle donner une définition exacte des Chinois d'outre-mer s'avère difficile. En effet, il est difficile d'identifier les descendants d'immigrés, héritiers de la migration chinoise ancestrale, et les immigré.e.s qui ont contracté des mariages interethniques lorsqu'ils ont pris la nationalité des pays d'installation, alors même qu'ils peuvent se sentir « ethniquement » chinois. Peu de recensements nationaux tiennent compte de l'appartenance des individus à une collectivité ethnique. Dans les recensements nord-américains et britanniques, la question de l'appartenance ethnique est directement posée à l'intéressé qui se définit lui-même en indiquant à quel groupe ethnique il estime appartenir. Mais de nombreux autres pays ne posent pas cette question dans le recensement national. C'est le cas de la France où les individus sont distingués selon leur situation juridique au regard de la nationalité : Français de naissance, Français par acquisition, Etrangers ; et/ou selon leur lieu de naissance pour définir un immigré selon les critères de l'INSEE : personne née étrangère à l'étranger.

[1] L'identification des Chinois d'outre-mer aux stéréotypes attribués aux populations juives est fréquente y compris au 19e siècle par exemple en Thailande où un pamphlet célèbre dénoncait en eux les « Juifs de l'orient ». En Chine c'est aux gens de Wenzhou qu'elle est appliquée, ainsi les Wenzhou sont ils qualifiés de « Juifs de Chine » (*zhongguo youtai ren* 中国犹太人) ou « Juifs orientaux » (*dongfang youtai ren* 东方犹太人).

De plus, certains pays ne disposent pas d'un système de recensement efficace, ce qui conduit à des données démographiques lacunaires. Par ailleurs, on sait que les pays de départ – y compris les pays économiquement développés – comptabilisent avec difficulté leurs ressortissants à l'étranger. Ainsi en Chine, même s'il existe un système de recensement des Chinois d'outre-mer, les données démographiques restent peu fiables car les statistiques ne rassemblent que les données sur les Chinois d'outre-mer collectées auprès des membres de leur famille restés en Chine. Les personnes n'ayant pas de liens familiaux proches avec leur foyer d'émigration sont exclues du recensement.

Le caractère limité du recensement dans les foyers d'émigration en Chine conduit à des statistiques très variables quant à l'évaluation du nombre de Chinois d'outre-mer et à des écarts avec les données statistiques des pays d'installation. Malgré ces limites, nous pouvons construire une image approximative du volume et de la répartition des Chinois d'outre-mer dans le monde.

Comme nous le décrivons plus loin, il existe déjà des statistiques élaborées par des chercheurs ou par des services des divers établissements académiques (centres d'études, universités, laboratoires, *etc.*), voire par des médias officiels chinois ainsi que par des autorités locales. Zhuang Guotu (2011) a estimé à plus de 45 millions le nombre de Chinois d'outre-mer dans le monde en 2008. C'est le chiffre retenu par le *Blue book of Overseas Chinese* (2011) qui fait autorité dans le pays (Li M. 2011). Le rapport sur la sécurité et sur la politique du monde en 2007 publié par l'Académie chinoise des sciences sociales a donné une estimation de 35 millions de Chinois d'outre-mer dans le monde (cité par Zhuang 2011). Le comité des affaires des Chinois d'outre-mer de Taïwan a estimé quant à lui ce nombre à 39 millions. Quelques médias officiels ou établissements éducatifs ont également donné leurs estimations. Pour le *Quotidien du Peuple* elle est de 87 millions en 2004 (Lian et Ma 2005), pour le *China News Service* de 48 millions en 2008[2] et pour le Bureau national pour l'enseignement du chinois langue étrangère de 50 millions de personnes la même année dont plus d'un million d'étudiants en 2007[3].

L'évaluation du nombre des Chinois d'outre-mer dans le monde donne lieu à des nombres approximatifs allant de 30 à 80 millions. Toutes ces estimations évoluent[4]. Le chiffre de 45 millions de Chinois d'outre-mer estimés en 2010 a été reconnu de manière officielle par la Chine continentale. Ce nombre a valeur de référence car les chercheurs qui le mobilisent montrent par quelles sources cette estimation peut être avancée car il a été établi à partir de l'analyse d'archives historiques du pays d'origine et à partir des travaux de recherches démographiques du pays d'installation (Zhuang 2009).

---

[2] Zhongguo xinwenshe 中国新闻社 [China News Service], 16 janvier 2009, « 2008 nian shijie huashang fazhan baogao 2008 年世界华商发展报告 [2008 World Chinese Entrepreneurs Development Report] », En ligne : http://i5.chinaqw.com/2008ind/2008ind.html.

[3] Liu Fei, 2007, « Kongzi xueyuan fengmi quanqiu 孔子学院风靡全球 [La mode, l'Institut Confucius dans le monde] ». *Remin ribao haiwaiban 人民日报 [People's daily overseas edition]*, 10 décembre 2007 (en ligne), http://paper.people.com.cn/rmrbhwb/html/2007-12/10/content_33713085.htm, (consulté le 16 décembre 2016).

[4] Des estimations plus récentes ont été produites pendant ces cinq dernières années en Chine. Ces estimations prennent comme base le premier chiffre de 45 millions de Chinois d'outre-mer en 2010. Selon plusieurs articles de presse et selon le discours de certains cadres, ce chiffre aurait évolué à 50 millions en 2012 ; 55 millions en 2013 et 60 millions en 2014. Il faut souligner que ces chiffres sont uniquement des estimations, fondées sur la première évaluation de 2010. Avant 2010, le gouvernement chinois généralisait souvent le volume des Chinois d'outre-mer à « plusieurs dizaines de millions » d'individus dans le monde.

Zhuang Guotu s'est notamment référé aux données officielles publiées par les autorités (nationales ou locales), aux données estimées par les ambassades de la Chine à l'étranger et à celles produites par des associations chinoises de la diaspora dans les pays d'installation. S'appuyant sur la collecte de données du pays d'installation, il a pris en compte des éléments démographiques comme l'évolution du taux de natalité et de fécondité des Chinois d'outre-mer. Il considère également l'évolution des manières de s'identifier des Chinois d'outre-mer, pour évaluer leur nombre [5]. Cette méthode démographique s'appuie sur l'hypothèse de la « fermeture » (par exemple l'évaluation de la population des Chinois en Aise du Sud-Est). Une population « fermée » est envisagée comme ne connaissant, ni émigration, ni immigration. Son estimation repose uniquement sur la considération de la croissance naturelle de la population.

Dans certains pays d'installation, aux États-Unis par exemple, Poston, Michael Xinxia Mao, et Mei-Yu Yu (1994) différente sources ont été systémiquement collectées et analysées pour évaluer le nombre des Chinois d'outre-mer. Ainsi, ils estiment à 37 millions le nombre des Chinois qui sont répartis dans 136 pays du monde au début des années 1990. Cela nous permet de confirmer un des résultats : il y a une augmentation rapide du nombre des Chinois d'outre-mer durant les années 1980. La majorité des Chinois d'outre-mer est principalement concentrée en Asie, notamment dans les pays d'Asie du Sud-Est. Plusieurs travaux de recherche s'appuient sur ce résultat pour décrire l'état de la répartition des Chinois de la diaspora dans le monde (Yang et Ye 1993). Emmanuel Ma Mung (2000) a souligné que l'estimation de Poston, Mao et Yu portant sur 136 pays du monde, était fondée sur des sources très variées et sur des définitions hétérogènes de populations entre les pays. Malgré ces limites, il avance l'estimation d'environ 30 millions dans le monde au début des années 1990, afin de donner un ordre de grandeur et une première idée de la distribution des Chinois d'outre-mer dans l'espace mondial. Cette estimation est réajustée au fil du temps : entre 35 et 40 millions dans les années 2000-2005, puis 40 et 45 millions en 2010 (Ma Mung 2009, 2015). Il est à souligner que ces évaluations tiennent compte des migrants actuels directement originaires de Chine continentale, de leur descendance ainsi que de celle des migrants antérieurs, indépendamment de leur nationalité.

[5] Zhuang Guotu (2009) a présenté la méthode démographique par laquelle il a évalué le nombre de Chinois d'outre-mer en Asie du Sud-Est. Selon lui, si nous pouvons estimer le nombre de Chinois d'outre-mer en Asie du Sud-Est, alors nous pouvons facilement estimer le nombre de Chinois d'outre-mer dans le monde. Car la grande majorité des Chinois se sont concentrés en Asie du Sud-Est. De ce fait, deux types de sources et méthodes sont importantes pour faire cette évaluation : la première méthode consiste essentiellement à évaluer l'ancienneté de la migration chinoise, à partir des données démographiques du pays d'installation. Ces données démographiques ont été recensées par les autorités locales ou par les anciennes autorités coloniales. D'après ces données, il a établi le taux de natalité des Chinois d'outre-mer, pour en déduire l'augmentation sur une période. Il a également comparé ses données aux évaluations déjà existantes dans les travaux de recherche de pays d'installation et dans les estimations effectuées par des associations chinoises. Enfin, il compare son estimation avec ces évaluations existantes dans les pays d'installation. Un deuxième type de source est lié aux données collectées à partir des documents sur l'ensemble des nouveaux migrants chinois en provenance de la Chine continentale, de Hong-Kong et Macao, et de Taïwan depuis les années 1970. Il a pour finir combiné ces deux types de sources et méthodes pour donner son évaluation du nombre des Chinois d'outre-mer en Asie du Sud-Est. Il a toutefois mentionné que cette évaluation était approximative en raison de la complexité de l'identification des Chinois d'outre-mer et de l'existence de plusieurs générations de migrants chinois.

Une croissance rapide depuis les années 1980

Au début de la période d'ouverture économique de la Chine dans les années 1980, le nombre des Chinois d'outre-mer dans le monde est estimé seulement à une vingtaine de millions d'individus (Yang et Ye 1993; Poston, Mao, et Yu 1994; Li M. 2011; Zhuang 2011). Depuis trente ans, le nombre de Chinois d'outre-mer est en augmentation rapide (voir tableau 1).

Tableau 1 Évolution du nombre des Chinois d'outre-mer dans le monde entre 1980 et 2010

Années	1980	1990	2000	Entre 2008 et vers 2010
Estimations	20M.	30M.	40M.	45M.

(Source : Yang et Ye 1993; Poston, Mao, et Yu 1994; Li M. 2011; Zhuang 2011)

On assiste à une accélération des migrations depuis la Chine et à une extension des aires de départ. Cela s'explique par le lancement de la politique d'ouverture et des réformes, qui a conduit à une libéralisation progressive des conditions d'émigration, notamment par l'autorisation des sorties de Chine et par la délivrance de passeports (Pina-Guerassimoff 2012; Li Z. 2014). Ainsi, d'une part, le nombre annuel de migrants chinois passe de 57 000 à 756 000 entre 1982 et 2000 (Ma Mung 2015). Toujours selon les mêmes sources, les flux annuels d'entrées des ressortissants chinois dans les pays de l'OCDE passent de 140 000 à 539 000 entre 1995 et 2008 (335 000 en 2000, 483 000 en 2003). D'autre part, les provinces à tradition migratoire (Guangdong, Fujian, Zhejiang), continuent d'orienter les migrants vers des pays où leurs compatriotes se sont déjà installés. Les nouveaux espaces de départ s'élargissent à d'autres provinces et villes, comme les provinces du nord-est de Chine (Heilongjiang, Jilin et Liaoning), celles du Henan, du Hebei, du Guangxi et les concentrations urbaines de Beijing, Shanghai, Tianjin et Chongqing. Cette croissance rapide du nombre d'émigrés chinois se traduit également par une extension des destinations migratoires. Les champs migratoires s'étendent à des continents entiers, par exemple en Afrique où leur présence reste toutefois très faible puisque inférieure à 1 million (Ma Mung 2009). La croissance des migrations chinoises s'accompagne d'un renforcement de l'immigration dans les pays développés. Une partie de l'immigration chinoise vers ces espaces est le fait des personnes précédemment établies en Asie du Sud-Est. Une autre partie de l'immigration comprend principalement des migrants chinois en provenance de la Chine continentale à partir des années 1990.

Concernant les migrations internationales des Wenzhou

Il y a trois vagues : la première est une vague d'émigration vers le Japon dans les années 1910 et 1920 ; la deuxième se dirige vers l'Europe dans les années 1920 jusqu'au milieu des années 1930 ; la troisième se structure autour d'un mouvement d'émigration de rapprochement au cours de laquelle les Wenzhou rejoignent leurs proches installés à l'étranger depuis les années 1980 (Zhang Z. 1999). Ainsi, le nombre des Wenzhou établis à l'étranger a eu un essor d'émigrants depuis les années 1980. Pour illustrer bien cette situation, nous l'avons établie à partir de différentes sources chinoises :

En premier lieu, ont été mobilisés les résultats de l'enquête des Chinois d'outre-mer publiée par le Bureau des affaires des Chinois d'outre-mer de l'administration locale de Wenzhou en 2008. Quelques chiffres ont été complétés, corrigés et renouvelés selon les données récentes figurant dans le travail de Xu Huabing (2015). Celui-ci a utilisé les sources fournies par l'administration locale de Wenzhou. Nous avons également utilisé les données issues du Comité de rédaction pour l'Histoire des Chinois d'outre-mer de l'administration de Qingtian (2011) et celles des articles de presse officiels publiés par le responsable des services de l'administration locale de Wenzhou. Enfin, nous avons également collecté nos propres données lors de notre enquête en Chine. Les sources mobilisées sont donc essentiellement originaires de Chine. Selon les sources, le nombre de personnes originaires de la région passe de 70 000 en 1980 à environ 650 000 individus vers 2010. Par ailleurs, nous rappelons qu'aucune étude ne rend cependant compte de la situation actuelle[6] (voir tableau 2).

Tableau 2 Évolution du nombre des Wenzhou établis à l'étranger (1980-2010)

Années	Avant 1980	1980-1990	1990-2000	2000-2010
Wenzhou	50 000	200 000	300 000	425 000
Qingtian	20 000	150 000	180 000	225 000
Estimations	70 000	350 000	480 000	650 000

(Sources : Zhang Z. 1999; Xu H. 2015; Comité de rédaction pour l'histoire des Chinois d'outre-mer de Qingtian 2011; Bibliothèque de Qingtian 2016).

Répartition géographique : une différence interne

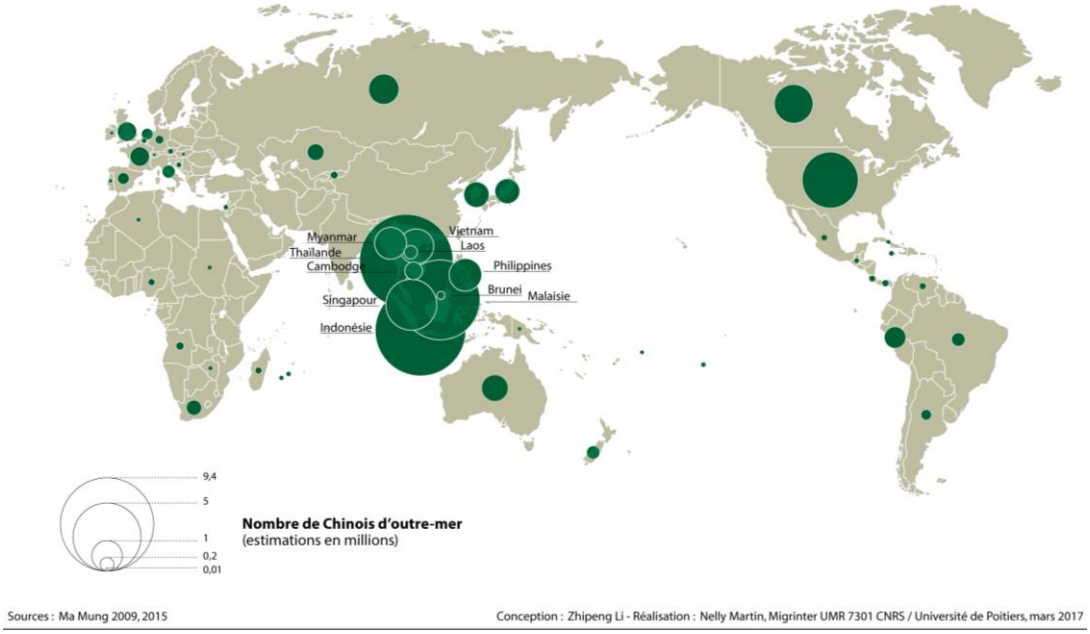
En raison de la diversité des appareils censitaires des différents pays recevant les Chinois d'outre-mer et étant donnée la complexité de l'identification de « Chinois ethniques », cette estimation demeure incertaine. Elle permet toutefois d'avoir un premier ordre de grandeur du nombre et de la répartition spatiale des Chinois d'outre-mer, ainsi que d'une « sous-diaspora » dans cet ensemble, celle des Chinois issue de Wenzhou[7].

Afin de mieux connaître les Chinois de Wenzhou, nous avons établi deux cartes rendant compte de leur répartition géographique dans le monde selon les sources les plus fiables (voir carte 1 et 2) :

[6] Nous rappelons qu'il existe des travaux sur l'évaluation du nombre des Qingtian d'outre-mer (Thunø 1999), mais qui datent de plus de 30 ans.

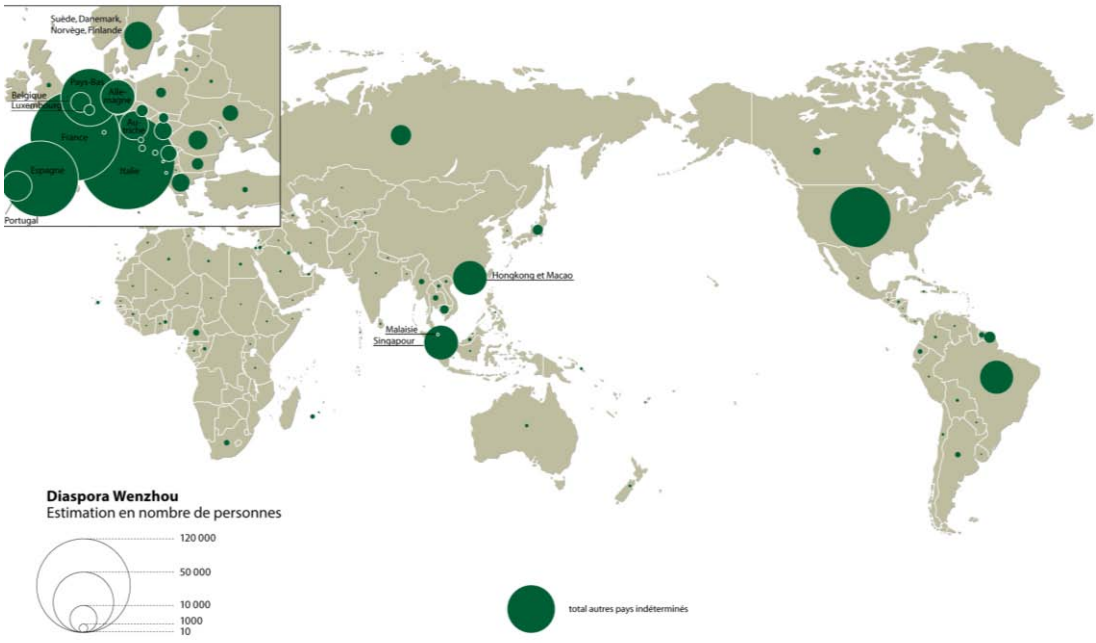
[7] Voir *infra* La question de la « diaspora Wenzhou » p.9

Carte 1 Les Chinois d'outre-mer dans le monde dans les années 2005-2010



Sources : Ma Mung 2009, 2015 Conception : Zhipeng Li - Réalisation : Nelly Martin, Migrinter UMR 7301 CNRS / Université de Poitiers, mars 2017

Carte 2 Les Chinois de Wenzhou dans le monde dans les années 2005-2010



Sources : Wenzhou Governement Information Catalogue 2008 / Qingtian Huaqiaoshi 2011 / articles de presses, travaux de recherche
Conception : Zhipeng Li - Réalisation : Nelly Martin, Migrinter UMR 7301 CNRS / Université de Poitiers, mars 2017

Ces deux cartes nous permettent dans un premier temps de définir plusieurs caractéristiques de la répartition spatiale des Chinois d'outre-mer originaires de Wenzhou, tout en prenant acte des sources statistiques mobilisées :

La principale observation que l'on peut faire est la différence très nette entre la répartition spatiale de la diaspora chinoise et celle de la diaspora Wenzhou.

Les Chinois d'outre-mer sont répartis dans plus de 140 pays (voir carte 1). La plus grande partie est installée en Asie du Sud-Est (75%), les autres sont répartis sur le continent américain (15%), en Europe (6%), en incluant la Fédération de Russie, et dans le reste du monde. L'Asie et l'Amérique regroupent la majorité des Chinois d'outre-mer. En Asie, les pays d'Asie du Sud-Est tels que, l'Indonésie, la Thaïlande, la Malaisie, Singapour, le Vietnam, les Philippines et le Myanmar regroupent près de 29 millions d'entre eux. Les autres pays d'Asie (Japon, Cambodge, Laos et Corée du Sud) accueillent plus d'un million de Chinois. Les Chinois d'outre-mer sont également présents dans les pays du Proche-Orient. En Amérique, ils sont près de 5 millions aux États-Unis et au Canada, leurs principaux pays d'installation. Le nombre de Chinois d'outre-mer installés en Europe se situe entre 2,3 et 2,8 millions en 2010, ce qui met en évidence l'attractivité nouvelle de cette région d'installation.

Quant aux Chinois de Wenzhou, ils sont principalement installés en Europe mais aussi en Amérique du nord et en Amérique latine. Ces deux aires géographiques (Europe et Amériques) regroupent près des deux tiers d'entre eux.

En Europe, l'Italie, la France et l'Espagne comptent au total plus de 300 000 Chinois de Wenzhou (près de 60%). Les autres pays européens accueillent également des effectifs importants : plus de 70 000 Chinois de Wenzhou en Allemagne, aux Pays-Bas et en Autriche. Ils sont aussi présents au Portugal, en Belgique, en Hongrie, en Roumanie, en Grèce (Polyzos 2014), en Bulgarie, en République Tchèque, en Slovaquie, au Luxembourg et en Slovénie, ainsi que dans les pays d'Europe du Nord (Suède, Danemark, Norvège, Finlande et Islande) et d'Europe de l'Est (Russie et Ukraine).

Les Chinois de Wenzhou sont en revanche peu présents en Asie (15 000 à Singapour, 15 000 à Hong Kong et Macao ; 1 200 au Japon), en Amérique du Sud (15 000 au Brésil), ainsi qu'en Océanie (Australie, Nouvelle Zélande, les îles Salomon et Fidji), en Afrique (Cameroun, Afrique du sud, *etc.*).

En Amérique du Sud, le Pérou accueille plus de Chinois de l'ensemble de la diaspora que le Brésil selon la carte 1. Par contre, dans la carte 2, le Brésil accueille davantage de Chinois de Wenzhou que le Pérou. Cela est lié à une structure migratoire historique. Ces deux pays non anglophones ne sont pas marqués de la même manière par la migration de Wenzhou (surtout Qingtian).

Cette préférence spatiale s'est construite par les réseaux migratoires qui ont opéré sur le temps long de l'histoire des migrations en provenance de Wenzhou (Poisson 2006). Comme Pierre Trolliet (1994a) l'a indiqué, les « filières géo-dialectales » ont joué un rôle essentiel dans la mise en place de la diaspora, tant dans sa répartition géographique que dans la constitution de véritables monopoles (par exemple le commerce du riz Chaozhou en Thaïlande). Autrement dit, il existe des filières migratoires distinctes au sein des Chinois d'outre-mer. L'essentiel de cette diaspora est lié aux aires de départ de la Chine. Ces aires sont caractérisées par une imbrication de langues chinoises extrêmement diversifiées (voir *infra*).

Les principales aires de départ en Chine

Les régions historiques d'origine des migrations chinoises comprennent une grande variété de langues ou dialectes telles que le wenzhou, le cantonais, le hakka, le teochew (chaozhou), le hokkien, le hainan, *etc.* Les provinces littorales de Chine (surtout le Guangdong, le Fujian et le Zhejiang) constituent les principales aires de départ.

Les filières migratoires se sont constituées distinctement à partir des différents dialectes parlés en Chine. Ces différentes filières migratoires forment des groupes distincts constituant chacun leurs propres réseaux relationnels, migratoires et économiques (Trolliet 1994b). D'autres provinces qui n'avaient pas de tradition migratoire sont devenus des aires de départ, par exemple, les provinces du Heilongjiang, du Jilin et du Liaoning depuis les années 1990 (Gao et Poisson 2005; Lévy 2015). Nous présenterons les différentes filières migratoires qui ont constitué la diaspora chinoise dans le monde.

Tableau 3 Aperçu des composantes des Chinois d'outre-mer dans le monde vers 2010

Aires de départ	Dialectes	% part de la diaspora	Implantations principales
Guangdong	cantonais	54%	Malaisie, Singapour, Viêtnam; États-Unis
	teochew (chaozhou)		Thaïlande, Singapour, Cambodge, France, États-Unis
	hakka (kejia)		Malaisie, Indonésie, Thaïlande, Singapour
Fujian		25%	Malaisie, Indonésie, Thaïlande, Singapour
	minnan (hokkien)		Asie du Sud-Est
	minbei		Asie du Sud-Est
Hainan	hainanais	6%	Asie du Sud-Est
Autres		15%	
Sud du Zhejiang*	wu (ou jiang)		France, Italie, Espagne, autres pays européens, et Amériques
Yunnan, Guangxi, *etc.*	mandarin du nord, du sud-est, du sud-ouest, *etc.*		Birmanie, Thaïlande
Dongbei[8]			Corée du Sud, Singapour, Thaïlande, Amérique du nord, Australie, Europe occidental
Shandong			Corée du Sud, Japon, Europe
Beijing, Tianjin, Shanghai, *etc.*			États-Unis, Europe occidental, etc.

(*) : Principalement Qingtian et Wenzhou.

(Sources : Trolliet, 1994a, 1994b ; *2008 World Chinese Entrepreneurs Development Report*, p3)

Selon le tableau 3 présenté ci-dessus, les composants de la diaspora chinoise illustre les effets de la différenciation sur la répartition des groupes entre les différentes implantations de la diaspora. Par exemple, les Chinois d'outre-mer originaires de la province du Guangdong représentent 54% de l'ensemble des Chinois d'outre-mer, d'après l'évaluation de rapport du développement des commerçants chinois du monde (2008)[9]. Ceux-ci sont principalement installés dans les pays d'Asie du Sud-Est : la Malaisie, Singapour, l'Indonésie, la Thaïlande et le Vietnam. Les Chinois de Chaozhou, dans la

[8] Le terme administratif de *Dongbei* (en chinois 东北 « Nord-Est »), désigne trois provinces frontalières : Heilongjiang, Jilin et Liaoning qui historiquement correspondent à la région de l'ancienne Mandchourie

[9] Peu de travaux de recherche et de recensements évaluent la proportion des différents sous-groupes des Chinois de la diaspora, en raison de la complexité de l'identification ethnique. Nous avons seulement trouvé quelques travaux de recherche étudiant la question (Trolliet 1994a), ainsi que l'évaluation du rapport sur les entrepreneurs chinois du monde en 2008.

province du Guangdong, émigrent non seulement en France mais aussi aux États-Unis. Ces destinations ont une explication historique, puisqu'il s'agit principalement de réfugiés ayant émigré durant la deuxième guerre d'Indochine (1955-1975). Les Chinois d'outre-mer originaires de la province du Fujian, représentant 25% des effectifs, sont également concentrés dans les pays d'Asie du Sud-Est. Dans le tableau, on n'indique pas la proportion des Chinois originaires de la province du Zhejiang (où se trouvent Wenzhou et Qingtian). Mais, nous rappelons que plus de la moitié des Chinois de Zhejiang sont originaires du sud de la province, soit la région de Wenzhou. Ils sont principalement installés en Europe, notamment en France, en Italie et en Espagne comme nous l'avons observé par la carte n°2.

La question de la « diaspora Wenzhou »

En partant de l'analyse de la répartition géographique et des composants de la diaspora chinoise ainsi que de l'évaluation de l'effectif des Chinois d'outre-mer, en particulier des migrants issus de Wenzhou, nous recherchons en quoi l'usage du terme de « diaspora » est pertinent pour qualifier l'un des groupes parmi les Chinois d'outre-mer et ses pratiques.

Nous nous fondons pour cela sur la caractéristique principale de la diaspora chinoise telle qu'elle a été soulignée par Emmanuel Ma Mung, à savoir que celle-ci se présente comme un réseau de réseaux, une diaspora de diasporas (Ma Mung 2009). En effet, au sein de la diaspora chinoise, plusieurs groupes de migrants chinois se distinguent selon leur espace d'origine et leur « dialecte » parlé (voir *supra*). Or ce sont ces caractéristiques d'une origine géographique et d'un « dialecte » communs qui organisent les réseaux relationnels, migratoires et économiques propres à chaque groupe de migrants chinois.

Ainsi, le groupe de Wenzhou se distingue d'abord par sa pratique d'une même langue dans le monde (le « dialecte » de Wenzhou) ; ensuite, par la conscience des personnes originaires de Wenzhou d'appartenir au même groupe ; enfin par la reproduction et le renforcement d'une même identité, celle des « Wenzhou », à partir des réseaux migratoires, financiers, commerciaux et affectifs qui se perpétuent. De ce fait, nous appellerons le segment de la diaspora chinoise originaire de la région de Wenzhou « la diaspora Wenzhou ». Nous approfondirons cette question en discutant la notion de diaspora dans le chapitre 1 (cf.1.1).

II. Les Chinois de Wenzhou en France

L'immigration chinoise : un groupe minoritaire

Tout au long du 20e siècle, l'origine géographique des immigrés présents en France s'est diversifiée. Avant la Première Guerre mondiale, l'immigration était quasi-exclusivement européenne. La plupart des immigrés provenaient des pays voisins comme l'Italie, la Belgique ou l'Allemagne. Au cours des années 1920, les flux migratoires ont augmenté avec la progression des arrivées d'Italie, d'Espagne et de Pologne. Après la Seconde Guerre mondiale, de nombreux d'immigrés ont continué d'arriver d'Italie, d'Espagne et le courant migratoire en provenance de Maghreb s'est développé. En 1962, les individus d'origine italienne étaient encore les plus nombreux, représentant 32% de la population immigrée, devant les immigrés venus d'Espagne, d'Algérie et de Pologne (Insee 2012). L'histoire de l'immigration en France est marquée par une diversité de provenance des immigrés. Comparée aux autres groupes, l'histoire des immigrants chinois en France est aussi ancienne, mais l'immigration chinoise rassemble peu d'individus. Le recensement de 1911 fait apparaître 283 Chinois en France, dont 166 dans le département de Paris[10]. L'immigrant chinois s'est maintenu jusqu'aujourd'hui en tant que migration minoritaire. Le nombre des immigrés chinois n'a jamais dépassé 15 000 individus entre 1911 et 1970. D'après Emmanuel Ma Mung (2015) la diaspora chinoise compte en France environ 450 000[11] personnes en 2010. Les immigrants chinois représentent une faible proportion des immigrés en France (seulement 8,4% de l'ensemble des immigrés) [12].

L'immigration chinoise originaire de Wenzhou : le plus ancien groupe chinois

Les Chinois d'outre-mer en France, comme dans le monde, sont constitués de différents groupes linguistiques et régionaux. En France, deux grands groupes se distinguent quant à leur origine géographique et quant à leurs conditions d'immigration :

[10] Sur l'aspect historique voir Live 1991, Pairault 1995.

[11] L'évaluation du nombre de Chinois de la diaspora en France est difficile à établir. Emmanuel Ma Mung a estimé que la diaspora chinoise comptait entre 400 000 et 450 000 individus en 2010.

[12] Selon les données de l'Insee en 2008, la part des immigrés en France venus de l'ensemble de l'Europe représente 38%. Plus d'un million d'immigrés viennent d'Espagne, d'Italie ou du Portugal en 2008 (les immigrés natifs du Portugal sont au nombre 581 000). Si nous tenons compte du groupe d'immigrés venant du Maghreb, le nombre d'immigrés en provenance d'Algérie atteint 710 000 individus en 2008. Les immigrés nés au Maroc constituent 12% de la population immigrée. Bien que l'immigration des autres pays d'Afrique soit plus récente, s'étant développée principalement depuis les années 1990, elle constitue une partie importante dans la population immigrée, soit 13% des effectifs (selon l'Insee 2012). Il s'agit principalement de personnes venues du Cameroun, de la Côte d'Ivoire et de la République démocratique du Congo. En 2010, la population immigrée comptait 5,4 millions de personnes, soit 8,6% de la population totale (62,8 millions individus). Les Portugais, forment le premier groupe d'étrangers établis en France. Les ressortissants des pays africains (1,5 million) proviennent principalement des pays du Maghreb (1,1 millions d'individus dont 465 000 Algériens, 434 000 Marocains, 146 000 Tunisiens et 496 000 d'entre eux proviennent des autres États du continent africain (Simon 2015).

1/ Les personnes d'origine chinoise venues en France à partir de différents pays de l'Asie du Sud-Est (Cambodge, Vietnam et Laos)[13]. Par exemple, l'arrivée des réfugiés d'Asie du Sud-Est en 1975, la migration en provenance des pays (Cambodge, Laos et Vietnam) a concerné environ 150 000 personnes d'origine chinoise selon Pairault (1995) et 120 000 selon Jean-Pierre Hassoun (1993).

2/ Les personnes d'origine chinoise venues directement de Chine continentale[14], dont les personnes originaires de la « région de Wenzhou » (y compris de Qingtian)[15], ville de la province du Zhejiang (Poisson 2006; Auguin 2009).

L'histoire migratoire des Chinois de ce dernier groupe est plus longue que celle du groupe des Chinois d'origine de l'Asie du Sud-Est. Ainsi, la présence des activités commerciales des Chinois et l'apparition des quartiers chinois à Paris, datent du début du 20e siècle (Live 1992; Poisson 2004; Li M. 2012). Des étudiants, des journalistes, des intellectuels anarchistes, quelques marchands d'objets chinois, deux ou trois restaurateurs, une poignée de pédicures, des ouvriers d'une usine de soie artificielle, une fabrique de soja, ou encore des représentants diplomatiques des dynasties de Qing représentent une microsociété chinoise certes embryonnaire mais déjà formée à Paris (Live 1992). Il est difficile de préciser la nature des activités commerciales des entrepreneurs Wenzhou, mais les auteurs précités indiquent que les entrepreneurs de Wenzhou et de Qingtian ont joué un rôle clé dans le développement du commerce chinois à Paris.

Durant la Première Guerre mondiale, 140 000 travailleurs chinois sont recrutés en Chine pour travailler dans les usines d'armement, le terrassement des tranchées, le transport de munitions…(Poisson 2004; Ma L. 2012). À la fin de la guerre, la majorité d'entre eux sont renvoyés en Chine. Toutefois, 2 000 et 3 000 d'entre eux (la plupart originaires de Qingtian) restent en France (Archaimbault 1952). Ceux-ci forment le groupe d'immigrés chinois le plus ancien en France. Il va être rapidement rejoint dès les années 1930 par des compatriotes de Wenzhou, ville voisine de Qingtian. L'immigration Wenzhou et Qingtian se poursuit durant l'entre-deux guerres. Elle disparaît quasiment durant la Seconde Guerre mondiale, et se maintient à des niveaux très bas durant la première période communiste (1949 - 1978). Elle reprend avec force à partir des années 1980 grâce au lancement de la politique d'ouverture et des réformes de Chine. Même s'il est difficile d'estimer la population de la diaspora Wenzhou, nous pouvons faire état du poids des immigrés originaires de Wenzhou parmi les immigrés Chinois en France.

---

[13] Selon la majorités des travaux (Hassoun 1993; Pairault 1995; Guillon 1995), la majorité des Chinois d'Asie du Sud-Est sont arrivé à la fin des années 1970 et au début des années 1980 en tant que réfugiés fuyant la guerre en Indochine. Cette immigration chinoise au sens large se subdivise en plusieurs groupes en fonction de l'origine locale de leurs ascendants en Chine (par exemple, chaozhou, hokkien, hakka, *etc.*

[14] Rappelons également qu'à celle-ci s'ajoute une immigration plus récente venue du nord de la Chine, le Donbei (Heilongjiang, Liaoning et Jilin), ainsi que des métropoles de Beijing, Tianjian et Shanghai et maintenant d'autres provinces encore.

[15] Les migrants chinois originaires de Qingtian ont également été étudiés dans notre travail de recherche. D'un point de vue historique et culturel, il n'existe pas de distinction particulière entre les migrants de Wenzhou et ceux de Qingtian. Ils sont tous indifféremment nommés Wenzhou. Ainsi, en France, la majorité des Chinois d'outre-mer originaires de Qingtian savent parler le « dialecte » de Wenzhou et indiquent souvent qu'ils sont originaires de Wenzhou au lieu de dire qu'ils viennent de Qingtian. Nous y reviendrons plus en détail dans le chapitre 2 (cf. 2.1.2).

La diaspora chinoise issue de Wenzhou occupe une place importante dans l'ensemble de la diaspora chinoise en France depuis les années 1990 et représente entre 50 et 60% de l'ensemble des Chinois en France. Si l'on se fonde sur l'estimation de 450 000 personnes d'origine chinoise en France (voir *supra*) il y aurait ainsi environ entre 225 000 et 270 000 personnes en provenance de la Chine continentale mais il ne s'agit que d'une approximation qui demande à être confrontée à d'autres estimations.

Selon Gao Yun et de Véronique Poisson (2005)[16], à la fin des années 1990 et le début des années 2000, les Chinois de Wenzhou représentent entre 48 et 62% de l'ensemble des Chinois présents en France, et 60% selon Giulio Lucchini (2012). Sur la base de ces sources, on peut estimer que dans les années 2005-2010, le pourcentage des immigrants chinois originaires de la région de Wenzhou se situe entre 50 et 60% de l'ensemble des Chinois en provenance de la Chine continentale. Donc, nous estimons leur nombre entre 112 500 et 162 000 individus en France.

Du côté de Wenzhou en Chine, selon les données publiées par les autorités régionales le nombre des Wenzhou d'outre-mer en France dans les années 2005-2010 est situé entre 100 000 et 115 000 personnes. Ce nombre est inférieur à la réalité, car il ne prend pas en considération la situation des migrants clandestins par exemple. De plus, ce chiffre ne prend pas en compte les enfants d'immigrés nés en France, ni ceux nés de couples mixtes.

Au vu de l'ensemble de ces données, nous avançons que la diaspora chinoise issue de Wenzhou se situe entre 150 000 et 200 000 individus en France[17]. Cette estimation ne prend pas en compte de la mobilité des personnes dans l'espace de Schengen, alors que, selon notre observation, il existe souvent une circulation des personnes entre la France et l'Italie ou l'Espagne et d'autres pays.

La majorité d'entre eux est localisée dans la région parisienne. Toutefois, des immigrants chinois originaires de Wenzhou ont commencé à s'installer non seulement dans les grandes villes telles que Lyon, Marseille et Lille, mais aussi dans des villes moyennes comme Poitiers par exemple.

La localisation résidentielle des Wenzhou dans la région parisienne : une tâche impossible

Aucune étude ne traite à notre connaissance de la localisation des Wenzhou en France. Nous en tiendrons à évoquer celle de la diaspora chinoise. Des recherches existantes (Ma Mung et Simon 1990; Pairault 1995; Gao et Poisson 2005) insistent sur la concentration spatiale des immigrants chinois, laquelle se caractérise par le chevauchement entre les lieux d'implantation principaux du commerce chinois et les lieux de résidence de la population. Ainsi, les lieux de résidence de la diaspora chinoise sont souvent associés aux lieux de concentration du commerce chinois. Récemment, l'article de Du Juan (2014) a montré que les immigrés chinois sont principalement

[16] Ils ont indiqué également que le second groupe est originaire du nord de la Chine (Jilin, Liaoning, Heilongjiang et Shangdong). Leur pourcentage varie entre 22 et 31%. D'autres régions d'origine doivent être signalées, à l'instar du Guangdong, du Fujian, du Guangxi, du Jiangxi et du Hunan dans les provinces du sud, et dans les grandes métropoles. Enfin, les auteurs indiquent que deux tiers des personnes sont en provenance du Zhejiang (où se trouve Wenzhou) et un tiers sont originaires du Dongbei et du Fujian.

[17] Nous rappelons également que Wang Chunguang (2000) a estimé 130 000 Chinois de Wenzhou vivant en France en 2000. Il a prise en compte la situation clandestine.

présents dans les 10e, 11e, 18e,19e et 20e arrondissements du Nord-Est de Paris, et dans le 13e arrondissement au Sud-Est. Ils se concentrent également dans le département de la Seine-Saint-Denis, notamment dans les communes d'Aubervilliers, de la Courneuve, de Bobigny et de Bagnolet.

Parmi les Chinois de Wenzhou, nous pouvons distinguer deux catégories principales : les travailleurs ou prolétaires et les employeurs ou patrons. Les prolétaires habitent principalement en famille avec deux ou trois enfants et habitent dans les départements proches de Paris, incluant la Seine-Saint-Denis (notamment Aubervilliers, Pantin, Bagnolet, La Courneuve, Bobigny, Montreuil) le Val-de-Marne et dans une moindre mesure et le Sud des Hauts-de-Seine. Parmi eux, certains s'installent à l'Est de Paris, dans les communes desservies par le RER A. Si les prolétaires habitent souvent les départements proches de Paris, c'est parce que le loyer y est moins élevé, le transport plus pratique et le lieu de travail peu éloigné de chez eux. En outre, les quartiers d'implantation principale des commerces chinois sont souvent situés au Nord-Est dans la région parisienne. Au contraire, les patrons s'installent soit à Paris *intra-muros*, soit le plus souvent dans les départements de la grande couronne, car ils ont les moyens de choisir l'environnement confortable des quartiers parisiens et de la banlieue. Cette répartition résidentielle a seulement une valeur indicative, les sources limitées dont nous disposons ne nous permettant pas d'avoir des statistiques précises sur la répartition spatiale des Chinois de Wenzhou[18].

La composition de la diaspora Wenzhou en France

Dans la région parisienne, la diaspora Wenzhou est constituée de plusieurs sous-groupes qui se distinguent les uns des autres par des trajectoires migratoires différentes.

Les Wenzhou qui proviennent directement de la province du Zhejiang suivent, une route migratoire qui leur est propre. Arrivant principalement des bourgs de Li'ao, de Qidu, de Tangxia, de Xianyan, ainsi que des districts de Wencheng, de Lucheng ou de Qingtian, leur nombre a été en forte progression depuis les années 1990 (Poisson 2004; Auguin 2009). Leur présence s'est affirmée dans le secteur de la restauration ou de la confection entre les années 1980 et 1990 (« Extrait carnet du terrain, Wenzhou » 2012). Ce sont essentiellement des migrants économiques, qui quittent la Chine depuis 1978, ou qui émigrent vers la France grâce à la politique du regroupement familial. Certains s'insèrent dans des ateliers ou créent leur propre affaire en faisant de l'import-export avec la Chine. Beaucoup ont ouvert un restaurant, avec l'objectif d'économiser suffisamment pour retourner en Chine ou pour amorcer ensuite une reconversion professionnelle vers d'autres secteurs jugés plus rentables (par exemple bar-tabac ou commerce de gros).

Actuellement, la diaspora Wenzhou en France continue d'être alimentée par des arrivées modestes et irrégulières en effectifs. Ces arrivées se caractérisent notamment par un parcours « en ricochets » d'individus qui émigrent dans des pays européens ou d'Asie

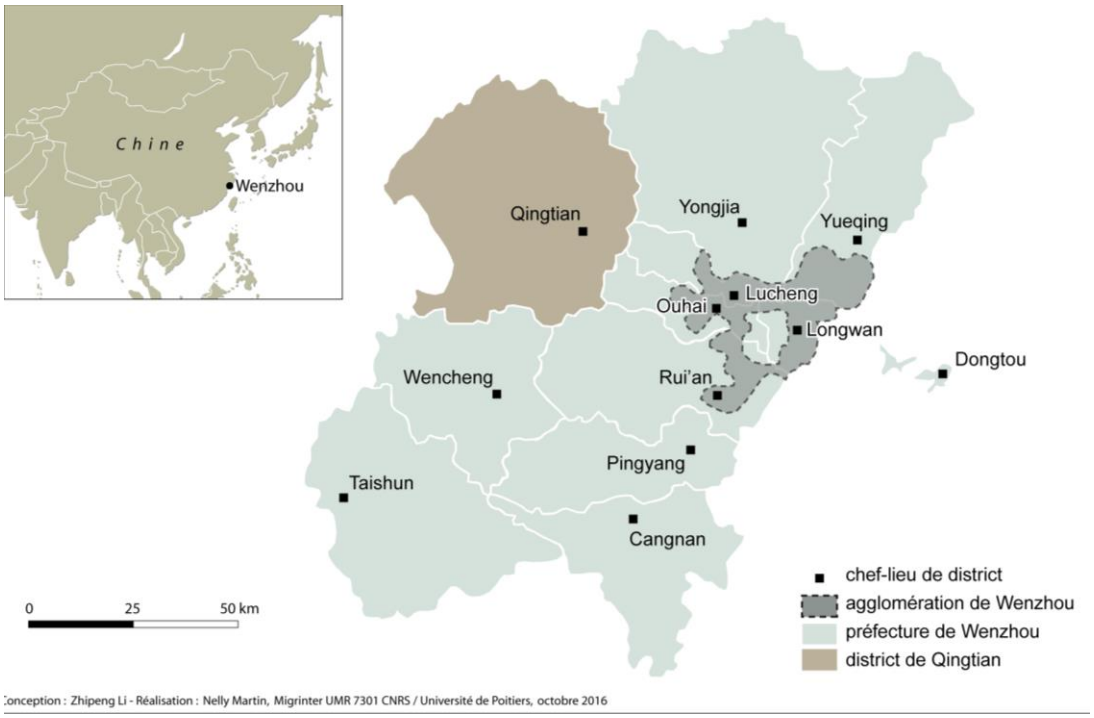
[18] Ces sources proviennent essentiellement de documents internes du site web *Huarenjie.com* (2011) fournis par le technicien en 2014, et d'entretiens réalisés auprès de son fondateur à Paris (Entretien avec PRP, le 20 mars 2015 à Paris). Nous avons également consulté les petites annonces de logement (location/colocations, *etc.*) sur des sites internet, très populaires parmi la diaspora Wenzhou, ainsi que les annonces d'offre et de demande d'emploi pour d'« assistante maternelle » (cf. 5.4.4). Ces petites annonces offrent une idée de la répartition des familles chinoises dans la région parisienne.

avant d'arriver en France. Les personnes que nous avons rencontrées sur le terrain et qui ont ce type de parcours, espèrent arriver en France pour y retrouver un équilibre et un environnement stable.

III. Le choix d'étude de la diaspora chinoise issue de Wenzhou

La région de Wenzhou dans notre recherche, est localisée au Sud-Est de la province du Zhejiang, sur les côtes de la Mer de Chine orientale (voir carte 3).

Carte 3 Localisation géographique de la région de Wenzhou en Chine



Dans l'administration territoriale chinoise d'aujourd'hui, la superficie de la ville-préfecture de Wenzhou[19] que nous appellerons par commodité le département de Wenzhou est de 11 784 km^2 pour une population enregistrée de 8,07 millions en 2013[20] (*Wenzhou nianjian 温州年鉴[Wenzhou Yearbook]* 2014). Le département est constituée à 78% de collines et de montagnes et possède par ailleurs peu de matières premières (*Wenzhou tongji nianjian 温州统计年鉴 [Wenzhou Statistical Yearbook]* 2014). Il est constitué de trois districts urbains (Lucheng, Longwan et Ouhai) et de six districts ruraux (Rui'an, Yueqing, Dongtou, Yongjia, Pingyang, Cangnan, Wencheng et Taixun). L'agglomération de Wenzhou elle-même est située à cheval entre les trois districts urbains, à l'embouchure du fleuve Oujiang.

[19] Voir l'annexe 1 « Administration territoriale de Chine ».
[20] La ville-préfecture de Wenzhou est composée d'un centre urbain et d'une zone rurale, l'ensemble est analogue à un département français. La population de la ville-préfecture comprend donc une population urbaine et une population non urbaine (rurale).

Situé, à 500 km au sud de Shanghai, sa population réunit des habitants de la ville portuaire elle-même et de ses environs, auxquels nous ajoutons dans notre recherche les personnes originaires du district de Qingtian, situé à 60 km de la ville de Wenzhou (voir carte 3). En effet, Qingtian est un des premiers foyers d'émigration chinois vers l'Europe, et ce dès le début du 20e siècle. En France, il n'existe pas de distinction particulière entre les gens de Wenzhou et ceux de Qingtian : ils sont indifféremment nommés Wenzhou. « Wenzhou » est ici une commodité de langage : ce terme est préféré à « sud de la province du Zhejiang ». Cette commodité de langage est d'ailleurs parfois reprise par les migrants eux-mêmes et ils se présentent alors comme étant originaires de Wenzhou. Bien qu'on les distingue en Chine, les Wenzhou et les Qingtian forment un même groupe aux origines communes dans le contexte français. Cette appartenance commune dans le choix de désignation de soi est renforcée par le fait que les histoires migratoires des individus et des familles s'entremêlent avec les réseaux sociaux constitutifs des sociabilités de la région. Wenzhou ne désigne ainsi pas uniquement le département de Wenzhou (Zheng L. 1995; Wang C. 2000; Auguin 2009; Xu W. 2010) mais aussi le district de Qingtian. À partir d'une approche du pays d'installation, l'appellation de « la région de Wenzhou » qualifie globalement la migration de Qingtian et de Wenzhou dans le sud de la province du Zhejiang. Cet ensemble présente une diversité géographique et sociale.

Cette région disposait de caractéristiques économiques liées notamment à ses particularités géophysiques, étant composée de montagnes et de terres arables. C'est une région très pauvre en ressources minérales, les produits agricoles sont principalement les céréales, les fruits, le thé et les légumes. Ces contraintes environnementales ont poussé les habitants à rechercher et à exploiter les opportunités économiques en dehors de la région (Xiang 2000; Poisson 2004; Auguin 2009; Wu et Wang 2009). La densité de sa population par rapport à la surface agricole disponible a poussé les habitants à se spécialiser dans certaines cultures, à développer l'entrepreneuriat, à émigrer et découvrir ainsi de nouveaux marchés (*ibid.*).

Historiquement, cette région a conservé une économie parallèle y compris au plus fort de la période de la révolution culturelle, en raison de ses particularités géographiques et culturelles. L'entrepreneuriat privé existait à Wenzhou, même sous le régime de l'économie planifiée, tandis que le capitalisme subissait une violente répression partout ailleurs. Wenzhou a survécu grâce au petit commerce privé pendant des siècles (Poisson 2004; Wu et Wang 2009). La région a longtemps été délaissée par l'État. Avant les réformes économiques lancées par Deng Xiaoping à partir du 1978, les entreprises étatiques ou les investissements par l'État étaient rares (Zhang Z. 1999; Wu et Wang 2009). En effet, c'est une région victime de discrimination par Mao car elle se situe juste face à Taïwan (Poisson 2004). Le désintérêt de l'État s'explique en partie par le fait que Wenzhou a été longtemps considéré par le pouvoir comme un « bastion nationaliste pro-capitaliste »[21]. Le port de Wenzhou est resté pauvre et peu utilisé de même que les routes. Les voies ferrées ne furent réellement installées et utilisables que dans les années 1990. L'aéroport de Wenzhou a ouvert en 1990. Les infrastructures autour de Wenzhou ne se

[21] Chiang Kai-Shek, dirigeant du parti nationaliste est né dans la province du Zhejiang où se trouve Wenzhou.

sont développées que très récemment. Selon nos connaissances du terrain, il fallait environ 12 heures de conduite automobile au milieu des années 1980 pour relier Wenzhou et Hangzhou (杭州) la capitale de la province du Zhejiang, trajet qui nécessite aujourd'hui moins de quatre heures.

Un lieu symbolique de l'entrepreneuriat privé en Chine

L'économie de Wenzhou s'est développée, essentiellement grâce aux entrepreneurs du secteur privé. Ces entrepreneurs ont créé des entreprises de type familial et ont encouragé la manufacture de produits de consommation courante bon marché. L'afflux important de capitaux, de main d'œuvre et de technologies peu avancées ont permis le succès de cette organisation économique à laquelle on se réfère souvent sous le terme de « Modèle de Wenzhou ». Elle a connu au cours des trente-cinq dernières années l'une des croissances économiques les plus rapides de Chine.

Un grand nombre d'entrepreneurs originaires de la région de Wenzhou ont acquis une grande connaissance du marché chinois lors de leur migration en dehors de leur région d'origine. Wenzhou est connue pour ses réseaux migratoires de dimensions nationale et internationale, que l'on peut qualifier plus précisément de réseaux d'entrepreneurs ou de réseaux commerciaux, qui couvrent à présent toute la Chine et de nombreuses autres parties du monde (Xiang 2000; Zhang Y., Chen, et Ni 2012; Kuhn 2016). Les entrepreneurs Wenzhou ont investi dans tout le pays, dans tous les secteurs variés allant de l'immobilier à l'extraction minière, par exemple, dans l'extraction du charbon (Shanxi), les téléphones mobiles (Shenzhen), l'immobilier (Dubaï, Hainan), le textile (Italie)… ils ont ainsi gagné la réputation d'être les « maîtres du commerce de la Chine » (Zhou 2012; Duan 2013; Brillant 2014). Wenzhou est devenue un lieu symbolique de l'entrepreneuriat privé en Chine.

Même si Wenzhou a été frappé par les crises économiques et financières de 2008 et de 2011, on dénombre encore 124 485 entreprises privées dans l'industrie en 2013 (*Wenzhou tongji nianjian 温州统计年鉴 [Wenzhou Statistical Yearbook]* 2014, p16). Celles-ci fabriquent des chaussures, des vêtements, des briquets, des lunettes et d'autres accessoires, *etc.* qui sont destinés à l'exportation, notamment vers l'Europe[22]. Avec l'essor des échanges commerciaux entre la Chine et l'Europe, la circulation des marchandises et des flux financiers s'est particulièrement densifiée, de même que celle des migrants, initiateurs et opérateurs de ces échanges (Poisson 2006). Parmi les Wenzhou, « nombre de commerçants et d'entrepreneurs ont une forte capacité à mobiliser des ressources tant humaines qu'économiques pour créer des réseaux dont l'organisation repose sur l'entrepreneuriat ethnique. Ces hommes circulent dans un espace qui s'affranchit des limites des États-nations, et leur mode de structuration semble indissociable des réseaux économiques qu'ils tissent dans un espace transnational. » (*ibid. :* 421). La spécificité du développement économique de Wenzhou est à l'origine de l'organisation économique de la région que nous allons essayer de comprendre ainsi que le rôle que la diaspora Wenzhou y a joué.

[22] Nous allons présenter ce point plus en détail dans le chapitre 3, cf.3.4

Un phénomène migratoire visible en tout lieu…

Les provinces côtières méridionales du Guangdong, du Fujian, et du Zhejiang abritent les principales communautés d'émigrants des Chinois et constituent des lieux à forte tradition d'émigration. La spécificité des communautés d'émigrants tient non seulement à la contribution financière de la diaspora chinoise, mais aussi à la présence d'éléments occidentaux dans l'espace public. Quelques communautés d'émigrants illustrent le poids de cette culture migratoire transposée dans la région d'origine. La province de Guangdong et de Fujian exhibent de manière ostentatoire le mélange de la culture d'Asie du Sud-Est avec la culture américaine, notamment dans l'architecture (Pan 2000). L'adoption de styles architecturaux importés des pays d'accueil de migrants chinois est l'une des conséquences propres à l'émigration sur la transformation du pays de départ des migrants.

Dans la région de Wenzhou, certains commerces et magasins sont entièrement approvisionnés de produits provenant des divers pays d'installation. Nous trouvons ainsi des magasins spécialisés dans l'importation de vins français, des restaurants servant du jambon d'Espagne (*jamon serrano, bellota*), des bars dans lesquels on peut boire d'authentiques expressos italiens et manger une cuisine italienne parfois de qualité, ou encore le Barcelona Bar à Qingtian qui propose des *tapas catalanas* dans certains magasins, on vend du prêt-à-porter féminin français, fabriqué en France (et non en Chine) (Li Z. et Ma Mung 2013). L'apparition de ces produits typiques est bien à mettre en relation avec le phénomène migratoire. La photo ci-dessous illustre l'importance des Chinois d'outremer (ici de Qingtian) dans la vie locale. À noter que la même inscription existe également en espagnol (*Bienvenidos al districto d'ultramar Qingtian*) et en italien (*Benvenuto aidistretto cinese d'oltremare Qingtian*) (voir illustration 1).

Illustration 1 Le pont « Bienvenue À Qingtian Aux Chinois D'outre-mer »

(Photo de couverture, ©Zhipeng LI, 2012 à Qingtian, Chine)

Les membres de la diaspora Wenzhou ont été parmi les premiers « étrangers » à investir en Chine, au début des années 1980 (Zhang Z. 1999, 2011). Les capitaux, la technique et la conception transmis par la migration ont été introduits dans la région, accélérant considérablement son développement économique. L'appellation de « Commerçants de Wenzhou » (*Wenshang* 温商) s'est répandue dans le pays grâce à l'esprit entrepreneurial supposé de ces migrants. Aujourd'hui, le rôle des émigrants a changé, puisqu'ils passent d'un rôle d'investisseur à celui d'exportateur-importateur. Avec le développement économique chinois (en particulier depuis l'entrée du pays dans l'Organisation Mondiale du Commerce en 2001), les Chinois d'outre-mer détiennent un potentiel commercial international, grâce aux liens entretenus avec la Chine (Li Z. 2013).

Un lien incontournable

Quant aux liens entre la diaspora chinoise et la Chine, nous considérons le développement économique du pays d'origine, ainsi que la stratégique politique et notamment la politique diasporique de la Chine telle qu'elle se déploie aux niveaux national, provincial et municipal. Les liens de la diaspora Wenzhou concernent tant les relations des migrants avec la France qu'avec la Chine et qu'avec les autres pôles d'installation.

Si nous pouvons attribuer à la diaspora chinoise des caractéristiques communes à d'autres types de diasporas (juive, arménienne, haïtienne, *etc.*), les recherches sur la diaspora chinoise effectuées par des scientifiques chinois soulignent la particularité des

relations entre les Chinois d'outre-mer et la Chine (Cheng 2005). Elle est présentée comme apportant une grande contribution au développement économique de la Chine, depuis le lancement des politiques d'ouverture et de réforme économique de la fin des années 1970 en particulier. Les recherches portent sur les « communautés d'émigrants ou foyers d'émigration », sur les réseaux économiques de la « Grande Chine », sur le développement des entreprises tenues par des Chinois d'outre-mer et sur l'éducation de la langue chinoise, *etc.* (Zhuang, Huang et Fang 1998).

En revanche, d'après la plupart des chercheurs des pays d'installation (Wang G. 1991; 2002; Kuhn 2008; Pina-Guerassimoff 2012), la diaspora chinoise ne peut pas être considérée comme une simple expansion de la Chine, dans la mesure où elle s'adapte au contexte politique, économique et social de la société locale à laquelle son activité économique s'intègre. Alors que les chercheurs chinois (Zhang Z. 1999; Li M. 1999) s'interrogent sur l'émigration et sur les liens (économiques, culturelles) entre les Chinois d'outre-mer et la Chine. Les chercheurs des pays d'installation montrent de quelle manière les membres de la diaspora et leurs activités s'insèrent dans un processus d'intégration à la société dans l'immigration.

Plutôt que de choisir l'une ou l'autre de ces perspectives, nous considérons la diaspora chinoise comme un objet entier qui implique d'observer en divers sites de quelle manière se forme un « réseau des ressources » (*ziyuan wangluo* 资源网络) ou des « réseaux transnationaux » (*kuaguo wangluo* 跨国网络) (Cheng 2005, p74), et ce dans le monde entier. Ce « réseau des ressources », sectionné durant une période de conflit entre la Chine et sa diaspora au début des années 1950 a été réactivé à partir des années 1980 (*ibid.*).

Les relations entre la diaspora chinoise et la Chine sont au cœur de nombreuses recherches qui appréhendent les migrations internationales chinoises avec une approche historique. Hormis le contexte historique, il convient d'analyser ces relations du point de vue de la politique diasporique de la Chine, dont la mise en œuvre à l'échelle territorial nécessite d'être contextualisée dans le cadre de la politique nationale. Diverses échelles méritent d'être prises en compte dans une analyse globale du phénomène diasporique vu du pays d'origine. L'une des politiques diasporiques de Chine les plus exemplaires est celle du gouvernement local de Wenzhou, qui la mène depuis les années 1950 : celle-ci s'est appuyée sur les ressources des migrants pour permettre le développement économique de la région de Wenzhou.

Les recherches portant sur les migrations internationales et sur la diaspora chinoise dans une approche globale demeurent insuffisantes pour analyser de manière plus approfondie le développement du pays d'origine et en particulier l'essor économique de la région de Wenzhou, sous l'effet des activités économiques de la diaspora. De ce fait, nos références scientifiques ont non seulement trait à la littérature pluridisciplinaire sur les migrations chinoises (en géographie, économie, anthropologie, histoire, sociologie et démographie), mais aussi au domaine de recherche qui porte sur « l'économie de Wenzhou ». Nous cherchons à appréhender cette dernière en articulant son étude à celle des relations entre la diaspora Wenzhou et la Chine.

Une recherche lacunaire

Les études réalisées sur les migrants chinois originaires de la région de Wenzhou sont lacunaires. Pour mener une recherche sur ce groupe, nous partons de l'état de l'art sur la diaspora chinoise appréhendée dans ses relations avec la Chine, pour ensuite analyser les liens entre la diaspora Wenzhou en France et la Chine, que ce soit au niveau de l'État, de la province ou de la ville.

Afin de comprendre le manque d'études de la part des chercheurs européens sur la diaspora Wenzhou, il faut considérer d'une part l'absence d'attention officielle sur cette diaspora et le manque de documents sur les origines historiques de la migration en provenance de Wenzhou, ainsi que d'autre part le caractère récent de l'augmentation de ce groupe parmi les migrants chinois[23].

D'après Mette Thunø (1999), le commerce des pierres de Qingtian entre la Chine et l'Europe a participé à la dynamique de l'émigration chinoise du Zhejiang vers l'Europe dès la fin du 19e siècle. Depuis le 20e siècle, la migration chinoise originaire du Zhejiang concentre une partie importante de la migration chinoise vers l'Europe. Jusque dans les années 1980, on estime à environ 1 000 000 les Chinois d'outre-mer en Europe, ce qui représente une très petite partie des Chinois d'outre-mer dans le monde entier (*ibid.*). De manière globale, les recherches sur les migrations chinoises en Europe portent sur les réseaux, l'organisation et les politiques d'immigration élaborées par les États ces dernières années et principalement sur les activités économiques du cas des Chinois de Fujian (Benton et Pieke 1998; Pieke 2004).

Parmi les auteurs majeurs ayant écrit sur les immigrants chinois d'origine de Wenzhou (Zhejiang) en France figurent Véronique Poisson (2004, 2006), et Estelle Auguin (2009), laquelle a notamment analysé dans une perspective sociologique le rôle clé de la tradition culturelle chinoise, en particulier du don et de « la face », dans le fondement de l'économie de la diaspora Wenzhou en France. Zheng Lihua (1995) a particulièrement analysé les relations sociales des Chinois d'outre-mer et l'importance de la « face » à partir d'une étude de cas sur les restaurants chinois dans le quartier chinois à Paris. Selon lui, la « face » est au cœur des relations interpersonnelles dans la communauté des migrants chinois : « gagner de la face », « donner de la face », « protéger sa propre face » et « protéger la face du partenaire » recouvre une importance particulière dans la vie sociale locale des Chinois d'outre-mer. Les travaux de Carine Pina-Guerassimoff- (1997) sur les relations entre la Chine et les immigrants chinois apportent une contribution importante. À partir d'une étude sur les sources chinoises, elle montre de quelle manière les Chinois d'outre-mer et le gouvernement chinois s'influencent réciproquement. L'auteure souligne de quelle façon le statut des Chinois d'outre-mer change grâce à la politique de l'État chinois favorable aux affaires des Chinois d'outre-mer. Carine Pina-Guerassimoff (2012) publie un nouvel ouvrage intitulé *La Chine et sa nouvelle diaspora*. Elle y décrit la situation des « nouveaux migrants chinois » depuis la mise en place de la politique de réforme économique et d'ouverture des années 1980. Enfin, Emmanuel Ma Mung a consacré une partie de ses recherches à une analyse

[23] Certes, actuellement il existe de nombreux documents historiques oraux auxquels les chercheurs chinois se réfèrent. Les chercheurs européens, parlant peu le Chinois, ne peuvent toutefois référer à ces documents que par l'intermédiaire de chercheurs chinois ayant traduit ces sources en anglais.

géoéconomique de la diaspora chinoise, notamment en soulignant l'importance du groupe des migrants de Zhejiang (Qingtian et Wenzhou). Nous n'avons cité que certains chercheurs qui travaillent principalement sur la diaspora chinoise en Europe et en particulier sur les migrants originaires de la région Wenzhou qui résident en France. Les recherches sur les liens entre la diaspora Wenzhou et la Chine se développent modestement depuis les années 1990.

Cette thèse cherche à nourrir une réflexion qui articule l'étude de la diaspora à celle du développement économique du pays d'origine des migrants : elle s'intéresse ainsi aux effets de l'organisation économique de la diaspora Wenzhou sur le développement de sa région d'origine. Les travaux actuellement disponibles sur cette population traitent principalement de l'histoire des migrations chinoises, de l'intégration des immigrants à la société d'accueil, de l'identification culturelle et de l'influence économique des Chinois d'outre-mer établis en Asie du Sud-Est et en Amérique du Nord.

Par ailleurs, parmi les publications et études les plus proches de notre objet de recherche, nous trouvons l'article de Alan P.L. Liu (1992, 1993) et les études relativement récentes de Y. D. Wei, Li et Wang (2007). Nous noterons également les travaux de Xiang Biao (2000), ceux de Véronique Poisson (2004) et de Estelle Auguin (2009), ou encore ceux de Mette Thunø (1999). Aucune de ces études n'analyse toutefois l'organisation économique de la diaspora Wenzhou et son développement.

Les sources en langue chinoise sont encore peu exploitées dans les études européennes. Si depuis quelques années les rapports officiels et les rapports annuels des statistiques produites dans la langue chinoise sont traduits en anglais, ce n'est pas toujours le cas des recherches menées auprès des migrants chinois. Aussi, celles portant sur le développement de l'économie de la diaspora chinoise sont encore trop peu exploitées. Nous nous appuyons ici sur certaines d'entre elles, notamment sur celles qui abordent des sujets peu travaillés en Europe, comme l'histoire des tous premiers groupes de migrants chinois ou l'organisation économique de la diaspora. Après avoir rassemblé des données sur le rôle des migrants chinois dans l'économie, notre thèse a nécessité non seulement plusieurs périodes d'enquête de terrain à Paris (2011-2015), mais aussi deux périodes d'enquête de terrain en Chine (2012 et 2013)[24] afin d'y collecter des données. Les entretiens (voir chapitre 2) ont majoritairement été menés de manière semi-directive, avec des questions cadrées et adaptées à l'expérience de l'interlocuteur, et laissant suffisamment de flexibilité pour accueillir les informations intéressantes survenant de manière inattendue dans une discussion libre. Nous avons également ajouté à notre corpus de matériaux certaines sources primaires de données telles que les textes de lois, les règlements, les livres bleus et les annuaires.

IV. Le positionnement de la recherche

Les migrations chinoises ont fait l'objet de nombreuses recherches. Les travaux les plus nombreux concernent la présence chinoise dans les différents pays de l'Asie du Sud-Est au sens large. Ils portent sur les questions identitaires liées à l'adaptation des migrants dans les différentes sociétés asiatiques, sur l'organisation économique ou encore

[24] Durant deux mois en Chine : en octobre 2012 et en août 2013.

sur l'histoire des migrations chinoises dans cette partie du monde. Les recherches sont également nombreuses en Amérique du Nord, notamment sur les questions d'adaptation des migrants chinois. L'étude des différents *Chinatowns* a été privilégiée, ainsi que celle, plus récemment, sur les migrants qualifiés (étudiants et professionnels). En Europe, les recherches sur la diaspora chinoise sont beaucoup moins nombreuses. Les migrations chinoises en France ont fait l'objet de plusieurs recherches qui ont porté sur la dimension historique de leur implantation, sur les relations des immigrants chinois avec la société française, sur l'implantation géographique ou sur les activités économiques. Ces recherches s'avèrent sommes toutes peu nombreuses, la diaspora chinoise en France reste alors peu connue[25].

Cette thèse vise donc en premier lieu à combler ce déficit de connaissances. Elle s'inscrit également dans la perspective de recherche du laboratoire Migrinter qui prend en considération non seulement le pays d'installation des migrants, mais également le pays d'origine. C'est pour cela que notre recherche porte non seulement sur la diaspora Wenzhou en France mais aussi sur ses relations avec la Chine. Nous avons émis comme hypothèse centrale que le « Modèle de Wenzhou » en Chine, tel qu'il est identifié et analysé par les universitaires chinois depuis les années 1980 et le développement de l'entrepreneuriat chinois issu de Wenzhou en France sont étroitement liés notamment au travers de « l'importation » de ce modèle en France (cf. 1.3). Nous verrons dans la conclusion générale si tout compte fait on ne peut pas se demander si ce n'est pas le mouvement inverse que l'on peut observer, à savoir la transposition dans la région d'origine d'une forme économique créée au sein de la diaspora, autrement dit le modèle de Wenzhou serait une forme de « transfert migratoire » des Chinois d'outre-mer vers la Chine.

L'existence et le développement des relations (migratoires, économiques, informationnelles, affectives) entre les différents pôles diasporiques, évoqués plus haut, nous permettent de nous pencher sur l'importance de la circulation de l'information à travers la pratique de la langue. Le dialecte de Wenzhou est en effet une langue très particulière que les Chinois qui ne sont pas originaires de la région ne comprennent pas. Celle-ci contribue à la formation d'une conscience de groupe, et son utilisation établit ou facilite les relations de confiance indispensables aux activités économiques du groupe. La circulation d'informations en quelque sorte « codée » entre individus circonscrit un corps social difficile d'accès pour l'extérieur.

Par ailleurs, comme nous l'avons vu, il existe en France deux grands groupes des Chinois d'outre-mer, les Chinois de Wenzhou et ceux originaires d'Asie du Sud-Est. Or, notre thèse ne traite pas de ces deux groupes en vue d'en effectuer une comparaison. Dans la littérature, nous constatons qu'il n'y a pas suffisamment de données qui nous permettent de permettrait de la faire, même s'il existe quelques recherches importantes (Guillon et Taboada-Leonetti 1986; Ma Mung et Simon 1990 ; Live 1991 ; Raulin 2000). Ces travaux ont toutefois été réalisés il y a plus de trente ans, ce qui ne nous permet pas de faire une comparaison.

[25] Signalons toutefois deux thèses récemment soutenues celle de Chuang Ya-han en novembre 2015 et celle Wang Simeng en juillet 2014.

V. Organisation de la thèse

Notre thèse s'organise en trois parties. La première partie discute de la notion de « diaspora », des théories des migrations internationales et des autres notions mobilisées par les travaux sur les migrations internationales chinoises qui permettent d'appréhender l'organisation économique de la diaspora Wenzhou. Nous décrivons la manière dont ces concepts et théories ont permis de formuler notre problématique (chapitre 1). Le chapitre suivant développe les méthodes d'enquête utilisées dans cette recherche pour saisir les relations entre les deux pôles migratoires des Wenzhou (chapitre 2). Les approches qui ont inspiré la conception de notre système d'investigation sont présentées dans ce chapitre, lequel précisera également la manière dont l'étude de terrain s'est déroulée, dans la région de Wenzhou et en France et les modes de collecte des données.

La deuxième partie est consacrée à l'analyse du « Modèle de Wenzhou » en Chine et de l'organisation économique de la diaspora chinoise en France. Dans cet objectif, une analyse du « Modèle de Wenzhou » et du développement économique de la région est proposée à partir des travaux de recherche existant en Chine, afin de saisir la spécificité du « Modèle de Wenzhou » (chapitre 3). Cette étude permettra quant à elle de démontrer à la fois comment s'est développée l'organisation entrepreneuriale dans la région parisienne, mais aussi comment celle-ci a évolué au point que le commerce de gros d'importation est devenu l'activité dominante (chapitre 4). Après avoir mis en lumière l'influence du « Modèle de Wenzhou » dans l'organisation économique de la diaspora Wenzhou, nous mettons en évidence les éléments fondamentaux du « Modèle de Wenzhou » et les formes d'organisation de la diaspora Wenzhou en France (chapitre 5).

La troisième partie est consacrée à une étude des interactions entre l'économie diasporique et la politique diasporique de l'État chinois. L'accent est d'abord mis sur la diaspora comme facteur de développement économique de la région de Wenzhou, en soulignant l'importance du crédit informel et de la distribution des produits grâce aux réseaux d'entrepreneurs, lesquels constituent les ressources économiques de la diaspora Wenzhou (chapitre 6). Les effets de la politique diasporique sont étudiés au travers des institutions des affaires des Chinois d'outre-mer et des organisations « politiques » de la diaspora, considérés à la fois comme facteurs et conséquence de la consolidation de la politique diasporique de la Chine (chapitre 7).

VI. Limités et difficultés de l'enquête et de la rédaction

Le déroulement des enquêtes de terrains a été difficile. Par exemple, dans les entretiens avec les commerçants chinois, les questions d'ordre professionnel et relatives aux affaires sont très sensibles. En particulier, les échanges s'avèrent plus difficiles lorsque l'enquêteur ne dispose d'aucun lien personnel ou professionnel avec l'enquêté. De même enquêter auprès des patrons d'ateliers de confection ou de maroquinerie s'est avéré délicat pour les mêmes raisons. En dehors de ces secteurs nous avons souvent fait des entretiens ouverts et avons privilégié l'observation avec les entrepreneurs qui n'acceptaient pas un entretien semi-directif. Le mandarin chinois a toujours été la première langue utilisée lors des entretiens. Il s'agissait ici d'établir une forme de « confiance », un élément clé pour solliciter la coopération des enquêtés.

Nous avons rencontré de très importantes difficultés pour rédiger cette recherche doctorale en langue française. Notre thèse a été relue par plusieurs personnes qui m'ont apporté une grande aide dans la rédaction. Notre difficulté à maitriser correctement le français non seulement sur le plan de la rédaction mais aussi sur celui de la lecture et de la compréhension des textes explique aussi les imperfections des analyses et leurs limites. En revanche nous avons eu plus de facilité à nous approprier les recherches et les données en langue chinoise. Il nous semble que nos difficultés à comprendre les travaux francophones ou anglophones et plus encore à rédiger notre pensée en français s'expliquent également par l'existence bien réelle de différentes logiques de raisonnement, liées aux différences culturelles entre la France et la Chine.

PARTIE I WENZHOU, RENCONTRE D'UNE DIASPORA EN FRANCE

INTRODUCTION DE LA PREMIERE PARTIE

Cette thèse s'inscrit dans la lignée des travaux qui appréhendent les migrations internationales chinoises sous l'angle diasporique (Wang G. 1993; 2002b; Trolliet 1994a; Wang C. 2000; Li M. 2002; Poisson 2004; Auguin 2009; Pina-Guerassimoff 2012; Kuhn 2016).

Tous ces auteurs ont montré que la diaspora chinoise était constituée depuis le 19e siècle et même les siècles précédents pour certains. Au sein de cette diaspora, les migrants de Wenzhou forment un groupe qui se caractérise non seulement par son origine géographique, mais aussi par la singularité de son organisation économique constituant ainsi ce que l'on peut appeler une « diaspora entrepreneuriale » (Ma Mung 2009, p112) présente dans le monde entier, en particulier en Europe. Avec le développement de ses activités commerciales, cette diaspora acquit une puissance économique et financière. Et parallèlement, cette dynamique entrepreneuriale diasporique amena le développement économique de Wenzhou sous l'effet des politiques d'ouverture et de réformes menées depuis la fin des années 1970, *via* notamment des transferts financiers (remises et investissements). Ce processus s'est développé au point de former, selon notre hypothèse, le « Modèle de Wenzhou ». Celui-ci peut être considéré comme un dispositif économique dans la mesure où il est reproduit par d'autres groupes de migrants chinois. En ce sens, cette thèse, à partir de l'exemple Wenzhou, nourrit une réflexion sur l'articulation entre une forme d'organisation sociale spatialisée, la diaspora, et une organisation économique territoriale.

Cette première partie comprend deux chapitres. Le premier rappelle les débats sur la notion de diaspora (1.1), les théories des migrations internationales et les travaux effectués sur la diaspora chinoise afin d'établir l'originalité des modes d'organisations sociale et économique de la diaspora Wenzhou au sein de la diaspora chinoise (1.2). Ce chapitre interroge ainsi les fondements de l'organisation économique de la diaspora Wenzhou et son développement. Cette démarche sera le point de départ de la problématisation de notre objet de recherche (1.3).

Quant au deuxième chapitre, il expose la méthodologie adoptée en cohérence avec les questionnements de notre recherche. Tout d'abord, il présente les différents terrains de l'étude, des lieux d'installation en région parisienne (Arts et Métiers-Temple, Belleville, Triangle de Choisy, Sedaine-Popincourt, Rue Montgallet et Aubervilliers) aux lieux de départ en Chine (Qingtian, Wencheng, Lucheng, Yueqing, Yongjia, Li'ao et Xianyan. Ces derniers sont connus comme étant les principaux foyers d'émigration de la région de Wenzhou vers la France (2.1). Ensuite, le choix de cette démarche permet d'appréhender les relations économiques transnationales entre ces deux pôles migratoires au moyen d'un dispositif d'enquête constitué qui mobilise les techniques suivantes : entretiens, récits de vie, observations, relevés de commerces, enquêtes par questionnaire et consultation de statistiques démographiques et économiques officielles chinoises (2.2). Enfin, le déroulement de l'enquête de terrain et les difficultés rencontrées sont présentés dans cette géographie des relations économiques entre deux aires (2.3).

CHAPITRE 1 CONSTRUIRE UNE THESE SUR L'ORGANISATION ECONOMIQUE DE LA DIASPORA ISSUE DE WENZHOU

En France, la diaspora Wenzhou est principalement concentrée dans la région parisienne. Cependant nous observons depuis une décennie la présence de migrants originaires de Wenzhou dans d'autres villes françaises, notamment à Marseille. Les principaux secteurs d'activités de la diaspora issue de Wenzhou en France correspondaient dans un premier temps aux « trois couteaux » (restauration, confection et maroquinerie)[26] consulter (Béja et Wang C. 1999; Wang C. 2000; Poisson 2004; Auguin 2009). Plus récemment, d'autres secteurs d'activités ont été investis par les migrants originaires de Wenzhou, comme le commerce de gros, la décoration et le bâtiment.

Cette thèse interroge la reproduction du « Modèle de Wenzhou » [27] dans les activités économiques développées par les migrants originaires de Wenzhou en France. Pour y répondre, une approche articulant les dimensions économique et spatiale a été adoptée.

Ce premier chapitre fait état de la manière dont nous avons construit notre problématique autour des formes d'insertion économique et spatiale de la diaspora issue de Wenzhou et des relations que celle-ci entretient avec la Chine. La description d'une organisation économique prenant en compte la spécificité de l'économie « ethnique »[28] est un objectif de notre recherche. Cette thèse se propose, en effet, d'appréhender l'économie « ethnique » en tenant compte de la complexité et de l'hétérogénéité de la diaspora chinoise, en articulant les pôles migratoires (pays d'origine et pays d'installation),

[26] L'expression « trois couteaux » (en chinois *sanba dao 三把刀*) renvoie aux trois secteurs d'activités de la diaspora chinoise en France : le couteau cuisinier (*cai dao 菜刀*, littéralement, couteaux à légumes), celui de l'ouvrier maroquinier (*pi dao 皮刀*, littéralement, couteau à cuir) et les ciseaux du tailleur (*jian dao 剪刀*, littéralement, couteau du coupeur), c'est-à-dire le secteur de la confection. Nous remarquons également qu'il existe une autre expression de « quatre couteaux » pour désigner quatre secteurs traditionnels d'activités artisanales ou commerciales de la diaspora chinois dans le monde : le couteau cuisinier, celui de l'ébénisterie (*mugong dao 木工刀*), les ciseaux de tailleurs et les ciseaux de coiffure (*lifa dao 理发刀*) (« 2008 nian shijie huashang fazhan baogao 2008 年世界华商发展报告[2008 World Chinese Entrepreneurs Development Report] » 2009).

[27] En Chine, les migrations ont engendré des changements économiques et sociaux profonds dans la région de Wenzhou. L'émergence du « Modèle de Wenzhou » est liée à ce mouvement migratoire. Celui-ci se fonde sur un développement des entreprises privées présentant cinq caractéristiques : (1) des petites et moyennes entreprises de type familial ; (2) une tradition économique locale ; (3) un financement par crédit de type « informel » (Dans ce type de financement, une partie provient de la diaspora Wenzhou à l'étranger au début du processus de développement de la région de Wenzhou) ; (4) une production visant l'échelon national ou international ; (5) et enfin des réseaux migratoires (nationaux et internationaux) pour la distribution de la production. (Le « Modèle de Wenzhou » sera discuté et présenté plus en détail dans le chapitre 3, Le « Modèle de Wenzhou » en Chine.)

[28] Selon Ma Mung (1996), l'économie ethnique est définie par l'orientation des relations entre des acteurs économiques, ce qui est perçue comme des dispositifs économiques qui mettent en relation des individus à travers des échanges de biens et de services sur la base d'une appartenance ethnique. Voir l'article « Entreprise économique et appartenance ethnique », 1996, *REMI* (12) n°2, pp.211-233.

en délimitant les formes d'insertion économique et spatiale de la diaspora et en observant les relations que celle-ci entretient avec le pays d'origine.

Dans ce chapitre, nous reviendrons dans un premier temps sur la littérature qui a mobilisé la notion de « diaspora » en géographie. Nous retracerons en particulier l'usage scientifique du terme tel qu'il a été employé à propos de la diaspora chinoise. Nous développerons ensuite la question de savoir de quelle manière la diaspora issue de Wenzhou peut être étudiée à partir d'une approche de son organisation économique, avant de présenter dans un troisième temps la problématique construite à l'issue de la discussion de ces points.

1.1 La notion de « diaspora » et l'approche de l'organisation économique de la diaspora issue de Wenzhou

Cette section est consacrée à une synthèse des recherches menées sur la notion de diaspora et notamment celui de la diaspora chinoise expliquant les causes et les conséquences du phénomène migratoire chinois dans le monde. Les études sur la diaspora chinoise permettent de comprendre les facteurs qui poussent les habitants de Wenzhou à se déplacer, ainsi que les effets de cette mobilité sur le développement des pôles de départ. Plus précisément, nous revenons d'abord sur les usages de la notion de diaspora en géographie avant de traiter plus particulièrement de la littérature sur la diaspora chinoise. Nous apportons ensuite quelques éléments généraux sur l'histoire de la diaspora chinoise. Enfin, nous abordons la littérature, rare, sur la diaspora issue de Wenzhou pour étudier ce cas diasporique précis.

1.1.1 La notion de « diaspora »

La notion de « diaspora » est employée en sciences sociales à propos de diverses populations migrantes. Son usage théorique remonte au milieu des années 1980. Selon Gildas Simon, la notion de diaspora « est étendue, depuis les années 1980, aux phénomènes locaux d'hybridation culturelle et de réseaux maintenus par les groupes par-delà leur dispersion (diaspora noire issus de l'esclavage). La diaspora désigne, actuellement, tout groupe migratoire qui conserve des liens familiaux, commerciaux, culturels ou politiques avec son pays d'origine et les autre pays d'installation ; elle se distingue par une conscience d'appartenance commune qui transcende les appartenances nationales » (Simon 2015, p15). La notion de « diaspora » est donc appliquée aux différents groupes migratoires qui entretiennent des liens entre le pôle de départ et le pôle d'arrivée. Cette notion est toutefois discutée dans les sciences sociales depuis le milieu des années 1990 et a fait l'objet d'une abondante production scientifique (Bruneau 1995; Bordes-Benayoun et Schnapper 2006, 2008; Schnapper, 2001; Dufoix 2003; Anteby-Yemini, Berthomière, et Sheffer 2005; Anteby-Yemini et Berthomière 2005). D'après Emmanuel Ma Mung (2012, p352-353) : ces travaux « portent, entre autres, sur les orientations et les postures de recherche et les controverses sur l'utilisation du terme diaspora à propos de tel ou tel collectif migrant. Une interrogation récurrente sur l'usage démultiplié du terme 'diaspora' les traverse et a conduit à des efforts de théorisation et de conceptualisation du terme et des phénomènes qu'il est censé caractériser. Ces recherches ont permis également d'éclairer des phénomènes qui dépassent largement le seul cas des diasporas et de renouveler les problématiques à propos de thèmes aussi variés que l'État-nation, la mondialisation, le transnationalisme, l'identité, la mémoire collective, la citoyenneté, la diversité, les appartenances et les allégeances, les réseaux migratoires, le développement des aires d'origine des migrants, l'intégration dans les sociétés d'établissement… ». Cette liste loin d'être exhaustive montre que l'objet diaspora s'est avéré être particulièrement heuristique. La notion de « diasporas » sera examinée plus loin. Elle concerne non seulement des groupes migrants, mais aussi des groupes professionnels ou religieux (*ibid.*).

Selon Schnapper, Costa-Lascoux et Hily (2001), l'utilisation de la notion de « diaspora » a ses limites dès lors qu'elle devient un simple synonyme de « groupe ethnique ». Pour en faire un usage scientifique, deux conditions doivent être réunies : d'une part, on doit l'utiliser d'une manière neutre et sans jugement de valeur ; d'autre part, il importe « de l'appliquer à toutes les populations dispersées qui maintiennent des liens, quel que soit leur prestige, et pas seulement aux Juifs, Arméniens, Grecs ou Chinois […]. Le terme de diaspora pour désigner le phénomène par lequel les membres d'une collectivité historique maintiennent, malgré leur dispersion dans des organisations politiques différentes, une référence à une identité collective et des formes de solidarité - qu'il s'agit de comprendre et d'analyser dans leur complexité - devrait être étendu à toutes les populations dispersées, si l'on veut donner un sens qui le rendent heuristiquement fécond » (*ibid.* : 31).

En cherchant à expliquer le sens de la notion de diaspora, Stéphane Dufoix suggère que la diaspora « sert de nom pour certaines populations vivant en dehors d'un territoire de référence, et de concept spécialisé pour décrire des réseaux marchands africains » (Dufoix 2003, p21). Il distingue trois types de définitions : ouvertes, catégoriques et oxymoriques. Les travaux de Gabriel Sheffer (1986), lequel est longuement revenu sur la définition de ce qu'il nomme désormais les diasporas « ethno-nationales », mobilisent une définition ouverte du concept de diaspora (Dufoix 2003, p23-24). C'est-à-dire que cette définition retranche la possibilité de nomadisme et y ajoute un élément fondamental : le maintien du lien avec l'origine. Il s'ensuit que plusieurs dimensions sont appréhendées : « l'origine de la migration (volontaire ou forcée) ; l'installation dans un ou plusieurs pays ; le maintien de l'identité et de la solidarité communautaires permettant la mise en place de contacts entre les groupes, et l'organisation d'activités visant à préserver cette identité, et enfin, les relations entre les États d'origine, les États d'accueil et les diasporas, ces dernières pouvant devenir les relais de leur État d'origine dans leur État d'accueil » (Dufoix 2003, p23-24). Les définitions catégoriques usent au contraire de critères stricts « devant obligatoirement être remplis pour accéder à la dénomination scientifique comme 'diaspora' […] ces critères visent à différencier les 'vraies' diasporas des 'fausses' diasporas » (Dufoix 2003, p24). En reprenant les travaux d'Yves Lacoste, Stéphane Dufoix (2003, p24) souligne que selon celui-ci les « vraies » diasporas « sont reconnaissables par 'la dispersion de la plus grande partie d'un peuple'. Le critère est, ici, non le chiffre absolu, mais le chiffre relatif à la population totale du pays ». De ce fait, « les Chinois d'Asie du Sud-Est ne peuvent prétendre au nom de 'diaspora' car leur nombre considérable (environ 20 millions) [29] est insignifiant par rapport au milliard de Chinois de Chine » (*ibid.* : 24). Dans une tentative pour construire un modèle conceptuel fermé, William Safran propose, pour éviter que le terme perde toute signification, de le réserver aux minorités expatriées dont les membres partagent six caractéristiques : la dispersion ; l'existence d'un « centre » lié à au moins deux pôles d'installations ; le maintien d'une mémoire collective sur leur pays d'origine ; la croyance en l'existence d'une obligation collective envers le pays d'origine ; et le maintien de relations avec ce dernier (Safran 1991, cité par Dufoix 2003). Robin Cohen également, en s'appuyant sur les critères de Safran, produit une liste de neuf

[29] Chiffre datant des années 1980 (Poston, Mao, et Yu 1994).

caractéristiques communes aux diasporas (Cohen 1997, cité par Dufoix 2003). On peut distinguer aussi les diasporas selon leur identité principale : victime (Juifs, Africains, Arméniens, Palestiniens), laborieuse (Indienne), commerciale (Chinois) et impériale (Britanniques, Français, Espagnols, Portugais). Les définitions oxymoriques, elles, trouvent leur fondement dans l'apparition de la pensée postmoderne dans les années 1980. Selon Stéphane Dufoix, le postmodernisme s'est répandu dans les sciences sociales, surtout en sociologie et en anthropologie, où il rencontre le courant anglais des études culturelles qui se focalisent sur les « sous-cultures », comme, par exemple, les cultures subalternes ou postcoloniales ainsi que celles des ouvriers, des minorités, des immigrants, *etc.* « C'est dans ce cadre que se développe une vision de la ' diaspora' radicalement différente des définitions ouvertes ou catégoriques. Là où ces dernières insistent sur la référence à un point de départ et sur le maintien d'une identité malgré la dispersion, la réflexion postmoderne privilégie l'identité paradoxale, le non-centre et l'hybridité » (*ibid.* : 26-27).

En dépit de ces tentatives de définition, la notion de diaspora souffre encore de manque de clarification que Lisa Anteby-Yemini et William Berthomière (2005) soulignent : il est polysémique et rend difficilement compte de la diversité des contextes « diasporiques». En effet, « il convient de signaler toute la difficulté que représente le souhait de couvrir avec une seule notion une pluralité de réalités humaines où la 'conscience diasporique' garde une place cardinale » (*ibid.* : 145). De ce fait, « […] trois points méthodologiques peuvent être proposés pour explorer au mieux la diversité des questionnements offerts par les diasporas. En premier lieu, il convient de rappeler qu'il est primordial de séparer ce qui relève du précepte et du concept. En second lieu, et toujours pour dépasser le singulier, il est nécessaire d'élaborer une réelle infrastructure théorique (caractéristiques des groupes diasporiques, de leurs terres d'origine, des pays de résidence, *etc.*) comme a pu le proposer Judith Shuval (2003). Et en dernier lieu, poursuivant les propositions de Nicholas Van Hear, il peut être utile pour qui veut explorer le concept de diaspora de s'attacher à répondre à une question : comment comprendre et caractériser le passage de groupe migrant à diaspora ? Cette perspective est d'autant plus stimulante qu'elle fait émerger des questionnements fondamentaux dans l'étude des diasporas que sont l'allégeance, l'engagement, la confiance, la solidarité ethnique ou la coresponsabilité morale (Werbner 2005) et permet de mettre en évidence les spécificités des formes sociales observées […] » (*ibid.* : 145). Les auteurs démontrent ainsi qu'il existe « un 'di(a)spositif', une organisation spatiale et sociale si spécifique qu'elle caractériserait et différencierait les groupes migrants décrits sous le nom de diaspora, d'autres dispositifs migrants que la structure spatiale et sociale tend pourtant à rapprocher » (*ibid.* : 140).

Se basant sur les études de la diaspora chinoise en géographie, Emmanuel Ma Mung (2000, p8-9) admet que deux caractères morphologiques objectifs définissent au minimum une diaspora : un caractère est « la multipolarisation de la migration d'un même groupe national, ethnique ou religieux entre différents pays ce qui correspond à la définition classique de la diaspora au sens originel de dispersion ». Un autre caractère est « l'interpolarité des relations, c'est-à-dire les liens migratoires, économiques, informatifs ou affectifs qu'entretiennent entre eux les membres des différents pôles de l'espace migratoire d'un groupe particulier ; non seulement les

relations entre chaque pôle migratoire et le pays d'origine comme dans le cas des migrations classiques mais aussi celles existant entre les différents pôles migratoires » (*ibid.* : 9). Il propose que la migration classique corresponde à un réseau élémentaire, c'est-à-dire, aux relations entre un pôle central (le pays d'origine) et des pôles secondaires (les différents lieux de fixation de la migration) ; alors qu'une diaspora s'établirait plutôt comme un réseau complexe impliquant l'existence de liens entre l'ensemble des pôles. L'existence et le développement de relations migratoires, économiques, informationnelles mais aussi affectives et émotionnelles entre les différents pôles d'établissement à l'échelle locale, nationale et internationale circonscrivent une entité sociale dont l'unité est donnée par la croyance subjective des personnes en une origine commune — la Chine — qui est la base d'une identité ethnique au sens weberien. C'est en ce sens que l'on peut parler de diaspora chinoise (*ibid.*).

À travers ces études, nous constatons que l'utilisation du terme « diaspora » a débordé les contours définis dans sa première acception. La notion de « diaspora » peut être utilisée pour qualifier une migration ou une population. Elle peut aussi être élargie à d'autres groupes migrants à partir d'un critère national, ethnique ou religieux ; c'est-à-dire qu'elle peut qualifier la migration d'un même groupe ayant une appartenance commune. Cette origine partagée peut être associée à différentes caractéristiques (groupes de migrants, professionnels ou religieux) qui permettent de considérer l'appréhension de la notion de la diaspora au-delà des différentes diasporas dans le monde (juives, africaines, chinoises, *etc.*).

En effet, outre ce premier constat, il nous semble qu'il existe des relations hétérogènes entre les différentes diasporas. Ces relations entre les diasporas peuvent être qualifiées d'interactions inter-diaspora. Autrement dit, l'appréhension de la notion de « diaspora » n'est possible qu'à partir d'une approche qui considère « deux niveaux » : un premier niveau concerne chaque diaspora (et ses relations intra-diaspora) ; un deuxième niveau renvoie de façon plus globale à la diaspora selon des caractéristiques propres. Cette nuance nous invite à considérer la diaspora comme une réalité sociale globale tout en reconnaissant les spécificités de ces dynamiques internes. Pour illustrer notre propos, la diaspora Wenzhou se révèle être une partie de la diaspora chinoise dans le monde. Aux côtés d'autres diasporas comme les Chaozhou, les Hakka, les Wenzhou dessinent les contours de la diaspora chinoise dans le monde. Entre les différentes diasporas (Wenzhou, Chaozhou, Hakka, *etc.*), des relations inter-diasporiques existent. Ces relations se traduisent par la constitution des réseaux migratoires au sein même la diaspora chinoise.

Nous soutenons donc qu'il existe deux niveaux pour comprendre la notion de « diaspora » dans notre recherche : Il y a tout d'abord une diaspora définie selon un critère (national, ethnique ou religion) ; puis, chaque diaspora est caractérisée par les relations inter diaspora et entre les autres différentes diasporas. L'usage du terme « inter diaspora », nous permet d'identifier chaque diaspora selon la diversité des statuts sociaux qui la composent et d'appréhender les différents niveaux d'insertion dans la société du pays d'installation. À ce sujet, l'unité de la diaspora Wenzhou réside dans le fait que les individus parlent la même langue, ou dialecte, qui est différente du mandarin et difficilement compréhensible par les non-locuteurs. Cette caractéristique est un critère très important. Par ailleurs, en accord avec les deux niveaux d'appréciation de la diaspora,

chaque diaspora dispose également de ses propres appartenances ethniques. Ainsi, au sein même de la diaspora chinoise, nous nous intéressons à la diaspora Wenzhou.

Les nombreux débats sur les usages de la notion de « diaspora » ont nourri notre réflexion. Toutefois, en raison du cas spécifique étudié, de l'approche autant géographique qu'économique menée, nous avons fait le choix de retenir la définition proposée par Emmanuel Ma Mung (2000, 2009).

Après avoir exposé les différentes définitions de la diaspora, il nous semble que la permanence des liens avec le pays d'origine constitue une caractéristique fondamentale à retenir. L'existence de tels liens est considérée par tous comme essentielle. À partir d'une approche géographique, le phénomène migratoire se réalise dans un premier temps par un éloignement entre le pays d'origine et l'installation dans plusieurs pays. Cette diffusion géographique apparente aboutit dans un deuxième temps à la création d'un réseau élémentaire. Ce réseau élémentaire est caractérisé par des relations multiples entre les pays d'installation et le pays d'origine. De plus, l'existence de ce réseau élémentaire conduit à la structuration d'un second réseau caractérisé par des relations entre les pays d'installation (entre les pôles diasporiques) (*ibid.*).

Par ailleurs, selon la notion de diaspora proposée par Emmanuel Ma Mung (2009), nous retenons que la diaspora chinoise se présente comme un réseau de réseaux, une diaspora de diasporas, qui peut être appréhendée comme une entité socio-spatiale (ou un « peuple ») qui peut se reproduire dans la forme de la dispersion. Il y a le sentiment d'appartenance à un même pays d'origine, la Chine, mais aussi à un lieu de naissance au sein d'un pôle diasporique des Chinois.

La pratique de la même langue - le mandarin est un élément important qui contribue à unifier l'ensemble de différents groupes migrants chinois. Sur le plan linguistique, la pratique du mandarin peut facilement renforcer le sentiment d'appartenance à la Chine des individus qui composent la diaspora chinoise. À partir de ce trait commun, nous affirmons que les différents migrants chinois peuvent également renforcer leur appartenance à un même sous-groupe grâce à la pratique de leur propre « dialecte ». De ce fait, au sein de la diaspora chinoise et selon le critère linguistique, nous reconnaissons que la diaspora Wenzhou constitue une sous-diaspora se trouvant « à l'intérieur » de la diaspora chinoise. Cette diaspora se caractérise également par une organisation économique constituée de petites ou moyennes entreprises réparties dans l'espace.

À l'image d'une diaspora dans la diaspora chinoise, cette formation se constitue et s'organise en « diaspora entrepreneuriale » (*ibid.*). Au sein de celle-ci, deux figures se distinguent : les prolétaires (surtout salariés ou travailleurs) et les entrepreneurs s'interconnectent dans le partage d'un système économique en commun permettant non seulement le maintien des relations économiques, politiques, affectives avec leur pays d'origine, mais aussi avec les différents pôles diasporiques dans le monde. Ces réseaux se composent aussi d'un réseau élémentaire qui relie leur foyer d'émigration dans le pays d'origine aux divers pays d'installation et d'un réseau secondaire constitué des liens entre les différents pôles d'installation. Les entreprises au sein de ces réseaux sont essentiellement reliées par des échanges économiques dans le cadre de la circulation des personnes, des produits, des capitaux et des informations. C'est à partir de cette notion que nous développerons notre problématique.

1.1.2 L'usage du terme « diaspora » à propos des migrations internationales chinoises

Dans le contexte des migrations internationales, les immigrants chinois sont identifiés comme faisant partie d'une diaspora par les chercheurs qui les étudient. Bien que Stéphane Dufoix (2003) ait contesté l'application du concept de « diaspora » aux immigrants chinois, il reconnaît que « la qualification des 'Chinois d'outre-mer' (*overseas Chinese*) comme 'diaspora' remonte au moins à la fin des années 1940 » (*ibid.* : 21). La production en langue anglaise sur la question est importante : les premières recherches sur la diaspora chinoise portent principalement sur sa présence en Asie du Sud-Est : George William Skinner (1957), Maurice Freedman (1957), Edgar Wickberg (1965), Victor Purcell (1965). Ainsi, une littérature importante est consacrée à la présence de la diaspora chinoise dans les différents pays d'Asie du Sud-Est, Thaïlande, Singapour, Philippines, *etc.* et traite des questions identitaires liées à l'adaptation des migrants chinois dans les différentes sociétés asiatiques, de l'organisation économique ou encore de l'histoire des migrants chinois dans cette partie du monde (Liu 2009).

De nombreux travaux mobilisent les expressions de *Chinese Diaspora* ou *Diasporic Chinese*. Nous trouvons aussi dans la production anglaise les termes de *Chinese overseas* ou *overseas Chinese* (Wang G. 2000b, 2006; Benton et Liu 2004; Kuhn 2006, 2008). Ces travaux recensent les différentes approches qui synthétisent et analysent le phénomène diasporique des Chinois d'outre-mer dans le monde. Notamment, Wang Gungwu a discuté les différentes définitions de « Chinois d'outre-mer » (*Huashang, Huagong, Huaqiao, Huaren* ou *Huayi*)[30] en fonction de l'évolution historique, constatant que l'usage du terme de « diaspora » pour les migrations internationales chinoises ne fait pas toujours consensus (Wang G. 1993; 2002b). Ainsi, « *I have used the term [diaspora] with great reluctance and regret, and I still believe that it carries the wrong connotation and that, unless it is used carefully to avoid projecting the image of a single Chinese diaspora, will eventually bring tragedy to Chinese overseas* » (Wang G. 2000a, p55; 2002a, p18). Mais Wang Gungwu, constatant l'évolution de la production scientifique sur le concept de « diaspora », a fini par admettre que ce concept pouvait s'appliquer aux migrations internationales chinoises. Shelly Chan (2015, p108) a également analysé les transformations de l'usage du terme de « diaspora » pour qualifier les Chinois d'outre-mer. D'après Philip A. Kuhn, l'histoire de la « Chinese diaspora » permet de mieux connaître l'histoire de la Chine dans son ensemble, celle de la Chine moderne entretenant des liens forts avec l'histoire des migrations chinoises (Kuhn 2006, 2008, 2016). En Amérique du Nord, plusieurs recherches examinent également le processus d'adaptation des migrants chinois à la société d'accueil. L'étude des « Chinatowns » a particulièrement été privilégiée (Zhou 1992).

Les expressions françaises de « diaspora chinoise » sont quant à elles apparues dans les publications scientifiques à partir des années 1990. Nous pouvons citer, de façon non exhaustive, les articles « Peut-on parler d'une diaspora chinoise » de Pierre Trolliet (1994b) et « Non-lieu et utopie : la diaspora chinoise et le territoire » d'Emmanuel Ma Mung (1994) repris par Michel Bruneau dans son ouvrage intitulé « Diasporas » (Bruneau 1995). Pierre Trolliet, a également consacré un ouvrage à « La

[30] Dans les quatre catégories proposées par Wang Gungwu, celui-ci a souligné que le *Huashang* (commerçants chinois) était une organisation fondamentale dans l'histoire migratoire chinoise (Wang G. 2006) (voir *infra*).

diaspora chinoise » (Trolliet 1994a). L'ouvrage publié par Emmanuel Ma Mung, « La diaspora chinoise : géographie d'une migration » (2000) ou encore la publication de Carine Pina-Guerassimoff (2012), « La Chine et sa nouvelle diaspora : la mobilité au service de la puissance » sont d'une importance majeure sur la question. Il nous semble toutefois que rares sont les travaux français qui portent sur les migrations chinoises dans le monde appréhendées comme un phénomène diasporique.

En ce qui concerne la majorité des recherches chinoises, celles-ci utilisent souvent le terme de « Chinois d'outre-mer » (traduction *haiwai huaren 海外华人*), au lieu de recourir à la notion de « diaspora chinoise » notamment en Chine continentale. En effet, d'une part, du point de vue de la langue, nous ne trouvons pas de traduction exacte du mot « diaspora » en chinois pour désigner les migrations chinoises[31]. La théorie de « diaspora » a été élaborée dans les milieux académiques occidentaux mais pas en Chine dans le domaine des migrations internationales chinoises. De rares travaux apparus depuis 2010 discutent de la notion de « diaspora » en référence aux Chinois d'outre-mer. Li Minghuan (2010) est l'une des premiers chercheurs chinois à analyser de manière approfondie le concept de « diaspora » (*liusan zuqun 流散族群*)[32] dans le cadre des migrations internationales. L'auteur a proposé une synthèse des travaux anglais sur le sujet à partir d'une approche de l'anthropologie sociale et culturelle. D'autre part, la notion de « diaspora » est mobilisée avec prudence dans le milieu académique chinois. D'après certains chercheurs, comme Wang Gungwu, l'utilisation du terme « Huaren » (Chinois d'outre-mer) est due à deux raisons. La première raison est en lien avec l'évolution historique de la migration chinoise vers l'étranger. Les problèmes politiques qui se sont instaurés entre la Chine et les pays d'installation (notamment en Asie du Sud-Est) constituent la deuxième raison (Wang G. 2002b).

La notion de « diaspora » est cependant souvent utilisée par les recherches en littérature et en art (Zhang D. 2007; Li 2010). Nous pouvons trouver quelques travaux qui mobilisent les termes de *sanju 散居*, de *lisan 离散*, ou de *liusan 流散* qui se réfèrent à la « diaspora » en chinois (Wang G. 2002a; Li 2010; Délano et Gamlen 2015). *Huaren sanju 华人散居*[33] (littéralement, *huaren* : les Chinois ; *sanju* : dispersion et installation) sont des expressions employées dans la littérature chinoise pour qualifier les Chinois d'outre-

[31] Par exemple, avant les années 1990 le mot « diaspora » se traduit souvent en chinois : *liubu 流布* (*liu* : mobilité ; *bu* : répartition), *sanchu de diyu 散处的地域* (territoire de la dispersion)，*jiaguozhiwai 家国之外* (à l'extérieur de la famille et du pays natal). Après les années 1990, ce mot se traduit plus simplement en chinois : *daliusan 大流散* (grande mobilité et dispersion)，*yiminshequn 移民社群* (communauté migrante)，*lisan 离散* (quitter et se disperser)，*liusan 流散* (mobilité et dispersion)，*sanju 散居* (dispersion et habitation ou installation)，*yiqun 裔群* (descendant et groupe)，*zuyisanju 族裔散居* (descendant ethnique, dispersion et installation)，*fensan 飞散* (voler et disperse), *qiaomin* (émigrés temporaires et peuple), *etc.*

[32] Li Minghuan reconnaît que le mot « diaspora » peut se traduire en chinois « liusan zuqun ». D'une part, cette expression rend compte d'une « mobilité » comme vagabonde (*liu*) et de la « dispersion » dans le monde (*san*), deux idées associées dans le terme « *liusan* » (Li M. 2010). D'autre part, ce mot souligne le sens de la dispersion des personnes plus largement, en signifiant leur affection et leur sentiment d'appartenance, à un même « groupe ethnique », soit « *zuqun* » en chinois.

[33] Le mot « diaspora », littéralement en chinois « sanju zuqun » (soit la dispersion et l'installation des personnes du groupe ethnique), dans les articles chinois par Wang Gungwu (Wang G. 1993, 2000b, 2002b, 2002a). Nous remarquons que l'expression « sanju » rend compte de la « dispersion » dans le monde (san) et d'une « habitation » ou « installation » comme fixation « ju ». Ce dernier souligne seulement le sens de « l'installation » mais il manque le sens de « mobilité ».

mer (*ibid.*). L'ouvrage *Sons of the yellow emperor : the story of the overseas Chineses* (*Yanhuang zisun : haiwai huaren shi* 炎黄子孙：海外华人史 ou *Yanhuang zisun : sanju huaren shi* 炎黄子孙：散居华人史) publié par Lynn Pan, en anglais dans un premier temps en 1990, puis en chinois en 1994 en est un exemple. Lynn Pan a également contribué à l'« Encyclopédie de la diaspora chinoise »[34]. Il nous semble que les termes de « diaspora » et de « Chinois d'outre-mer » sont aussi pertinents l'un que l'autre selon les versions de trois langues de l'ouvrage de Lynn Pan.

La notion de « diaspora » telle qu'elle est appliquée aux migrations internationales chinoises nous semble polysémique. Sa traduction chinoise est plurielle pour désigner pourtant le même groupe, autrement dit les « Chinois d'outre-mer ». Le débat scientifique s'est pendant longtemps porté sur la pertinence de l'usage de la notion de « diaspora » pour qualifier les « Chinois d'outre-mer » (*overseas Chinese*, *huaren*) et/ou les « Chinois en outre-mer » (*Chinese overseas*, *huaqiao*) hors de Chine, comme le discute par exemple Wang Gungwu (2002a). Ce débat ne s'est guère tari avec l'évolution de la notion de « diaspora ». La traduction chinoise de la notion sous les termes de *sanju* ou *lisan* ou de *liusan* est principalement mobilisée par des chercheurs chinois dans le domaine de la littérature étrangère (par exemple l'article de Zhang D. 2007) en Chine. Mais la notion de « diaspora » pour décrire les migrations internationales chinoises reste peu théorisée dans la recherche en sciences sociales sur les Chinois d'outre-mer.

Dans notre thèse, nous faisons à la fois référence à la littérature scientifique étrangère sur la « diaspora chinoise » et à la littérature chinoise sur les « Chinois d'outre-mer » (*huaqiao huaren*).

[34] La version chinoise *Haiwaihuaren baikequanshu* 海外华人百科全书 (littéralement *The encylopedia of the Chinese overseas* a été publiée à Hong Kong en 1998, la version anglaise « *The encylopedia of the Chinese overseas* » à Singapour en 1998, puis la version française « *Encyclopédie de la diaspora chinoise* » en France en 2000 (Pan 2000).

1.1.3 État de l'art sur la diaspora chinoise

D'après la littérature existante sur l'histoire des migrations chinoises outre-mer (Liu 2009; Kuhn 2016), nous pouvons distinguer quatre périodes dans la diaspora chinoise.

La première période remonte avant la fin du 16e siècle et court (jusqu'au milieu 19e siècle). Les migrations chinoises vers la mer de Chine méridionale (*Nan Yang* 南洋) sont séculaires, voire millénaires (Trolliet 1994a; Wang G. 1998; Zhuang 2011; Kuhn 2016). Depuis la dynastie des Song (960-1279), les marchandises étaient commercialisées à l'intérieur du pays et également dans les pays d'Asie du Sud-Est, d'Europe et d'Afrique (Poisson 2004). Durant la dynastie des Ming (1368-1644), les activités maritimes sont souvent interdites par la politique chinoise, ce qui est nommé *Haijin*[35]. Mais nous observons une continuité historique des migrations chinoises en provenance des provinces côtières qui se dirigent sans cesse vers l'Asie du Sud-Est (Liu 2000; Kuhn 2016). La prospérité et la puissance maritime acquises sous la dynastie des Ming favorisent quand même l'intensification des échanges entre la Chine et l'Asie du Sud-Est durant le 16e siècle. Les comptoirs commerciaux et les colonies de marchands, de marins et d'artisans chinois se multiplient à cette époque au Japon, en Corée et dans plusieurs pays d'Asie du Sud-Est tels que les ports des péninsules indochinoise et malaise, de Sumatra, de Java, des Philippines et du détroit de Malacca (Liu 2000; Zhuang 2011). Par exemple les commerçants originaires de Fujian s'installent au Japon, aux Philippines et à Java, tandis que les commerçants originaires de Chaozhou s'installent en Thaïlande. Ces commerçants chinois y collectent des produits d'épicerie (poivre, clous de girofles, noix de muscade, bois de santal) qui viennent des arrière - pays et distribuent tissu, riz, porcelaine et produits manufacturés de Chine. De fait, cette première période historique des migrations chinoises est marquée par l'émergence des premiers entrepreneurs chinois outre-mer.

La seconde période s'étend du milieu du 19e siècle jusqu'au milieu du 20e siècle et correspond aux migrations des coolies.[36] Le *coolie trade* ou la traite des coolies[37] conduit à une migration prolétaire de masse. Au milieu du 19e siècle, la Chine fut confrontée à une situation de troubles intérieurs et d'invasion étrangère ce qui se traduisit par deux événements historiques : d'une part, la révolte des Taiping (1850-1864) qui provoqua de plus une profonde désorganisation sociale, en particulier dans les campagnes du sud de la Chine, sous la poussée des empires coloniaux ; d'autre part, les deux guerres de l'opium (1839-1842 et 1856-1860) qui conduisirent à l'ouverture de la Chine sur le monde à la fin

[35] La politique chinoise interdit toute activité commerciale maritime en 1371 depuis la dynastie des Ming. À partir du milieu 17e siècle, cette politique est progressivement annulée (Zhuang 2011).

[36] Le mot *Ku Li* 苦力 signifie en chinois travail rude, pénible. C'est un terme général utilisé pour désigner les travailleurs assignés aux tâches les plus difficiles.

[37] Le coolie trade se développe au 19e siècle en relation avec deux phénomènes globaux : l'abolition progressive de l'esclavage et la colonisation européenne. La fin de l'esclavage prive les entreprises de leur main-d'œuvre servile. Parallèlement, la colonisation et plus généralement le développement de l'économie coloniale, accroissent les besoins en main-d'œuvre (par exemple le travail dans les plantations, les mines et la construction d'infrastructures de transport). Le recrutement local ne suffit pas à couvrir ces besoins et le recours à la main-d'œuvre servile n'est plus possible. Les entreprises et les puissances coloniales mettent en place un système de recrutement en Chine et en Inde de travailleurs sous contrat d'une durée de plusieurs années, quatre à huit ans selon les cas (Guerassimoff 2006; Zhuang 2011).

de la dynastie des Qing (1644-1902), avec le Traité de Nankin (1842) et les traités de Beijing (1860). Les nouvelles colonies britanniques, néerlandaises et françaises d'Asie du Sud-Est exigent une forte demande en main-d'œuvre (Kuhn 2016). Les puissances coloniales imposent en Chine (ainsi qu'en Inde) une autre traite pour remplacer les esclaves et vont puiser en Chine méridionale (surtout Fujian, Guangdong) parmi les petits propriétaires dépossédés et les ouvriers agricoles désœuvrés, la force de travail dont elles ont besoin. Dans ce contexte, la migration des coolies conduit pendant plusieurs décennies des millions d'hommes en Asie du Sud-Est. Ces coolies ont été également transportés dans les plantations insulaires de l'océan Indien, des Antilles, de Polynésie, en Amérique latine, dans les mines d'Afrique du Sud là où le recours à l'esclavage n'est plus possible. Les contrats misérables qui les emportent Outre-Mer, et qui les lient quasi servilement à leur employeur, garantissent, en principe, leur retour aux frais de ce dernier. Nombre d'entre eux, souvent bernés, restent sur place après leur contrat et cherchent leur survie dans les activités indépendantes (colportage, commerce, service divers, petite industrie). En parallèle des migrations des coolies, se développent des migrations spontanées de commerçants et de travailleurs libres. Certains rejoignent leurs compatriotes dans ces nouvelles aires d'implantation ainsi qu'en Amérique du Nord, en Australie et en Nouvelle-Zélande. La migration chinoise se déporte vers l'Amérique centrale et l'Amérique du Sud. Les commerçants atteignent même l'Europe occidentale. Des migrants originaires de la traite des coolies se sont progressivement transformés en entrepreneurs chinois (*huashang*), et deviennent les Chinois d'outre-mer (*huaqiao*) (Guerassimoff 2006). Au début du 20e siècle, le nombre de Chinois d'outre-mer est estimé à 3 ou 5 millions[38]. D'après Wang Gungwu, les coolies ont disparu en Asie du Sud-Est dans les années 1920 (Liu 2000).

La troisième période migratoire est caractérisée par le développement autonome d'une diaspora chinoise, dès la fondation de la nouvelle Chine populaire (1949) jusqu'aux années 1970 et 1980. La croissance démographique des Chinois de la diaspora est accompagnée d'une densification de l'espace migratoire et du développement des relations entre les différents pays, mais très peu pour ce qui concerne les relations entre ceux-ci et la Chine. Ce qui permet la circulation et le transfert de ressources matérielles (produits, bien financiers) et immatérielles (idées, affects, codes, normes, valeurs). Les migrations chinoises ont donné naissance à une organisation économique en diaspora entrepreneuriale dans la plupart des pays d'installation. La diaspora chinoise s'est développée de façon autonome : nous constatons que de forts liens entre pays de la diaspora sont entretenus dans le temps. Par exemple, dans les années 1970 et 1980, les réfugiés descendants des Chinois d'Indochine (Laos, Vietnam et Cambodge) ont migré vers les autres pays d'Asie du Sud-Est et les pays occidentaux.

La quatrième période migratoire est caractérisée par deux aspects à partir des années 1980 : la reproduction du corps social spatialement dispersé d'une part et le développement économique du pays d'origine, d'autre part. Cette période commence dans le tournant des années 1980 quand apparait en Chine un pouvoir politique qui n'est plus hostile à la diaspora chinoise. Le lancement des politiques de réformes économiques

[38] Une source chinoise (Zhuang 2011) estime à 4 ou 5 millions le nombre de Chinois d'outre-mer. Wang Gungwu (2013) quant à lui estime leur nombre à 3 ou 4 millions de Chinois dans l'Asie du Sud-Est.

et d'ouverture de la Chine au début des années 1980 a conduit à la reprise des migrations et à l'extension des aires de départ de Chine. Cette période est marquée par la mondialisation du champ migratoire chinois et par le renforcement de l'émigration vers les pays développés. Les migrations sont majoritairement constituées de travailleurs migrants (prolétaires), mais les profils des migrants se diversifient : on voit partir de Chine des femmes, des étudiants et des travailleurs qualifiés tout comme des commerçants. Une forme nouvelle de migration commerçante émerge dans le monde avec la distribution « en gros » des produits de Chine. Aussi, des sous-groupes de la diaspora chinoise se sont reproduits en corps social à travers leurs réseaux issus de l'ancienneté de la migration.

S'agissant plus particulièrement de la diaspora chinoise en France (la diaspora Wenzhou le plus souvent), plusieurs travaux ont été menés par Jean-Philippe Béja sur les immigrants chinois depuis les années 1990 (Béja 1991) et par Wang Chunguang sur les migrants de Wenzhou en France (Béja et Wang C. 1999). D'autres, tels Emmanuel Ma Mung (2000), ont traité des diverses formes d'immigration chinoise, y compris de la migration chinoise clandestine, de la construction de leur organisation économique et de leur structuration en groupements structurellement cohérents. Nous pouvons également citer Véronique Poisson et Estelle Auguin concernant la migration chinoise originaire de la région de Wenzhou en particulier (Poisson 2004; Auguin 2009). Yu-Sion Live (1991b) a aussi produit une thèse en sociologie sur la communauté chinoise de France, avant de mener ses travaux sur les coolies chinois (*huagong*) pendant la Première Guerre mondiale et sur les formes d'intégration des Chinois d'outre-mer (Live 1991a).

Les travaux en anglais de Gregor Benton et Frank Nikolaas Pieke (1998) ; Pal Nyiri (2007) et Mette Thunø (2007) sont principalement consacrés aux migrants chinois en Europe. Par exemple, des chercheurs de Grande-Bretagne ont également traité des immigrants chinois, en collaboration avec des scientifiques des Pays-Bas ou du Danemark ou d'Italie (Benton et Pieke 1998 ; Pieke *et al.* 2004). Le phénomène de la diaspora chinoise a retenu l'attention de plusieurs disciplines (Trolliet 1994a; Pan 2000; Li M. 2002; Wang G. 2002b; 2006; Kuhn 2008; Liu 2009; Zhuang 2009, Ma L. 2012) : la sociologie, la géographie, l'histoire et l'anthropologie notamment. En dépit du nombre important de disciplines et de pays qui développent leurs recherches sur la diaspora chinoise (États-Unis, Canada, Singapour, Malaisie, Indonésie, Pays Bas, Grande-Bretagne, Italie, Espagne, France, Chine), la littérature sur la question possède un caractère morcelé. Les analyses divergent quant à la nature, les causes et les conséquences du phénomène diasporique chinois.

Au sein de cette littérature, rares sont les travaux qui, ne se contentant pas d'examiner les causes et les conséquences des phénomènes migratoires, traitent de l'organisation économique des migrations internationales originaires de Wenzhou et de ses relations avec les lieux de départ. Le premier effort de l'utilisation de la « diaspora chinoise » date de la fin des années 1970 en France (Le Calloch 1977, cité par Ma Mung 2002b). Mais c'est surtout à partir des années 1980 et 1990, à travers les travaux de Pierre Trolliet (1994a) notamment, que les « Chinois d'outre-mer » sont appréhendés avec la notion de diaspora, en soulignant les relations des groupes migrants non seulement avec la Chine continentale, mais aussi avec l'ensemble du monde chinois disséminé dans divers pays. En articulant la dimension migratoire, la géographie de la diaspora, ainsi que

la dimension géopolitique et économique de la diaspora chinoise, Pierre Trolliet (1994a) montre en particulier de quelle manière le poids économique de celle-ci se renforce depuis l'ouverture de la Chine aux flux de capitaux. Nous retenons de ces auteurs le constat selon lequel l'économie de la diaspora chinoise repose à la fois sur la vigueur du dispositif associatif, sur des bases géo-dialectales, sur une pratique du crédit communautaire et sur les institutions économiques modernes.

Plusieurs chercheurs dont Pierre Trolliet (1994a), Emmanuel Ma Mung (2000) et Carine Pina-Guerassimoff (2012) ont publié des travaux sur la « diaspora chinoise » dans sa globalité. Peu de recherches s'accordent toutefois à analyser la diaspora chinoise comme un ensemble subdivisé en sous-groupes dont ferait partie la diaspora Wenzhou (Auguin 2009). À propos de ce sous-groupe, Véronique Poisson constate qu'il existe une trace historique de la diaspora Wenzhou en France. Elle admet que l'étude de cette migration permet de repenser l'histoire migratoire chinoise (Poisson 2004). Une analyse de la diaspora Wenzhou doit évidemment s'effectuer au moyen d'une contextualisation historique et sociale, afin de voir dans quelle mesure les migrants de Wenzhou font partie intégrante des migrations chinoises appréhendées par la notion de « diaspora ». Mais il s'agit aussi d'en souligner les caractéristiques spécifiques, notamment en ce qui concerne leur organisation économique, afin d'interroger l'existence potentielle d'une organisation économique d'une diaspora des diasporas (Ma Mung 2009). Les études récentes suggèrent que la migration chinoise originaire de Wenzhou et le développement économique local sont des processus interdépendants (Wu et Wang 2009). Or, comme le note Estelle Auguin, « si le phénomène migratoire peut être envisagé comme une conséquence du développement économique de la région, il semble qu'une autre interprétation puisse également être considérée : la migration fait partie du modèle de Wenzhou, elle est une condition sans laquelle le succès économique ne serait pas possible » (Auguin 2009, p123). Nous retenons cette approche pour construire notre problématique sur la diaspora Wenzhou en France.

1.2 Appréhender l'organisation économique de la diaspora Wenzhou

1.2.1 Apport des théories des migrations internationales

Quelles sont les causes des migrations dans le monde ? Pourquoi les migrants chinois ont-ils quitté leur foyer et leur pays natal ? Les chercheurs qui ont soulevé ces interrogations fondamentales ont tenté d'y répondre en élaborant divers modèles théoriques ayant pour but d'expliquer et d'analyser les éléments déterminants des migrations internationales. Ces théories apportent des éclaircissements sur la genèse des flux migratoires. Toutefois, en dépit du point de départ commun à leur questionnement, on repère une diversité de concepts mobilisés, ainsi que des idées contradictoires et des analyses distinctes. Sans prétendre à l'exhaustivité, nous allons citer certaines des théories des migrations internationales analysées par Étienne Piguet (2013) qui expliquent de quelles manières s'initient les processus migratoires.

La synthèse d'Étienne Piguet (2013) insiste surtout sur la manière dont les individus prennent la décision de migrer, de façon individuelle, pour caractériser les migrations. Dans cette synthèse, la migration est uniquement considérée sous l'angle du déplacement dans l'espace : ce qui a trait à l'intégration et plus largement aux conséquences de la migration n'est volontairement pas abordé. Ainsi, l'auteur interroge dans un premier temps les analyses de l'individu et de la famille telles qu'elles sont faites dans les approches « classiques » des migrations. Dans le courant économique néoclassique, la migration résulte d'un « choix rationnel » des individus qui partent pour des raisons économiques dans l'espoir d'avoir un meilleur salaire ailleurs. La prise de décision individuelle de la migration n'est pas directement liée au salaire attendu : la prise de décision de migrer est un processus qui s'étale sur une certaine durée et implique un certain nombre d'étape. La théorie sur « le cycle de vie » basée sur l'approche néo-classique montre notamment qu'une personne sera plus mobile lors qu'elle est en début de carrière professionnelle et sans charges familiales. Une famille aura également une plus forte propension à migrer avant la scolarisation des enfants. Cette théorie est fortement critiquée en raison de sa restriction aux familles nucléaires, aux mariages stables et aux formes de cohabitation traditionnelles (*ibid.*).

L'analyse par le parcours de vie des individus est aujourd'hui préférée pour étudier les mobilités en fonction des caractéristiques démographiques individuelles. Par la notion de « capital humain », il s'agit de souligner comment l'individu acquiert un certain revenu par son travail en s'appuyant sur des compétences, des expériences et des savoirs (*ibid.*). La théorie de « l'information incomplète » rend compte pour sa part des causes spatiales de la « connaissance imparfaite de l'information », particulièrement liée à la distance spatiale qui freine le recueil des informations pour migrer. Un migrant choisit plutôt un endroit où il s'est déjà rendu, ce qui lui permet de bénéficier d'une information de qualité. En outre, l'expérience migratoire représente l'une des composantes du capital humain, à l'égal de la formation professionnelle, et se manifeste par l'acquisition de compétences circulatoires, de « savoir circuler », soulignés dans les recherches de Tarrius (1989), de Ma Mung *et al.* (1998) et de Berthomières et Hily (2006) (cité par Piguet 2013). Des personnes disposant déjà d'une expérience migratoire sont plus susceptibles de formuler l'intention de migrer à nouveau. À l'inverse, l'immobilité est liée au coût de

l'information à laquelle le migrant potentiel ne peut pas facilement accéder, selon la théorie de l' « information incomplète ». Le manque d'information produit souvent des illusions de paradis sur les pays de destination potentiels chez eux qui ont l'intention de partir. Par ailleurs, ces approches qui mobilisent la notion de « capital humain » soulignent que les individus qui ont l'intention de migrer possèdent des aptitudes (niveau de formation, ressources économiques, caractéristiques psychologiques, attitude face à la prise de risques) qui favorisent le projet de migration (Piguet 2013).

En convoquant les notions de « place utility » et de « residential stress », Etienne Piguet insiste sur les approches qui permettent de comprendre les caractéristiques des lieux de départ et d'arrivée appréhendés par les individus. Ces approches qui interrogent les comportements des individus découlent du modèle push-pull et de la théorie des opportunités intermédiaires. Le concept de « place utility » souligne de quelles manières les perceptions du contexte sont variables parmi les individus et jouent un rôle clé dans les processus de décision migratoire. De plus, la notion ne prend pas seulement pour unité d'analyse le ménage dans le processus de décision, mais les différents membres de la famille qui influent sur les procédés de négociation et d'arbitrage débouchant sur la volonté de migrer (*ibid.*).

Selon la synthèse d'Étienne Piguet, l'approche de la Nouvelle économie des Migrations (NEM) a élargi de manière significative les concepts hérités de l'économie néo-classique. Cette approche est passée de l'échelle de l'individu à celle du ménage comme acteur de référence et unité de prise de décision pour comprendre les migrations. Plutôt que de parler de maximisation du profit, cette nouvelle théorie préfère évoquer la minimisation du risque dans la décision de migrer, rendant compte de l'acte de migrer comme d'une stratégie de gestion des risques. En présentant les théories centrées sur les individus, l'auteur cherche également à mieux comprendre les interrelations qui existent entre le migrant et son environnement, c'est à dire les réseaux et les représentations collectives.

Nous nous inspirons de certaines de ces théories des migrations internationales présentées par Étienne Piguet pour développer notre approche des migrations Wenzhou en particulier, laquelle tente de comprendre la migration et la décision de migrer à partir de l'échelle individuelle, tout en considérant la complexité des phénomènes migratoires. Comme le dit Etienne Piguet (2013, p153), « Au fil des travaux évoqués, un consensus se dégage pour mettre en avant le caractère multidimensionnel du phénomène migratoire. Il est rare en effet qu'un individu s'engage dans la migration en raison d'un facteur unique tel que le différentiel de salaire ou de chômage (comme le suppose la théorie néo-classique), en raison de traits de personnalités spécifiques (comme l'ont postulé les premières théories psychologiques) ou encore de différences dans l'utilité escomptée (« place utility ») entre lieu de départ et d'arrivée (comme l'envisageaient les approches comportementales des années1960). Il est reconnu désormais que des considérations familiales et politiques, des réseaux sociaux, voire des stéréotypes ou un imaginaire géographique interagissent de manière complexe dans un processus de choix qui s'effectue toujours sous contrainte (Lu 1999 : 486) et aboutit à la migration ou à la non migration. »

La synthèse des migrations internationales proposée par Étienne Piguet montre l'importance de la prise de décision au niveau individuel. La conscience individuelle a

joué et joue un rôle clé pour motiver une décision de migrer. Par exemple, le rêve d'« être patron » s'est reproduit dans le groupe des migrants de Wenzhou. Nous nous inspirerons de cette autre explication qui est issue de la psychologie sociale proposée par Étienne Piguet (2013). Selon l'auteur, l'approche psychologique est rarement considérée (même dans l'article de référence de Douglas S. Massey *et al.* de 1993, cité par Piguet 2013) par les théories classiques sur les migrations internationales. Ainsi, les théories de la motivation (la migration est un acte volontaire et rationnel), les théories des attentes et des valeurs (l'objectif d'identifier des traits psychologiques favorisant la migration) se penchent sur le processus de décision dans un contexte social donné tandis que celles spécifiquement développées par les psychologues dans un contexte plus large de théorisation de la prise de décisions appréhendent les liens entre croyances et comportements (Irving L.Janis et Leon Mann, 1968 ; Fishbein 1967, cité par Piguet 2013). En s'appuyant sur ces éléments, on peut mieux comprendre les raisons de la migration de Wenzhou :

Par exemple, selon Étienne Piguet (2013), dans les théories de la motivation, Eugene Tartakovsky et Shalom H.Schwartz (2001) ont montré qu'il y a trois types de motivations pour émigrer : la préservation (recherche de sécurité), le développement personnel et le matérialisme (amélioration financière). Ces motivations varient et s'articulent avec les valeurs et la personnalité de chaque individu dans un contexte socio-historique donné.

De fait, il nous semble que les motivations du groupe migrant de Wenzhou sont liées à ces trois types de motivations. Si les Wenzhou ont quitté leur territoire, c'est parce qu'ils veulent mieux vivre et pouvoir mieux nourrir leur famille (la « préservation » apprécie la recherche de sécurité). C'est, d'autre part, - motivations de développement personnel et relevant du matérialisme - parce que les émigrants anciens ont remporté des succès économiques que les Wenzhou ont également quitté leur territoire.

1.2.2 Expression de la langue chinoise et romanisation

Si notre thèse est en français, certains mots chinois ont été conservés en raison de la difficulté d'en trouver une traduction fidèle. Nous utilisons la forme romanisée de la langue chinoise pour écrire ces termes et pour faire référence aux lieux étudiés en Chine. Le chinois sous sa forme romanisée est fondé sur la prononciation phonétique du mandarin. Le système *Pinyin* de romanisation a été officiellement adopté par la Chine continentale. Les expressions chinoises sont donc écrites en *pinyin*. Toutefois, lorsqu'on l'a jugé utile pour le lecteur, la forme chinoise suit l'écriture en *pinyin*.

Huaqiao

En Chine, le vocable *Hua* 华 est un caractère utilisé depuis longtemps qui apparaît dans des mots composés comme *Huaren* 华人 (peuple chinois ou ethnique chinois ou Chinois d'outre-mer naturalisés ou *Chinese overseas*), *Huayi* 华裔 (descendants de *Huaren* ou personnes de descendants des Chinois d'outre-mer). Le vocable *Qiao* 侨 auquel il est combiné signifie « rester temporairement quelque part loin de chez soi » (émigrés temporaires). Ce « quelque part » peut se trouver à l'intérieur aussi bien qu'à l'extérieur de Chine. Mais le terme *Huaqiao* 华侨 (résidants chinois ou Chinois d'outre-mer conservant la nationalité chinoise) implique toujours un séjour hors de Chine.

Cela vaut aussi pour trois autres mots composés qui méritent d'être notés :

Qiaoxiang 侨乡, « village natal d'un résident » ou « communautés d'émigrants ou foyers d'émigration » plus largement, la patrie d'un émigré ;

Qiaohui 侨汇, « remises migratoires » ou « remises familiales », le lieu d'origine auquel un résident à l'étranger adresse des versements ;

Qiaozi 侨资, « investissements issus de la diaspora » ou « capitaux étrangers grâce aux émigrés » pour leur lieu d'origine.

Nous trouvons aussi *Qiao* associé à *Gui* 归 (retour ou revenir) et *Juan* 眷 (dépendant ou proches) pour signifier « ancien Chinois d'outre-mer » ou « Chinois d'outre-mer de retour » (*guiqiao* 归侨) et « dépendants de Chinois d'outre-mer » ou « proches familiaux de Chinois d'outre-mer » (*qiaojua* 侨眷). Les Chinois d'outre-mer de retour (*guiqiao*) et les proches familiaux de Chinois d'outre-mer (*qiaojuan*) sont les désignations officielles des personnes qui vivent en Chine mais dont l'identification en tant que catégorie destinée à l'élaboration des politiques est liée à une résidence à l'étranger.

Dans la nomenclature officielle et les politiques administratives correspondantes, le *Huaqiao* est distingué du *Tongbao* 同胞 (consanguin). Ce terme *Tongbao* est souvent traduit par « compatriote » et couramment précédé par « Taïwan » ou « Gang Ao » (Hong Kong-Macao).

De ce fait, plusieurs catégories de Chinois d'outre-mer peuvent être identifiées : les compatriotes de Taïwan (*Taïwan tongbao* 台湾同胞), ceux de Hong Kong et ceux de Macao (*Gang - Ao tongbao* 港澳同胞) ; les Chinois d'outre-mer de l'intérieur, groupe qui se divise lui-même en anciens Chinois émigrés de retour en Chine (*guiqiao*) et familles

d'émigrés vivant en Chine (*qiaojuan*) ; les Chinois d'outre-mer qui constituent la diaspora et comprennent les *Huaqiao* (ressortissants chinois à l'étranger) et *Huaren-Huayi* (les ressortissants étrangers d'origine chinoise) (Pina-Guerassimoff 2012, p10).

Guiqiao évoque les Chinois d'outre-mer revenus en Chine. Selon l'article 2 de la loi du 7 septembre de 1990 sur la protection des droits et intérêts des *Guiqiao* et *Qiaojuan*, *Qiaojuan* désigne pour sa part les membres de la famille d'individus émigrés vivant en Chine[39]. Concrètement, *Qiaojuan* comprend les conjoints des Chinois d'outre-mer (*huaqiao*) et des Chinois d'outre-mer de retour (*guiqiao*), ainsi que les parents, les enfants, les frères et sœurs, les grands-parents, les petits-enfants et les autres membres de la famille qui maintiennent le lien de parenté de l'enfant avec les Chinois d'outre-mer (*huaqiao*) et les Chinois d'outre-mer de retour (*guiqiao*). Ces deux termes de *Guiqiao* et *Qiaojuan* sont apparus dans le recensement sur la situation des Chinois d'outre-mer en Chine continentale.

Sur le plan historique, le terme *Huaqiao 华侨* désigne d'une manière générale les « Chinois d'outre-mer » selon le dossier officiel chinois depuis la fin du 19e siècle (Guerassimoff 2006; Wang G. 2013). *Huaqiao* (littéralement, *overseas Chinese*, Chinois en outre-mer) dispose de différents sens politiques selon les différents périodes (voir *infra*). Avant la pratique de l'accord sur le problème de double nationalité des Chinois en Indonésie de 1955, *Huaqiao* désignait d'une manière générale tous les individus ou groupes chinois en outre-mer qui sont de sang chinois et ont une culture chinoise, ce qui ne correspond pas à la condition de la nationalité chinoise. Après 1955, la Chine a abandonné la politique de double nationalité, *Huaqiao* signifie seulement des Chinois qui ont la nationalité chinoise à l'étranger (Zhuang 2011). Dans notre recherche, à partir d'une approche du sens étroit, *Huaqiao* désigne les Chinois résidant à l'étranger qui ont conservé la nationalité chinoise. Si, à partir d'une approche au sens large, historiquement *Huaqiao* désigne tous les Chinois d'outre-mer (y compris ceux appelés *Huaren* : *Chinese overseas* ou Chinois d'outre-mer naturalisés), nous disons souvent simplement les Chinois de la diaspora (*huaqiao huaren*).

Huaqiao est un terme datant entre fin du 19e et début du 20e siècle. Guerassimoff (2006) a démontré l'émergence de la notion de *Huaqiao* à travers l'étude des relations sino-américaines (1850-1890) à propos des migrations durant la seconde moitié du 19e siècle. Il a montré que l'émigration outre-mer, une nécessité économique bénéfique à la fois au peuple et à la nation, devint de plus en plus populaire au cours des années 1890. Ainsi, les Chinois d'outre-mer (*huaqiao*) sont définis par la figure moderne de l'émigré, c'est-à-dire celui qui réside temporairement mais parfois longtemps à l'étranger, en maintenant un lien affectif, économique et politique avec le pays d'origine (*ibid.*). À travers ce travail, la naissance de la notion de *Huaqiao* est liée essentiellement à l'histoire de la protection des coolies chinois dans les relations sino-américaines à la fin du 19e

[39] (« Zhonghuarenmin gongheguo Guiqiao Qiaojuan quanyi baohufa 中华人民共和国归侨侨眷权益保护法 [Loi de la République populaire de Chine sur la protection des droits et intérêts des Chinois d'outre-mer de retour et les proches des Chinois d'outre-mer] » 2000), Guowuyuan qiaowu bangongshi 国务院侨务办公室 [Overseas Chinese Affairs Office Of The State Council], disponible sur : http://www.gqb.gov.cn (consulté le 17 janvier 2016).

siècle, une protection basée sur une série d'événements historiques jusqu'à l'application des lois antichinoises par les États-Unis en 1882.

Selon Pan (2000), le terme *Huaqiao* est utilisé en Chine à partir des années 1910 pour désigner tous les Chinois d'outre-mer jusqu'à ce que son sens soit officiellement restreint en 1957[40]. À cette époque, l'expression inclut tous les Chinois faisant partie de la nation chinoise, qui restent Chinois et qui conservent une relation particulière avec la Chine, même en tant que Chinois d'outre-mer. Depuis lors, selon les définitions officialisées par la Chine en 1957 et 1984, *Huaqiao* désigne tout citoyen de la Chine continentale résidant à l'étranger. En revanche, le gouvernement de Taïwan continue de voir une relation spéciale entre lui et les Chinois de la diaspora (*ibid.*).

Dans les travaux de recherche, *Huaqiao* a été l'objet de définitions différentes reposant sur deux approches distinctes : une approche historique et une approche juridique depuis l'année 1980. Des chercheurs chinois, tels Zhuang Guotu, Li Minghuan par exemple, préfèrent définir la catégorie des Chinois d'outre-mer selon les registres juridiques de la Chine continentale. En revanche, Wang Gungwu (2006) a souvent mobilisé cette catégorie au travers de sa dimension historique, en soulignant les différents sens du terme *Huaqiao* durant les différentes périodes de l'Histoire chinoise[41].

Des variantes s'observent chez les chercheurs dans l'usage des trois catégories de migrants chinois (*huaqiao, huaren* et *huayi*). Ces variantes résultent de la complexité des relations de la Chine avec ses ressortissants à l'étranger ainsi que de l'évolution historique de celles-ci.

Ainsi, Wang Gungwu (2002c) discute ces trois catégories de migrants chinois d'un point de vue politique. Les *Huaqiao* ont pour traits de « s'identifier à la Chine » et de « participer à la politique de Chine »[42]. Les *Huaren* ont pour caractéristiques d'être « fidèles à la politique du pays d'accueil, mais de faire tous leurs efforts pour défendre les intérêts de la société des Chinois d'outre-mer ». Les *Huayi* sont reconnus pour « se jeter dans la politique du pays d'installation, d'aimer le territoire, la société et la culture du pays d"accueil »[43].

Par ailleurs, à partir d'une approche juridique, un usage globalement commun de ces trois expressions parmi les chercheurs peut être recensé : *Huaqiao*, désigne les migrants qui conservent leur nationalité chinoise et résident temporairement à l'étranger[44]. *Huaren* évoque les migrants qui ont abandonné leur nationalité chinoise, ayant été naturalisés dans le pays d'installation. *Huayi* est utilisé à propos des descendants de migrants chinois nés dans le pays d'installation (Li M. 2002).

---

[40] En 1957, le gouvernement chinois a délimité les catégories des Chinois d'outre-mer en leur donnant un cadre juridique pour protéger leurs intérêts.

[41] Wang Gungwu définit quatre modèles : le « huashang » (*merchan*t pattern), le « huagong » (*coolie* pattern), le « huaqiao » (*sejourner* pattern) et le « huayi » ou « *re-migrant* pattern ». Ces différents modèles apparaissent historiquement dans l'ordre de présentation ci-dessus et ont pu coexister.

[42] Le terme *huaqiao* se veut générique et désigne l'ensemble des Chinois d'outre-mer, il concerne notamment ceux qui ont conservé leur nationalité d'origine et qui sont supposés être temporairement à l'étranger dans l'attente de revenir dans une Chine libérée des influences étrangères, et qui gardent une fidélité sans failles à celle-ci et œuvrent à son développement et à son émancipation.

[43] Le *huayi* concerne les descendants des Chinois d'outre-mer et se caractérise par des migrations entre les différents pays d'installation ou vers de nouvelles destinations à partir d'un pays.

[44] Précisément, durant 5 ans consécutifs dans le pays d'installation. Leur séjour ne doit pas durer moins de 30 mois (Bureau du Conseil des Affaires d'Etat pour les Affaires des Chinois d'outre-mer 2015).

Selon la notification de juin 1984 publiée par le Bureau du Conseil des Affaires d'État pour les affaires des Chinois d'outre-mer sur la « délimitation de Huaqiao, Guiqiao, élève de Huaqiao[45], élève de Guiqiao[46], Qiaojuan et Waiji huaren », les citoyens chinois à l'étranger (souvent *huaqiao*) qui ont acquis la nationalité du pays de résidence (naturalisation dans le pays d'installation) sont considérés comme des *Huaren* (Chinois d'outre-mer)[47]. *Huayi* désigne pour sa part « les ressortissants étrangers d'origine chinoise », à savoir les individus qui sont nés hors de Chine mais qui ont du « sang chinois ». Le terme est généralement employé dans les textes juridiques pour désigner la descendance des Chinois d'outre-mer (*huaqiao* ou *huaren*) (Zhou Nanjing 2002, cité par Xu W. 2010, p12).

Si l'on se fonde sur l'article 2 de la loi du 7 septembre de 1990 votée par le Comité permanent de l'Assemblée populaire nationale, intitulée « Loi de la République populaire de Chine sur la protection des droits et intérêts des *Guiqiao*[48] et *Qiaojuan*[49] », le terme *Huaqiao* désigne « les ressortissants chinois qui résident à l'étranger ». Le Bureau du Conseil des Affaires d'État pour les affaires des Chinois d'outre-mer publie à ce propos une notification sur « l'interprétation juridique (règlement provisoire) du terme résider dans la définition de Huaqiao » (Dong 2005). Dans ce document, « résider » renvoie à deux situations. « Résider » signifie soit que les ressortissants chinois ont obtenu un droit de séjour permanent ou à long terme dans leur pays de résidence[50] ; soit que les ressortissants chinois n'ont pas obtenu le droit de séjour permanent ou à long terme, mais ont reçu un titre de séjour d'un minimum de cinq ans consécutifs dans le pays d'installation. Ne sont ainsi pas considérés comme « résidents » les étudiants partis à l'étranger pour leurs études et le personnel expatrié pour affaires publiques.

Ces trois catégories peuvent aussi être distinguées en fonction de la nationalité[51] : Par exemple, les *Huaqiao* sont inscrits dans le groupe des ressortissants de la Chine continentale. Il s'agit donc de citoyens chinois résidant à l'étranger. Le groupe des Chinois non ressortissants de la Chine continentale est désigné par le mot *Haiwai huaren* 海外华人, catégorie qui regroupe la plus grande partie des Chinois de la diaspora. Cette catégorie se décompose en deux autres : les *Waiji huaren* 外籍华人, expression qui désigne ceux ayant acquis la nationalité du pays d'accueil et les *Huayi* 华裔 expression qui désigne les descendants d'émigrés chinois et ceux issus d'un mariage interethnique (Ma Mung 2000). En ce qui concerne le terme « Huaren » dans son approche juridique, son

[45] L'*élève de huaqiao* désigne le Chinois d'outre-mer de retour en Chine pour ses études, mais qui ne réside pas de façon permanente en Chine.
[46] L'*élève de Guiqiao* désigne le *Huaqiao* revenu en Chine pour ses études, et qui réside de façon permanente en Chine.
[47] Les *Huaren* (« chinois ethnie » ou *Chinese overseas*) désignent strictement les Chinois de culture chinoise et de sang chinois mais qui ne sont juridiquement citoyen chinois.
[48] *Guiqiao* : les Chinois d'outre-mer de retour en Chine.
[49] *Qiaojuan* : les familles des Chinois d'outre-mer vivant en Chine.
[50] Il est à souligner que, selon le règlement du 24 avril 2009, les résidents chinois ont obtenu un droit de séjour permanent ou à long terme, qui doivent résider durant 2 ans consécutifs. Leur séjour dure au moins 18 mois dans le pays d'installation (Bureau du Conseil des Affaires d'Etat pour les Affaires des Chinois d'outre-mer 2015).
[51] Il faut souligner que la Chine continentale est un pays n'acceptant pas la double nationalité selon la loi de la « Nationalité chinoise » du 10 septembre 1980.

appellation complète est *Waiji huaren* 外籍华人. *Waiji* 外籍 désigne la « nationalité étrangère ».

Aujourd'hui, en Chine continentale, dans la majorité des recherches académiques sur les migrations internationales chinoises, les termes de *Huaqiao* et *Huaren* sont associés en un seul mot *huaqiao huaren* (华侨华人)[52] désignant les Chinois d'outre-mer (ayant la nationalité chinoise ou celle du pays d'installation), formant l'essentiel de la « diaspora ». Wang Gungwu ne reconnait pas cette expression (il préfère les termes de *huaren* ou *huaqiao*). Bien qu'il existe des débats quant à son usage, nous conserverons cependant le terme *huaqiao huaren*, car c'est le terme le plus couramment utilisé en Chine continentale. Une autre raison importante est que les documents officiels de Chine continentale et les statistiques existantes l'emploient le plus souvent.

Les différentes expressions désignant les populations d'origine chinoise établies hors de Chine continentale ont fait et font encore l'objet de nombreuses discussions scientifiques, notamment parce qu'ils sont au cœur d'enjeux politiques. Si les usages que la production scientifique fait de ces termes ont été repris dans les documents officiels chinois, nous constatons cependant qu'il n'y a pas d'équivalent chinois au terme de « diaspora ». Nous trouvons seulement quelques expressions telles que *sanju zuqun* ou *lisan zuqun* ou *liusan zuqun*, seule *liusan zuqun* signifie « groupe ethnique dispersé et mobilité » (voir *supra*).

Pour nous, l'expression *huaqiao huaren* renvoie à ce qui semble être un équivalent, au sens général, de personnes originaires de Chine (*huaren* ou *huaqiao*), ou de groupe ethnique chinois ou culturel chinois. Nous utiliserons ce terme tel qu'il est employé par les travaux sur les migrations internationales de Chine continentale.

[52] Selon Li Minghuan (1999), le mot *huaqiao huaren* désigne l'ensemble des deux catégories des Chinois d'outre-mer (*huaqiao* et *huaren*). Comme elle l'a indiqué « Huaqiao : Originally, this term meant those Chinese who spend some time abroad, but it does not include settlers. [….] Huaren : This refers to the Chinese who have settled down somewhere outside China and have also obtained foreign citizenship. Huqiao-Huaren : A general term to combine the above-mentioned two groups of people together. » (p12-13)

Huashang* et *Huagong

Huashang 华商 est composé de deux vocables : « Hua 华 », qui signifie « Chinois » et « Shang 商 » qui désigne « le commerce ou les affaires ou le négoce ». Cette expression apparaît de plus en plus usitée à partir du lancement des politiques d'ouverture des années 1980. Certains ouvrages mobilisent le terme de « *Qiaoshang* 侨商 », composé de « Qiao » qui renvoie au résident loin de chez soi : le mot désigne donc les commerçants chinois résidant loin de chez eux (voir *supra*). Dans notre travail, *Huashang* est le terme que nous mobilisons en référence aux commerçants d'origine chinoise (individus de culture chinoise nés en Chine et à l'étranger), car il est évocateur des activités économiques et du travail des individus au service d'entreprises dans le cadre de la diaspora chinoise (cf. chapitre 4). Le sens originaire de *Huashang* rend compte de l'évolution historique des migrations internationales chinoises.

Huagong 华工 peut être traduit par coolie chinois ou travailleur chinois.[53] Il s'agit d'une expression historique désignant à l'origine la migration du *coolie trade* organisée des années 1850 aux années 1920 : « Il s'agit le plus souvent de migrants temporaires sous contrat qui revenaient dans leur majorité en Chine une fois leur contrat terminé, certains faisant souche toutefois dans les pays d'immigration » (Ma Mung 2000, p27-28). La France et la Grande-Bretagne ont notamment recruté des « travailleurs chinois » durant la Première Guerre mondiale qui sont désignés par ce terme de *Huagong*[54]. Aujourd'hui, *Huagong* fait référence aux « travailleurs chinois » prolétaires, distingués de la fraction commerçante *Huashang* de la diaspora.

Par ailleurs, nous soulignons que Wang Gungwu (2006) a conceptualisé ces deux catégories des Chinois d'outre-mer comme modèles migratoires historiques : commerçant chinois (*huashang*) et travailleur chinois (*huagong*). Selon lui, le *Huashang* était le modèle dominant depuis les premiers temps dans différentes parties du Sud-Est asiatique. Le *Huagong* était transplanté en relation avec l'économie de plantation, la construction de chemins de fer en Amérique du Nord et en Australie.

Comme Ma Mung (2009) a montré que le *Huashang* (commerçant chinois) et le *Huagong* (prolétaire) sont comme deux formes migratoires au sein de la diaspora dans les migrations chinoises contemporaines. Afin de souligner la porosité de la frontière entre commerçant et prolétaire, il s'interroge d'une part, sur la combinaison de la figure du prolétaire et du commerçant au sein de la diaspora et, d'autre part sur la forme socio-spatiale dans laquelle cette combinaison et ces deux figures s'expriment (*ibid.*).

---

[53] Les chercheurs chinois ont souvent utilisé *coolie* (*kuli* 苦力) pour désigner le travail misérable fait par le *Huagong*. En chinois, il nous semble que les *coolies* chinois sont équivalents à *Huagong*, mais *Huagong* (*hua* : chinois ; *gong* : travailleurs, ouvrier) peut également être traduit par « travailleurs chinois ».

[54] Des travaux comme ceux de Yu-Sion Live (1991a) ; Ma Li (2012) ont indiqué que le terme *Huagong* est équivalent à « travailleurs chinois ».

Qiaoxiang, Qaiohui et Qiaozi

Qiaoxiang 侨乡 renvoie au foyer d'émigration (ou communautés d'émigrants), ce qui correspond à une vision particulière de la société chinoise qui est par cette désignation appréhendée et redéfinie en rapport aux migrations internationales chinoises. D'après la définition de l'Encyclopédie de la diaspora chinoise (Pan 2000, p27), *Qiaoxiang* apparaît comme un lieu combinant plusieurs éléments : une population parmi laquelle nombreuses sont les personnes identifiées comme des *Huaqiao*, *Huaren*, *Guiqiao* et *Qiaojuan* ; un territoire au sein duquel la population maintient des liens économiques, culturels et affectifs forts avec les membres de la famille résidant à l'étranger ; une économie marchande fortement liée aux capitaux étrangers amassés par les émigrés (*qiaozi* 侨资) et aux remises migratoires (*qiaohui* 侨汇) et la présence d'infrastructures, notamment d'écoles, construites grâce à des collectes de dons par les *Huaqiao* (Xu W. 2010).

Il n'est pas possible de délimiter la frontière précise d'un *Qiaoxiang*. En effet, le terme peut être employé pour désigner une ville, une province, voire un pays, tout comme il peut faire référence à un bourg ou à un petit village par les acteurs qui en font usage. D'après la politique des Chinois d'outre-mer de la province du Fujian, nous pouvons distinguer deux catégories de *qiaoxiang* au regard des proportions des Chinois d'outre-mer (*huaqiao*), Chinois d'outre-mer de retour (*guiqiao*) et proches familiaux des Chinois d'outre-mer (*qiaojuan*) au sein de la population du territoire désigné : le *foyer d'émigration typique* (*zhongdian qiaoxiang*) et le *foyer d'émigration normal* (*yiban qiaoxiang*). Dans le *foyer d'émigration typique*, le nombre de *huaqiao huaren* (Chinois d'outre-mer) doit dépasser 100 000 et au moins 20 % du total de la population enregistrée de la ville. Dans le *foyer d'émigration* normal, le nombre de *huaqiao huaren* se situe entre 10 000 et 100 000, et doit représenter entre 5% et 20% du total de la population enregistrée dans la ville (Jiang *et al.* 2011).

Wenzhou

Wenzhou 温州 constitue de manière typique un foyer d'émigration (*qiaoxiang*). Wenzhou, tel que nous mobilisons ce terme dans notre travail au vu de son usage dans la littérature scientifique, a non seulement une connotation géographique, mais également un sens plus large qui fait écho à la diaspora chinoise originaire de Wenzhou et de Qingtian d'une part, tout comme à la croissance économique de la région de Wenzhou d'autre part. Wenzhou recouvre à cet égard un sens métaphorique, l'expression traduisant dans le langage le développement économique local, fondé sur le « Modèle de Wenzhou », tel qu'il s'est structuré à partir de l'activité économique de la diaspora entrepreneuriale de Wenzhou. Le terme « Wenzhou » comporte un sens à la fois historique et contemporain depuis le lancement de la politique d'ouverture. D'un point de vue administratif, Wenzhou désigne souvent une ville-préfecture (municipalité de rang préfectoral ou un département) sous la juridiction de la province du Zhejiang[55]. Il est à souligner que la majorité des rapports statistiques se sont développés dans le cadre de l'administration locale chinoise. Par exemple le *Wenzhou Statistics Yearbook* et le *Wenzhou Yearbook*. Aussi,

[55] Voir annexe 1 « Administration territoriale de Chine ».

les statistiques officielles ne soulignent généralement pas que Wenzhou correspond à la préfecture de Wenzhou et non à la région. Dans notre thèse, nous mobilisons l'expression « agglomération de Wenzhou » pour préciser les limites administrative et géographique du lieu. Nous employons également le terme de « région de Wenzhou » qui correspond à notre approche de la diaspora Wenzhou. Cette région comprend une partie du district de Qingtian et une grande partie du département de Wenzhou : la diaspora Wenzhou est en effet principalement originaire de ces lieux qui peuvent être distincts si l'on considère uniquement les catégories administratives. Sur le plan linguistique, dans notre recherche, « Wenzhou » est aussi un adjectif pour qualifier la diaspora issue de la région de Wenzhou. Nous parlerons ainsi de la « diaspora Wenzhou » et des « entrepreneurs Wenzhou ». De plus, nous dirons souvent « les Wenzhou » pour désigner la population des Chinois originaires de la région de Wenzhou[56].

Wenshang

Comme nous l'avons vu, *Huashang* (« commerçants chinois » ou « entrepreneurs chinois ») est une expression couramment employée dans les recherches académiques. Les entrepreneurs chinois dont il s'agit peuvent être nés soit en Chine soit à l'étranger. Mais, pour les entrepreneurs chinois originaires de Wenzhou, la majorité est née dans la région de Wenzhou. Il existe trois sortes d'entrepreneurs chinois originaires de Wenzhou (*wenshang 温商*) : les commerçants Wenzhou à l'étranger (*haiwai wenshang 海外温商*) ; les commerçants Wenzhou en Chine (g*uonei wenshang 国内温商*) et les commerçants autochtones à Wenzhou (*bendi wenshang 本地温商*).

Wenshang 温商, est un terme qui associe les vocables « Wen 温 » et « Shang 商 ». Le vocable « Wen » est issu du nom de lieu « Wen-zhou », il désigne en son sens géographique la région de Wenzhou. « Shang » signifie « commerçant » ou « négocier ». Les *Wenshang* sont le groupe de commençants régionaux le plus connu parmi toutes les régions de Chine. Nous trouvons parmi les autres groupes de commerçants en Chine, les *Jinshang 晋商* (commerçants originaires du Shanxi), *Huishang 徽商* (originaires de l'Anhui), *Minshang 闽商* (commerçants originaires du Fujian), *Yueshang 粤商* (commerçants originaires du Guangdong), *Ganshang 赣商* (commerçants originaires du Jiangxi), *Sushang 苏商* (commerçants originaires du Jiangsu).

[56] Selon Zheng Lihua (1995, p37), le terme de « Wenzhou » désigne les *wenzhouren 温州人*, soit les personnes originaires de Wenzhou. Autrement dit, le terme de « Wenzhou » dispose d'un sens plus large, puisqu'il qualifie non seulement la ville de Wenzhou, mais peut aussi comprendre les personnes résidant alentours, comme celles originaires de Qingtian. En ce sens, et dans l'objectif d'employer le terme plus pertinent pour notre recherche, nous avons choisi d'utiliser « les Wenzhou » pour désigner le groupe migrant des Chinois de Wenzhou.

1.3 Problématiser l'organisation économique de la diaspora Wenzhou

L'objectif principal de notre recherche est de saisir les modalités de l'insertion économique et spatiale de la diaspora Wenzhou en France. À savoir, s'il existe un « Modèle de Wenzhou » en Chine, tel qu'il est identifié et analysé par les universitaires chinois depuis les années 1980, retrouve-t-on ce même modèle en France ?

Notre problématique se décompose en deux parties : d'une part, nous recherchons de quelles manières le « Modèle de Wenzhou », issu du développement économique de la région de Wenzhou en Chine transpose son influence sur les activités économiques de la diaspora Wenzhou en France, et d'autre part, nous cherchons à identifier les influences de la diaspora Wenzhou sur le développement économique de la région d'émigration en Chine. Notre questionnement articule donc deux approches du phénomène de l'organisation économique de la diaspora Wenzhou. Il s'agit plutôt d'appréhender les relations transnationales dans une perspective qui vise à saisir les influences économiques réciproques de la diaspora et des foyers d'émigration.

La première approche part du point de vue de l'origine géographique de la diaspora pour déterminer quelles sont les influences économiques de la région de Wenzhou sur le développement économique de la diaspora Wenzhou en France à travers la diffusion potentielle du « Modèle de Wenzhou » (partie II). Autrement dit, nous analysons comment les rapports socio-économiques et les activités économiques de la diaspora Wenzhou sont liées au développement économique de la région d'origine des migrants depuis les années 1990 et au boum des importations en Chine des années 2000. Pour répondre à cette question, il est nécessaire de cerner dans un premier temps le contexte du développement du « Modèle de Wenzhou » en Chine (chapitre3). Sous quelles formes ont émergé les divers modèles économiques chinois apparus au niveau régional depuis les années 1980 (3.1) et comment le « Modèle de Wenzhou » se distingue-t-il des autres modèles économiques (3.2) ? Quels sont les secteurs d'activité privilégiés par les entrepreneurs Wenzhou en Chine (3.3) et quelles sont leurs caractéristiques et spécificités (3.4) ?

En France, la diaspora Wenzhou est principalement concentrée dans la région parisienne. Nous enregistrons toutefois depuis une ou deux décennies une présence de migrants chinois dans d'autres grandes villes (Marseille, Lille et Toulouse) ainsi que dans des villes moyennes (Poitiers). Notre questionnement retenu pour analyser les formes de l'insertion économique est celle de « la prévalence de l'appartenance ethnique dans le choix des partenaires économiques » (Ma Mung 2009, p111). Le concept « d'entreprenariat ethnique » (Ma Mung 1996) est central à notre questionnement. D'après ce concept, l'identité ethnique des agents économiques joue un rôle prépondérant dans les relations que ceux-ci établissent entre eux. Afin de confirmer ou d'infirmer l'hypothèse de la « prévalence de l'appartenance ethnique », il convient de considérer le groupe des commerçants originaires de Wenzhou en France et d'analyser leur organisation entrepreneuriale (chapitre 4). Nous définirons l' « entrepreneur diasporique » dans notre recherche. Nous nous poserons dès lors la question de savoir si l'insertion économique des entreprises Wenzhou en France est, ainsi que le veut le « Modèle de Wenzhou », liée à l'organisation économique issue du développement de la région de Wenzhou. Nous recherchons ici dans quelle mesure l'entrepreneuriat Wenzhou

en France se caractérise par une insertion spatiale sous forme de concentration géographique d'entreprises possédant les caractères du « Modèle de Wenzhou ». Notre enquête de terrain porte sur le parcours migratoire et professionnel des commerçants Wenzhou en France ainsi que sur leur regroupement spatial afin de caractériser l'organisation entrepreneuriale de la diaspora Wenzhou. Nous nous demanderons à ce propos quels sont les secteurs d'activité privilégiés par ces entrepreneurs en France aujourd'hui (4.1). Afin de saisir l'influence du développement de la région d'origine sur l'organisation économique de la diaspora Wenzhou en France, par l' « entremise » du « Modèle de Wenzhou », nous rechercherons les éléments qui permettent de comprendre la structuration et le renforcement actuels des activités économiques de la diaspora Wenzhou dans la région parisienne (4.2). En effet, l'entrepreneuriat chinois dans la région parisienne se caractérise par un *cluster* économique, marqué par la concentration géographique d'entreprises et par la dispersion liée à la recherche d'une clientèle extra-communautaire. L'analyse des formes de l'entrepreneuriat chinois, qui délimite des quartiers où se trouvent principalement des entreprises Wenzhou, permet de rendre compte des logiques de l'insertion spatiale de ces entreprises dans les principaux quartiers d'installations chinois (4.3). Nous comparerons à ce titre les activités économiques de la diaspora en France à celles de leur région d'origine en Chine, de manière à voir dans quelle mesure il existe une continuité entre les deux organisations économiques (France et Chine). On tentera d'y déceler les éléments économiques transnationaux qui participent à la structure du « Modèle de Wenzhou » (chapitre 5). En quoi leur développement est-il conforme au « Modèle de Wenzhou » ou au contraire distinct de ce modèle économique (5.1 et 5.2) ? En quoi les activités économiques des Wenzhou dans la région parisienne sont-elles liées ou non au développement économique de leur région natale en Chine (5.3) ? En quoi est-il particulier ou non aux personnes originaires de Wenzhou (5.4) ?

Alors, la population étudiée dans notre thèse présente une caractéristique principale : ses activités économiques s'appuient sur des réseaux migratoires. Ces réseaux permettent de répondre à des besoins financiers d'une part qui sont résolus au travers de pratiques de financement de type « informel » et à des besoins de main-d'œuvre d'autre part, en constituant un marché ethnique du travail. Ces deux aspects des réseaux migratoires contribuent à reproduire et à renforcer une organisation économique particulière. Ces réseaux se traduisent par un circuit économique ethnique qui articule les migrants, les activités et les produits. À l'échelle nationale, l'activité des migrants de Wenzhou se manifeste par une « homogénéité »[57] des produits dans la distribution et par une forte concentration commerciale dans le pays d'installation ; à l'échelle internationale, l'approvisionnement en produits s'effectue non seulement dans le pays d'origine mais aussi dans les autres pays d'installations de la diaspora Wenzhou.

[57] Le terme d'« homogénéité » ici désigne l'existence d'un sentiment d'appartenance commune entre les membres d'un groupe observable lors de la constitution d'une organisation économique de la diaspora. Les caractéristiques des différentes activités économiques présentent ainsi une forme économique de « cohérence » entre les pôles d'installation et la région d'origine ; les individus ont les caractéristiques culturelles proches (par exemple la pratique d'un dialecte spécifique) ; les relations interpersonnelles servent habituellement à la pratique de financements de type informel ; la « convergence » de la circulation de l'information (par exemple la distribution des produits ou l'approvisionnement des produits se manifeste par une « exclusivité ») appartient à un même réseau ou à une même catégorie.

La deuxième approche entend examiner l'insertion spatiale de l'organisation économique de la diaspora Wenzhou en France, ainsi que son rapport au développement économique de la région de Wenzhou en Chine, à l'aide d'un schéma d'analyse allant de la France vers la Chine (partie III). Nous analyserons comment la diaspora Wenzhou entretient des relations économiques avec le pays d'origine et mobilise un réseau « transnational » de relations économiques entre les différents pôles de fixation des migrants. En nous penchant particulièrement sur l'organisation économique, nous traiterons d'abord des « transferts migratoires » qui concernent les capitaux, les entreprises et les produits dans la région d'origine (chapitre 6). Il s'agira donc dans le projet d'identifier et d'analyser les réseaux. En tenant compte du fait que la mobilisation des capitaux issus de la diaspora se manifeste par les deux formes classiques que sont l'investissement entrepreneurial et les remises migratoires, nous rechercherons quels sont les apports de la diaspora Wenzhou au développement économique de la région d'origine. Quel rôle joue l'investissement de la diaspora dans le développement économique de la région de Wenzhou ? En quoi les remises migratoires ont-elles un poids conséquent dans le dynamisme économique de cette région (6.1) ? Ensuite, quels sont les rapports entre le crédit informel et le développement de la petite entreprise et la diaspora (6.2) ? Nous interrogerons également les liens entre la distribution de produits et les réseaux d'entrepreneurs en étudiant les modalités de la distribution des produits par les entrepreneurs Wenzhou dans la région d'origine (6.3) ? Enfin, nous ferons état de l'évolution de la politique de l'État chinois vis-à-vis de la diaspora chinoise (chapitre 7). Après un aperçu général de cette politique (7.1.), il s'agira d'analyser à l'échelle de l'administration locale de Wenzhou les mesures concrètes qui ont été prises par les autorités locales en direction de leurs « ressortissants » établis à l'étranger (7.2). Nous nous attarderons sur l'importance du rôle des associations Wenzhou d'outre-mer (7.3) et, nous mettrons enfin en lumière la manifestation d'un autre aspect d'influence sur la diaspora Wenzhou, à savoir la représentation diplomatique et les grandes entreprises internationales chinoises[58] en France (7.4).

L'hypothèse centrale qui a animé notre travail est que le développement de l'entrepreneuriat chinois issu de Wenzhou en France et le développement économique de la région de Wenzhou sont étroitement liés. Mais, nous verrons dans la conclusion générale que nous pouvons émettre une hypothèse inverse, celle de la création en France d'un modèle économique qui s'est ensuite transposé à Wenzhou à partir de la fin des années 1970.

La problématique ainsi élaborée impose de préciser les choix des méthodes que nous avons employées pour y répondre, ce que nous allons faire dans un deuxième chapitre.

[58] Ces entreprises peuvent être à capitaux publics ou privés. Par exemple l'entreprise d'alimentation de Moutai, la Banque de Chine à Paris et la société de télécommunication ZTE en France sont à capitaux publics ; l'entreprise Huawei quant à elle est à capitaux privé.

CHAPITRE 2 DECOUVRIR LES RELATIONS ENTRE LE PAYS D'INSTALLATION ET LE PAYS D'ORIGINE : METHODE D'ENQUETE

L'objet de ce chapitre est d'exposer les méthodes d'enquête utilisées dans notre recherche visant à mettre en lumière la nature et le contenu des relations entretenues entre la diaspora issue de Wenzhou et la Chine. Ce chapitre est, à cette fin, organisé en trois sections. Tout d'abord, nous présenterons les caractéristiques des lieux d'installation et de départ des migrants de Wenzhou. Ensuite, nous introduirons les méthodes d'enquête mobilisées. Enfin, nous ferons quelques observations sur la mise en œuvre de ces dernières.

Le travail de recherche s'est déroulé entre 2010 et 2015, en France et en Chine, où nous avons pu effectuer une série d'enquêtes de terrain et puiser dans les sources bibliographiques existantes. Avantagé par mes connaissances de la langue chinoise, il m'a été facile d'entrer en contact avec des migrants chinois installés en France et de communiquer avec ces derniers dans notre langue maternelle.

La réalisation de ce travail de recherche s'est divisée en plusieurs étapes. Dans un premier temps, nous avons analysé les recherches déjà effectuées sur cette thématique afin de développer nos propres connaissances de base sur la diaspora chinoise. Dans cette période d'approfondissement bibliographique, nous avons également collecté des documents dans leur version originale en langue chinoise. Dans un deuxième temps, une série d'enquêtes de terrain a été réalisée en France (2011-2015) et en Chine (octobre 2012 et août 2013). Entre autres, plus spécialement, nous avons exploité les bases de données fournies par le gouvernement local de la région de Wenzhou pour le cas de village de Sui Feng (Gouvernement de Xianyan 2006).

Dans le cadre des enquêtes de terrain, les entretiens ont concerné des Chinois originaires de la région de Wenzhou. Les sources de nature démographique et économique sur cette population (de type censitaire) étant inexistantes en France puisque le recensement ne précise pas le lieu exact d'origine mais le pays, l'essentiel des données obtenues dans le cadre de cette recherche proviennent des enquêtes menées auprès des individus que nous avons sélectionnés. Parmi les méthodes utilisées dans le cadre de nos enquêtes de terrain, nous avons procédé à des périodes d'observation, à la conduite d'entretiens semi-directifs et ouverts, puis à la passation de questionnaires. Bien que ces méthodes se soient souvent croisées dans la réalité, l'entretien semi-directif a été l'outil le plus employé dans notre travail. Une soixantaine d'entretiens a ainsi été réalisée en Chine et en France auprès de chercheurs spécialisés dans l'étude de la diaspora chinoise, d'entrepreneurs, de travailleurs et d'universitaires originaires de Wenzhou, de représentants des gouvernements locaux chinois et français chargés des affaires étrangères et de dirigeants d'associations de Wenzhou.

Nous avons utilisé le questionnaire comme méthode d'enquête auprès des commerçants d'Aubervilliers (rue Victor Hugo) et des différents usagers rencontrés dans les quartiers étudiés (Belleville et Triangle de Choisy)[59]. Les relevés de commerces se sont concentrés dans les quartiers où se situe la majorité des commerçants chinois, selon ce que nous avons pu observer lors des séjours sur le terrain : quartier « Arts et Métiers-Temple » entre le 3e et 4e arrondissement, « Sedaine-Popincourt » dans le 11e arrondissement, « Rue Montgallet » dans le 12e arrondissement, Belleville, « Triangle de Choisy » dans le 13e arrondissement et Aubervilliers (surtout rue Haie Coq).

Notre analyse s'est donc appuyée à la fois sur des méthodes qualitatives et quantitatives complémentaires pour appréhender les relations économiques, sociales et spatiales entretenues par la diaspora Wenzhou avec la Chine.

[59] Ces deux quartiers ont été étudiés dans le cadre de l'appel à projet Paris 2030 de la Mairie de Paris. COMET- Le commerce alimentaire « ethnique » entre pratiques communautaires et vivre ensemble : une comparaison de quartiers parisiens (2012-2015). L'équipe était composée de : Hadrien Dubucs (ENeC, Paris IV Sorbonne) et de Lucine Endelstein (LISST, CNRS), coordinateurs du projet, et de Marie Chabrol (Habiter le Monde, Université de Picardie), Martine Cohen (Groupe Sociétés, Religions, Laïcités - GSRL, CNRS), Anthony Goreau-Ponceaud (Aménagement, Développement, Environnement, Santé et Sociétés - ADESS, Université de Bordeaux), Zhipeng Li (Migrinter, Université de Poitiers), Emmanuel Ma Mung (Migrinter, CNRS) et de Lamia Missaoui (Professions, Institutions, Temporalités - Printemps, Université de Saint Quentin en Yvelines).

2.1 La présence des commerçants chinois en région parisienne et leurs lieux de départ

Avec l'objectif d'éclairer les relations entretenues entre la diaspora Wenzhou et la Chine, nous mettons en lumière les principales caractéristiques des lieux d'installation et de départ des migrants. Nous expliquerons en particulier le contexte historique de ces espaces, puis les raisons de leur choix. Nous compléterons cette description par des données recueillies lors de nos enquêtes de terrain menées dans ces deux lieux.

2.1.1 Lieux d'installation dans la région parisienne

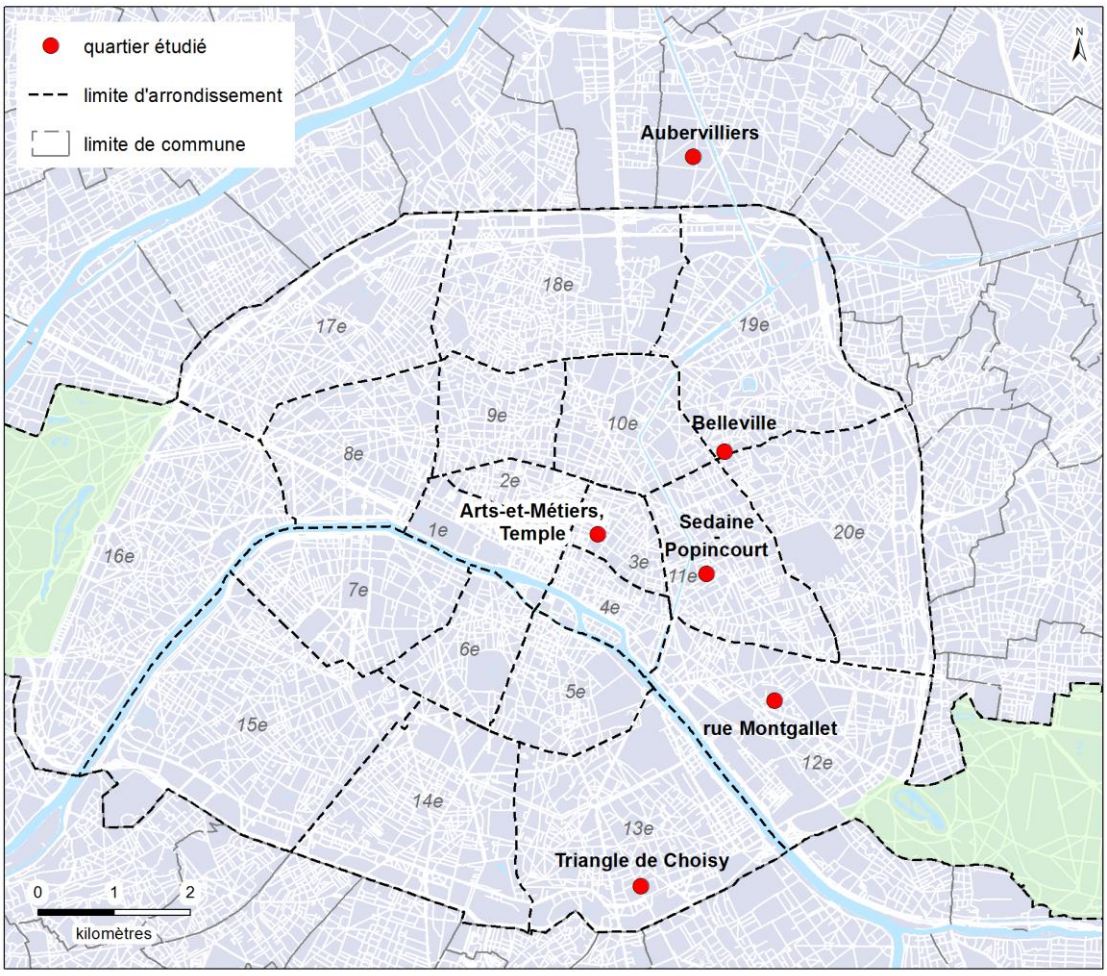
La délimitation des espaces étudiés

Dans la région parisienne, la localisation des commerces chinois se distinguent selon qu'elle est marquée par une « forte concentration » ou une « grande dispersion » (Ma Mung et Simon 1990). La « forte concentration » correspond aux quelques quartiers où se retrouve la majorité des magasins chinois, tels que le quartier « Arts et Métiers-Temple » (entre les 3e et 4e arrondissements), le quartier « Sedaine-Popincourt » dans le 11e arrondissement, les entrepôts d'« Aubervilliers », le quartier « Belleville » (à cheval sur les 10e ,11e ,19e et 20e), le quartier « Triangle de Choisy » dans le 13e arrondissement, et la « Rue Montgallet » dans le 12e arrondissement. Il faut ajouter encore les autres concentrations de commerces chinois comme le quartier « Place de Torcy » dans le 18e arrondissement, la « Rue de Joinville » dans le 19e arrondissement, le quartier d'implantation principale de commerces chinois dans les villes de Torcy et de Lognes, dans la nouvelle ville de Marne-la-Valée en Seine et Marne. La « grande dispersion » évoque quant à elle la présence de magasins chinois (souvent la restauration) dans l'ensemble du territoire. Comme Ma Mung et Simon (1990, p87) l'ont expliqué à propos de la situation dans les années 1980 : « […] deux types de localisation se dégagent nettement : concentration très sensible dans le quartier Arts et Métiers-Temple […], diffusion très large dans le reste de l'ensemble parisien avec un niveau élevé de dispersion. Pratiquement tous les quartiers (au sens administratif) enregistrent la présence d'un ou plusieurs commerces asiatiques. […] Si la concentration est parfois très élevée et spectaculaire dans certains quartiers parisiens ce n'est pourtant pas la forme de localisation qui domine […] La dispersion traduit la recherche d'une clientèle extra-communautaire et la forme de commerces pratiquée est le plus souvent la restauration ». De ce fait, il est à souligner que c'est impossible de dénombrer tous les établissements chinois de « grande dispersion ». Il n'y a aucune statistique officielle sur ce point, ni même d'information dans les recherches existantes.

Nous focaliserons notre recherche sur les quartiers de forte concentration en commerces chinois, notamment parce que dans ce cas il est possible de dénombrer les commerces chinois et de délimiter les espaces étudiés. Au travers des éléments visibles (comme l'enseigne commerciale, les produits commercialisés, la clientèle, la décoration intérieure) et invisibles (parcours migratoire et professionnel), nous pouvons identifier les commerces chinois et révéler les stratégies économiques et spatiales suivies. Mais précisons bien que les commerces chinois dans les zones de forte concentration ne

représentent qu'une partie des commerces chinois, et rappelons que tous les commerçants chinois ne sont pas des commerçants Wenzhou[60].

Carte 4 Localisation des principaux quartiers chinois étudiés dans la région parisienne



Source : Enquête personnelle, 2012 - Fond de carte : APUR 2016
Conception : Zhipeng Li - Réalisation : Nelly Martin, Migrinter UMR 7301 CNRS / Université de Poitiers, décembre 2016

Notre enquête de terrain a débuté officiellement dans le quartier chinois « Arts et Métiers-Temple » en novembre 2011, à la suite de l'invitation d'un commerçant de Wenzhou rencontré à Poitiers. Parmi les quartiers de forte concentration de commerces chinois dans la région parisienne, nous ne proposons que six quartiers d'étude (voir carte 4) : le quartier Arts et Métier-Temple qui est le plus ancien lieu d'implantation commerciale chinoise se caractérise par la prospérité du commerce traditionnel de grossistes en maroquinerie en tant que centre d'approvisionnement ; le quartier de Sedaine Popincourt et le quartier d'Aubervilliers qui se sont développés depuis la fin années 1990, et représentent le nouveau phénomène de l'expansion du commerce en gros d'importation surtout dans les secteurs du prêt-à-porter ; le quartier Triangle de Choisy [61] qui se caractérise par la présence de commerçants chinois d'Asie du Sud-Est

[60] Il existe aussi d'autres commerçants chinois (non Wenzhou), notamment ceux originaires d'Asie du Sud-Est (ex : Chaozhou), ainsi que d'autres régions de Chine.
[61] Nous reprenons ici la formulation du titre de Michelle Guillon et Isabelle Taboada-Léonetti (1986), Le triangle de Choisy : un quartier chinois à Paris, Paris, CEIM ; L'Harmattan.

issus d'une vague d'arrivée de réfugiés indochinois dans les années 1970 ; Belleville qui est un vieux quartier d'immigration marqué aujourd'hui par la présence non seulement de commerces chinois mais aussi maghrébins, juifs et musulmans ; enfin la « Rue Montgallet » qui est caractérisée par une quasi exclusivité de la commercialisation des produits informatiques essentiellement exercée par des commerçants chinois. Le choix des quartiers étudiés a été également influencé, d'une part, par les informations qui nous ont été données par les migrants originaires de Wenzhou ; d'autre part, par les résultats des recherches existantes sur la répartition des migrants originaires de Wenzhou en France (Béja et Wang C. 1999; Wang C. 2000; Poissons 2004; Gao et Poisson 2005; Pribetich 2005; Auguin 2009). Il a ainsi été possible de cerner deux quartiers traditionnels d'installation des migrants originaires de Wenzhou (Arts et Métiers-Temple, Belleville) et un quartier reposant principalement sur le commerce des Chinois du Sud-Est asiatique, le « Triangle de Choisy » dans le 13e. Nous avons également pu identifier deux nouveaux quartiers (Sedaine-Popincourt dans le 11e et Aubervilliers) où se sont installés principalement des grossistes chinois, majoritairement originaires de Wenzhou, spécialisés dans certains secteurs de commerce d'importation (confection, maroquinerie, bijouterie de fantaisie, *etc.*), et un autre nouveau quartier « Rue Montgallet » dans le 12e arrondissement spécialisé dans le secteur des produits informatiques.

Nous avons introduit dans l'étude le quartier « Triangle de Choisy », malgré le fait qu'on n'y trouve pas une majorité des commerçants chinois originaires de Wenzhou. D'une part, ce quartier joue toujours un rôle important dans le contexte économique de l'immigration de personnes d'origine chinoise. Son étude permet ainsi de contextualiser l'histoire de l'immigration chinoise en France et de montrer l'existence de différents groupes de migrants chinois. L'examen, même succinct, du quartier « Triangle de Choisy » permet, autrement dit, d'avoir une vue d'ensemble sur l'implantation du commerce chinois dans la région parisienne. D'autre part, d'autres motifs expliquent pourquoi nous avons choisi d'introduire la présentation du quartier « Triangle de Choisy », mais pas celle d'autres zones de concentration de commerces chinois comme la rue de Torcy ou la rue de Joinville ou encore les villes de Marne-la-Vallée, Torcy ou Lognes. En premier lieu, Ma Mung et Simon (1990) ont déjà montré l'importance de l'implantation du commerce chinois dans ce quartier dans les années 1980 et il était ainsi possible de retracer l'évolution du commerce chinois entre les années 1980 et 2010. En effet, si nous traçons l'évolution des commerces chinois entre 1980 et 2010, cela permet d'acquérir une vision générale du développement rapide des commerces chinois, ainsi que les lieux où ont émergé les nouveaux quartiers de concentration des commerces chinois au cours de ces dernières années dans la région parisienne. Ensuite, il est important de souligner qu'il est impossible d'isoler les différents groupes migrants composant la diaspora chinoise. Cette dernière est caractérisée par une entité économique et sociale dans la dispersion. Afin d'étudier les activités économiques des migrants Wenzhou sur le plan spatial, nous devons dans un premier temps nous pencher sur les quartiers d'implantation principale des commerces chinois pour obtenir une vue d'ensemble. Par la suite, nous pouvons identifier les quartiers où sont concentrés des commerçants chinois de Wenzhou, et d'ailleurs. C'est pour ces raisons que les quartiers « Triangle de Choisy » et la « Rue Mongtallet » apparaissent dans notre étude. Par ailleurs, comme mentionné précédemment (cf.1.1.1), la diaspora chinoise comprend plusieurs

diasporas pour former ce que l'on appelle une inter-diaspora, en référence aux réseaux intra-groupes (entre groupes de migrants chinois) que l'on analyse à partir d'une approche de « deuxième niveau ». Quand nous étudions la diaspora chinoise issue de Wenzhou, il est nécessaire d'abord de saisir les activités économiques de la diaspora chinoise dans son ensemble. Notre terrain prend donc aussi en considération les lieux de commerçants des Chinois d'Asie du Sud-Est ou d'ailleurs.

Le quarter « Triangle de Choisy » se caractérise par la forte concentration de commerces chinois d'Asie du Sud-Est depuis les années 1980, par l'importance de leur volume d'affaire et par leur rôle dans le développement du quartier (Guillon et Taboada-Leonetti 1986). Comme nous l'avons vu, la diaspora chinoise en France est constituée de deux groupes principaux qui ont une histoire migratoire différente. Le choix de ce quartier nous permet aussi de mesurer la répartition de concentration des établissements commerciaux chinois de Wenzhou dans la région parisienne, par rapport à la répartition d'implantions principale des commerçants chinoise en provenance d'Asie du Sud-Est. Nous allons évoquer d'une part les anciens quartiers d'installation de la diaspora chinoise, et d'autre part les quartiers récents d'installation.

Quartiers anciens d'installation de la diaspora chinoise

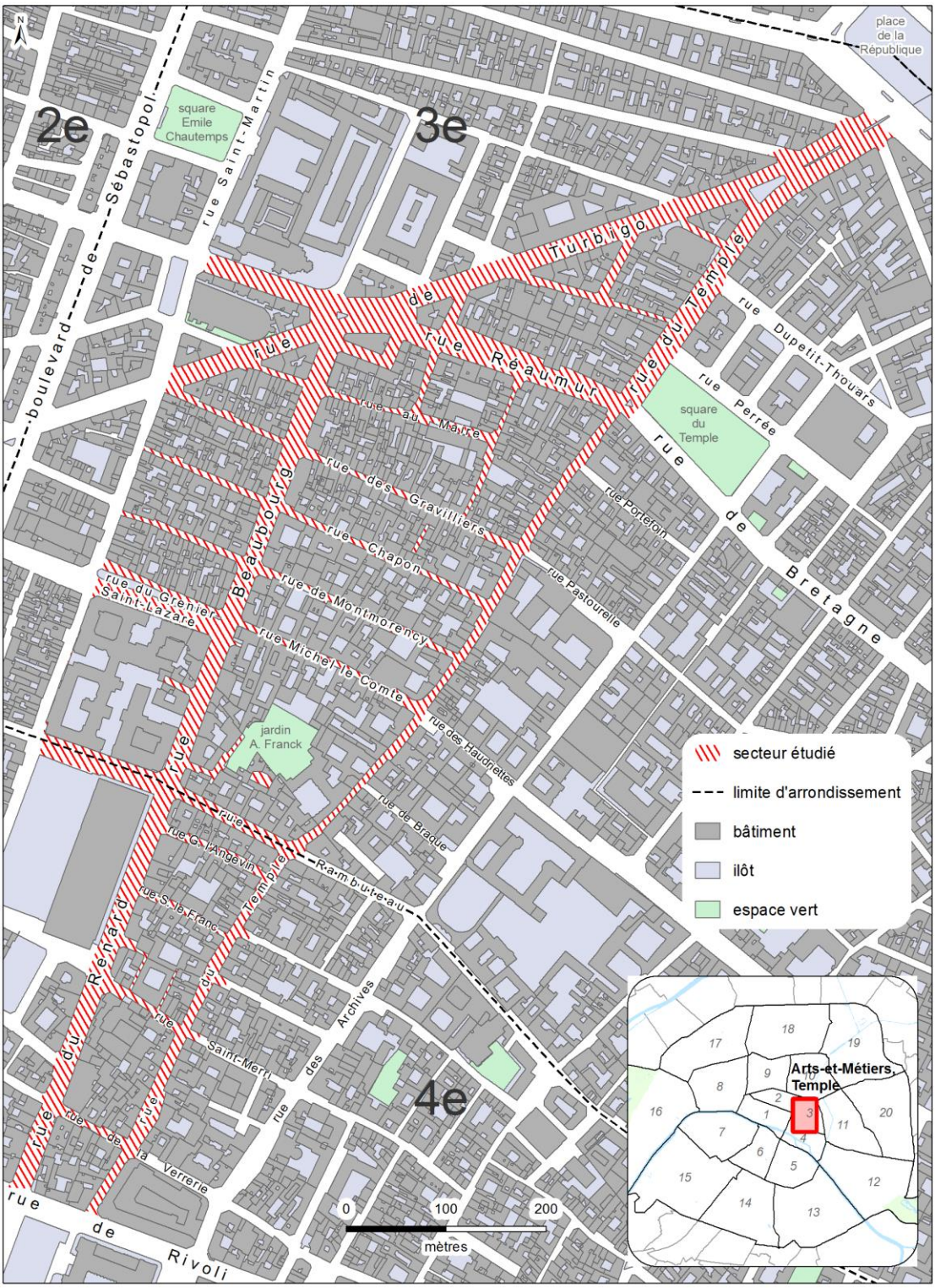
Arts et Métiers-Temple : le berceau de la diaspora issue de Wenzhou installée en France

Anciennement point d'ancrage d'une population constituée de migrants internes (normands, auvergnats, bretons…) et migrants internationaux (population juive d'Europe centrale et orientale, Italiens, Maghrébins), le quartier Arts et Métiers-Temple était, dans la première moitié du 20e siècle, un quartier d'artisans et de commerçants grossistes. Ce quartier avait une tradition ancienne colporteurs ou de commerçants sédentaires. Ces commerçants chinois sont originaires de la région de Wenzhou (Wenzhou et Qingtian). Ils ont une longue tradition migratoire et commerçante (Ma Mung et Simon 1990). Les premiers établissements asiatiques ont vu le jour dans ce quartier dans les années 1920-1930 (Live 1992). La majorité des commerçants était originaire de Qingtian et de Wenzhou. Au cours des années 1950 -1960, les commerçants de Wenzhou se sont installés d'abord dans la rue au Maire, la rue des Gravilliers et la rue Chapon, dans les sections comprises entre la rue Beaubourg et la rue du Temple. Ils se sont ensuite étendus dans la rue du Temple en direction de l'Hôtel de Ville et dans le haut de la rue Beaubourg. Un noyau central a été formé autour des rues Turbigo, Temple, Montmorency et Saint-Martin, et l'on retrouve désormais dans la rue du Temple une forte densité de commerces asiatiques (voir carte 5). Le quartier Arts et Métiers-Temple a été délimité en utilisant comme principal critère la densité des commerces tenus par les Chinois[62]. Ce que nous avons déterminé en pratique grâce aux enseignes commerciales, au contenu des vitrines, aux personnes présentes dans les locaux commerciaux et aux

[62] Nous avons repris la méthode de Michelle Guillon et Isabelle Taboada-Leonetti (1986, p17-18) qu'elles ont utilisée pour délimiter le Triangle de Choisy : : « Il a été délimité en utilisant comme principale critère la densité des commerces tenus par des Asiatiques. C'est dans ce périmètre que la présence asiatique est le plus lisible dans le paysage urbain : enseignes des commerces, affiches, mais aussi appropriation de l'espace piétonnier par des groupes d'asiatique qui s'y promènent, s'y arrêtent pour bavarder... ».

relevés de commerces que nous avons effectué. Nous avons également utilisé cette méthode pour délimiter les autres quartiers étudiés.

Carte 5 Localisation des commerces chinois dans le quartier Arts et Métiers-Temple



Source : Enquête personnelle, 2012 - Fond de carte : APUR 2016
Conception : Zhipeng Li - Réalisation : Nelly Martin, Migrinter UMR 7301 CNRS / Université de Poitiers, décembre 2016

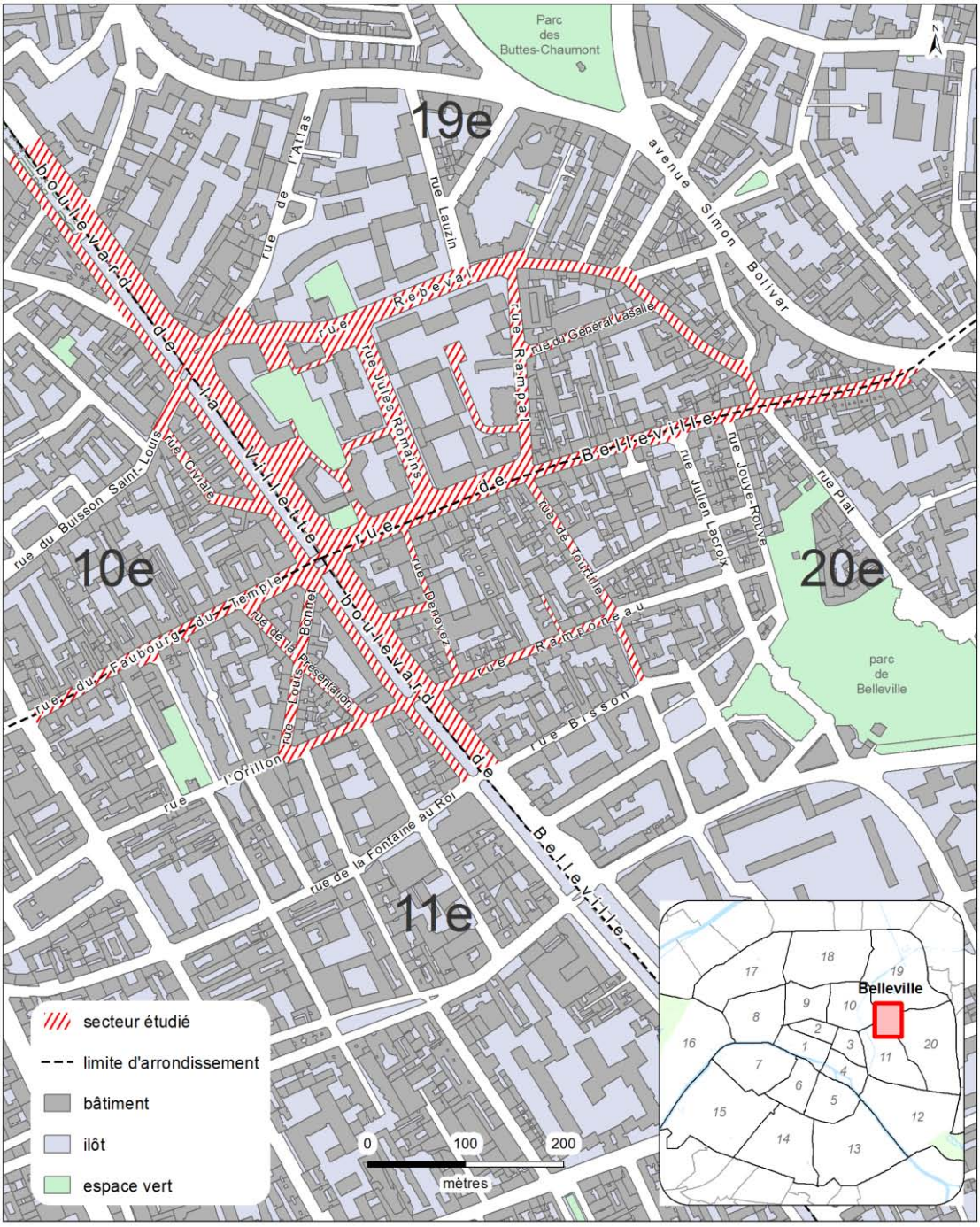
Parmi les activités commerciales qui se sont développées dans ce quartier, nous trouvons le commerce de gros, lié généralement aux activités artisanales et aux petites industries essentiellement métallurgiques et mécaniques, l'artisanat horloger et la fabrication de produits de maroquinerie jusque dans les années 1980 (Ma Mung et Simon 1990). Les activités artisanales se sont organisées autour de plusieurs pôles (bimbeloterie, articles de Paris, joaillerie, orfèvrerie, horlogerie, bijouterie semi-précieuse et de fantaisie ; confection ; maroquinerie) et se sont appuyées sur un réseau très dense « d'ateliers en étage », expression signifiant la présence des ateliers de fabrication des produits dans le même lieu que le point de vente. Dans les années 1970-1980, les petites industries ont disparu ainsi que de nombreux ateliers artisanaux. Divers secteurs d'activités se sont par la suite développés de façon sélective. Ainsi, il existe aujourd'hui trois principaux domaines d'activités : la bijouterie de fantaisie et semi-précieuse, la maroquinerie et, dans une moindre mesure, la confection. Il est à souligner que dans le secteur de la maroquinerie, ce sont les commerçants juifs qui dominaient dans ce domaine jusqu'à la Seconde Guerre mondiale. Les commerçants de Wenzhou se sont progressivement appropriés ce secteur, en proposant à la clientèle des produits bas de gamme ou de milieu de gamme. Bien que le commerce de gros dans la maroquinerie tenu par les commerçants de Wenzhou ait connu une forte concurrence avec d'autres distributeurs, les Chinois de Wenzhou ont tout de même eu le quasi-monopole de ce secteur au cours des années 1980-1990 (*ibid.*).

Belleville : un second Wenzhou

Belleville, que l'on appelle en chinois « Meilicheng, 美丽城 »[63] signifiant littéralement une « belle ville » comme la deuxième « rue de Wenzhou » à Paris, est un quartier « hybride », qui a progressivement laissé place aux Chinois de Wenzhou. Du point de vue de la diaspora Wenzhou, l'on fait même référence à ce quartier comme la seconde ville des Wenzhou par rapport à leur région d'origine. Ce quartier mixte, regroupant des Chinois, des Maghrébins, des Africains et des Français, est devenu un terrain d'étude à la suite des conseils des migrants de Wenzhou rencontrés dans le quartier « Arts et Métiers-Temple ».

[63] *Meilicheng 美丽城* : *Meili 美丽* signifie « Belle », *Cheng 城* signifie « Ville ».

Carte 6 Localisation des commerces chinois de Belleville



Source : Enquête personnelle, 2012 - Fond de carte : APUR 2016
Conception : Zhipeng Li - Réalisation : Nelly Martin, Migrinter UMR 7301 CNRS / Université de Poitiers, décembre 2016

Autrefois marqué par une forte présence commerciale maghrébine [64], majoritairement juive mais aussi musulmane, les commerces asiatiques se sont implantés dans le quartier de Belleville à partir des années 1980. Il s'agit de Chinois réfugiés de

[64] Selon Nelly Robin (1994, p149), à Paris, les maghrébins sont les plus concentrés et sont ceux dont ka répartition coïncide le mieux avec leur condition professionnelle et sociale. Ainsi, ils représentent plus de 7% de la population dans les quatre arrondissements de l'est et du nord-est : 18e arrondissement où ils sont près de la moitié des étrangers de l'arrondissement ; 19e, 10e et 11e, au total plus de 40%.

l'Asie du Sud-Est et principalement originaires du Cambodge. Dans les années 1990, les Chinois de Wenzhou rachètent des magasins à des Chinois d'Asie du Sud-Est ou à d'autres commerçants et deviennent majoritaires dans certaines parties du quartier. Parallèlement à leur installation commerciale dans ce quartier, nous observons également leur installation résidentielle. Belleville connaît un rayonnement important sur le plan de l'achalandage qui va bien au-delà du quartier. Il attire également une clientèle non-asiatique à la recherche d'aliments exotiques. Belleville est devenue dans les années 2000 un important centre de rencontre et de déambulation. Ce quartier est particulièrement animé le samedi et le dimanche.

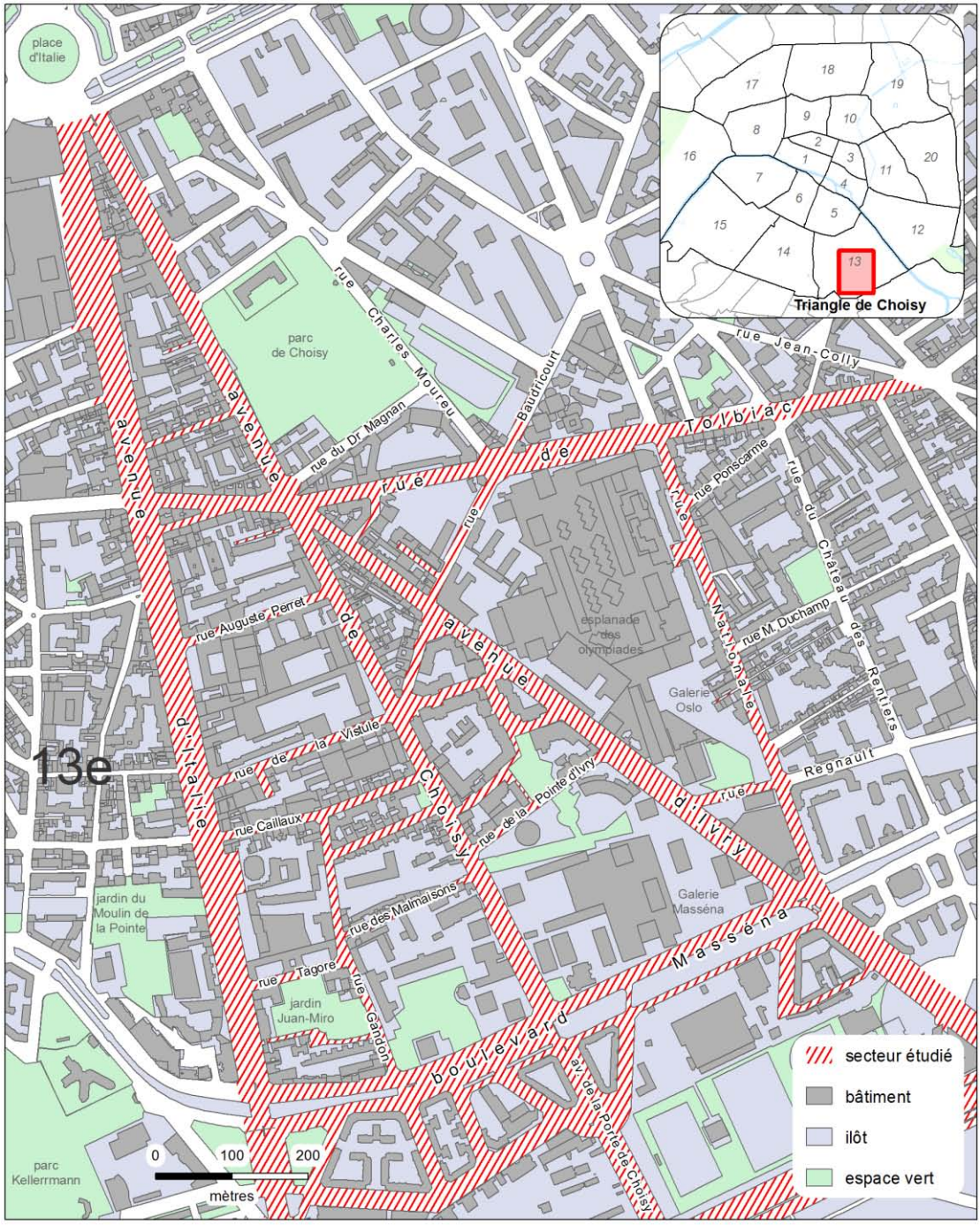
Le quartier étudié (voir carte 6) de Belleville étudié est formé principalement du bas de la rue de Belleville, de la rue Rampal, de la rue de Rébéval et du boulevard de la Villette. Il se prolonge vers le sud par la rue Civial et adjacente au boulevard de la Villette, la rue de la Présentation et la rue Louis-Bonnet.

Le « Triangle de Choisy » : le « Chinatown » de Paris

Pour tous les Chinois de France ainsi qu'en Chine, le 13^{e} arrondissement de Paris reflète une image du quartier « chinois » à Paris. Le quartier « Triangle de Choisy », avec ses grandes tours, évoque dans les esprits, un « Chinatown ». Il se compose de deux artères principales, l'avenue d'Ivry et l'avenue de Choisy, auxquelles s'ajoutent d'autres petites rues (la Pointe d'Ivry, Simone Weil, Baudricourt, *etc.*). Pour notre travail au sein du quartier « Triangle de Choisy », nous nous sommes concentré sur la rue d'Ivry et la rue de Choisy, ainsi que sur les avenues entre la rue de Tolbiac et le Boulevard Masséna (voir carte 7).

Michelle Guillon et Isabelle Taboada (1986) ont évoqué dans leurs travaux la constitution du quartier du Triangle de Choisy. Les commerces que l'on y trouve sont majoritairement tenus par des Chinois provenant d'Asie du Sud-Est, bien qu'aujourd'hui nous y retrouvions quelques Chinois de Wenzhou. Le quartier est devenu le symbole de la présence chinoise à Paris, rôle largement relayé par les médias. Sur le plan de la cohabitation, nous avons essayé de vérifier s'il s'y était produit d'importants changements par rapport à la situation que décrivaient les deux auteures dans les années 1980.

Carte 7 Localisation des commerces chinois de Triangle de Choisy



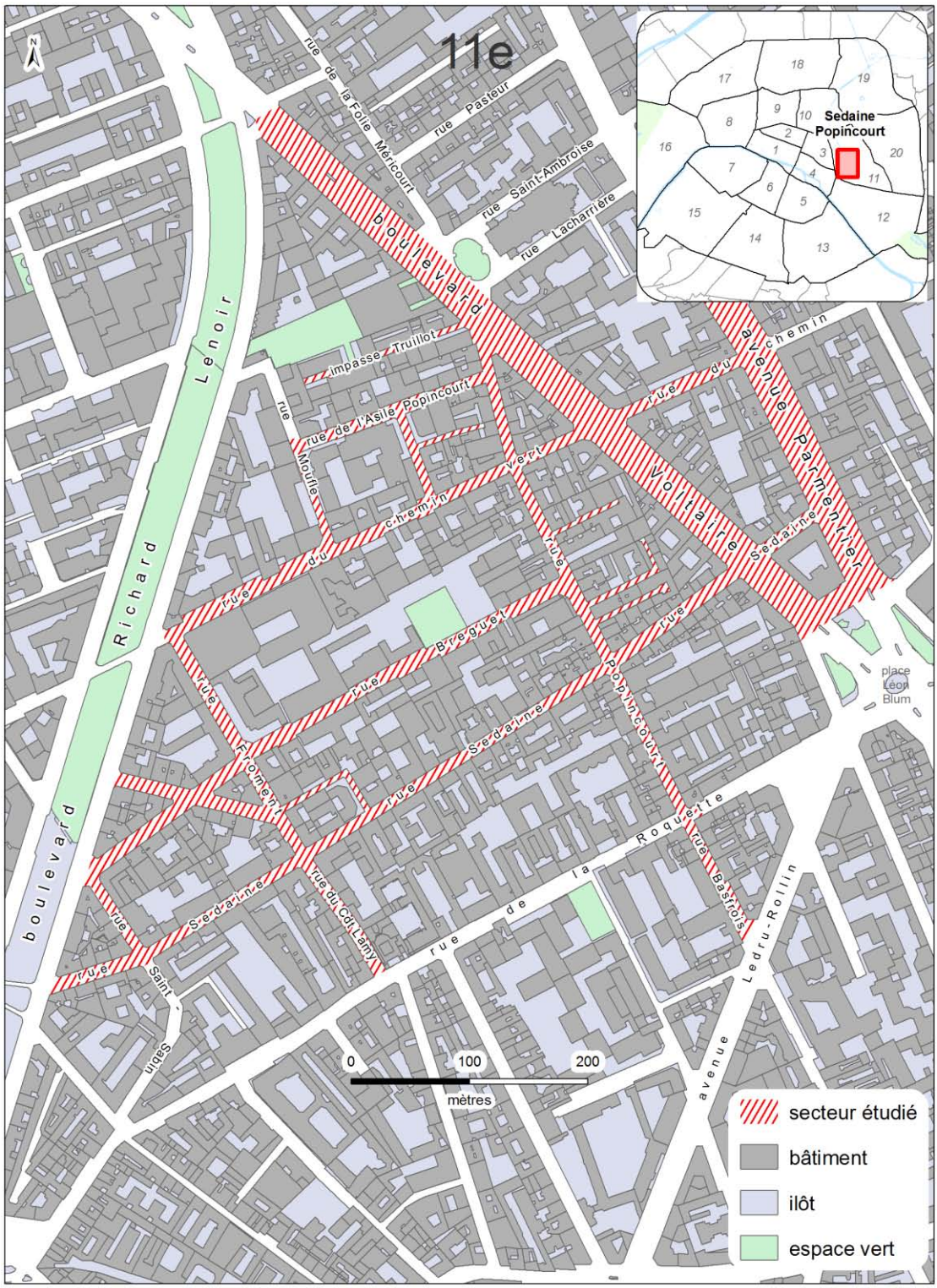
Source : Enquête personnelle, 2012 - Fond de carte : APUR 2016
Conception : Zhipeng Li - Réalisation : Nelly Martin, Migrinter UMR 7301 CNRS / Université de Poitiers, décembre 2016

Nos relevés de commerces effectués dans le quartier « Triangle de Choisy » confirment qu'il existe toujours une concentration importante de commerces asiatiques, majoritairement chinois du sud-est asiatique, autour de l'avenue de Choisy et d'Ivry. Partant de ce constat, nous avons ensuite sélectionné trois pôles afin de distribuer nos questionnaires pour les usagers : au carrefour de l'avenue de Choisy, d'Ivry et de la rue de Tolbiac, devant le restaurant Mac Donald's et devant le supermarché Paris Store.

Les nouveaux quartiers chinois

Quartier « Sedaine-Popincourt » : grossistes chinois dans le secteur de la confection

Carte 8 Localisation des commerces chinois de Sedaine-Popincourt



Source : Enquête personnelle, 2012 - Fond de carte : APUR 2016
Conception : Zhipeng Li - Réalisation : Nelly Martin, Migrinter UMR 7301 CNRS / Université de Poitiers, décembre 2016

Le quartier « Sedaine-Popincourt » se trouve dans le 11e arrondissement et est formé principalement des rues Sedaine, Chemin-vert, Popincourt, et du boulevard Voltaire, ainsi que d'autres petites avenues. Comme Justine Pribetich (2005, p84) nous l'indique « Seuls des grossistes chinois, spécialisés dans le textile, occupent les pas-de-porte afin d'y effectuer leur activité professionnelle ».

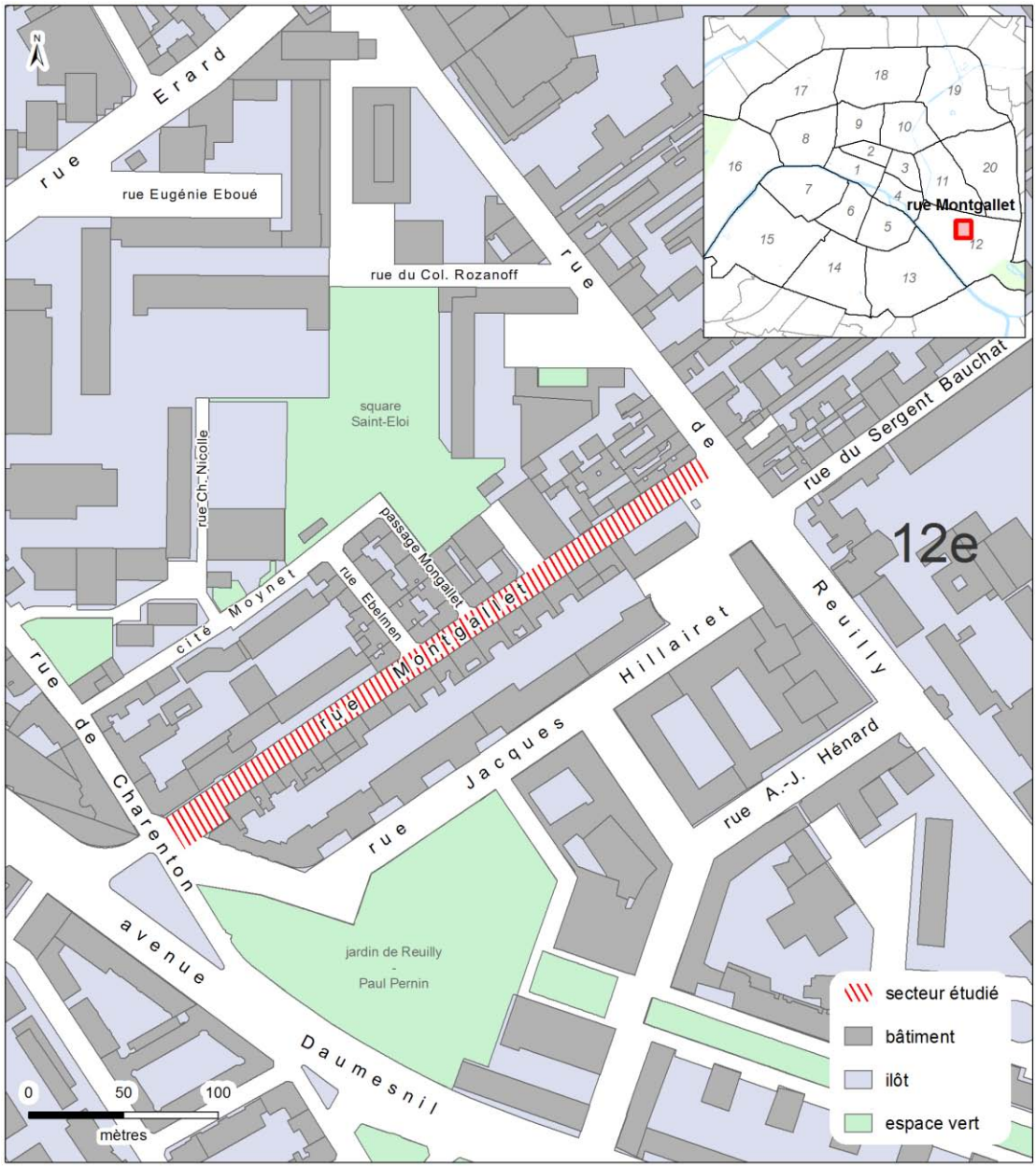
Le quartier Sedaine-Popincourt (voir carte 8)[65] est, en effet, devenu, depuis une vingtaine d'années, un des principaux lieux d'implantation à Paris des commerçants chinois majoritairement originaires de Wenzhou. Le début de l'installation des commerces chinois dans le quartier Sedaine Popincourt remonte au début des années 1990. Historiquement, ce quartier connaît une dynamique marchande déterminée par divers courants migratoires. Il connut ainsi, entre les deux guerres, l'installation de 3 000 juifs d'Istanbul chassés de Turquie et qui développèrent le commerce du blanc et du linge de table. Dans les années 1960, ces migrants sont devenus grossistes en textile en association avec des juifs pieds noirs arrivés à l'issue de la guerre d'Algérie (Benveniste 1989 cité par Pribetich 2005). « L'implantation de cette activité commerciale au sein de ce quartier est donc bien antérieure à la mono-activité du début du XXIe siècle, dont les Wenzhou sont les principaux acteurs. Le rachat successif des boutiques par ces migrants, animés par une volonté d'ascension sociale, a progressivement supplanté le tissu commercial existant à l'époque » (Pribetich 2005, p86).

Aujourd'hui, pendant nos recherches de terrain, nous avons pu observer que ce quartier se développe toujours rapidement, surtout dans le domaine des grossistes dans le secteur de la confection. On y dénombre 388 commerces de gros (habillement et chaussures) tenus par des Chinois (principalement des commerçants de Wenzhou) (Relevés des commerces, 2012).

[65] Justine Pribetich n'a pas précisé la localisation du quartier « Sedaine Popincourt », mais nous délimitons le quartier étudié par l'observation de relevés de commerces comme nous l'avons fait pour le quartier Arts et Métiers- Temple.

« Rue Montgallet » : matériel informatique

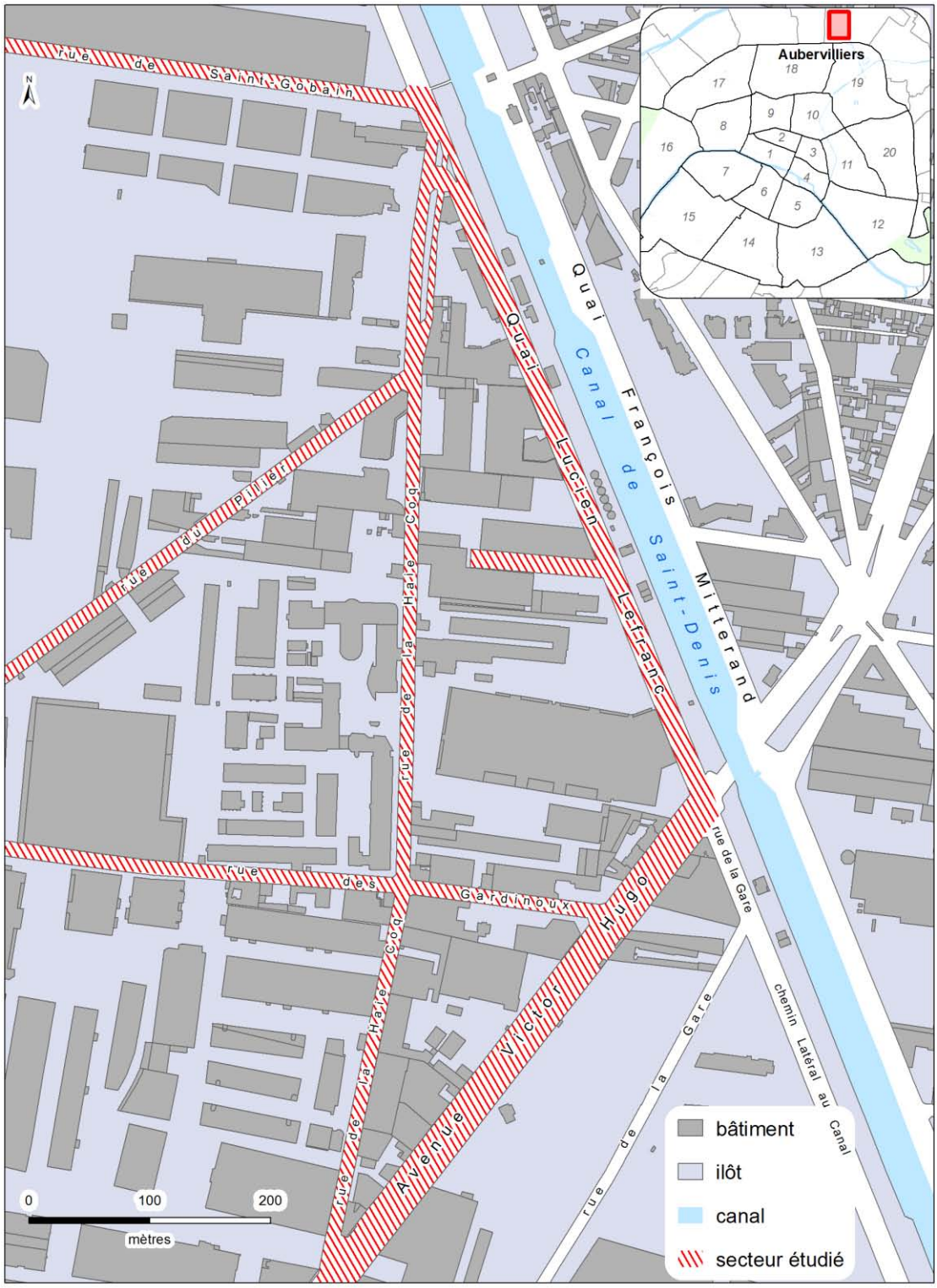
Carte 9 Localisation des commerces chinois de la « Rue Mongallet »



Source : Enquête personnelle, 2012 - Fond de carte : APUR 2016
Conception : Zhipeng Li - Réalisation : Nelly Martin, Migrinter UMR 7301 CNRS / Université de Poitiers, décembre 2016

La « rue Montgallet » (voir carte 9) située dans le 12e arrondissement, est caractérisée par une forte densité des magasins informatiques tenus quasi-exclusivement par des Chinois. Cette rue représente un centre de la vente du matériel informatique de Paris. Selon notre relevé des commerces effectué dans ce quartier en avril 2012, 37 des 40 magasins de ce type sont tenus par des Chinois (principalement originaires d'Asie du Sud-Est, peu de Wenzhou) (Relevés des commerces, 2012).

Carte 10 Localisation des commerces chinois d'Aubervilliers



Source : Enquête personnelle, 2012 - Fond de carte : APUR 2016
Conception : Zhipeng Li - Réalisation : Nelly Martin, Migrinter UMR 7301 CNRS / Université de Poitiers, décembre 2016

Aubervilliers, située au nord-est de Paris en bordure du périphérique, est aujourd'hui réputée comme étant le centre des « grossistes chinois » (Trémon 2012; Ma Mung et Li 2012; Chuang 2015). Du point de vue des Chinois, ce quartier est considéré comme un autre point d'ancrage des Chinois de Wenzhou dans la région parisienne. Leur activité commerciale s'organise principalement autour de l'importation de produits de confection, de chaussures, de bijouterie de fantaisie, de maroquinerie et d'accessoires de mode. Selon notre enquête de terrain, ce territoire d'environnement commercial couvre la rue de la Haie Coq, le Centre international franco-asiatique (CIFA), l'avenue Victor Hugo et le quai Lucien Lefranc (voir carte 10). Dans ce secteur étudié, ces magasins sont non exclusivement mais majoritairement tenus par des Chinois de Wenzhou.

L'article d'Anne-Christine Trémon (2012) nous donne une image historique de ce quartier[66]. Ainsi, la ville d'Aubervilliers dispose d'avantages historiques, notamment pour ce qui est de l'existence des bâtiments d'entrepôts et d'infrastructure. Par exemple, la société Eurasia, créée en 1993 par Monsieur Huang Xuesheng et sa famille, est l'une des principales clientes de l'ICADE[67] et gère les bâtiments loués par les commerçants chinois depuis les années 1990.

Selon notre enquête de 2013, une des raisons importantes pour laquelle les commerçants chinois s'y installent est que le loyer y est moins cher[68]. Ainsi, les commerçants qui souhaitent y mener leurs activités doivent inévitablement louer une parcelle à des intermédiaires, clients de l'ICADE.

Notre choix s'est arrêté sur ces quartiers, car nous y avons remarqué un quasi-monopole des commerces tenus par des Chinois. Ces trois nouveaux quartiers ont également connu de nouveaux secteurs d'activités commerciales.

[66] L'ICADE occupe une partie de l'ancien site des Entrepôts et Magasins Généraux de Paris (EMGP). Au 17e siècle, on y trouvait une industrie du commerce de gros, associée à une activité de réexportation. Au 19e siècle, plusieurs dynamiques se mettent en place pour donner à Paris un rôle économique prépondérant, et les EMGP en sont un des principaux outils (Backouche 2006 : 3-5, cité par Trémon 2012). Depuis, « la compagnie EMGP a été rebaptisée ICADE. Après son introduction en bourse en 2006, la société s'est orientée dans une stratégie de « fonciarisation » qui l'a amenée à se recentrer sur ses activités les plus rentables, c'est à dire sur le secteur de l'immobilier tertiaire (la location d'immeubles de bureaux et d'immeubles commerciaux) » (Trémon 2012).

[67] L'ICADE est l'héritière de la Société Centrale Immobilière de la Caisse des dépôts et consignations (SCIC), créée en 1954 pour permettre la construction rapide de grands ensembles de logements à vocation sociale en région parisienne (*ibid.*).

[68] (Entretien avec PXZ, le 16 avril 2013 à Aubervilliers).

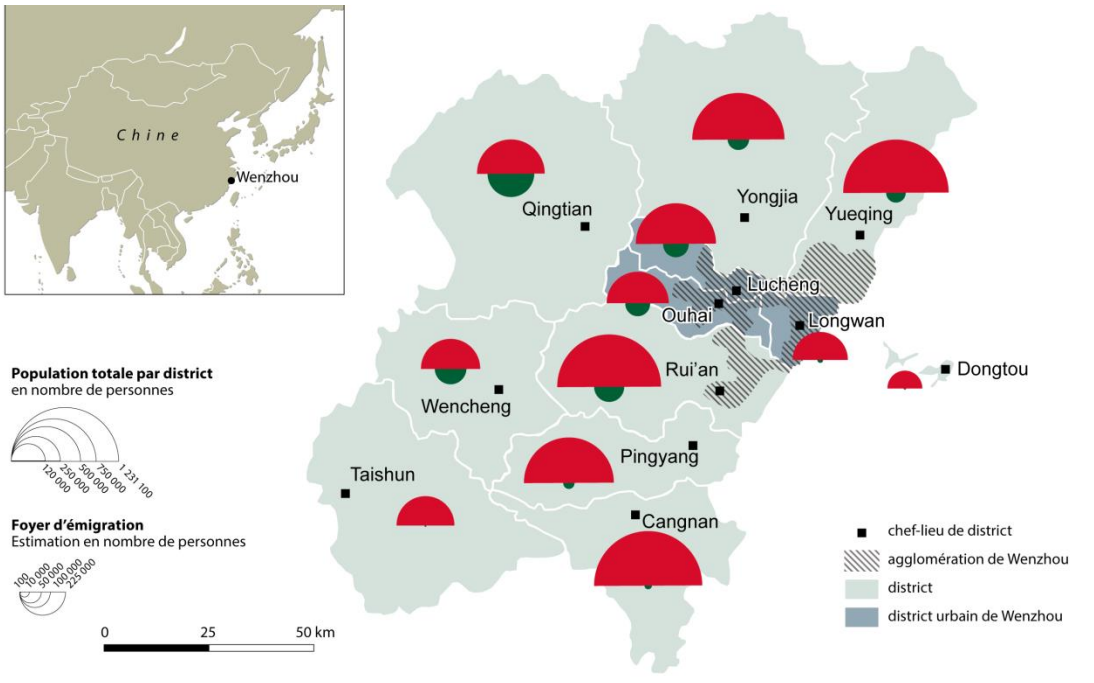
2.1.2 Lieux de départ : la région de Wenzhou

Rappelons que les circonscriptions administratives en Chine se composent de la province (*Sheng* 省), la municipalité (*Shi* 市), le district (*Xian* 县), le bourg (*Zhen* 镇) et le village (*Cun* 村)[69]. Les travaux de recherche[70] qui ont traité des foyers d'émigration des Chinois de Wenzhou en France parlent de :

- quatre districts comme Qingtian, Wencheng, Yueqing, Yongjia ;
- un district urbain dans l'agglomération de Wenzhou comme Lucheng ;
- un bourg de Li'ao dans le district urbain de Rui'an situé dans l'agglomération de Wenzhou ;
- un village de Suifeng dans le bourg de Xianyan du district urbain d'Ou'hai situé dans l'agglomération de Wenzhou.

Nous notons que cinq districts, un bourg et un village, de la région de Wenzhou, sont les principaux foyers d'émigration vers l'Europe, comme notre enquête de terrain l'a montré, puis nos recherches l'ont confirmé : proportion d'émigrants par rapport à la population enregistrée (voir carte 11).

Carte 11 Localisation des « communautés d'émigrants » de Wenzhou vers 2005-2010



[69] Voir l'annexe 1 « Administration territoriale de Chine ».
[70] (Ma Mung et Simon 1990; Live 1991b; Béja et Wang C. 1999; Wang C. et Béja 1999; Poisson 2004; Auguin 2009).

Tableau 4 Aperçu des foyers d'émigration de Wenzhou vers 2005-2010

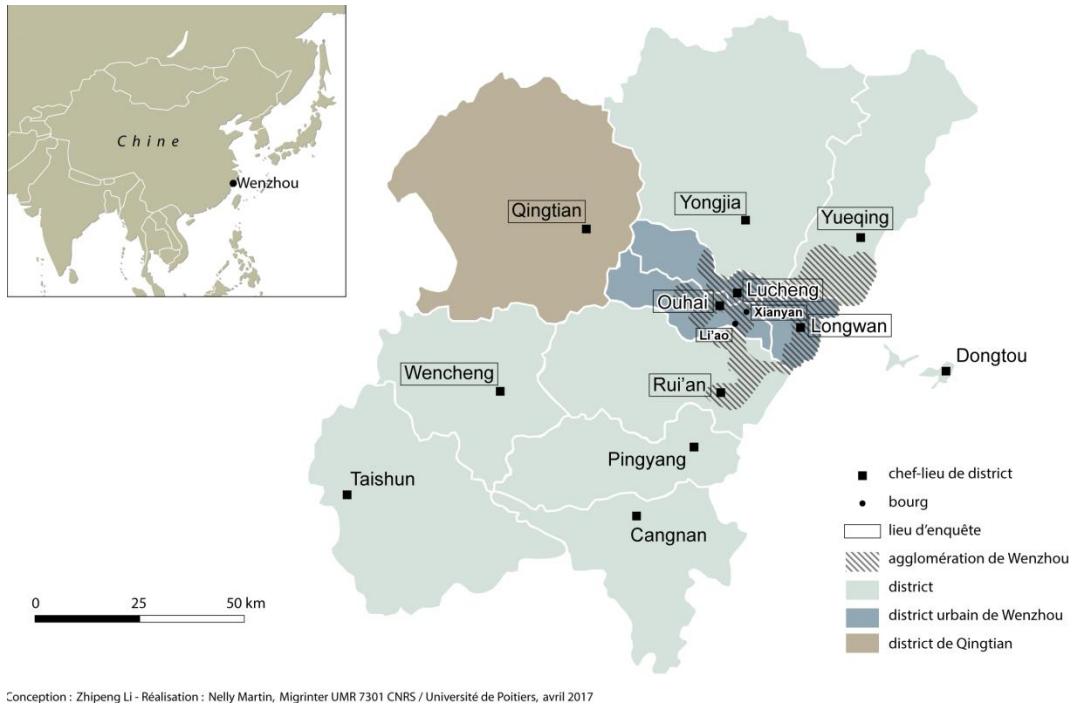
(Estimations en milliers)

Foyers d'émigration	%	émigration	population totale
Qingtian	47,06%	225	478,1
Wencheng	28,08%	102,4	364,7
Ouhai	15,45%	62	401,3
Lucheng	9,76%	65,7	673,3
Rui'an	8,08%	91,7	1134,8
Yongjia	5,15%	46	893,4
Yueqing	3,24%	37,9	1169,7
Pingyang	1,36%	11,5	848,2
Cangnan	0,39%	4,8	1231,1
Longwan	0,82%	2,6	315,5
Dongtou	0,24%	0,3	123,4
Taishun	0,03%	0,1	347,4
Total	8,66%	650	7502,8

(Sources : Bureau de statistique de Wenzhou 2005, site du gouvernement du district de Qingtian)

Dans le tableau 4, nous pouvons voir que Qingtian est le lieu le plus important d'émigration dans la région de Wenzhou. Puis viennent Wencheng, Ou'hai, Lucheng, Rui'an. Ces foyers sont aussi ceux qui ont les forts taux d'émigration par rapport à la population totale.

Carte 12 Localisation des principaux foyers d'émigration étudiés



Conception : Zhipeng Li - Réalisation : Nelly Martin, Migrinter UMR 7301 CNRS / Université de Poitiers, avril 2017

Comme nous utilisons les statistiques de données selon les différents niveaux d'administration locale de Wenzhou, nous allons présenter cinq foyers d'émigration au niveau du district, un foyer d'émigration du bourg et celui du village. Ces deux derniers sont situés dans l'agglomération de Wenzhou (voir carte 12). Nous vous rappelons qu'il ne faut pas comparer des foyers d'émigration selon les différents niveaux administratifs.

Qingtian : un des premiers foyers d'émigration des Chinois vers l'Europe

Qingtian est localisée au Sud-Est de la province du Zhejiang, à environ 60 km de l'agglomération de Wenzhou. Elle est située aux abords du fleuve Oujiang. À l'Est de Qiangtian, on trouve d'autres foyers d'émigration à l'échelle du district comme Ouhai et Yongjia puis au Sud, les districts de Wencheng et Rui'an.

La superficie du district de Qingtian est de 2 493,34 km2, pour une population enregistrée totale de 478 100 d'habitants en 2005[71] (voir tableau 4 *supra*). 89,7% de son territoire est couvert par des terrains montagneux, ce qui représente 2 228 km^2. 5% de son territoire est couvert par des rivières, des bassins et des lacs, soit environ 128 km^2. Seulement 5,3% de son territoire est couvert par la plaine, pour une superficie de 132 km^2. De ce fait, l'on se réfère souvent à l'expression « neuf montagnes, moitié eau et moitié champ » (*jiushan banshui banfen tian* 九山半水半分田) pour décrire les conditions géographiques du district de Qiangtian (Comité de rédaction pour l'histoire des Chinois d'outre-mer de Qingtian 2011; Xu W. 2010).

Qiangtian, se compose de deux caractères « Qing 青 » et « Tian 田 ». Le premier signifie « Qingzhi » (champignon de Coriolus versicolar), et le deuxième, « le champ ». L'origine de ce nom fait référence à un taoïste nommé Ye Fashan qui allait à la montagne située à un demi-kilomètre au nord de la ville pour apprendre les rituels du taoïsme. Aussi, on pouvait trouver sur ce lieu un champ (en chinois : *Tian* 田) riche en champignons de Coriolus versicolar (en chinois : *Qingzhi* 青芝). C'est la combinaison de ces deux caractères chinois « Qing » et « Tian » qui a donné le nom de Qingtian à cette montagne. Le district situé en bas de la montagne de Qingtian a également reçu le nom de « Qingtian », et porte aussi le surnom de « Zhitian » (en référence à *Qingzhi*) (Xu W. 2010, p20).

L'histoire migratoire de Qingtian remonte aux 17^e et 18^e siècles (Comité de rédaction pour l'histoire des Chinois d'outre-mer de Qingtian 2011, p5). Elle commença par le déplacement de marchands originaires de Qingtian qui traversaient la Sibérie pour aller en Europe y vendre des objets en pierre de Qingtian, spécialité et seule ressource de cette région (Xu W.2010). Sur une période de près de cent ans, plus de 220 000 habitants de Qingtian se sont dispersés dans plus de cent vingt pays, ce qui en fait un exemple étonnant de migration chinoise à cette époque (Comité de rédaction pour l'histoire des Chinois d'outre-mer de Qingtian 2011). Sur place, à Qingtian, un nombre équivalent de personnes (soit environ 220 000) composé de Guiqiao (Chinois d'outre-mer de retour) et

[71] La production de ce chiffre de la population totale est basée sur le système d'enregistrement des ménages (*huji renkou*). Par ailleurs, à la fin de l'année 2014, Qingtian dispose d'une population enregistrée totale de 535 779 d'habitant, dont la population de résidence habituelle était de 343 846 d'habitants. (Bureau des statistiques de Qingtian 2015).

de Qiaojuan (membres de familles de la diaspora), ayant été dénombré, ce district reçu l'appellation de « plus important foyer d'émigration de la province du Zhejiang » (Xu W. 2010).

Qingtian fut placée sous l'administration de Chuzhou (aujourd'hui, connue sous le nom de Lishui) depuis sa création sous la dynastie des Tang (618-907) et a maintenu des liens culturels avec les habitants de la région voisine de Wenzhou. Une partie du territoire de Qingtian est devenue, en 1948, le district rural de Wencheng (sous l'administration de la préfecture de Wenzhou aujourd'hui) et le reste a été rattaché à l'administration de Wenzhou entre 1949 et 1963 (Xu W. 2010). Compte tenu des circonstances historiques, il existe un sentiment d'appartenance réciproque au territoire de ces deux lieux. D'ailleurs, comme nous l'avons évoqué (cf. 1.2.2), la plupart des Qingtian d'outre-mer, qui savent parler le dialecte de Wenzhou, indiquent souvent qu'ils sont originaires de Wenzhou au lieu de Qingtian. En raison de la similitude de leurs dialectes[72], il est difficile de distinguer les personnes originaires de Qingtian et ceux de Wenzhou. En revanche, ces dialectes sont incompréhensibles pour les Chinois qui ne sont pas de la région de Wenzhou.

Les migrants chinois originaires de Qingtian ont également été étudiés dans notre travail de recherche. En vertu des éléments culturels et historiques précédemment mentionnés, le district rural de Qingtian est un des pôles de départ étudiés car il s'inscrit dans la région de Wenzhou. En France, selon nos observations, il n'existe pas de distinction particulière entre les habitants de Wenzhou ou de Qingtian et ils sont tous indifféremment nommés Wenzhou. En 2012, nous avons effectué un séjour de terrain à Qingtian. Nous y avons rencontré le vice-président de la Fédération des Chinois d'outre-mer de retour (*qiaolian*)[73]de Qingtian ainsi que des familles dont quelques membres ont émigré vers la France. Nous y avons mené des observations et conduit des entretiens ouverts ou semi-directifs.

Wencheng : un foyer d'émigration plus influencé par Qingtian

Wencheng, district du Sud-Est de Wenzhou, se situe à 62 kilomètres de l'agglomération de Wenzhou et à 44 kilomètres de Qingtian. En 2005, Wencheng comptait une population enregistrée de 36 47 000 habitants[74] et l'on estime que plus de 102 000 d'entre eux, soit environ 28% de la population (voir tableau 4 *supra*), auraient émigré à l'étranger pour s'établir principalement en Europe.

Lorsque l'on évoque l'histoire migratoire de Wencheng, il est nécessaire de prendre en considération l'influence du district de Qingtian. D'après le chercheur Zhang

[72] Certaines personnes de Qingtian peuvent savoir parler le « dialecte » de Wenzhou (Wang C. 2000, p20). Selon notre observation et les travaux de recherche sur les migrants Wenzhou, les Wenzhou peuvent comprendre le dialecte de Qingtian. Le dialecte Wenzhou est la « langue la plus incompréhensible » en Chine. Si les commerçants Wenzhou se parlent en dialecte, les autres Chinois non Wenzhou ne les comprennent pas. Ainsi, pour discuter entre eux, les commerçants Wenzhou n'utilisent pas le mandarin, le dialecte Wenzhou leur permettant alors de conserver « secrètement ».

[73] Voir le chapitre 7 « La consolidation de la politique diasporique de la Chine à travers l'exemple de Wenzhou ».

[74] À la fin de 2013, Wencheng comptait une population enregistrée de 395 800 habitants (*Wenzhou nianjian* 温州年鉴 *[Wenzhou Yearbook]* 2014, p90).

Zhicheng, il est impossible de trouver des archives historiques permettant de retracer les premiers mouvements d'émigration au départ de Wencheng. Toutefois, une enquête de terrain menée en 1984 par Zhang Zhicheng, nous permet de trouver la première personne qui a émigré de Wencheng, la période concernée et les raisons de sa migration. « Hu Guoheng, le premier émigrant de Wen-cheng, originaire du village de Huanghe du bourg de Yuhu , a suivi son oncle issu de Qingtian en 1905 pour aller d'abord en Europe afin de vendre des sculptures en pierre de Qingtian , puis a ensuite émigré en Argentine avec son oncle pour y vivre. » (Zhang Z. 2011, p361). Les Wencheng de Wenzhou ont donc commencé à migrer au début du 20e siècle avec les Qingtian.

Notre enquête de terrain à Wencheng s'est déroulée en 2013 et nous y avons rencontré les fonctionnaires du gouvernement local de Wenzhou et le directeur des affaires étrangères et des Chinois d'outre-mer de Wencheng, pour approfondir nos connaissances sur les mouvements d'émigration au départ de Wencheng. Puisque Wencheng, en tant que principal foyer d'émigration de la région de Wenzhou, a été étudié par de nombreux chercheurs, nous avons pu nous référer aux recherches existantes, puis y mener des observations et des entretiens semi-directifs.

Yueqing : les « élites migrantes » de Wenzhou[75]

Yueqing, district composé de 31 bourgs, regroupait en 2005 une population enregistrée de 1,16 millions d'habitants (Ni et Ye 2007). Les premiers mouvements d'émigration ont débuté en 1902 par la migration d'étudiants vers l'étranger. En 2005, selon les données disponibles, les Chinois d'outre-mer (*huaqiao huaren*) de Yueqing ont atteint près de 37 900 personnes. Yueqing est donc une communauté d'émigrants de la région de Wenzhou, principalement en ce qui concerne les bourgs de Panshi et Beibaixiang (cité par Ni et Ye 2007) dans l'agglomération de Wenzhou.

Le bourg de Panshi compte une population enregistrée de 16 500 d'habitants, dont 2 079 sont des Huaqiao (Chinois d'outre-mer), ce qui représente 12,6% de la population totale, dispersés dans 18 pays (*ibid.* : 87). Une autre communauté d'émigrants, le bourg de Beibaixiang, compte quant à lui 115 700 d'habitants, dont 3 130 Huaqiao (Chinois d'outre-mer), dispersés dans 25 pays. Au sein de ce bourg, nous trouvons le village de Guantou, connue comme le « Qiaoxiang important du bourg ». 739 de ses habitants ont émigré dans 15 pays, principalement les États-Unis, l'Italie et la France (*ibid.*).

Par ailleurs, Yueqing a attiré des capitaux issus de la diaspora Wenzhou (y compris les compatriotes de Hong Kong et Macao) tel le groupe Chint. Ils y ont fondé 70 entreprises à capitaux étrangers[76], et y ont investi plus de 133 431 000 dollars US jusqu'en 2005. De plus, selon les statistiques disponibles entre 1979 et 2003, le montant

[75] D'après l'enquête, il apparaît que l'histoire migratoire de ce foyer d'émigration est caractérisée par une forte présence d'artistes ou d'étudiants. Aujourd'hui, ce foyer concentre une grande partie des élites ayant émigré.

[76] Les entreprises à capitaux étrangers sont de trois types en Chine : les entreprises à capitaux mixtes (Joint-venture), les entreprises contractuelles et les entreprises à capitaux exclusivement étrangères (Louapre et Salvador 1997, p269-270). Nous allons les présenter plus en détail dans le chapitre 6.

total de « devises»[77] envoyées par des Chinois d'outre-mer provenant de Yueqing s'est élevé à 265 millions de yuans (33,1 millions de dollars US) (*ibid.* p6-7).

Aujourd'hui, Yueqing concentre un grand nombre de petites et moyennes entreprises spécialisées dans l'industrie des matériaux électriques. C'est notamment grâce aux investissements des Chinois d'outre-mer que ces entreprises ont pu se développer. Dans ces espaces, il n'est pas rare d'échanger en français avec des Chinois d'outre-mer de retour au pays.

Yongjia : un foyer d'émigration sur le bord du fleuve Oujiang

Yongjia se situe au nord du fleuve Oujiang, près de l'agglomération de Wenzhou, sur l'autre rive du fleuve qui la sépare du district urbain de Lucheng. Ce district est composé de huit quartiers et dix bourgs, et comptait une population enregistrée de 893 400[78] et 46 000 émigrés d'outre-mer en 2005.

Le bourg d'Oubei est une des plus importantes communautés d'émigrants dans le district de Yongjia. On y comptait en 2011 une population enregistrée de près de 120 000 habitants, dont 11 067 sont des membres de familles des migrants (*qiaojuan*) et 12 547 sont des *Huaqiao huaren*[79] (Chinois d'outre-mer) dispersés dans 43 pays, principalement en Europe[80]. Nous retrouvons sur 18 pays européens 6 520 de ces migrants, ce qui représente 52% du nombre total des Chinois d'outre-mer. 3 586 d'entre eux ont plutôt migré vers les États-Unis, le Canada et le Mexique (30,7% des migrants), alors que 2 088 de ces migrants ont choisi l'Asie (10 pays), soit 16,70% du nombre total[81].

Les Yongjia de Wenzhou ont commencé à émigrer à partir du début du 20e siècle et se sont principalement dirigés vers l'Indonésie pour y faire du commerce dans le secteur de l'ameublement. Après la Première Guerre mondiale, plusieurs personnes originaires de Yongjia ont émigré à Singapour, en Malaisie et vers d'autres pays pour y faire du commerce dans l'ameublement ou pour ouvrir des entreprises[82]. Jusqu'à la Seconde Guerre mondiale, les Yongjia de Wenzhou ont continué à émigrer à travers l'Asie. Après la fondation de la République populaire de Chine (1949), certains Yongjia de Wenzhou ont commencé à travailler dans la restauration en Europe. Entre les années 1960 et 1980, plusieurs centaines de Yongjia, dont ceux qui s'étaient établis à travers l'Asie, ont ensuite poursuivi leur migration vers l'Europe (Zhang Z. 2011, p475).

---

[77] Dans les statistiques chinoises des foyers d'émigration, le terme « devise » signifie les remises migratoires.

[78] Rappelons que ce district comptait 969 500 habitants jusqu'à la fin de l'année 2013 (*Wenzhou nianjian* 温州年鉴 *[Wenzhou Yearbook]* 2014, p86).

[79] Parmi eux, le nombre de *Huaqiao* s'élève à 9 995 pour 2 148 *Huaren*. On dénombre également 343 migrants qui se sont établis à Hong Kong et à Macao et 61 étudiants qui poursuivent leurs études à l'étranger.

[80] Yongiaxian Oubei qiaoqing bianhua 永嘉县瓯北侨情变化多 [La situation des Chinois d'outre-mer du bourg du bourg d'Oubei de Yongjia], 19 octobre 2011 (en ligne)
http://wzsql.66wz.com/system/2011/10/19/010896568.shtml (consulté le 7 août 2016).

[81] Idem.

[82] D'après l'article intitulé « *Wenzhou Qiaoxiang Qiaoaing Diaochayanjiu* 温州侨乡侨情调查研究 [Enquête sur la situation des communautés d'émigrants de Wenzhou] » par Zhang Zhicheng, n'a pas précisé le nombre de personnes et les noms de pays pour « les autres pays », dans son ouvrage de « *Zhang Zhicheng wenxuan* » (Zhang Z., 2011 p475).

Pour ces raisons, Yongjia et surtout le bourg d'Oubei étant un foyer d'émigration significatif et singulier, nous avons décidé d'y effectuer une enquête de terrain en 2013 où nous avons mis en pratique la technique de l'observation et conduit des entretiens.

Lucheng : un foyer d'émigration principalement vers l'Europe

Lucheng se compose de deux caractères chinois « Lu 鹿 » (cerf) et « Cheng 城 » (ville), le sens littéral étant la « ville du cerf ». Le district urbain est placé dans l'agglomération de Wenzhou et comptait 6 733 000 habitants et 657 000 émigrés d'outre-mer vers 2005. Ce chiffre semble très élevé puisque selon les statistiques disponibles en 2014[83], on dénombre un total de 86 614 ressortissants originaires du district urbain de Lucheng ayant migré à l'étranger. Ce district urbain comptait 734 210 habitants en 2013 (*Wenzhou nianjian 温州年鉴 [Wenzhou Yearbook]* 2014, p78) Les *Huaqiao* (Chinois d'outre-mer) de Lucheng sont dispersés dans 80 pays (voir tableau 5).

Tableau 5 Les *huaqiao* de Wenzhou originaires du district de Lucheng en 2014

Continents	Pays	Effectifs	% par pays
Amériques	États-Unis	19121	22,08%
	Autres pays d'Amérique	2691	3,11%
Europe	Italie	17755	20,50%
	France	16429	18,97%
	Espagne	14228	16,43%
	Autres pays d'Europe	10475	12,09%
Asie	Hong Kong et Macao	1983	2,29%
	Autres pays d'Asie	944	1,09%
Océanie	Océanie	724	0,84%
Afrique	Afrique	449	0,52%
	Autres pays	1815	2,10%
	Total	86614	100%

(Source : « Luchengqu qiaoqing diaocha yu sikao 鹿城区侨情调查与思考 [Réflexion et enquête pour la situation des émigrants de Lucheng] » 2014)

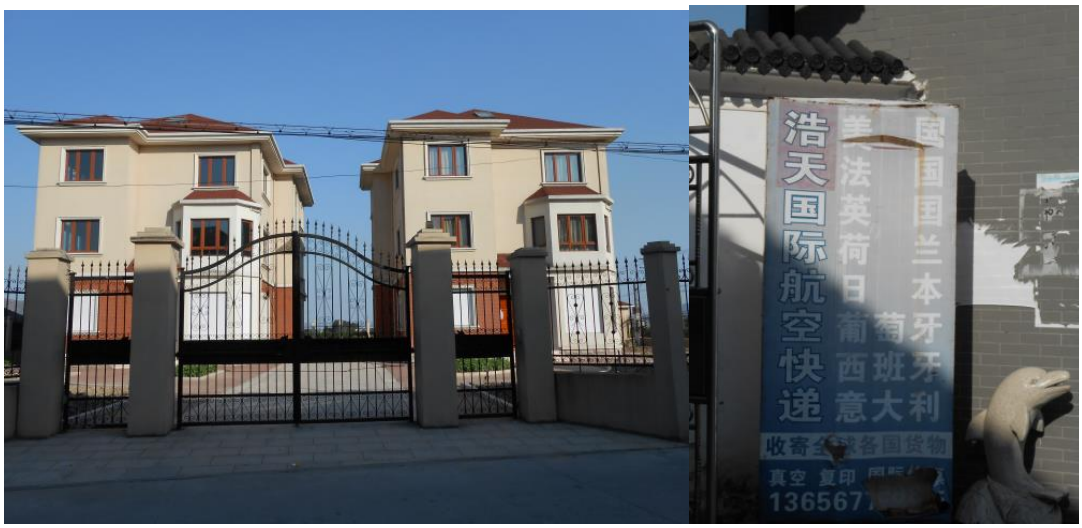
De nombreux *huaqiao* de Lucheng se sont installés aux États-Unis, en Italie, en France, en Espagne et dans d'autre pays d'Europe. Ceux d'Europe représentent près de 68% d'entre eux par rapport aux États-Unis (25%). Les réseaux migratoires ont joué un rôle significatif dans le choix de la destination des migrants originaires de Lucheng, ce qui explique leur concentration en Europe.

Pour notre enquête, nous avons également choisi de travailler sur l'île de Qidu, l'un des bourgs du district urbain de Lucheng, situé à treize kilomètres de l'agglomération de Wenzhou, sur le bassin du fleuve Oujiang. L'émigration à partir de Qidu a commencé dans les années 1930, avec 41 départs. Grâce à la situation géographique de Qidu, les migrants originaires de cette localité maîtrisaient bien les techniques de navigation maritime. De ce fait, quelques émigrants ont trouvé des emplois au sein de navires

[83] (« Luchengqu qiaoqing diaocha yu sikao 鹿城区侨情调查与思考 [Réflexion et enquête pour la situation des émigrants de Lucheng] » 2014), 13 octobre 2014 (en ligne), http://www.lczx.gov.cn/html/2014-10-13/2024.html (consulté le 19 juin 2015).

étrangers comme marins ou comme chefs cuisiniers. De plus, certains habitants de Qidu ont d'abord trouvé des postes de salariés au sein de banques étrangères avant d'émigrer à l'étranger avec leurs « employeurs étrangers » dans les années 1930 (Zhang Z. 2011).

Illustration 2 Maison de migrants et panneau publicitaire pour expédition expresse de colis au bourg de Qidu



© Li Zhipeng 2012

Description : Dans la région de Wenzhou, nous trouvons dans l'espace public des représentations concrètes des foyers d'émigration.
Le bourg de Qidu est un foyer d'émigration où la plupart des habitations récemment construites sont vides. Cette situation souligne l'importance de l'investissement immobilier des migrants sur leur lieu d'origine lors de leurs retours ponctuels.
Ce panneau à Qidu invite à utiliser les services d'un transporteur de colis spécialisé sur les États-Unis, la France, la Grande-Bretagne, les Pays-Bas, le Japon, le Portugal, l'Espagne et l'Italie. Ces destinations sont inscrites sur la droite du panneau de haut en bas : elles correspondent aux principaux foyers d'immigration. La bande gauche donne le nom de l'entreprise : "Haotian, transporteur express international"(*Haotian guoji hangkong kuaidi 浩天国际航空快递*.)

Notre choix d'étudier le bourg de Qidu comme pôle de départ se justifie aussi par les statistiques disponibles en 2005 qui indiquent que pour ce bourg, la population enregistrée est de de 23 000 habitants, dont 15 200 se sont dispersés dans 23 pays, notamment la France, l'Italie et les États-Unis [84]. De ce fait, Qidu est devenu indispensable pour notre recherche afin de mettre en lumière les réseaux migratoires de Wenzhou. En 2012, nous y avons donc mené des observations et conduit des entretiens semi-directifs avec les fonctionnaires, les migrants de retour et les entrepreneurs Wenzhou.

[84] « Wenzhoushi qiaoban diaoyanzu fu Lucheng Qiduzhen diaoyan qiaoqing 温州市侨办调研组赴鹿城七都镇调研侨情 [Le bureau des affaires des Chinois d'outre-mer de Wenzhou visite à Qidu pour l'enquête des émigrants] » 2005, 11 juillet 2005 (en ligne), http://www.chinaqw.com/node2/node2796/node2883/node3169/userobject6ai251844.html, (consulté le 07 août 2016).

Li'ao : une forte présence des émigrants vers la France

Li'ao[85], est un bourg connu sous le nom de Qiaoxiang (foyer d'émigration), situé à seulement quinze kilomètres au sud dans l'agglomération de Wenzhou. Les premiers mouvements migratoires ont eu lieu en 1929 et se sont centrés sur l'Europe, principalement la France. Il est estimé qu'entre 1929 et 1986, 1 266 personnes ont émigré, dont 986 (soit 365 ménages) se sont dirigés vers la France, les Pays-Bas, l'Allemagne fédérale, l'Espagne, Singapour, les États-Unis et Hong Kong (Zhang Z. 2011, p377). Voir tableau 6 :

Tableau 6 Répartition des Wenzhou originaires du bourg de Li'ao dans le monde en 1986

(Par ménage, d'après Zhang Zhicheng 2011, p389)

Pays et région	Nombre de ménages	%
France	315	86.3
Pays-Bas	42	11.5
Espagne	1	0.27
Allemagne fédérale	2	0.55
États-Unis	1	0.27
Singapour[86]	1	0.27
Hong Kong	3	0.82
Total	365	100%

Selon les recherches de Zhang Zhicheng (2011), nous pouvons voir que les filières familiales ont joué un rôle significatif dans l'établissement des réseaux migratoires pour les migrants en provenance du bourg de Li'ao. Ce dernier regroupait une population enregistrée de 44 706 individus en 2007, dont 32 706 se sont dispersés dans 27 pays[87] du monde, représentant environ 70% de la population du bourg[88]. Pour ce qui est des *Guiqiao* (les Chinois d'outre-mer de retour) et *Qiaojuan* (les familles d'émigrés), leur nombre est estimé à 12 000, soit environ 30 % de la population enregistrée du bourg (*ibid.*). Les travaux de Véronique Poisson (2004) et d'Estelle Auguin (2009) mettent aussi en lumière la place importante des Wenzhou originaires de Li'ao établis en France[89].

Pour ces raisons, nous avons effectué une série d'études de terrain à Li'ao entre 2012 et 2013. Nous y avons rencontré les responsables de la Fédération des Chinois d'outre-mer de retour (*qiaolian*) dont le président et le directeur adjoint du service des affaires étrangères et des Chinois d'outre-mer de l'administration du bourg de Li'ao.

[85] Sous la juridiction du district de Rui'an et depuis 2001 dans le district urbain de Ou'hai. Rappelons que le district de Rui'an comptait la population enregistrée de 1 134 800 habitants et 91 700 d'émigrés d'outre-mer vers 2005 (voir tableau 1, *supra*).

[86] Pour les Wenzhou s'étant installés à Singapour, ce ménage de 5 personnes a été naturalisé après la Seconde Guerre mondiale.

[87] Dans les statistiques chinoises, nous retrouvons les termes « pays et régions », les régions faisant référence aux entités non reconnues par l'État chinois telles que Taïwan. Mais nous considérons Taiwan comme un pays du point de vue des statistiques.

[88] « Wenzhoushi Li'ao qiaolian 温州市丽岙侨联 [La Fédération des Chinois d'outre-mer de Li'ao à Wenzhou] » 2016, disponible sur : http://www.laql.com/

[89] Le travail de Zheng Lihua (1995) a également montré qu'un des sous-groupes de Wenzhou venant de Rui'an est important à Paris, il nous semble ce qu'il s'agit de personnes originaires de Li'ao.

Nous avons également interrogé un entrepreneur de la confection et avons visité son usine.

Xianyan : l'exemple du village de Suifeng

Xianyan, est un bourg situé dans le Sud-Est du district urbain d'Ou'hai[90], sous la juridiction de la préfecture de Wenzhou. Situé dans l'agglomération de Wenzhou, il comptait en 2010 une population enregistrée de 39 889 habitants, dont 15 000 d'entre eux, soit près de 37% de la population, avait émigré à l'étranger, dans 25 pays, notamment aux États-Unis, en Italie, en France, en Allemagne et aux Pays-Bas [91].

Le bourg de Xianyan, qui comporte 24 villages, est une communauté d'émigrants importante de l'agglomération de Wenzhou. À Suifeng, par exemple d'un de ses villages, on estime qu'environ 2 000 habitants sur un total de 4 000 ont émigré, dont plus de 1 700 en Europe[92]. Selon le recensement du gouvernement local de 2005, près de 85% des migrants en provenance de ce village se sont installés en France et en Italie, alors que les autres ont migré en Espagne, au Portugal et aux Pays-Bas[93].

Nous avons effectué, lors de notre travail d'enquête en 2013, une série d'entretiens semi-directifs et ouverts dans le quartier de Xianyan, avec les commerçants de Wenzhou d'outre-mer de passage dans la région. Le bourg de Xianyan, et surtout le village de Suifeng, apparaissent comme des exemples types « de foyer d'émigration » dans notre recherche.

La présentation des lieux principaux de départ d'émigrants de Wenzhou et des lieux d'installations des migrants de Wenzhou en France, a servi à mettre en lumière les espaces étudiés dans notre travail de recherche, afin d'expliquer leur importance dans la diaspora Wenzhou en France.

[90] Le district urbain d'Ou'hai comptait la population enregistrée de 401 300 d'habitants et 62 000 émigrés d'outre-mer vers 2005 (voir tableau 4, p.48).

[91] Xianyan jiedao 仙岩街道 [Bourg de Xianyan], http://www.xianyan.zj.com/, (consulté, le 7 août 2015)

[92] Qian et Chen, 2014, « Ouhai suifeng ouzhou cunmin lianyihui zai bali juxing 瓯海穗丰欧洲村民联谊会在巴黎举行 [L'assemblée générale des Chinois d'origine du village de Suifeng en Europe à Paris] », http://www.wzsql.com/system/2014/12/09/011858344.shtml, (consulté le 9 décembre 2014)

[93] Xianyanzhen Chuguo Huaqiao tongji che （Suifengcun） 仙岩镇出国华侨统计册（穗丰村） [Livret enregistré de Huqiao Suifen pour sortir du pays], enquête personnelle 2013 à Wenzhou (Gouvernement de Xianyan 2006, enquête personnelle, Wenzhou 2013).

2.2 Méthodes d'enquête mobilisées

Pour répondre à notre questionnement de recherche, nous avons créé un dispositif méthodologique composé de diverses méthodes d'enquête permettant d'éclairer les liens entretenus entre la diaspora Wenzhou et la Chine. Dans ce cadre, plusieurs études de terrain ont été effectuées dans les lieux de départ et d'installation précédemment évoqués afin de saisir la multiplicité des points de vue des acteurs de cette diaspora.

L'essentiel des données présentées dans ce travail de recherche provient des enquêtes que nous avons menées. Dans le cadre de nos recherches de terrain, nous avons mobilisé comme méthodes l'observation participante, les entretiens semi-directifs et ouverts, les enquêtes par questionnaires, les relevés des commerces et l'observation sur le terrain. Ces différentes méthodes se sont croisées dans la réalité. Nous avons également traité les données statistiques des divers échelons du gouvernement local de Wenzhou, ainsi que d'autres sources disponibles sur place (documents officiels, revue de presse, *etc.*).

2.2.1 Observation participante

L'une des méthodes de recherche mobilisée dans ce travail est celle de l'observation participante. La nécessité de cette méthode s'est révélée au cours de la recherche, au moment des enquêtes de terrain dans la région parisienne et dans la région de Wenzhou.

Au début de nos enquêtes sur le terrain, nous avons précisé auprès des enquêtés l'objet de la recherche ainsi que notre statut de chercheur. S'appuyant sur la relation de confiance que nous avons réussi à établir, la majorité des personnes rencontrées a accepté de participer à la recherche et a parlé librement de ses activités et de ses réseaux sociaux. Cet accès privilégié nous a permis de prendre part aux discussions informelles et de nous insérer dans les activités du groupe afin d'observer les phénomènes en situation. Depuis la fin de l'année 2011, nous avons pu nous rapprocher de migrants originaires de Wenzhou. C'est avec l'aide d'une connaissance de ce milieu que nous avons pu intégrer ce réseau à Paris afin d'y mener nos enquêtes.

Sur les quatre années d'enquêtes nécessaires à ce travail de recherche, nous avons donc pu observer le déroulement des activités culturelles, associatives, commerciales et sociales des migrants originaires de Wenzhou en France et en Chine. Dans une démarche ethnographique, nous avons intégré ces réseaux en France en participant aux diverses soirées culturelles proposées par les associations, à des rencontres informelles, en logeant chez certains d'entre eux mais aussi en aidant certains ressortissants Wenzhou en France dans leurs démarches administratives et en œuvrant comme un journaliste pour une des associations Wenzhou à Paris. Par cette démarche favorisant une connaissance intime de ce milieu et le développement de liens de confiance, nous avons pu être en contact avec certains informateurs clés, sélectionner les individus pour la passation d'entretiens et de questionnaires et même développer une connaissance profonde du terrain en Chine avant sa réalisation.

Nous avons donc utilisé cette technique de l'observation participante dans tous les terrains d'enquêtes et au cours de toutes les étapes de ce travail.

2.2.2 Entretiens semi-directifs et ouverts

Ces entretiens constituent une source importante de données de notre travail de recherche. Leur conduite a été associée à celle de l'observation. Les entretiens ont été majoritairement menés de manière semi-directive, avec des questions cadrées et des discussions libres, sans négliger les informations survenant de manière inattendue dans la discussion.

Pour les 33 entretiens menés auprès des entrepreneurs originaires de Wenzhou, nous avons ciblé ceux vivant en France et ceux qui reviennent à l'occasion en Chine. En effet, les entrepreneurs Wenzhou rencontrés à Wenzhou proviennent principalement de différents pays comme la France et l'Italie. Nous avons effectué 17 entretiens auprès de ces entrepreneurs. Grâce au soutien d'informateurs clés rencontrés à Poitiers et à Paris, nous avons pu être mis en lien avec ces entrepreneurs Wenzhou.

Il est important de souligner que nous avons rencontré à plusieurs reprises des entrepreneurs à Wenzhou et à Paris. Nous avons choisi de multiplier les entretiens, ce qui nous a permis d'établir une relation de confiance, nous permettant d'appréhender au mieux l'évolution de leur situation. Par la suite, nous avons rencontré dix entrepreneurs, à Paris et à Wenzhou, favorisant ainsi une approche de la réalité à l'échelle individuelle. Le fait de pouvoir questionner l'approche commerciale d'un même entrepreneur tant à Wenzhou qu'à Paris a enrichi notre enquête.

Par la suite, nous avons également rencontré six responsables de Fédération des Chinois d'outre-mer de retour[94] : à Li'ao, Xianyan, Yueqing, Qingtian, Lucheng et Wencheng.

Nous avons également eu un entretien avec un responsable du Centre d'Enregistrement des Services de Prêts Privés de Wenzhou (*Wenzhou minjian jiedai dengji fuwu zhongxin* 温州民间借贷中心), nous avons également échangé avec deux chercheurs universitaires (Zhang Yili et Zhang Zhicheng) à Wenzhou.

Nous avons rencontré un conseiller des associations de la diaspora chinoise à Paris, la personne en charge des relations internationales à la mairie d'Aubervilliers. Nous avons discuté avec des présidents et vice-présidents d'associations de la diaspora chinoise à Paris, ainsi que Monsieur PJS, le président d'honneur à vie d'une association importante à Aubervilliers. Nous soulignons que la majorité des entrepreneurs enquêtés dispose d'un titre de l'association en France.

Finalement, nous avons pu discuter avec des salariés originaires de Wenzhou, qui ont tous réussi, après plusieurs années passées à travailler dans la clandestinité, à régulariser leur situation en France.

Nous devons souligner que ces entretiens se sont quasiment tous déroulés en mandarin. La majorité des personnes enquêtées ne maîtrisant pas le français, notre connaissance du mandarin a facilité la discussion.

En Chine, nous avons travaillé de façon officielle et non-officielle pour recueillir des données de première main à travers notamment des entretiens et des périodes d'observation à Wenzhou. En France, les enquêtes ont été menées en s'appuyant

[94] *Qiaolian* 侨联 : La Fédération des Chinois d'outre-mer de retour en Chine (cf.7.2).

principalement sur la formation progressive de relations personnelles, consolidées par plusieurs séjours sur le terrain.

Ainsi, la majorité des entretiens qui se sont déroulés dans la région parisienne a ciblé des entrepreneurs chinois originaires de Wenzhou, œuvrant dans plusieurs secteurs comme la restauration, la confection, la maroquinerie, la chaussure, la bijouterie, le bazar, le tabac, *etc.* En Chine, nous avons principalement rencontré des commerçants à Wenzhou ayant des liens avec la France ou d'autres pays d'installation (Italie), des commerçants Wenzhou d'outre-mer en provenance principalement de la France, ainsi quelqu'un d'Italie et de Slovaquie. Nous avons également mené quelques entretiens avec les fonctionnaires chargés des affaires des Chinois d'outre-mer et des affaires étrangères, ainsi qu'auprès de chercheurs et de salariés dans la région de Wenzhou. Nos entretiens ont tenté d'éclaircir deux axes de notre travail, les parcours migratoires et la trajectoire professionnelle, dans le but de connaître les rapports que ces entrepreneurs entretiennent avec la Chine. Ces entretiens semi-directifs, ouverts à la libre discussion, constituent notre principale source de données mettant en lumière certaines caractéristiques du développement économique de la diaspora Wenzhou.

Nous avons élaboré un guide d'entretien commun à ces deux terrains et composé de trois thématiques : parcours migratoire, parcours professionnel et crise du crédit informel en 2011. Pour le parcours migratoire, les questions ont tenté de cerner l'histoire migratoire des individus. À titre d'exemple, nous avons demandé : « Qui est la première personne à avoir émigré à l'étranger dans votre famille ? » et « Comment et pourquoi avez-vous émigré à l'étranger ? » Quant aux questions sur le parcours professionnel, il s'agissait principalement de découvrir leur expérience dans le montage de leur propre entreprise autour de trois éléments fondamentaux : l'entreprise, la clientèle et la marchandise. Nous avons donc posé des questions telles que : « Pourriez-vous me présenter la situation actuelle de votre entreprise ? » et « Est-ce que vous pouvez me raconter comment vous avez été amené à ouvrir ce commerce ? ». Sur le sujet de la clientèle, nous leur avons entre autres demandé : « Qui sont vos clients ? », « Sont-ils originaires de Wenzhou, de familles de Wenzhou à l'étranger/en Chine ? » et « Comment avez-vous trouvé votre clientèle ? ». Finalement, au sujet des marchandises, les questions suivantes ont notamment été posées : « Votre marchandise est-elle destinée au marché français ou à l'exportation ? », « S'il s'agit de l'exportation, vers quels pays ? ». Cette thématique de notre enquête a également permis d'obtenir d'autres types d'informations, notamment sur le nombre de salariés et leur origine, que nous avons pu saisir en posant des questions telles que « Comment choisissez-vous vos employés ? (Famille, connaissances, qualifications…) » et « Pour ouvrir votre premier commerce, comment avez-vous constitué votre apport initial (emprunt bancaire, aide de la famille, tontine) ? » Sur le thème de la crise financière, nous avons voulu connaître son influence auprès des entrepreneurs de Wenzhou, en les questionnant sur ce qu'ils en pensent et sur l'utilisation et leur expérience des crédits informels, comme par exemple la tontine. Ce guide d'entretien[95], non-exhaustif et flexible, a parfois conduit à des discussions libres menés avec les entrepreneurs de Wenzhou.

[95] Voir l'annexe 6 « Grille d'Entretiens ».

2.2.3 Enquêtes par questionnaire

La technique des enquêtes par questionnaire s'est ajoutée à notre dispositif méthodologique au cours de notre travail de terrain, au fur et à mesure du développement de notre réseau de connaissances personnelles. Cette méthode d'enquête a été mobilisée auprès des usagers et commerçants rencontrés dans les pôles d'installation en France des migrants originaires de Wenzhou. Nous avons distribué 126 questionnaires auprès des commerçants d'Aubervilliers (rue Victor Hugo) entre avril et juin 2013. En outre, dans le cadre de notre participation au projet COMET, nous avons pu enquêter entre mai et juillet 2014 auprès des usagers du quartier de Belleville (113 questionnaires) et du quartier du Triangle de Choisy (100 questionnaires).

Les enquêtes par questionnaire auprès des commerçants chinois d'Aubervilliers

C'est après avoir obtenu le soutien de l'association des commerçants chinois à Aubervilliers et de la presse des Chinois d'outre-mer de France, que nous avons pu effectuer nos enquêtes par questionnaire auprès des commerçants chinois d'Aubervilliers.

Nous avons sollicité 126 magasins[96] en avril et en juin 2013 sur la rue Victor Hugo pour des enquêtes par questionnaire, 69 commerçants chinois (dont 58 grossistes chinois) qui ont accepté de participer.

Les personnes réticentes ont expliqué leur refus par la crainte de « s'attirer des ennuis ». Notre objectif dans la réalisation de ces questionnaires était de mettre en lumière certaines caractéristiques des réseaux migratoires des commerçants chinois d'Aubervilliers et d'observer leur trajectoire professionnelle.

Questionnaires pour les usagers des quartiers chinois de Belleville et du Triangle de Choisy

Pendant notre recherche, nous avons participé au projet de recherche « Paris 2030 » sur la thématique du « Commerce alimentaire ethnique entre pratiques communautaires et vivre ensemble : une comparaison de quartiers parisiens » (COMET-2012-2015) financé par la ville de Paris. Nous avons ainsi pu distribuer, au cours de l'année 2014, 213 questionnaires auprès des usagers des quartiers chinois de Belleville et du « Triangle de Choisy ».

Cette opportunité nouvelle de mener des enquêtes et la méthode proposée nous a permis de cerner certains éléments qui éclaircissent les dynamiques des quartiers chinois. Pour ces enquêtes, nous avons privilégié une entrée par l'espace public, en nous positionnant directement dans la rue et non dans les commerces ou magasins. Enquêter par questionnaire dans la rue a également été un moyen de réaliser de longues périodes d'observations. En bref, cette méthode d'enquête par questionnaire a été conduite auprès de tous les usagers et nous a permis de saisir la diversité des « consommations » possibles pourvues par ces commerces, qui contribuent à la fois à une offre marchande et à l'atmosphère du quartier chinois (Chabrol *et al.* 2016). Mais au final nous utilisons peu ces données dans notre recherche en raison de la difficulté à les transposer dans notre problématique.

[96] Nous y avons collecté un total de 73 questionnaires, dont 69 distribués auprès des entrepreneurs chinois et 4 auprès d'entrepreneurs d'une autre nationalité.

2.2.4 Relevé des commerces et observation sur le terrain

Au cours de l'année 2012, nous avons effectué plusieurs relevés des commerces chinois dans la région parisienne auprès des six lieux ciblés dans notre recherche.

Afin de mieux comprendre les dynamiques propres aux quartiers chinois à Paris, nous avons tout d'abord mené nos enquêtes dans les trois quartiers « traditionnels » chinois, soit « Arts et Métiers-Temple », « Belleville » et « Triangle de Choisy ». Le nombre de magasins chinois au sein de ces trois quartiers s'est considérablement accru au cours des vingt dernières années.

Dans le cadre de l'analyse des données obtenues par les relevés des commerces dans les quartiers étudiés (Arts et Métiers-Temple, Belleville et Triangle de Choisy), nous avons pu constater des changements et évolutions qui se sont produits au cours des trente dernières années, contrastant avec les études réalisées dans les années 1980 (Ma Mung et Simon 1990). Nous avons effectué les relevés de commerces sur les avenues qui concentrent la majorité des magasins chinois, avec l'objectif de pouvoir comparer ces résultats à ceux obtenus lors d'une étude menée en 1985 (*ibid.*). Nous y avons par la suite ajouté les commerces des nouveaux quartiers chinois qui se sont développés pendant ces trente dernières années. Cette méthode nous a permis de quantifier l'activité commerciale des Chinois dans ces quartiers, puis d'analyser leur présence à l'aide de cartes et de tableaux statistiques.

Par ailleurs, une série d'observations a été menée dans les rues des quartiers étudiés. Nous avons ainsi pu nous entretenir de façon informelle à la fois avec divers commerçants, avec des usagers et des employés dans le but d'obtenir des informations sur leur parcours migratoire et leur trajectoire professionnelle. À plusieurs occasions, ce sont les commerçants et employés eux-mêmes qui sont venus directement vers nous, par curiosité pour notre travail, pour lancer la conversation. Toutes ces observations sur le terrain ont été systématiquement transcrites dans notre carnet de terrain, sous la forme d'un journal agrémenté de photographies et de témoignages. Ce carnet de terrain s'est avéré être un outil précieux pour la construction de notre argumentaire. Nos discussions informelles nous ont aussi permis d'identifier les personnes originaires de Wenzhou parmi les commerçants chinois présents dans ces quartiers.

La combinaison de ces méthodes d'enquête nous a permis de saisir les dynamiques et les réalités qui existent au-delà des enseignes, des vitrines, et du matériel promotionnel des commerces présents dans ces quartiers chinois. Ainsi, il nous a été possible de discerner l'origine des commerçants, malgré des enseignes qui a priori ne relèvent pas du commerce « ethnique » ou alors se revendiquent d'une autre identité. À titre d'exemple, c'est par nos observations que nous avons pu découvrir qu'étaient originaires de Wenzhou certains propriétaires de restaurants japonais ou de boutiques dont l'affichage était uniquement en français.

Tableau 7 Méthodologie employée selon les pôles enquêtés

Délimitation des quartiers étudiés	• Observation participante à Paris • Relevés des commerces et des scénographies commerciales à Paris • Cartographie des quartiers chinois à Paris • Observation sur le terrain à Wenzhou • Visite officielle et non-officielle à Wenzhou
Enquête de terrain	• Enquête « entrepreneurs » (37 en total) : 33 entretiens auprès des Wenzhou (16 à Wenzhou et 17 en France) ; 4 entretiens auprès des non Wenzhou à Paris : -dont plusieurs reprises d'un même entrepreneur à Wenzhou et à Paris (4 entrepreneurs) ; -dont plusieurs reprises d'un même entrepreneur en France (4 entrepreneurs) ; -dont plusieurs reprises d'un même entrepreneur à Wenzhou (1 entrepreneur) ; • 6 entretiens auprès des responsables chargés des affaires des Chinois d'outre-mer et des étrangers à Wenzhou ; • 1 entretien auprès d'un responsable du Centre d'Enregistrement des Services de Prêts Privés de Wenzhou ; • 10 « observations » auprès des salariés originaires de Wenzhou à Paris et 1 à Wenzhou ; • 2 entretiens auprès des chercheurs universitaires à Wenzhou ; • 1 entretien auprès un fonctionnaire d'affaires étrangère à Aubervilliers. • 6 entretiens auprès des professionnels (conseiller des associations de la diaspora chinoise, présidents et vice-présidents des associations, fondateur du site internet de la diaspora). • Enquêtes par questionnaire auprès des commerçants à Aubervilliers (Rue Victor Hugo) : 58 grossistes chinois • Enquête par questionnaire auprès des « usagers » dans la rue : (Belleville 117 et 13ème arrondissement 100 questionnaires dans le cadre de la participation au Projet COMET.
Statistiques consultatives	• Xianyanzhen Chuguo Huaqiao tongji che （Suifengcun） 仙岩镇出国华侨统计册（穗丰村） [Livret enregistré de *Huqiao* Suifen pour sortir du pays]

Nous avons aussi tiré des enseignements et des résultats d'enquête en retranscrivant chaque entretien effectué auprès des entrepreneurs. De cette façon, nous avons pu mieux connaître et comprendre leurs parcours migratoires, leurs trajectoires professionnels et les réseaux migratoires. Bien que présentant certaines limites telles que la faiblesse de l'échantillon et sa distance à l'objet de recherche, les questionnaires, surtout dans le cas d'Aubervilliers, nous ont permis de compléter certaines informations attestant de la place importante que prennent ces commerçants dans les activités économiques de la diaspora. Tous ces enseignements et résultats d'analyses seront mis en évidence dans les chapitres suivants.

2.2.5 Regroupement et traitement des données statistiques officielles et non-officielles

Il n'existe aucune donnée statistique portant précisément sur les entrepreneurs de Wenzhou. Pour cette recherche, nous avons souhaité construire une base de données sur ces derniers en puisant dans les statistiques officielles au niveau national et local, mais aussi, à titre de complément, dans des sources non-officielles[97]. Ainsi, nous avons pu obtenir, entre autres, un recensement officiel effectué par les autorités locales chinoises

[97] Rappelons que nous avons envisagé comme « méthode » l'exploitation d'un site web, afin d'obtenir des données pour appréhender le marché ethnique chinois du travail dans notre travail (cf.5.4.4).

sur la situation des émigrants de Wenzhou. Cette source de données n'avait jusqu'à aujourd'hui pas fait l'objet de publications ou de recherches.

La source statistique utilisée dans notre recherche provient du recensement officiel de 2006 conduit dans le bourg de Xianyan dans l'agglomération de Wenzhou au sein duquel nous avons pu obtenir les données concernant le village de Suifeng. Par la suite, ce recensement a été reconduit à intervalles irréguliers par le gouvernement provincial du Zhejiang[98]. 359 familles du village de Suifeng ont ainsi été recensées, parmi lesquelles on peut identifier 1 008 émigrants[99]. Les données du recensement informent du livret de famille (*hukou 户口*)[100], du chef de l'unité familiale, de leur adresse, des liens de parenté entre les individus, de leur genre, de leur origine ethnique, de leur date et lieu de naissance, de l'année de sortie du pays, du pays d'installation, de la légalité du séjour, de leur activité professionnelle et de leur niveau d'éducation. Cette source d'information provenant de la région de Wenzhou nous a permis d'analyser un cas typique de *Qiaoxiang* (communautés d'émigrants) afin de comprendre le rôle des filières familiales dans les réseaux migratoires.

Il nous faut tout de même mentionner les limites de ces ressources, souvent fondées sur des *Guanxi 关系* (relations personnelles) [101] et recueillies de manière informelle[102], ce qui peut remettre en cause leur valeur scientifique. Ces ressources ne sont disponibles qu'en langue chinoise.

La majorité des données quantitatives de ce travail proviennent de documents produits par le Bureau des statistiques nationales de la Chine, tel que le *Statistical Yearbook* et des Annuaires. Nous avons utilisé ces travaux statistiques principalement pour illustrer ce qui a été observé dans le cadre des enquêtes de terrain et pour fournir des éléments complémentaires sur l'économie de la région de Wenzhou.

Les ressources et données officielles sont principalement issues des établissements publics de la Chine continentale et nous pouvons les retrouver dans des journaux officiels, articles scientifiques, rapports, sites du gouvernement, *etc.* En s'appuyant sur ces sources officielles, nous avons pu approfondir nos connaissances sur la diaspora Wenzhou, à la fois d'un point de vue économique et politique.

Parmi les études menées sur les migrants originaires de Wenzhou en France, peu d'entre elles ont fourni des données statistiques permettant d'expliquer l'économie des migrants Wenzhou, mais aussi ce que l'on appelle le « Modèle de Wenzhou ». Notre travail s'est tout d'abord fondé sur des articles scientifiques (chinois, français et anglais)

---

[98] Le recensement général sur la situation des Chinois d'outre-mer de la province du Zhejiang a eu lieu en 2006, 2010 et 2013. Source web : Qiaolian de Wenzhou, 9 mars 2014 (en ligne), « Ouhai guoxi yanba "sanhuanjie" quebao qiaoaing diao chqwhiliang 瓯海郭溪严把"三环节"确保侨情调查质量 [Le quartier de Guoxi de la localité d'Ouhai assure la qualité de l'enquête générale sur les Chinois d'outre-mer en "trois étapes"] », http://www.wzsql.com/system/2014/03/19/011609112.shtml. (consulté le 22 janvier 2016)

[99] Ces chiffres correspondent à la fois aux émigrants nés à Wenzhou, mais aussi aux descendants d'émigrants nés à l'étranger.

[100] *Hukou 户口,* « hu » = foyer, « kou » = résident, qu'on peut traduire par l'expression « système d'enregistrement des ménages ». Il est le principal document d'identité d'un Chinois. Voir l'article Yves Boquet « Le hukou » (Boquet 2009).

[101] *Guanxi* : en chinois, signifie le réseau de relations interpersonnelles avec une forte connotation de confiance entre les individus.

[102] Par exemple, certains entretiens ont été réalisés à travers l'aide des amis.

sur ce sujet, puis nous avons complété l'information avec les différentes productions statistiques officielles.

L'usage de travaux statistiques a fait apparaître certains éléments complexes dans notre travail de recherche. D'abord, il existe d'importantes différences entre les systèmes statistiques français et chinois.

Par exemple, c'est le cas de la définition de Petite et Moyenne Entreprise (PME) : En France, selon l'Insee, « la catégorie des petites et moyennes entreprises (PME) est constituée des entreprises qui occupent moins de 250 personnes, et qui ont un chiffre d'affaires annuel inférieur à 50 millions d'euros (soit 55 millions de dollars US) ou un total de bilan n'excédant pas 43 millions (soit 47 millions de dollars US) » (Insee 2016). En Chine, la définition des PME est variable selon les différents secteurs d'activité. Dans la présente étude, on ne fait référence qu'aux standards des PME du secteur industriel, c'est-à-dire aux entreprises employant moins de 1 000 personnes, ou dont les revenus sont inférieurs à 4 000 millions de yuans (667 millions de dollars US). Dans cette catégorie sont inclues : les moyennes entreprises qui occupent plus de 300 personnes et dont le revenu est supérieur à 20 millions de yuans (3,3 millions de dollars US) ; les petites entreprises qui occupent moins de 20 personnes ou dont les revenus sont inférieurs à 3 millions de yuans (soit 500 000 de dollars US)[103].

Parmi les problèmes liés à la qualité des statistiques produites par la Chine continentale, il faut mentionner que ces dernières, émises par les différents échelons de l'État, s'appuient sur les données publiées par les bureaux officiels des statistiques. L'influence de la politique, principalement au niveau local, se fait fortement sentir dans la production des statistiques. Ainsi, « le gouvernement chinois espère, par de bonnes statistiques, redonner le moral à la population. Les fonctionnaires espèrent obtenir des avancées de carrière réjouissantes en fournissant à leurs supérieurs des statistiques favorables. »[104]. En bref, le régime politique de la Chine, de par sa pratique de manipuler les statistiques afin d'indiquer de bonnes performances, peut donc conduire à la production de chiffres contradictoires[105].

L'ensemble de ces sources sont utilisées dans notre recherche, à la fois pour fournir des statistiques sur la population chinoise mais aussi sur l'économie. Il faut cependant agir avec prudence dans la manipulation de ces données et évaluer la qualité de leur source. Certes, pour notre recherche, nous avons tout de même dû utiliser les chiffres actuellement disponibles, même avec une certaine précaution. Nous nous sommes principalement référé aux statistiques officielles (par exemple, les investissements et les remises migratoires) afin d'expliquer les aspects des relations économiques de la diaspora avec la région d'origine dans notre projet de recherche.

---

[103] Centre de la promotion du développement de PME de Chine, 19 avril 2012 (en ligne), « Zhongxiao qiye de dingyi ji huafen biaozhun shishenme？ 中小企业的定义及划分标准是什么？ [La définition et la délimitation de PME en Chine], http://www.sme.gov.cn/web/assembly/action/browsePage.do?channelID=1334703934368&contentID=1334785239577, (consulté le 10 février 2016).

[104] Wang Yi, 2009, 7 septembre 2009 (en ligne), « CHINE. Comment produire des statistiques fiables », *Courrier international*, http://www.courrierinternational.com/article/2009/09/02/comment-produire-des-statistiques-fiables. (consulté le 22 janvier 2016).

[105] Ce type de problème a souvent été critiqué par des chercheurs dans les médias, tel que les économistes chinois He Qinglian, Larry Hsien, Ping Lang. Voir annexe 2 « Cinq critiques envers le système national des statistiques ».

2.3 Géographie des relations économiques entre deux aires

Dans cette section, nous nous proposons d'expliquer les stratégies employées pour recueillir des données sur deux zones géographiques liées, le lieu de départ et celui d'arrivée, de la diaspora Wenzhou. Nous expliquerons les détails de notre stratégie d'élaboration de liens de confiance avec certains membres de la diaspora Wenzhou afin d'élargir notre réseau de connaissances à la fois sur le territoire français et en Chine. Cette stratégie, consolidée par plusieurs séjours sur le terrain, rappelle celle-là même mobilisée par les Wenzhou dans leurs efforts de développement économique et de mobilité sociale. Nous terminerons par un retour sur certaines des difficultés rencontrées dans le cadre de nos enquêtes sur le terrain.

2.3.1 Stratégie de l'enquête de terrain : la formation de liens de « confiance »

Comme nous l'avons déjà souligné, notre travail de recherche a nécessité plusieurs enquêtes de terrain dans la région parisienne et deux enquêtes de terrain à Wenzhou en Chine, afin de collecter les documents, procéder aux entretiens, mener des observations et recenser les commerces.

Le premier travail de terrain à Paris, réalisé en décembre 2011, dura deux semaines. Nous avions comme objectif de poser les jalons d'un ou de plusieurs séjours ultérieurs. Pour ce faire, il nous a fallu prendre en considération les conditions d'enquête et leur faisabilité dans les quartiers concernés par l'immigration de Wenzhou. Nous avons aussi répertorié les associations chinoises telles que l'Association des Chinois Résidant en France (ACRF) et l'Association Pierre du Cerf, avant de prendre contact avec les personnes susceptibles de posséder des sources écrites sur les migrants chinois en France. C'est ainsi que nous avons fait la rencontre de PHY et PYQ qui nous ont permis d'accéder aux réseaux des *Guanxi* (relations sociales/interpersonnelles) de la diaspora Wenzhou et ainsi facilité la conduite d'entretiens auprès de ses membres. Le *Guanxi* est un réseau de relations, et la pratique du *Guanxi* est la technique qui permet d'utiliser ces relations dans un but défini.

2.3.2 Difficultés rencontrées : faire face aux éléments prévisibles et imprévus

Les difficultés rencontrées au cours de notre travail de recherche sont de deux sortes : les éléments prévisibles tels que notre méconnaissance du « dialecte » de Wenzhou, et ceux imprévus, tels que notre proximité insuffisante avec la population enquêtée due[106] au fort sentiment d'appartenance partagé par les membres de cette diaspora.

En ce qui concerne les éléments prévisibles, une expression maintes fois entendues dans nos entretiens illustre bien l'importance de la connaissance du dialecte de Wenzhou pour les Chinois de Paris : « Si tu ne sais pas parler français, ce n'est pas grave pour monter ta propre affaire ! Si tu ne sais pas parler anglais, ce n'est pas grave ! Mais si tu ne sais pas parler le 'dialecte' de Wenzhou, c'est très grave, car tu ne peux pas faire des affaires ». Pour un Chinois du nord comme moi, qui ne sait pas parler le « dialecte » de Wenzhou, il est difficile de s'intégrer au groupe des Wenzhou.

Dans la réalisation de notre étude, le « dialecte » de Wenzhou s'est présenté comme une « langue étrangère », n'ayant aucun rapport, à l'oral, avec le mandarin. Dans ce contexte, la réalisation des enquêtes sur le terrain, surtout les enquêtes auprès des commerçants à Wenzhou, a présenté certaines difficultés. Lorsque nous avons enquêté auprès de personnes âgées originaires à Wenzhou qui parlaient peu le mandarin, il faut nous a fallu l'aide d'un intermédiaire pour la traduction en mandarin. Notre intermédiaire travaillait dans l'administration, ce qui manifeste implicitement sa préférence politique, et engendrait de la prudence dans les discussions avec les personnes enquêtées. Ces difficultés dans la conduite de nos enquêtes ont été rencontrées sur tous nos terrains de recherche, en Chine comme en France. C'est donc dire que certaines informations divulguées lors d'entretiens ont pu se perdre, en raison de notre handicap linguistique. En revanche, nous avons pu reconnaître l'accent des personnes originaires de Wenzhou lors des périodes d'observation et des relevés des commerces, ce qui nous a permis de les identifier plus facilement.

En ce qui concerne les éléments imprévus, les originaires de Wenzhou installés à Paris que nous avons rencontrés nous ont souvent fait part de leur « nostalgie pour leur village natal » (*sixiang zhiqing, 思乡之情*). En effet, pour les commerçants originaires de Wenzhou à Paris, la confiance mutuelle est principalement issue de cette « nostalgie », que le « dialecte » de Wenzhou permet de traduire directement et de façon évidente. Mais, cette « nostalgie pour le pays natal » est un élément sentimental difficile à saisir lorsque l'on ne partage pas cette origine. Pour un Chinois du nord, distant des originaires de Wenzhou par la langue, il y a donc des difficultés dans la communication. Le fait d'être un Chinois du nord a ainsi constitué un handicap qu'il nous a fallu combattre.

Enfin, une autre contrainte à la conduite des entretiens avec certains des entrepreneurs de Wenzhou était due à leur indisponibilité ou au manque d'intérêt envers notre recherche.

---

[106] Cela se manifeste essentiellement par une frontière immatérielle entre les Chinois Wenzhou et les Chinois non Wenzhou. Cette frontière est souvent provoquée par le handicap de la non pratique du dialecte de Wenzhou et par la difficulté d'intégrer les cercles et les réseaux sociaux de Wenzhou.

Si nous avons pu mener des entretiens à Wenzhou, c'est grâce à des personnes intermédiaires ou des amis personnels originaires de cette région et résidant maintenant à Paris ou à Poitiers, et qui nous ont aidé à créer des liens de confiance mutuelle avec les personnes enquêtées et ainsi de surmonter les difficultés liées à notre travail d'enquête. Le même constat vaut pour notre pratique d'observation participante, celle-ci a été aidée par des personnalités importantes de la diaspora Wenzhou à Paris.

Dans ce chapitre, nous avons présenté les lieux des enquêtés ainsi que la méthodologie appliquée aux quartiers étudiés. La délimitation des espaces étudiés a été mobilisée par la technique de relevé des commerces. En effet, ces relevés ont permis d'observer directement sur le terrain un élément essentiel de la mise en scène des commerces. Cette visibilité commerciale « chinoise » est très forte, et s'exprime d'abord par le biais des vitrines et des enseignes. Ces vitrines et enseignes affichent le plus souvent des idéogrammes chinois. Il est important de souligner une série d'observations sur les magasins chinois dans la rue des quartiers étudiés. Des enquêtes ont été réalisées auprès des commerçants sur place dans le magasin pour collecter leurs informations sur l'évolution de l'entreprise, de la clientèle, du quartier, de la marchandise et sur leurs parcours professionnels. Du point de vue plus technique et pratique, toutes ces observations de terrain ont été systématiquement retranscrites dans le cahier de terrain dans lequel figurent de brefs rapports et des documents photographiques. Ce support a été un outil de travail important pour notre analyse. Les techniques des relevés commerciaux et de l'observation sur le terrain ont permis de décrire une grande variété de niveaux de visibilité et de lisibilité de commerces chinois et d'en analyser les mises en scène.

CONCLUSION DE LA PREMIERE PARTIE

L'évaluation du nombre des Chinois d'outre-mer est très approximative en raison de la complexité de l'identification de la diaspora chinoise notamment dans les recensements de la population. Malgré ces approximations, ces chiffres nous permettent de disposer d'un aperçu global et d'un ordre de grandeur numérique pour apprécier la distribution de la diaspora chinoise dans le monde.

L'examen de l'évolution différentes évolutions de la diaspora chinoise au fil du temps, permet de constater que la diaspora chinoise la plus présente en Europe est celle venue de Wenzhou. La formation de la diaspora Wenzhou, comme celle de la diaspora chinoise, s'est réalisée autour de deux figures historiques : les commerçants (*huashang*) et les prolétaires (*huagong*). Ces deux figures emblématiques se sont constituées au sein de cette diaspora que l'on peut qualifier de « diaspora entrepreneuriale ».

La diaspora Wenzhou en France est en augmentation depuis les années 1980 et ce, de manière plus marqués depuis le tournant du siècle. Les quartiers d'installation des commerçants dans la région parisienne se sont transformés au gré de l'histoire des migrations internationales chinoises, dont la diaspora Wenzhou constitue une partie importante. Ces espaces, marqués par la concentration géographique de commerces et par la distribution en gros de produits chinois importés, sont investis et transformés par des entrepreneurs chinois de Wenzhou. Or, la majorité de ces entrepreneurs peuvent être qualifiés de diasporiques dans la mesure où ils maintiennent des relations économiques entre deux aires géographiques, la Chine et France et avec leurs homologues établis dans d'autres pays.

Nous avons mis en lumière la présence spatiale des commerçants chinois dans la région parisienne et leurs lieux de départ en Chine. L'émergence du quartier de l'implantation principale des commerces chinois, permet de souligner une dynamique de leurs activités économiques. Le maintien de la distribution de gros et du commerce d'import-export a ainsi eu pour conséquence de voir l'apparition de nouveaux rapports économiques et sociaux à travers la diaspora Wenzhou.

En dehors des méthodologies classiques, il est nécessaire de souligner l'importance de la formation des liens de « confiance » dans la stratégie de terrain. En effet, il est difficile d'enquêter auprès de ce type de groupes de migrants et la proximité autorisée par la confiance nous a permis de faire face aux éléments prévisibles et imprévisibles. À l'issue de notre enquête de terrain, il nous semble que l'usage Internet par les membres de la diaspora chinoise nous a été révélé par nos enquêtes. Nous avons alors orienté notre recherche sur l'étude d'un site créé par cette diaspora, notamment concernant les collectes des données scientifiques. Nous allons définir et expliquer cette méthode dans le chapitre 5 (cf.5.4). Enfin, nous espérons avoir contribué à l'édification

d'une géographie des relations économiques entre deux aires, la Chine et la France, à travers ces différentes méthodes d'enquête mobilisées.

Par conséquent, les activités économiques d'une diaspora de diasporas nous permettent de faire l'hypothèse qu'il existe une reproduction en France de l'organisation économique de la diaspora Wenzhou. Ainsi, la diaspora Wenzhou a d'une part, connu un essor au point qu'émerge la concentration des commerces de gros en France, et a d'autre part, permis le développement économique de la région d'origine.

L'objectif de cette recherche est de montrer que la diaspora Wenzhou se sont regroupés et structurés en une organisation économique disposant de ses singularités et caractéristiques propres. Les parties qui suivent cette présentation dévoilent les positionnements de notre recherche et revient sur certains des choix méthodologiques pour l'analyse des caractéristiques économiques de la diaspora Wenzhou. Ces parties constituent un fil conducteur pour partir à la découverte du « Modèle de Wenzhou » tel qu'il a été étudié au cours de cette thèse. Nous allons dès à présent expliquer les éléments qui font la singularité de l'organisation économique de la diaspora chinoise issue de Wenzhou en France, et comment celle-ci s'articule avec le développement économique de la région d'origine en Chine.

PARTIE II WENZHOU, UN ENTREPRENEURIAT DIASPORIQUE

INTRODUCTION DE LA DEUXIEME PARTIE

L'étude de l'organisation économique la diaspora Wenzhou est donc au cœur de notre recherche, celle-ci étant circonscrite à l'entrepreneuriat chinois diasporique de la région de Wenzhou. L'hypothèse centrale de la thèse est qu'il existe un lien fort entre le « Modèle de Wenzhou » et le développement de l'entrepreneuriat « ethnique » Wenzhou en France. Pour ce faire, notre méthodologie s'est appliquée à mettre au jour la présence spatiale des activités économiques de la diaspora Wenzhou qui se déploient entre le pays d'installation et le pays d'origine. C'est ainsi que l'observation participante, les entretiens semi-directifs et ouverts, l'enquête par questionnaire, les relevés des commerces et les observations sur le terrain ont été mobilisés en tant que principales méthodes d'enquêtes.

Cette seconde partie nous permettra de comprendre que les rapports économiques et sociaux et les activités économiques de la diaspora Wenzhou sont liés au développement économique de la région d'origine des migrants depuis les années 1990 et au boum des importations dans les années 2000. Nous y soulignons que la formation d'une économie transnationale originale, reliant la France et la Chine, a été soutenue par la diaspora Wenzhou et a produit des effets dans chacun des deux pays. Cependant, il faut souligner que la diaspora Wenzhou en France était déjà active économiquement dans les années 1950 et même dans les années 1980 avant que la région de Wenzhou se développe. Afin de mener à bien cette démonstration, cette partie comprend trois chapitres :

Reprenant l'appellation utilisée par la sphère académique, le troisième chapitre de la thèse intitulé Le « Modèle de Wenzhou » en Chine, est consacré à la compréhension des éléments fondamentaux ainsi qu'à la définition du modèle économique de cette région de la Chine et à ses caractéristiques économiques (3.1). Ce chapitre qui est principalement basé sur la littérature existante cherche à comprendre pourquoi la croissance économique de la région de Wenzhou est considérée comme un modèle économique par la majorité des chercheurs universitaires (3.2) et à connaitre quelles sont les secteurs d'activité privilégiés par les entrepreneurs Wenzhou en Chine (3.3). Nous dégagerons les cinq caractéristiques de ce modèle en vue d'une meilleure intégration au champ d'études des migrations internationales chinoises (3.4).

Avec l'analyse des dynamiques économiques et sociales de la région d'origine de cette diaspora, le quatrième chapitre explore la spécificité des activités commerciales privilégiées de la diaspora Wenzhou en France (4.1). Ce chapitre tend à saisir la manière dont l'organisation entrepreneuriale de la diaspora Wenzhou s'est formée en France et souligne que l'ensemble des activités économiques menées sont liées à l'importation des produits chinois (4.2). L'essor du commerce de gros d'importation est marqué par développement économique de la Chine depuis le tournant des années 1990 et 2000. Ce chapitre nous permet de nous pencher sur les logiques d'insertion spatiale ainsi que sur les multiples pôles de l'espace diasporique, puis sur les stratégies commerciales et les dynamiques et stratégies de visibilité et invisibilité (4.3).

Afin d'identifier les éléments caractéristiques du « Modèle de Wenzhou » dans l'organisation économique de la diaspora Wenzhou en France, un cinquième chapitre est consacré à la comparaison de deux organisations économiques, en fonction des caractéristiques du développement entre la région parisienne et la région de Wenzhou. Quelles sont les différences et les points communs dans les types d'entreprises entre Wenzhou et Paris (5.1) ? En ce qui concerne le financement informel, dans quelle mesure la tontine a-t-elle joué un rôle important dans la création d'entreprise et quelles sont les différences de la pratique en France et en Chine (5.2) ? Au niveau des produits, quels sont les systèmes de la distribution en France et d'approvisionnement en Chine (5.3) ? Enfin, nous analyserons la manière les réseaux migratoires à base familiale fondent l'organisation économique en France (5.4). Ce chapitre met en lumière le phénomène de transplantation et de « métamorphose » du « Modèle de Wenzhou » en France en montrant les convergences, les divergences et les transformations entre le « Modèle de Wenzhou » et la forme transnationale de l'organisation économique portée par les Chinois de Wenzhou en France.

CHAPITRE 3 LE « MODELE DE WENZHOU » EN CHINE

Dans la plupart des pays où elle s'est établie, l'immigration chinoise a donné naissance à une organisation économique constituée d'entreprises, le plus souvent de petite taille, articulées entre elles sur les plans de l'approvisionnement, du financement ou de la main-d'œuvre, constituant ainsi des dispositifs économiques locaux souvent liés entre eux à l'échelle transnationale (Ma Mung 2009).

En France, cette organisation est très remarquable. Elle est fortement influencée par les migrations chinoises. Une de leurs caractéristiques principales étant que cette organisation découle moins d'une demande de main-d'œuvre des marchés du travail français, qu'à une demande des entreprises chinoises déjà établis dans le pays. Par exemple, si nous prenons le cas de la diaspora Wenzhou, la plus grande partie des migrants d'origine de Wenzhou travaillent dans des entreprises tenues par des Wenzhou, lesquels emploient majoritairement une main-d'œuvre d'origine de Wenzhou. La multiplication de ces entreprises provoque une immigration de main-d'œuvre qui contribue à leur développement, ce qui en retour renforce la demande. Il y a ainsi une intégration forte entre réseau économique et réseau migratoire (Ma Mung 2002).

Afin déterminer quelles sont les influences économiques de la région de Wenzhou sur le développement économique de la diaspora Wenzhou en France à travers la diffusion potentielle du « Modèle de Wenzhou », il est nécessaire de cerner dans un premier temps le contexte du développement de ce Modèle en Chine.

Ce chapitre s'appuie sur les recherches académiques sur le « Modèle de Wenzhou » en Chine depuis les années 1980, mais également sur nos enquêtes sur l'économie de Wenzhou et sur la diaspora Wenzhou à l'international (Shi J. et Zhu 2001; Zhang M. 2003; Fang et Xi 2005; Wei, Li, et Wang 2007; Wu et Wang 2009; Cai J. 2010; Brillant 2014).

Dans ce chapitre, nous présenterons tout d'abord l'émergence de plusieurs modèles économiques en Chine. Ensuite, nous définirons plus particulièrement l'émergence et l'évolution du « Modèle de Wenzhou » et les différentes étapes de son développement. Nous analyserons ensuite les secteurs d'activités privilégiés et la spécificité de ce modèle.

3.1 Wenzhou : l'un des modèles économiques chinois

3.1.1 Le terme de « modèle »

« Modèle » en chinois *模式*, se prononce *Moshi* en *pinyin*, mot composé de *Mo 模* et *Shi 式*. Selon le dictionnaire de *Xinhua zidian* (*新华字典*), il se traduit littéralement en français par « une chose ou un objet qui est conforme aux normes ». Mais nous employons souvent le terme « modèle », dans la conception anglaise du terme : traduit par *model* ou *pattern*, il signifie alors dans la recherche scientifique (Xu 2009) « ce qui est donné pour servir de référence » ou « la structure formalisée utilisée pour rendre compte d'un ensemble de phénomènes qui possèdent entre eux certaines relations ». Concrètement, il existe en chinois deux sens en économie pour le terme de « modèle ». Un sens s'apparente à *model* en anglais, ainsi qu'il en va avec *Harrod-Domar model* dans le premier modèle économique formalisé de la croissance et avec *Dula Sector model* d'Arthur Lewis dans l'économie du développement, ces expressions ayant donné le sens du terme *model*. Un autre sens est souvent donné en économie politique ou dans les théories de l'économie des institutions, ainsi qu'il en va dans les expressions « modèle économique du marché chinois » ou, « modèle du développement économique de l'Europe d'Est ». Il signifie alors essentiellement la structure formalisée de l'économie et la voie du développement économique (*ibid.*).

Autrement dit, la notion de « modèle » est reconnue comme traduisant une voie de développement économique. En effet, toutes les régions possèdent des conditions objectives différentes telles qu'une localisation géographique, une histoire et une culture traditionnelle distincte. Chaque région doit contribuer de manière importante à la réduction de la pauvreté et à l'innovation institutionnelle dans le contexte de l'économie de marché, impliquant la mise en œuvre dans la réalité de différentes structures formalisées. Les différentes voies de développement économique se mettent en œuvre sur la base de différents types de « modèle » de développement. Selon Fei, le but des différents types de « modèle » de développement économique reste invariable : sortir de la petite économie paysanne afin de réduire la pauvreté et de permettre aux populations locales de s'enrichir (Fei 1995).

Évidemment, en raison de la différence des conditions géographiques et des ressources naturelles, toutes les régions du pays sont contraintes d'opter pour des moyens différents afin de réduire la pauvreté, en tenant compte de leurs conditions spécifiques et en proposant des solutions adaptées. C'est ainsi que les différents types de « modèle » de développement économique local ont été mis en application dans les régions rurales de la Chine.

Selon Fei (1984), lors des réformes de l'économie rurale dans les années 1980, la région du sud du Jiangsu a fait le choix d'une économie collectiviste[107]. Le gouvernement

[107] L'économie collectiviste se manifeste par le développement des entreprises collectives (*jitijingji 集体企业*). Ces entreprises collectives ont été mises en place en même temps que l'économie planifiée, au début des années 1950. Généralement d'envergure modeste, elles n'émargent pas au budget de l'État. Contrairement aux entreprises d'État, elles ne sont pas sous l'autorité des ministères centraux mais sous la tutelle d'autorités locales (gouvernement villageois, municipal ou provincial (Guiheux 2007a).

local s'est appuyé sur les avantages économiques préalables, afin de faciliter la création, le soutien et le développement des entreprises collectives des cantons et des villages[108].

En ce qui concerne la région de Wenzhou, cette dernière ne possède pas les caractéristiques de l'économie collective de la région du sud du Jiangsu. Les décisions prises pour son développement sont très différentes de ce qui a été fait dans les autres régions rurales de Chine. Les habitants de Wenzhou enfin ont fait un choix original pour leur développement économique, choix aujourd'hui nommé « Modèle de Wenzhou ». Voici quelques mots du professeur Fei décrivant cette région avant la mise en place de ces réformes économiques :

« Wenzhou, était une région pauvre, avec une population importante en manque de terres cultivables. On ne pouvait pas vivre si on ne travaillait que dans les champs. Les paysans allaient en groupe ailleurs pour travailler à la journée ou vendre leur service, comme tailleurs de bois ou de vêtements, cordonniers, ou cueilleurs de coton, *etc.* À cette époque-là, les gens du Zhejiang se déversaient dans tous les coins du pays. Leur trace a été trouvée dans les petits bourgs près de la frontière. Ces gens économisaient sur la nourriture et les autres dépenses, envoyaient de l'argent dans leur ville natale où ils accumulaient leurs économies. Ces sommes d'argent leur ont servi plus tard de capital initial pour créer un atelier familial à Wenzhou. Ensuite, ils ont vendu la production de ces ateliers familiaux par leurs réseaux de vendeurs. Tout cela forme un mode de développement économique – allant d'un petit commerce, à un grand marché. Je lui donne un nom : C'est le modèle de Wenzhou » (Fei 1995, p4-14, traduction de Li Zhipeng).

[108] Le développement des « entreprises rurales », souvent désignées en chinois par le terme de *xiangzhenqiye* 乡镇企业 « entreprises de bourgs et de cantons », ou en anglais par *township village entreprises* non agricoles a été après la décollectivisation du début des années 1980, l'un des faits les plus marquants. Il a profondément transformé les campagnes au cours des trois dernières décennies. Succédant aux entreprises collectives ou étatiques qui avaient tenté d'industrialiser les campagnes, censées livrer des intrants industriels au secteur agricole. Les *entreprises rurales* ont développé à partir des années 1980 les industries légères de transformation et les services qui avaient été négligés auparavant (Aubert 2006, p94).

3.1.2 Émergence de plusieurs modèles économiques dans les différentes provinces

Depuis l'arrivée au pouvoir de Deng Xiaoping, au cours des années 1980, la Chine a progressivement ouvert et réformé son économie. Dans ce contexte, toutes les régions du pays ont dû passer d'une économie planifiée à une économie de marché. Plusieurs modèles économiques distincts, apparus dans des provinces distinctes, à des moments différents, se sont ensuite diffusés dans toute la Chine. Mais, seuls ceux de Sunan[109], de Zhusanjiao (ou delta de la rivière des Perles)[110] et de Wenzhou sont actuellement reconnus et représentatifs du développement de l'économie marchande rurale (Xin et Liu 2001; Wei, Li, et Wang 2007). Le « Modèle de Wenzhou » s'est maintenu jusqu'à nos jours, les autres modèles ayant progressivement montré leurs limites avant de disparaître (Cai J.2010).

Le modèle de Sunan

Le modèle de Sunan est un modèle économique local, délimité géographiquement, et sur des entreprises collectives. Il se définit comme un modèle de développement industriel basé sur le développement des entreprises rurales, indépendantes s'appuyant sur les compétences des paysans (des élites rurales) dans le management par exemple. De manière générale, pour les géographes chinois, la dénomination « *Sunan* » comprend habituellement non seulement dans la zone de Suzhou, Wuxi et Changzhou, mais aussi ses prolongements de Nanjing et Zhenjiang. La région de Sunan a ainsi mis en place une forme organisationnelle innovante, grâce aux atouts de sa géographie : sa localisation côtière et sa proximité avec Shanghai. Les conditions historiques et l'atout de la proximité géographique de Shanghai ont contribué au développement économique de la région de Sunan[111]. Cette région est ainsi connue depuis des siècles pour sa prospérité : la nourriture y est assurée par le travail de la terre, avec une importante production de riz et de poissons. Depuis toujours, Sunan est connu comme « le pays où les hommes cultivent, les femmes filent et tissent, selon la formule couramment employée ». Toutefois, ce modèle a rencontré une crise à la fin des années 1990. À cette époque-là, les entreprises rurales fonctionnant sur un mode de propriété collective souffrent d'un certain nombre de difficultés relatives au droit de propriété et à l'absence de distinction entre les fonctions de l'appareil administratif et celles des organes de gestion des entreprises. À cela s'ajoute, l'égalitarisme et le manque de compétitivité. Finalement, le « Modèle de Sunan » s'est progressivement retiré de la scène de l'histoire (Li B. 2013).

---

[109] *Sunan 苏南* : sud de Jiangsu, près de Shanghai.

[110] *Zhusanjiao 珠三角*, sa dénomination complète *Zhujiang sanjiaozhou 珠江三角洲,* qui traduit littéralement « le delta de la rivière des Perles » dans la province du Guangdong. Ici, « Zhujiang 珠江 » (la rivière des Perles) est le nom du fleuve, il faut le distinguer de la province du *Zhejiang 浙江*.

[111] Par exemple, de nombreux ouvriers et techniciens de Shanghai rendent visite à leur famille restée à la campagne à Suzhou, Wuxi, pendant les jours fériés ou le week-end. Lors de ces moments, les ouvriers participent à la diffusion des informations, des techniques et des expériences de gestion dans la région de Sunan.

Le modèle du Zhusanjiao

Le « Modèle du Zhusanjiao » ou le « Modèle de Zhujiang », dont la dénomination complète est le « Modèle du delta de la rivière des Perles » (*Zhujiang sanjiao zhou 珠江三角洲*), comprend habituellement la zone basse de ce fleuve du Guangdong, avec les villes principales de Canton et de Shenzhen, ainsi que les autres quatorze villes et districts. Depuis 1978, la région du delta de la rivière des Perles est passée d'une période d'économie planifiée à une économie de marché. Les usines de cette région ont bénéficié des soutiens politiques et économiques de l'État. Entre les années 1980 et 1990, ce modèle profite du prix faible de la main-d'œuvre locale venant de la campagne et de l'apport de capitaux de Hong Kong, de Macao et de l'étranger. Le développement industriel qui en résulte s'appuie sur des entreprises de type *Three Import and Compensation Trade* (*sanlaiyibu 三来一补*) [112]. À partir au milieu des années 1990, des entreprises à capitaux étrangers de trois types (*sanzi qiye 三资企业*)[113] apparaissent dans la zone de Zhusanjiao (Zhang M. et Gu 2002). Cette province a le système économique le plus développé de toute la Chine. La majorité des produits d'exportation fabriqués à Canton visent directement le marché international *via* Hong Kong et Macao, et la majorité des produits d'importation de l'étranger sont diffusés vers toutes les provinces du pays depuis la région de Zhusanjiao. D'autre part, la sous-traitance industrielle, bien qu'en grande partie dédiée à l'exportation, produit également un effet de synergie sur le secteur de substitution aux importations pour la fabrication de produits insuffisants sur le marché intérieur de la région (Weissberg 1997; Xin et Liu 2001; Zhang M. et Gu 2002; Liu X. 2013). De l'ensemble des particularités du développement socio-économique de cette zone, nous pouvons noter quelques caractéristiques plus générales à partir des deux points suivant : l'introduction massive de capitaux étrangers, surtout en provenance de Hong Kong ; et le fait que les entreprises caractérisées par trois types de capitaux étrangers aient joué un rôle clé pour le développement économique local comme pour la création de débouchés extérieurs. Ce modèle s'est remarquablement développé en s'appuyant sur les investissements étrangers (en particulier, sur les entreprises aux capitaux mixtes sino-étrangers et en provenant des Chinois d'outre-mer) à cette époque-là.

---

[112] Les entreprises de *Three Import and Compensation Trade* (*sanlaiyibu 三来一补*), apparues le plus tôt dans la région de Zhusanjiao : *In the case of lailiaojiagong 来料加工, the foreign investor furnishes raw materials, packaging materials, etc., and the Chinese enterprise produces and delivers the finished products in processing fee. In the case of laiyangjiagong 来样加工, the foreign investor provides samples and specifications; while the Chinese enterprise produces and delivers the finishes products and is paid for the cost of raw materials and processing. In the case of laijianjiagong 来件加工, the foreign investor furnishes machine parts, components, etc., and if necessary, technology and equipment, and the Chinese enterprise assemble and deliver the finished products for a processing fee. As to buchangmaoyi 补偿贸易, the importer buys machines, equipment, and objectively investigates, examine and verify evidence in accordance with legal procedure.*

[113] Les trois sortes d'entreprises à capitaux étrangers (en chinois *sanzi qiye 三资企业*) : les Joint-Venture sino-étrangères de Capitaux Propres (JVCP, soit les entreprises à capitaux mixte, *zhongwai hezi qiye 中外合资企业*) ; les entreprises de Coopération sino-étrangère Joint-Venture (CJV, soit les entreprises contractuelle, *zhongwai hezuo qiye 中外合作企业*) ;- les entreprises à capitaux exclusivement étrangers (*Wholly Foreign Owned Enterprise* – WFOE, *waishang duzi qiye 外商独资企业*). Nous parlons souvent ces trois types d'entreprises à *sanzi qiye 三资企业*. Nous allons présenter plus en détail ces définitions dans le chapitre 6 (cf. 6.1).

À partir du lancement de la politique de réformes et d'ouverture des années 1980, la Chine a vu émerger plusieurs modèles de développement à fortes caractéristiques régionales, tels que le « Modèle de Sunan », le « Modèle de Zhusanjiao », le « Modèle de Wenzhou », le « Modèle du Sud de Fujian», le « Modèle de Zhanjiang[114] » et le « Modèle de Pudong[115] ». Mais, les trois premiers modèles sont connus de tous, et en raison de leurs différentes formes de développement économique régional, ils sont souvent discutés et comparés (Xin et Liu 2001). S'il y a des différences au début de la phase de développement, c'est parce que la réalité régionale diffère. Pourtant, ces différences ont fini par converger vers une voie commune de développement. L'économie privée est devenue une composante de plus en plus importante dans le système économique. Les entreprises ont participé à la mise en place des réformes de la propriété et de la gestion *(ibid.*). Autrement dit, les deux modèles de Sunan et de Zhusanjiao se développent de plus en plus vers une économie privée basée sur les petites et moyennes entreprises, s'inspirant du modèle de Wenzhou. Il est dit que ce sont les trois exemples à suivre pendant une période de transition économique. Ces trois dénominations ont dépassé leur appellation géographique pour prendre un sens plus large. En entrant dans le 21e siècle, la définition de chaque modèle de développement a été enrichie avec les différentes caractéristiques de leur évolution. En effet, le modèle de Sunan s'étend à Yangzhou, à Nantong, situé au centre du Jiangsu, et également à la région de Hangzhou située au nord du Zhejiang. Le modèle de Wenzhou s'est étendu à plusieurs villes telles que Taizhou, Jinhua et Ningbo. Le modèle de Zhusanjiao, comprend la province du Fujian lorsque nous considérons le type des capitaux (*ibid.*). Si nous regardons leur évolution et leur développement après la réforme, le Sunan incarne le développement des entreprises rurales, le Wenzhou incarne l'industrialisation en milieu rural, et le Zhusanjiao représente le développement de l'urbanisation rurale (Liu X. 2013). Ils se rapprochent des formes de l'économie privée du modèle de Wenzhou.

Ainsi, les entreprises rurales, les entités économiques lors de la naissance de modèle du Sunan, se sont développées progressivement pour être remplacées par des entreprises privées et des entreprises à capitaux étrangers (désignés sous le nom de *sanzi qiye*) ; à l'inverse, le modèle de Zhusanjiao se caractérise au début par le développement d'entreprises de *sanlai yibu*. Puis, l'économie privée, et surtout les entreprises à capitaux étrangers *sanzi qiye* deviennent une composante importante de l'organisation économique locale (Zhang et Gu 2002). Par ailleurs, en ce qui concerne les liens extérieurs des entreprises de ces deux modèles, celui de Sunan avait des liens de coopération avec les entreprises étatiques située à Shanghai, notamment pour les produits visant le marché intérieur. L'ouverture vers le marché international s'est faite progressivement à partir des années 1990, grâce aux liens établis par les entreprises rurales de Sunan avec des entreprises de Hong Kong et Taïwan, ainsi que d'Europe et d'Amérique. En ce qui concerne les entreprises de Zhusanjiao, elles ont des liens étroits avec Hong Kong. Les

[114] *Zhanjiang* 湛江 est une ville située à l'extrémité occidentale de la province du Guangdong au nord-est de la péninsule de Leizhou, ancienne concession française de 1898 à 1945 (territoire du Kouang-Tchéou-Wan).
[115] *Pudong* 浦东, plus officiellement le nouveau district de Pudong, est un district de la municipalité de Shanghai.

capitaux sont fournis par les entrepreneurs chinois de Hong Kong et les produits sont exportés vers le marché international encore *via* Hong Kong. Avec le développement de centres de haute technologie à Canton et à Shenzhen, de nombreuses sociétés transnationales ont installé leurs services de fabrication dans ces zones industrielles, participant à l'établissement de liens de plus en plus internationaux (*ibid.*).

Le modèle de Wenzhou est considéré à bien des égards tant par les chercheurs que par les autorités comme une référence, comme un modèle pilote de la réforme à suivre par les autres provinces. Wenzhou est définie comme une ville-phare pour la place et le dynamisme des petites et moyennes entreprises. Le développement économique de Wenzhou s'appuie sur l'émergence des entreprises familiales plutôt privées, à la différence de Sunan et de Zhusanjiao. Si elle a été considérée comme une région quelque peu délaissée, elle est marquée depuis 30 ans par un fort auto-développement. Le facteur le plus important, c'est les réseaux de migrations, « grâce aux migrations, Wenzhou a établi des connections dans toute la Chine et également en Europe. C'est bien les migrants qui ont créé des réseaux commerciaux, et également un rééquilibrage des richesses par les investissements dans leur lieu d'origine. Ces interactions avec l'extérieur ont été des facteurs primordiaux dans le développement de Wenzhou » (Chen D. 2006, p17).

3.2 L'origine et le développement de « Modèle de Wenzhou »

3.2.1 L'origine historique

Une expression populaire décrit la localisation particulière de la région de Wenzhou : « Pékin est loin d'ici, et l'Empereur a bien d'autres soucis » (*tiangao huandi yuan* *天高皇帝远*)[116]. C'est-à-dire que Wenzhou est un lieu difficile à contrôler par le gouvernement central. De ce fait, les affaires familiales et les entreprises se sont développées librement depuis la dynastie de Song (960-1279). À cette époque, les ateliers familiaux se mettent en place, basés sur la fabrication d'objets d'artisanat commercialisé. Les Wenzhou commencent à se déplacer hors de Wenzhou et à développer un commerce de longue distance. Lors de la création de la nouvelle Chine populaire en 1949, bien que les activités commerciales et les petites entreprises privées aient été bouleversées par la mise en place du système de l'économie planifiée, la tradition marchande n'a pas été complétement anéantie (Chen D. 2006). À partir des réformes économiques de Deng Xiaoping, les traditions de commerce, de migration et d'ateliers familiaux sont reprises dans la région de Wenzhou. Comme nous le verrons, c'est cela qui a donné naissance au « Modèle de Wenzhou ». La croissance économique de Wenzhou démarre après le lancement des politiques de réformes et ouverture de 1978, s'accélère dans les années 1980 et explose dans les années 1990. Le mot de « Wenzhou » est de plus en plus connu en Chine. En effet, cette région est synonyme de grande croissance économique. Ainsi, un journal officiel de Shanghai « Le Quotidien de la libération » (*jiefangribao, 解放日报*), dans un reportage en date du 12 mai 1985, titre « L'économie collective peut prendre l'exemple sur la région de Sunan, mais l'économie privée doit prendre exemple sur la région de Wenzhou : 330 000 personnes à Wenzhou se sont engagées dans les industries familiales ». L'expression officielle de « Modèle de Wenzhou » apparaît pour la première fois à cette époque (Shi J. et Zhu 2001; Xin et Liu 2001).

Le « Modèle de Wenzhou » dans les recherches académiques

Les recherches sur le « Modèle de Wenzhou » se centrent sur la dimension économique et sociologique, et sur ce qui explique l'expérience du développement économique de Wenzhou. Des théories économiques et institutionnelles occidentales ont été introduites en Chine, et ont été adaptées à la réalité du développement économique de la Chine. Les recherches sur l'économie de Wenzhou sont devenues de plus en plus approfondies et vivantes suite à ces emprunts.

Dans les années 1980, le chercheur Zhang Renshou a montré que l'influence historique joue un rôle clé pour le développement économique de Wenzhou. Ainsi, les Wenzhou ont une tradition marchande, et une culture régionale particulière liée à « l'utilitarisme » et au « mercantilisme ». Pendant les années 1990, les chercheurs ont reconnu le modèle de Wenzhou non plus uniquement comme un phénomène de

[116] Nous rappelons que Jean-Philippe Béja (1995) a cité cette phrase dans l'article de « Loin des capitales... Wenzhou, une région en plein essor », Perspectives chinoises, 27(1), p 35.

développement économique local, mais aussi comme un modèle culturel régional particulier : l'économie de la région de Wenzhou est l'économie de la population de Wenzhou (Zhang R. 2008).

Avec la croissance économique de la région de Wenzhou, les recherches se sont multipliées dans les années 1990. Certains chercheurs pensent que le modèle de Wenzhou se développe non seulement grâce à des éléments de l'économie, mais aussi grâce à l'influence de la culture traditionnelle, de l'histoire et de l'esprit humain dans la région de Wenzhou.

Des recherches sur le modèle de Wenzhou ont été conduites par des chercheurs étrangers, comme le britannique, Peter Nolan, qui a coopéré avec le chinois Dong Furong. Ils ont publié un livre en 1990 intitulé *Market forces in China : competition and small business: the Wenzhou debate* (J. Shi et Zhu 2001). De plus, un chercheur chinois installé au Japon, Yan Shanping, a fait une étude sur le modèle de Wenzhou, lors d'une recherche sur le problème de l'industrialisation des campagnes en Chine *(ibid.*). Aux États-Unis, le chercheur Kristen Parris (1993), a analysé le modèle de Wenzhou, dans un article intitulé *Local Initiative and National Reform : The Wenzhou Model of Development*. Enfin, P.L.Liu Alan (1993) a publié un article de l'*The "Wenzhou Model" of Development and China's Modernization*. Les travaux de Shi Jinchuan et Zhu Kangdui donnent un aperçu des recherches sur le modèle de Wenzhou, jusqu'en 2001. L'essor économique de Wenzhou relève pour les chercheurs chinois et étrangers de l'économie, mais aussi de la sociologie et l'anthropologie.

À partir du milieu des années 2000, Kellee S. Tsai (2006) publie un article intitulé *Debating decentralized development : A reconsideration of the Wenzhou and Kerala*[117] *Models*. À partir d'une approche comparative, il analyse les contraintes et les atouts de ces deux modèles. Y. D. Wei, Li, et Wang (2007) ont quant à eux montré la transformation des entreprises de Wenzhou depuis les années 1980 dans l'article *Restructuring Industrial Districts, Scaling Up Regional Development: A Study of the Wenzhou Model, China.* Les travaux de recherche sur l'économie de Wenzhou restent ouverts et tendent vers des analyses de plus en plus nombreuses du modèle économique. Quinze ans plus tard, les recherches sur le modèle de Wenzhou répondent à une nouvelle tendance : l'évolution de ce modèle s'adapte à la réalité du développement économique de la région.

Selon Fang et Xi (2005), le modèle de Wenzhou est un modèle de développement économique et social. Les gens de Wenzhou ont profité des mécanismes de marché afin de développer l'économie privée, de s'enrichir et de développer la ville. Le modèle de Wenzhou se caractérise par l'esprit d'entrepreneuriat, la place importante accordée à la tradition locale, l'innovation et la capacité à s'adapter dans le temps. Ce modèle peut donc être utilisé comme une référence, comme un chemin de la pauvreté vers la richesse pour les régions sous - développées, profitant de l'économie de marché, de la privatisation et de la mondialisation pour développer l'industrie, l'urbanisation et la modernisation par le développement scientifique.

Les chercheurs proposent des classements chronologiques différents sur le modèle de Wenzhou, opérant des distinctions entre le « modèle de Wenzhou ancien », « modèle de Wenzhou nouveau », « première génération du Modèle de Wenzhou » ou

[117] Le Kérala est un état de l'Union Indienne.

« deuxième génération du Modèle de Wenzhou », le « Modèle de Wenzhou d'avant » ou « Modèle de Wenzhou d'après »…*etc.* Ce qui révèle aussi qu'il existe une transformation du modèle de Wenzhou.

Nous avons choisi d'utiliser l'expression du « Modèle de Wenzhou ». Si nous reconnaissons la pluralité des définitions, selon les périodes et les auteurs, nous en retiendrons les aspects suivants, afin d'offrir une définition qui servira tout au long du texte - le « Modèle de Wenzhou » est non seulement une forme de développement économique local, mais aussi une organisation économique qui combine ces éléments suivants :

Tableau 8 Résumé de la proposition de la définition dans notre recherche

Cinq Eléments	Références principales
Des petites entreprises de type familial	Fei Xiaotong (1984, 1995), Zhang Renshou et Li Hong (1990), Dong Furong (2002)
Un financement par du crédit de type « informel »	Ma Jinlong (2001), Shi Jinchuan et Zhu Kangdui (2001)
Une tradition économique locale	Shi Jinchuan et Zhu Kangdui (2001), Zhang Miaoying (2003)
Des réseaux migratoires (internes et internationaux) pour la distribution de la production	Xiang Biao (2000), Wang Chunguang (2000b), Wu Bin et Wang Huiyao (2009)
Une production visant l'échelon national ou international	Fei Xiaotong (1984), Xiang Biao (2000),), Wu Bin et Wang Huiyao (2009)

3.2.2 Un modèle critiqué sur le plan idéologique comme chemin vers le capitalisme

Est-ce que le modèle de Wenzhou est un chemin vers le capitalisme ?[118] C'est à partir de cette question que s'est engagé un débat idéologique qui finalement a contribué à la promotion du modèle de Wenzhou par le pouvoir central. Comme nous l'avons vu, dans les années 1980, au début de la réforme, trois modèles typiques émergent mais seul le modèle de Wenzhou est devenu le nœud crucial du débat. Avant le 14e Congrès du Parti Communiste de Chine (PCC) en octobre 1992, le modèle de Wenzhou a été critiqué et remis en cause car il allait l'encontre des principes communistes. Mais il a été clairement soutenu par Deng Xiaoping.

Depuis le milieu des années 1990, avec l'accélération de la transformation du système de l'économie planifiée vers l'économie de marché et la formation du marché national unifié, le modèle de Sunan connu un ralentissement, le modèle collectif n'étant pas adapté à l'économie de marché. Les entreprises rurales de la région de Sunan ont

[118] Jean-Philippe Béja (1995) a également montré qu'après le déclenchement des réformes, tout au long des années 1980, il y a eu des débats interminables sur la nature du « modèle de Wenzhou ». Est-il capitaliste ou socialiste ? Selon lui, ce n'est que depuis 1992, depuis l'adoption du mot d'ordre de socialisme de marché; que le type de développement a été reconnu. Puis, les cadres, les entrepreneurs viennent de tout le pays pour étudier le modèle de Wenzhou.

restructuré leur propriété et les autorités locales ont orienté les entreprises vers le marché, pour réduire ou éliminer complètement l'intervention administrative vis-à-vis des entreprises et affirmer le droit individuel de propriété. Le modèle de Sunan s'est rapproché de l'économie privée promue par le modèle de Wenzhou. Le modèle de Sunan a été supplanté par le modèle de Wenzhou. Et lors du 15e Congrès du PCC en 1997, une nouvelle classification des entreprises est apparue qui inclut les sociétés anonymes conjointes et l'actionnariat avec des investisseurs privés. L'appellation « Modèle de Wenzhou » est inscrite pour la première fois dans les documents officiels. En 1999, la révision de la Constitution complète la conception de l'économie socialiste de marché de Chine : « l'économie socialiste de marché repose également sur la propriété non publique ». Elle définit le secteur privé en tant que « composante importante » de l'économie chinoise. À partir de ce moment, la critique idéologique visant l'économie privée a été officiellement annulée dans le cadre de la loi. En 2001, la Chine adhère à l'Organisation Mondiale du Commerce (OMC), après quatorze années de négociations. La disparition progressive des barrières tarifaires et douanières permet une pénétration économique étrangère accrue. Par cet accord, la Chine tourne définitivement le dos au passé et accepte une libéralisation de l'économie.

Dans ce contexte, Wenzhou a connu un grand essor économique considéré comme le pilote de la réforme, le pionnier du développement de marché et l'initiateur de l'ouverture. Le modèle de Wenzhou joue un rôle pilote, son influence sur la signification théorique excédant l'influence de son propre poids économique. Par exemple, certains chercheurs (Shi J. et Zhu 2001; Xu 2009) ont fait un bilan systématique des recherches sur le modèle de Wenzhou. Le modèle de Wenzhou agit comme référence par son expérience économique de développement économique local suivant la réforme institutionnelle et le développement économique local dans un contexte de mutation économique et sociale en Chine. Certes, le modèle de Wenzhou bénéficie d'un effet d'expansion, c'est-à-dire que l'influence économique de Wenzhou s'est étendue à toute la province du Zhejiang et à d'autres régions de Chine. Pourtant, il fait également face aux problèmes de transformation et de réforme économique. Ainsi, certains chercheurs et cadres locaux pensent que le modèle de Wenzhou subit un « vieillissement prématuré ». Ses perspectives d'avenir sont limitées, par une série des problèmes qui retardent son développement, tels que le manque de produits de haute technologie, le manque de compétences pour faire face à la concurrence.

Tout bien considéré, le modèle de Wenzhou représente tout d'abord un modèle économique particulier pour expliquer l'essor économique à une échelle locale dans un premier temps. Le modèle s'appuie sur une croissance économique rapide. Puis, de par son expansion, il apparaît que son appellation géographique a été dépassée par sa connotation. En effet, aujourd'hui l'essentiel du modèle dit de « la région de Wenzhou » a franchi la frontière administrative de la région et redessine une nouvelle géographie économique. À l'heure actuelle, les entreprises Wenzhou ou les entrepreneurs Wenzhou n'émergent pas seulement à l'intérieur de la région géographique Wenzhou. La section suivante vise à éclairer les causes de cette mutation.

3.2.3 Un modèle économique qui franchit la frontière…

La province du Zhejiang a connu un développement économique présentant des points communs avec Wenzhou depuis le milieu des années 1990. Le modèle de Wenzhou est considéré comme une image réduite du développement économique de la province du Zhejiang (Shi J. et Zhu 2001; Xu 2009). Le phénomène économique du Zhejiang, correspond à l'« expansion économique spontanée » (*ibid.*) du modèle de Wenzhou. Le modèle économique de Wenzhou a joué un rôle essentiel dans la croissance économique du Zhejiang.

La diffusion du modèle de Wenzhou s'est fait de trois manières (Xu 2009) :

- par la recherche scientifique et les médias (par ex. multiplication des travaux sur le modèle de Wenzhou en Chine mais aussi à l'étranger) ;

- par les échanges entre les autorités locales et provinciales ainsi qu'avec le gouvernement central : par ex. : 1 132 groupes de en mission d'études ont été accueillis à Wenzhou en 1986 dont 98 groupes venant du gouvernement central, promotion par les autorités de Yiwu du slogan « Suivre l'exemple de Wenzhou ! », de l'économie marchande de Yiwu selon le modèle de Wenzhou ;

- par l'effet de démonstration des entrepreneurs de Wenzhou et l'expansion du marché de Wenzhou : par ex. « Faire le patron la journée, dormir par terre la nuit » (*baitianzuo laoban, wanshang shui diban 白天做老板，晚上睡地板*), est une expression souvent utilisée pour qualifier les commerçants de Wenzhou.

Manifestation de son dynamisme économique, les « marchés spécialisés » (*Special Markets*, *Zhuanye Shichang 专业市场*)[119] ont très tôt pris de l'importance dans la région de Wenzhou. Ce type de marché s'est ensuite étendu dans toute la province, puis à toutes les régions du pays. Dans la province du Zhejiang, la prospérité de l'économie de marché, s'explique par l'influence et le rayonnement du modèle de Wenzhou. Deux exemples sont le marché de gros de Yiwu[120], réputé être le plus grand marché de ce type au monde, et la « Cité » du Textile de Shaoxing.

Yiwu qui compterait 1,6 millions d'habitants s'est développé sur la création en 1982 d'un marché spécialisé dans la vente de textiles et de produits de consommation courante (ustensiles ménagers, décoration, bijoux, jouets, articles religieux, *etc.*) a permis aux fabricants locaux d'entrer en contact avec des grossistes de la province du Zhejiang, puis de toute la Chine (Bertoncello, Bredeloup, et Pliez 2009). Au début des années 1980, Yiwu a attiré des centaines commerçantes de Wenzhou lors de la création du « marché de petite économie marchande ». La majorité des produits proviennent de la région de Wenzhou. Environ 100 000 commerçants de Wenzhou se sont installés dans la région de Jinhua[121] au Zhejiang et la majorité est installée à Yiwu. Ils gagnent ainsi leur réputation, de « premier grand groupe provenant de l'extérieur » (Xu 2009, p26). À Yiwu, les

[119] Le marché spécialisé est un centre de distribution de gros de produits d'un même secteur. Autrement dit, il s'agit d'un local commercial où se regroupent DIFFERENTS entrepôts spéciaux (*specialty store*) qui visent à la clientèle spéciale.

[120] *Yiwu 义乌* est, une ville située hors de la région de Wenzhou. Cette ville est célèbre pour son marché de gros. Depuis 2005, la ville est considérée comme le plus grand marché au monde de petites marchandises.

[121] *Jinhua 金华*, un département dans la province du Zhejiang, où se trouve le district de Yiwu.

commerçants de Wenzhou sont présents dans de nombreux secteurs. Les secteurs des lunettes, des briquets et autres accessoires, sont occupés par les commerçants de Wenzhou originaires de districts urbains de Lucheng, Ouhai et Longwan. L'hôtellerie et la restauration sont occupées par les Wenzhou de Wencheng et de Taishun. Les enseignes, la fabrication des marques commerciales et l'impression sont l'apanage des commerçants de Wenzhou, d'origine de Cangnan. Les cadeaux sont la spécificité des commerçants de Pingyang à Wenzhou. Les boutons, les jouets et la maroquinerie sont le domaine des Yongjia de Wenzhou. Les produits électriques sont vendus par les commerçants de Yueqing, *etc.* Il y a donc une sorte spécialisation sectorielle des commerçants de Wenzhou selon leur quartier ou village d'origine. Yiwu est devenu le plus important des marchés de gros spécialisés de toute la Chine depuis 1991. L'internationalisation du marché spécialisé de Yiwu et son succès ont contribué à la densification du tissu industriel orienté vers la production des biens de consommation courante et à son extension à l'ensemble du Zhejiang, ainsi qu'à une explosion du nombre de boutiques d'usines dans les marchés de la ville (705 en 1982,16 000 en 1992 et 58 000 en 2006) (Bertoncello, Bredeloup, et Pliez 2009).

À Shaoxing, les commerçants de Yueqing ont apporté leur contribution au développement du secteur textile en jouant un rôle clé dans la construction de la « Cité du Textile ». Ainsi, Wang Meisong qui est originaire de Yueqing, est le président de l'association des commerçants de Yueqing à Shaoxing, et le directeur général de la société pour l'investissement de l'économie réelle de Jinhua (*ibid.*). Nous pouvons trouver beaucoup d'exemples similaires dans toute la province, dans les autres régions du pays.

L'expansion du modèle de Wenzhou s'explique essentiellement par la réussite des commerçants de Wenzhou. Elle s'est propagée vers les autres provinces du pays. Le modèle de Wenzhou a donc eu non seulement un retentissement régional, mais aussi national, et a joué un rôle dans la transformation de l'économie nationale.

Toujours selon Xu (2009), le modèle de Wenzhou suit un mouvement d'« expansion économique spontanée », qui se traduit d'abord par une extension géographique, de la région de Wenzhou à toutes les régions de la province de Zhejiang, puis de la frontière de la province jusqu'aux quatre coins du pays. Cependant, l'extension de ce modèle économique ne s'est pas arrêtée au niveau du pays. Nous trouvons maintenant des lieux qualifiés de « centre commercial » de Wenzhou, la « rue de Wenzhou », et le « magasin de Wenzhou » en Europe, notamment en France, en Italie, en Espagne et en Grèce[122]. Si ce modèle économique franchit ainsi les frontières, c'est grâce à la formation progressive d'un réseau de migrants de Wenzhou. La recherche de Wu Bin et Wang Huiyao (2009), nous permet d'appréhender le développement des migrants de Wenzhou et son influence sur le commerce extérieur.

À partir des années 1990, Wenzhou devient, à l'échelle nationale, le centre du commerce des produits de l'industrie légère. Toutefois, en raison du développement économique des autres régions, ce statut a été fragilisé. Les entreprises de Wenzhou ont donc dû ajuster leur stratégie : l'économie de Wenzhou est passée d'une production « fabriquée à Wenzhou » à une production « fabriquée par les Wenzhou ». En d'autres

[122] Sur la diaspora chinoise en Grèce voir la thèse d'Iris Polyzos (2014).

termes, il existe des produits fabriqués hors de la région de Wenzhou par des individus originaires de Wenzhou.

Il y a des avantages à faire des affaires dans les autres régions. Ainsi, le « village du Zhejiang » à Pékin est dominé par les migrants de Wenzhou (Xiang 2000). Par ailleurs plus de 2000 entreprises Wenzhou se trouvent dans toute la Chine, hors de la région de Wenzhou. D'autre part, 40% des produits industriels fabriqués à Wenzhou, ont été distribués par leurs réseaux migratoires en Chine (Annuaire de Wenzhou 2004, p 505, cité par Wu et Wang 2009).

Les entrepreneurs de Wenzhou explorent non seulement le marché national, mais visent aussi le marché international. Les produits de prêt-à-porter, les jouets, les luminaires, la maroquinerie et la chaussure, etc. ont des débouchés potentiels au niveau international. L'exploitation du marché international et le développement de l'exportation favorisent la dynamique de l'économie locale de Wenzhou (Wu et Wang 2009).

Les autorités locales de Wenzhou apprécient donc de plus en plus des capitaux issus de la diaspora Wenzhou. Ainsi, la première session de *The World Wenzhounese Conference* (*shiejiewenzhourendahui, 世界温州人大会*) est tenue en 2003 et l'Europe est devenue un nouveau marché pour les commerçants de Wenzhou dès 2000. Wu et Wang (2009) montrent que c'est principalement l'insuffisance des ressources foncières et le sous-développement des communications qui ont été à l'origine de l'émigration de Wenzhou.

Par ailleurs, dans la culture traditionnelle, l'école de pensée *Yongjia Xueyuan 永嘉学院*[123] a eu une forte influence sur les commerçants de Wenzhou (*ibid.*). L'école de *Yongjia* est née à Wenzhou au 11e siècle (sous la dynastie Song du Sud 1127-1279). Elle prône la sauvegarde de la valeur de l'acte commercial et le fait d'accorder la même importance à la production et à la circulation des produits. Ces idées sont inscrites et ont été approfondies à Wenzhou et elles perdurent aujourd'hui.

[123] Une école de pensée chinoise qui souligne l'importance du « mercantilisme ». Nous allons voir plus en détail dans la section 3.4.3.

3.3 Les secteurs d'activités privilégiés

Dans l'industrie légère, nous comptons aujourd'hui à Wenzhou une dizaine de secteurs d'activités dans la confection, le cuir, les lunettes et les briquets. Par exemple, les chaussures fabriquées à Wenzhou occupent 20% du marché national et les briquets 95% du marché national et 70% du marché international (Cai J. 2010). Ce type de développement s'est réalisé peu à peu avec une concentration géographique des entreprises familiales et une forte spécialisation des produits telle que décrite par l'expression « un produit par village, un secteur par canton » (*yicunyipin, yixiangyiye 一村一品，一乡一业 One Town One Product*). Ainsi, le secteur de la chaussure se regroupe principalement à Rui'an[124], à Lucheng et à Yongjia ; la confection à Yongjia et à Yueqing ; les briquets à Lucheng et les disjoncteurs électriques à Yueqing. Il ne s'agit là que des quatre secteurs dominants, particulièrement remarquables, des activités économiques privilégiées qui opèrent sur le modèle de Wenzhou. Ces activités privilégiées peuvent être observées dans l'économie diasporique de Wenzhou[125].

À la fin de l'année 2013, Wenzhou a obtenu « une bonne réputation au nom de l'État » (g*uozihao 国字号*)[126], et des appellations de reconnaissance, remises par les associations nationales des secteurs telles que la « capitale de la chaussure » de Chine, la « capitale du cuir », « cité de la confection » de Chine, « base de la production de briquets », « capitale du matériel électrique » de Chine, *etc.* (*Wenzhou nianjian 温州年鉴 [Wenzhou Yearbook]* 2014, p194). Wenzhou est considérée comme l'initiatrice des tendances de l'économie chinoise par la majorité des économistes (par exemple, Dong Furen, Zhang Renshou, *etc.*).

3.3.1 La « capitale » du cuir et de la chaussure de Chine

Wenzhou est, en Chine un des lieux de naissance de la chaussure. Sous la dynastie des Song du sud (1127-1279), apparaît le « foyer spécialisé » (*zhuanyehu, 专业户*) du cuir et de la chaussure (Bai 2014). Dans la période Chenghua de la dynastie des Ming (1465-1487), la chaussure de Wenzhou était inscrite sur la liste des tributs dus à l'empereur, en raison des compétences techniques et de l'ingéniosité des artisans. À partir de 1920, le secteur du cuir et de la chaussure s'est fortement développé à Wenzhou. Un système d'industrie artisanale du cuir et de la chaussure se forme et apparaissent les « rues de la maroquinerie, de la chaussure et du cuir » et Wenzhou établit des liens commerciaux avec les pays d'Asie du Sud-Est. Depuis la fondation de la Chine populaire (1949), les activités artisanales du cuir et de la chaussure ont continué à se développer à Wenzhou (*ibid.*),

[124] *Rui'an* est considéré comme la capitale de la chaussure du Zhejiang. Située au sud-est de la province du Zhejiang, la ville est créée pendant la dynastie des Trois Royaumes (220-280). Cette localité est considérée comme le berceau du système mercantile de Chine, mais aussi un lieu possédant une position avancée dans l'économie privée. *Rui'an* est un-district placée sous la juridiction administrative du département de Wenzhou (Cai J. 2010).

[125] Selon l'enquête de terrain à Paris faite de 2010 à 2015, la confection de Wenzhou se regroupe à Paris mais d'autres activités comme la chaussure à Aubervilliers (voir le chapitre 4, p224).

[126] En Chine, *Guozihao* peut qualifier un produit, une équipe ou un établissement, bénéficiant d'une bonne image au niveau national. En ce qui concerne les produits, cela signifie souvent une bonne qualité et une marque connue par le monde.

principalement la fabrication de la chaussure[127], qui jouit d'une bonne réputation dans le pays. Selon le chiffre de l'association du cuir et de la chaussure de Wenzhou, la valeur globale de la production industrielle du cuir et de la chaussure est de 85,2 milliards de yuans (14,2 milliards de dollars US) en 2013, et il a augmenté de 2,34% par rapport à l'année 2012. L'exportation de la chaussure en 2013 a réalisé 5,16 milliards de dollars, affichant une hausse de 10,69% en rythme annuel, selon les chiffres de la douane de Wenzhou (*ibid.*).

Wenzhou est considérée comme une base nationale de la production de la chaussure où 1,2 milliards paires de chaussures sont fabriquées annuellement (Bai 2014). Un vaste réseau de distribution, composé de « commerçants » (*tuixiaoyuan 推销员*), est présent dans le monde. De multiples points de vente existent à l'intérieur du pays et à l'étranger. Les migrants de Wenzhou ont joué un rôle crucial dans la formation du réseau de vente. Le secteur de la chaussure et du cuir à Wenzhou repose sur un savoir-faire traditionnel, un effet de cluster, une capacité d'innovation et un réseau d'entrepreneurs qui distribuent mais aussi relaient les besoins et les tendances de leur région d'origine.

3.3.2 La « cité » de la confection de Chine

La confection à Wenzhou ne possède pas une longue histoire comme la chaussure. Son développement a commencé dans les années 1980. En trente ans, la confection est devenue un des principaux secteurs de l'industrie de Wenzhou[128]. Le secteur de la confection a joué et joue encore un rôle important dans le développement de l'industrie de Wenzhou.

Dans les années 1980, la confection débute à Wenzhou. La production s'organise autour de l'« atelier familial ». Les « commerçants » et migrants de Wenzhou, se dispersent dans le pays pour faire des affaires. Ils ramènent des informations sur les marchés et sur les besoins en produits aux habitants de Wenzhou, surtout aux ateliers familiaux. L'offre est inférieure à la demande, les entreprises de la confection dominent donc le marché. Ces entreprises peuvent être assimilées à des ateliers de sous-traitance, préoccupés seulement par la production de vêtements, et n'ayant pas encore intégré des préoccupations de plus haut niveau telles que la recherche ou le marketing. À cette période, il y a très peu de différence dans le style de vêtements : les produits de la confection sont quasiment les mêmes sur le marché. Seule la concurrence par le volume permet de distinguer les entreprises de la confection. C'est ainsi que les « marchés spécialisés » pour la confection se sont progressivement formé. Les deux grands marchés de *Donglitou 动力头* (créé en 1990) et *Miaoguosi 妙果寺* (créé en 1990) méritent tout

[127] Zhu Zejin (2014), Wenzhou xieye jiqu shifan xiaoying mingxian 温州鞋业集聚示范效应明显 [L'effet du cluster de la chaussure de Wenzhou], Wenzhoushangbao 温州商报 [Journal de commerces de Wenzhou], 28 janvier 2014 (en ligne), http://www.wenzhou.gov.cn/art/2014/1/28/art_3598_296400.html, (consulté le 28 avril 2016).

[128] Selon les statistiques officielles de 2014, les 196 « grandes entreprises » du secteur de la confection en 2013 ont réalisé 28,5 milliards de yuans (4 milliards de dollars US) de chiffre d'affaire, soit 0,3% de moins qu'en 2012. La valeur des exportations en 2013 est de 1,8 milliards de yuans (300 millions de dollars US), en baisse de 3,2% par rapport à la même période (*Wenzhou nianjian 温州年鉴[Wenzhou Yearbook]* 2014, p195).

spécialement d'être notés. Un bon nombre d'entrepreneurs de la confection ont fait fortune *via* l'accumulation primitive sur les marchés spécialisés de la confection. Wenzhou a connu un grand développement jusqu'à devenir un des plus grands « marchés spécialisés » dans la confection dans le sud de la province du Zhejiang.

En une dizaine d'années de développement, jusqu'à la fin des années 1980 et au début des années 1990, un marché intérieur s'est développé en Chine. Les entreprises de confection de Wenzhou sont alors en cours de formation, réalisant leur transformation d'ateliers familiaux en entreprises coopératives par capitaux. Elles ont pris de l'avance en lançant, ou en développant des marques nationales. Nous pouvons alors distinguer trois types d'entreprises de confection à Wenzhou :

Tableau 9 Trois types d'entreprises de confection à Wenzhou

	Type 1	Type 2	Type 3
Marché	Production « OEM »[129]	Marché extérieur (Europe, Amérique)	Marché intérieur
Marques propres	Non	Oui	Oui
Produits	Bas de gamme	Prêt à porter haut de gamme	Moyen

(Source : Chao Wang 2013)

Il est à souligner que les entreprises de confection spécialisées dans la production « OEM » (Type 1) ne possèdent pas leurs propres marques. En raison des conditions géographiques particulières et des ressources migratoires, la majorité des entreprises de confection sont principalement dédiées à la production de produits bas de gamme pour « un fabriquant d'équipement d'origine »[130]. Ces entreprises sont quasiment toutes des petites et moyennes entreprises, voire des ateliers familiaux (Wang Chao 2013). Il est à souligner qu'il est possible pour une entreprise de s'inscrire dans deux types (1 et 2 voir tableau 4) en vue d'exploiter le marché, comme nous l'a montré notre enquêté auprès de l'entrepreneur de la confection Monsieur WCC à Wenzhou à Li'ao : une partie des produits de son entreprise est destinée au marché d'exportation, quand l'autre partie est destinée au marché national[131].

Une particularité : l'exportation de la confection grâce aux migrants

Le commerce extérieur de la région de Wenzhou s'est initialement développé grâce aux entrepreneurs chinois d'outre-mer. En chinois, *qiaomao* 侨贸 est un terme spécifique qui renvoie au commerce des Chinois d'outre-mer et rend compte de l'importance de ce phénomène. Depuis le début des années 1990, l'exportation vers l'étranger des produits confectionnés à Wenzhou a commencé grâce à des Wenzhou d'outre-mer.

Ainsi, des entrepreneurs sont devenus les fournisseurs des marchés de détail ou de grands magasins. Ils ont échangé des informations commerciales avec les Wenzhou à l'étranger, et maintenu un lien solide d'échange entre Wenzhou et les autres pays où ils sont installés. Par exemple, plus de 500 sociétés de confection et d'import-export sont

[129] OEM : Original Equipement Manufacture.
[130] Un fabricant d'équipement d'origine (FEO) est une entreprise fabricant des pièces détachées, principalement pour le compte d'une autre entreprise, l'intégrateur ou l'assembleur.
[131] Entretien avec Monsieur WCC, le 10 octobre 2012 à Wenzhou.

tenues par la diaspora Wenzhou à Rome en Italie, où les chiffres totaux des ventes réalisées en un an ont atteint plus de 5 milliards de dollars US (Wang Chao 2013). Les migrants de Wenzhou ont joué un rôle en tant que lien entre Wenzhou et l'étranger.

La confection de Wenzhou a donc également profité des ressources liées aux réseaux migratoires, ainsi que des échanges d'informations sur les opportunités commerciales. Ce réseau a joué un rôle clé pour la diffusion de produits vers le marché intérieur et extérieur.

3.3.3 La « base nationale de la production » de briquets

Le secteur des briquets de Wenzhou (ou autres accessoires de fumeurs) se concentrait géographiquement principalement dans le district de Lucheng, où s'étend la plus grande base de production des briquets et qui est aussi un centre d'information sur le marché mondial. En 1987, le premier briquet électronique a été fabriqué en suivant un modèle développé par des Wenzhou dans un atelier familial. En 1989, le briquet anti-vent de quatrième génération a été fabriqué sur le modèle japonais. Jusqu'à la fin des années 1980, Wenzhou a vu se développer plus de 500 ateliers de briquets, les marchés spécialisés pour la vente et les pièces détachées se sont formés dans la « rue de Xinhe » (*信河街*) à Wenzhou. Wenzhou a ainsi été le cadre d'une formation d'un pôle de compétence géographique de briquets (Association des accessoire de fumeurs de Wenzhou, cité par Chuanbao Wang 2009).

Selon WFJ[132], le développement du secteur des briquets se caractérise par trois périodes durant lesquelles « les cartés ont été redistribuées ». Durant la première période, dans les années 1980, les briquets anti-vent apparaissent sur le marché. La majorité des briquets sont des produits d'imitation. Pendant la deuxième période, au début des années 1990, les entreprises de briquets se trouvent en difficulté en raison de problèmes liés à la qualité des produits et à la concurrence intense que se livrent les entreprises du secteur. Lors de la troisième période, de la moitié des années 1990 au début des années 2000, l'industrie de briquets de Wenzhou profite d'un effet d'échelle, générant l'élévation du niveau de la technique et l'accès de certaines entreprises à une place importante sur le marché mondial.

En 1999, la fabrication de briquets était assurée par plus de 500 unités de production et d'ateliers familiaux. La production de briquets dépassait un milliard de pièces, la valeur de la production atteignant alors 1,7 milliards de yuans (210 millions de dollars US), soit 70% de la part du marché mondial, et même 90% pour les produits anti-vent (Sheng S. et Zheng 2004). S'appuyant sur les avantages de la bonne qualité atteinte, du prix bon marché et d'une gamme de coloris variés, les briquets de Wenzhou connurent un grand succès à partir des années 1990. Wenzhou brisa ainsi le monopole du marché mondial dominé jusqu'alors par des pays tels que le Japon, la Corée du sud et Taïwan. Le secteur s'est développé au cours de ces trente dernières années, profitant de la main-d'œuvre bon marché et de l'effet de grappe d'entreprises, pour finalement favoriser l'essor économique local de Wenzhou.

[132] Entretien avec Monsieur WFJ, fabricant de briquets, le 10 octobre 2012 à Wenzhou.

Les entreprises de briquets de Wenzhou se développent principalement sous la forme de petites et moyennes entreprises, et se concentrent autour de plusieurs lieux formant des grappes d'entreprises. Des dizaines voire des centaines de petites entreprises ou d'ateliers familiaux se rassemblent dans ces lieux, engagés dans différentes activités du secteur du briquet. S'y trouvent des entreprises de matières premières et d'approvisionnement en combustible, de production des pièces détachées, d'assemblage de briquets, de prises de commandes et de paiement. En d'autres termes, il existe un réseau de petites entreprises. Par exemple, si une entreprise de distribution reçoit une commande, alors elle passe la commande à des entreprises de production, et elle commande aussi les pièces détachées de briquets et les autres approvisionnements, enfin elle paie un coût d'assemblage à un atelier de fabrication du briquet. Ces entreprises forment une « grande usine » temporaire réalisant une affaire, de la fabrication à la vente (*ibid.*).

La division du travail par spécialité qui caractérise la grappe d'entreprises du briquet, a été un caractère important lors du développement du secteur. Les entreprises étaient petites et ne possédaient que quelques machines et quelques travailleurs, mais le réseau construit par ces petites entreprises leur fut favorable, au moins pendant un temps. Cette spécialisation a, en effet, donné lieu à des abus, surtout lié au suivi de la qualité. En effet, le briquet n'était pas fabriqué par une seule entreprise de production. Les pièces détachées étaient fabriquées par plusieurs entreprises qui ne coordonnaient pas leurs efforts. Somme toute, les entreprises du secteur du briquet ont profité de la période du développement glorieux, l'exportation a coïncidé avec la « réduction de nombre d'entreprises mais l'augmentation du prix des produits ». Le secteur des briquets reste une activité originale de Wenzhou.

Si le secteur s'est ainsi développé, c'est parce que la diaspora Wenzhou a joué un rôle de pilote, en étant le premier guide dans la distribution des briquets. Selon WHJ[133] le témoignage recueilli : « Certes, le rôle de la diaspora Wenzhou est devenu de moins en moins important sur le marché mondial pour la distribution de briquets, car aujourd'hui la majorité des clients étrangers nous commandent directement les produits. Pourtant, si les briquets de Wenzhou peuvent s'exporter vers l'Europe, c'est bien parce que c'est la diaspora Wenzhou qui les écoulait à l'étranger. »

3.3.4 La « capitale » du matériel électrique de Chine

Le secteur du matériel électrique a connu une croissance remarquable contribuant au développement local de l'économie de Wenzhou[134]. Le secteur de matériel électrique est marqué par une concentration géographique des entreprises, sur le même modèle de grappe industrielle que les autres secteurs d'activités privilégiés de Wenzhou. En

[133] Entretien avec Monsieur WFJ, fabricant de briquets, le 10 octobre 2012 à Wenzhou.

[134] En 2013, l'industrie du matériel électrique comptait 11 170 entreprises à travers le département de Wenzhou, dont environ 500 « grandes entreprises », 98 entreprises dont la valeur annuelle de la production a dépassé 100 millions de yuans (16,7millions de dollars US), 26 entreprises dépassant 500 millions de yuans (83,3 millions de dollars US), 16 entreprises dépassant un milliard de yuans (167 millions de dollars US) et deux entreprises ont dépassant 5 milliards de yuans (833 millions de dollars) (*Wenzhou nianjian* 温州年鉴*[Wenzhou Yearbook]* 2014, p197).

affirmant que Wenzhou est la capitale du matériel électrique de Chine, il nous faut mentionner le district urbain de Yueqing, en particulier le bourg Liushi, où sont localisées plus de 4 300 entreprises fabriquant le tiers du matériel électrique à basse tension de Chine en 2009 (Wang Z. 2012). Le bourg de Liushi, qui se trouve dans le district de Yueqing, est également, avec ses grappes d'entreprises de matériel électrique, une zone reconnue comme étant un des berceaux du « Modèle de Wenzhou ».

Historiquement, le développement du secteur du matériel électrique s'inscrit dans trois périodes principales (*ibid.*) : la naissance (1972-1978) ; la croissance (1978-1992), et la restructuration (à partir des années 1990). Par exemple, les autorités ont commencé à épurer 1 544 ateliers familiaux en ne donnant un permis de fabrication qu'aux entreprises dont les produits ont passé le contrôle de la qualité en 1990. Ainsi le groupe Chint a été le premier créé en février 1992, suivi par le groupe Delixi, et le groupe de Xinhua. Si le bourg de Liushi a choisi le secteur du matériel électrique à basse tension au lieu des autres produits, c'est parce que les paysans de Liushi avaient eu conscience d'affaires potentielles, ensuite que les migrants ont joué le rôle de « commerçants » et ont facilité la découverte d'opportunités commerciales, et qu'enfin la demande sur le marché de l'équipement en matériel électrique et celui de la quincaillerie a fortement augmenté (*ibid.*).

3.4 La spécificité du « Modèle de Wenzhou »

Le développement économique de Wenzhou a donné naissance à un modèle économique, comme le montre l'émergence des secteurs « cuir et chaussures », « confection », « briquet » et « matériel électrique ». À travers les résultats des recherches consacrés au modèle de Wenzhou, cinq éléments nous semblent marquer sa spécificité : des petites et moyennes entreprises de type familial ; un financement par le crédit de type « informel » ; une tradition économique locale ; des réseaux migratoires (internes et internationaux) pour la distribution de la production ; et enfin une production visant l'échelon national ou international. Les sections suivantes décrivent ces cinq éléments.

3.4.1 Les petites et moyennes entreprises familiales

En Chine, le début des années 1980 correspond à l'étape des ateliers familiaux dans le développement des petites et moyennes entreprises de Wenzhou. En 1984, le nombre d'ateliers familiaux et d'associations familiales comptait 133 000 foyers ; les effectifs atteignaient 330 000 personnes et la valeur de la production s'élevait à 750 millions de yuans (645 millions de dollars US), soit 70% de la valeur totale de la production de l'industrie rurale. De 1978 à 1985, la valeur totale de l'industrie de Wenzhou est passée de 1,6 milliards de yuans (800 millions de dollars US) à 4,2 milliards de yuans (2,1 milliards de dollars US), soit une multiplication par 2,6 (voir tableau ci-dessous) (Annuaire économique de Chine 1986, cité par Z. Wang 2012, p51). La croissance de l'industrie des ateliers familiaux (soit les entreprises privées) a occasionné un changement du système de propriété des entreprises industrielles de Wenzhou :

Tableau 10 La valeur totale des industries de Wenzhou 1980 et 1985

(Unité : millions yuans, 2 yuans = 1 dollars US entre 1980 et 1985)

	1980 (a)		1985 (b)	
	Valeurs (yuans)	Part en %	Valeurs (yuans)	Part en %
Entreprises d'État	507,4	31,44	777	18,40
Entreprises collectives[135]	903,2	55,96	2204,4	52,20
Entreprise privées	203,4	12,60	1241,6	29,40
Total	1614	100	4223	100

(Source : Annuaire économique de Chine 1986, Histoire simplifié de l'Industrie de Wenzhou, 1995, cité par Z. Wang 2012, p51)

Dans le tableau ci-dessus, nous voyons qu'il y a eu augmentation de la proportion des entreprises privées : celle-ci est passée de 12,60 à 29,40%. L'économie privée a connu une grande croissance, portée par les ateliers familiaux.

Avec le développement économique et social, l'offre devient insuffisante. Les ateliers familiaux ne peuvent plus répondre aux commandes, car ils sont isolés, se trouvent limités par leurs faibles capitaux, par leur petite capacité de production et leur faible niveau de technique et des réseaux d'approvisionnement et de vente limités. Il leur est difficile de continuer à s'adapter à la concurrence du marché. Dans ce contexte, des ateliers familiaux ont commencé à rechercher des partenaires pour améliorer leur accès aux capitaux, à la technique, et aux réseaux d'approvisionnement et de vente.

Par exemple, lorsqu'un atelier familial ne peut plus répondre aux commandes, il confie une partie des commandes à des parents proches, voire à des amis qui ont sa confiance. Peu à peu, les ateliers familiaux coopèrent sous plusieurs formes pour répondre aux besoins du marché. Ainsi, à la fin des années 1980, un nouveau type d'entreprises coopératives est progressivement apparu : entreprise coopérative par capitaux (*gufen hezuo zhiq 股份合作制)*. Les ateliers familiaux se groupent en mettant en commun leurs capitaux et leurs équipements. Les ateliers familiaux gardent chacun leur autonomie, leurs approvisionnements et leurs ventes. Mais, ils investissent pour créer une nouvelle entreprise dont ils deviennent « actionnaires ». L'émergence de ce nouveau type d'entreprise coopérative est une innovation ayant « emprunté le chapeau rouge ». Cette nouvelle forme d'entreprises garde une étiquette « publique » ou « collective », parce que c'est une forme coopérative d'entreprises. Avec l'investissement en commun, cette forme d'entreprise prend un caractère capitaliste, tout en conservant une « image collective ». Les autorités locales les définissent, en effet, comme des « entreprises collectives » ce qui leur permet d'être politiquement correctes. En réalité, ces entreprises sont des sociétés privées constituées essentiellement de parents proches, ceci incluant la famille nucléaire mais aussi la famille élargie (Shi L. et Bernard 2006). Par ailleurs, l'entreprise coopérative « par les capitaux » présente deux avantages : d'une part, cette forme d'entreprise favorise

[135] Les « entreprises collectives » ont été mises en place en même temps que l'économie planifiée, au début des années 1950. Généralement d'envergure modeste, elles n'émargent pas au budget de l'État. Contrairement aux entreprises d'État, elles ne sont pas sous l'autorité des ministères centraux mais sous la tutelle d'autorités locales (gouvernement villageois, municipal ou provincial (Guiheux 2007a). À notre connaissance, il s'agit également de l'émergence de la nouvelle forme des entreprises coopératives par capitaux depuis les années 1980 (voir *infra*).

la collecte de capitaux ce qui permet d'augmenter l'efficacité de l'entreprise; d'autre part, cette forme d'entreprise bénéficie de la spécificité du système de propriété collective, ce qui évite les risques politiques de conflit entre l'entreprise et les autorités locales (Ma Jinlong 1994, cité par Wang Z. 2012).

À partir de la deuxième moitié des années 1980, le nombre des entreprises coopératives par capitaux a explosé. En 1986, leur nombre atteint 10 413, la valeur totale de leur production est de 1,4 milliards de yuans (350 millions de dollars US), ceci représentant 27,8% de la production industrielle de la ville (« Développement de l'économie de Wenzhou de 30 ans », 2008, cité par Wang Z. 2012). Après 1987, le gouvernement de Wenzhou publie une série de dossiers concernant, indiquant que le statut des entreprises coopératives par actons a été admis par les autorités locales. En 1993, le nombre de ces entreprises a atteint 36 887, dont 27 771 entreprises industrielles. Par ailleurs, les politiques économiques deviennent plus tolérantes à l'égard des entreprises privées qui commencent à se développer, leur nombre passant de 696 à 2 096 entre 1989 et 1994 (« Histoire simplifie de l'Industrie de Wenzhou », 1995, cité par Wang Z. 2012). Dans cette période, le nombre d'entreprises étatiques et collectives diminue, mais les entreprises coopératives et privées sous le nom d'entreprises rurales se développent, en devenant des acteurs incontournables de l'économie locale.

Après 1992, plus exactement après le voyage de Deng Xiaoping au Sud de la Chine[136] au cours duquel l'économie libérale fut reconnue en Chine et l'ouverture encouragée. Une réforme expérimentale admettant la création de sociétés par actions et de sociétés en commandite par actions a été appliquée dans toute la Chine. À côté des entreprises familiales de Wenzhou, émergent ainsi de nouvelles formes comme la société à responsabilité limitée. Après le lancement de la « loi de la République populaire de Chine sur les sociétés » en 1993, de nombreuses entreprises coopératives par capitaux se sont transformées en sociétés par actions sous forme réglementée, devenant ainsi des sociétés anonymes ou des sociétés à responsabilité limitée. En outre, quelques grandes entreprises leaders commencent à absorber des petites entreprises sous-traitantes. Par exemple, la première entreprise chinoise de fabrication d'appareils électriques de basse et haute tension, qui est à la tête de tout un réseau de production locale, l'entreprise Chint de Yueqing, est passée de cinq actionnaires, tous membres de la famille, à 86 en faisant entrer 56 entreprises dans le groupe en 1995[137]. En 1996, le nombre total d'entreprises coopératives s'est réduit à 31 107, mais le total des sociétés à responsabilité limitée s'est élevé à 8 264. La valeur totale des entreprises coopératives et des sociétés anonymes ou à responsabilité limitée représente plus 70% de l'industrie de production de la ville (« Développement de l'économie de Wenzhou de 30 ans », 2008, cité par Wang Z. 2012). Du point de vue de la propriété, les entreprises privées sont devenues une partie essentielle du développement économique local. En 2013, le nombre total d'entreprises industrielles atteignait 156 618, dont 124 485 entreprises privés représentant près de 80% du total des entreprises industrielles de Wenzhou (Wenzhoutongji nianjian 温州统计年鉴 [Wenzhou Statistical Yearbook]2014, p16&p152). En termes de la taille, 4 521

[136] Entre 1989 et 1991, le développement d'entreprises privées est limité pour des raisons idéologiques. La croissance du secteur privé en Chine a profité du discours de Deng Xiaoping en faveur du développement de l'économie privée.

[137] Entretien avec Monsieur WZH, l'adjoint directeur Chint, le 12 octobre 2012 à Wenzhou.

grandes entreprises dont le chiffre d'affaires annuel est supérieur ou égal au moins à 5 millions de yuans (833 000 de dollars US), ont réalisé une production de 451,7 milliards de yuans (75,3 milliards de dollars US), représentant 62,26% de la valeur globale de l'industrie de ville (*ibid.* : 152).

Le développement de petites et moyennes entreprises de Wenzhou est particulièrement remarquable et semble en tout cas avoir joué un rôle majeur dans la transition entre une économie publique et une économie privée. Comme nous l'avons vu, les entreprises privées étaient à l'origine des ateliers familiaux. Mais certaines entreprises familiales ont adopté la réforme, convertissant leur structure en une entreprise familiale mixte, où les droits des actionnaires sont tenus par les membres de la famille. Ces entreprises privées, en général de petite taille et de caractère familial, sont confrontées à plusieurs défis tels que l'accès difficile au crédit bancaire (réservé aux grandes entreprises d'État et collectives), la faible professionnalisation de la gestion et l'insuffisante maîtrise technologique (Guiheux 2007b). C'est pourquoi, les sociétés cotées en bourse sont rares à Wenzhou. Le développement des PME de Wenzhou s'est apparié avec un autre phénomène particulier : le crédit informel.

3.4.2 Le berceau du capitalisme privé : le « crédit informel » de Wenzhou

Peut-on considérer le « crédit informel de Wenzhou » comme le berceau du capitalisme privé ? Lors de notre enquête de terrain à Wenzhou en 2012, plusieurs entrepreneurs et responsables du service des affaires des Chinois d'outre-mer que nous avons enquêtés ont souligné cette spécificité.

Par exemple, un responsable du service des affaires des Chinois d'outre-mer à Li'ao, Monsieur Hu, nous a confié que :

« Les capitaux envoyés par des Chinois d'outre-mer ont joué un rôle important dans le début du développement de l'entreprise, mais cela n'est plus évident ! Car aujourd'hui le crédit informel s'est très développé à Wenzhou »[138].

Son témoignage nous livre deux informations concernant, d'une part, l'importance des capitaux des Chinois d'outre-mer dans le développement premier de son entreprise ; et, d'autre part, la dynamique du crédit informel à Wenzhou. Comme le responsable du Centre d'Enregistrement des Services de Prêts Privés de Wenzhou, Monsieur PAN nous a confirmé que les capitaux issus des Chinois d'outre-mer ont joué un rôle important dans le développement du crédit informel de Wenzhou. Nous allons développer ce point dans le chapitre 6 (cf.6.2.).

À notre connaissance, le « crédit informel » a plusieurs siècles d'histoire à Wenzhou. Wenzhou est une région symbole, représentative du secteur bancaire informel de l'entreprenariat privé. En effet, d'une part le système informel privé de Wenzhou a déjà plusieurs siècles d'histoire, d'autre part Wenzhou est le lieu de naissance de l'entreprenariat privé chinois. Aujourd'hui, plus de 90% de l'économie est privé. 60% des entreprises locales et 90% des ménages de Wenzhou étaient impliqué dans le système

[138] Entretiens collectifs réalisés le 10 octobre 2012 à Wenzhou, avec Monsieur HPS du responsable de la Fédération des Chinois d'outre-mer de Li'ao, Monsieur HU du Bureau des affaires étrangère d'Ouhai, Monsieur SMX du bureau de la communication de la mairie de Wenzhou.

informel. Wenzhou dont le nom est aujourd'hui synonyme de « capitalisme à la chinoise » (Béja 1995; Auguin 2009; Brillant 2014).

La plupart des entrepreneurs sont à l'origine des paysans. Ces derniers ont monté leurs ateliers de fabrication en comptant avant tout sur leur famille. Il s'agit de toutes petites entreprises artisanales. C'est notamment le cas dans le vêtement, le briquet, le matériel électrique et le cuir et chaussure comme nous l'avons vu dans les sections précédentes. L'économie de Wenzhou a été développée grâce aux entrepreneurs du secteur privé. Ces entrepreneurs ont créé des petites entreprises familiales. Ils ont encouragé la manufacture de produits de consommation courante bon marché. L'afflux important de capitaux, de main d'œuvre et de technologies peu avancées ont permis la croissance de l'économie de la région de Wenzhou depuis les années 1980. La plupart des entreprises privées de Wenzhou sont toujours familiales, ou s'appuient sur des partenariats à familiale. La plupart de ces entreprises furent fondées grâce à des capitaux familiaux ou des investisseurs de la diaspora. Car les banques officielles ne prêtent pas ou peu aux PME.

Le système financier officiel chinois est caractérisé par un contrôle étroit de l'État chinois (Pairault 2009; Brillant 2014). Cela se traduit pour les PME par des difficultés d'accès au crédit. Par exemple, le système financier légal impose un grand nombre de conditions exigeantes auxquels le secteur informel n'a pas accès (permis d'activité, marges importantes sur les taux d'intérêts et les taux de change, injection de fonds public, *etc.*) (Brillant 2014). Les entrepreneurs ont créé un système informel afin de financer les entreprises familiales. Il est certes techniquement illégal, mais offre un complètement vital au système légal (Kelle Tsai 2001, cité par Brillant 2014) Autrement dit, le système informel cherche plutôt à compenser les limitations du système financier officiel.

Afin de mieux connaître la spécificité de Wenzhou dans le développement du système bancaire informel, il convient d'abord de justifier le choix de l'expression française « crédit informel ». Certains auteurs ont suggéré que soit employée l'expression française « finance populaire » ou, en langue anglaise, l'expression « civil finance ». Le terme le plus généralement employé pour désigner les activités du secteur bancaire informel, c'est celui de « finance populaire » qui a été proposé par Thierry Pairault (2005, 2009). Nous préférons l'emploi du mot « informel » pour traduire *minjian* 民间 (populaire) ainsi que le suggèrent la majorité des articles de journaux qui parlent de « crédit informel » à propos des capitaux de Wenzhou.

Le « crédit informel » (*minjianjiedai* 民间借贷) désigne une pratique financière existante hors du système financier formel[139]. « Avec le développement économique et l'approfondissement des circuits financiers, le secteur informel est supposé disparaître ou se fondre dans le secteur formel ; entre-temps, les deux secteurs coexistent pour combattre le manque de ressources financières. » (Jiang et Ding 2005) Dans le cadre des recherches sur la Chine ou les migrations chinoises, le système du « crédit informel » (surtout la tontine) est régulièrement décrit par la littérature scientifique (Live 1991;

[139] Une partie de ces fonds informels peut être observée par les établissements financiers (par exemple les banques) qui peuvent ainsi en fournir une estimation car ces fonds sont enregistrés par eux. Ce dernier est autorisé « exceptionnelle » par les autorités locales de Wenzhou.

Pairault 1990, 2005, 2009, 2010; Trolliet 1994; Ma Mung 2000; Auguin 2009; Brillant 2014). Il s'observe dans de nombreuses sociétés à travers le monde.

Le développement économique local de la région de Wenzhou s'explique par le phénomène particulier, spectaculaire du « crédit informel », d'où son nom de « capitale du capitalisme ». En 2011, 90% des ménages de Wenzhou étaient impliqués dans le système informel[140]. Les créanciers, investisseurs, entrepreneurs, usuriers et particuliers, tous ceux formant la sphère financière informelle ont recherché l'argent facile en accordant des prêts avec des taux d'intérêts allant jusqu'à 60% (Brillant 2014). Selon les autorités locales, les prêts entre particuliers représentent un cinquième du montant des prêts accordés par les banques de la municipalité. Une étude réalisée par la maison de courtage *CLSA Asia-Pacific Market* estime de son côté que l'encours des crédits entre particulier à Wenzhou représenterait 800 à 1000 milliards de yuans (133 à 167 milliards de dollars US) (Zhang L. 2011; Zhou D. 2012).

Le crédit informel de Wenzhou peut se classer en deux catégories (Ji 2011) :

La première catégorie correspond au prêt « populaire » traditionnel (entre particuliers)[141] qui comprend le « prêt direct » (*zhijie jiedai 直接借贷*), le rassemblement de fonds (*jizi 集资*) et les tontines (*hui 会*). Le « prêt direct » se définit comme un acte spontané entre particuliers (le prêteur et l'emprunteur), sur la base d'une bonne relation interpersonnelle antérieure au prêt et d'une connaissance mutuelle préalable. Le « rassemblement des fonds », s'opère souvent à l'intérieur de l'entreprise ou à l'intérieur d'une unité de coopération économique. Exemple : le chef d'une entreprise et ses employés rassemblent des fonds au nom de « l'achat de l'action » (*anguchouji, 按股筹集*). De nos jours, ce moyen de financement pour des montants de grande envergure est plutôt rare à Wenzhou.

La deuxième catégorie comprend le prêt de type « moderne », qui voit le jour avec la création des sociétés de microcrédit (*xiao'e xindai 小额信贷*) et la création d'organismes intermédiaires dans le cadre d'institutions non financières. Ainsi, jusqu'en mai 2010, il existait trois banques de village et de bourg (*cunzhenyinhang 村镇银行*), 16 sociétés de microcrédit (*xiao'e daikuan gongsi 小额贷款公司*), 730 fonds d'investissement (*touzi gongsi 投资公司*), 14 sociétés d'investissements (*chuangtou gongsi 创投公司*) et 150 sociétés de garantie (*danbao gongsi 担保公司*) (Ji 2011). Tous ces établissements peuvent être qualifiés de « semi-formels », car ce sont des institutions informelles mais

[140] Selon le « Rapport du crédit informel de Wenzhou » publié par la succursale de Wenzhou de la Banque populaire de Chine, le 21 juillet 2011, 89% des ménages et 59% des entreprises étaient impliqués dans le système informel (Zhou D. 2012).

[141] La plupart des prêts de ce type sont traditionnellement octroyés à des proches ou des voisins dans le but de financer la fondation de leur petite entreprise. L'argent reste dans un cercle de confiance.

« autorisées »[142] par les autorités locales. En 2011, il existe environ 20 sociétés de microcrédit et plus de 1 340 organismes financiers intermédiaires (*ibid.*). En 2010, les « investissements privés » qui ont circulé dans la région de Wenzhou ont atteint 800 milliards de yuans (133 milliards de dollars US) dont environ la moitié provenait du crédit informel (Mangin 2015). Une partie des investissements allait vers des secteurs traditionnels : immobilier, acier, énergie, *etc.* L'argent vient des profits des entreprises et de revenues rapatriés par les habitants qui ont fait fortune à l'étranger ou dans d'autres parties de la Chine (*ibid.*). Zhou Dewen (2012) indique que le total des capitaux de Wenzhou en Chine s'élève à entre 750-800 milliards de yuans (125-133 milliards de dollars US) depuis le lancement de la politique de réforme des années 1980.

Il est à souligner que la tontine apparaît comme le fonctionnement de l'organisation économique de la diaspora Wenzhou. Sur le plan de la définition, les « tontines » se déroulent selon le procédé suivant : son initiateur invite certaines personnes (proches ou amis), dans le but de réunir une somme d'argent grâce à la cotisation des participants. Ensuite, les rôles d'initiateur et de cotisant s'intervertissent ; les anciens cotisants pouvant à tour de rôle devenir bénéficiaires, selon un principe d'aide mutuelle. Quoiqu'en déclin depuis ces dernières années, les tontines existent encore dans certaines zones de Wenzhou[143].

Comme l'entrepreneur Monsieur WHF[144] nous a expliqué : « la tontine, économiquement, c'est un avantage d'un groupe. Les membres du groupe peuvent avoir un prêt gratuit. » C'est-à-dire que la tontine n'a pas de taux d'intérêt et se traduit une simple aide mutuelle. Il a jouté : « par exemple, je cotise 1 000 yuans, vous aussi 1 000 yuans… et une troisième personne cotise aussi…à son tour également 1 000 yuans. En fait le taux d'intérêt est très petit, presque nul. En effet, c'est ainsi que si le premier veut cotiser 1 000 yuans, pour moi c'est 990 yuans, et la différence de 10 yuans entre lui et moi, ce n'est rien. Cela ne ressemble pas à un taux d'intérêt. Essentiellement c'est de s'entraider. […] J'ai réfléchi et j'ai utilisé la tontine pour monter mes affaires, la cotisation était 1 000 yuans, 100 yuans comme un remboursement. C'est-à-dire, si on a besoins de l'argent dans une phase croute, on peut demander à s'entraider à travers la tontine. C'est très efficace. En France, c'est pareil ! […]. Dans ce cas, chacun peut cotiser 50 000 euros

[142] Comme Thierry Pairault (2009) l'indique dans son travail, les autorités manipulent, avec précaution, le concept de *microfinance* et lui préfèrent celui de *finance populaire* dont la définition lui appartient et dont le contenu peut varier au gré des politiques. Par exemple, quand les avantages sont supérieurs aux inconvénients, il faut encourager le développement de la finance populaire. Car cette forme de la finance est un moyen important pour résoudre les problèmes du financement des PME. Il convient non pas d'en bloquer le flux, mais de le guider afin de le réguler et de l'utiliser. En revanche, si les défauts sont supérieurs aux avantages, il convient d'en limiter l'impact. Cette forme de finance est une activité éminemment risquée encourageant la spéculation sur devises et le blanchiment d'argent sale. Elle promeut des activités illégales comme l'abus de confiance, l'usure, la collecte illégale de fonds et autres scandales qui tous remettent en cause la paix sociale.

[143] Dans la région de Wenzhou, nous pouvons distinguer deux formes de tontines en fonction de la méthode de décision quant à l'utilisation de crédits : « *Biaohui* 标会» (les tontines avec levées par enchères) et « *Lunhui* 轮会 » (les tontines avec levées à tour de rôle) « *Yaohui* 摇会 » (les tontines avec levées tirées au sort) et « *Tuihui* 推会 » (les tontines avec levées par accord mutuel) existent mais sont rarement mise en place à ce jour.

[144] Entretien avec Monsieur WHJ, fabricant de briquets, le 10 octobre 2012 à Wenzhou.

pour aider un membre à créer son propre magasin. Puis il va rendre ces emprunts lorsqu'il a gagné. C'est juste une simple entraide, sans le côté lucratif ».

Il est clair que le « Modèle de Wenzhou » se caractérise par l'émergence du système financier au type informel. Les entrepreneurs privés jouent un rôle important dans le développement du crédit informel dans la région de Wenzhou. Pourtant, il nous semble que le fonctionnement de ce système est basé sur des relations de confiance.

Il est clair que le « Modèle de Wenzhou » se caractérise par l'émergence du système financier au type informel. Les entrepreneurs privés jouent un rôle important dans le développement du crédit informel dans la région de Wenzhou. Pourtant, il nous semble que le fonctionnement de ce système est basé sur des relations de confiance. Nos enquêtes de terrain en 2012 et 2013 semblent indiquer que la tontine a difficilement résisté à la crise financière de 2011[145]. Toujours selon Monsieur WHJ, il s'agit tout d'abord d'une crise de confiance.

« Par exemple, avant août de l'année 2011, si j'ai passé un coup de fil à des amis pour emprunter 10 millions de yuans pour demain, je pourrais avoir ce somme d'argent tout de suite et sans engagement et garanti. Pourtant, aujourd'hui, si j'ai téléphoné, tout est changé. Il est très difficile d'emprunter un million de yuans, impossible pour 10 millions […] Bref, on a peur de faire du crédit informel. »

3.4.3 Une tradition économique locale : l'école de Yongjia

À partir des années 1980, certains chercheurs affirment que l'essence du « Modèle de Wenzhou » découle de la pensée utilitariste de l'école de Yongjia[146]. Ils tentent ainsi d'expliquer l'influence de la culture du lieu sur l'économie de Wenzhou.

Certes, la formation et le développement du Modèle de Wenzhou sont fortement liés aux opinions de l'école de Yongjia (culture locale de Wenzhou), mais nous ne pouvons pas résumer simplement son développement, son contenu et son origine à cette pensée. Ce serait une explication simpliste. Du point de vue de l'anthropologie culturelle, Li (2007) analyse le rapport entre les activités économiques des paysans et la « petite tradition »[147]. Ainsi peut-on dire que la croyance populaire a joué un rôle clé dans le

[145] Wenzhou fut frappée par une grave crise de la dette non bancaire en septembre 2011. Rappelons que, à la suite des dizaines de faillites et de procès, une centaine de chefs d'entreprise ont fui ou se sont suicidés. Les raisons de la crise reposent, d'une part, sur les dérives de la structure traditionnelle locale de prêts privés du système bancaire informel, et d'autre part, sur la politique gouvernementale relative au secteur privé et le retard concernant les réformes du secteur bancaire (Brillant 2014). Le Premier ministre chinois, Wen Jiabao, s'est rendu dans cette ville pionnière du capitalisme chinois - Wenzhou - début octobre et des aides ont été débloquées pour les petites et moyennes entreprises accablées de dettes.

[146] « The nature of these operations means that the Wenzhou model works to maintain low profit margin per unit to still deliver economic viability overall. These characteristic stem from the time of the Southern Song dynasty, When Yongjia county (in which Wenzhou is situated) started to drift from the main stream of Confucian thought and set up the Yongjia School, emphasizing business and arguing that not only farmers but traders, too, could be the backbone of society. Therefore, unlike other provinces, Wenzhou celebrated commercialism » (Hulme 2015, p2).

[147] La culture est une accumulation ou une représentation de la tradition. Il y a différences entre « petite tradition » et « grande tradition ». La seconde est cultivée dans les écoles et les temples, tandis que la première fonctionne en soi en gardant une vie non écrite dans les communautés villageoises. Les deux sont interdépendantes et s'influencent l'une l'autre pendant longtemps. Dans les rapports État-paysannerie, l'État représente une grande tradition, alors que la paysannerie maintient la petite tradition qui se compose d'une partie sociale (Pan 2006, p233).

« Modèle de Wenzhou ». Zhang Miaoying (2003) pense que la culture de Wenzhou qui a influencé la formation et développement du « Modèle de Wenzhou » est complexe. C'est une culture composée qui est née dans un environnement géographique particulier se caractérisant par une double nature. La culture de Wenzhou est un composé de la culture maritime et de la culture agricole. Ceci détermine la particularité et la tendance à l'innovation du modèle de Wenzhou, mais cela mène aussi aux inconvénients du modèle.

Comme nous l'avons vu, la région de Wenzhou est historiquement connue pour l'artisanat, le papier, la construction navale, la soie, la broderie, les chaussures, *etc.* De ce fait, les gens de Wenzhou possèdent d'une tradition commerciale et artisanale, ses artisans travaillant dans le domaine de la sculpture, du tissage de bambou, du coton arçonné, de la couture, de la coiffure, de la cuisine*,* etc. Les colporteurs vendent des petits produits, se déplaçant partout afin de pourvoir entretenir leur famille. Les artisans mobiles et les colporteurs laissaient leurs familles et leurs épouses cultiver leur champ. Les foyers combinaient ainsi l'artisanat commercial et l'agriculture. Cette combinaison est l'âme du « Modèle de Wenzhou ».

Ainsi, la région littorale a accordé la priorité au développement économique, parce que Wenzhou s'est appuyée sur les ports et le développement des transports maritimes. La culture de Wenzhou se manifeste par son « ouverture ». Cette « ouverture » est un élément favorable dans la formation du « Modèle de Wenzhou » (*ibid.*). Concrètement, l'ouverture se fonde sur le courage de l'aventure, le courage de « la première personne qui a découvert le crabe comme la nourriture » (*diyi ge chi pangxie de ren*, *第一个吃螃蟹的人*). Les Wenzhou aiment l'aventure et l'innovation, c'est-à-dire qu'afin de « découvrir et de manger le crabe », ils agissent « contrairement aux règles » créant des nouveaux éléments économiques qui influencent le système formel. Par exemple, au milieu des années 1970, nous avons mentionné l'émergence d'une économie privée à Wenzhou *via* la création d'un nombre important d'ateliers familiaux « au noir ».

En effet, l'économie privée s'est développée clandestinement lors de la période de l'économie planifiée, c'est-à-dire que les Wenzhou ont commencé à développer une économie individuelle de façon déguisée. Ainsi, la conscience du marché des gens de Wenzhou s'est développée plut tôt qu'ailleurs. Au début de la politique d'ouverture et de réformes, les autorités ont toléré, dans une certaine mesure, le développement d'une économie individuelle. Cette tolérance concernait surtout l'économie tenue par les commerçants (colporteurs ou marchands ambulants) de Wenzhou dans les quatre coins de la Chine, ainsi que les secteurs de la cordonnerie, de la couture, de la coiffure, de la restauration et du petit commerce. Enfin, les Wenzhou savent faire des imitations et disposent d'une bonne capacité d'insertion économique. Ce qui veut dire que si apparaît sur le marché un produit susceptible de se bien vendre ou une technique très demandée, ce produit ou cette technique seront partagés et diffusés très rapidement dans la diaspora Wenzhou. Par exemple, un vêtement prêt à porter pour femme a été exposé lors de la Semaine de la Mode à Paris, et moins de dix jours plus tard, il est apparu dans l'atelier de production d'une entreprise de Wenzhou. Si nous pouvons voir un nouveau modèle de meuble dans un Salon à Canton, on retrouve une copie de ce meuble fabriquée par une entreprise de meubles de Wenzhou en un clin d'œil[148].

[148] Entretien avec Monsieur PLJ, grossiste de chaussure, depuis le 28 décembre 2011 à Aubervilliers.

Nous pouvons découvrir les accessoires à la mode en Europe sur un étal du marché en plein air de Wenzhou, ainsi que des jouets, des portefeuilles, des sacs à main, *etc.* Les marchés spécialisés de Wenzhou et les réseaux migratoires de Wenzhou interagissent, ce qui a permis aux petites et moyennes entreprises de type familial de se développer sous une forme de groupe géographique, surtout dans les secteurs de l'industrie légère comme la quincaillerie, la chaussure, *etc.*

Toutefois, il existe, dans la culture locale de Wenzhou, des éléments qui influencent négativement le développement des petites et moyennes entreprises. Il en est ainsi de certaines traditions et des superstitions encore très présentes dans la campagne de Wenzhou. Autres éléments négatifs : les « dialectes » parlés et une tendance certaine au communautarisme. Le phénomène du « cercle culturel de Wenzhou » dans la diaspora Wenzhou manifeste la tendance à se constituer en bande ou clan et à privilégier les liens de sang et de géographie.

Dans cette section, nous avons décrit les apports de certains chercheurs travaillant sur le développement économique de Wenzhou. Certains d'entre eux ont ainsi souligné le rôle historique de l'école de Yongjia et son rôle positif pour expliquer la prospérité de l'économie privée de Wenzhou. D'autres, par contre, ont proposé d'expliquer le développement de la culture entrepreneuriale et le succès économique de Wenzhou par les conditions géographiques. Ces analyses cherchent à éclaircir les causes culturelles, mais ces éléments culturels locaux ne peuvent pas donner une explication fondamentale du développement du « Modèle de Wenzhou ». En effet, d'autres régions comme le Guangdong et Fujian connaissent une économie prospère. Il apparait clairement que la culture locale, que ce soit l'école de Yongjia, ou des éléments géographiques comme la proximité de la mer, ne sont pas une raison suffisante pour expliquer la formation du « Modèle de Wenzhou ». C'est pourquoi, nous ajoutons la tradition migratoire des Wenzhou aux facteurs expliquant le développement du modèle.

3.4.4 Réseaux migratoires : migrants internes et migrants internationaux

Les réseaux migratoires de Wenzhou sont un élément fondamental du développement du « Modèle de Wenzhou ». En effet, d'une part, les migrants des premières années ont été des marchands ambulants, des colporteurs, ayant permis la mise à jour des informations sur le marché ; d'autre part, les migrants ont apporté des ressources importantes sous forme de capitaux, ce qui a permis le développement économique des régions d'origine, surtout en ce qui concerne la distribution des produits et les investissements.

Quelques éléments historiques sur les migrations de Wenzhou

Les migrations de Wenzhou et les réseaux migratoires qui en résultent doivent beaucoup aux premières migrations de Qingtian[149]. En d'autres termes, si Wenzhou a pris

[149] Qingtian : aujourd'hui un district montagneux situé à 60 km de Wenzhou dans la province du Zhejiang et rattaché administrativement à la ville-préfecture de Lishui. Il est le lieu de départ d'une des premières communautés d'émigrants chinois vers l'Europe, au tournant du 20e siècle. Par le terme les « Qingtia », nous désignons l'ensemble des personnes originaires de ce lieu.

une place de plus en plus importante sur la scène internationale pendant la période la plus récente, c'est grâce à l'ouverture économique de 1978 et à l'ouverture à l'étranger en 1979, mais aussi aux précédentes émigrations de la population de Qingtian.

Historiquement, Qingtian est une petite ville qui doit son originalité dans la région du Sud du Zhejiang à la fabrication d'objets en pierre-savon.[150] Cette production artisanale prit un essor tout particulier sous les Ming (1368-1644) lorsque les Japonais se mirent à exploiter les carrières dans la région (Poisson 2004). Par suite, Qingtian se distingua comme étant la première région à se lancer dans la migration internationale, dès le début de la dynastie des Qing (1644-1911). Les Qingtian sont les pionniers de l'émigration. Ainsi, « quelle que soit l'anfractuosité du sol, l'eau coule sans jamais le pénétrer à l'image des migrants qui, pareillement, arrivé en France, en Italie ou en Belgique, pour la plupart, continuent leur trajet à l'intérieur d'un espace transnational, habitant et travaillant dans différents pays » (*ibid.*: 171). Les causes de ces larges mouvements de population sont multiples. Ces derniers se sont développés sous l'effet conjugué de facteurs environnementaux, économiques et historiques. Les deux temps forts de l'essor économique de la région (les années 1925 et 1930) correspondent à deux vagues d'émigration. La première concerne une classe de marchands originaires de Qingtian qui, rompant leurs relations commerciales avec le Japon, se reportent sur l'Europe. La deuxième vague d'émigration concerne des paysans enrichis par le développement économique des plaines de Yonngjia, Ouhai et Rui'an, en particulier grâce à leurs activités parallèles dans la distribution de produits (poissons séchés et charbon de bois) (*ibid.* :186).

Le réseau migratoire des Qingtian a été établi à la fin du 19e siècle sur l'ensemble de l'Europe par des colporteurs venus depuis de la Chine à travers la Russie (Ma Mung 2000.). Entre les années 1920 et 1930 environ 10 000 personnes de Qingtian gagnent l'Europe (*ibid.*). Il y avait environ 25 000 des personnes originaire de Qingtian qui vivaient en Europe après la Première Guerre mondiale [151] (Liu Y. 2009). En autres, plus de 2 000 Qingtian avaient été recrutés par la France et la Grande Bretagne pour servir pendant la Première Guerre mondiale (Poisson 2004). Parmi eux plus de 1 000 sont restés en France, grossissant les rangs d'une communauté de colporteurs en pierre de Qingtian déjà installés en France[152].

Ces implantions constituent la trame du réseau sur lequel se développent les migrations de Qingtian. Ce réseau a fonctionné tout au long du siècle. Nous pouvons y voir la première véritable base de l'immigration ultérieure (Ma Mung 2000). Ces réseaux structurent les mouvements qui sont principalement des migrations de main-d'œuvre, souvent clandestine vers les ateliers de maroquinerie ou de confection, les boutiques ou les restaurants de leurs compatriotes. Les Qingtian en Europe sont environ 20 000 individus en 1987 (*ibid.*). La migration Qingtian est concentrée en Europe, ce qui nous permet de suivre leurs réseaux migratoires.

---

[150] La pierre de Qingtian recouvre plusieurs variétés de pierre semi-précieuses dont la plus célèbre est la pierre-savon (malléable et par conséquent facile à sculpter).

[151] Thuno Mette (1999), estime le nombre de migrants de Qingtian entre 10 000 et 25 000 en Europe dans les années 1930.

[152] Une source taiwanaise atteste même la présence de colporteurs originaires de Qingtian en Europe remontant aux 17e et 18e siècles. Ils se seraient rendus en Europe à pied en traversant la Sibérie (Poisson 2004).

Nous pouvons voir la trame du réseau depuis leur pays de départ. Ainsi, après la fondation de la Chine Populaire (1949), le réseau migratoire de Qingtian traverse différentes périodes : une période de rupture (1950-1975), de rétablissement (1975-1978) et de réactivation (après 1978). Ainsi, en 1954, trois personnes seulement ont demandé à sortir du pays. En 1955, sept personnes demandaient à sortir pour aller à l'étranger, mais seules trois personnes y sont autorisées. En 1956, trois personnes ont demandé à sortir, et toutes y sont autorisées. Apparemment, dans les années 1960 et 1970, le réseau migratoire est quasiment en rupture et le flux migratoire est au plus bas. Selon les statistiques disponibles, de 1949 à 1978, 752 personnes de Qingtian sont autorisées à sortir (voir tableau 11). Si on compte en plus les autres personnes de Qingtian qui sont sortis à l'étranger par d'autres moyens, environ 5 000 Qingtian ont émigré (Comité de rédaction pour l'histoire des Chinois d'outre-mer de Qingtian 2011).

Tableau 11 Aperçu de l'émigration de Qingtian (1949-1978)

Années	Nombres de personnes autorisés
1949-1956	25
1957-1960	106
1961-1971	154
1972-1977	276
1978	191
Total	752

(Source : comité de rédaction pour l'histoire des Chinois d'outre-mer de Qingtian 2011)

Le rétablissement du réseau migratoire a commencé à partir du milieu des années 1970, grâce au rétablissement des relations diplomatiques avec les pays occidentaux et à la reconnaissance de la Chine au sein des Nations-Unies en 1971. L'émigration de Qingtian s'est réactivée grâce aux politiques de regroupement familial des pays européens. Les membres des familles des migrants jouissent d'avantages pour demander le passeport et le visa de sortie du pays. De ce fait, il est apparu un phénomène de « vague d'émigration » où « les familles émigrées aident leurs proches à émigrer », et même « les familles non émigrées cherchent des liens de sang avec les membres des familles des migrants pour l'émigration ». Après l'ouverture économique de 1978, avec la libéralisation des politiques de visa de sortie et d'entrée, le réseau migratoire entre dans une période de réactivation, revitalisant un flux migratoire qui s'est développé jusqu'aujourd'hui.

Le réseau des relations sociales ainsi que la parenté, le lignage et le voisinage constituaient les fondements du réseau migratoire dans le pôle d'émigration. L'unité familiale est une composante importante du réseau migratoire. Les membres d'une famille sont porteurs de l'unité familiale. Par exemple, dans la famille de WLH, une première personne a émigré en France en 1926. Celle-ci, dans les premières années, a travaillé comme colporteur. Mais 90 ans plus tard, le nombre des membres de sa famille présents en France dépasse 100 personnes[153]. Beaucoup de familles émigrent de la sorte développant ainsi, avec cet effet de « boule de neige », le réseau migratoire. De même,

[153] Entretien avec Monsieur WLH, ancien entrepreneur, le 28 février 2013 à Wenzhou et à Paris.

l'émigration de Wenzhou suit des conditions géographiques voisines de celles de Qingtian et les relations sociales de parenté et d'alliance ont aussi amené un effet « boule de neige » sur la migration pendant ces dernières trente années.

Soulignons que les membres d'une même famille ou les ressortissants d'un même territoire s'aident mutuellement dans la migration. Si une personne a émigré à l'étranger, toute sa famille émigre progressivement à l'étranger, et si une famille est émigrée à l'étranger, une autre famille du même clan ou qui y lui est alliée a une forte possibilité d'émigrer. Les Qingtian ont ainsi fondé leur développement sur les liens de parenté ou d'alliance, avec la dissémination de leurs membres sur un large territoire. L'émigration fait partie du mode de construction identitaire du groupe des Qingtian voire des Wenzhou en général. Autrement dit, la filière des Chinois originaires de Qingtian est une des plus anciennes de l'histoire migratoire de la région de Wenzhou.

L'émigration de Wenzhou n'apparaît ainsi plus comme un phénomène contemporain mais comme le fruit d'un processus historique centenaire de migration internationale depuis le début du 20e siècle.

Réseaux et migrations commerçantes

La migration chinoise est autonome. Elle s'appuie sur des filières et des réseaux migratoires établis depuis longtemps (Ma Mung 2000). En Chine, le réseau migratoire Wenzhou se manifeste sous la forme d'un réseau commercial ainsi que par la formation de réseaux d'association commerciale et d'entrepreneurs. Par exemple, en Chine, selon les statistiques disponibles en 2002[154], on compte 1,54 millions migrants originaires de Wenzhou dont 810 000 dans l'Est de la Chine[155], 510 000 dans le Centre et 220 000 dans l'Ouest, soit respectivement 53%, 33% et 14% de la totalité des « émigrants de Wenzhou ». Les villes principales d'accueil comme Beijing, Shanghai, Hangzhou, Nanjing, Guangzhou, Chengdu, Wuhan, Xi'an, Tianjin et Chongqing, abritent un total de 630 000 migrants, soit 41% de la totalité de migrants de Wenzhou. 1,02 millions qui font du commerce, 360 000 travaillaient dans les services et 160 000 travaillaient dans le secteur de l'industrie (*Wenzhou nianjian 温州年鉴 [Wenzhou Yearbook]* 2003, p538).

En 2001, la valeur totale des investissements des entrepreneurs de Wenzhou et hors de leur province d'origine s'est élevé à 105 milliards de yuans (13,1 milliards de dollars US), le nombre de création d'entreprises a atteint 15 700 d'entreprises en Chine (hors de Wenzhou). Des centaines de centre de distribution (surtout des centres de distribution de gros) ont été créées. Plus de 50 000 « stands de marché » (*tanwei 摊位*) étaient tenues par les Wenzhou, favorisant ainsi l'émergence de « Rues de Wenzhou », de « Centres commerciaux de Wenzhou » *etc.* Leurs ventes ont atteint 240 milliards de yuans (30 milliards de dollars US), 83 milliards de yuans (10,4 milliards de dollars US) de produits fabriqués à Wenzhou (*ibid.*).

---

154 L'enquête a été conduite en août 2002 par le bureau statistique de Wenzhou dans 64 villes surtout et plus particulièrement dans 15 d'entre elles où se regroupaient un nombre significatif de commerçants de Wenzhou. (*Wenzhou nianjian 温州年鉴 [Wenzhou Yearbook]* 2003, p538).

155 En Chine, dans la géographie on peut se distingue trois grandes régions : l'est de Chine, le centre de Chine et l'ouest de de Chine.

En ce qui concerne les associations commerciales de Wenzhou (*wenzhoushanghui 温州商会*), la première d'entre elles apparaît en 1987 à Kunming dans la province de Yunnan. En 2013, le nombre total s'élevait à 252 dans toute la Chine. L'apparition d'associations est le signe de l'existence de liens étroits parmi les entrepreneurs Wenzhou dans la localité en question (*Wenzhou nianjian 温州年鉴[Wenzhou Yearbook]* 2014, p252). Ils entretiennent des relations avec les milieux politiques et bénéficient de traitements qui leur sont favorables. Par exemple des entrepreneurs Wenzhou sont devenus membres d'assemblées populaires aux différents échelons locaux ou membres des Comités nationaux ou locaux de la CCPPC. Le regroupement des entrepreneurs, la solidarité des commerçants permettent de satisfaire aux besoins des intérêts communs dans les champs politique et économique, comme en témoigne l'émergence d'associations commerciales de Wenzhou dans toutes les régions du pays (Yu et Lv 2004). Ces associations encouragent le développement des affaires avec la région de Wenzhou. L'activité extérieure de Wenzhou a apporté 41 milliards de yuans (6,8 milliards de dollars US) issus d'autres provinces *via* les entrepreneurs Wenzhou, soit une augmentation de 94% par rapport l'année précédente (*Wenzhou nianjian 温州年鉴[Wenzhou Yearbook]* 2014, p388).

Au terme de l'analyse, le réseau migratoire Wenzhou se manifeste par le développement des activités économiques des migrants internes en Chine. Il nous semble que ce réseau permet de faire circuler des informations à travers la migration entre le pôle de départ et les pôles d'arrivée. La circulation de l'information permet de faire émerger des activités productives dans la région d'origine. Ce qui est lié à l'émergence des activités artisanales de Wenzhou dans un premier temps ; ce réseau semble constituer une chaîne entrepreneuriale de la migration depuis la région d'origine. Mais, ceci semble permettre de saisir une influence issue de l'économie « ethnique » Wenzhou à l'étranger. En quelques mots, le développement des activités économiques structurées autour des réseaux migratoires a jeté les fondements de la continuité des flux migratoires depuis le pôle du départ vers les pôles d'arrivée.

3.4.5 Un grand marché national et international

Les travaux de recherche portant sur le « Modèle de Wenzhou » en Chine, nous permettent de reconnaître deux niveaux de distribution des produits avec la formation des réseaux migratoires : une production visant le niveau national et une production visant le niveau international. En effet, les migrants Wenzhou ont joué un rôle pionnier dans le développement du « Modèle de Wenzhou », non seulement comme vecteurs de l'information pour la fabrication de produits nouveaux au sein du pays d'origine, mais aussi endossant la fonction de pilotes pour la vente des produits dans les pays d'installation.

Ainsi, « une petite marchandise, un grand marché » et « la production d'ateliers familiaux » constituent une description simplifiée du caractère fondamental du développement du « Modèle de Wenzhou » selon le sociologue Fei Xiaotong (1984). Parler de « Modèle de Wenzhou », conduit à souligner qu'un « grand marché » s'est développé appuyé sur le rôle clé du réseau migratoire de Wenzhou, en particulier en termes de distribution des produits.

Comme dit le proverbe : « où il y a les Wenzhou, se trouve le marché ; où se trouve le marché, se trouvent les gens de Wenzhou » (*nali you wenzhou ren, nali jiuyou shichang ; nali you shichang, nali jiuyou wenzhou ren. 哪里有温州人，哪里就有市场；哪里有市场，哪里就有温州人*). Le « grand marché » du « Modèle de Wenzhou » ne se limite pas à la frontière géographique de la région de Wenzhou, mais s'étend également en relation avec le réseau migratoire des Wenzhou en Chine et à l'étranger.

L'échelle du marché national

Au début du développement économique de Wenzhou, les ateliers familiaux ont fortement participé au développement de l'économie marchande selon la formule « le magasin devant, l'atelier à l'arrière ». La signification actuelle de « magasin devant » est plus large que celle d'autrefois : cette expression englobe désormais tous les marchés spécialisés locaux. Finalement, le « magasin devant » signifie une expansion du marché de la distribution, ce dernier ayant traversé les frontières géographiques de Wenzhou, et s'étant développé dans d'autres régions.

Par exemple, les entreprises de chaussures ou de vêtements, se sont retirés des marchés spécialisés de Wenzhou, mais ont ouvert des boutiques franchisées dans d'autres provinces, et ont ainsi formé un réseau de distribution. Les migrants de Wenzhou ont joué un rôle de pionniers pour conquérir le marché interne. Et aujourd'hui, nous pouvons constater que les activités économiques de Wenzhou se manifestent sous la forme de « centre commercial » de distribution de gros. Une autre forme de « magasin devant » est apparue progressivement.

Ce que l'on appelle le « village du Zhejiang » à Pékin (Béja et Wang C. 1999; Xiang 2000; Wang C. 2000b; Girard 2006) est peut-être l'exemple le plus typique permettant d'expliquer la forme de « magasin devant » dans l'économie des migrants de Wenzhou. Concrètement, le « village du Zhejiang » est un centre de production et de distribution de vêtements, situé dans le quartier de Dahongmen dans le district Fengtai de Pékin. Situé entre la ville et la campagne et constitué dans les années 1980 par quelques familles de Wenzhou, il s'étendait sur cinq cents hectares et comptait plus de 110 000 personnes en 1994, dont la majorité est originaire des localités de Yueqing et Yongjia (Wenzhou). Ici les Wenzhou ont commencé à faire du commerce de vêtements en s'inspirant de la mode occidentale et en pratiquant des prix bon marché. Leur activité a attiré de plus en plus les commerçants de la province, d'autres provinces de Chine et même de l'étranger. Selon les statistiques des années 1990, plus de 36 000 immatriculations d'entreprises ont été enregistrées dans « le village du Zhejiang », 1 600 tonnes de marchandises y ont été échangées chaque jour, ce qui fait ainsi un volume annuel d'échanges de l'ordre de 30 milliards de yuans (6 milliards de dollars US)[156]. Les entreprises y étaient pour la plupart de très petite taille, familiales avec très peu voire pas de salarié. Elles ont développé des stratégies collectives complexes jouant à la fois sur l'individuel et le collectif. Ces entreprises ont l'originalité de fonctionner en même temps

[156] Gong Mu, 20 mars 2014 (en ligne), « Zhejiangcun zhengdun qianhou : bage caifeng laoshi dianjie Zhejiang cun 浙江村整顿前后:八个裁缝老师奠基浙江村 [Le développement du village de Zhejiang : naissance d'un village était grâce à huit coudriers] », *Wenzhouwang 温州网 [Portail de Wenzhou]*, http://news.66wz.com/system/2014/03/20/104042195.shtml. (consulté le 31 octobre 2016).

selon des stratégies dites « agglomérées » (car elles sont nombreuse à être sur le même secteur sans toutefois faire apparaître de véritable *leader*), sur des stratégies « conjuguées » (car elles s'organisent aussi des activités complémentaires au sein de la chaîne de valeur » et sur des stratégies « organiques » (car elles s'associent de façon informelle au sein de réseaux inter-organisationnels) (Astley et Fombrun 1983, cité par Girard 2006). Dès lors, le « village du Zhejiang » est devenu l'un des plus grands points de production et de vente de la ville.

Pourtant, après un développement de plus de 20 ans, aujourd'hui, le « village du Zhejiang » est en train de disparaitre. En effet, il se transforme en une autre forme économique appelé « Centre commercial de Wenzhou », ou encore « Centre commercial du Zhejiang ». Le « village » a été plusieurs fois « modifié » par les autorités locales à partir du 1997, entrainant la démolition et la réhabilitation de la zone. Le « village » a été remplacé par un quartier moderne avec la construction de « centres commerciaux », d'entrepôts, de bureaux et de logements. Aujourd'hui, les Wenzhou de Pékin possèdent 80% des magasins et des logements dans le nouveau quartier de Muxiyuan. Sur une surface de près de trois kilomètres carrés, la zone comprend 24 centres commerciaux dédiés aux vêtements (la confection, la distribution, l'entreposage), le commerce électronique et les services financiers. Ce quartier est devenu le plus grand centre d'échange des produits de la confection dans la Chine du Nord (Li Q. 2013).

L'échelle du marché international

Si nous disons que le modèle de Wenzhou vise le niveau international, c'est parce que les ressources apportées par les migrants internationaux de Wenzhou, ainsi que par leurs réseaux de la distribution ont joué un rôle important au début du développement économique local. Autrement dit, les migrations internationales de Wenzhou ont joué un rôle clé pour le développement des exportations de Wenzhou (Wu et Wang 2009).

Selon les statistiques, le montant du commerce d'import-export s'élève à 20,6 milliards de dollars en 2013, représentant 41,39% du PIB de Wenzhou[157] (*Wenzhou tongji nianjian* 温州统计年鉴 *[Wenzhou Statistical Yearbook]* 2014, p1). Dans le montant du commerce d'exportations s'élève à 18,20 milliards de dollars (*ibid.*: 210). Par ailleurs, selon la Fédération des Chinois d'outre-mer de retour (*qiaolian*), « plus de 80% des exportations de produits de Wenzhou ont été distribués directement par les réseaux commerciaux des Wenzhou d'outre-mer » (Wu et Wang 2009, p42). C'est l'exploitation des réseaux commerciaux internationaux par la diaspora Wenzhou qui a entraîné le développement des exportations de Wenzhou.

[157] En 2013, le PIB de toute la ville de Wenzhou s'élève 400,4 milliards de yuans, soit 66,7 milliards dollars US (1 dollar US= 6 yuans) (voir l'annexe 5).

Tableau 12 Produits principaux d'exportation internationale de Wenzhou en 2013

Produits d'exportation	Valeurs (US $ en million)	Part du total (%)
Electromécaniques (*Mechanicale&Electrical Products*)	7183	39,58
Chaussures (*Shoes*)	5156	28,41
Vêtements(*Clothing*)	1802	9,93
Lunettes (*Spectacles*)	798	4,4
Accessoires d'auto (*Auto Accessoires*)	714	3,93
Cuir (*Synthesized Leather*)	468	2,58
Briquets (*Lighters*)	42	0,23
Autres	1983	10,93
Total (*Total Value of Exports*)	18146	100

(Source: *Wenzhou tongji nianjian 温州统计年鉴 [Wenzhou Statistical Yearbook]* 2014, p6)

Les produits principaux sont toujours issus d'industries à forte concentration de main-d'œuvre, comme les chaussures, les vêtements et les lunettes (voir tableau 12). Ils représentent près de la moitié des valeurs totales d'exportation.

En outre, le marché européen est le plus important, représentant 39,52% du total des exportations (voir tableau 13). Par contre, le marché asiatique ne représente que 26,35%, malgré la proximité géographique, les facilités de transport et le nombre des consommateurs.

Tableau 13 Situation de l'exportation internationale de Wenzhou (par continent) en 2013

Continents	Valeurs d'exportation (USD en milliers)	Part du total (%)
Europe	7165490	39,52
Asie	4777850	26,35
Amérique du Nord	2655230	14,64
Amérique latine	1915420	10,56
Afrique	1315280	7,25
Océanie	301940	1,67
Total	18131210	100

(Source: *Wenzhou tongji nianjian 温州统计年鉴 [Wenzhou Statistical Yearbook]* 2014, p7&p283)

À partir du milieu des années 1990, le commerce extérieur de Wenzhou a connu un grand essor. Il est passé de 276,5 millions de dollars US en 1995, à 1,8 milliards de dollars US en 2013. La valeur des exportations a ainsi été multipliée par 6,5 en moins de 20 ans (*Wenzhou tongji nianjian 温州统计年鉴 [Wenzhou Statistical Yearbook]* 2014, p279-282). L'augmentation de l'exportation internationale est devenue un facteur important dans la croissance économique de Wenzhou. Le marché international est encore de nos jours un marché important pour les produits fabriqués à Wenzhou. Par exemple, le degré de dépendance à l'exportation de Wenzhou est de 28,1% en 2013. S'il y a un lien entre l'augmentation de l'exportation internationale et la croissance économique, c'est parce que les réseaux migratoires de Wenzhou ont joué un rôle commercial primordial (Wu et Wang 2009).

Ajoutons que l'augmentation de la valeur du commerce international entre Wenzhou et la France, nous permet de voir qu'il existe une forme de réciprocité des relations économiques entre ces deux aires en présence.

Tableau 14 Augmentation de commerce international entre Wenzhou et France

(USD en million)

		2007	2010	2013
a	Importation de France	13,07	42,53	31,96
	Augmentation %	-	225	-24,9
b	Exportation vers la France	198,19	329,13	359,03
	Augmentation %	-	66,1	9,1
	Différences (b-a)	185,12	286,6	327,03

(Source : *Wenzhou nianjian 温州年鉴[WenzhouYearbook]* 2010, p304; *Wenzhou tongji nianjian 温州统计年鉴 [Wenzhou Statistical Yearbook]* 2014, p284-285)

Selon le tableau 14, de 2007 à 2013, les importations de France vers Wenzhou ont plus que triplé puis ont légèrement diminué. Les exportations de Wenzhou vers la France ont augmenté de 81%. Le degré de dépendance du commerce international de Wenzhou avec la France est devenu plus fort. La croissance de ce commerce vraisemblablement liée à la présence de la diaspora Wenzhou, laquelle se manifeste durant la période considéré par l'augmentation du nombre de commerces dans la région parisienne et l'émergence de nouveaux quartiers commerciaux et le développement de ceux déjà existants.

Comme nous l'avons vu dans ce chapitre, le « Modèle de Wenzhou » repose sur des petites et moyennes entreprises de type familial principalement dans le secteur manufacturier. Le capital initial de ses entreprises provient de crédits informels issus du système de la tontine. La distribution des produits en Chine et à l'international mobilise et s'inscrit dans les réseaux migratoires Wenzhou. La notion de « Modèle de Wenzhou » est d'abord apparue dans la sphère médiatique qui l'a popularisé puis elle a été discutée dans le champ académique. Incarnant l'une des voies du développement économique local en Chine, ce modèle a été reconnu dans la sphère politique tout en étant critiqué sur le plan idéologique au moment où plusieurs modèles économiques émergeaient en Chine dans les années 1980 et 1990. Nous avons vu qu'il est intimement lié aux réseaux migratoires nationaux et transnationaux de Wenzhou. Ceux-ci ont donné naissance en termes de distribution des produits à un marché national et un marché international. Ces réseaux migratoires ont aussi participé au développement considérable du nombre de petites entreprises familiales. De l'analyse des travaux académiques sur celui-ci nous pouvons retenir pour notre recherche cinq éléments qui le définissent et qui sont comme nous l'avons déjà vu :

-Des petites entreprises de type familial ;

-Un financement par du crédit de type « informel » ;

-Une tradition économique locale ;

-Des réseaux migratoires (internes et internationaux) pour la distribution de la production ;

-Une production visant l'échelon national ou international.

Ce modèle ainsi défini nous servira de « conducteur » et de grille de lecture permettant la description de l'organisation économique Wenzhou en Chine, mais aussi en France.

CHAPITRE 4 L'ORGANISATION ENTREPRENEURIALE DE LA DIASPORA WENZHOU EN FRANCE

La présence commerçante chinoise en France est liée à deux courants migratoires qui ont conduit à l'apparition des deux principaux groupes de la diaspora chinoise dans la région parisienne : celui des commerçants originaires de Wenzhou lié à une immigration en relation avec la Première Guerre mondiale et celui des commerçants originaires des pays de l'ancienne Indochine (Vietnam, Laos et Cambodge) associé à une immigration issue des bouleversements géopolitiques intervenus en Asie du Sud-Est. C'est le premier qui constitue notre objet de recherche[158].

Afin de mieux appréhender le groupe des commerçants originaires de Wenzhou, nous observons que l'« entrepreneur diasporique » (immigrant ou émigrant selon les différentes approches entre pays d'installation et le pays d'origine) maintient non seulement un lien (matériel ou immatériel) avec sa région d'origine mais développent aussi des échanges (personnes, capitaux et produits) avec les lieux de fixation où ses compatriotes se sont installés (familles ou amis). Cet entrepreneur cultive les éléments d'une « mémoire » collective liée à la culture de son pays d'origine. Il s'appuie sur son réseau migratoire pour développer ses activités économiques.

Cet entrepreneur use du système financier dit « informel » pour assurer l'évolution de son statut professionnel de travailleur migrant vers celui de chef d'entreprise. Dans cette logique, les apports de capitaux initiaux s'accumulent souvent dans le pays d'installation ou dans les lieux de fixation (soit hors de leur région d'origine, soit extraterritoriaux). Le développement des activités économiques des entrepreneurs diasporiques est lié à la mobilisation de main-d'œuvre migrante. Il favorise la constitution d'un marché ethnique du travail[159] dans le pays d'installation. De plus, ces entrepreneurs profitent de leur propre réseau économique pour favoriser la distribution des produits fabriqués non seulement dans leur région d'origine mais aussi dans les espaces migratoires (lieux de fixation dans le pays d'origine ou de concentration de commerce ethnique dans le pays d'installation).

Dans le cadre du pays d'installation, cette distribution est essentiellement circonscrite à un circuit économique qui gravite autour d'un marché intra-communautaire

[158] Nous avons discuté pourquoi nous avons choisi le groupe des commerçants originaires de Wenzhou dans l'introduction générale.
[159] Nous définissons le « marché ethnique du travail » dans la section 4.3.1 de ce chapitre.

et d'un marché extra-communautaire[160]. Cette distribution est aussi liée à la mobilisation de réseaux migratoires transnationaux qui se structurent autour de l'exploitation du marché national et qui exportent depuis leur pays d'origine.

Dans notre thèse, il est à souligner que la notion d'« entrepreneur diasporique » ne renvoie pas simplement à un « entrepreneur » dans une diaspora. Ce que nous considérons ici être un « entrepreneur diasporique » est un individu, autonome, qui utilise son réseau (financier et économique) et ses ressources (main-d'œuvre et produits) pour favoriser le développement de ses activités économiques dans les lieux d'installation de la diaspora mais aussi dans le pays d'origine.

La manifestation des activités économiques de ce type d'entrepreneur se traduit souvent par des établissements marqués par une dimension « ethnique » dans le cadre du commerce étranger. Ainsi, en France, les établissements que nous avons observés sont tenus par des personnes « d'origine chinoise » (individus de culture chinoise nés en Chine, ou en France, au Vietnam, au Laos ou au Cambodge). La connaissance de leurs parcours migratoires et professionnels, nous permet de confirmer l'existence de liens entre la France et la Chine, et d'observer le circuit économique (personnes et produits) parmi les pays d'installation (France, Espagne et Italie). Le fait que leurs activités économiques s'appuient sur leurs réseaux migratoires (combinaison d'un réseau élémentaire et de réseaux secondaires)[161], en fait des entrepreneurs dits « diasporiques ».

En outre, à côté de la définition d'« entrepreneur diasporique », notre recherche souligne qu'il existe aussi des entrepreneurs d'origine étrangère mais qui ne sont pas pour autant « diasporiques ». Par exemple, selon notre observation de terrain, sur un plan financier, nous pouvons repérer deux types de sources de capitaux chez les entrepreneurs diasporiques chinois. Le premier type d'entrepreneurs chinois utilise totalement le réseau financier (souvent la tontine) pour réaliser l'accumulation des capitaux initiaux dans les activités économiques en France ; le deuxième type d'entrepreneurs s'inscrit dans les réseaux migratoires mais profite également d'une partie des capitaux en provenance de Chine (entreprises d'État chinois ou dite entreprises à capitaux chinois). Ce dernier vend directement les produits fabriqués en Chine. Dans ce cas, il ne correspond pas à notre définition basée notamment sur le critère de l'origine de capitaux, car ici, il ne s'agit pas de leur réseau financier en diaspora. Bien que les capitaux ne puissent pas définir l'« entrepreneur diasporique », nous soulignons que l'accumulation des capitaux initiaux d'un entrepreneur diasporique doit être originaire de leur système de relations en migration.

---

[160] Emmanuel Ma Mung (2000; 2002) a donné la définition de ces deux marchés de biens et de services : « un marché intra-communautaire orienté en premier lieu vers les ménages chinois à travers la distribution de biens et services de consommations alimentaires, vestimentaires, esthétiques, culturelles...et, d'autre part, vers les entreprises chinoises par la vente de biens et de services de production : encadrement juridico-économique, équipement, approvisionnement; un marché extra-communautaire orienté en premier lieu vers les ménages non chinois du pays d'accueil par la distribution de biens et de services tels que la restauration, des produits non alimentaires variés mais aussi alimentaires dans une moindre mesure. Et en second lieu, par la vente de biens et de services aux autres entreprises du pays : confection, maroquinerie, meubles. »

[161] Nous avons présenté ces deux réseaux (réseau élémentaire et réseaux secondaires) dans le chapitre 1, voir p48.

La présence d'un « entrepreneur diasporique » est souvent liée aux lieux d'implantation principaux du commerce ethnique. Cette présence se manifeste de façon prégnante dans les quartiers parisiens et atteste de la concentration géographique des établissements chinois. Ce quatrième chapitre permettra de voir la répartition de l'implantation des commerces chinois dans la région parisienne, ainsi que dans les quartiers étudiés : Arts et Métiers-Temple, Sedaine-Popincourt, Aubervilliers, Belleville, Triangle de Choisy et Rue Montgallet.

Une première section du chapitre présente les secteurs d'activité privilégiés : Restauration, maroquinerie et confection, également appelés les secteurs des « trois couteaux » par les entrepreneurs diasporiques de Wenzhou en France. Une deuxième section analyse l'essor du commerce de gros d'importation et une troisième section étudie le fonctionnement de l'insertion spatiale dans les principaux quartiers d'installation chinois.

Ce chapitre vise à comprendre la transformation des activités économiques actuelles de la diaspora Wenzhou et à révéler la forme particulière de cette insertion économique dans le panorama plus global de l'économie dans la région parisienne et dans le monde.

4.1 Les « trois couteaux » : aux origines des activités économiques des Wenzhou en France

Rappelons que les secteurs des trois couteaux regroupent la restauration, la maroquinerie et la confection.

4.1.1 La restauration : le couteau du cuisinier

L'ancienneté de l'implantation de restaurants chinois

À notre connaissance, il n'existe aucune recherche sur le développement de la restauration chinoise en France. Quelques travaux dédiés à la diaspora chinoise permettent cependant de retracer l'évolution historique de la restauration chinoise et son implantation à Paris. Mais nous affirmons ici que la restauration constitue le secteur à l'origine des activités commerciales de la diaspora chinoise.

Historiquement, les premières traces de la présence de restaurants chinois en France remontent au début du siècle dernier.

Selon Yu-Sion Live (1992, p104), les premiers restaurants chinois furent ouverts à Paris avant la Première Guerre mondiale : le premier, rue Royer-Collard, tout près du Panthéon (5^{e} arrondissement) et le second sur le boulevard du Montparnasse (6^{e} arrondissement). Après la Seconde Guerre mondiale, à la fin des années 1950, la restauration chinoise connaît un premier essor. Au début 1960, l'arrivé des Sino-Vietnamiens après la décolonisation de l'Indochine (1954) confirmera cette tendance. Entre 1955 et 1965, les restaurants chinois apparaissent dans les quartiers de la finance ou du grand commerce comme la Bourse, l'Opéra. Entre 1965 et 1975, avec l'arrivée des réfugiés chinois d'Asie du Sud-Est, les restaurants chinois se multiplient. Ainsi, d'après une enquête du ministère de l'Intérieur réalisé dans Paris *intra-muros*, le nombre de restaurants chinois est estimé à 97 en 1960, 187 en 1970 et 270 en 1977. Tous les arrondissements sont alors concernés par cette expansion commerciale.

Après un développement de près de dix ans, Emmanuel Ma Mung et Gildas Simon (1990) ont montré qu'un grand nombre d'établissements sont apparus dans l'ensemble de l'agglomération (dans la plupart des cas, il s'agit de restaurants) depuis 1985. Cet accroissement est lié à un mouvement de diffusion en direction de la périphérie urbaine et notamment de la Petite Couronne. La tendance d'implantations de restaurants asiatiques est fort éloignée du centre. En d'autres termes, l'implantation de la restauration chinoise ne se concentre pas seulement à Paris *intra-muros* mais s'étend aussi vers la banlieue de la ville. Le nombre d'établissements entre 1985 et 1990 est passé de 645 à 863. Près d'un restaurant sur six à Paris était chinois. Dans le même temps, le nombre total de restaurants dans Paris est passé de 4 236 à 5 485, soit une progression légèrement inférieure (29,7%) à celle des restaurants chinois.

Aujourd'hui, trente ans après, le nombre de restaurants chinois (y compris japonais)[162] est de 824 à Paris ce qui correspond à une diminution par rapport à 1990. Si nous comptons les départements de la Petite Couronne et de la Grande Couronne, le nombre total de restaurants chinois (y compris japonais) s'élève à 1 842. Les restaurants chinois se sont très largement diffusés dans la région parisienne. Ils ont bien joué et jouent encore un rôle pilier du secteur dans les activités commerciales sur le long terme.

Les types de restaurants : de l'homogénéité à la variété

Rarement les recherches existantes distinguent les nuances de chaque restaurant parmi les établissements chinois en France. Seuls les travaux d'Emmanuel Ma Mung et Gildas Simon (1990) et ceux de Yu-Sion Live (1992) ont proposé des catégories de restaurants chinois. Pourtant, si cette distinction de catégories permet d'appréhender la « restauration chinoise » pendant une période, elle ne peut pas pour autant expliquer l'émergence de certaines nouvelles catégories de la restauration, telles que les restaurants japonais ou les restaurants « occidentaux » tenus par des Chinois. Il est possible de distinguer ces différentes catégories selon certaines époques.

Yu-Sion Live (1992) distingue trois catégories de restaurants chinois à partir d'une base historique : la première concerne les petits établissements communautaires créés par les anciens ouvriers chinois venus en France durant la Première Guerre mondiale. La clientèle est principalement composée d'étudiants et d'ouvriers et est localisée au Quartier Latin et à Billancourt. La deuxième englobe les restaurants populaires des années 1960-1970 tenus par d'anciens rapatriés d'Indochine (1954) et fréquentés par des Français et des jeunes. La cuisine y est adaptée au goût occidental. Les établissements sont implantés dans les quartiers de la gare de Lyon, le quartier Latin et les grands Boulevards, *etc.* Le troisième type concerne les restaurants gastronomiques fréquentés par des hommes d'affaires, des politiques ou encore des célébrités. Nous y retrouvons les plus grandes spécialités gastronomiques des régions chinoises. Ce type de restaurants est apparu principalement dans les 8^{e} et 16^{e} arrondissements ainsi que dans le Quartier Latin. Ces trois catégories donnent une dimension historique à l'émergence des restaurants chinois en inscrivant leur création dans le cadre des différentes époques des migrations chinoises en France. De plus, il a classé ces trois catégories de restaurants chinois au regard des niveaux gastronomiques des plats proposés et des différents types de clientèle visés. Il distingue ainsi différents standings (du bas de gamme au haut de gamme). Mais il ne dit ni comment classer ces trois types de restaurants chinois, ni pourquoi ces différents types de restaurants sont apparus dans les différents quartiers ni à quelle stratégie commerciale correspondent les différents types de restaurants qu'il

[162] Ma Mung dans des notes d'une enquête basée sur le dépouillement de l'annuaire téléphonique « Pages jaunes » en 2012 visant à comptabilisé les restaurants asiatiques : souligne que « d'après nos observations de terrain les restaurants japonais sont dans leur très grande majorité tenus par des personnes d'origine chinoise. Nous pouvons donc considérer comme établissement chinois les restaurants qui se présentent comme japonais. Il y a certes un risque de double compte car un même établissement peut dans certains cas être comptabilisé comme chinois et également comme japonais. Le risque est minime car le plus souvent les restaurants qui se présentent comme japonais ne proposent que de la cuisine japonaise. Seuls quelques restaurants qui s'affichent comme chinois proposent également de la cuisine japonaise ».

identifie. Il nous semble par ailleurs difficile de classer de la sorte des restaurants chinois d'aujourd'hui.

Pour classer les restaurants chinois, une autre approche plus générale a été développée par Emmanuel Ma Mung et Gildas Simon (1990) dans le cadre de leur analyse du commerce étranger. Ils proposent de distinguer les commerces en trois catégories : « exotique », « banal » et « communautaire ». Ils retiennent la caractérisation ethnique, ou non, du produit et celle de la clientèle visée pour distinguer les produits : le « commerce communautaire »[163], le « commerce exotique »[164] et le « commerce banal »[165]. Le croisement de ces trois catégories avec la restauration permet de distinguer trois types de restaurants chinois : les « restaurants communautaires », les « restaurants exotiques », et les « restaurants banals ».

Les « restaurants communautaires » quelle que soit l'origine ethnique du restaurant sont le plus souvent apparus dans les quartiers communautaires. La fréquentation d'un restaurant de ce type a principalement deux motifs : la recherche des produits proposés (plats de spécialités) pour des raisons de ressourcement culturel et la recherche d'un service spécifique pour des raisons de commodités personnelles. Les travailleurs immigrés célibataires fréquentent souvent ce type de restaurant. Il existe également une catégorie de restaurants communautaires d'un standing supérieur dont la fréquentation est un loisir plus qu'une commodité. D'après notre observation (2011-2015), ce type de restaurants chinois (surtout la catégorie de standing supérieur) existe depuis des années en France. Ils sont localisés dans les quartiers chinois parisiens (surtout Arts et Métiers-Temple, Belleville et Triangle de Choisy).

S'agissant des « restaurants exotiques », ce type de restaurants, apparu dans les années 1980, propose des produits particuliers non distribués par le système français et qu'on peut distinguer en leur sein différents standings. Les prix de ce type de restaurants sont globalement inférieurs à ceux de la restauration française pour un standing équivalent. Entrent aujourd'hui dans cette catégorie, les restaurants asiatiques qui proposent des buffets à volonté ou de la cuisine au Wok. Il faut compter également les restaurants japonais ou coréens tenus par des Chinois. Si nous reprenons les critères du « commerce exotique », cela nous permet d'identifier plus lisiblement deux styles dans la restauration chinoise: les « Restaurants Asiatiques » et les « Restaurants Japonais ou Coréens ».

Quant aux « restaurants banals » ils proposent une cuisine « à la française » à une large clientèle. Ce type d'établissement entre en concurrence directe avec le système de restauration français. Aujourd'hui, nous pouvons trouver ces « restaurants occidentaux » tenus par les Wenzhou. Ces restaurants visent essentiellement la clientèle chinoise (surtout des touristes chinois mais aussi des associations chinoises).

---

163 Le « commerce communautaire » consiste en la vente de produits spécifiques fortement assimilés à une consommation de même nature que celle du pays d'origine et qui s'adresse à une clientèle composée de Chinois (Ma Mung et Simon 1990).

164 Le « commerce exotique » propose des produits eux aussi fortement marqués « exotique » mais la clientèle principalement visée est la population du pays d'accueil dans ses différentes composantes ethniques à l'exception, partiellement, de celles du pays d'origine des commerçants et des produits (*ibid.*)

165 Le « commerce banal » est la vente de produits courants, sans marque ethnique particulière à destination d'une large clientèle mais généralement adressée à la population du pays d'accueil (*ibid.*).

Autrement dit, aujourd'hui, il est difficile d'associer un seul type de commerce à un type de restaurant selon la typologie proposée par Emmanuel Ma Mung et Gildas Simon (1990). En effet, la recherche de clientèle des restaurants chinois est de plus en plus diversifiée. Par exemple, il existe des restaurants chinois qui proposent une cuisine chinoise s'adaptant aux goûts non seulement Français mais aussi des Africains.

Notre enquête de terrain réalisée entre 2011 et 2015 montre qu'il existe aujourd'hui quatre « styles » [166] de restaurants chinois : style de « Wenzhou », style « asiatique », style « japonais ou coréen » et style « occidental ». Les trois premiers styles se définissent selon les critères des commerces communautaires et exotiques. En revanche, les restaurants de « style occidental » ne se conforment plus aux critères du type « commerce banal ». Nous identifions ce style comme un cas particulier dans la restauration chinoise. En effet, ce style de restaurant est conforme à un restaurant français mais tenu par des Chinois. Il est souvent difficilement identifiable dans l'espace public car il propose de la cuisine française à une clientèle originaire non seulement du pays d'accueil mais aussi du pays d'origine. De ce fait, il est difficile de qualifier ce type de restaurant de chinois ou de français. Nous classons ci-dessous les restaurants chinois tenus par la diaspora Wenzhou (voir tableau 15).

Tableau 15 Les éléments de distinction entre trois « styles » de restaurants chinois tenus par la diaspora Wenzhou

Éléments	Style de Wenzhou	Style asiatique	Style japonais/coréen
Enseigne commerciale	« Wenzhou »/caractère chinois à la Wenzhou, écriture utilisant des mots chinois (lieux de la région de Wenzhou)	« Asia »/appellations des sites touristiques chinois (Temple, Palais de Chine, Grande muraille, *etc.*)/ avec caractères chinois	Japonais/KYO/TOKYO/ Aucun caractère en japonais
Décoration intérieure	Style simple d'inspiration régionale/nostalgique	Grand, confort, style moderne/traditionnel à la chinoise	Style japonais, éléments japonais comme chinois/À la mode/ambiance exotique, peu de luxe
Produits	Spécialité Wenzhou/ goût du sud de la Chine et sucré, non pimenté	Plats chinois, japonais, thaï, Vietnam…choix multiple/ cuisine régionale chinoise	Quelques plats crus à la japonaise ou coréenne, grillade/parfois cuisine chinoise
Mode de services	Principalement à emporter/nombre de places limité	Souvent buffet à volonté+ wok ou commande sur place	Sur place, à emporter ou livraison à domicile
Langue d'accueil	« Dialecte » de Wenzhou	Français et mandarin	Français et mandarin
Conforme aux critères des trois types de commerce	Communautaire	Communautaire et exotique	Communautaire et exotique élargi à toute la clientèle

Ces trois styles ont été définis à partir des éléments visibles notés lors de l'observation sur place ou dans l'espace public. Ces établissements se fondent dans les

[166] Nous utilisons le terme « style » pour classer les restaurants tenus par les personnes d'origine chinoise. Le « style » est défini par des types d'enseigne commerciale (la préférence peut être accordée au choix de caractères chinois de certains noms), la décoration intérieure (couleur rouge à la chinoise), les produits proposés (spécialité régionale, plats chinois à la française, plats thaïlandais, vietnamien, *etc.*) et le type de services proposé (buffet à volonté, wok, à emporter ou livraison à domicile).

paysages commerciaux de la ville, mais ceux des styles de Wenzhou et asiatique sont les plus visibles (voir illustration 3). Ainsi, les entrepreneurs mettent souvent en scène la visibilité de leur activité afin de marquer leurs singularité et être immédiatement identifiables (Chabrol 2011; Chabrol *et al.* 2015).

Restaurants de « style Wenzhou »

Ce type de restaurant est apparu dans les années 1980 avec le flux migratoire des Chinois de Wenzhou en France. Ces établissements sont localisés principalement dans le quartier Arts et Métiers-Temple, à Belleville et à Aubervilliers, où s'étaient rassemblés de nombreux commerçants chinois originaires de Wenzhou. Ces restaurants proposent à leur clientèle une cuisine typique de Wenzhou. Les ingrédients sont alors achetés dans les magasins alimentaires tenus par des commerçants Wenzhou, dans les fermes chinoises (qui se trouvent près de Paris par exemple à Antony) ou bien sont importés directement de la région d'origine. En général, les clients et les propriétaires communiquent initialement en « dialecte » de Wenzhou au lieu d'utiliser le mandarin rarement pratiqué dans ce type de restaurant « communautaire ». Ce type correspond aux critères du type de « commerce communautaire » puisqu'il distribue principalement des produits spécifiques aux membres de la communauté, principalement des entrepreneurs et des ouvriers. Peu de clients français y consomment. Les commandes de plats sont principalement à emporter en raison du nombre de places limité dans l'établissement. Le paiement dans ce type de restaurant se fait en espèces.

Restaurants de « style asiatique »

Populaires depuis les années 1990, c'est surtout au début des années 2000 que ces restaurants connaissent un certain succès, s'implantent dans divers quartiers parisiens et se dispersent dans presque toutes les communes françaises. Selon notre travail d'enquête, ce type de restaurant connaît une dispersion géographique large et est organisé en entreprise familiale. Les parents s'affairent à la cuisine et à la caisse, les enfants prennent les commandes et servent en salle. C'est le cas des restaurants rapides nommés « asiatiques » (trois personnes familiales et une salariée), des restaurants chinois de « commande sur place » (trois personnes dans la cuisine et trois serveurs) ou des restaurants affichant un buffet à volonté ou/et une cuisine au wok (deux couples plus un salarié ou une famille). Dans les restaurants rapides ou les restaurants de buffet à volonté ou de cuisine au wok, la plupart des propriétaires sont originaires de Wenzhou. Ces restaurants sont souvent fréquentés par des « étrangers » (Français, Africains, *etc.*) issus des classes moyennes dont les habitudes culinaires se rapprochent de celles des Chinois. Dans ce type de restaurant, les clients communiquent souvent en français et en mandarin. Ces établissements proposent différents plats (chinois, coréens, vietnamiens, thaïlandais, *etc.*) mis au goût « asiatique ». Si nous qualifions ces établissements d'« exotique », c'est parce qu'ils sont fréquentés principalement par des clients français.

Restaurants de « style japonais et/ou coréen »

Les restaurants japonais et/ou coréens sont dans leur très grande majorité tenus par des personnes d'origine chinoise (principalement originaires de Wenzhou d'après nos observations) ; à ce titre, nous pouvons donc considérer les restaurants qui se disent japonais comme des établissements chinois. Selon l'enquête menée par Emmanuel Ma Mung (2012), on dénombre 546 restaurants japonais dans Paris *intra-muros*. Ce type de restaurants présente une concentration géographique remarquable et est situé à proximité des quartiers de la finance et des grandes avenues commerçantes par exemple, le quartier de l'Opéra nommé le « quartier japonais » d'après Hadrien Dubucs (2014). Dans d'autres quartiers ou communes, ces restaurants sont davantage dispersés. Dans un restaurant japonais situé à Belleville, une enquête nous a confirmé que depuis les années 2000, à la suite de contrôles sanitaires négatifs, la restauration chinoise a connu une période de transformation vers la restauration japonaise[167].

Nombre de restaurants japonais sont tenus par des anciens propriétaires de restaurants chinois ou asiatiques originaires de Wenzhou. Ils ont une grande expérience en matière de cuisine japonaise ou chinoise. Il y a des restaurants japonais et/ou coréens à Paris *intra-muros* tenus par des jeunes chinois de Wenzhou qui se saisissent de nouvelles opportunités commerciales. Ils proposent à leurs clients une cuisine vaguement japonaise. Les ingrédients sont choisis dans des magasins alimentaires chinois, les « vrais » cuisiniers japonais et coréens n'existent quasiment pas, ou sont très rares dans ces restaurants. Suite à la baisse d'intérêt pour les restaurants chinois en raison de la concurrence intra sectorielle et aux problèmes sanitaires, les restaurants japonais et/ou coréens sont devenus de plus en plus à la mode. Ces derniers ont amélioré le cadre, le décor et la cuisine pour leurs donner une touche très japonaise, tout en y maintenant quelques éléments chinois. Les habitués sont des Français et aussi des Chinois (cadres ou commerçants). Ce style de restaurants chinois peut être catalogué comme « exotique élargi » en raison de la fréquentation de clients non seulement français mais aussi chinois. S'ils sont fréquentés par des Coréens chinois ou des Coréens, ces établissements méritent aussi la caractéristique de « communautaire élargi ». Par ailleurs, l'histoire migratoire qui lie les Wenzhou au Japon justifie la place importante de cette communauté dans la restauration de « style japonais ».

Le cas particulier des restaurants de « style occidental »

Aujourd'hui, les restaurants chinois de « style occidental » tenus par les entrepreneurs de Wenzhou sont présents non seulement à Paris *intra-muros* dans des quartiers réputés chics, mais aussi dans la banlieue de Paris.

Selon le journal du commerce de Wenzhou[168], un restaurant français parmi les plus célèbres, Le Napoléone Bistrot, situé dans l'avenue des Champs Elysées (8e arrondissement), a été acheté par trois entrepreneurs diasporiques de Wenzhou en 2013

[167] Entretien avec Monsieur PYE, restaurateur japonais, le 30 avril 2013 à Belleville.

[168] Wang Muzheng, 13 novembre 2013 (en ligne), « Sanweiwenshang ruzhu bali gaoduancanting "Napolun" 三位温商入住巴黎高端餐厅"拿破仑"[Le Napoléone Bistrot Chis a été acheté par trois commerçants chinois originaires de Wenzhou] ». *Wenzhoushangbao 温州商报 [Journal du commerce de Wenzhou]*, http://news.66wz.com/system/2013/11/13/103879551.shtml.(consulté le 26 novembre 2014).

pour un investissement de 20 millions d'euros. Les chefs cuisiniers et les serveurs en place ont été gardés tout en recrutant de nouveaux salariés chinois. Il faut souligner ici que ces trois entrepreneurs chinois sont associés au sein du Groupe International de Kaibo dont les actionnaires sont tous originaires de Wenzhou et ont déjà acheté huit restaurants français dans les 15e et 16e arrondissements de Paris. Ce groupe ambitionne d'acheter quinze restaurants occidentaux. Chaque restaurant devra afficher un chiffre d'affaires d'au moins 3,5 millions d'euros par an dans les quartiers chics de Paris, surtout dans le 8e, le 9e et le 12e arrondissement.

Un autre journal, *Nouvelles d'Europe*[169], relate qu'en 2014, le groupe Kaibo a racheté « Le Two Paris », un autre restaurant français près du quartier du Palais des Congrès. Ce restaurant occupe 800 m^2 et dispose de 400 couverts. Les acheteurs veulent en faire une place de bon goût, luxueuse et souhaitent faire de cet établissement un restaurant français à la chinoise parmi les plus influents. Les clients peuvent non seulement goûter une vraie gastronomie française, mais ils peuvent aussi jouir de la mode et des saveurs à la française. Ce restaurant propose de la cuisine française tout en respectant les habitudes de la clientèle chinoise. La gestion de ce restaurant s'éloigne des modèles familiaux jusqu'alors mentionnés ; plus moderne, cette entreprise a de surcroit été soutenue par les cadres de l'ambassade de Chine.

Nous pouvons aussi trouver ce type de restaurant dans la banlieue de Paris comme c'est le cas du restaurant « Omega » qui propose également de la cuisine française et chinoise dans l'hôtel « Evergreen » situé Place Georges Pompidou à Levallois-Perret (voir illustration 3)[170]. Les restaurants « occidentaux » tenus par des commerçants Wenzhou se sont progressivement établis en France avec la mise en place d'une chaine de luxe de restauration.

Ce type de restaurant est « exotique » puisque la fréquentation est principalement chinoise (notamment des touristes). Les plats proposés par les propriétaires chinois sont authentiques et « à la française ». Il y a dix ans, ce type de restaurant chinois n'existait pas. Une des raisons de l'émergence de ces établissements est liée à l'arrivée croissante de touristes chinois en France pendant ces dix dernières années. Les touristes chinois ont en effet, depuis 2004, la possibilité de se rendre à l'étranger en séjour touristique. La France est devenue la première destination dans l'Union européenne. Les voyages touristiques en France connaissent en Chine un développement remarquable. De 2005 à 2009, la France a reçu chaque année entre 500 000 et 550 000 touristes chinois[171]. En 2014, leur nombre a atteint plus de 2 000 000[172].

Ce type de restaurant propose aussi des plats français pour les clients français. De ce fait, nous considérons qu'il entre dans une catégorie intermédiaire. D'après notre étude de terrain, ce style de restaurant présente, en effet, dans certains cas (fêtes, mariage,

---

[169] Kong Fan (2014), Kaibo guoji jituan "zaixiayicheng" tixian faguo huaren canyinye fazhan feiyue 凯博国际集团"再下一城" 体现法国华人餐饮业发展飞跃 [L'essor de la restauration chinoise en France dû au Groupe international Kaibo], *Ouzhoushibao 欧洲时报 [Nouvelles d'Europe]*, 5 mars 2014 (en ligne), http://www.oushinet.com/news/qs/qsnews/20140305/103507.html, (consulté le 12 novembre 2016).

[170] Entretien avec l'entrepreneur Monsieur WDY, le 11 août 2013 à Wenzhou.

[171] « France-Chine, un partenariat pour l'avenir », *ministère des Affaires étrangères et européennes de France*, le 18 octobre 2010 (en ligne), http://www.diplomatie.gouv.fr/, (consulté le 7 août 2010)

[172]« Relations diplomatiques entre la Chine et la France », *ministère des Affaires étrangères chinoises*, janvier 2016 (en ligne), http://www.fmprc.gov.cn/, (consulté le 29 décembre 2016).

accueil de la délégation chinoise et activités d'association), une caractéristique « communautaire », puisque des plats chinois sont proposé aux clients chinois qui le souhaitent.

Cette identification des quatre styles de restaurant, issue de l'observation de la diaspora Wenzhou, repose sur des éléments visibles (enseigne, décoration, mode de consommation) et invisibles (services spécifiques). Ces quatre styles ne représentent pas tous les restaurants chinois. Pourtant, nous pouvons identifier les différentes caractéristiques de « style » de ces restaurants selon les multiples enseignes commerciales.

Illustration 3 Quatre styles de restaurants chinois tenus par la diaspora Wenzhou

Restaurant de « style de Wenzhou »

Restaurant de « style Japonais »

Restaurant de « style asiatique »

Restaurant de « style occidental »

©Zhipeng LI 2011-2013

En outre, il faut souligner que les propriétaires de restaurants chinois ne sont pas seulement originaires de Wenzhou, mais proviennent aussi d'Asie du Sud-Est ou d'autres régions de Chine continentale comme *Dongbei*[173], Sichuan, Shandong, Guangxi, *etc.* Par ailleurs, nous notons la présence de restaurants exotiques « à la française », principalement tenus par des Chinois d'Asie du Sud-Est.

[173] Rapplelons que le terme administratif de *Dongbei* (en chinois « Nord-Est »), désigne trois provinces frontalières : Heilongjiang, Jilin et Liaoning qui historiquement correspondent à la région de l'ancienne Mandchourie.

4.1.2 La maroquinerie : le couteau du coupeur de cuir

Comme nous l'avons évoqué dans l'introduction générale, il a été difficile de rencontrer les fabricants chinois du secteur de la maroquinerie à Paris. De ce fait, nous n'avons enquêté directement que deux personnes pendant tout notre terrain : le neveu d'un grossiste de la maroquinerie à Aubervilliers et un entrepreneur de la maroquinerie qui a tenu plusieurs magasins à Paris et une usine à Guangdong en Chine. Les autres informations ont été recueillies pendant les entretiens. Par exemple, nous avons beaucoup entendu parler d'entrepreneurs de restaurant ou de grossistes d'importation qui ont travaillé auparavant dans un atelier de maroquinerie. Afin de mieux connaitre cette activité productive, il est important de présenter l'origine de la maroquinerie et son développement en France. Les propos de Charles Archambault (1952), de Yu-Sion Live (1991, 1992) et d'Emmanuel Ma Mung et de Gildas Simon (1990) nous permettent de connaitre l'origine de la maroquinerie chinoise en France.

L'origine de la maroquinerie chinoise

Sur le plan historique, il y a deux versions sur les origines de cette activité économique en France : la première relate que des Chinois établis dans les années 1930 dans le quartier des Arts-et-Métiers avaient appris la profession de maroquinier auprès des artisans juifs polonais et hongrois du Marais. La déportation de ces derniers vers l'Allemagne, au cours de la dernière guerre, laissa libre un créneau économique que les Chinois occupèrent par la suite. La seconde version relate l'origine de l'apprentissage en Russie. Des Chinois de Wenzhou, ayant immigré à Moscou à la fin du siècle dernier s'initièrent au travail du cuir chez des peaussiers russes. La Révolution d'Octobre les poussa à quitter la capitale de Russie. Certains parmi eux vinrent à Paris rejoindre la petite communauté chinoise de la gare de Lyon. Dans les années 1920-1930, quelques-uns reprirent alors ce métier. Les traces de l'histoire des Chinois de Wenzhou sont fortement liées au quartier chinois de la gare de Lyon à Paris. L'histoire du développement de l'activité économique de la maroquinerie chinoise permet de mesurer l'importance du quartier de la gare de Lyon comme première centralité du commerce chinois et de saisir le rôle important qu'il a joué pour la diaspora Wenzhou. Nous citons ainsi les propos qui sont apparus dans plusieurs travaux sur les Chinois de Paris.

Selon Charles Archambault (1952), nous pouvons revenir sur les premières traces de la diaspora Wenzhou : les Qingtian sont avant tout des déracinés, fils de petits métayers. Ils ont dû, de bonne heure, errer sur les routes, colportant de porte en porte les encriers, les vases et broches ciselées, tous objets ouvrés dans la pierre qui est la seule richesse du pays. Aussi loin qu'ils remontent dans le passé, ils ne furent que des colporteurs. Les Wenzhou, par contre, ne dédaignent pas le commerce stable qui rapporte lentement et sûrement ; ces émigrés sont en grande partie des petits commerçants, ex-paysans. En s'appuyant sur une enquête orale effectuée auprès des milieux de ce quartier, celle-ci rapporte que des travailleurs originaires de Qingtian, venus contribuer à l'effort de guerre en 1914-1918 échappèrent au contrôle à la gare de Lyon lors de leur rapatriement à la fin des hostilités et restèrent à Paris. D'origine sociale modeste, souvent anciens cultivateurs ou bien ouvriers ayant épargné en France mais provenant de la région de Wenzhou et Qingtian, plusieurs entrepreneurs s'associèrent

pour monter leur commerce. Ils tenaient des magasins de petite surface et faisaient du commerce de détail et de demi-gros. Dans cette configuration, ils se déplacèrent vers le quartier Arts et Métiers-Temple pour se reconvertir dans le métier de maroquinier après 1945.

Jusqu'à la Seconde Guerre mondiale, la maroquinerie en gros a été largement dominée par la diaspora juive dans le quartier d'Arts et Métiers-Temple. L'activité économique de la maroquinerie a ensuite été peu à peu contrôlée par les Chinois de Wenzhou à partir des années 1950. Ils en ont le quasi-monopole puisque la quasi-totalité des commerçants originaires de la région de Wenzhou se sont installés dans le quartier Arts et Métiers-Temple. L'activité économique de la maroquinerie donne une place importante à la diaspora Wenzhou.

Les activités artisanales de la maroquinerie : un temps révolu ?

Ces éléments historiques sur le déplacement des Chinois, de la gare de Lyon vers Arts et Métiers-Temple à Paris permettent de confirmer que la maroquinerie considérée comme un des principaux secteurs d'activité des Wenzhou, joue un rôle fondamental dans l'analyse de cette dernière.

Dans le quartier Arts et Métiers-Temple, il y avait 37 entreprises chinoises de maroquinerie (2 fabricants grossistes et 15 détaillants) entre 1946 et 1955, 54 (35 fabricants grossistes et 19 détaillants) entre 1966 et 1975. En 1985, il y a 94 commerces de gros (maroquinerie essentiellement) (Ma Mung et Simon 1990; Live 1992). La présence des activités économiques dans ce quartier avant les années 1990 était liée à l'implantation d'activités artisanales et de petites industries (cf. 2.1.1). Il s'agissait de « fabricants grossistes ». Les ateliers de fabrication de maroquinerie ont profité de cet afflux important de main-d'œuvre. Cette vague d'immigrants chinois a non seulement satisfait les besoins de main-d'œuvre pour les ateliers, mais a aussi favorisé la diversification des activités économiques et professionnelles de la diaspora Wenzhou. À partir des années 2000, avec le développement du commerce extérieur de la Chine, les établissements chinois sont devenus de plus en plus compétitifs, bénéficiant de la baisse des coûts de production en raison de la main-d'œuvre bon marché en Chine.

Selon notre enquête, il nous semble que la majorité des ateliers de fabrication en maroquinerie à Paris ont été fermés ou transférés en Chine. La majorité des produits maroquiniers sont directement importés de Chine et plus particulièrement du quartier de *Huadu* [174] où ils sont fabriqués. L'émergence de « grossistes d'importation » chinois de la maroquinerie s'est traduite par une expansion de ce commerce dans les quartiers d'implantation principale des commerces chinois dans la région parisienne. Nous dénombrons 126 « grossistes d'importation » de maroquinerie sur un total de 309 commerces de gros chinois dans le quartier Arts et Métier-Temple. 82 grossistes d'importation chinois de maroquinerie sont installés dans la rue de la Haie Coq à Aubervilliers (Relevés de commerces, 2012). Près de 30 ans plus tard, la maroquinerie dispose toujours d'une place importante dans les activités économiques de la diaspora chinoise, mais dans l'importation.

[174] *Huadu* 花都 est un quartier situé dans la ville de Canton dans le Guangdong.

4.1.3 La confection : le couteau du tailleur

Contexte historique de la confection et son implantation dans les quartiers

La confection est un des secteurs clés des activités économiques de la diaspora chinoise, majoritairement occupé aujourd'hui par les entrepreneurs de Wenzhou. La confection s'est développée plus tardivement que la restauration et la maroquinerie. Ce secteur d'activités est apparu dans le milieu des années 1980 et s'est traduit par la multiplication d'ateliers mais récemment leur nombre s'est considérablement réduit.

Afin d'en mieux connaitre l'histoire, citons un extrait d'un entretien avec Monsieur PDD dans la mesure où cela résume les informations que nous avons recueillies sur ce point :

« Les Chinois originaires de Chaozhou sont les premières personnes à avoir fait des activités économiques dans la confection en France. En effet, entre 1974 et 1976, en raison de la guerre des pays d'Asie Sud-est et le mouvement des Khmers rouges, la France a accueilli de nombreux demandeurs d'asile Chinois en provenance d'Asie du Sud-Est (leur origine est principalement Chaozhou). Ce groupe de Chinois a dû trouver du travail pour vivre. Dans ce cas-là, la majorité des Chinois d'Asie du Sud-Est a été mise au travail dans des ateliers de confection avec l'aide du gouvernement français. Ce groupe de Chinois avait l'avantage de la langue, ils ont réussi plus vite à changer leur statut professionnel en passant de salariés à entrepreneurs. Entre 1982 et 1985, de nombreux Chinois de Chine continentale, surtout de la région de Wenzhou, sont arrivés en France. La majorité des Wenzhou a passé une période où elle a travaillé au noir dans les ateliers de confection. Après quelques années d'épargne, ces Wenzhou sont devenus peu à peu des patrons. »[175].

À travers ces éléments empiriques, nous pouvons voir que de nombreux Wenzhou ont travaillé dans des ateliers[176] de confection dans les années 1980. L'activité de la confection des Wenzhou est liée aux activités économiques des Chinois d'Asie Sud-Est. Pourtant, avec l'essor économique de la Chine continentale, les Chinois de Wenzhou ont abandonné la fabrication en atelier à cause de la concurrence des produits importés de Chine. Le schéma est le suivant :

Les Wenzhou travaillent d'abord dans les ateliers de confection en France pour le compte d'entreprises textiles du quartier du Sentier à Paris. Durant les années 1990, quelques-uns d'entre eux commencent à importer des produits textiles que la Chine fabrique à très bas prix. Ces importations sont limitées par la réglementation française et européenne mais elles commencent néanmoins à concurrencer la confection fabriquée dans les ateliers. Ils se tournent alors de plus en plus vers l'importation et abandonnent peu à peu la confection en atelier. L'entrée de la Chine dans l'OMC en 2001 et la levée des quotas textiles en 2004-2005 favorisent les importations et le nombre de commerçants importateurs augmente rapidement.

[175] Entretien avec Monsieur PDD, ancien entrepreneur de confection, le 25 juillet 2012 à Paris.
[176] Ces ateliers sont principalement des sous-traitants de couture, de repassage, d'assemblage et de « boutonnières » (Gao et Poisson 2005).

Le « Système du Sentier »

Le quartier du « Sentier » dans le 2e arrondissement, continue de jouer un rôle de centre d'approvisionnement. Selon notre observation en 2012, des grossistes (qui représentent plus de 93%, soit 297/319) se sont installés dans la rue d'Aboukir et d'autres petites rues qui forment le centre de confection de haute et moyenne gamme. Toutefois, nous ne dénombrons que 65 magasins chinois sur un total de 319 magasins[177].

Rappelons l'explication du « Système du Sentier » présenté par Emmanuel Ma Mung (2015, p 61) :

« The "System Sentier" [le « système Sentier » du nom du quartier parisien où sont concentrées les entreprises qui le forment] is composed of small and medium-sized firms owned by Jewish "Pieds Noirs", who, highly creative in design, also function as manufacturers. However, they sub-contract the piecing, the stitching and the ironing of the garments, (that is to say, activities that demand a great amount of labour) to other firms, almost exclusively run by immigrants, Yugoslavians during the 1960's, Turks and Chinese since the 1980's. The "Sentier system" concerns a very specific sector of the garment industry: the women's fashion ready-to-wear [le prêt à porter féminin]. The demand in this sector is characterized by a great uncertainty as regards to the models that the clientele will favour. Therefore, it requires a very flexible work force, instantly available and ready to work intensely for a short period. The flexibility that this system requires, and its sensitivity to a demand, (that, itself is unpredictable) explains why neither concentration nor industrial integration have taken place, why the system can only function as a network of small firms and why a highly flexible workforce is needed. »

Nous rappelons en outre les propos de Gao et Poisson (2005, p71) : « avec l'adhésion de la Chine à l'OMC, le système des quotas a disparu depuis le dernier jour de 2004. Les importations de produits textiles par les entreprises chinoises implantées en France ont augmenté fortement. Théoriquement ce changement devrait conduire progressivement à la disparition des ateliers installés sur le sol français. […] ».

Les ateliers de sous-traitants chinois ont pratiquement disparu dans la confection, mais il en existe encore dans la banlieue de Paris (« Extrait carnet du terrain, France » 2013)[178]. D'après les commerçants enquêtés, les deux quartiers Sedaine-Popincourt et Aubervilliers proposent des produits destinés à une clientèle assez populaire[179]. En effet, les marchandises y sont de basse et de moyenne gamme. Les produits vendus sont très compétitifs : prix abordables, tailles diverses, diversité de gammes, styles à la mode. En outre, à l'est, à proximité du 10e arrondissement, il existe aussi un centre de confection de prêt-à-porter pour enfants et nous y trouvons aussi des Chinois de Wenzhou. Il est à souligner que ce quartier connaît un certain déclin ces dernières années en raison de la récession économique en Europe.

[177] Il existe très peu de commerces chinois dans ce quartier, juste quelques magasins de textile haut de gamme. La zone que nous avons observée comprend la rue d'Alexandre, la rue d'Aboukir, la rue du Caire et la rue Saint-Denis.

[178] Entretien avec MG, le 28 mars 2013 à Aubervilliers.

[179] Selon notre enquête 2013, les grossistes de ces deux quartiers sont très occupés le lundi, car de nombreux clients visitent ce jour-là les magasins de ces deux quartiers. Ces clients viennent de la région parisienne ou des autres régions de France, ou des territoires d'outre-mer ou d'autres pays européens.

4.1.4 Une scène de vie autour de « trois couteaux »

Comme nous l'avons déjà vu dans le chapitre 2, nous avons enquêté 33 entrepreneurs Wenzhou. Huit entrepreneurs enquêtés font du commerce dans la restauration. Tous les enquêtés Wenzhou sont liés, directement ou indirectement, par leur expérience personnelle, aux activités économiques des « trois couteaux », comme en atteste la description de leurs parcours migratoires et professionnels.

Le cas de Madame WLL[180] est un des cas qui nous permet d'illustrer une implication individuelle au regard de ces trois domaines.

> Madame WLL, est originaire du bourg de Qidu à Wenzhou. Elle est arrivée en France en 1985 à l'âge de 15 ans pour rejoindre son père. Elle a quatre frères et sœurs. Tous sont installés en France. Elle-même et ses deux sœurs ont quitté la Chine en 1985, avant leur grand frère. Tous ses proches ayant déjà émigré en France, c'est pour eux qu'elle a initialement travaillé. Dès son arrivée, elle a été scolarisée pendant quelques années, jusqu'à ce qu'elle obtienne des papiers d'identité en 1998. Elle a travaillé pour son grand frère comme salarié jusqu'en 1999.
>
> Elle a créé sa première affaire en 1999 dans la restauration dans le 11e arrondissement, près de la rue Charonne. Elle a ensuite vendu ce restaurant, puis travaillé à nouveau pour son grand frère, puis pour sa grande sœur. Après quelques années de travail comme salariée, elle a ouvert encore un second restaurant à Clichy. Quelques années plus tard, elle vend ce restaurant. Elle ouvre à nouveau un restaurant dans l'autre commune [Elle n'a pas indiqué le nom] avec sa sœur aînée. Au moment de l'entretien, elle comptait ouvrir un autre restaurant dans le département des Hauts-de-Seine, ce qu'elle a fait aujourd'hui.

Selon Madame WLL, les raisons d'un investissement dans la restauration au lieu de la confection, sont les suivantes :

- l'environnement de la restauration est plus propre que l'atelier de la confection ;
- la restauration lui permet d'améliorer sa maîtrise de la langue française, car il n'y a que des travailleurs chinois qui travaillent dans les ateliers de la confection tenus par les Chinois. Par exemple, si on travaille pour les Wenzhou, on se parle souvent la langue dialecte de Wenzhou.
- le temps de travail dans la restauration est plus agréable que celui de l'atelier. Par ailleurs, le salaire est dépendant du nombre de pièces fabriquées dans l'atelier. Il est évident que le travail d'atelier est plus dur que celui effectué dans un restaurant.

Mais avant tout, si Madame WLL n'a pas tenu un atelier dans la confection, c'est parce qu'elle ne maîtrise pas les techniques de fabrication des vêtements. Par ailleurs, rappelons que ses cousins et frères ont eux-mêmes tenu un atelier de confection de vêtements en France. Mais après quelques années, ils ont commencé à faire du commerce dans la restauration.

Le cas de Madame WLL permet de montrer une scène de l'activité économique au sein de la diaspora Wenzhou.

D'abord, son histoire montre l'importance du réseau migratoire. C'est-à-dire que le regroupement de la famille est une raison importante de la migration. Ensuite, dans sa famille, l'activité économique est liée principalement à la restauration et à la confection. La comparaison entre la restauration et la confection permet de mettre en évidence

[180] Entretien avec Madame WLL, restaurateur chinois, le 11 octobre 2012 à Wenzhou et le 9 août 2013 à Paris.

plusieurs avantages de la restauration : le temps de travail moins long et moins dur et la possibilité d'apprendre le français. Enfin, le parcours de Madame de WCC révèle l'importance du marché ethnique du travail dans les secteurs des « trois couteaux ». Cette dernière sera discutée dans les chapitres suivants.

L'expression de « trois couteaux » renvoie donc aux trois secteurs clés des activités commerciales et productives des entrepreneurs diasporiques de Wenzhou en France.

Historiquement, ces trois secteurs privilégiés, représentés principalement par les commerçants Wenzhou, ont joué et jouent encore un rôle de pilier dans les activités commerciales et productives des Chinois depuis le début du 20e siècle. Par exemple, certains commerçants français ont produit des déchets de la maroquinerie dans le quartier Arts et Métiers-Temple dans les années 1930, et les migrants de Wenzhou ont collecté ces déchets, les ont traités et réutilisés. Ils ont produit ainsi des petits portefeuilles puis les ont vendus aux Français. Petit à petit, certains Wenzhou se sont enrichis et sont devenus propriétaires d'ateliers. Aujourd'hui, la restauration quant à elle est marquée par plusieurs avantages par rapport aux activités productives (confection ou maroquinerie) (voir *supra*, le cas de WCC), mais elle se manifeste depuis les années 1990 et plus précisément depuis les années 2000 par une diversification des plats cuisinés proposés en raison de la saturation du marché de la restauration chinoise[181]. La restauration s'est donc diversifiée et nous notons, à titre exemple, les restaurants japonais tenus par des Chinois qui se sont multipliés.

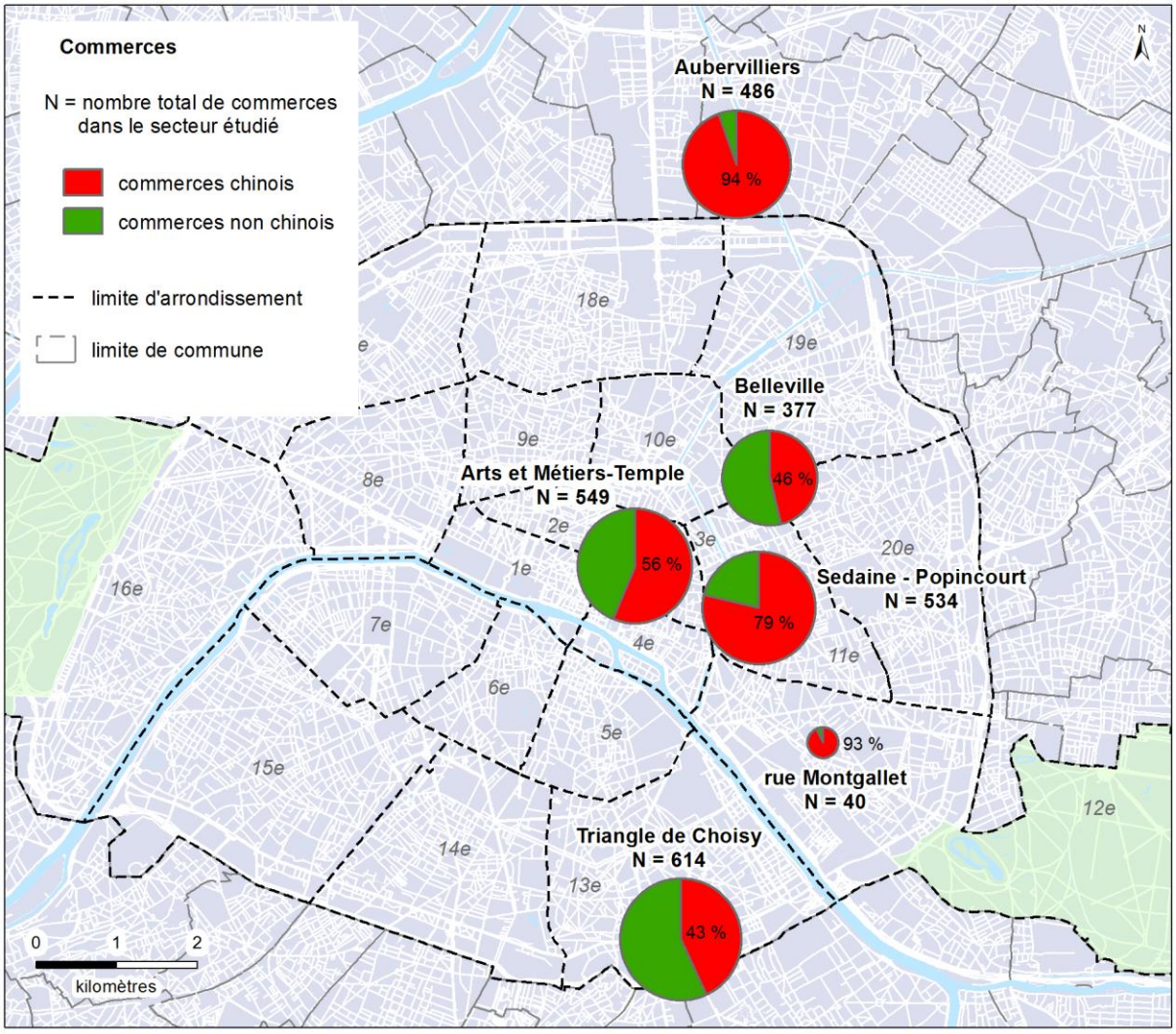
Les activités productives (confection ou maroquinerie) ont commencé à se transformer avec le développement économique de la Chine continentale. La majorité des produits sont d'ailleurs estampillées « Fabriqué en Chine ». Ainsi, nous pouvons observer aussi la concentration du commerce de la diaspora Wenzhou dans certains quartiers parisiens (voir *infra*). Par ailleurs, l'émergence de nouvelles activités professionnelles s'est manifestée observable, parfois dans l'espace public en particulier. Ainsi les Wenzhou et aussi les autres groups immigrants chinois ont commencé à faire des affaires dans les nouveaux secteurs comme le bâtiment, la logistique, l'informatique, le tourisme, le logement, les médias, l'agence comptable, la beauté, l'école de langue chinoise, *etc.* Selon notre enquête, les entrepreneurs interrogés sont non seulement inscrits dans les secteurs des « trois couteaux », mais aussi dans le bâtiment, le commerce du vin, la restauration japonaise, le bar-tabac, l'agence immobilière ainsi que l'informatique.

[181] Plusieurs auteurs chinois ont confirmé aussi ce point comme Wang Chunguang (2000), Li Minghuan (2000).

4.2 L'essor du commerce de gros et l'importation des produits chinois

Les quartiers étudiés sont délimités par l'espace de concentration des commerces chinois dans l'environnement commercial. Les établissements chinois sont souvent majoritaires par rapport à l'ensemble des autres commerces (français et autres). Les trois quartiers Rue Montgallet, Sedaine-Popincourt et Aubervilliers sont ceux dans lesquels on peut observer la plus forte densité de commerces chinois (voir carte 13).

Carte 13 Part des commerces chinois dans le total des commerces des quartiers étudiés



Source : Enquête personnelle, 2012 - Fond de carte : APUR 2016
Conception : Zhipeng Li - Réalisation : Nelly Martin, Migrinter UMR 7301 CNRS / Université de Poitiers, décembre 2016

4.2.1 La situation actuelle de la concentration des commerces chinois

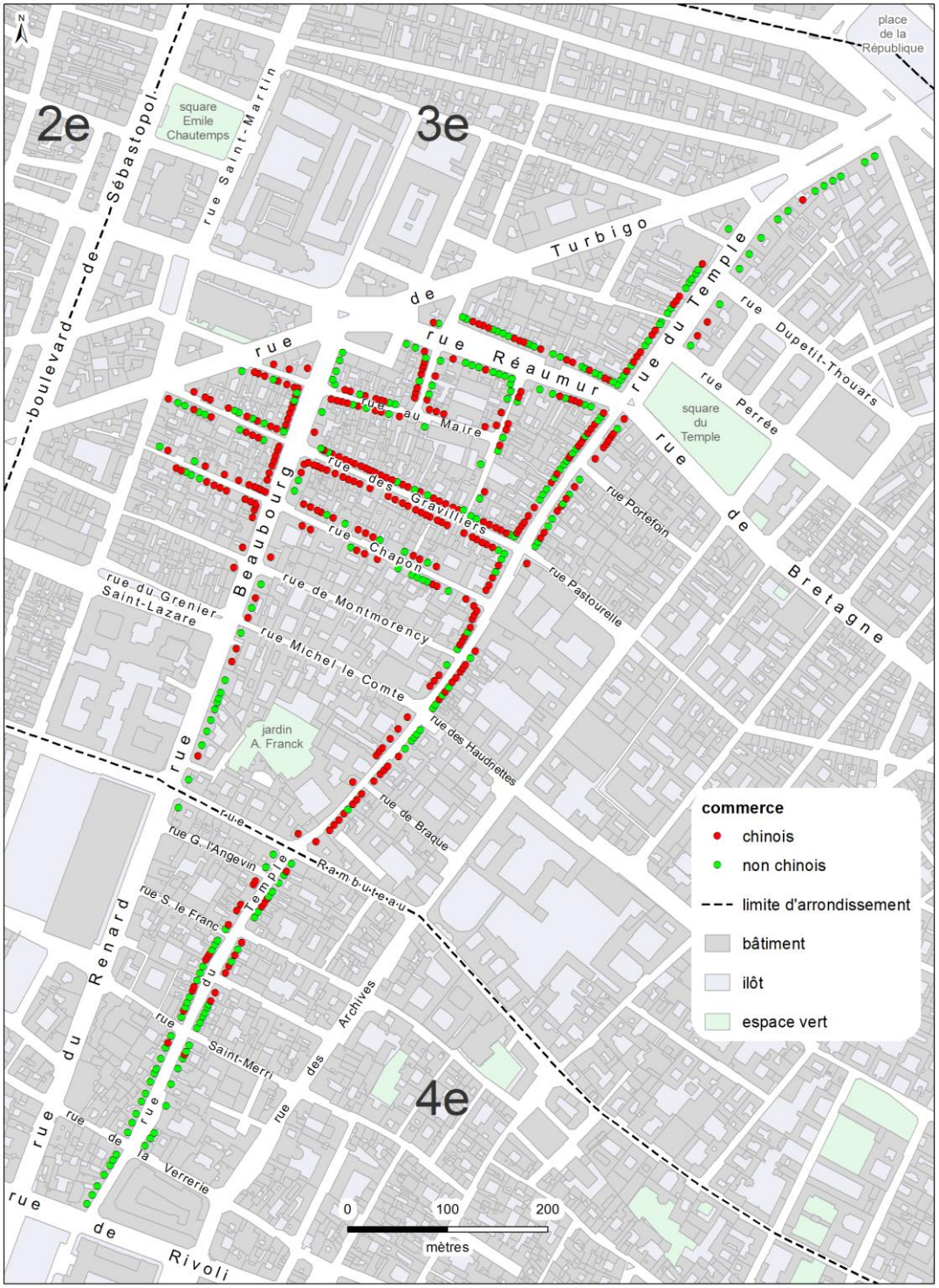
Une forte concentration des commerces chinois

Cette forte densité traduit souvent la concentration des étbalissements commerciaux pour la distribution de gros où s'approvisionnent les détaillants de la région ou du pays, qu'ils soient chinois ou non.

D'une part, les centres commerciaux pour le commerce de gros sont composés quasi-exclusivement de magasins chinois. Par exemple, la présence du Centre International Franco-Asiatique (CIFA) est fortement liée à celle des commerçants chinois à Aubervilliers. Leur présence dans le commerce de gros d'importation, plus particulièrement dans la confection/chaussure et la maroquinerie, est très importante (voir *infra*).

D'autre part, une forte densité s'observe dans l'ensemble du secteur économique de la distribution de gros. La présence de cette distribution de gros est également très concentrée dans certaines rues des quartiers Arts et Métiers-Temple et Sedaine-Popincourt, avec un quasi-monopole des grossistes chinois de Wenzhou en maroquinerie et en prêt à porter (voir carte 14 et 15).

Carte 14 Localisation des établissements commerciaux chinois (Arts et Métiers-Temple)



Source : Enquête personnelle, 2012 - Fond de carte : APUR 2016
Conception : Zhipeng Li - Réalisation : Nelly Martin, Migrinter UMR 7301 CNRS / Université de Poitiers, décembre 2016

Sur la carte 14, nous pouvons observer une forte densité linéaire d'établissements chinois dans ce quartier. La zone de la concentration est formée d'un noyau central limité par les rues du Temple, Chapon, Gravilliers, au Maire, Beaubourg et Réaumur. Selon notre observation, la rue au Maire est caractérisée par une ambiance commerçante

chinoise avec des magasins chinois tels que des restaurants, des épiceries, des salons de coiffure, des boutiques de souvenirs, *etc.* Dans la rue de Beaubourg, nous avons observé des magasins de vente en gros, notamment pour les sacs à main, quelques magasins de prêt-à-porter et des restaurants chinois. Dans la rue des Gravilliers, il y a beaucoup de boutiques de vente en gros de maroquinerie, vendant surtout des sacs à main féminins. La rue Chapon est dans la même situation de commerce. La rue de Réaumur rassemble en majorité des magasins de bijouterie fantaisie dans le prolongement de la rue du Temple. Cette rue est aujourd'hui aussi connue sous l'appellation « rue de Wenzhou » en raison de la forte présence des Wenzhou (voir *supra*).

Dans ces rues, nous avons collecté d'autres informations par entretiens. Nous avons en effet interrogé des commerçants dans leur magasin dans le but de collecter des informations sur l'évolution de l'entreprise, de la clientèle, du quartier, de la marchandise et des parcours migratoires et professionnels.

Dans la rue du Temple, nous avons enquêté quelques patrons ou salariés au hasard. Voici des extraits d'entretiens que nous avons consignés dans notre carnet de terrain (2011).

Madame H

Madame H est arrivée en France en 2004. Elle a payé un intermédiaire (une sorte de « tête de serpent », chargé d'organiser des migrations clandestines) pour partir à l'étranger. Son mari, Monsieur H, est arrivé en France plus tôt, en 1998. Il a obtenu un visa de touriste pour venir en France, puis, il a bénéficié de la politique d'amnistie pour obtenir un statut légal en France. Au début, il travaillait pour ses proches mais après quelques années, il a loué une boutique pour devenir son propre patron. Néanmoins, il va arrêter l'exploitation de cette boutique de souvenirs car ses affaires vont être transférées dans la ville d'Aubervilliers à cause d'un climat économique difficile dans le 3e arrondissement. Alors qu'il commence à travailler comme porteur, sa femme reprend seule la gestion de la boutique. Concernant l'approvisionnement du magasin, les produits sont importés de Chine, précisément de Yiwu, localité connue pour être le centre commercial international de vente en gros. Madame H retourne en Chine plusieurs fois par an pour voir leurs proches et pour commander des marchandises. Dans cette boutique, la majorité des souvenirs sont moins chers qu'ailleurs. Il y a beaucoup de clients originaires du Maghreb, d'Afrique noire, comme « petits commerçants.

Monsieur T

Un peu plus loin, dans la rue du Temple, un autre magasin chinois est tenu par une personne originaire de Wenzhou. Monsieur T est arrivé en France par des moyens légaux il y a plus de 30 ans. Il provient de la localité des foyers d'émigrations de Li'ao, dans la région de Wenzhou. Il a émigré en France, car son père habite en France depuis longtemps. Monsieur T a bénéficié de la politique de regroupement familial pour rejoindre son père. Il a obtenu la nationalité française et a ouvert son magasin il y a plus de 20 ans. Il importe ses produits de la ville de Yiwu en Chine et y retourne en fonction des besoins d'approvisionnement du magasin. Si ses affaires fonctionnent, il va en Chine plusieurs fois dans l'année pour négocier le prix d'achats des marchandises vendues en gros.

Madame M

Madame M est grossiste dans une autre boutique d'accessoire située dans la rue du Temple. Elle est propriétaire et nous explique qu'il y a plus de 20 ans qu'elle est arrivée en France, en provenance de la localité de Tangxia, un des foyers d'émigration dans la région de Wenzhou. Toute sa famille a émigré en France et elle va en Chine 3 ou 4 fois par an en fonction de ses affaires, c'est-à-dire lorsqu'il devient nécessaire d'aller à Yiwu pour s'approvisionner.

Nouus avons discuté avec quelques autres personnes des magasins de la rue du Temple et de la rue des Gravilliers.

Par exemple, dans un magasin de maroquinerie, nous avons discuté avec un garçon de 22 ans, originaire du bourg de Li'ao de la région de Wenzhou, qui habite à Bobigny.

Dans un magasin de bijouterie fantaisie, nous avons engagé la conversation avec un couple, d'environ 50 ans, ayant 3 enfants, et originaire de Wenzhou. Leur activité de grossiste de bijouterie est principalement basée sur de l'importation depuis la Chine.

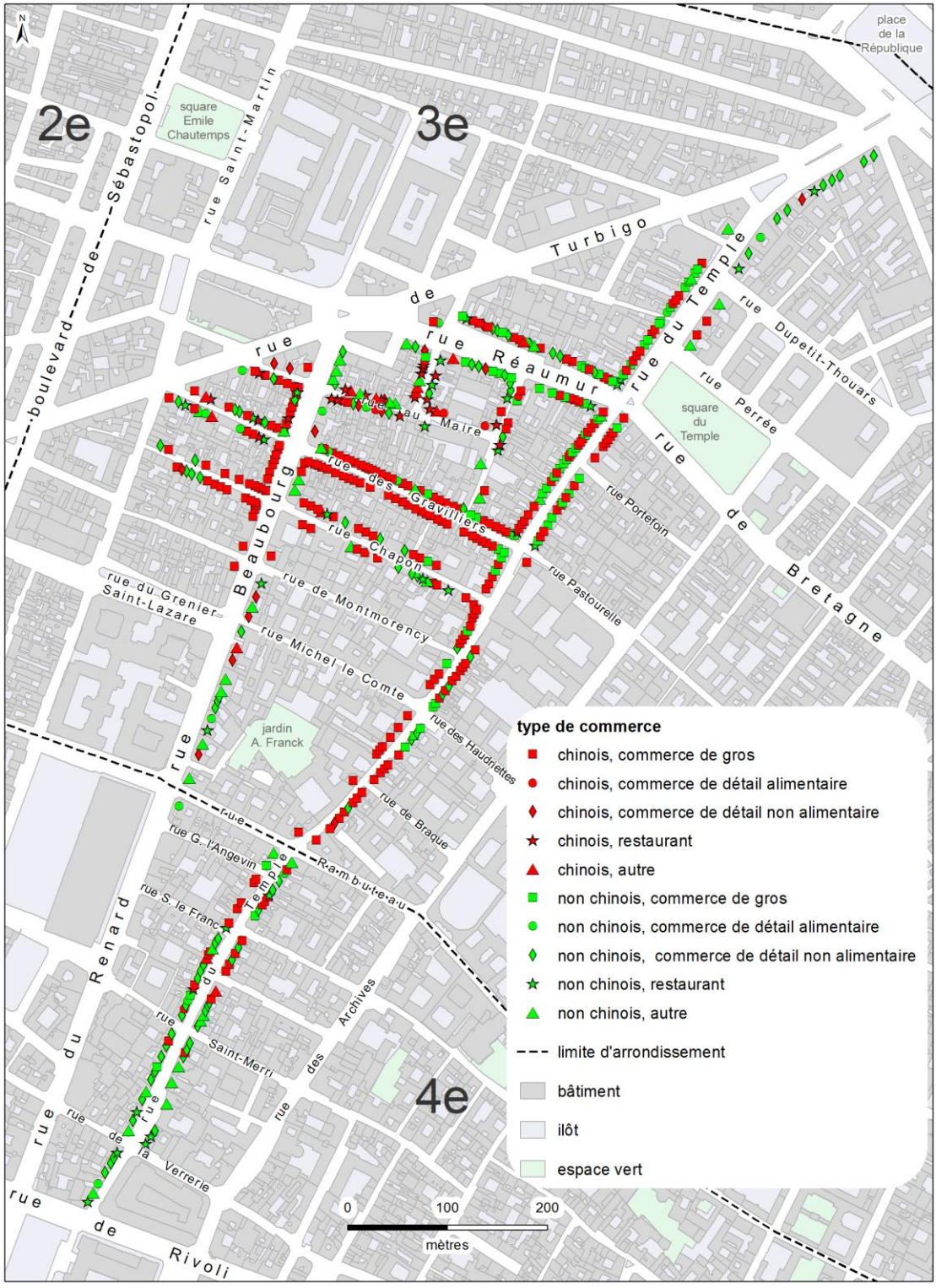
Dans un magasin de foulards, nous avons parlé avec la jeune femme qui y travaillait. Elle est née en France, parle mal le mandarin chinois, et elle a très tôt interrompu ses études. D'après elle, son père est originaire du bourg de Li'ao du district de Rui'an de Wenzhou, mais elle n'est jamais allée en Chine.

Dans la rue des Gravilliers, nous avons visité un magasin dans lequel se tenait une jeune fille, d'environ 20 ans, née en France, mais originaire de Wenzhou. Le magasin propose la vente en gros, pas de détail. Elle refuse de parler, lorsqu'il y a des clients, nous devons partir.

Pour les Wenzhou, ce quartier est devenu également un centre de services quotidiens pour trouver de l'aide, du travail ou un logement. Par exemple, outre les services offerts par les commerces évoqués plus haut, on peut trouver dans ce quartier d'autres services destinés aux migrants chinois. D'abord, le siège de l'Association des Résidents des Chinois en France (ARFC) qui est situé dans la rue du Temple. Cette association dispose d'une école de langue chinoise. De nombreux enfants de migrants chinois ont suivi ces cours de chinois le mercredi ou le weekend. Le local de cette association sert également aux migrants chinois qui veulent participer aux activités culturelles chinoises. Ensuite, plusieurs médias de la diaspora chinoise se sont installés dans ce quartier. Les migrants chinois peuvent non seulement utiliser le site Web (par exemple huarenjie.com) à la maison pour chercher un emploi ou un logement, mais encore se rendre sur place au bureau de média pour s'enquérir des services dont ils ont besoin. Enfin, rappelons que ce quartier est connu en tant que lieu touristique. Nous pouvons ainsi y trouver quelques hôtels familiaux qui proposent des prix intéressants. D'ailleurs, ce quartier est situé en plein centre de Paris, proche des grands sites touristiques de la capitale, aisément accessible en transports en commun. Il est devenu souvent un espace populaire de loisirs, ou un lieu de rendez-vous des migrants chinois.

Voyons maintenant la répartition des établissements commerciaux selon le type d'activités dans ce même quartier Arts et Métiers-Temple (voir carte 15) :

Carte 15 Les commerces selon le type d'activités (Arts et Métiers-Temple)



Source : Enquête personnelle, 2012 - Fond de carte : APUR 2016
Conception : Zhipeng Li - Réalisation : Nelly Martin, Migrinter UMR 7301 CNRS / Université de Poitiers, décembre 2016

Tableau 16 Part des commerces chinois dans le total des commerces selon leur type d'activités en 2012 (Arts et Métiers-Temple)

Types de commerce	Total des commerces		Dont chinois		Dont non chinois	
	Nbr.	%	Nbr.	%	Nbr.	%
Commerce de gros	318	100	254	79,87	64	20,13
Détail alimentaire	23	100	7	30,43	16	69,57
Détail non alimentaire	102	100	15	14,71	87	85,29
Restaurants	51	100	22	43,14	29	56,86
Autre*	55	100	11	20,00	44	80,00
Total	549	100	309	56,28	240	43,72

*coiffure, transfert d'argent, pharmacies, laverie, photocopie, massage, beauté, *etc.* (Source : Enquête directe 2012)

Quelques commerces alimentaires chinois de détail et plusieurs restaurants chinois sont principalement concentrés rue au Maire ou à proximité. La rue au Maire est dénommée « Rue de Wenzhou » en raison de la concentration des petits restaurants et des commerces chinois. Cette rue est un repère géographique, social et économique pour les Wenzhou de France (Gao et Poisson 2005).

Les Arts et Métiers-Temple sont un quartier traditionnel de grossistes (chinois et non chinois). Les plus fortes densités des commerces de gros chinois se concentrent dans les rues des Gravilliers et Chapon. Plusieurs commerces de détails non alimentaires sont dispersés rue du Temple en direction de l'Hôtel de Ville et dans le haut de la rue de Turbigo. Le commerce de détail alimentaire et non alimentaire et les restaurants sont relativement moins présents.

Peu de commerces de détail non alimentaire chinois sont présents dans ces rues où se trouvent les commerces de gros. Par contre, nous pouvons voir quand même de nombreux commerces de gros non chinois (64) dans la zone de concentration de commerces chinois telle que la rue du Temple.

Nous pouvons remarquer que les restaurants chinois sont moyennement présents : il y a plus de restaurants non chinois que de restaurants chinois (29 non chinois contre 22 chinois). La part des commerces chinois parmi les activités de détail alimentaire et de détail non alimentaire est moins importante que dans l'ensemble des activités commerciales du secteur (détail alimentaire : 7/23 ; détail non alimentaire : 15/102).

De « fabricants grossistes » à « grossistes d'importation »

Le commerce de gros n'est pas un nouveau secteur pour les commerçants chinois. Historiquement, ce secteur est dominé jusqu'à la Seconde Guerre mondiale par les commerçants de confession juive généralement originaires d'Europe de l'Est, puis a été peu à peu occupé par les Chinois de Wenzhou (Ma Mung et Simon 1990). Des fabricants grossistes chinois avaient le quasi-monopole de la maroquinerie dans les années 1980. Jusqu'aux années 1990, période durant laquelle les ateliers de maroquinerie pour le commerce de gros jouaient un rôle clé dans la distribution de la production, des centaines d'ateliers du quartier Arts et Métiers-Temple fabriquaient des sacs à main, portefeuilles, ceintures, *etc.* D'une façon générale, les objets fabriqués étaient des produits bas de gamme ou de milieu de gamme ; les autres objets continuaient à être produits par des petites usines du Sud-Ouest de la France et notamment à Graulhet (Tarn) qui était

également le principal centre d'approvisionnement en mégisserie pour les artisans chinois […] » (*ibid.* : 103). Par ailleurs, à la même époque il existait plusieurs grossistes en bijouterie fantaisie fabriquée en France.

Aujourd'hui, nous observons que la grande majorité des grossistes chinois sont des grossistes d'importation. Ainsi, les grossistes chinois de la maroquinerie représentent, en 2012, 49,61% du commerce de gros chinois (126 sur 254 commerces) dans le quartier Arts et Métiers-Temple. En outre, tous les produits de bijoux fantaisies sont importés de la Chine (surtout depuis Yiwu)[182].

L'évolution du commerce de gros de la maroquinerie montre que les commerçants chinois de ce secteur sont passés de fabricants grossistes à grossistes d'importation. Cela a, comme nous le verrons (Chapitre 5), des effets importants sur le marché ethnique du travail car les nombreux emplois que procuraient les centaines d'ateliers ont disparu. C'est dans les autres secteurs d'activités, notamment la restauration, que les offres emploi se multiplient. Si nous retenons comme autre critère, le niveau d'activité des établissements exprimés en niveau de chiffre d'affaires, nous constatons que le commerce de gros reste le plus important.

Tableau 17 Estimation du chiffre d'affaires annuel des commerces de gros chinois

Chiffre d'Affaires annuel (€)	Effectifs
Moins de100 000	14
De 100 000 à 500 000	43
De 500 000 à 1 000 000	22
De 1 000 000 à 2 000 000	17
De 2 000 000 à 5 000 000	19
De 5 000 000 à 10 000 000	7
Plus de 10 000 000	4

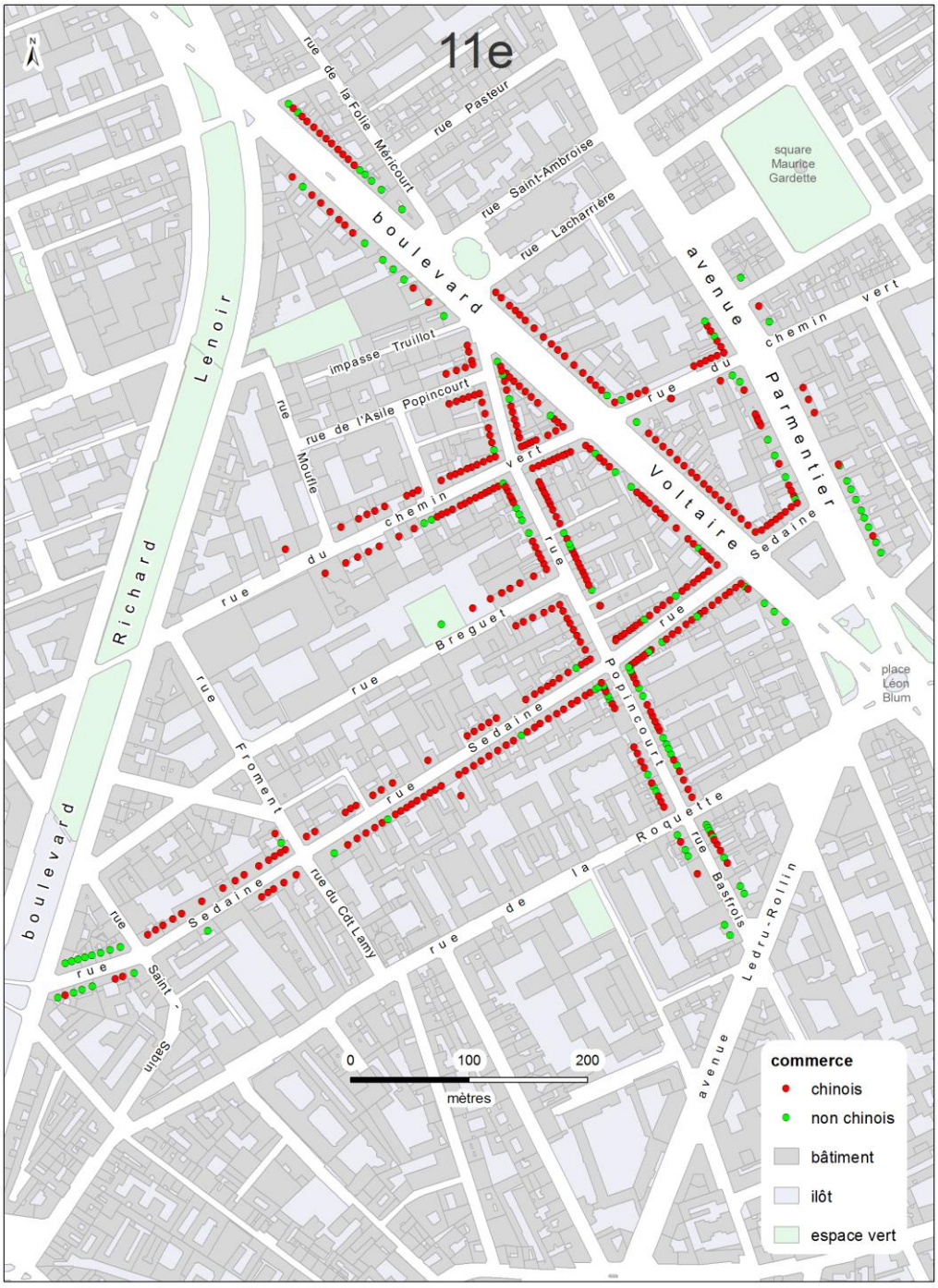
(Source : Relevé de commerces 2012, recensement sur le site Infogreffe 2012-2015)

Sur 126 commerces de gros chinois, 43 d'entre eux ont un chiffre d'affaires annuel inférieur à un million d'euros. Nous estimons la moyenne du chiffre d'affaires annuel dans le commerce de gros chinois à 1,7 millions d'euros. Les chiffres d'affaires restent modestes[183]. Cependant, sur le plan des effectifs de salariés, la majorité des établissements chinois est de petite taille. Nous constatons que les activités commerciales sont organisées sous la forme d'entreprises familiales de petites ou moyennes tailles.

[182] Entretien avec Monsieur PYQ, le 24 décembre2012 à Paris ; Entretien avec Madame WQB, le 25 août 2013 à Wenzhou.

[183] En France, selon la définition de l'Insee, « la catégorie des petites et moyennes entreprises (PME) est constituée des entreprises qui occupent moins de 250 personnes, et qui ont un chiffre d'affaires annuel inférieur à 50 millions d'euros (soit 55 millions de dollars US) ou un total de bilan n'excédant pas 43 millions (soit 47 millions de dollars US) » (cf.2.2.5).

Carte 16 Localisation des établissements commerciaux chinois (Sedaine Popincourt)



Source : Enquête personnelle, 2012 - Fond de carte : APUR 2016
Conception : Zhipeng Li - Réalisation : Nelly Martin, Migrinter UMR 7301 CNRS / Université de Poitiers, décembre 2016

Plusieurs travaux de recherche (Pribetich 2005; Trémon 2012; Chuang 2015) ainsi que notre enquête permettent de montrer que le quartier Sedaine Popincourt est un centre de regroupement des grossistes chinois. Les médias chinois se sont focalisés sur ce quartier, en faisant référence au secteur du commerce de gros du fait de l'existence de nombreux grossistes chinois.

Nous reproduisons ici une observation du 19 avril 2012 issue de notre carnet du terrain. Cette observation a été réalisée sur certaines rues (voir carte 16), où nous avons

visité plusieurs magasins chinois pris au hasard. Nous avons tenté d'interroger les personnes présentes dans les boutiques et en présentons ici les profils.

Boulevard Voltaire

Dans un magasin de prêt-à-porter, nous avons rencontré deux hommes et une femme, originaires de Wenzhou, car ils parlent le mandarin avec l'accent de Wenzhou, malheureusement, ils refusent de parler.

Nous avons rencontré dans un autre magasin, une femme originaire de Wenzhou, qui refuse aussi parler, elle ne veut pas causer de problèmes.

Nous avons discuté un peu avec un homme originaire chinois du Laos dans un magasin de prêt-à-porter, il précise que les affaires ne marchent pas très bien depuis ces deux dernières années mais il ne veut pas trop parler.

Nous avons rencontré dans le même type de magasin, un homme originaire de Wenzhou, grossiste de prêt à porter, arrivé en France alors qu'il avait 9 ans. Il travaille pour l'ami de son père. Il repart en Chine tous les 2 ou 3 ans, pour visiter ses grands-parents vivant là-bas.

Enfin, nous avons discuté dans un magasin de prêt-à-porter avec une femme originaire de la zone urbaine de Wenzhou, 40 ans, grossiste de prêt à porter. Elle importe principalement d'Italie et peu de Chine. Elle vend aussi quelques produits conçus et fabriqués en France.

Monsieur S

Le « patron » d'un magasin de type bazar, est âgé d'une soixantaine d'années. Il provient d'un des foyers d'émigration de Wencheng de la région de Wenzhou. Il est arrivé en France depuis plus de 20 ans. Sa famille a émigré dans ce pays et aujourd'hui ses frères et sœurs, et tous ses proches y vivent. Il n'a plus qu'un lien commercial avec la Chine explique-t-il. Dans son magasin, il vend des sacs, des bagages, des accessoires.

Rue du Chemin vert

Nous avons observé un magasin tenu par un jeune chinois, âgé de 22 ans, né en France. Sa famille est originaire du bourg de Li'ao du district de Rui'an de Wenzhou. Une grande partie des produits qu'il propose sont importés de Chine. Il est rentré en Chine une fois avec l'objectif d'apprendre la langue chinoise.

Avenue Parmentier

Nous avons visité deux magasins :

Un magasin tenu par un homme d'environ 30 ans, originaire du district d'Ou'hai de Wenzhou. Il possède une usine située à Dalian, dans la province de Liaoning (nord-est de la Chine). Il a un autre magasin à Aubervilliers. Les Chinois et les Africains sont ses clients les plus importants.

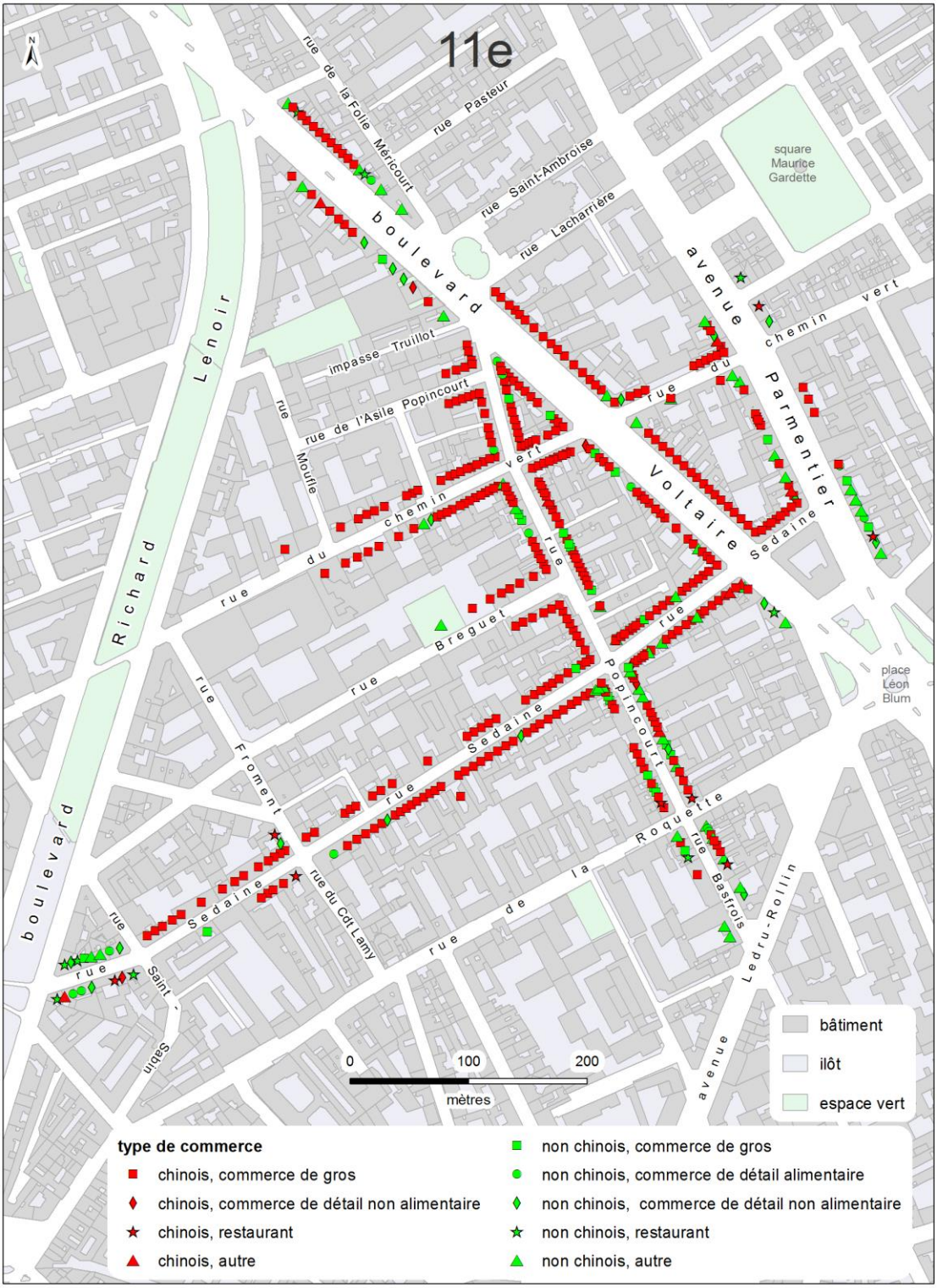
Un magasin de maroquinerie tenu par une femme, d'environ 40 ans, originaire du bourg de Qidu du district de Lucheng de Wenzhou. Elle a vécu plus de 10 ans en France.

Rue Sedaine

Nous avons visité un magasin de prêt-à-porter tenu par une femme et un jeune homme, originaires de Wenzhou. La femme était âgée de 50 ans, et le jeune homme de 20 ans. Les produits sont importés principalement d'Italie, surtout de Prato. Quelques produits proviennent de Chine.

L'activité très nettement dominante est le commerce de gros, notamment en raison du quasi-monopole chinois dans le secteur du prêt-à-porter dans certaines rues (Chemin vert, rue Sedaine et rue Popincourt). Nous avons relevé en 2012, 420 commerces chinois dans l'ensemble des 534 commerces recensés (voir carte 17).

Carte 17 Les commerces selon le type d'activités (Sedaine-Popincourt)



Source : Enquête personnelle, 2012 - Fond de carte : APUR 2016
Conception : Zhipeng Li - Réalisation : Nelly Martin, Migrinter UMR 7301 CNRS / Université de Poitiers, décembre 2016

Tableau 18 Part des commerces chinois dans le total des commerces selon leur type d'activités en 2012 (Sedaine-Popincourt)

Types de commerce	Total des commerces		Dont chinois		Dont non chinois	
	Nbr.	%	Nbr.	%	Nbr.	%
Commerce de gros	425	100	399	93,88	26	6,12
Détail alimentaire	14	100	0	0	14	100
Détail non alimentaire	23	100	5	21,74	18	78,26
Restaurants	17	100	8	47,06	9	52,94
Autre*	55	100	8	14,55	47	85,45
Total	534	100	420	78,65	114	21,35

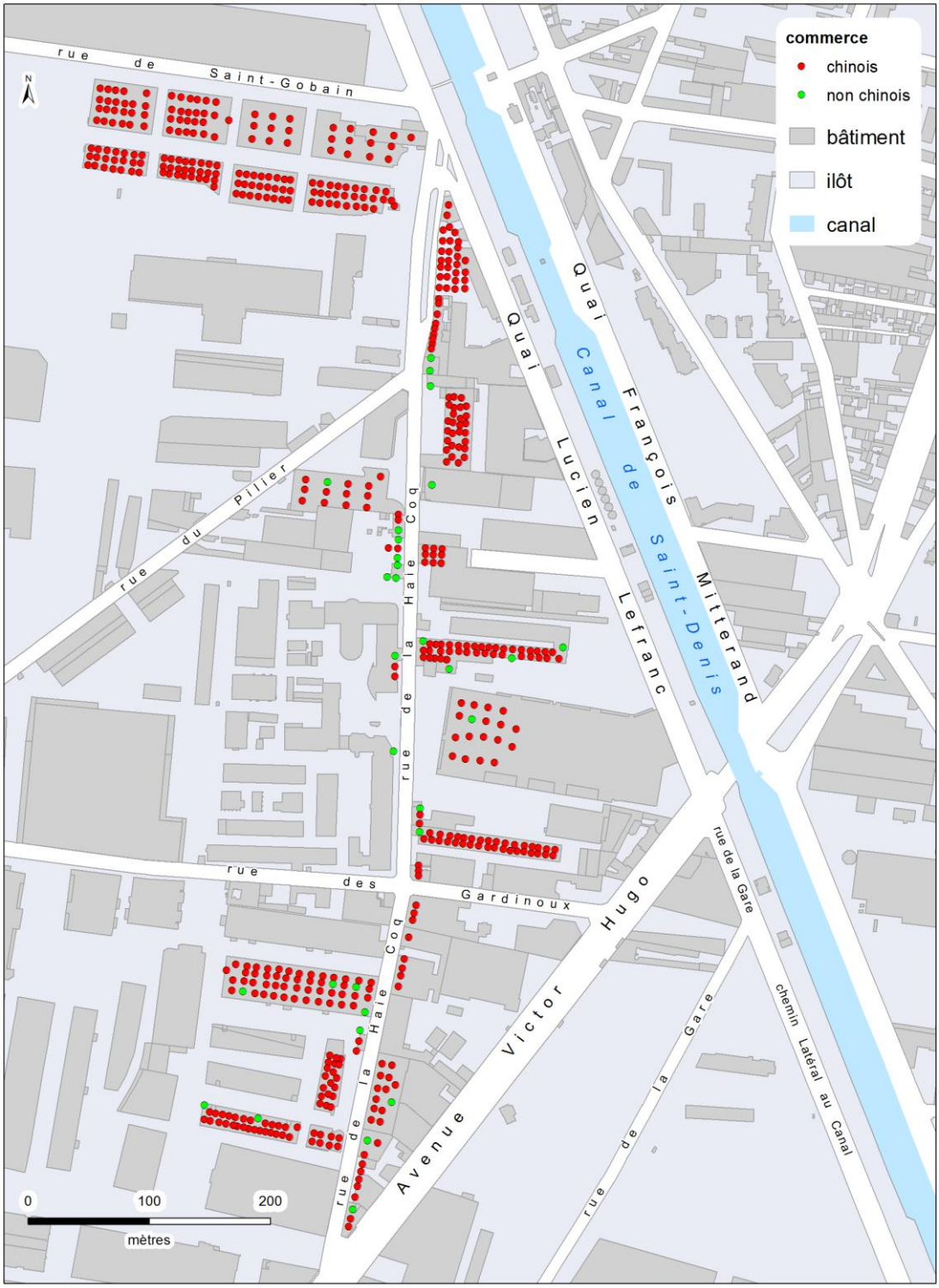
*coiffure, transfert d'argent, pharmacies, laverie, photocopie, massage, beauté, etc (Source : Relevé de commerces 2012)

En revanche, nous observons qu'il n'y a aucun commerce de détail alimentaire qui soit tenu par des Chinois (voir tableau 18). Il est vrai qu'il y a peu de commerces de détail alimentaires et non alimentaires.

Nous pouvons remarquer qu'il y a peu de restaurants chinois (seulement 8 restaurants chinois) et peu de commerces de détail non alimentaire (5). Il est à souligner qu'il n'y avait aucun commerce chinois avant les années 1980, car ce quartier a commencé son développement autour du commerce de gros entre les années 1990 et 2000.

Du fait de son implantation dans le quartier de Sedaine-Popincourt, le commerce de gros de la confection chinoise a connu un bel essor à partir de la fin des années 1990 (évoqué dans le chapitre 2). Toutes les rues du quartier Sedaine-Popincourt étaient monopolisées par des grossistes chinois de Wenzhou. Des conflits ont éclaté avec les résidents à la suite d'une part, de cette monopolisation, et d'autre part, des difficultés de circulation automobile dues aux travaux publics lancés par la mairie du 11e arrondissement et enfin, de la crise économique de 2008. De ce fait, certains grossistes chinois se sont déplacés vers Aubervilliers pour y ouvrir leur deuxième ou troisième établissement.

Carte 18 Localisation des établissements commerciaux chinois (Aubervilliers)[184]



Source : Enquête personnelle, 2012 - Fond de carte : APUR 2016
Conception : Zhipeng Li - Réalisation : Nelly Martin, Migrinter UMR 7301 CNRS / Université de Poitiers, décembre 2016

[184] Nous rappelons que nous présentons des relevés des commerces principalement pour la rue Haie Coq dans le quartier d'Aubervilliers en 2012.

Aubervilliers est un centre majeur de regroupement des grossistes chinois de Wenzhou. Quelques points de ventes se regroupent dans diverses rues et lieux. Les premiers grossistes chinois se sont implantés au début des années 1990 autour de la rue de la Haie Coq et de la rue Gardinoux.

À l'image de notre évocation du contexte historique de ce quartier dans le chapitre 2, Monsieur Carlos Semedo, directeur de la vie associative et des relations internationales nous a expliqué : « Un premier Chinois, est arrivé ici dans les années 1990. Il s'installe comme grossiste, et habite à Aubervilliers. Les Chinois sont la deuxième nationalité à Aubervilliers derrière les Algériens. […] Si beaucoup de familles se sont fixées à Aubervilliers, nombre de résidents travaillent dans le commerce, quand d'autres travaillent dans les ateliers ainsi que dans d'autres métiers, tels que la construction de bâtiments. En 2008, le nombre d'habitants chinois est estimé à environ 4 500 individus, ce chiffre ne comptant évidemment pas les sans-papiers chinois. »[185]Parmi ces Chinois d'Aubervilliers, Monsieur PXZ, né dans les années 1950 à Wenzhou, est aujourd'hui propriétaire d'un magasin d'optique de vente en gros à Aubervilliers. Il a travaillé dans l'apiculture en Chine. Il est ensuite parti en Italie en 1986 pour s'installer en France en 1987. Il travaillait « au noir » dans un atelier de couture, jusqu'en 1991, avant d'obtenir sa régularisation. Il a transféré ses affaires à Aubervilliers en 1992.

> Selon PXZ, la majorité des commerçants chinois d'Aubervilliers sont rarement venus directement de la Chine continentale. […]. La plupart, viennent du 11e arrondissement, du 3e arrondissement et d'autres pôles commerciaux chinois en France. En effet, ce sont des commerçants chinois installés en France qui disposent des conditions fondamentales, c'est-à-dire qu'ils ont des capitaux, ont une grande expérience en matière d'activités commerciales en France, ont le permis de conduit, savent parler la langue française et ont des proches en France. Certes, strictement, c'est possible d'avoir des commerçants chinois qui sont venus de la Chine continental, mais c'est très rare, on ne peut pas quasiment le trouver. Par ailleurs, les commerçants chinois d'Aubervilliers sont majoritaires issus des migrants qui sont venus en France entre les années 1980 et 1990. Ils ont des expériences du travail d'ateliers de la confection en tant qu'ouvrier ou patron, ou ont tenu des restaurants. Ce sont aussi des personnes qui ont travaillé dans l'atelier de la confection, généralement durant entre 5 ans et 10 ans pour avoir des épargnes. De plus, avec le temps, il y a beaucoup de commerçants chinois ayant des expériences telles qu'ils sont devenus plus âgés et ils ne peuvent plus continuer à pratiquer le travail manuel, puis ils ont facilement effectué des affaires de l'import-export en gros. Bref, des commerçants chinois d'Aubervilliers comprennent principalement deux grand types, un groupe est issu de personnes en riche des expériences d'atelier de la confection ; une autre groupe vient de commerçants chinois du 11e arrondissement. Mais, c'est moi le premier commerçant chinois qui s'est installé à Aubervilliers.[186]

À travers ces analyses non exhaustives, nous constatons qu'avant de venir à Aubervilliers, ces grossistes se composaient de deux groupes : ceux qui étaient déjà des commerçants en provenance d'autres arrondissements ou communes[187]et ceux qui étaient salariés dans d'autres secteurs d'activités économiques traditionnelles (restauration, ateliers de confection ou maroquinerie) et qui avaient monté une entreprise dès lors qu'ils s'étaient installés à Aubervilliers. Ces derniers se sont souvent appuyés sur le système financier informel, comme la tontine ou le prêt entre particuliers ou d'autres moyens.

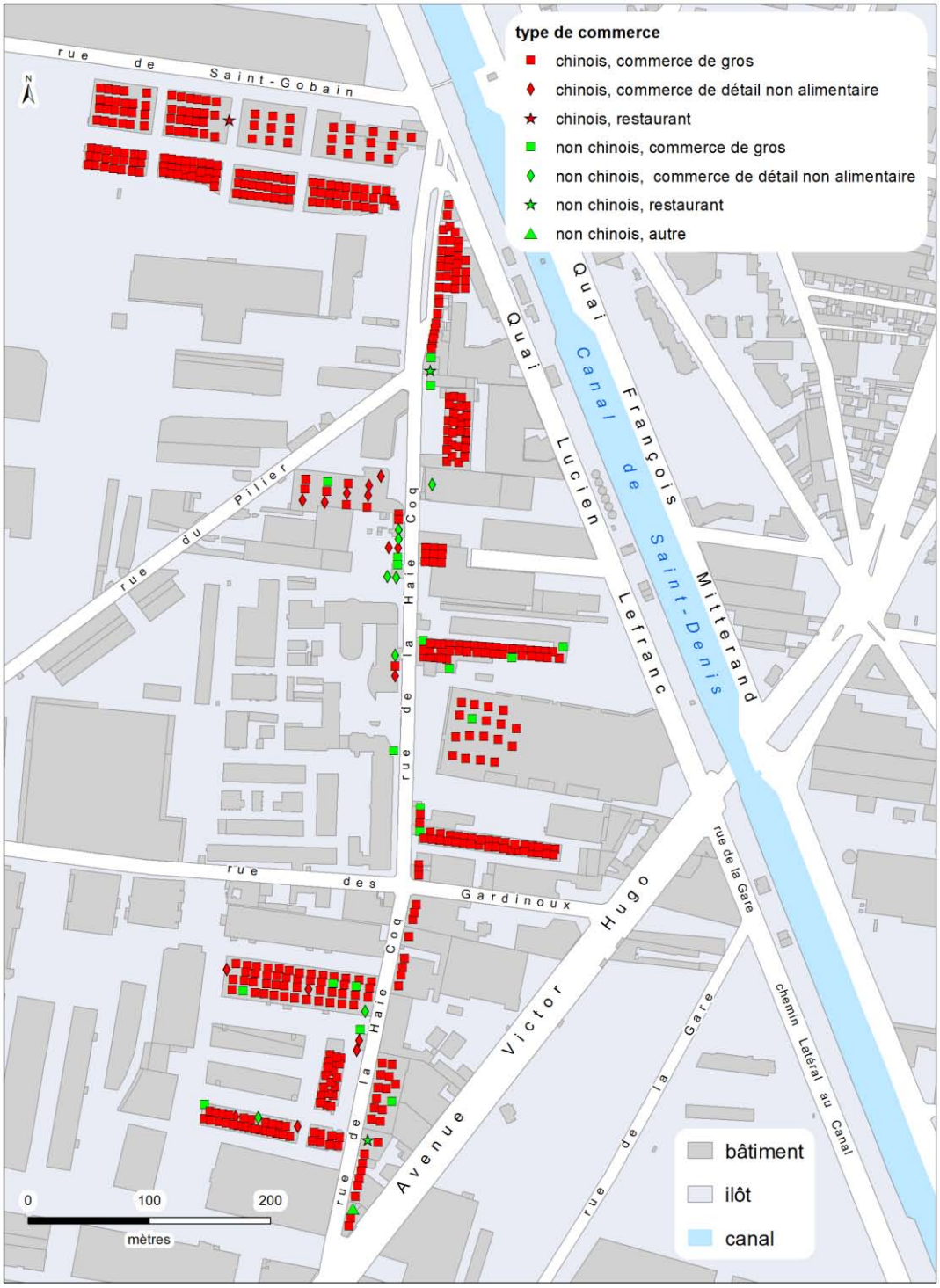
---

[185] Entretien avec Monsieur Carlos Semedo, directeur de la Vie associative et des Relations internationales à Aubervilliers, le 20 avril 2012.

[186] Entretien avec Monsieur PXZ, grossiste d'opticiens, le 16 avril 2013 à Aubervilliers.

[187] Entretien avec PWY le 23 avril 2013, Entretien avec PXZ, le 16 avril 2013, Entretien avec PLJ le 28 décembre 2011 à Aubervilliers.

Carte 19 Les commerces selon le type d'activités (Aubervilliers)



Source : Enquête personnelle, 2012 - Fond de carte : APUR 2016
Conception : Zhipeng Li - Réalisation : Nelly Martin, Migrinter UMR 7301 CNRS / Université de Poitiers, décembre 2016

Sur les deux cartes 18 et 19, nous observons la singulière répartition des commerces chinois. En effet, la majorité de ces commerces sont installés dans des bâtiments d'entrepôt. Le quartier d'Aubervilliers est également une zone d'entrepôts et de forte concentration dans le commerce de gros. Les commerces chinois de ce quartier

se trouvent principalement aux alentours de la rue Haie Coq (Relevés des commerces, 2012). Rappelons que ce quartier est remarquable par les entrepôts issus de l'histoire du développement industriel de cette ville (voir chapitre 2).

Tableau 19 Part des commerces chinois dans le total des commerces selon leur type d'activités en 2012 (Aubervilliers-Rue Haie Coq)

Types de commerce	Total des commerces		Dont chinois		Dont non chinois	
	Nbr.	%	Nbr.	%	Nbr.	%
Commerce de gros	458	100	444	96,94	14	3,06
Détail alimentaire	0	100	0	0	0	0
Détail non alimentaire	23	100	14	60,87	9	39,13
Restaurants	3	100	1	33,33	2	66,67
Autre*	2	100	0	0	2	100
Total	486	100	459*	94,44	27	5,56

(Source : Relevé de commerces 2012)

Dans le tableau 19, nous pouvons remarquer qu'il y a peu de commerces de gros non chinois (seulement 14 sur 458). La spécificité de ce quartier est donc d'être exclusivement centrée autour de l'activité des grossistes chinois. Avec le développement du commerce chinois de ces dernières cinq années, quelque restaurants chinois et commerces alimentaires émergent dans ce quartier. En raison de loyers moins chers, de plus en plus de chinois habitent à Aubervilliers.

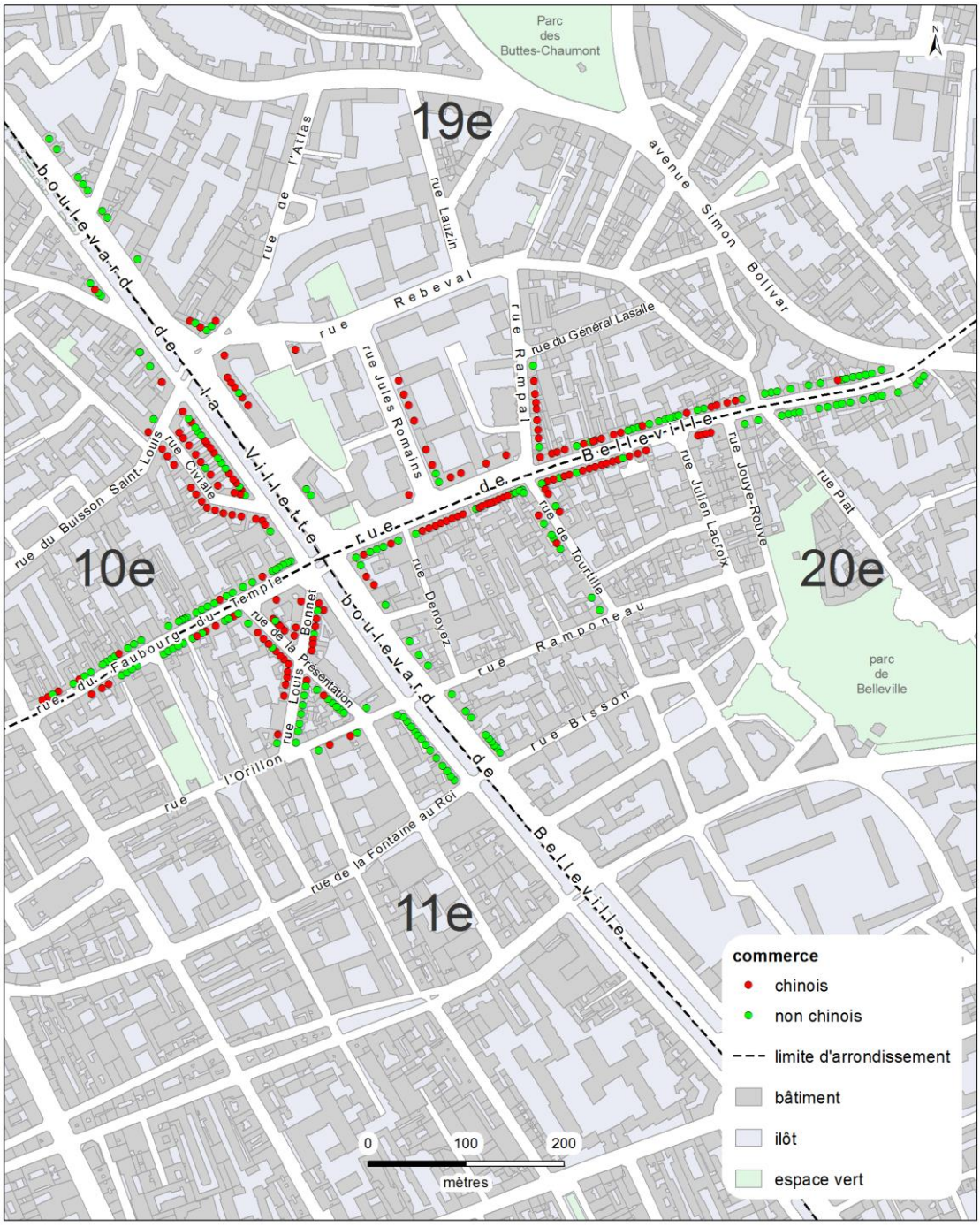
Ainsi, le nombre de grossistes est passé de quelques unités au milieu des années 1990 à plus de 700 (Samarcande 2009, cité par Trémon 2012). D'après « le Carnet d'adresses des commerçants chinois d'Aubervilliers », document constitué des données réunies par une importante association à Aubervilliers, sur un total de 740 commerces, il y en a 728 tenus par des grossistes chinois. Depuis 2015, environ 300 boutiques chinoises de prêt-à-porter, chaussures et maroquinerie, se sont installées dans le secteur étudié ou à proximité, ce qui porte le nombre total de commerces chinois à plus de 1 000 aujourd'hui.

Certes, avant les années 1990 il n'y avait pas du tout de grossistes chinois d'importation. Selon notre enquête, la conception du modèle de vêtement et le marketing se déroulent souvent en France. L'activité productive quant à elle se déroule bien en Chine. Autrement dit, certains commerçants chinois ont réalisé leur apport initial grâce à la période du développement des ateliers de la confection. Basé sur ces épargnes réalisées en France, le commerce d'import de vente en gros s'est développé en France mais aussi pour l'investissement en Chine. Par exemple, un fabricant de la confection enquêté à Wenzhou nous a ainsi dit qu'il possède deux boutiques à Paris pour vendre ses vêtements, tandis que l'activité productive se déroule à Wenzhou (voir chapitre 6).

La grande émergence de centralités de grossistes chinois d'importation, souligne un changement de vocation : de fabricants aux grossistes d'importation dans la confection. Ce changement est lié directement à l' « exposition » des exportations chinoises (cf. 4.2.3), mais aussi nous rappelons que Gao Yun et Véronique Poisson (2005) ont montré qu'il existait des limitations dans les importations chinoises de textile habillement dans l'UE avant 2005 :

« Pendant longtemps, l'importation de ces produits vers l'UE a fait l'objet d'un double contrôle : -en Chine, l'autorité compétente monopolise la licence d'exportation en fonction de contingents annuels et du certificat d'origine ; -en Europe, ces documents doivent être examinés par la douane au moment de l'importation et il faut vérifier que le quota n'est pas épuisé. Ce système administratif compliqué obligeait la plupart des centrales d'achat en Europe à recourir aux intermédiaires pour importer les produits chinois. Le développement et le maintien de la production textile en France par les immigrés chinois s'expliquait en partie par ces complications administratives, et pas seulement à cause de la vague d'immigration de la fin des années 1980 qui a conféré un poids important à ce secteur économique. » (*ibid.* :72).

Carte 20 Localisation des établissements commerciaux chinois (Belleville)



Source : Enquête personnelle, 2012 - Fond de carte : APUR 2016
Conception : Zhipeng Li - Réalisation : Nelly Martin, Migrinter UMR 7301 CNRS / Université de Poitiers, décembre 2016

Comme nous l'avons déjà noté, Belleville est un vieux quartier populaire d'immigration. Le situation de carrefour sur laquelle se déploie le quartier étudié est formée par la jonction de quatre arrondissements différents (10e, 11e, 19e et 20e).

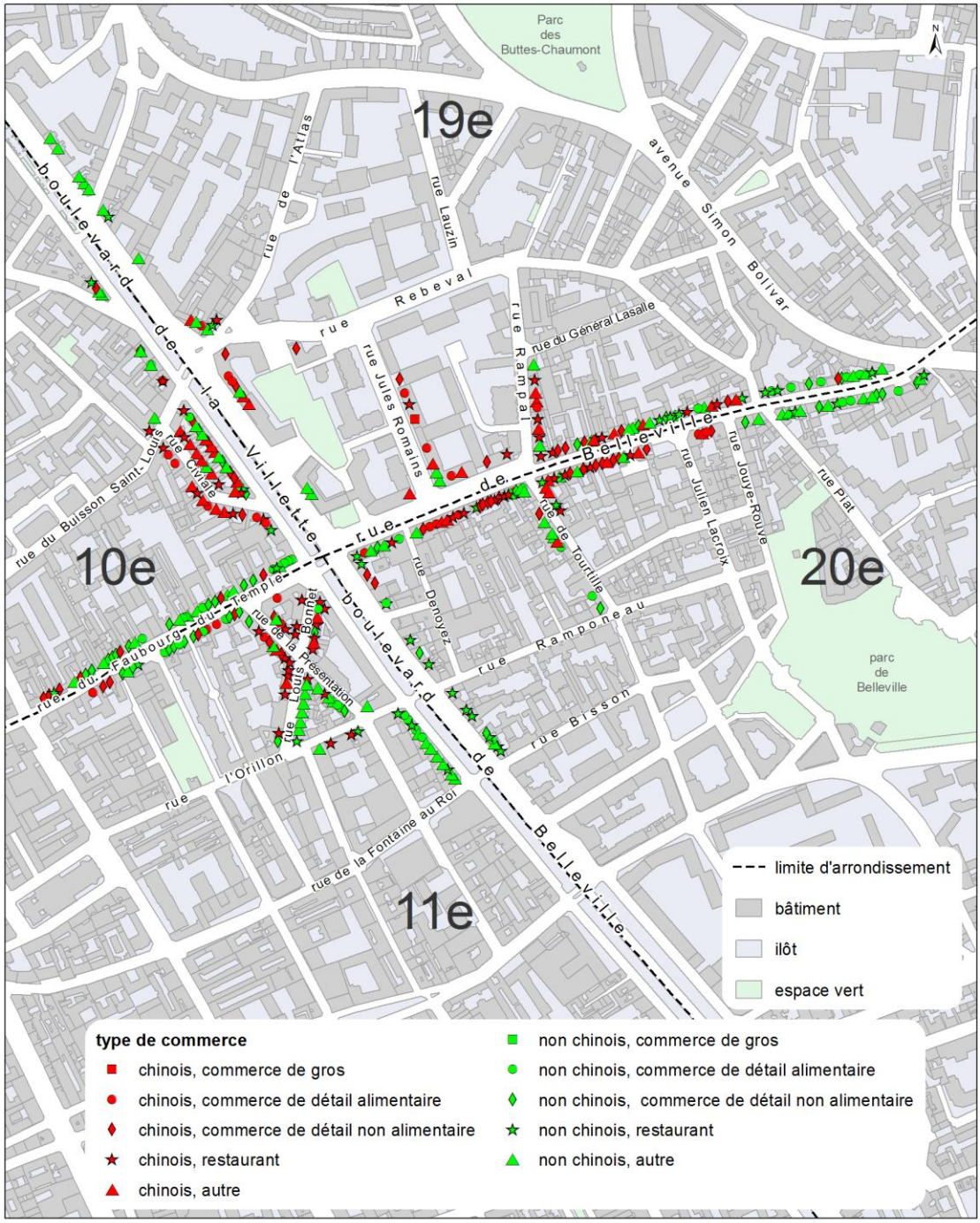
À Belleville, nous n'avons réalisé que deux entretiens semi-directifs, les autres ayant été fait que de façon plus informelle, et croisés avec des observations. Les entrepreneurs enquêtés dans le quartier de Belleville sont originaires de la région de Wenzhou (Chine).

Dans notre enquête par questionnaires pour usagers réalisée dans le cadre du projet COMET, les usagers du quartier le décrivent positivement comme « cosmopolite », « chinois », « ethnique », « exotique », « original », « populaire », « convivial », « vivant », « prospère », « agréable », *etc.*, ou alors négativement pour son « insécurité », ses « prostituées », sa « saleté », son « bruit », son « surpeuplement ». De plus, on peut voir que la majorité des Chinois proviennent principalement du sud de la Chine, évidemment les Wenzhou, puis les Fujian. S'ajoutent à ces populations quelques Chinois provenant du Nord de la Chine, de Dongbei (Heilonjiang, Jilin et Liaoning), de Shandong, de Hunan, de Beijing, *etc.* À cette première génération de migrants s'ajoutent désormais de nouveaux arrivants qui profitent de la présence d'un parent déjà présent en France pour s'y installer. Une jeune femme de Wenzhou relie ainsi sa récente installation à la présence préalable de son père. Son installation à Belleville s'explique par la forte concentration des Wenzhou.

Aujourd'hui, l'implantation de commerces chinois (174 commerces chinois) est concentrée principalement dans le bas de la rue de Belleville, la rue Rampal, la rue Jules Romain, la rue Rébéval et le boulevard de la Villette. Leur implantation se prolonge vers le sud par la rue Civiale adjacente au boulevard de Villette, la rue de la Présentation et la rue Louis-Bonnet (voir carte 20).

Les Wenzhou, maintenant majoritaires, ont peu à peu remplacé dans les années 1990 les commerçants originaires d'Asie du Sud-Est même si ces derniers restent néanmoins encore présents. Aujourd'hui la majorité des commerçants chinois (90%) est originaire de Wenzhou.

Carte 21 Les commerces selon leur type d'activités (Belleville)



Source : Enquête personnelle, 2012 - Fond de carte : APUR 2016
Conception : Zhipeng Li - Réalisation : Nelly Martin, Migrinter UMR 7301 CNRS / Université de Poitiers, décembre 2016

Si nous prenons encore en considération le commerce de gros (chinois et non chinois), nous remarquons qu'il y a très peu de ce type de commerce dans l'ensemble du commerce de Belleville. Par contre, les restaurants représentent une grande partie des établissements chinois (voir carte 21) Nous pouvons voir nombre de restaurants chinois installés principalement sur la rue Belleville et la rue Louis Bonnet. Le choix de cette

localisation est dû au fait que des Chinois habitent dans ce quartier, comme un restaurateur nous l'a confirmé[188].

Cependant, nous observons la présence de quelques restaurants non chinois installés sur le boulevard de Belleville. Les commerces de détail alimentaire et de détail non alimentaire sont répartis à peu près à égalité entre Chinois et non Chinois.

Tableau 20 Part des commerces chinois dans le total des commerces selon leur type d'activités en 2012 (Belleville)

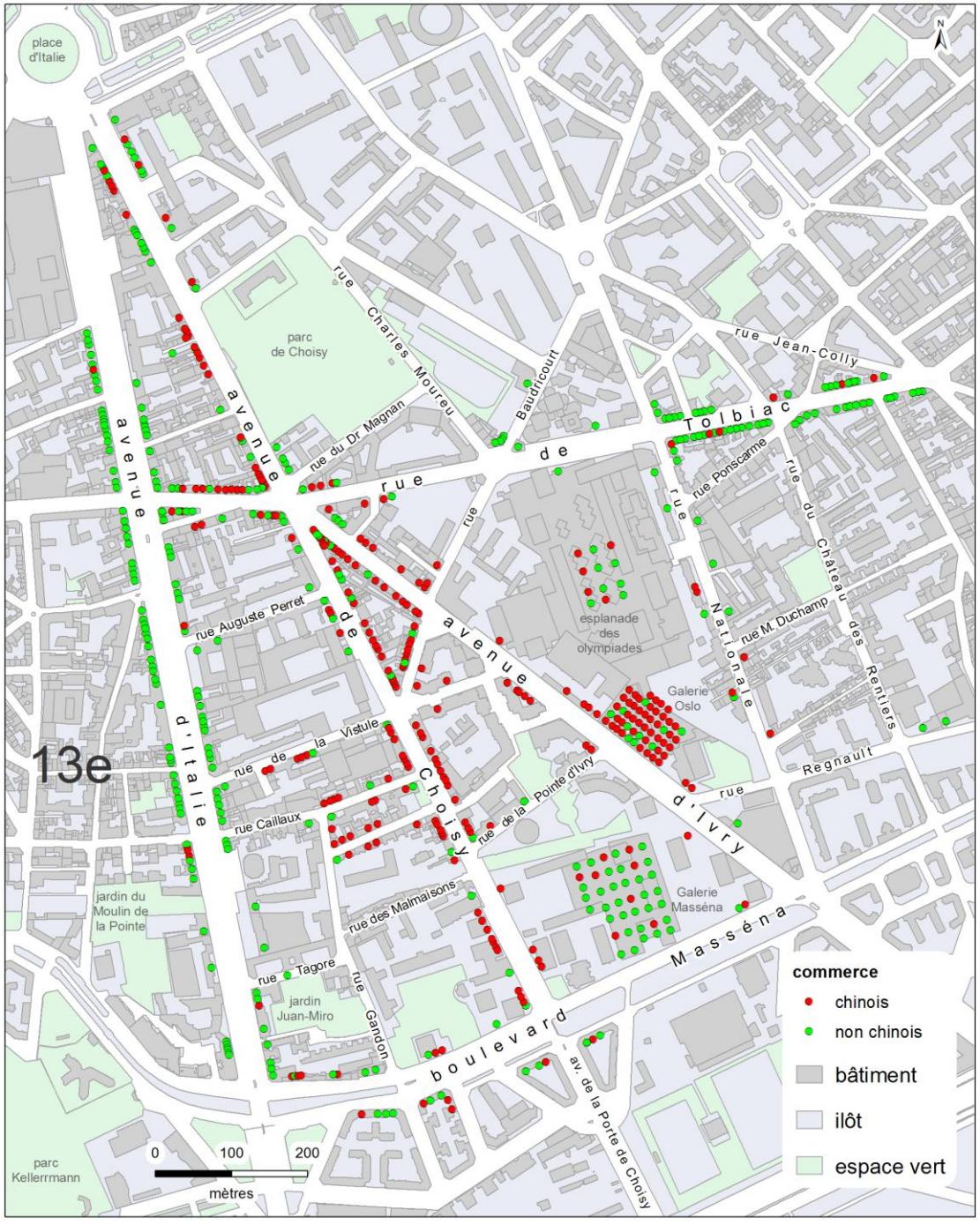
Types de commerce	Total des commerces		Dont chinois		Dont non chinois	
	Nbr.	%	Nbr.	%	Nbr.	%
Commerce de gros	1	100	1	100	0	0
Détail alimentaire	63	100	27	42,86	36	57,14
Détail non alimentaire	98	100	50	51,02	48	48,98
Restaurants	92	100	53	57,61	39	42,39
Autre*	123	100	43	34,96	80	65,04
Total	377	100	174	46,15	203	53,85

Selon le tableau 20, nous pouvons voir que les effectifs de commerces chinois sont inférieurs à ceux des commerces non chinois (174 contre 203). En effet, ce quartier est aussi caractérisé par un contexte judéo-musulman. Sur le plan historique, le boulevard de Belleville a parfois, les soirs d'été, avec ses terrasses de restaurants orientaux, des faux airs de la banlieue chic de Tunis. Dans les années 2000, Belleville est devenue un important centre de rencontre et de déambulation. Ce quartier est particulièrement animé le dimanche.

Rappelons l'évolution dans ce quartier du commerce chinois liée à l'arrivée des réfugiés chinois d'Asie du Sud-Est. Leur implantation a commencé à la fin des années 1970 avec la création d'un restaurant chinois dans la rue de Belleville. Un commerce d'alimentation chinoise s'est installé à la même époque, suivi ensuite de quatre autres commerces du même type rue de Belleville. Au début des années 1980, l'implantation s'est poursuivie et s'est étendue vers des rues adjacentes. Un premier restaurant s'implante rue Rampal, puis au carrefour des boulevards de la Villette et de Belleville. Des restaurants se sont installés dans les rues Civial, Louis-Bonnet, et de la Présentation, dans une zone fortement dégradée. L'implantation commerciale se poursuit par densification et par le rachat d'établissements non chinois dans les périmètres où l'on enregistrait une forte présence commerciale chinoise et par l'extension vers l'est le long de la rue de la Belleville, et vers l'ouest rue du Faubourg du Temple ainsi que dans les rues adjacentes aux boulevards de Belleville et de la Villette.

[188] Entretien avec Monsieur PAX, restaurateur chinois, le 30 avril 2014 à Paris.

Carte 22 Localisation des établissements commerciaux chinois (Triangle de Choisy)



Source : Enquête personnelle, 2012 - Fond de carte : APUR 2016
Conception : Zhipeng Li - Réalisation : Nelly Martin, Migrinter UMR 7301 CNRS / Université de Poitiers, décembre 2016

Dans le quartier Triangle de Choisy[189], nous avons relevé 619 commerces dont 267 tenus par des Chinois. Leur implantation est structurée principalement autour des avenues de Choisy, d'Ivry et dans les Galeries commerciales comme Masséna et Oslo (voir carte 22). Ce quartier se distingue nettement des autres que nous étudions en ce que les Chinois y sont majoritairement originaires d'Asie du Sud-Est. Les entrepreneurs

[189] Rappelons que nous avons expliqué pourquoi nous avons choisi le quartier du Triangle de Choisy de façon détaillée dans le chapitre 2 (cf. 2.1.1).

enquêtés dans le 13e arrondissement sont des Chinois d'Asie du Sud-Est (les Chaozhou de Guangdong). Mais nous observons également des Chinois de Taiwan et des non Chinois (par exemple des Vietnamiens). Par ailleurs, nous pouvons noter qu'il existe quelques magasins chinois tenus par des Wenzhou dans le quartier du Triangle de Choisy, alors que la plupart des commerces y sont tenus par des Chinois d'Asie du Sud-Est.

Illustration 4 La mise en scène des commerces chinois dans le quartier du Triangle de Choisy

Chinois originaire de Chaozhou de Guangdong, depuis plus de 30 ans en France.

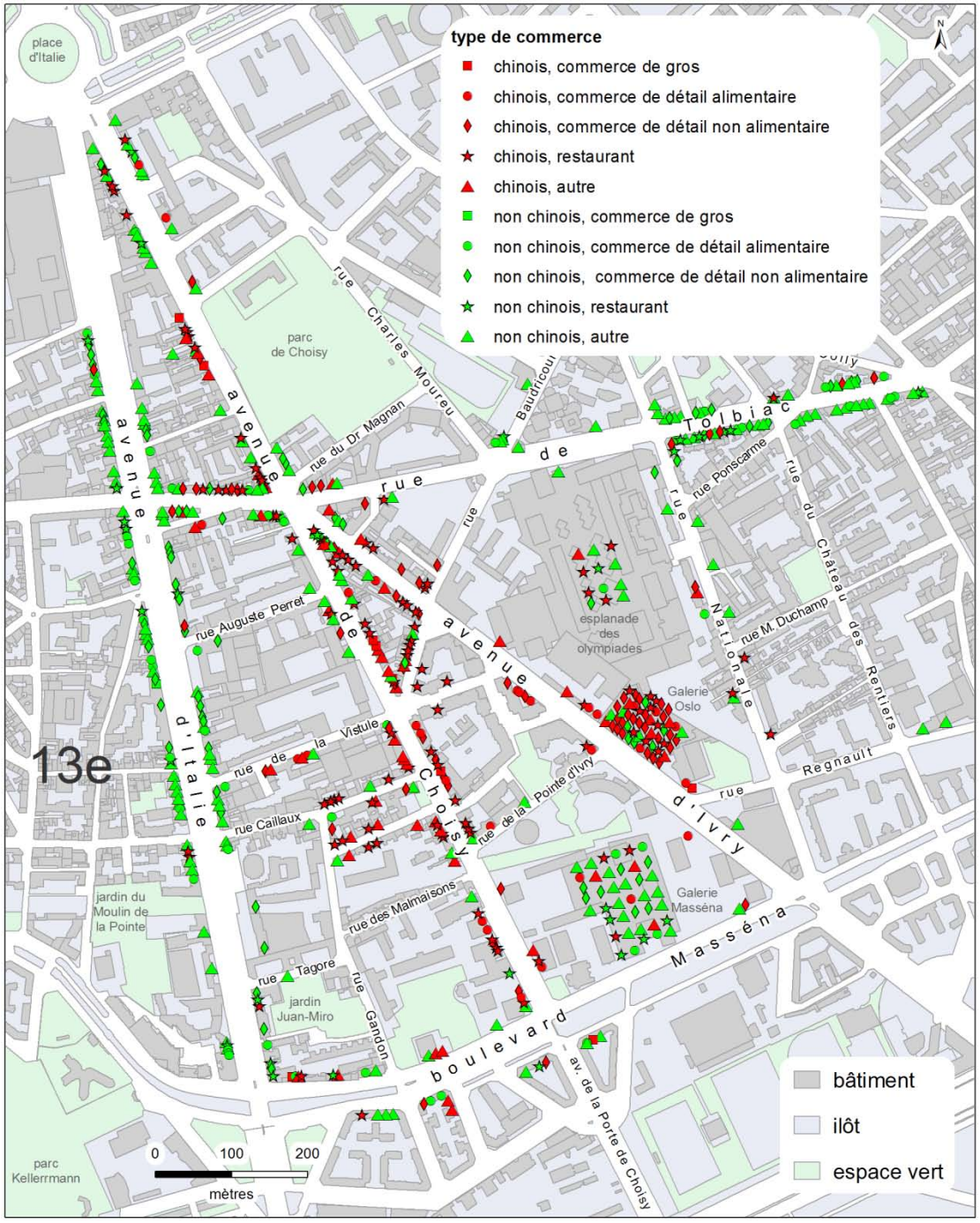
Chinois originaire de Taiwan, la propriétaire a acheté ce magasin depuis peu. L'ancien propriétaire était une personne originaire de Chaozhou.

Chinois originaire d'Asie Sud-Est. Import de matériel informatique de Chine, aucun lien commercial avec les Wenzhou[190].

(À gauche : Chez HU est un restaurant, son enseigne est marquée par deux caractères chinois 温州 qui signifient « Wenzhou » ; à droite : Jolie Mode est une boutique de chaussures tenue par un Wenzhou.)
© Li Zhipeng 2012

[190] Mentionne qu'il préfère faire des affaires avec les Chinois de Chaozhou, car il trouve qu'il y a une différence entre les commerçants de Wenzhou et les Chinois d'Asie Sud-Est, surtout dans ce qui relève du caractère ethnique et de l'identité. C'est-à-dire que les Chinois d'originaires d'Asie Sud-Est ont un lien de préférence avec la France, mais le groupe des Wenzhou a un lien plus étroit avec la Chine continentale.

Carte 23 Les commerces selon leur type d'activités (Triangle de Choisy)



Source : Enquête personnelle, 2012 - Fond de carte : APUR 2016
Conception : Zhipeng Li - Réalisation : Nelly Martin, Migrinter UMR 7301 CNRS / Université de Poitiers, décembre 2016

Dans ce quartier, les restaurants chinois sont les plus nombreux. Par contre, il existe très peu de commerce de gros. L'implantation des commerces chinois se caractérise par une forte densité dans les galeries commerciales. Nous observons une homogénéité des commerces chinois dans la galerie centrale Oslo.

Tableau 21 Part des commerces chinois dans le total des commerces selon leur type d'activités en 2012 (Triangle de Choisy)

Types de commerce	Total des commerces		Dont chinois		Dont non chinois	
	Nbr.	%	Nbr.	%	Nbr.	%
Commerce de gros	8	100	8	100	0	0
Détail alimentaire	83	100	31	37,35	52	62,65
Détail non alimentaire	141	100	69	48,94	72	51,06
Restaurants	139	100	109	78,42	30	21,58
Autre*	248	100	50	20,58	193	77,82
Total	614	100	267	43,49	347	56,51

Le quartier du « Triangle de Choisy » situé entre l'avenue d'Ivry, l'avenue de Choisy et le boulevard de Masséna dans le13e arrondissement présente de prime abord, et selon des représentations usuelles, les allures d'un « *Chinatown* ». Les médias chinois comme les recherches scientifiques parlent d'un « quartier chinois ». Or selon notre observation sur le terrain, il est préférable de le qualifier d'asiatique.

L'enquête confirme l'idée que les représentations suscitées par le quartier sont beaucoup plus larges que celles fondées sur la seule référence chinoise, avec la récurrence de descripteurs comme « asiatique », « chinois », « internationale », « restaurant », « nourriture », « vivant », « animé », « pratique », « calme », « multiculturel », « propre », « sympa », « communautaire », « commercial », « touristique », *etc.* ont été souvent donné par les usagers. En outre, les mots utilisés ayant une connotation négative, comme « sale », « volés », « dépaysant », « pauvre », « bruyant », *etc.* ont été moins présents (Chabrol *et al.* 2015).

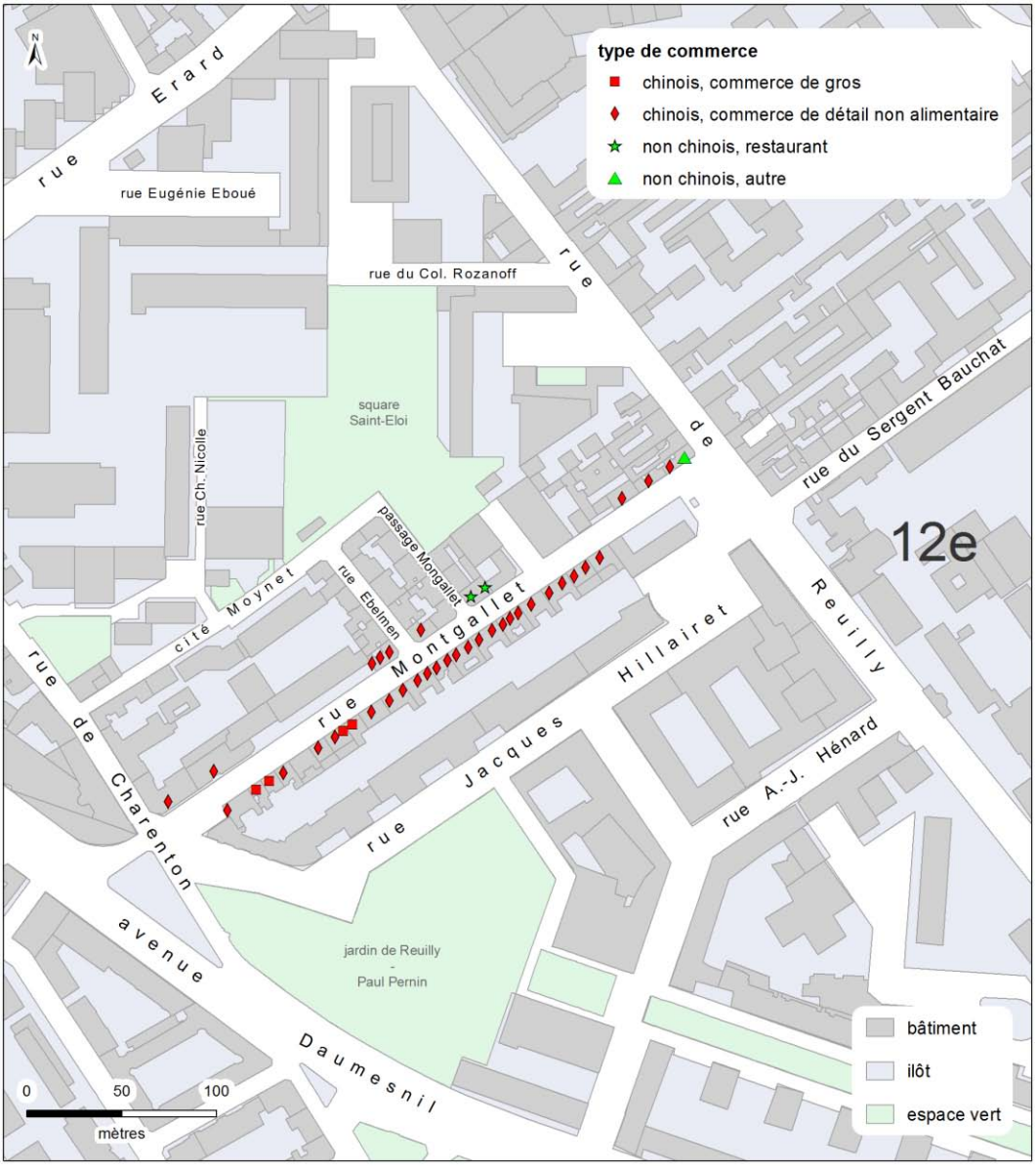
Par ailleurs, nous observons qu'un grand nombre de touristes visitent ce quartier pour le découvrir et goûter des nourritures qui leur sont exotiques. Ces usagers apprécient ce quartier pour son caractère international et multiculturel. À ce facteur d'attractivité, lié à la visibilité chinoise et asiatique, s'ajoute un facteur plus directement économique qui tient à l'abondance des produits alimentaires bon marché. La frontière linguistique distingue clairement ces différentes clientèles. Parmi les usagers, en effet, les seuls enquêtés communiquant en français sont jeunes et constituent la deuxième ou troisième génération d'immigrés (*ibid.*).

D'un point de vue comparatif, le quartier de Belleville apparaît comme un espace perçu comme plus « chinois » que le 13e arrondissement, qui serait quant à lui plus largement « asiatique ». Cette différence dans la référence culturelle visible portée par l'offre commerciale tient en partie à l'histoire migratoire de chacun de ces quartiers. En effet, à l'inverse du 13e arrondissement, le quartier de Belleville regroupe la plupart des nouveaux migrants chinois originaires de Wenzhou.

Carte 24 Localisation des établissements commerciaux chinois (Rue Mongallet)

Source : Enquête personnelle, 2012 - Fond de carte : APUR 2016
Conception : Zhipeng Li - Réalisation : Nelly Martin, Migrinter UMR 7301 CNRS / Université de Poitiers, décembre 2016

Carte 25 Les commerces selon leur type d'activités (Rue Montgallet)

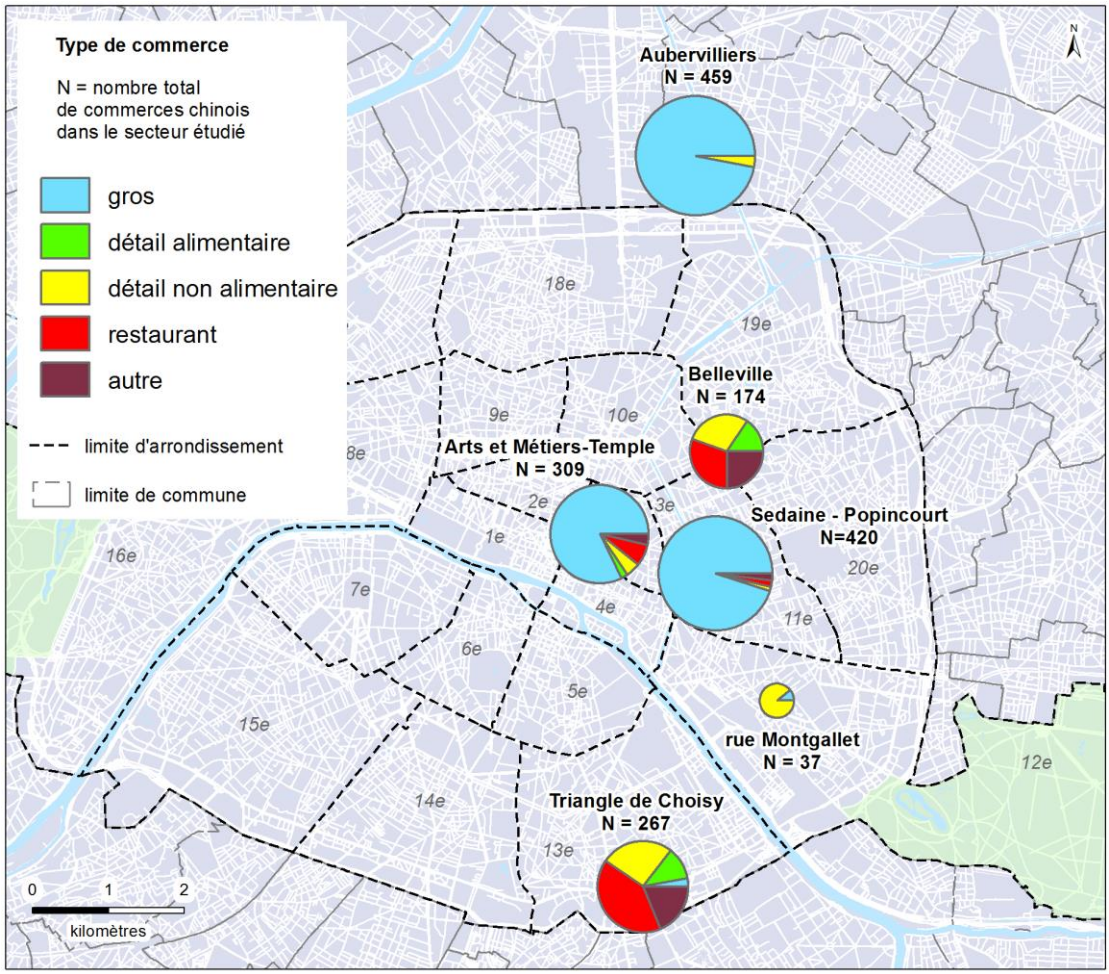


Source : Enquête personnelle, 2012 - Fond de carte : APUR 2016
Conception : Zhipeng Li - Réalisation : Nelly Martin, Migrinter UMR 7301 CNRS / Université de Poitiers, décembre 2016

Notre enquête met en avant la spécificité de la « Rue Montgallet ». En premier lieu, il s'agit d'un quartier commercial qui accueille de nombreux commerçants chinois spécialisés dans les commerces de détail non-alimentaire (voir cartes 24 et 25). Ensuite, ce quartier se caractérise comme centre de services et de produits informatiques chinois. L'implantation de commerces chinois a commencé au début des années 2000, les magasins étaient tenus principalement par les Chinois d'Asie du Sud-Est (Dumas et Gittus 2016). Pourtant, aujourd'hui, quelques commerçants chinois de Wenzhou sont présents. La majorité des produits informatiques sont exclusivement importés de Chine (« Extrait carnet du terrain, France » 2013)[191].

[191] Entretien avec YP, le 16 juin 2013 à Paris.

Carte 26 Localisation des établissements selon le type de commerces dans la région parisienne



Source : Enquête personnelle, 2012 - Fond de carte : APUR 2016
Conception : Zhipeng Li - Réalisation : Nelly Martin, Migrinter UMR 7301 CNRS / Université de Poitiers, décembre 2016

Dans l'ensemble des quartiers de concentration des commerces chinois, deux caractéristiques se dégagent nettement selon la proportion du type de commerces :

1) une prépondérance absolue des commerces de gros dans le quartier Arts et Métiers-Temple, dans le quartier Sedaine-Popincourt et à Aubervilliers et celle de commerces de détail non alimentaires dans la rue Montgallet. Dans l'ensemble des commerces chinois des quartiers étudiés, les commerces de gros sont de loin les plus nombreux, puisqu'ils représentent 66,6% des établissements.

2) une prépondérance relative autour du commerce de détail alimentaire et de la restauration dans le quartier Triangle de Choisy et à Belleville (voir carte 26). Selon le résultat d'enquête de Programme COMET (2012-2015), le quartier de Belleville apparaît comme un espace perçu comme plus « chinois » que le 13e arrondissement, qui serait quant à lui perçu plutôt comme « asiatique ». Cette différence dans la référence culturelle visible portée par l'offre commerciale tient en partie à l'histoire migratoire de chacun de ces quartiers. En effet, à l'inverse du 13e arrondissement dont les commerces affichent des signes et/ou des enseignes faisant référence au Cambodge, au Vietnam, au Laos ou à

la Thaïlande, ceux du quartier de Belleville renvoient plus volontiers à la Chine, voire même à Wenzhou.

Tableau 22 Établissements selon le type de commerce dans les zones de concentration des commerces chinois en 2012

	Quartiers étudiés						
	AMT[192]	Belleville	Triangle de Choisy	Sedaine Popincourt	Montgallet	Aubervilliers[193]	**Total**
Commerces de gros							
Habillement, chaussures	3	1	4	388	0	361	**757**
Maroquinerie	126	0	0	1	0	14	**141**
Bijouterie fantaisie	90	0	1	1	0	37	**129**
Autres commerces de gros (*)	35	0	3	9	4	32	**83**
Total	**254**	**1**	**8**	**399**	**4**	**444**	**1110**
Commerce de détail alimentaire							
Supermarchés	3	11	13	0	0	0	**27**
Superettes	0	5	0	0	0	0	**5**
Autres commerces de détail alimentaire (Boucherie, pâtisserie)	4	11	18	0	0	0	**33**
Total	7	27	31	0	0	0	65
Commerces de détail non alimentaire							
Confection, chaussures	4	21	20	5	0	5	**55**
Produits informatiques	1	6	3	0	33	0	**43**
Vente, location de DVD et CD	0	3	7	0	0	0	**10**
Librairies	1	1	1	0	0	0	**3**
Autres (bijoux, parfumerie, serrurerie, publicité, opticiens)	9	19	38	0	0	9	**75**
Total	15	50	69	5	33	14	186
Restauration (restaurants, traiteurs, restauration rapide)							
Total	22	53	109	8	0	1	193
Autres commerces de détail et services							
Cafés et bars-tabac	4	11	12	3	0	0	**30**
Agences de voyage	2	3	10	2	0	0	**17**
Autres diverse (coiffure, Transfert d'argent, pharmacies, Laverie, photocopie, auto-école, banques, assurances, massage, beauté, *etc.*)	5	29	28	3	0	0	**65**
Total	11	43	50	8	0	0	112
Total Restauration et commerce de détail	**55**	**173**	**259**	**21**	**33**	**15**	**556**
Total général	**309**	**174**	**267**	**420**	**37**	**459**	**1666**

(*) Gadgets, petit matériel électronique, accessoires de mode, foulards, ceintures, chapeaux, *etc.* (Sources : enquête de terrain, 2012)

Le tableau 22 confirme la sorte de spécialisation des quartiers que nous notions plus haut : Arts et Métiers-Temple est tourné vers la maroquinerie et la bijouterie fantaisie et ne vend pratiquement pas de produits de l'habillement et de la chaussure. À l'inverse, les quartiers Sedaine-Popincourt et d'Aubervilliers vendent presque exclusivement ces produits. La rue Montgallet est elle aussi très spécialisée mais dans la vente de détail de produits informatiques.

[192] Arts et Métier - Temple : AMT.
[193] Principalement pour le cas de la rue Haie Coq.

L'ensemble « restauration et commerce de détail » représente 556 établissements (33,4% du total) variés. Ce sont les restaurants qui dominent : 29,0% du total et 34,8% si l'on ajoute les traiteurs. Toutefois il faut noter que les 193 restaurants présents dans les concentrations commerciales ne représentent qu'une petite partie (23,4%) de l'ensemble des 824 restaurants tenus par les Chinois à Paris *intra-muros* (Ma Mung 2012). Dans cette activité, la majorité des établissements sont dispersés dans l'ensemble de la ville.

À travers l'inventaire des secteurs d'activités privilégiés par les entrepreneurs chinois en France, nous constatons que les Wenzhou exercent un quasi-monopole dans le commerce de gros dans les trois quartiers étudiés (Arts et Métiers-Temple, Sedaine-Popincourt et Aubervilliers).

Nous rappelons encore comme nous l'avons expliqué dans le chapitre 2, bien que les chiffres ne correspondent pas seulement qu'à une estimation, qu'il apparait que les commerçants chinois établis dans les quartiers étudiés sont originaire de la région de Wenzhou. Nous ne pouvons pas nous prononcer sur leur présence dans les autres lieux d'installation, extérieurs à nos quartiers étudiés.

Par ailleurs, selon la recherche du programme COMET (2012-2015), les enquêtes par questionnaires effectuées en 2014 auprès des passants à Belleville (113) et dans le 13e arrondissement (100) permettent de mieux saisir les caractéristiques des usagers[194].

Dans les caractéristiques des personnes enquêté, concernant le lieu de naissance, il apparaît que les immigrés asiatiques constituent un part très significative des usagers : 30% (Belleville) et 20% (13e) des enquêtés sont nés en Chine - auxquels s'ajoutent dans le 13e 10% d'enquêtés nés en Asie du Sud-Est. Le caractère moins strictement chinois voire asiatique de Belleville par rapport au 13e arrondissement apparaît également dans l'enquête, avec des pourcentages significatifs d'enquêtés nés au Maghreb (4%) ou en Afrique (8%). Par ailleurs, une part importante des usagers est née à Paris (17% à Belleville et 31% dans le 13e) ou ailleurs en Ile-de France (39% et 58%). Du point de vue résidentiel, la moitié environ des enquêtés habitent le quartier, tant à Belleville que dans le 13e, et une proportion très significative habitent le reste de la région parisienne (40% à Belleville et 42% dans le 13e).Dans les pratiques de consommation, les personnes enquêtées dans les deux quartiers viennent rarement pour ne fréquenter qu'un seul des types d'établissement. C'est le cas pour un quart d'entre elles à Belleville et seulement 8% dans le 13e. En conséquence, la très grande majorité (égale ou supérieure à 75%) fréquente ces quartiers pour profiter des commerces d'alimentation, des restaurants mais aussi des commerces non alimentaires. De ce point de vue, l'enquête rend compte de centralités commerciales relativement généralistes en termes de familles de biens consommés.

[194] Nous rappelons que l'enquête par questionnaire s'est déroulée dans les espaces publics des quartiers étudiés, à destination des clients et des usagers de cet espace. Concrètement, l'entrée par l'espace public (les enquêteurs sont postés dans la rue et non dans les commerces ou restaurants) permet tout d'abord de capter des profils extrêmement divers d'usagers et de rompre avec des catégorisations hâtives de type ethnique (« les commerces chinois attirent une clientèle chinoise, les restaurants chinois attirent des Chinois », *etc.*), de type sociale (« des commerces populaires qui attirent des membres des couches populaires »), ou en encore de type géographique (« la clientèle vient de banlieue »). Sont en effet interrogés sans distinction des résidents de ces quartiers, comme des non-résidents, aux profils très divers en termes d'origines nationales, de catégories socio-professionnelles, de lieu de résidence, d'âge, *etc.*

Le type de consommation (tous commerces) est, dans les deux quartiers, majoritairement ou exclusivement conforme à la centralité[195] - avec une tendance plus forte dans le 13e (70% des enquêtés) qu'à Belleville (50%) - confirmant qu'il s'agit bien de centralités commerciales asiatiques et plus particulièrement chinoises. En revanche, une observation relativement surprenante est que la consommation de type majoritairement non conforme à la centralité[196] est relativement importante (34% à Belleville et 25% dans le 13e) et même supérieure à la moyenne de l'ensemble des quartiers (23%) leur donnant ainsi un caractère plus généraliste. De façon plus détaillée et concernant la restauration, la fréquentation des établissements exclusivement conformes à la centralité est très forte dans le 13e (78%). Ce type de consommation domine également à Belleville mais avec un niveau moins élevé (43%).

(Chabrol *et al.* 2015, Rapport final du Programme de COMET 2012-2015)

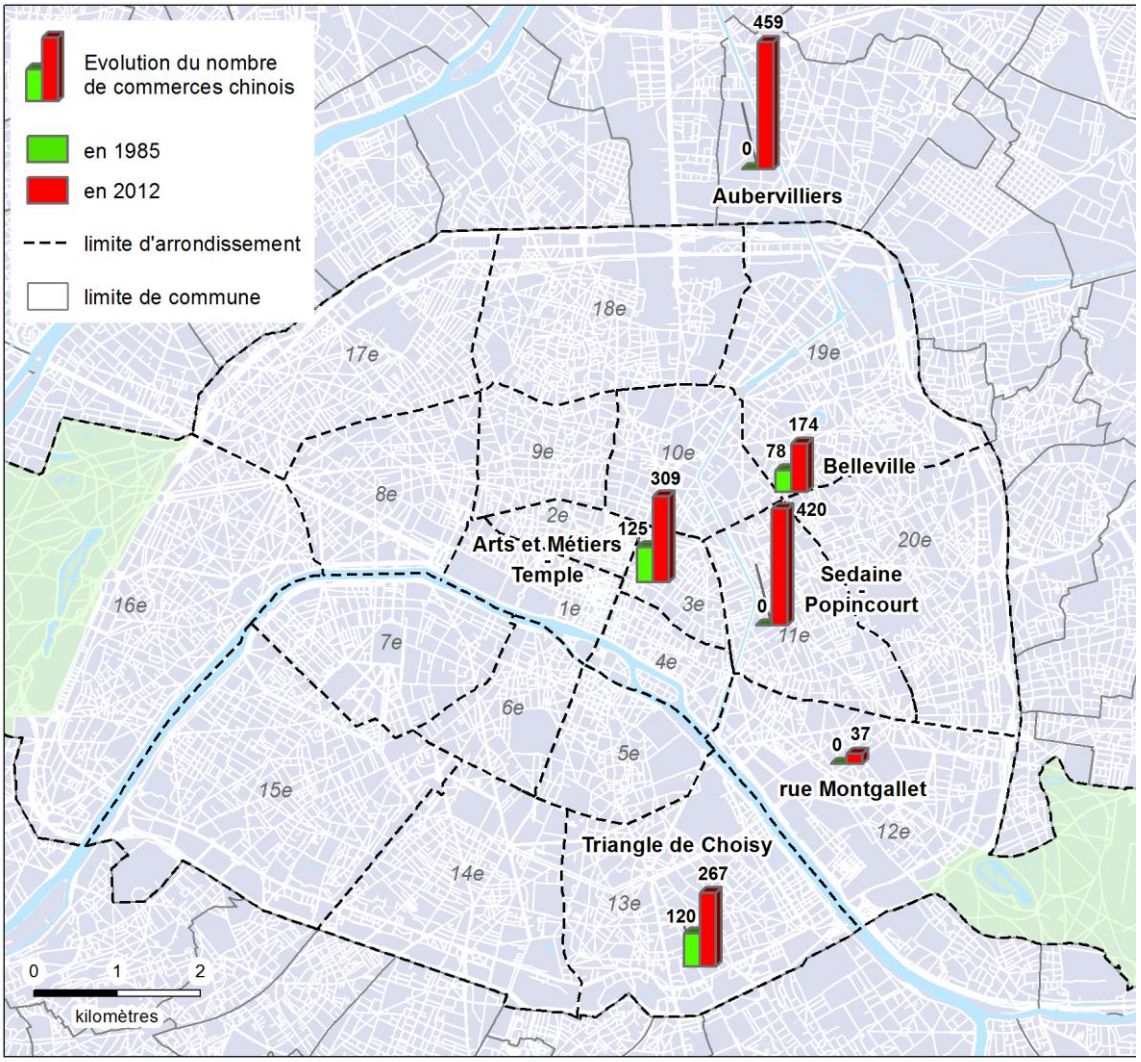
[195] Selon le rapport COMET, l'analyse des types de consommation a impliqué de créer de nouvelles variables. Ne sont alors considérés que les individus qui ont déclaré des commerces. Une série de variables a été créée pour rendre compte des types de commerces fréquentés par les enquêtés en rapport à la variable « référence culturelle visible » et à la variable « conformité à la centralité commerciale » et à la fréquence (Q10. Quels restaurants/bars/cafés fréquentez-vous ? Pouvons-nous en lister quelques-uns ensemble ?/Q11 Quels commerces alimentaires fréquentez-vous dans ce quartier ? Pouvons-nous en lister quelques-uns ensemble ? C'est-à-dire que la Fréquence=entourer et noter le nombre de fois : 1-1ère fois ; 2-Tous les jours ; 3-X fois/semaine ; 4-X fois/mois ; 5- X fois/an ; 6-Autre) associée à chacun des types de commerce. Ces variables ont été créés pour caractériser les types de Cafés/restos, de commerces alimentaires et l'ensemble des deux. La fréquence est utilisée comme une pondération. Elle est ramenée à un nombre approximatif de jours dans l'année. Par exemple, pondération=1 signifie « première fois ou autre » ; pondération=360 signifie « tous les jours » ; pondération = 150 (x fois par semaine) ; pondération=30 (x fois par mois) ; pondération = 5 (x fois par an). À partir de cette pondération on calcule la proportion de commerces fréquentés selon chaque type, et les variables rendent comptent de la proportion associée à chacun de ces types en grandes classes Par exemple, pour le type de consommation (tous commerces), « Exclusivement non-conformes centralité » = 100% des commerces fréquentés sont non-conformes à la centralité (fréquence : tous les jours) ; « Majoritairement non-conformes centralité »= Plus de 50% des commerces sont non-conformes à la centralité (fréquence : tous les jours) ; « Majoritairement conformes centralité » = Au moins 50% des commerces sont conformes à la centralité (première fois ou autre) ; « Exclusivement conformes centralité » = 100% des commerces fréquentés sont conformes à la centralité (fréquence : première fois ou autre).

[196] « Majoritairement non-conformes centralité » = Plus de 50% des commerces sont non-conformes à la centralité (fréquence : tous les jours).

4.2.2 L'évolution du quartier étudié : une comparaison entre 1985 et 2012

Nous pouvons faire une analyse comparée avec l'année 1985. La carte 27 nous montre un aperçu du développement des commerces chinois dans la région parisienne :

Carte 27 Évolution du nombre des commerces chinois dans les quartiers étudiés



Sources : Ma Mung et Simon, 1990 ; Enquête personnelle, 2012 - Fond de carte : APUR 2016
Conception : Zhipeng Li - Réalisation : Nelly Martin, Migrinter UMR 7301 CNRS / Université de Poitiers, décembre 2016

L'objectif est de présenter la situation actuelle (b) et de la comparer à celle des années 1980 (a) (voir tableau 23).

Tableau 23 Évolution des anciens quartiers de commerce chinois

	AMT			Belleville			Triangle de Choisy			Total		
	1985	2012		1985	2012		1985	2012		1985	2012	
	a	b	b/a	a	b	b/a	a	b	b/a	a	b	b/a
Restaurants, traiteurs, restauration rapide	16	22	1.4	17	53	3.1	41	109	2.7	74	184	2.5
Commerce de gros	103	254	2.5	6	1	0.2	10	8	0.8	119	263	2.2
Commerce de détail alimentaire	4	7	1.8	20	27	1.4	25	31	1.2	49	65	1.3
Commerces de détail non alimentaire	2	15	7.5	29	50	1.7	33	69	5.3	64	134	2.1
Autres commerces de détail et services	0	11		6	43	7.2	11	50	4.5	17	104	6.1
Total	125	309	2.5	78	174	2.2	120	267	2.2	323	750	2.3

(Sources : Ma Mung & Simon 1990, enquête personnelle, 2012)

Un fort développement depuis 1985

Nous pouvons voir que ces quartiers sont marqués par un fort développement. Ainsi, le nombre d'établissements a été multiplié par 2,3 dans les trois quartiers. Toutes les catégories de commerce ont connu une progression, sauf le « commerce de gros » dans les quartiers Belleville (0,2) et Triangle de Choisy (0,8). Ces changements sont dus au développement spectaculaire du « commerce de gros d'importation » durant ces dernières années.

L'émergence de nouveaux quartiers

En 1985 (voir carte 27), il n'y avait aucun commerçant chinois dans le quartier Sedaine Popincourt, à Aubervilliers, et dans la rue Montgallet alors qu'aujourd'hui ils y sont présents.

L'itinéraire de PJS permet de comprendre comment le commerce de gros chinois s'est développé à Sedaine Popincourt puis à Aubervilliers :

« Monsieur PJS, 71 ans, père de 4 filles, né à Wenzhou. Il émigre à Hong Kong en 1956 pour travailler dans la sculpture déclare-t-il [probablement la sculpture de pierre de Qingtian voir 3.4.4]. En 1962, il s'engage dans la marine marchande puis vient en France en 1967 car il y connaissait des compatriotes. En 1970 il démarre un commerce de meubles chinois en Bretagne puis en 1980 monte un commerce de bijouterie et d'ivoire en Belgique. En 1982 il abandonne cette activité en raison de l'interdiction du commerce de l'ivoire et revient en France, à Paris où il ouvre un magasin d'objets d'art chinois dans le 11e arrondissement. En 1990, il ouvre un commerce d'importation textile à Sedaine-Popincourt. En 1995 il déplace ses affaires à Aubervilliers où il crée par ailleurs l'Association des Commerçants Franco-Chinois. À cette époque-là, il y avait seulement une trentaine de sociétés chinoises. »[197].

À travers le cas de JJS, nous pouvons identifier la bifurcation d'une trajectoire professionnelle allant du commerce de meubles chinois vers le commerce de textiles de gros. Selon l'intéressé, s'il a ouvert un magasin de textile à Sedaine-Popincourt, c'est en raison de la proximité avec un magasin d'objets d'art chinois dans le quartier.

Comme nous l'avons vu dans le chapitre 2, le tissu commercial du quartier Sedaine-Popincourt est fortement lié à l'histoire particulière des différents courants

[197] Entretien avec Monsieur PJS, le 27 février 2013 à Paris.

migratoires. Ainsi, l'installation des Juifs d'Istanbul dans ce quartier a permis le développement du commerce de blanc et de linge de table avant la Deuxième guerre mondiale puis, l'arrivée des Juifs d'Afrique du Nord à l'issue de la guerre d'Algérie a également marqué le quartier (Pribetich 2005). Dans ce contexte, l'implantation dans ce quartier de l'activité commerciale des Chinois dans le domaine du textile s'inscrit dans la continuité historique puisqu'il existait des grossistes en textile dans ce quartier dans les années 1960 (*ibid.*).

Cependant, si les Wenzhou viennent s'y installer, il nous semble que cela est également lié au succès que connaît la fabrication et le commerce de meubles chinois des années 1960 à 1980 à proximité du quartier, non loin de la Place de la Bastille. Yu-Sion Live a montré qu'il existait quelques magasins chinois de meubles laqués dans les 11e et 12e arrondissements dans le Faubourg Saint Antoine (quartier historique des ébénistes à Paris) à cette époque-là. Mais, la pratique d'une concurrence sévère entre fabricants a généré le déclin du commerce de meubles chinois au milieu des années 1980[198]. Le mobilier chinois disparaît progressivement. Comme Monsieur PJS nous l'a souligné, s'il a pu tenir un magasin d'importation dans ce domaine à Sedaine-Popincourt depuis 1990, c'est parce que la fabrication de meubles chinois était en déclin.

Nous pouvons prendre un autre exemple d'un commerçant Wenzhou venu s'installer à Aubervilliers. Après s'être consacré au commerce de meubles chinois, il est passé à la fabrication de prêt à porter puis s'est installé dans le commerce d'importation à Aubervilliers. Il a souligné que s'il y a nombreux grossistes Wenzhou à Aubervilliers c'est aussi en raison de la politique de lutte contre la mono-activité à Sedaine Popincourt dans le 11e arrondissement.

Les réseaux Wenzhou jouent un rôle clé dans l'implantation des commerces à Aubervilliers. Par exemple, à Aubervilliers, sur les 126 magasins de la rue Victor Hugo, nous n'avons que pu récupérer 73 questionnaires : 58 commerces chinois ont ainsi répondu à la question : « qui vous a motivé à venir installer un commerce à Aubervilliers ? », la réponse a été : « compatriote/ami chinois ou proche » pour 50% d'entre eux ; « tout seul » pour 22%. Aucune réponse n'a renvoyé à une « agence » ou à des « amis français »[199].

Ces résultats d'enquêtes montrent le rôle de la chaine d'informations qui provient des liens de parenté et d'amitié dans la concentration des entreprises chinoises. Plusieurs entretiens réalisés avec les commerçants Wenzhou (comme M. PLJ, M. PJS, M.PXZ, M. PYQ) ont confirmé cette observation. « Nous, les gens de Wenzhou on suit toujours les trajets d'activités commerciales des Chinois d'Asie du Sud-Est. Ce sont les Chinois du Cambodge qui furent les premiers à s'installer à Aubervilliers. Après, nous avons développé le commerce de gros en nous appuyant sur l'essor économique de la Chine »[200].

Plusieurs entretiens réalisés ont montré qu'il existe des conditions liées aux caractéristiques intrinsèques d'Aubervilliers.

---

198 Entretien avec Monsieur PYQ à Paris, depuis le 24 décembre 2012.
199 Enquête par questionnaires 2013 à Aubervilliers.
200 Entretien avec Monsieur PJS, le 27 février 2013 à Paris.

Pour mieux comprendre ces conditions, nous reprenons les propos de Anne-Christine Trémon (2012). La proximité avec Paris est un facteur d'attractivité important, car il s'agit d'un objet de consommation majeur (la vente en gros d'articles dans les secteurs de l'habillement, de la chaussure, *etc.*) pour la population urbaine. La politique de lutte contre la mono-activité menée par la ville de Paris [notamment à Sedaine-Popincourt] et la forte densité de l'offre permet aux magasins dans les entrepôts fractionnés en lot, de concentrer l'offre et d'attirer les clients. La situation à proximité du périphérique et du réseau autoroutier joue également fortement. Autant de facteurs qui justifient le choix de cette localisation. Par ailleurs, on peut noter qu'au début des années 1990, Aubervilliers était une zone industrielle, avec peu d'habitants, les loyers y étaient peu onéreux, il était aisé de se garer, et les transports publics y étaient développés. Toutes ces conditions ont attiré l'implantation de commerce de gros dans ce quartier (*ibid.*).

Un centre commercial spécialisé dans la distribution de gros : le Marché CIFA

Le Marché CIFA a ouvert en 2006 sur près de 30 000m^2. La construction des bâtiments est financée par une SCI (Société Civile Immobilière) de commerçants « juifs » (selon Monsieur PXZ 2013; 2015)[201]. Comme nous l'avons déjà évoqué plus haut, en 2012, les 158 grossistes chinois recensés au CIFA sont quasiment tous des magasins de prêt-à-porter féminin (Relevés de commerces 2012). Les grossistes sont exclusivement originaires de la région de Wenzhou.

Ce centre commercial comprend des entrepôts, des boutiques (*Showroom*) et d'autres services complémentaires (restauration, parking, *etc.*). Chaque boutique dispose de son *showroom* où sont exposés les produits. Aujourd'hui, le marché CIFA occupe une place toujours plus grande comme symbole de plateforme économique franco-chinoise. C'est un exemple de « centre commercial » de la diaspora Wenzhou dans la distribution de gros où s'approvisionnent les détaillants. Il représente un modèle d'affaires spécifique à la diaspora Wenzhou en Europe.

Le CIFA est un centre commercial de grossistes chinois travaillant dans la confection. Il vend en gros des produits de prêt-à-porter féminin. Il a joué un rôle moteur en tant que marque principale dans le marché de la confection d'Aubervilliers. Le CIFA est toujours populaire grâce à la grande taille de son établissement et aux services qu'il fournit. Voici le schéma du développement adopte :

Lors d'une première phase (2006-2008) de développement du Marché CIFA, les grossistes chinois ont atteint le nombre de quatre-vingt établissements pour la promotion des investissements ; le prix des fonds de commerce s'élevait à environ 100 000 euros.

Lors de la deuxième phase (2008-2013), de la promotion des investissements, le CIFA a attiré un grand nombre de grossistes chinois de la confection en provenance du quartier Sedaine Popincourt du 11^e arrondissement.

[201] Entretien avec PRP le 20 mars 2015 à Paris; entretien avec PXZ le 16 avril 2013 à Aubervilliers.

Le CIFA a réalisé la troisième phase (2013-2015) de la promotion de ses investissements en ajoutant 80 magasins depuis la fin de 2013. On compte 250 grossistes en 2015[202]. Voir Illustration 5 :

Illustration 5 Le marche CIFA

Le CIFA a réalisé la troisième phase de la promotion de ses investissements en ajoutant 80 magasins depuis la fin de l'année 2013

Afin de mettre en place une stratégie de remontée de filière pour les produits CIFA vers de la haute et moyenne gamme dans la confection féminine, les grossistes s'étaient fixés un seuil limite du chiffre d'affaires pour pouvoir rejoindre le Centre. S'appuyant sur des conditions économiques favorables, une bonne accessibilité de son centre et une forte diversité des produits vendus, le CIFA s'est développé pour devenir un des marchés les plus connus en France et en Europe.

[202] Wang Chenliang, 18 août 2013 (en ligne), « Shichang guanxi jueding fuzhuanpifshangpu de jiazhi-conweijxia de faguo huaren fuzhuangye shichang xianzhuang tanqi 市场关系决定服装批发商铺的价值-从危机下的法国华人服装业市场现状谈起 [La valeur des magasins de confection dépendante de la demande du marché : un débat depuis la situation actuelle de la confection des Chinois en France après la crise] ». *Faguoqiaobao 法国侨报 [Le Pont]*. http://www.franceqw.com/article-29823-1.html. (consulté le 1er décembre 2014).

4.2.3 Les facteurs de l'essor du commerce de gros : l' « explosion » des exportations chinoises

La prépondérance des produits manufacturés dans les exportations chinoises

Depuis les années 1980, la Chine a connu un essor économique grâce aux investissements étrangers. Les exportations de la Chine jouent un rôle clé dans la croissance économique du pays. Les exportations sont dominées principalement par les entreprises à capitaux étrangers, surtout dans le secteur manufacturier. Celles-ci réalisent 32% du total des exportations et 44% du total des importations entre 1990-2000, mais celles-ci s'élèvent à 55% du total des exportations et à 57% du total des importations entre 2001-2008 (Sheng B. *et al.* 2012).

Le développement du commerce international de la Chine, pendant une longue période, été fondé sur l'atout d'une main-d'œuvre bon marché qui est à l'origine de la forte compétitivité ayant favorisé les exportations chinoises. D'après Sheng Bin, Qian Xuefeng et Huang Jiuli (2012), les exportations de la Chine sont caractérisées, depuis les années 1980, par la formule : « apprécier un volume de fabrication, négliger la qualité des produits ».

De fait, nous pouvons voir qu'une grande partie des exportations chinoises sont liées à des produits bon marché, de basse et de milieu de gamme :

Tableau 24 Le principaux secteurs d'exportations de la Chine (1980-2010)

Années	1980		1990		2000		2010	
	(Mds USD)	%	(Mds USD)	%	(Mds USD)	%	(Mds USD)	%
Total exports	18,12	100	62,09	100	249,21	100	1577,94	100
*Primary Goods**	9,11	50,3	15,89	25,6	25,46	10,2	81,72	5,2
*Manufactured Goods***:	9,01	49,7	46,18	74,4	223,75	89,8	1496,22	94,8

**Food and Live animals used mainly for food; beverages and tobacco ; non-edible raw material, mineral fuels,, lubricants and related materials ; animal and vegetable oils, fats and wax.*

*** Chemicals and related products; Light textile industrial products, rubber products, minerals and metallurgical products ; Mechanical and transport equipment ; Miscellaneous products ; Products not otherwise classified.*

(Source : Douane de Chine, d'après « Livre blanc du gouvernement chinois 2011 » publié par le site du Gouvernement.cn, publié par Bureau de Conseil des affaires d'Etat 2011)[203].

Le *Livre blanc du gouvernement chinois 2011* a montré que la production des produits principaux du textile s'oriente vers celle de machines et de produits électriques dans les années 1990 puis dans les années 2000 ce sont les produits de haute technologie qui connaissent un développement.

Le cas du secteur textile-habillement exportés par la Chine

Depuis 1978, les exportations de textile-habillement ont connu une croissance considérable. Elles ont été multipliées par près de 50 entre cette date et 2005

[203] Bureau de Conseil des affaires d'État chinois, Zhongguoduiwaimaoyi 中国的对外贸易 [Commerce extérieur de la Chine (Livre Blanc du gouvernement chinois)], Zhongyangzhengfumenhu 中央政府门户 [The Central People's Government of the People's Republic of China], 12 novembre 2011 (en ligne), http://www.gov.cn/zwgk/2011-12/07/content_2013475.htm, (consulté le 26 octobre 2011).

Tableau 25 Évolution des exportations de textiles et de vêtements depuis l'ouverture économique

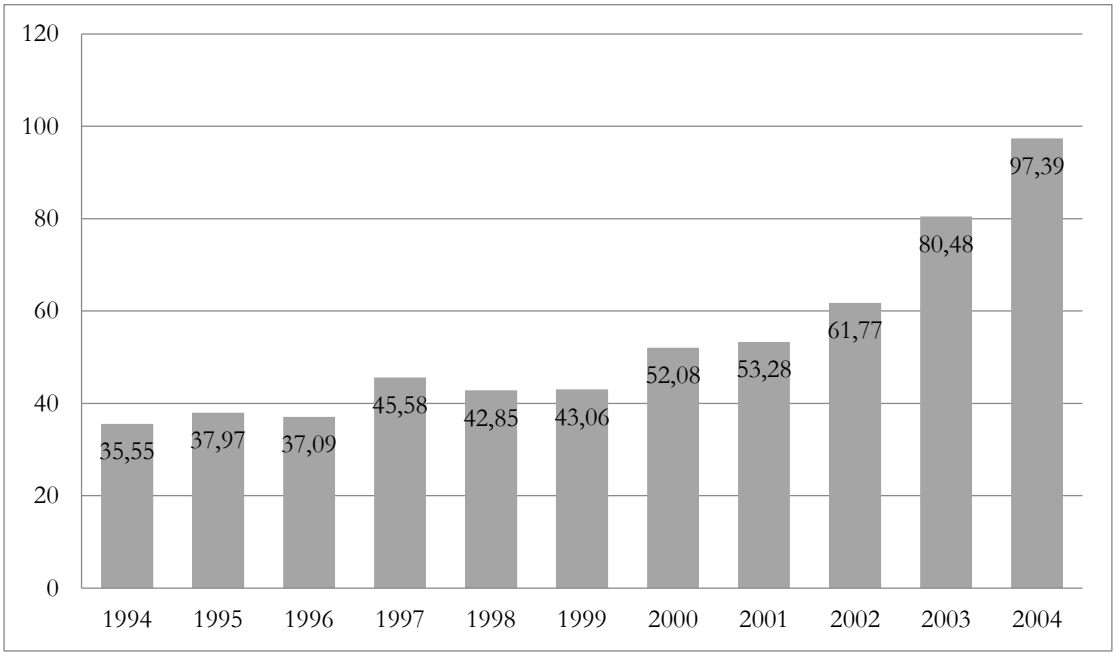
Multiplicateur	Années	Nbr d'années	Montant (unité : milliards USD)
base	1978	0	2,431
1	1983	5	4,966
2	1987	4	11,338
3	1992	5	25,280
4	2000	8	52,080
5	2005	5	115,03

(Source : Guo 2008)

En 1994, la contribution des exportations de textile et de vêtements de la Chine s'élevait à 35,55 milliards de dollars US, représentant 13,2% du total du textile-habillement dans le monde (Guo 2008). La Chine est devenue le plus grand pays pour les exportations des produits de textile et de vêtements

Illustration 6 Exportation des produits chinois (Textile Habillement) de Chine (1994-2004)

(En milliards de dollars US)



(Source : Guo 2008)

Entre 1994 et 2004, nous pouvons voir qu'il y a eu une tendance à la croissance pour les exportations de textile et de vêtements (voir illustration 6). Mais, il y a eu décroissance entre 1998 et 1999 en raison de la crise économique asiatique de 1997. Les autres années montrent également une croissance stable, notamment, entre 2002 et 2004, la croissance annuelle augmente de plus de 10 milliards de dollars US, avec 61,77 milliards de dollars en 2002, 80,48 milliards en 2003 et 97,39 milliards en 2004. La raison principale en est l'adhésion officielle de la Chine à l'Organisation mondiale du commerce (OMC) en 2001 et la levée des quotas sur les textiles en 2005.

Le marché du textile et de l'habillement dans l'UE a connu la concurrence des importations chinoises de bon marché. Selon Yao (2012), la valeur des exportations de textile-habillement de la Chine vers l'UE s'élève à 11,6 milliards de dollars US en 2004, tandis que les importations s'élèvent à 830 millions de dollars US. De 2004 à 2009, le taux de croissance des exportations de textile habillement vers l'UE fut de 27%. La croissance des exportations est donc chaque année considérable. Une part importante des exportations chinoises dans ce domaine vient de la province du Zhejiang.

Tableau 26 Principales provinces exportatrices de textile-habillement en Chine (2000-2004 et 2009-2013)

(Unité : milliard USD)

	2013	**2012**	**2011**	**2010**	**2009**	**2004**	**2003**	**2002**	**2001**	**2000**
Zhejiang	64,46	59,85	60,28	49,77	39,77	20,38	16,04	10,81	8,71	7,31
Guangdong	44,95	42,65	42,71	37,7	30,99	18,01	16,62	14,27	12,12	13,24
Jiangsu	43,72	41,2	40,88	33,58	26,72	15,32	12,23	9,41	8,15	7,49
Fujian	22,98	18,78	16,8	11,54	9,46	-	-	-	-	-
Shandong	21,59	19,76	22,04	18,4	14,2	9,12	7,63	5,81	5,16	4,70
Shanghai	20,51	20,4	20,89	18,5	15,29	12,09	10,27	8,03	7,26	7,07
Autres	63,07	56,84	46,01	37,05	30,64	22,47	17,69	13,44	11,88	12,27

(Source : Rapport de ministère du commerce de Chine 2005, 2014) [204]

Rappelons que nous n'avons pas trouvé les données entre 2005 et 2008. Le tableau 26 montre que le Zhejiang, le Guangdong et le Jiangsu sont les provinces les plus importantes pour l'exportation de textiles et vêtements chinois entre 2000-2004 et 2009-2013.

Entre 2000 et 2003, la province du Guangdong s'est placée au premier rang des exportations chinoises. Pourtant, depuis 2004, la province du Zhejiang l'a dépassé, et s'est ainsi placée au premier rang dans les exportations de textiles et de vêtements chinois. Elle se caractérise par une croissance stable entre 2009 et 2013.

D'après le ministère du Commerce chinois, entre 2000 et 2004, la part des exportations venait de la province du Fujian est plus faible. Toutefois, la province du Fujian s'est caractérisée par une augmentation rapide de ses exportations depuis 2009. En 2013, elle s'est placée au quatrième rang. Le Jiangsu, le Shanghai et le Shandong sont toujours les lieux importants d'exportation de textiles et de vêtements chinois depuis 2000.

Il nous semble que l'émergence du commerce de gros aux mains des Wenzhou en France est également due à la place importante du Zhejiang et du Guangdong dans les exportations de Chine, comme nous l'avons vu (voir *supra*).

[204] Chukoubeimeifangzhipinfuzhuangjishuzhinan 出口北美纺织品服装技术指南 [Guide de l'exportation pour les produits de textiles et de confection visant au marché du Amérique du Nord], Zhongguoshangwubu 中国商务部 [Ministère du commerce de Chine], juin 2005 (en ligne), http://images.mofcom.gov.cn/sms/table/d03.pdf, (consulté le 23 novembre 2016) ; Chukoubeimeifangzhipinfuzhuangjishuzhinan 出口北美纺织品服装技术指南 [Guide de l'exportation pour les produits de textiles et de confection visant le marché d'Amérique du Nord], Zhongguoshangwubu 中国商务部 [Ministère de commerce de Chine], 2014 (en ligne), http://policy.mofcom.gov.cn/export/NATAC/c1.action#tt121, (consulté le 21 novembre 2016).

4.3 Insertion spatiale et stratégie commerciale : entre visibilité et invisibilité

4.3.1 Le rôle moteur du marché ethnique du travail

Le marché ethnique du travail est un élément constitutif d'une « diaspora entrepreneuriale » (Ma Mung 2009, 2012a). Elle est entrepreneuriale car ce sont principalement les entreprises qui assurent sa reproduction en tant que corps social. Cela ne signifie pas que les individus soient en majorité entrepreneurs. Cette diaspora entrepreneuriale joue un rôle central sur le plan de l'emploi mais aussi sur celui de la reproduction identitaire en fournissant les services et les produits qui la favorisent.

Dans la diaspora chinoise, rappelons que la prévalence de l'appartenance ethnique dans le choix des partenaires économiques. Concrètement, un travailleur cherche à être employé dans une entreprise tenue par un compatriote, car cela peut l'aider plus facilement à obtenir par la suite des apports initiaux (financiers, réseaux, *etc.*) pour devenir à son tour entrepreneur. De ce fait, les salariés chinois travaillent majoritairement chez des compatriotes et ces entrepreneurs emploient majoritairement des travailleurs chinois. Autrement dit, il existe une opportunité économique dans le changement de statut social : de salarié à entrepreneur. Cette opportunité se traduit souvent par la création de petites entreprises. Leur création s'appuie le plus souvent sur la mobilisation du marché ethnique chinois du travail.

Comparé au marché général du travail, nous observons là un circuit économique où l'offre et la demande sont organisées selon un marché ethnique du travail puisque la définition de ce marché est essentiellement dépendante de l'origine ethnique de ceux qui cherchent et offrent l'emploi. Nous considérons de même qu'il existe un « marché ethnique Wenzhou du travail » au sein de la diaspora Wenzhou. Le lien perdure essentiellement par le système de circulation des offres d'emploi des entreprises Wenzhou et l'orientation des demandes d'emploi des travailleurs Wenzhou.

La tendance au renforcement du marché ethnique chinois du travail est liée au fait que peu de travailleurs quittent les entreprises chinoises pour des entreprises françaises. Cette tendance est en particulier due au travail clandestin, notamment dans les secteurs de la confection, de la maroquinerie et de la restauration. Les conditions y sont difficiles, les salaires sont faibles, l'emploi est précaire et les perspectives de promotions sont quasiment nulles du fait qu'il s'agit de petites entreprises chinoises. Cependant, si l'on peut observer que les travailleurs restent toujours dans les entreprises chinoises, plusieurs raisons peuvent permettre d'expliquer cette tendance.

De manière générale, ces raisons sont : la barrière linguistique, la solidarité communautaire, la proximité de l'information, ainsi que la discrimination d'après les différents travaux consacrés aux entreprises ethniques. Plus précisément, voici quelques raisons habituellement avancées dans les entreprises chinoises : peu d'emplois disponibles sur le marché général, une mauvaise pratique de la langue du pays d'accueil et l'absence de documents de séjour. Si le travailleur reste dans l'entreprise d'un compatriote, c'est parce que cela lui permet de rester dans un système de relations sociales (informations, tontines, *etc.*), qu'il pense pouvoir utiliser pour créer le moment venu son entreprise.

Ainsi, presque tous les entrepreneurs Wenzhou enquêtés (surtout les grossistes d'importation), ont travaillé dans les secteurs des « trois couteaux » (restauration, maroquinerie et confection) lorsqu'ils étaient salariés. Car il s'agit là d'un passage nécessaire pour l'accumulation des capitaux initiaux (Wang C. 2000a)[205]. C'est-à-dire que les travailleurs ont confiance en leurs familles ou leurs compatriotes pour assurer des besoins d'entraide ou de financement, à travers notamment la pratique de la tontine ou le prêt simple de la famille. Par ce biais, ils peuvent avoir facilement des apports initiaux. Plusieurs enquêtés comme M. PLJ ; M. PYQ, M. WLS, M. PHY, M. WHJ *etc.*, soulignent l'importance de pouvoir collecter des fonds à travers la tontine. Rester au sein du marché ethnique chinois du travail, signifie pour les travailleurs l'assurance de toujours rester dans leur système de relations sociales personnel. À travers ce système, ils peuvent acquérir des informations ; par exemple comment et où créer une entreprise, comment choisir le bon secteur économique (notamment le secteur où l'on peut le plus facilement gagner de l'argent).

Les échanges de ce type d'informations au sein des systèmes de relations sociales de nos enquêtés sont très fréquemment la base de la décision de la mise en place d'un type d'activités économiques (notamment le secteur des « trois couteaux », puis le commerces de gros). Par exemple, Madame WCM[206], nous a expliqué que si elle a changé de secteur commercial, passant de la maroquinerie aux jouets d'enfants, c'était sur les conseils d'amis. À l'inverse, Monsieur PZP[207] est resté dans la restauration car il n'avait pas d'informations sur d'autres secteurs d'activités.

Avec l'apparition de la diversification des activités professionnelles et économiques, et en particulier avec l'émergence des commerces de gros d'importation, le marché ethnique du travail subit des bouleversements.

Sur le plan de l'offre du travail, les entreprises Wenzhou ont commencé à employer comme travailleurs non seulement des proches, des parents ou encore des compatriotes du même village, mais aussi des personnes originaires d'autres provinces de la Chine (par exemple, les Chinois du Nord, notamment de Dongbei : Heilongjiang, Liaoning et Jilin), voire d'autres groupes de migrants ou des Français. Si les entreprises Wenzhou recrutent plus fréquemment aujourd'hui des personnes non originaires de Wenzhou (par exemple les Chinois de Dongbei), c'est parce que leur recrutement est plus rentable : aux yeux des employeurs, ces derniers constituent de la force de travail bon marché (notamment pour les Chinois du Nord)[208].

---

[205] Nous rappelons ici le propos d'Emmanuel Ma Mung (2009). Selon lui, la présence historique des migrations chinoises contemporaines a privilégié deux figures : le prolétaire et le commerçant. Ces deux figures correspondent bien à l'histoire de la formation de la diaspora chinoise. Des prolétaires sont utilisés comme force de travail pour les entreprises chinoises de la diaspora. La force de travail est un produit qui permet de circuler entre le vendeur et l'acheteur. Autrement dit, le prolétaire et le commerçant se combinent dans une volonté de mobilité sociale. Ainsi, il y a « la perméabilité de la frontière entre prolétaires et commerçant » dans la diaspora chinoise. C'est-à-dire que « le caractère incertain de la frontière entre prolétaire et commerçants permet leur articulation dans un modèle idéologique de promotion sociale suggérant la possibilité de l'accès de tous à l'entrepreneuriat, le statut de prolétaire n'étant qu'une situation provisoire vers celui de commerçant », (voir pp. 111).

[206] Entretien avec Madame WCM, grossiste de maroquinerie de Paris, le 25 août 2013 à Wenzhou.

[207] Entretien avec Monsieur PZP, restaurateur japonais, le 28 décembre 2013 à Paris.

[208] Par exemple, dans le secteur de la restauration, les Chinois de Dongbei demandent globalement un salaire moins élevé que ceux originaires de Wenzhou.

Il existe également des travailleurs Wenzhou qui désirent chercher du travail, non seulement au sein des entreprises familiales ou tenues par des compatriotes, mais aussi au sein d'entreprises non Wenzhou, ou d'entreprises tenues par d'autres groupes de migrants. Par exemple, certains travailleurs Wenzhou sont employés dans des ateliers de confection turcs dans l'objectif d'obtenir des salaires plus élevés (« Extrait carnet du terrain, France » 2011). Il est important de souligner que ce dernier cas est rare, mais qu'il existe néanmoins[209]. Il existe en outre des entreprises Wenzhou qui recrutent des salariés français, attitude qui correspond à une volonté exprimée lors des entretiens de mieux s'intégrer au système économique français[210]. Ce dernier cas est tout de même rare, mais traduit, d'après nos observations, une certaine tendance qui révèle que le marché ethnique chinois du travail évolue vers une intégration sur le marché général du travail.

Si la majorité des travailleurs mènent l'ensemble de leur vie professionnelle dans des entreprises chinoises, c'est parce qu'ils ont une propension à travailler chez des personnes présentant une proximité linguistique (Ma Mung 2000). Malgré le fait que les travailleurs restent longtemps dans le marché ethnique chinois du travail, aujourd'hui, il semble que la possibilité de devenir entrepreneur soit plus réduite. D'une part, la pratique de la tontine n'est plus aussi importante qu'auparavant d'après les déclarations de certains enquêtés. D'autre part, l'intégration dans le réseau « ethnique » ne permet plus d'avoir la motivation forte, « devenir patrons » dans les années 1990. Cependant, nous observons qu'en dehors de quelques exceptions, la majorité des travailleurs Wenzhou cherchent un emploi au sein d'une entreprise Wenzhou.

Si la continuité du système de relations sociales est très importante pour créer son entreprise, travailler aujourd'hui dans une entreprise chinoise permet facilement de changer le statut du titre de séjour d'après certaines personnes enquêtées[211].

Ainsi, comme dans le cas de MG, relaté ci-dessous, le travail en atelier n'est plus considéré comme un tremplin permettant ensuite de créer sa propre entreprise, mais bien, d'avoir des ressources avant d'être régularisé.

J'ai connu le lieu de travail de MG le vendredi 28 mars 2014. Un ami de Wenzhou, SJ m'avait demandé de l'aider à faire retoucher son nouveau pantalon. Vers 19h, j'ai retrouvé MG, un ami de Wenzhou qui travaille dans un atelier de confection, à l'arrêt Victor Hugo à Aubervilliers. Il m'a conduit vers l'atelier où il travaillait afin de retoucher le pantalon de mon ami.

Depuis la rue, MG ouvre une première porte fermée à clé, donnant sur un entrepôt. Nous montons alors au premier étage où il ouvre une deuxième porte, elle aussi, fermée à clé. Nous pénétrons dans un petit couloir très sombre, puis dans une petite chambre disposant de trois portes. Il en ouvre une avec la clé, puis écarte un rideau. Un atelier très simple apparaît alors. MG s'installe derrière une machine à coudre près de la porte d'entrée.

[209] Nous allons développer ce point dans le chapitre 5 (cf. 5.4.4.).
[210] Entretien avec Monsieur PXZ, grossiste d'optiques, depuis le 16 avril 2013 à Aubervilliers.
[211] Par exemple, si un travailleur Wenzhou préfère chercher son emploi dans une entreprise Wenzhou, c'est parce qu'il peut, en retour, facilement avoir des documents pour changer son statut.

Il y a environ une dizaine de machines à coudre dans cette pièce de cinquante mètres carrés. Quatre femmes et deux hommes sont très concentrés sur leur travail. De nombreux produits semi-finis de prêt-à-porter féminin pour l'été sont par terre. Le beau-frère de MG est en train de repasser des vêtements, et MG parle avec sa sœur dans le dialecte de Wenzhou pendant qu'il repasse. Une jeune fille d'une dizaine d'années range les produits finis. L'ensemble de l'atelier présente une ambiance animée. Une femme d'une vingtaine d'années travaille tout en écoutant de la musique au fond de l'atelier et deux jeunes hommes sont également occupés à coudre.

Je bavarde avec MG, en observant une petite cuisine qui dégage une bonne odeur. Sur la table, on peut voir quelques plats avec des restes et une petite cantine. Sur une télévision accrochée au mur, défilent les images filmées par une caméra devant la porte d'entrée. L'ambiance du travail révèle que les travailleurs sont en train de rattraper du retard dans leur travail.

Lorsque MG repasse le pantalon, je veux prendre une photo, mais un homme m'empêche de le faire. Après dix minutes, MG a fini le travail sur le nouveau pantalon de SJ, il me raccompagne à l'arrêt de bus, sans avoir le temps de prendre un café avec moi.

MG explique qu'il travaille tous les jours de 10h à 23 h, sans pause. Il n'a pas le choix, car il n'a pas encore de documents de séjour. Il prépare actuellement sa deuxième demande de papiers. Sa sœur l'aide, ainsi qu'un avocat bilingue qu'il a rencontré ce même après-midi. Son faible niveau de français lui rend la tâche difficile.

Il explique que tant qu'il n'a pas de papier, il est difficile de trouver un travail dans la restauration. Créer une entreprise est impensable, l'accès à l'entreprenariat étant devenu très compliqué.

En sortant de l'atelier, je veux prendre une photo, mais la présence d'une caméra de vidéosurveillance m'en dissuade. À Paris, il reste peu d'ateliers de confection de la sorte, il y en aurait 7 ou 8 à Aubervilliers, dédiés principalement à la fabrication du prêt à porter féminin.

(« Extrait carnet du terrain, France » 2014)[212].

Aujourd'hui, il est plus difficile pour les membres de la diaspora de créer leurs propres entreprises même après plusieurs années de travail pour une entreprise chinoise. Les stratégies migratoires et la situation légale des migrants orientent notamment les emplois qu'ils occupent. Ainsi, les ateliers de confection (malgré l'importante diminution de leur nombre depuis les débuts de la diaspora) embauchent les migrants nouvellement arrivés qui n'ont pas encore régularisé leur situation. C'est seulement après avoir obtenu un titre de séjour après plusieurs années en France, que les personnes commencent à travailler dans d'autres secteurs d'activités.

Rappelons que les modifications actuelles du marché ethnique du travail sont essentiellement liées au changement de l'offre ou de la demande d'emplois. Ce changement conduit à des mutations dans les activités économiques des quartiers étudiés comme la disparition de la plus grande partie de la production chinoise en maroquinerie et en confection lors de l'essor du commerce d'importation dans la région parisienne. En outre, le domaine de la restauration a connu une diversification de son offre passant de restaurants classiques ou traiteurs vers des restaurants japonais, coréens, *etc.* Nous constatons que le marché ethnique du travail est lié à la concentration des Wenzhou dans certaines activités économiques privilégiées. Autrement dit, cette dernière est liée aussi à la mobilisation de leurs réseaux migratoires « transnationaux » à travers la présence de la concentration des établissements commerciaux chinois dans certains quartiers chinois dans les pays d'installations.

[212] Entretien avec MG, le 28 avril 2014 à Aubervilliers.

4.3.2 La logique de la concentration

Dans le domaine de l'économie et de l'industrie, le « cluster » est un phénomène géographique, qui désigne l'existence de liens commerciaux sur la base du regroupement des entreprises. Pour notre recherche, le « cluster » désigne la concentration géographique des entreprises chinoises de Wenzhou. Il s'est formé progressivement en s'appuyant sur les réseaux sociaux des migrants. Autrement dit, il se développe à partir des réseaux migratoires et repose sur des liens de parenté et d'amitié.

Le « cluster » des entreprises chinoises dans la région parisienne s'appuie sur un réseau migratoire lui-même fortement lié à un marché ethnique du travail s'appuyant sur l'appartenance ethnique dans le choix des partenaires économiques (Ma Mung 1994b). Pour les Wenzhou – mais cela ne leur est pas spécifique – la priorité est accordée aux membres de la famille dans un premier temps. Lorsque ceux-ci ne peuvent plus satisfaire aux besoins du développement de l'entreprise ou lorsqu'un membre de la famille quitte l'entreprise pour créer sa propre entreprise, les compatriotes deviennent une autre source possible de main-d'œuvre. Progressivement, de plus en plus d'emplois pour leurs nouveaux compatriotes sont créés, et de plus en plus de petites entreprises apparaissent également.

Pribetich (2005) évoque trois motivations pouvant expliquer l'implantation de grossistes chinois à Sedaine-Popincourt. Tout d'abord, des considérations financières ; ensuite, la recherche d'autonomie à l'origine de la volonté professionnelle ; et enfin la possibilité d'occuper la fonction de patron comme source de reconnaissance et de prestige social. Selon nous, ces trois motivations expliquent l'implantation des commerces chinois dans le quartier. Bien que Pribetich (2005) n'explique que la concentration des commerces chinois dans le cas du quartier Sedaine Popincourt, il nous semble que ces trois motivations permettent de comprendre également la concentration des commerces Wenzhou à Aubervilliers ou ailleurs. Cela ne s'applique qu'à condition que les activités correspondent à l'importation des éléments (de la visibilité ou de l'invisibilité) originaires de leur pays d'origine. Ainsi, l'activité de l'importation de commerce de gros se traduit par une certaine « visibilité », car nous pouvons observer que tous les produits sont quasiment importés de la Chine. Ceci est lié au système d'approvisionnement en Chine. Si, prenant un autre point de vue, nous supposions qu'il n'existait pas d'approvisionnement des produits depuis le pays d'origine, il nous semble que les quartiers Sedaine Popincourt et Aubervilliers n'émergeraient pas en région parisienne, même avec les trois motivations. Autre exemple, les Chinois de Dongbei ne développent pas une telle concentration de commerces au sein d'un même quartier parisien. La raison principale est qu'il n'existe pas d'un système d'approvisionnement des produits à l'image de celui de Wenzhou car le réseau est plus faible. En outre, comme nous l'avons vu, si le quartier du Triangle de Choisy est caractérisé par la concentration de commerces (plutôt alimentaires) de Chinois originaires d'Asie du Sud-Est, c'est parce que leur activité est également liée à l'importation des produits (surtout des produits alimentaires en provenance de pays comme le Laos ou la Thaïlande correspondant au pays d'origine).

Dans ce cas, selon nous, il faut également tenir compte du système d'approvisionnement des produits dans le pays d'origine (cf.5.3.2). Ce système est lié au

développement économique de la région d'origine des entrepreneurs diasporiques à travers la mobilisation de leur propre réseau migratoire transnational. À cet égard, nos enquêtes montrent que la distribution de gros dans la concentration spatiale se base exclusivement sur une importation des produits depuis la Chine. Le secteur des produits commerciaux correspond généralement au développement d'activités productives de la région d'origine. Par exemple, si le commerce de gros de la confection est plus notable à Sedaine-Popincourt, l'activité productive de la confection est plus considérable dans la région de Wenzhou.

De ce fait, l'importation de commerces de gros nous permet de voir deux facteurs dans la logique du fonctionnement de la concentration spatiale.

Premièrement, l'opportunité de la mobilité sociale est un facteur invisible qui renforce la concentration de commerces de gros. L'intégration du marché ethnique du travail pour atteindre une position de « patron » (évoquée précédemment), repose sur l'opportunité d'avoir des apports initiaux suffisants pour créer sa propre entreprise ou pour changer de secteur d'activité en s'appuyant sur des relations sociales ; deuxièmement, sur le plan de la mobilité des personnes et de la circulation de produits, l'importation des produits chinois est un élément observable dans le commerce de gros. En effet, l'essor de l'importation des produits chinois est lié essentiellement à l'approvisionnement des produits bon marché à partir de la Chine. Cela nous permet de révéler indirectement qu'il existe un avantage de coûts de production lié à la mobilisation de la main-d'œuvre issue de l'immigration chinoise dans les activités artisanales. Cet avantage a pourtant été remplacé par l'introduction de produits bon marché en provenance de Chine. Dans ce cas-là, l'importation des produits a ruiné l'activité productive (Ma Mung 2014).

Au vu de l'ensemble de ces éléments, nous constatons que la logique régissant la concentration de commerces de gros correspond à un objectif d'amoindrissement des coûts. Cette logique est sensiblement celle d'un « cluster » commercial.

4.3.3 Stratégies commerciales et visibilité

Comme décrit précédemment par la carte « Localisation des établissements par leur type de commerces chinois dans la région parisienne » (voir *supra*), dans certaines parties de Belleville les commerces alimentaires et les restaurants chinois sont les plus nombreux avec en tête la restauration chinoise et les boutiques de détails comme les supermarchés exotiques tenus par les Wenzhou. Ces commerces présentent l'avantage d'être ouverts tout le temps, dimanche matin et jours fériés. Les Chinois peuvent trouver quasiment tous les produits qu'ils souhaitent, les Français y achètent des produits exotiques et peu chers.

Comme nous l'avons évoqué dans la section 4.2.1, le quartier de Belleville est décrit par les usagers comme « multiculturel ». Il est perçu par les Chinois comme un « petit Wenzhou » et la rue de Belleville est surnommée par certains d'entre eux « la rue de Wenzhou ». Ce quartier est caractérisé par son ambiance vivante et son dynamisme commercial. En plus, de proposer des services adaptés voir spécifiques à la clientèle

chinoise, la possibilité de s'exprimer en mandarin constitue de véritables atouts pour le développement de ces commerces.

À Belleville, nous avons réalisé deux entretiens semi-directifs, les autres ayant été faits de façon plus informelle, et nous avons croisé les résultats obtenus avec des observations sur le terrain. Citons deux parcours et portraits de commerçants chinois de Wenzhou :

« Monsieur PZL, originaire de Tangxia de Wenzhou, est né en 1983. Il a arrêté ses études au collège en Chine et est venu en France en 1997. Il est marié et père de deux enfants de 10 ans. À son arrivée en France, il a travaillé dans un atelier chinois de confection. A partir de 2010, avec sa femme, il a créée à Belleville un magasin de vente de vin en gros. D'après PZL, sa clientèle est principalement chinoise, surtout des associations commerciales chinoises et, comprend peu de Français. S'il a choisi le quartier de Belleville pour ouvrir un commerce, c'est en raison du grand nombre de Chinois originaires de Wenzhou qui y vivent selon lui. Par ailleurs à cette époque, il existait déjà un magasin de vin dans le 3e arrondissement, ce qui l'a empêché d'en ouvrir un dans cet endroit. »[213]

« Monsieur PAX, 39 ans, a hérité du restaurant de son père. Il est venu en France à l'âge de 12 ans en 1987 et après le bac il a commencé à travailler pour sa famille. Son grand frère a tenu un restaurant à Strasbourg, puis a changé pour ouvrir une épicerie. D'après PAX, il y a 23 ans, le restaurant Wenzhou « Chez Alex » était le premier restaurant créé par des Wenzhou à Belleville, et a été fondé par le père de PAX en 1991. Celui-ci est venu en France en 1984. Il a d'abord travaillé comme ouvrier dans un atelier de confection puis obtenu un titre de séjour en 1989. Il a monté alors sa propre affaire. PAX souligne que, si son père a choisi le quartier de Belleville, c'est parce qu'il prévoyait que de plus en plus de Wenzhou viendraient s'installer dans ce quartier. Le père de PAX a ensuite acheté son restaurant à des Chinois d'Asie du Sud-Est qui proposaient des spécialités indochinoises. Aujourd'hui, il est devenu un restaurant de spécialités de Wenzhou. S'il y a quatre ou cinq ans PAX estimait que le restaurant était à son apogée, il constate aujourd'hui une tendance à la diminution de la clientèle. En effet, de moins en moins de clients chinois originaires de Wenzhou viennent se restaurer dans son établissement qui s'adresse désormais principalement à une clientèle française. Il associe la diminution du nombre des clients de Wenzhou au développement d'autres quartiers chinois comme les Entrepôts d'Aubervilliers où l'on trouve des centaines de grossistes Wenzhou, ce qui a participé au développement de restaurants. Par ailleurs, il souligne que le renouvellement des habitants du quartier de Belleville tous les trois ou quatre ans (selon lui) a contribué à l'évolution de la fréquentation de son établissement. »[214]

Du point de vue de la stratégie commerciale, les commerçants Wenzhou de Belleville s'adaptent à l'évolution de la clientèle. Cela se manifeste par une modification du nom de l'enseigne et l'évolution des plats proposés. Par exemple, l'évolution du restaurant de PAX illustre cette stratégie. Le restaurant visait d'abord une clientèle chinoise originaire de Wenzhou qui ensuite a laissé place à des clients français. En francisant le nom de son restaurant en un « Chez Alex », l'établissement est devenu plus

[213] Entretien avec Monsieur PZL, commerçant de vin, le 27 mars 2014 à Belleville.
[214] Entretien avec Monsieur PAX, le 30 avril 2014 à Belleville.

lisible pour des clients français. Ce changement de dénomination signale par ailleurs le passage d'une offre commerciale « communautaire » à une offre « exotique ».

Dans la décoration intérieure, les restaurants font un effort pour exprimer une « atmosphère » asiatique : mobilier et décoration murales, vaisselle (bols, baguette, *etc.*). Mais, selon notre enquête, la plupart des commerçants chinois préfèrent un mélange franco-chinois (par exemple, la création d'un logo a été l'occasion d'utiliser les trois couleurs bleu, blanc, rouge du drapeau français. Ces couleurs sont affichées dans leurs publicités et affiches.). Dans le cas des magasins chinois, ce sont d'abord les produits associés à la culture chinoise qui constituent le décor. Certains établissements (supérettes et surtout supermarchés) proposent également des produits de consommation courante (non spécifiquement chinois ni asiatiques), qu'ils soient alimentaires (yaourts, sodas, fromages, *etc.*) ou non (produits de nettoyage, *etc.*) Ces produits sont souvent situés dans une partie du magasin qui leur est dédiée. Il y a ainsi un brouillage des catégories dans l'espace du magasin. De ce point de vue, l'exemple le plus frappant est celui des restaurants japonais tenus par des personnes d'origine chinoise que nous avons déjà évoqué. Un autre exemple de chevauchement des catégories est représenté par des magasins proposant des produits tropicaux (légumes, fruits et épices) et qui visent en partie une clientèle subsaharienne ou antillaise.

L'évolution de la clientèle chinoise révèle un changement de stratégie commerciale plus global car d'autres quartiers chinois se sont développés (par exemple, à Aubervilliers). Le renouvellement démographique du quartier a pour conséquence l'évolution de la clientèle dans la mesure où l'enquête COMET a montré que les habitants constituent une clientèle très significative quantitativement. Un point important est lié aux stratégies commerciales et à la capacité des entrepreneurs à s'adapter aux changements de la population résidente en partant de leur clientèle potentielle et réelle. Ces adaptations concernent des commerces et restaurants initialement conçus pour cibler une clientèle chinoise résidant dans le quartier (commerce alimentaire comme les restaurants, les supermarchés asiatiques, les magasins de vin, *etc.*). Dans ce processus d'adaptation, les ressources des commerçants relèvent à la fois de l'accessibilité économique de la plupart de leurs produits et de l'attrait exotique qu'ils peuvent revêtir.

Ce chapitre a voulu montrer que le marché ethnique du travail joue un rôle moteur dans la concentration des Chinois dans des activités économiques (notamment dans les secteurs de « trois couteaux »), mais aussi dans la répartition spatiale des commerces chinois. L'essor des commerces de gros d'importation est lié à l'émergence de nouveaux quartiers chinois. Dans ce chapitre, sont traités les principaux secteurs d'activités de la diaspora Wenzhou dans la région parisienne (les « trois couteaux »). Ces secteurs (restauration, maroquinerie et confection) ont établi la base économique de la concentration spatiale ultérieure des commerçants chinois. Cette concentration (hormis la restauration) prend la forme de centres commerciaux de distribution de gros, lequel se traduit par l'importation de produits chinois par les « entrepreneurs diasporiques » Wenzhou. Les activités économiques de la diaspora Wenzhou se sont éloignées du modèle des « trois couteaux » et se sont orientées vers le commerce de gros d'importation. Celui-ci a renforcé l'organisation entrepreneuriale de la diaspora.

CHAPITRE 5 LA METAMORPHOSE DU « MODELE DE WENZHOU » EN FRANCE : CONVERGENCES, DIVERGENCES ET TRANSFORMATIONS

Après avoir décrit les secteurs d'activités privilégiés par les entrepreneurs Wenzhou en France ainsi que les spécificités du commerce d'importation en gros sur lesquelles ces activités reposent (chapitre 4), nous mettons ici l'accent sur l'influence du « Modèle de Wenzhou » sur l'organisation économique de la diaspora Wenzhou en France. Plus précisément, nous cherchons à mettre en lumière les convergences et les divergences existant entre les éléments fondamentaux du « Modèle de Wenzhou » et l'organisation économique de la diaspora Wenzhou en France. Cette étude sera accompagnée d'une présentation de l'évolution de ces caractéristiques dans le développement économique de la région de Wenzhou.

Rappelons les caractéristiques du « Modèle de Wenzhou », présentées dans le chapitre 3 : 1) Celui-ci repose sur des petites et moyennes entreprises de type familial (il s'agit principalement d'entreprises de fabrication en Chine) ; 2) celles-ci sont financées par des systèmes de crédits informels ; 3) cette organisation s'inscrit dans une tradition économique locale (Ecole de Yongjia)[215] ; 4) elle repose sur des réseaux migratoires nationaux et internationaux qui permettent, 5) la distribution des produits à ces échelles.

Nous comparons à ce titre les activités économiques de la diaspora dans leur région d'origine en Chine à celles des migrants de Wenzhou en France de manière à voir dans quelle mesure existe une continuité entre les deux organisations économiques (France et Chine), et à déceler les éléments économiques transnationaux qui participent à la structure du « Modèle de Wenzhou ». En quoi les activités économiques des Wenzhou dans la région parisienne sont-elles liées ou non au développement économique de leur région natale en Chine ? En quoi leur développement est-il conforme au « Modèle de Wenzhou » ou au contraire est-il distinct de ce modèle économique ? En quoi est-il particulier ou non aux personnes originaires de Wenzhou ?

Ce chapitre s'appuie principalement sur nos enquêtes sur le développement économique de la région de Wenzhou et des activités économiques de la diaspora Wenzhou en France, mais également sur l'usage internet dans les collectes des données scientifiques.

[215] Nous présentons cette culture locale dans ce chapitre, section 3.4.3.

5.1. Les types d'entreprises à Wenzhou et en France

5.1.1 Différences de tailles

Le « Modèle de Wenzhou » se caractérise par un fonctionnement reposant sur des petites et moyennes entreprises. De caractère familial, celles-ci embauchent un nombre limité de salariés provenant généralement de la même famille.

Notre enquête par questionnaires auprès des entrepreneurs de la rue Victor Hugo à Aubervilliers[216] montre que parmi 58 magasins chinois de vente en gros, aucun n'emploie plus de 20 personnes et la plupart des magasins s'appuient sur les membres de leur famille.

De plus, vu que les entrepreneurs interrogés n'ont pas souhaité indiquer leurs chiffres d'affaire. Nous avons pu retrouver sur le Registre des Greffes et des Sociétés les chiffres d'affaires déclarés principalement entre 2010 et 2015 de 100 entreprises chinoises (25 pour la Rue Victor Hugo et 75 pour la Rue Haie Coq) (voir tableau 27).

Tableau 27 Chiffre d'affaires des grossistes chinois à Aubervilliers (Rue Victor Hugo et Rue Haie Coq) [217]

Chiffre d'affaires annuel	Rue Victor Hugo et Rue Haie Coq
	Effectif
moins de 1 000 000 euros	62
1 000 000 - 2 000 000 euros	17
2 000 000 - 5 000 000 euros	16
5 000 000 - 10 000 000 euros	5
Plus de 10 000 000 euros	0

(Sources : Enquête personnelle 2014, Données publiées par le Site Infogreffe.fr 2010-2015)

62 d'entre elles ont un chiffre d'affaires annuel inférieur à un million d'euros. En moyenne, ces 100 entreprises ont un chiffre d'affaires annuel de 1,4 millions d'euros.

En France, selon la définition de l'Insee, « la catégorie des petites et moyennes entreprises (PME) est constituée des entreprises qui occupent moins de 250 personnes, et qui ont un chiffre d'affaires annuel inférieur à 50 millions d'euros (soit 55 millions de dollars US)[218] ou un total de bilan n'excédant pas 43 millions (soit 47 millions de dollars US) »[219]. Les chiffres d'affaires restent modestes et ces entreprises appartiennent aux activités commerciales ou artisanales en France. Nous constatons que les activités commerciales sont organisées sous la forme d'entreprises familiales de petites ou moyennes tailles.

[216] Si nous avons choisi cet endroit, c'est parce que d'une part cette rue est le plus ancien pôle de regroupement des grossistes chinois à Aubervilliers selon les enquêtés ; et parce que, d'autre part, nous avons effectué une enquête par questionnaire pour tous les commerces.
[217] 25 entreprises intervenantes par questionnaire en 2014 dans le rue Victor Hugo, et 75 entreprises enquêté par les relevés de commerces en 2012.
[218] En 2012, 6 yuans valaient approximativement un dollar US ; un euro valaient approximativement 1,12 dollars US en 2016.
[219] Source: Insee-Définitions, méthodes et qualité 2016.

Comme nous l'avons montré dans le chapitre 2 (cf.2.2.5) il existe des définitions différentes pour qualifier les PME entre la France et la Chine :

En Chine, la définition des PME est variable selon les différents secteurs d'activité. Dans la présente étude, on ne fait référence qu'aux standards des PME du secteur industriel, c'est-à-dire aux entreprises employant moins de 1 000 personnes, ou dont les revenus sont inférieurs à 4 000 millions de yuans (667 millions de dollars US). Dans cette catégorie sont inclues : les moyennes entreprises qui occupent plus de 300 personnes et dont le revenu est supérieur à 20 millions de yuans (3,3 millions de dollars US) ; les petites entreprises qui occupent moins de 20 personnes ou dont les revenus sont inférieurs à 3 millions de yuans (soit 500 000 de dollars US)[220].

Alors que dans la région de Wenzhou, de nombreuses entreprises sont passées avec le développement économique de Wenzhou d'une petite ou moyenne taille à une grande taille (selon le sens de définition), notamment dans la fabrication. Il nous semble que la plupart des entreprises chinoises présentes dans la région parisienne sont restées de taille plus modeste[221]. Les activités commerciales y sont plus limitées, et les familles y ont toujours un rôle central. Elles répondent donc encore aux caractéristiques types du « Modèle de Wenzhou », contrairement aux entreprises localisées à Wenzhou dont la croissance est telle qu'on peut plus les inscrire dans ce modèle.

5.1.2 Une croissance « exponentielle » à Wenzhou : le cas de l'entreprise Chint

L'exemple de l'entreprise Chint localisée à Wenzhou illustre bien la croissance exponentielle de certaines entreprises chinoises. Cette entreprise a été créée par deux personnes en 1984, sous la forme d'un atelier familial de type « devant le magasin, derrière l'atelier » (*Qiandianhouchang* 前店后厂). L'investissement initial, de 50 000 yuans (6 250 de dollars US), a été fourni par huit personnes. L'entreprise Chint, a profité en 1991, de capitaux en provenance de membres de la famille installés aux États-Unis (prêt direct entre particuliers). Le propriétaire s'étant séparé à cette date de son associé, il alors eu recours à ces emprunts tout en réorganisant son entreprise. Celle-ci est ainsi devenue une société à capitaux sino-américains dans un premier temps. En 1994, l'entreprise Chint s'est transformée en société par actions. À cette époque, le nombre de salariés s'élevait à plus de 200 personnes. Le revenu annuel était d'environ 500 000 yuans (62 500 de dollars US), et le chiffre d'affaires était de moins de 2 millions de yuans (250 000 de dollars US). Après un développement d'une vingtaine années à Wenzhou, cette entreprise employait en 2012, 280 000 salariés. Et encore, ce chiffre ne comprend-il pas ni les 2 000 entreprises de vente directe qui sont dispersées dans toute la Chine, ni les 700 usines à l'origine de leur approvisionnement. En 2011, le groupe Chint a réalisé un chiffre d'affaires de 25 milliards de yuans (4,2 milliards de dollars US). Elle est devenue une société cotée en Bourse, avec des ventes atteignant 8,2 milliards de yuans (1,4 milliard de dollars US). En outre, l'actif s'élève à 18 milliards de yuans (3 milliards de dollars US).

---

[220] Zhongxiao qiye de dingyi ji huafen biaozhun shishenme？ 中小企业的定义及划分标准是什么？ [La définition et la délimitation de PME en Chine], (Centre de la promotion du développement de PME de Chine), 19 avril 2012, (en ligne), http://www.sme.gov.cn/, (consulté le 10 février 2016).

[221] Excepté Eurasia qui est maintenant cotée à la bourse française 28 M€ de CA en 2016.

5.1.3 Une croissance modeste dans la région parisienne

La croissance « exponentielle » à Wenzhou ne s'observe pas parmi les entreprises Wenzhou en France. D'une part, les ateliers ont quasiment disparu. Les entreprises actuelles axent essentiellement leurs activités sur la distribution en gros de produits importés de Chine, et seulement de manière très marginale sur la fabrication de produits (prêt à porter féminin) en France. D'autre part, ces entreprises fonctionnent avec une main-d'œuvre principalement familiale et emploient peu de main-d'œuvre (notamment dans les boutiques de grossistes).

Le cas des affaires de PLJ montre bien les types d'entreprises développés par la diaspora Wenzhou en France. PLJ est actuellement vice-président d'une importante association de commerçants chinois. Il possède deux magasins de chaussures. Arrivé en France en 1989, il a ouvert sa première entreprise de confection (sous-traitant) en 1991. Alors clandestin, il ne pouvait être le patron officiel de cette entreprise. Il a donc embauché un Chinois en situation régulière pour être son représentant. À cette époque, son entreprise avait environ 20 employés. Ses affaires étaient alors très difficiles. Cinq ans plus tard, il a réussi à obtenir des papiers d'identité en Italie, pour 200 000 yuans (25 000 de dollars US). Il a profité la politique française de régularisation entre 1997 et 1998 et obtenu une autorisation légale de résidence sur le territoire. Depuis ce jour, il a pu gérer ses affaires plus facilement et plus ouvertement. Considérant que son atelier de confection de vêtements était trop instable, il a ouvert un restaurant en 1997 dans le Val de Marne. Pour cela, il a mobilisé le système de la tontine ainsi que l'épargne réalisée grâce à son atelier. Son restaurant a bien marché jusqu'en 2007 où il a été vendu. PLJ s'est intéressé également à un autre marché, celui de l'import-export de la chaussure. De 2005 à 2007, il a géré son restaurant et son entreprise d'import-export. Son restaurant vendu, il a embauché deux créateurs chargés d'étudier la tendance du marché dans le but de vendre ses marchandises. Sa femme et ses fils participent également à ses affaires[222]. Depuis 2013, il possède deux magasins de gros de chaussures et son chiffre d'affaires publié par Infogreffe s'élève à 1 944 490 euros.

5.1.4 Différences et points communs

L'observation permet de mettre en lumière les points communs et les différences entre les entreprises créées par la diaspora Wenzhou en France et le « Modèle de Wenzhou », mais également avec les entreprises installées dans la région de Wenzhou, nées aussi du « Modèle de Wenzhou ». Le tableau 28 récapitule ces points communs et différences à partir de trois critères : la taille des entreprises, le type d'activités, et la principale origine de la main-d'œuvre.

[222] Entretien avec Monsieur PLJ, grossiste de chaussure, le 28 décembre 2011 à Aubervilliers.

Tableau 28 Différences et points communs dans les types d'entreprises

	« Modèle de Wenzhou »	Entreprises Wenzhou en France	Entreprises dans la région de Wenzhou
Types	Petites et moyennes entreprises familiales	Petites et moyennes entreprises familiales pour l'essentiel	Petites et moyennes entreprises familiales dans une premier temps, puis évolution de quelques-unes en grande entreprises voire en sociétés par action.
Activités dominantes	Manufacture : « petites marchandises »	Distribution en gros de produits importés. La fabrication a quasiment disparu.	Principalement dans la fabrication : matériel électrique, briquet, chaussure, confection lunette, maroquinerie et cuir, etc.
Mains-d'œuvre	Membres de la famille	Membre de la famille migrante, membres de la diaspora Wenzhou et leurs compatriotes	Principalement salariés, pouvant être originaires des provinces voisines

5.2 Le rôle du financement informel dans la création et le développement des entreprises

5.2.1 Le rôle important de la tontine dans la création des entreprises

Dans le modèle de Wenzhou, le crédit informel est un facteur important du développement des petites et moyennes entreprises. En Chine, dans la région de Wenzhou, l'émergence de ces dernières a été permise par le crédit informel (Béja 1995; Jiang et Ding 2005; Pairault 2009; Auguin 2009; Ji 2011; Zhou 2012; Duan 2013; Brillant 2014). Celui-ci a permis le développement économique privé dans cette période initiale. La tontine, comme instrument de crédit informel, fut un moyen communément utilisé par les entrepreneurs Wenzhou de France et de Chine. Celui-ci a joué un rôle très efficace lors de la création des entreprises, comme dans leur développement. Le *Hui* 会 (littéralement « *tontine* ») est un moyen économique de mutualité reposant sur les relations familiales et amicales. Il peut être un moyen non lucratif de collecter des capitaux, mais il peut également relever du marché et avoir un but lucratif[223].

En France, la tontine, comme moyen de collecter des capitaux, a permis à de nombreux entrepreneurs diasporiques de Wenzhou d'initier leurs propres activités économiques dans les années 1980 et 1990 en France. À l'image de la majorité des entrepreneurs Wenzhou interrogés à Paris, PLJ, entrepreneur dans le secteur de la chaussure, PYQ, dans les accessoires et les souvenirs, ou encore PXZ, dans le commerce de lunettes, ont indiqué que la tontine a été centrale dans les débuts de leurs affaires. Car la majorité des enquêtés déclare avoir accumulé des capitaux en France par le biais d'activités initiales (commerciales ou artisanales) relevant des « trois couteaux » (la restauration, la confection et la maroquinerie). La période de l'émergence des ateliers de confection et de maroquinerie a jeté les bases de l'économie des Wenzhou à Paris. En effet, ceux-ci ont permis une épargne donnant les capitaux nécessaires à la création de leurs entreprises actuelles. Pourtant, ils signalent qu'aujourd'hui, ce moyen ne fonctionne plus si bien : pour une part, est apparu un manque de confiance entre les participants potentiels, et d'autre part, la tontine ne s'adapte pas à la situation actuelle des entreprises. De plus, les entrepreneurs Wenzhou en France ont commencé à effectuer des emprunts auprès des banques[224].

Dans la région de Wenzhou, la tontine a également été un moyen très populaire pour rassembler des fonds et favoriser le développement économique à partir des années 1980. WHJ, un entrepreneur de la région de Wenzhou, explique ainsi le fonctionnement et l'importance de la tontine dans le « Modèle de Wenzhou » :

« Les Wenzhou sont comme la plupart des Chinois, mais il existe une particularité les concernant, c'est que dans leur histoire, les Wenzhou ont l'habitude de s'entraider. S'il y a des difficultés, tout le monde va s'entraider. Par exemple, si vous manquez d'argent, on peut vous en prêter, mais aussi s'entraider entre des membres de la famille ou des

[223] Ici, le but non lucratif signifie que les participants ont comme but l'entraide au lieu de générer du profit. À l'inverse, en Chine, il existe des tontines ayant un but lucratif.

[224] Entretien avec Madame WLL, restaurateur chinois, depuis le 11 octobre 2012, à Wenzhou et à Paris; Entretien avec Monsieur WDY, entrepreneur, depuis le 11 août 2013, à Wenzhou et à Paris.

amis proches. Chacun va donner plusieurs milliers de yuans à la personne qui a besoin l'argent, puis celui-ci va rendre l'argent alternativement à chacun : ce qui correspond à l'appellation *hui* de la tontine ».

WHJ toujours explique : « Dans un premier temps, j'ai également eu recours à la tontine pour monter ma propre affaire. J'ai emprunté quelques milliers de yuans auprès de nombreuses personnes par ce système. Mais aujourd'hui, tout a changé. Il y a eu un changement fondamental dans la tontine avec le développement d'autres formes de financement informel. ».

Comme en France, la tontine joue aujourd'hui un rôle beaucoup moins important dans la création d'entreprise.

5.2.2 Différences dans la pratique de la tontine en France et en Chine

Notre enquête de terrain révèle que la pratique de la tontine par les Wenzhou en France se réalise principalement dans un but non lucratif : elle prend ici une forme de solidarité ou d'entraide. Nous ne retrouvons pas ici les formes lucratives présentes dans la région de Wenzhou.

Comme le disent Béja et Wang (1999, p70) : « Pour pouvoir acheter un commerce, ils ont recours aux tontines, mode de financement complexe qui rassemble un certain nombre de personnes mettant chacune une somme d'argent au pot commun [....] Le fondement de cette forme d'association est la confiance; à Paris, elle rassemble essentiellement des amis ou des parents. Grâce aux tontines, de simples ouvriers peuvent emprunter pour devenir patron sans avoir besoin de fournir des garanties à une banque et sans intérêts ou à des taux d'intérêts fort. […] À Wenzhou, la situation est fort différente : là-bas aussi, les tontines sont fréquentes, mais il s'agit dans la plupart des cas d'opérations lucratives, voire spéculatives, qui proposent des taux d'intérêt très élevés ».

Selon nous, la tontine de Wenzhou se justifie plus que la tontine à Paris. Le principal but de la tontine à Paris est de monter des affaires au lieu de faire la construction d'une maison ou d'autres objectifs comme à Wenzhou.

En France et à Wenzhou, le nom donné à la tontine diffère. En France, la tontine que les Wenzhou mobilisent est nommée *Jinlanhui* 金兰会 (réunion de Jinlan). *Jinlan*, est un mot chinois qui renvoie à l'affection solide et l'amitié profonde. Il signifie l'amitié entre compatriotes, l'esprit d'entraide. Dans les deux endroits, la tontine est organisée généralement chaque mois lors de la *Yuelanhui* 月兰会(réunion de chaque mois), ou *Dahui* 搭会, *Hehui* 合会 ou *Zuohui* 做会 (Ye 2009). Selon Wang Chunguang (2000a), il faut distinguer deux types de tontine à Paris : le premier type s'appelle *Ganhui* 干会 (« Faire » la tontine) et l'autre, *Huohui* 活会 (« Activer » la tontine). Cette dernière est très populaire à Paris, car elle est la plus pratique pour les participants. Par exemple, il n'y a pas toujours nécessité d'organiser des réunions. En outre, n'importe quel participant peut avoir « la commensalité comme l'intérêt » (*ibid.*). Le *Ganhui* 干会 et le *Huohui* 活会 sont similaires dans leur fonction d'entraide au financement. Le *Huohui* est cependant plus compliqué à organiser pour l'initiateur, car il faut tenir une réunion par mois pour mettre en adjudication, collecter les cotisations, *etc.* Sans être nécessairement à but lucratif,

le *Huohui* permet cependant aux participants d'obtenir quelques intérêts. Ce type de tontines attire plus facilement que le *Ganhui* qui ne rapporte aucun intérêt. Ce dernier montre plus fortement les « sentiments d'humanité » : il s'agit d'une entraide pure, sans intérêt économique. Plus encore, il existe une possibilité de perdre des intérêts, ce qui peut décourager de s'y engager. Aussi, le *Ganhui* a-t-il été moins pratiqué en France. Les tontines organisées par les Wenzhou à Paris reposent sur des relations de solidarité et d'entraide, fondées par l'amitié et l'affection.

En Chine, La tontine est nommée *Hui* 会 ou le *Huzhuhui* 互助会 qui est une activité de crédit populaire dans la campagne chinoise. Dans la région de Wenzhou, nous utilisons souvent *Juhui* 聚会 (se réunir) ou *Cheng hui* 呈会 (Créer un rendez-vous). La tontine possède une longue histoire en Chine, elle est une forme d'entraide mutuelle par le crédit, pratiquée parmi de nombreux peuples chinois (Defu Chen 2005). En général, c'est l'initiateur (chef ou président) qui invite quelques amis ou proches (*huijiao* 会脚 littéralement « pied de la réunion » c'est à dire « membre » ou « participant »). Cette réunion a lieu régulièrement et à chaque fois, les participants doivent payer une cotisation. Dans un premier temps, l'initiateur a la priorité de l'utilisation du montant total des cotisations; dans un second temps, chaque membre peut alternativement en devenir bénéficiaire en fonction des règles de la réunion. La tontine est devenue un des modes les plus importants de collecte des fonds informels dans la région de Wenzhou à partir des années 1980. À cette époque-là, le nombre de participants est variable, allant de 2 à 101 participants. La durée est d'environ un an, parfois cinq, avec un maximum de huit ans et quatre mois (101 mois) (Luo et Fang 1986, p35). Dans la région de Wenzhou, nous pouvons distinguer deux formes principales de tontines en fonction du mode d'attribution des fonds (Luo et Fang 1986; Defu Chen 2005) : « *Biaohui* 标会 » (les tontines avec levées par enchères)[225] et « *Lunhui* 轮会 » (les tontines avec levées à tour de rôle). Nous pouvons ajouter à ces deux types principaux le « *Yaohui* 摇会 » (les tontines avec levées par le jeu de dés)[226] qui existent encore mais sont rarement mises en place aujourd'hui ; et le « *Taihui* 抬会 » (les tontines portées par plusieurs personnes)[227] *etc.* Ces deux derniers types de tontines sont des dérivés des formes principales des tontines (le *Biaohui* et le *Lunhui*). À travers notre enquête à Wenzhou (2012 et 2013), nous constatons

[225] Le « *Biaohui* » (les tontines avec levées par enchères) se déroule ainsi : les fonds sont attribués au participant proposant l'enchère la plus élevée (l'adjudicataire des fonds est celui qui accepte de verser l'intérêt le plus élevé). Lorsqu'un participant a un urgent besoin d'argent, il propose généralement l'enchère la plus élevés ; après sa levée, il doit procéder à un remboursement périodique du tontinier et de l'intérêt. Ce type de tontine est en vigueur, surtout dans le district de Cangnan et dans celui de Pingyang dans la région de Wenzhou. En pratique, il existe deux types de « *Biaohui* » : Le premier type est la tontine « *Biaohui* Prime *» (Premium Bid ROSCA, Tieshui biaohui 贴水标会) :* Dans le cas où un participant est devenu le plus fort enchérisseur, il devra rembourser le montant de l'enchère qu'il a proposée et une mise initiale (cotisation) dans le reste de la période. Le seconde type de tontine *Biaohui* est le mode *«* Remise *» (Discount Bid ROSCA, Tiexian biaohui 贴现标会)* (Defu Chen 2005, p10).

[226] Le « *Yaohui* 摇会 » (les tontines avec levées tirées au sort) qualifie les tontines utilisant le tirage au sort lors de chaque réunion pour déterminer le bénéficiaire de la levée.

[227] Ce type de tontine se caractérise par une structure pyramidale : le tontinier initial doit sous-traiter à des sous-tontiniers l'organisation de sous-tontines. L'article de Thierry Pariault (2009) dans le livre de « Pratiques micro-financières en Chine » détaille les réalités de ce fonctionnement.

que la tontine s'est développée non seulement dans l'économie réelle de Wenzhou, mais aussi dans d'autres champs sociaux tels que le mariage, la construction de maison, *etc.*[228]

En résumé, le « Modèle de Wenzhou » repose sur un financement initial des entreprises *via* le crédit informel, dont la figure centrale est la tontine. En France, les entrepreneurs Wenzhou ont mobilisé dans un premier temps le système de la tontine, dans sa forme non lucrative. Dans la région de Wenzhou, ce mode de financement a été très important au commencement du développement économique de la région. Les formes de tontine étant passées d'un système d'entraide à une forme lucrative, les entreprises ont diversifié leurs sources de financements, notamment en ayant recours aux entrepreneurs de la diaspora. Aujourd'hui, le développement d'entreprises dans cette région s'appuie rarement sur ce système d'entraide.

[228] Entretien avec Monsieur WLG, fabricant de Currency-counting machine, le 22 octobre 2012 et le 9 août 2013 à Wenzhou; Entretien avec Monsieur PAN, responsable du Centre d'Enregistrement des Services de Prêts Privés de Wenzhou, le 26 août 2013, à Wenzhou.

5.3 Les produits distribués par l'entrepreneuriat Wenzhou

5.3.1 Un système d'exclusivité dans la distribution en France

Le « Modèle de Wenzhou » se spécifie par une distribution à échelle nationale ou internationale, reposant sur l'existence de réseaux migratoires. Les produits de Wenzhou sont principalement issus du secteur manufacturier requérant une forte main-d'œuvre. La commercialisation de ces produits en Chine et à l'international est opérée initialement par des Wenzhou.

Ainsi, en Chine, pouvons-nous rencontrer des entrepreneurs de Wenzhou dans différentes régions et dans des villes de moyennes et grandes tailles, notamment à Pékin, à Shanghai, à Guangdong et à Yiwu. L'extension du marché à l'échelle nationale a été permise initialement grâce aux ressources migratoires des Wenzhou. L'entreprise Chint est un bon exemple de l'importance des ressources offertes par les réseaux migratoires pour le développement d'une entreprise. En effet, Chint a bénéficié des ressources de la diaspora Wenzhou en Chine pour la distribution de ses produits dans le pays. Ce sont notamment les agences commerciales tenues par des Wenzhou sur l'ensemble du territoire chinois qui ont rendu possible la vente de ses produits dans le pays. Le groupe Chint a développé plus de 2 000 points[229] de vente en Chine tenus quasiment tous par la diaspora Wenzhou en Chine (nous allons développer les réseaux d'entrepreneurs plus en détail dans le chapitre 6.)[230].

Les entreprises Wenzhou (notamment le commerce de gros d'importation) dans la région parisienne reposent, elles aussi, sur ce principe de distribution des produits *via* les réseaux migratoires. En effet, leurs activités commerciales en France sont liées aux activités productivités de la région de Wenzhou, et plus largement, de la Chine. Plus précisément, les entreprises Wenzhou en France organisent et réalisent la distribution et la vente de produits fabriqués presque exclusivement en Chine. Il est important de souligner que la diaspora Wenzhou d'outre-mer a joué un rôle très important dans le développement des activités économiques de cette région, cependant, ce rôle a perdu de l'importance au cours des dernières années. C'est ce qu'explique WHJ, entrepreneur de fabrication de briquets : « La diaspora Wenzhou est en train de jouer un rôle de moins en moins important dans la distribution du marché international. Et ce, parce que la majorité des clients étrangers font directement des affaires avec nous. Avant, le commerce de *Huaqiao* (diaspora Wenzhou) a apporté nos produits bon marché en Europe pour les faire connaitre aux étrangers »[231].

Cette idée est confirmée par PXZ, né à Wenzhou et propriétaire d'un magasin de vente en gros (optique) à Aubervilliers. PXZ est venu en France en 1987. Il a transféré sa première affaire dans le secteur du briquet à Aubervilliers en 1992. À son arrivée en France, il a découvert un marché potentiel dans la vente de briquets anti-vent et a décidé de faire des importations de ces produits depuis Wenzhou. Il devint ainsi le premier commerçant chinois dans ce secteur de vente. Il raconte ainsi son histoire :

---

[229] Comme nous a dit la responsable enquêtée : « 98% des points de vente sont tenus par des Wenzhou de nos jours ».
[230] Entretien avec Monsieur WZH, un adjoint directeur Chint, le 12 octobre 2012 à Wenzhou.
[231] Entretien avec WHJ, le 10 octobre 2012 à Wenzhou.

« Si j'ai choisi de vendre des briquets, c'est parce que j'ai trouvé que les produits de briquets sont à la mode sur le marché français. De plus, c'était facile de vendre ce type de produits. Par exemple, à l'étranger, les Wenzhou savaient faire reproduire la technique italienne pour la fabrication de briquets. Auparavant les briquets étaient allumés avec du feu, mais après le traitement technique, les briquets sont sans feu ou à feu plus faible. Avec l'amélioration de ce type de briquets, les Japonais ont pu vendre leurs produits de 300 à 500 de francs par pièce en Europe au début des années 1990. Mais après l'amélioration effectuée par des Wenzhou, nous pouvons les vendre entre 12 et 15 francs par briquet. Si nous faisons des importations puis nous les vendons au détail, le prix est d'environ 40 francs. De ce fait, les briquets sont devenus des produits de consommation populaire alors qu'ils étaient réservés à la consommation haut de gamme. Beaucoup de personnes m'ont suivi dans l'importation de briquets pour la vente au détail, les briquets n'étant plus produits 'à haute technique'. Maintenant, je dois souligner l'existence d'une loi française concernant la taxe d'allumette. Selon cette loi, on doit payer quatre fois le prix d'un briquet. Mais, si l'on importe des briquets en provenance d'Italie, il n'y a pas de perceptions d'impôts ; alors on est allé en Italie pour importer des briquets car ces produits étaient meilleur marché qu'en France. Nombre de commerçants chinois d'Italie achetaient des briquets auprès de moi ; mais il existait des commerçants chinois d'Italie qui importaient directement des produits de Chine. Par ailleurs, il y a également beaucoup de clients qui passaient par moi pour importer des briquets, et qui font désormais directement des importations depuis la Chine, ce qui leur revient moins cher. C'est pour cela que j'ai arrêté de faire de l'importation dans le secteur de briquets. »[232].

PXZ s'approvisionnait chez WHJ en Chine. Ce cas révèle effectivement que la diaspora Wenzhou d'outre-mer a joué un rôle important dans la distribution des produits chinois, mais que celle-ci participait plus autrefois qu'aujourd'hui au développement économique de la région.

Ainsi, pour une bonne part, les activités commerciales de la diaspora Wenzhou dans la région parisienne sont liées aux activités industrielles et commerçantes des Wenzhou en Chine. Conséquence : d'une part, les produits commercialisés en France relèvent principalement de la confection, la maroquinerie, la bijouterie, la chaussure et la lunette. D'autre part, la majorité des produits distribués par les entrepreneurs Wenzhou en France sont importés de Chine.

5.3.2 Un système homogène d'approvisionnement en Chine

Comme nous l'avons mentionné dans la partie 5.1, si les activités des entrepreneurs chinois dans la région parisienne incluaient dans un premier temps la fabrication de produits de maroquinerie, celle-ci a presque entièrement disparue (notamment en maroquinerie) de nos jours. Sous l'influence de l'ouverture économique de la Chine, le secteur des activités commerciales de la diaspora Wenzhou qui s'est le plus développé consiste en la vente en gros de produits importés, principalement fabriqués en Chine. C'est ce que révèle l'enquête de terrain que nous avons menée dans les quartiers

[232] Entretien avec Monsieur PXZ, grossiste d'opticiens, le 16 avril 2013 à Aubervilliers.

où la majorité des entrepreneurs diasporiques de Wenzhou se sont implantés (Arts et Métiers-Temple, Sedaine-Popincourt et Aubervilliers). L'enquête par questionnaire réalisée à Aubervilliers confirme ces informations. Dans l'ensemble des observations et entretiens réalisés, nous notons une certaine homogénéité concernant le système d'approvisionnement depuis la Chine et l'organisation de la distribution des produits.

L'enquête par questionnaires qui a été réalisée auprès de 58 grossistes chinois à Aubervilliers (sur 69 magasins chinois), relevant de différents secteurs commerciaux, et notamment de la confection, de la maroquinerie, de la chaussure, des accessoires, de la bijouterie fantaisie, des lunettes, de bazar, nous a permis de préciser les sources d'approvisionnement en marchandises.

La question suivante a été posée aux entreprises : « Où achetez-vous principalement vos produits ? » Question à choix multiples, plusieurs propositions leur étaient soumises concernant les lieux d'approvisionnement, considérés comme des pôles diasporiques de réseaux commerciaux. Leurs réponses placent Canton (32) en premier lieu, puis vient la région de Wenzhou (20). L'Italie (12) apparaît comme leur troisième pôle d'approvisionnement et l'Espagne (6) en quatrième. La France et Beijing n'ont été signalées par aucun répondant, et des lieux comme Yiwu, Hangzhou, Shanghai et l'Asie du Sud-Est n'ont obtenu que peu de réponses. Le tableau ci-dessous représente ces réponses :

Tableau 29 Où achetez-vous principalement vos produits ?

Régions d'origine	Nombre de réponses
Canton	32
Wenzhou	20
Italie	12
Espagne	6
Yiwu	4
Asie du Sud-Est	3
Hangzhou	2
Shanghai	1
Beijing	0
France	0
Autres(*)	6
Non réponse	7

(*) Autres provinces en Chine : Jiangxi, Liaoning, *etc.*
(Source : Enquête par questionnaire 2013 à Aubervilliers- Rue Victor Hugo)

Le tableau 29 nous apprend que les entrepreneurs Wenzhou d'Aubervilliers font du commerce de marchandises importées. Cependant, il révèle aussi que, si une partie des entrepreneurs Wenzhou d'Aubervilliers se fournissent à Wenzhou, la majorité s'approvisionne depuis d'autres régions de Chine ou même d'autres pays (Italie et Espagne)[233]. La production de marchandises à Wenzhou n'est pas suffisante pour assurer une distribution à tous les entrepreneurs diasporiques de Wenzhou en Chine et dans le

[233] Dans ces pays il y a donc de la fabrication.

monde ; aussi les entrepreneurs diasporiques de Wenzhou en France doivent-ils chercher des fournisseurs dans d'autres régions de Chine. Notons toutefois, que même dans ces autres régions, ce sont souvent des membres de la diaspora Wenzhou en Chine qui fournissent la diaspora Wenzhou à l'international (Entretiens avec PLJ; PXZ; ZSB, *etc.*).

L'exemple de PLJ permet de saisir l'organisation économique des activités de la diaspora Wenzhou en France. Né à Wenzhou, il est venu en France en 1989. Il est propriétaire à Aubervilliers d'un magasin de chaussures, activité qu'il a initiée en 2005. Les produits qu'il vend sont importés de la région de Canton. Il explique que « s'il a choisi le secteur de l'import-export, c'est qu'il a trouvé qu'il y avait une possibilité d'intégrer le marché en France. La vente de la chaussure est aussi plus facile au niveau du transport et des douanes. » PLJ a des relations commerciales privilégiées en Chine et ses produits sont fabriqués dans la région de Canton, par des entreprises qui lui assurent un stock suffisant, qu'il réserve avec un acompte »[234].

Les exemples de Madame H, de Monsieur T et de Madame M dont les magasins se situent dans le quartier Arts et Métiers-Temple (cf.4.2.1), ou encore de Monsieur S dans le 11e arrondissement, sont également représentatifs des activités commerçantes des Wenzhou à Paris (« Extrait carnet du terrain, France » 2011). Leurs magasins font du commerce de gros respectivement de souvenirs, de bijouterie fantaisie et de bagages, de sacs et autres accessoires. Tous se fournissent à Yiwu, en Chine. Ils effectuent plusieurs fois par an des voyages d'affaires en Chine afin de s'approvisionner. Dans le cas de Monsieur S, toute sa famille et ses proches étant en France, ses liens avec la Chine sont uniquement commerciaux.

Parfois, ce sont aussi des membres de la diaspora qui gèrent et la fabrication et la distribution en diaspora. L'exemple de l'entreprise de la confection située à Wenzhou illustre bien cette dynamique[235]. Monsieur WCC, est venu en France en 1989. Il a travaillé comme ouvrier dans un atelier tenu par des Wenzhou, puis il est devenu restaurateur et ensuite propriétaire d'un atelier de confection, en mobilisant une épargne provenant de Chine. Après douze ans en France, il est rentré à Wenzhou en 1991 puis après quatre ans il a créé sa propre entreprise en 1995. Cette entreprise a été totalement autofinancée et une grande partie du capital initial provient de ses activités en France. Cette entreprise se limitait dans ses premiers sept ans d'existence à faire des achats pour la confection dans le but d'exporter ces produits vers la France. Mais elle devait passer par une société d'import-export car elle ne disposait pas de qualification d'exportation. En 2002, son entreprise est devenue une société[236] jouissant d'une complète autonomie en matière de commerce extérieur. La distribution des produits de son entreprise s'appuie sur ses deux magasins d'import-export installés dans le 11e arrondissement et à Aubervilliers, et qui sont tenus par ses enfants. Ce dernier exemple, met en évidence l'importance des liens entre la Chine et la France dans l'organisation et le développement de l'économie Wenzhou en France. Enfin, cette entreprise permet d'observer comment un système de distribution de produits repose sur des réseaux migratoires à base familiale transnationale.

---

234 Entretien avec Monsieur PLJ, grossiste de chaussure, le 28 décembre 2011 à Aubervilliers.

235 Entretien avec Monsieur WCC, fabricant de vêtement, le 10 octobre 2012 à Wenzhou.

236 Son entreprise de confection a connu un essor depuis l'année 2002 et dispose d'environ de 300 à 500 salariés en fonction de différentes saisons de l'année.

5.4 Les réseaux migratoires à base familiale comme ressources à l'organisation économique

5.4.1 L'importance des réseaux migratoires en Chine

Une des caractéristiques du « Modèle de Wenzhou » en Chine est l'importance des réseaux migratoires dans l'organisation économique. Les réseaux fournissent en effet les ressources sur lesquels repose cette organisation ainsi que le développement économique.

Dans la région de Wenzhou, les réseaux migratoires aux échelles nationale et internationale ont joué et jouent toujours un rôle clé dans le développement économique de la région. Ces réseaux migratoires ont dans un premier temps permis de faciliter la distribution de produits fabriqués par les Wenzhou et ont ainsi favorisé leur exportation vers l'étranger, contribuant ainsi à la croissance économique de la région.

Par ailleurs, nous pouvons observer que la mobilisation des réseaux migratoires pour le développement économique de la région de Wenzhou va de pair avec l'émergence et l'importance croissante d'associations commerciales en Chine (cf. 3.4.4). Celles-ci, composées principalement par des entrepreneurs Wenzhou, sont situées dans toute la Chine. Leur rôle principal consiste à défendre les intérêts des entrepreneurs Wenzhou, notamment dans un dialogue avec les gouvernements locaux (Yu et Lv 2004). Elles rendent également visible la présence de la diaspora Wenzhou et son rôle économique. Cette imbrication entre l'organisation économique de la région de Wenzhou et la mobilisation de ressources migratoires forme ainsi en Chine une diaspora entrepreneuriale.

Aujourd'hui, les autorités de Wenzhou incitent fortement les membres de la diaspora à continuer leurs investissements à Wenzhou[237].

Selon les entrepreneurs Wenzhou que nous avons interrogés, il y a eu une baisse des investissements fait par les entrepreneurs diasporiques à partir des années 2000. Aussi, XSZ et YXQ, nous ont mentionné que peu d'entrepreneurs Wenzhou en France avaient fait des investissements dans la région de Wenzhou en raison de problèmes liés à la politique locale au début des années 1990. Bien que quelques entrepreneurs diasporiques de Wenzhou installés en France y aient investi, ils ont, quelques années plus tard, fermé leurs commerces pour les déplacer vers d'autres provinces, par exemple dans le Guangdong. De plus, l'essor économique de la Chine, notamment le développement du commerce extérieur, ainsi que l'appréciation du *yuan,* ont ralenti les investissements faits en Chine. Toujours selon nos observations, les entrepreneurs Wenzhou en France ont maintenu une préférence pour la Chine afin d'y investir, mais pas exclusivement dans la région de Wenzhou.

[237] Nous allons développer ce point plus en détail dans le chapitre 7.

5.4.2 Le rôle prépondérant en France des réseaux migratoires à caractère familial

En France, l'organisation économique de la diaspora Wenzhou repose également sur des réseaux migratoires et mobilise les ressources offertes par ces réseaux. L'organisation de l'approvisionnement et la distribution des produits s'appuient en effet sur ces derniers. Le caractère familial de ces réseaux migratoires est notable. Par ailleurs, la main-d'œuvre mobilisée dans les entreprises en diaspora provient principalement de Wenzhou, ce qui montre comment se construit un marché ethnique du travail au gré de ces mêmes réseaux migratoires. Notons enfin que les associations commerciales sont très importantes pour la tenue de cette organisation économique en diaspora, bien qu'elles jouent un rôle distinct de celles de Chine. En effet, elles se concentrent surtout sur l'investissement en Chine et sur les liens avec la Chine (cf.7.3).

Nous rappelons par ailleurs que des travaux de recherche (Poisson 2004; Gao et Poisson 2005; Auguin 2009) ont montré que les Wenzhou originaires d'Ouhai et de Rui'an sont plus présents en France. Nous constatons également que, dans la région parisienne, la plupart des entrepreneurs chinois originaires de Wenzhou proviennent notamment d'Ouhai et de Rui'an dans la région de Wenzhou. À la question : « D'où êtes-vous originaire dans la région de Wenzhou ?», posée aux 58 personnes enquêtées dans l'avenue Victor Hugo à Aubervilliers, 18 provenaient d'Ouhai, 16 venaient de Lucheng (siège de la mairie de Wenzhou), 15 de Rui'an et 6 d'autres localités de la région de Wenzhou[238].

Ils révèlent l'existence de filières d'émigration entre la Chine et la France, qui, nous le verrons, sont fortement liées aux activités économiques des membres de la diaspora.

Ces filières sont observables également depuis la Chine. L'enquête officielle menée en 2006 par l'autorité locale de Xianyan[239] (Gouvernement de Xianyan 2006) est révélatrice de ces dynamiques migratoires. L'exemple du village de Suifeng du bourg de Xianyan dans le district d'Ouhai de la région de Wenzhou est intéressant à observer. En effet, parmi les personnes nées dans ce village et leurs descendants, il y a eu en 2006 1 008 personnes[240] « migrantes », issues de 359 familles. Sur ces 1 008 personnes, nous pouvons distinguer 522 hommes et 486 femmes, de composantes ethniques *Han* 汉[241] (965) et *Hui* 回[242] (43). 614 de ces personnes sont nées entre 1960 et 1989 dans le village de Suifeng. Ils avaient entre 17 et 46 ans (60,91%) lors de leur émigration.

---

238 Enquête par questionnaire à Aubervilliers, avril et juin 2013.

239 Xianyan : un bourg du quartier de district urbain d'Ouhai dans le département de Wenzhou (voir chapitre 2).

240 Sur ces 1 008 personnes, 864 sont nées à Wenzhou, les autres sont leurs descendants ou leurs conjoints.

241 *Han* : la « nationalité han » (*hanzu* 汉族) rassemble plus d'un milliard de personnes, soit près de 92% de la nation chinoise officiellement définie comme État multinational composé de 56 nationalités(Béatrice 2006).

242 *Hui* : signifie « musulman » depuis le 15e siècle. Il désigne la « nationalité hui » (*huizu* 回族) formée par près de dix millions de musulmans de langue chinoise. Les *Hui* sont une ethnie de Chine qui en constitue l'une des 56 nationalités. Depuis 1955, les *Hui* ont la Région autonome hui du Ningxia. Ils se caractérisent par une double appartenance culturelle, musulmane et chinoise. La plupart des *Hui* sont phénotypiquement similaires aux chinois *Han* à cela près qu'ils pratiquent l'islam. Dispersée sur l'ensemble du territoire chinois dans toutes les grandes villes et dans la plupart des districts. Ils vivent principalement dans le Nord-Ouest de la Chine (Ningxia, Gansu, Qinghai, Xinjiang), mais les communautés existent à travers le pays, par exemple à Pékin, Hebei, Henan Yunnan et Zhejiang (Elisabeth 2006, p127; « Hui (ethnie) » 2016).

Concernant la question des pays d'installation de ces migrants, nous pouvons voir que 496 personnes se sont installées en France et 458 en Italie. Les autres sont dispersées dans d'autres pays et régions, notamment en Espagne, au Portugal, en Roumanie, en Allemagne, en Grèce, en Hollande et à Hong Kong.

Tableau 30 Aperçu des pays d'installation en 2006 des personnes originaires du Village de Suifeng

Pays d'installation	Estimation	Part (%)
France	496	49,21%
Italie	458	45,44%
Espagne	21	2,10%
Roumanie	10	0,99%
Hollande	9	0,89%
Hong Kong	6	0,60%
Portugal	3	0,30%
Grèce	2	0,20%
Allemagne	1	0,10%
Inconnu	2	0,20%
Total:	1008	100%

(Sources : Enquête personnelle 2013, Gouvernement locale de Xianyan, Wenzhou)

Ces données montrent que dans le même petit village de Suifeng, différentes familles ont envoyé plusieurs de leurs membres dans les mêmes pôles de la diaspora. Un effet de chaine familiale est observable : un des parents ou un fils aîné part dans un premier temps avec le soutien de tous les siens. Tous ont l'espoir que sa situation se règlera au plus vite et que ses proches pourront le rejoindre rapidement. L'exemple de ce village n'est pas un cas particulier à Wenzhou. Il permet d'observer le rôle central des réseaux migratoires dans la constitution de la diaspora et plus précisément, il met en évidence le caractère familial de ces réseaux.

L'exemple de Monsieur LIN, installé dans le quartier Arts et Métiers-Temple, est révélateur : Originaire de Wenzhou, cet homme d'environ 50 ans est propriétaire de l'entreprise de décoration où il travaille. Il est arrivé en France en 2000, suivit de sa femme, 8 mois plus tard. D'autres membres de sa famille ont émigré en France par la suite. Il est très satisfait de sa vie à Paris, où nombre de ses proches se sont installés. Ses affaires lui rapportent jusqu'à cent mille euros par an de recette selon ses propos. Il a actuellement pris en charge 4 chantiers dans lesquels il est chargé de faire la décoration ou rénovation chacun valant 30 ou 40 mille euros. Ses employés reçoivent 80 euros de salaire net par jour (un peu plus du SMIC de l'époque pour 8 heures journalières). Il est très fier de ses affaires. Aujourd'hui, il n'a toujours pas régularisé sa situation, mais il ne s'inquiète pas beaucoup pour ses problèmes de papiers, car il a beaucoup de proches en France. La Chine, où sont restées sa mère et sa belle-mère, lui manque beaucoup, mais il n'a pas la possibilité d'y rentrer en raison de sa situation irrégulière en France. (« Extrait carnet du terrain, France » 2011)[243]Cet exemple révèle l'existence de réseaux migratoires

[243] Entretien avec Monsieur LIN, le 25 décembre 2011 à Paris.

familiaux ainsi que la solidarité existante entre les membres des familles de Wenzhou. Ces familles jouent un rôle central (Poisson 2004; Auguin 2009) dans la construction sociale et spatiale de la diaspora, mais également, comme nous allons le voir, dans son organisation économique.

Le cas de WLS révèle comment s'articulent parcours migratoires inscrits dans un réseau migratoire familial et activités économiques. Cet homme, originaire de Wenzhou, est arrivé en France en 1985 dans le cadre d'une visite à sa famille. Il est resté en France et a travaillé dans un atelier de maroquinerie pendant une année. Par la suite, il a ouvert son propre magasin de maroquinerie grâce au soutien financier de toute sa famille résidant à Paris. Après quelques années de développement de son activité, il a, ouvert plusieurs magasins de maroquinerie à Paris, et une usine de fabrication de maroquinerie à Huadu dans la province de Guangdong, en Chine. Son usine de Huadu emploie environ 200 salariés[244]. Pour monter ses affaires WLS a mobilisé un financement issu de sa famille proche située en France et n'a pas fait appel au système de la tontine. Une telle situation s'observe régulièrement chez les entrepreneurs Wenzhou de Paris. Lorsque les activités des membres de leur famille présente en France sont prospères, ils trouvent auprès d'eux le financement nécessaire à leurs activités, sans avoir à faire appel à la tontine. Les familles de Wenzhou à Paris apparaissent donc plus claniques et organisées que celles des Wenzhou en Chine. Mais l'influence du « clan familial »[245] dans le soutien financier, dépend également de leur origine, c'est-à-dire du point de savoir, s'ils viennent de la campagne ou de la ville.

Par exemple, au sujet du recours à une tontine, PZP a expliqué qu'il n'en a pas bénéficié, par ce qu'il est originaire de la zone urbaine de Wenzhou. Selon lui, les Wenzhou qui proviennent de la campagne disposent d'avantages liés à l'influence du clan familial, qui leur permettent d'organiser une réunion pour mettre en place la tontine[246]. PDT explique également : « Je n'ai pas utilisé la tontine. Si je n'ai pas utilisé la tontine, c'est parce que ma famille proche ne s'entend pas bien avec ma famille éloignée. Ainsi, les tantes et les autres proches nous ont emprunté de l'argent. Voilà, je ne profite pas de la tontine pour notre propre affaire. »[247] Il nous semble que le recours à la tontine dépend non seulement du niveau de « solidarité » dans la famille comme dans le cas de PDT, mais aussi de la politique du système d"enregistrement des ménages (*Hukou*)[248] comme dans le cas de PZP.

---

[244] (« Extrait carnet du terrain, Wenzhou » 2013).

[245] Un « clan familial » est un groupe patrilinéaire et patrilocal se réclamant d'un même ancêtre. James L. Watson. *Chinese Kinship Reconsidered: Anthropological Perspectives on Historical Research*. On: *China Quarterly*, n. 92, December 1982.

[246] Entretien avec Monsieur PZP, restaurateur japonais, le 28 décembre 2013 à Paris.

[247] Entretien avec Madame PDT, propriétaire de Tabac-Bar, le 31 décembre 2013 à Paris.

[248] Le « *hukou* 户口 » désigne « livret d'enregistrements de résidence » ou « système d'enregistrement des ménages ». Il est le principal document d'identité d'un Chinois. Il indique le lieu de résidence officiel d'une personne, classée rurale ou urbaine. Famille rurale et urbaine sont différenciées pour divers domaines : la politique démographique qui leur est appliquée, l'accès au logement, aux soins médicaux, à l'école, la priorité à l'emploi vire le mariage.

5.4.3 Une organisation reposant sur un marché ethnique du travail

Les activités économiques de la diaspora Wenzhou s'organisent donc autour des réseaux migratoires, notamment à caractère familial. L'approvisionnement, la distribution des produits et le financement des entreprises sont étroitement liées à ces réseaux migratoires. Mais, cette articulation entre organisation économique et réseaux migratoires mobilise encore une autre ressource : la main-d'œuvre en provenance de la région de Wenzhou.

Ainsi, « les entreprises chinoises forment un dispositif économique dont la cohérence est marquée par l'importance des liens qu'elles entretiennent entre elles et par la prévalence du caractère ethnique dans les relations qui unissent les différents acteurs (patrons, travailleurs, ménages) » (Ma Mung 2002, p190).

Un marché ethnique du travail existe en diaspora, ce qui n'est pas le cas dans la région de Wenzhou. En effet, si à Wenzhou, la source de main-d'œuvre est davantage diversifiée pour les entrepreneurs qui embauchent également des personnes provenant de provinces voisines (Anhui, Jiangxi, *etc.*), en France, les entreprises Wenzhou emploient principalement des Wenzhou. Ainsi, la majorité des entrepreneurs Wenzhou recrutent des employés de leur même groupe et la majorité des travailleurs originaires de Wenzhou travaillent pour des entrepreneurs Wenzhou en France. Plus encore, il semble que ce système s'inscrit dans un premier temps dans les réseaux familiaux.

Les entreprises jouent un rôle central dans l'organisation de la diaspora dans la mesure où elles emploient une grande partie de la population active migrante d'origine chinoise. En 1990, Emmanuel Ma Mung (2002) estime que les entreprises chinoises de l'agglomération parisienne dans les secteurs de la restauration et du commerce alimentaire comme non-alimentaire employaient à elles seules 40% de la population active d'origine chinoise installé dans la région. Si l'on compte les autres entreprises, dans les secteurs de la confection, de la petite industrie alimentaire, et de services divers, il est vraisemblable que l'ensemble emploie à cette époque entre la moitié et les trois quarts de cette population (*ibid.*).

D'après Emmanuel Ma Mung (2002), cela ne signifie pas que tous les Chinois sont des petits entrepreneurs, loin de là, mais que la plupart de leurs revenus provient de ces entreprises, qu'ils en soient les propriétaires ou des employés. Nous pouvons voir que la diaspora chinoise non seulement a formé un dispositif économique en vertu d'un principe entrepreneurial, mais a aussi provoqué l'apparition d'un marché ethnique chinois du travail.

En émigrant, les Wenzhou ont emporté avec eux des ressources (traditions culturelles, tontine, liens familiaux et confiance affective) qu'ils ont mobilisées pour tenter de développer des affaires dans les pays d'accueil. Ils ont mis en place des supermarchés, des restaurants et des centres commerciaux de distribution en gros, toujours dans les mêmes types d'activités.

Les conditions de travail dans ces entreprises chinoises sont moins bonnes que dans des entreprises françaises, mais les migrants Wenzhou y trouvent des avantages pour mettre en place leurs stratégies migratoires et de travail.

5.4.4 Un reflet du marché ethnique du travail : le site *Huarenjie.com*

Le site *Huarenjie.com* a été créé et est géré par la société *Sinocom*[249] depuis le 25 avril 2006. Il constitue une source d'informations importante et une plateforme de la vie sociale et affective pour la diaspora chinoise en France. Selon les informations recueillies sur le site, il fonde son dynamisme sur la population des immigrants chinois en France. Ceux-ci disposent de nombreuses annonces gratuites, alimentent un forum actif, et exercent une veille quant aux activités liées aux immigrants chinois. Ce site propose aussi des jeux en ligne, des vidéos dans le dialecte de Wenzhou et des services de SNS[250] , ce qui en fait un site utile à la diaspora chinoise.

Le site chinois de *Huarenjie.com*, fondé par des Wenzhou, est très connu en France de la diaspora chinoise. D'après son fondateur, l'objectif de la création de ce site est avant tout de satisfaire les besoins fondamentaux des migrants chinois installés en France, plus particulièrement des Wenzhou, et plus spécifiquement en ce qui concerne l'accès aux services de demande et d'offre d'emploi[251]. Il est à souligner que les annonces et les discussions du site sont exclusivement en chinois. Les travailleurs migrants de Wenzhou mettent ainsi à disposition leur force de travail *via* cette importante plateforme médiatique ce qui est en tant qu'une plateforme importante depuis ces cinq dernières années.

Aujourd'hui, plusieurs versions de ce site ont été créées en fonction des pays auxquels il est destiné, ce qui est le cas en Italie, en Espagne, en Allemagne, en Grande-Bretagne, aux Pays-Bas, en Autriche, en Suède, en Algérie, par exemple, comme dans d'autres pays[252]. Toutes ces versions ont une appellation commune (*huarenjie.com*), mais il faut ajouter le nom du pays selon les différents pays (par exemple, « http://yidali.huarenjie.com/ » ou « http://faguo.huarenjie.com/ » ou « http://xibanya.huarenjie.com/»). Il est à souligner que la création de ces différentes versions du site est liée directement ou indirectement à l'existence de réseaux d'entrepreneurs Wenzhou dans les pays d'installation de la diaspora Wenzhou. Par exemple, la création du site italien « http://yidali.huarenjie.com/» s'est totalement inscrite dans le cadre de la diaspora Wenzhou entre France et l'Italie. Rappelons que *Huarenjie.com* est une entreprise privée en France dont le siège est situé à Paris. Les autres sites sont également des entreprises privées.

Selon notre observation (2014) du site *Huarenjie.com*, il existe deux grands axes de services en ligne : « *Shenghuo* 生活 » (littéralement, « Vie quotidienne », signifie les services pratiques) et la « *Shequ* 社区 » (littéralement, « Communauté en ligne », cela signifie une communauté en ligne qui est un groupe des personnes communicant par l'intermédiaire d'internet *via* différents sujet de forums).

---

[249] Etablie à Paris (75003), au 47 Rue de Turbigo, cette société à responsabilité limitée a vu le jour le 17 juillet 2006. Enregistrée à Paris, cette entreprise est spécialisée dans le secteur d'activité de la programmation informatique. Son chiffre d'affaires en 2013 s'élève à 233 400 euros (Source : http://www.societe.com/societe/sinocom-491029427.html).

[250]SNS : *Social Network Site.*

[251] Entretien avec Monsieur PRP, fondateur d'un site web de la diaspora chinoise, le 20 mars 2015 à Paris.

[252] Japon, Belgique, Pologne, Portugal, République Tchèque, Roumanie, Suisse, Grèce et Danemark.

Le premier axe de service en ligne « Vie quotidienne » comprend les douze thèmes : « immobilier »(*fangwu 房屋*)[253], « demandes et offres d'emploi » (*zhaopinqiuzhi 招聘求职*), « achat/vente de magasins » (*dianpumaimai 店铺买卖*), « équipements de restaurants » (*canguanshebei 餐馆设备*), « décoration et matériaux de construction » (*zhuangxiujiancai 装修建材*), « rue de Mariages » (*jiehunjie 结婚街*)[254] ; « *taobao* » (*淘宝*)[255], « services du quotidien » (*shenghuofuwu 生活服务*)[256], « service d'entretien » (*weixiufuwu 维修服务*), « services commerciaux » (*shangyefuwu 商业服务*)[257], « restaurants et KTV » (*canguan KTV 餐馆 KTV*)[258] et « commerce de gros en Europe » (*ouzhoumaoyijie 欧洲贸易街*)[259].

Le second axe de service en ligne « communauté » définit dix-huit thèmes différents, tel que « bavardage sur la France » (*xianliaofaguo 闲聊法国*) « secret de séduction » (*zhenqingmimi 真情秘密*), « questions diverses » (*Ni wen wen da 你问我答*)[260], « familles et enfants » (*qinzi 亲子*), « animaux de compagnie et jardins » (*chongwu 宠物*), « les amis de voiture » (*cheyou 车友*), « littérature » (*wenxue 文学*) , « curiosité » (*xianshipo 闲事婆*)[261] , « jeux » (*youxi 游戏*), « camarades et compatriotes »(laoxiangtongxue 老乡同学)[262], « rencontres amicales ou amoureuses » (*jiaoyou zhenghun 交友征婚*), « voyages et loisirs » (*xiuxian lvyou 休闲旅游*), « gourmandises » (*meishi 美食*), « la langue française » (*fayu 法语*), « photographie »

---

[253] Ce thème correspond aux services pratiques comme ceux du secteur de l'immobilier qu'il s'agisse de vente, locations, colocations, sous-locations de logements, de parking, ainsi que des services d'assurance, de crédit, *etc.*

[254] Services liés aux mariages (réalisation de vidéos, organisation de cérémonies, locations de vêtements, maquillage, soins de beauté, décoration pour les cérémonies, bijouterie, hôtellerie, *etc.*).

[255] *Taobao*, littéralement : « réseau, choisir des trésors », est le principal site web de vente en ligne de Chine, qui comprend néanmoins une rubrique concernant le marché de la diaspora chinoise en France. Le site aspire à être mieux connu dans le marché aux puces en France visant spécifiquement à la clientèle de la diaspora chinoise.

[256] Ces services sont liés aux aspects pratiques de la vie quotidienne : traduction pour particulier, activités comptables, webmaster/imprimé/copie/affichage, avocat, médecin parlant chinois, transferts d'argent, école de langue chinoise, supermarché chinois, agence touristique, *etc.*

[257] Aujourd'hui, ce thème a été remplacé par l'intitulée « loisirs et tourisme » (d'après l'observation du site le 26 janvier 2017).

[258] KTV qui se traduit par le terme de « karaoké », est une façon divertissante de chanter, habituellement en suivant les paroles sur un écran. Dans certains restaurants chinois, une fois installées dans leur salle, les clients peuvent commander à boire et à manger, puis choisir sur un écran tactile les titres qu'ils souhaitent chanter.

[259] C'est un service principalement dédié aux grossistes chinois en Europe. Ce service a pour objectif de mieux faire des échanges commerciaux (logistiques, approvisionnement, etc.), notamment pour les entrepreneurs chinois en Europe (par exemple, France, Italie, Espagne, Allemagne, Chine, Autriche, etc.). Au sein de ce secteur se trouvent les services liés aux activités de confection, en particulier du cuir et de la chaussure, de la maroquinerie, de la bijouterie, comme de l'épicerie, *etc.*

[260] « *Ni wen wen da 你问我答* », littéralement : « tu poses des questions et je te réponds. ». Il s'agit d'un service destiné à résoudre les problèmes de la vie courante et les difficultés qui impliquent le fait de travailler en France.

[261] *Xianshipo 闲事婆*, en dialecte de Wenzhou, signifie littéralement : « la femme aime bien fouiner ». C'est le nom de l'émission de la télévision de Wenzhou, la diffusion est en dialecte de Wenzhou.

[262] Il s'agit de plusieurs lieux de départ en Chine : « Wenzhou », « Wencheng », « Lishui et Qingtian », « Fujian et Taiwan », « Beijing, Tianjin et Shandong », « Dongbei », « Jiangsu Zhejiang et Shanghai », « Guangdong, Macao et Hongkong ».

(*sheying* 摄影), « mode » (*shishang* 时尚)[263], « partage d'images » (*jieyouxiu* 街友秀)[264] et « salon de thé » (*chafang* 茶坊)[265].

Illustration 7 Page d'accueil du site *Huarenjie.com* (France)

(Source : *Huarenjie.com*, consulté le 01/11/2014)

Selon des données statistiques du site *Huarenjie com*, celui-ci recueille environ 3 000 petites annonces d'offres et de demandes (concernant le travail, le logement, divers services pratiques, etc.), et plus de 4 000 messages chaque jour. Ainsi, le forum a atteint 103 000 inscrits depuis sa création en juin 2010. Entre le 22 avril et le 22 mai 2011, nous avons dénombré 1 066 369 visites au total, soit 34 400 visites par jour en moyenne. Le nombre de visiteurs uniques absolus[266] est de 191 815 par mois, soit environ 17 000 par jour [267]

Le site *Huarenjie.com* joue un rôle de plateforme similaire à celui d'un « pôle emploi » en ligne pour les Chinois : permettant aux travailleurs migrants de répondre aux annonces postées par les entrepreneurs, ou bien de déposer directement leur propre annonce proposant leur force de travail (produits ou services). La fermeture progressive de nombreux ateliers a, au début des années 2000, conduit à une croissance du chômage chez les travailleurs Wenzhou, notamment ceux n'ayant pas encore régularisé leur

[263] Nous observons en 2016 que ce thème a été remplacé par « *daigou* 代购 » (traduit littéralement, *daigou* signifie « acheter au nom de ». *Daigou* désigne les Chinois qui profitent de leur séjour ou de leur voyage en Europe ou ailleurs pour acheter des produits de luxe pour le compte d'un « client » resté en Chine, à un prix bien sûr inférieur à celui affiché dans les magasins en Chine.
[264] C'est une plateforme en ligne pour publier les photos de personnes et faire des échanges amicaux.
[265] Un forum pour bavarder et se détendre.
[266] Le nombre de visiteurs uniques absolus traduit le nombre de personnes et non pas le nombre de visites.
[267] Document fournis par la responsable technicien de *Huarenjie.com* 2014.

situation[268]. Ce contexte a donné naissance à des plateformes d'information concernant des offres et des demandes d'emplois.

Parmi dix-huit thèmes, celui de la rubrique de « offres et demandes d'emploi » joue un rôle des plus importants pour la diaspora chinoise. En effet, ce thème procure des services tels que l'échange d'informations pratiques sur l'emploi. Ci-dessous, la reproduction d'un tableau issu de *Huarenjie.com* présentant les statistiques détaillées de la fréquentation du site concernant de douze secteurs d'activités :

Illustration 8 Tableau présentant la fréquentation du site selon douze secteurs d'activité

(Source : site du huarenjie.com, consulté le 1er novembre 2014)

Dans la première colonne : nous pouvons observer quatre secteurs.

- Celui de la « restauration » (*canyinye 餐饮业*), propose plus de 40 000 petites annonces (offres et demandes d'emploi)[269].
- Dans la rubrique spéciale spécialement consacrée aux « étudiants » (*liuxuesheng qiuzhi zhaopinqu 留学生求职招聘区*)[270], le nombre total de petites annonces s'élève à 1807.

[268] Entretien avec Monsieur PRP, fondateur d'un site web de la diaspora chinoise, le 20 mars 2015 à Paris.

[269] Nous remarquons que en ce qui concerne le *tieshu 帖数*, littéralement, le « nombre d'annonces (topics et messages) », ce qui est pris en compte non seulement le nombre de sujets postés, mais aussi une suite de messages consécutifs sur un même sujet. Le *zhuti 主题,* littéralement, le « nombre de thèmes postés » désigne généralement le nombre de petites annonces dans ce site. Nous considérons que le *zhuti 主题* correspond généralement au nombre de petites annonces observées.

[270] C'est une sous rubrique intitulée « étudiant » consacrée aux étudiants chinois présents en France. Nous avons observé que de plus en plus d'entrepreneurs chinois préfèrent employer des étudiants chinois, et que beaucoup d'étudiants chinois préfèrent également travailler chez des entrepreneurs chinois. Ce site a créé cette sous-rubrique spéciale afin de satisfaire aux besoins du marché de l'emploi des entreprises chinoises. En effet, le recrutement des étudiants est, pour les employeurs, l'un des moyens d'abaisser leurs coûts.

- Dans le secteur du « distributeur de publicités » (*guanggao paifayuan 广告派发员*), ce qui porte le total à 480 petites annonces postées.
- Pour le secteur de « assistante maternelle » (*daiyang xiaohai 带养小孩*)[271], le nombre de petites annonces est de 1 651 au total.

La deuxième colonne divisée en quatre secteurs différents :

- concernant la sous-rubrique qui signifie le secteur de « commerce, secrétariat et activités comptables »[272]. Le nombre total de petites annonces est de 7 046.
- Pour la sous rubrique de « services à la personne »[273], le nombre de petites annonces est de 9 249.
- En ce qui concerne la sous-rubrique de la « confection »[274], nous observons 6 228 petites annonces publiées au total.
- Enfin la dernière sous rubrique intitulée « autres domaines »[275] présente 5 517 petites annonces postées de notre observation.

Au sein de la troisième colonne, une seule sous-rubrique intitulée « enseignement à domicile/offre d'enseignement à l'école » présente 551 annonces publiées.

- Les autres rubriques de la troisième colonne ne présentent en effet pas d'annonce, à l'exemple de la rubrique « *lao wai gong 老外工*» (littéralement, un travail pour les employeurs étrangers)[276], qui ne comprend que quatorze annonces au total ou encore de la rubrique « chauffeur » qui présente un total de 647 postes.
- La dernière sous-rubrique est consacrée aux thèmes mêlés de la « décoration/matériaux de construction/fabrication d'enseignes commerciale /vidéosurveillance » aux quels l'utilisateur accède grâce à un lien renvoyant à contenu extérieur du site *Huarenjie.com*. En effet, en raison de l'importance de

---

[271] La sous-rubrique du site intitulé *daiyang xiaohai 带养小孩*, qui signifie littéralement, « s'occuper des enfants ». L'observation des annonces révèle que ses gardes s'effectuent exclusivement chez les particuliers proposant leurs services (chez une famille chinoise ou chez une femme chinoise) qui accueillent un jeune enfant dont les parents ne peuvent pas assurer la garde durant la journée. Il nous semble donc qu'il s'agisse de ce que l'on nomme en France un service de « garde d'enfants » qui correspond au système de l'« assistante maternelle » (crèche particulière » chez Chinois) dans le cadre de la catégorie socioprofessionnelle (selon Insee).

[272] Sur la page web du site, ce sont les termes de *shouhuoyuan 售货员*/*wenmi 文秘*/*kuaiji 会计*/*lihuo 理货* qui définissent ce secteur, reprenant le nom de la sous rubrique, termes qui se traduisent, littéralement, par ceux de « vente/secrétariat/comptabilité/magasinier ». Ils désignent essentiellement des emplois situés au sein d'établissements commerciaux chinois.

[273] Le site définit ce secteur en ces termes : *baomu 保姆*/*yuesao 月嫂*/*zhongdiangong 钟点工,* soit littéralement, « garde d'enfants à domicile)/*Mom and baby after brith caregiver* /*hourly worker* ». Nous avons observé que l'ensemble de ces services domestiques sont des services à la personne (jeune enfant, personne âgée) effectué à domicile.

[274]Le site définit ce secteur en ces termes *chegong 车工*/*tanggong 烫工*/*caijian 裁剪*/*zagong 杂工*, soit littéralement, « façonnier/repasseu(r)/coupeur (euse)/manutentionnaire », désigne essentiellement l'emploi dans la confection.

[275] Il s'agit de plusieurs types d'emplois, comme ceux de masseur (euse), manucure, esthéticien (ne), coiffeur (euse), apprentissage, *etc.*

[276] La sous rubrique est intitulée en chinois *laowaigong 老外工,* soit littéralement : « le travail pour les employeurs étrangers ». Ici, l'« étranger » désigne les Français ou les autres groupes de migrants. Il est à souligner que les Chinois en France considèrent généralement les Français comme « étranger » sur le point de vue du marché ethnique du travail.

la décoration et du matériel, le site *Huarenjie.com* a créé un site entièrement dévolu par le service du bâtiment.

Nous remarquons que les différentes catégories d'emplois ou de secteurs d'activités présents sur le site ont été créées par les responsables du site. Ainsi, ils ne correspondent pas toujours aux catégories usuelles ou catégories habituellement utilisés en France à des fins de la classification.

Nous rappelons également que le visiteur du site peut déposer plusieurs petites annonces avec un seul compte ou sans compte. Le compte de chaque visiteur ne représente pas toujours une personne physique, car il est possible qu'une seule personne puisse avoir plusieurs comptes sur le site. D'autre part, il existe des limites concernant le nombre de petites annonces postées par compte[277].

Malgré cela, les statistiques concernant les petites annonces faites sur le site nous permettent de souligner la relation existante entre l'offre et la demande d'emploi. À l'appui de celles-ci, nous tentons ici, en ayant présentes à l'esprit-toutes ces réserves, de dresser une image de la situation de l'emploi au sein de la diaspora chinoise.

Afin de préciser notre analyse, nous avons étudié plus particulièrement la rubrique intitulée en chinois *zhaopin qiuzhi 招聘求职*, littéralement, « demande et offre d'emploi » du site. Ces données sont traduites dans les tableaux suivants.

Tableau 31 Statistiques de la rubrique « offres et demandes d'emploi »

« Sous rubriques »[278]	Total des annonces parues par sous rubriques
Restauration	42374
Service à la personne	9249
Commerce, secrétariat et activités comptables	7046
Confection	6228
« Étudiants »	1807
« Assistante maternelle »	1651
Chauffeur	647
Enseignant à domicile et offre d'enseignement à l'école	511
Distributeur de publicités	480
Travail pour les « étrangers »	14
Autres domaines**	5517
Décoration/Matériel/Panneaux/ Vidéosurveillance	-
TOTAL	75524

(Source : *Huarenjie.com*, consulté le 1er novembre 2014)

**Masseur (euse), manucure, esthéticien, coiffeur (euse), apprentissage, *etc.*

[277] Concernant le fonctionnement des annonces des offres d'emploi, l'entrepreneur peut déposer une petite annonce pour plusieurs types de travail dans un seul secteur d'activités. Sur le plan de la demande d'emploi, le travailleur peut déposer une petite annonce pour demander plusieurs types de travail dans un même secteur. Il est impossible de poster une petite annonce pour plusieurs secteurs d'activités sur ce site, mais il est possible qu'une personne dépose plusieurs petites annonces de demande d'emploi. Ainsi, le nombre d'annonce ne correspond pas *stricto sensu* au nombre de personnes en ayant déposé au moins une. Par ailleurs, il est important de souligner que chaque petite annonce reste normalement 30 jours. Des « modérateurs » contrôlent et suppriment les doublons tous les deux jours.

[278] Selon le site, l'appellation en chinois intitulée *zibakuai 子版块*, littéralement « sous-rubriques », désigne les différentes catégories d'emploi ou secteurs d'activités postées. Par exemple, la sous-rubrique intitulée « étudiant », comprends plusieurs secteurs d'activités. Par ailleurs, afin de mieux analyser ces secteurs, nous avons essayé de les redéfinir selon la nomenclature Insee, mais le site révèle des catégories d'emplois non habituelles en France. Les différentes catégories d'emplois se chevauchent possiblement.

Le tableau 31 présente les annonces parues dans la rubrique « demandes et offres d'emploi » au 1er novembre 2014, avec les sous-rubriques dans lesquelles elles sont inscrites. Le nombre total d'offres et de demandes d'emplois parues dans la rubrique « restauration » est de 42 374 [279] sur huit mois. Ces chiffres révèlent clairement l'importance du secteur de la restauration dans le marché ethnique chinois du travail.

Ce site nous a donc fourni des données quantitatives concernant l'offre d'emploi et la demande d'emploi proposées. Alors qu'il n'existe aucun chiffre officiel sur le marché ethnique chinois du travail en France, nous trouvons ici des données permettant d'éclairer la répartition par secteur de ce marché ethnique du travail, les types d'emplois trouvés par les migrants Wenzhou en France et leur nombre.

Le tableau 32 suivant approfondit les informations concernant l'offre et la demande d'emploi dans le secteur de la « restauration ».

Tableau 32 Offres et demandes d'emplois de la catégorie de la « restauration »

Types d'empois	Offres d'emploi (O)	Demandes d'emploi (D)	O/D
Serveur/serveuse de restaurant	12956	3674	3,53
Chef de cuisine	2767	2046	1,53
Sous-chef de cuisine/seconde cuisine	3507	3736	0,94
Troisième de cuisine (friture)	3050	3390	0,90
Plongeur/ménages nettoyages	4006	4451	0,90
Maître-sashimi (Sushi)	2789	2226	1,25
Maître-yakitori (Brochettes)	2877	2400	1,20
Livreur à domicile	2224	817	2,72
Serveurs en Bar/en Salon de thé	2447	2047	1,20
Divers ou autres emplois	1550	2018	0,77
Total	38173	26805	1,42

(Source : *Huarenjie.com*, consulté le 01/11/2014)

Dans la « restauration », selon le tableau présenté ci-dessus, le nombre des offres d'emploi s'élève à 38 173 et celui de la demande d'emploi est de 26 805. Il nous faut avant tout préciser que plusieurs limites existent à la présentation de ces chiffres, liés au fonctionnement du site.

D'abord, nous pouvons voir que le nombre de petites annonces pour des offres d'emploi (38 173) ajouté à celui des demandes d'emploi (26 805), soit 64 978 est supérieur au nombre total de petites annonces (42 374). Ceci peut s'expliquer par le fait qu'une personne qui met une petite annonce pour rechercher un emploi dans la colonne de demande d'emploi peut remplir plusieurs types d'emploi dans un seul secteur d'activités. Dans ce cas-là, si l'on compte le nombre de petites annonces par type d'emploi, le biais d'un compte double, soit la répétition de la même annonce, est bien présent. De ce fait, le nombre de demandes d'emploi est supérieur au nombre de personnes cherchant l'emploi. À l'inverse, une personne ou une entreprise qui offre un emploi ne remplit généralement pas plusieurs secteurs dans sa description, car le site ne le

[279] Ces petites annonces sont parues du 31 janvier 2014 au 1er novembre 2014, soit pendant une durée de 8 mois.

permet pas. Aussi, le nombre de petites annonces d'offres d'emploi du secteur est plus proche du nombre d'offres réel.

Par ailleurs, il est à souligner que les informations du site sont actualisées chaque seconde. Le nombre d'annonces est variable avec le temps. Il serait faux d'affirmer que pour un secteur défini, le total d'offres d'emploi ajouté au nombre total de demandes d'emploi est exactement égal au total d'annonces.

Pour les données correspondant au secteur de la restauration, il est nécessaire de remplir quatre critères pour déposer une petite annonce:

- La nature de l'annonce : demande ou offre d'emploi
- Type du travail : serveur/serveuse ; chef de cuisine ; sous-chef de cuisine/second de cuisine ; troisième de cuisine (friture) ; plongeur/ménages nettoyages ; maître-sashimi ; maître-yakitori ; livreur à domicile ; serveur en bar/ en salon de thé.
- Temps de travail : temps complet ; temps partiel ; week-end ; vacances d'été et travail temporaire.
- Localisation géographique : Paris *intra-muros* ; départements de 92 ; 93 ; 91 ; 94 ; 95 ; 78 ; 77 ; agglomération de Nice ; Lyon ; Marseille ; Lille ; Bordeaux ; Grenoble ; Anger ; Toulouse ; Nantes ; Annecy ; Montpellier ; Toulon ; Strasbourg ; Metz ; Le Mans ; Reims et autres villes.

Le tableau 32 met également en lumière le fait que le nombre des offres d'emploi est supérieur au nombre des demandes d'emploi (O/D=1,42). C'est le poste de « serveur et serveuse » qui domine les offres d'emploi (O/D=3,53). Il est possible d'observer un développement ainsi qu'une multiplication de l'offre d'emploi dans ce domaine sur le site internet.

De plus, nos entretiens révèlent de plus en plus de grandes difficultés pour recruter des cuisiniers dans le secteur de la restauration. Cela est le cas non seulement dans des restaurants chinois classiques, mais aussi dans des restaurants japonais, et en dépit de la tendance à l'augmentation du salaire pour ces emplois.

Il apparaît ainsi que les demandes d'emploi sont sensiblement inférieures aux offres d'emploi. Par exemple, pour les postes de chef de cuisine, seconde de cuisine, troisième de cuisine et maîtres de cuisine japonaises, les offres sont presque équivalent à des demandes (O/D est égale approximativement à 1). Par ailleurs, nous observons que l'offre d'emploi est sensiblement supérieure à la demande d'emploi (O/D=2,72), ce qui montre indirectement qu'il existe certains restaurants chinois qui apprécient bien leurs services à domicile. C'est-à-dire que ces restaurants veulent une clientèle plus large.

Tableau 33 Offres et demandes d'emplois de la catégorie « service à la personne »

Types d'emploi	Offres d'emploi (O)	Demandes d'emploi (D)	O/D
Garde d'enfants à domicile	1276	4420	0,29
Travail payé à l'heure	340	2466	0,14
Aide à la personne âgée, auxiliaire de vie	179	1728	0,10
Mom and baby after birth caregiver	138	817	0,17
Divers et autres emplois	508	666	0,76
Total	2441	10097	0,24

(Source : *Huarenjie.com*, consulté le 11/11/2014)

Le tableau 33 nous montre qu'à l'inverse, le nombre de demandes d'emploi est plus élevée que celui des offres d'emploi dans le secteur du service à la personne (O/D =0,24). Le nombre de petites annonces s'élève à 10 097. Comme Gao Yun et Véronique Poisson (2005) et Lévy (2015) ont montré que les femmes du Nord de la Chine ont une importance dans les services domestiques. Ce qui nous permet de souligner que beaucoup de femmes chinoises cherchent un emploi dans ce secteur. Par ailleurs, nous voyons que c'est la « garde d'enfants au domicile » qui domine les offres comme les demandes, ce qui montre l'importance de ce type d'activités.

Tableau 34 Offres et demandes d'emplois de la catégorie « confection »

Types d'emploi	Offres d'emploi (O)	Demandes d'emploi (D)	O/D
Façonnier en atelier[280]	3566	523	6,82
Façonnier à domicile[281]	1520	220	6,91
Opérateur/opératrice piquage (surtout surfilage)	1038	155	6,70
Repassage	431	438	0,98
Manutentionnaire	404	307	1,32
Coupeur (se)	230	112	2,05
Autres emplois	635	212	3,00
Total	7824	1967	3,98

(Source : *Huarenjie.com*, consulté le 11/11/2014)

Le tableau 34, nous indique que le nombre d'offres d'emploi est nettement supérieure à celui de la demande d'emploi (O/D=3,98). Ce qui montre indirectement que des ateliers de la confection ont besoin de main-d'œuvre. Concrètement, nous voyons que pour des postes tels que façonnier (en atelier et au domicile), opérateur piquage pour surfilage, les offres sont nettement plus élevées que les demandes (O/D=6,82, O/D=6,91, O/D=6,70). Ces postes nécessitent en effet la maîtrise de techniques spécifiques au domaine de la confection (une bonne capacité en couture, un savoir-faire dans l'assemblage des vêtements en fonction des fiches techniques, *etc.*).

Tandis qu'Emmanuel Ma Mung (2000) et Gao Yun et Véronique Poisson (2005) ont souligné que la confection est un secteur très important dans les années 1990, ces données mettent en évidence que le secteur de la confection a désormais pris une moindre importance que dans les années 1990. Selon notre observation du site, il apparait des annonces déposées par les entrepreneurs turcs pour employer les migrants chinois. Ce qui nous permet de revenir une nouvelle fois aux propos de Gao et Poisson (2005), qui ont montré que le partenariat entre Turcs et Chinois dans la confection existait déjà dans les années 2000. Nous constatons ainsi que la confection est l'un des rares secteurs, où des employeurs non chinois recherchent spécifiquement à employer des Chinois.

[280] *Neichegong* 内车工, littéralement « mécanicien/mécanicienne interne », ce poste signifie qu'il faut effectuer principalement des travaux de piquage et assemblage sur machines plates au sein d'un atelier.

[281] *Waichegong* 外车工, littéralement « mécanicien/mécanicienne extérieur », ce poste signifie que le travailleur peut emporter des matières (textiles ou tissus découpés) fournis par l'employeur pour effectuer des travaux de piquage et assemblage des vêtements. Il s'agit de travail à domicile et donc exécuté à l'extérieur de l'atelier de l'employeur.

Tableau 35 Offres et demandes d'emploi de la catégorie « autres domaines »

Types d'emploi	Offres d'emploi (O)	Demandes d'emploi (D)	O/D
Masseur (euse)	2863	512	5,59
Manucure	662	250	2,65
Soins du visage	142	83	1,71
Coiffeur (euse)	198	170	1,16
Apprentissage	184	138	1,33
Autres emplois	603	371	1,63
Total	4652	1524	3,05

(Source : *Huarenjie.com*, consulté le 11/11/2014)

D'après le tableau 35, la catégorie « autres domaines » concerne principalement le secteur des soins de beauté et des cosmétiques à destination de la diaspora chinoise. Le nombre d'offres d'emploi y est supérieur à celui des demandes d'emploi (O/D=3,05), ce qui nous permet de mettre en évidence que le secteur souffre d'un manque de main-d'œuvre, mais pas plus que d'autres secteurs. Ainsi pour le poste de « masseur (euse) », les offres d'emploi sont nettement supérieures en nombre à la demande. Il nous semble que ce type d'activités s'affirme de plus en plus comme un nouveau secteur d'importance, bien qu'il souffre d'un fort manque de main-d'œuvre.

Tableau 36 Offres et demandes d'emplois de la catégorie « étudiants »[282]

Types d'emploi	Offres d'emploi (O)	Demandes d'emploi (D)	O/D
Serveur/Serveuse de restaurant	364	157	2,78
« Stagiaire »	344	104	3,31
Vendeur/vendeuse de magasin	233	120	1,94
Informatique	167	60	2,78
Secrétaire assistante	163	64	2,55
Art de l'ingénieur et concepteur	138	43	3,21
Éducation et formation	86	57	1,51
Coiffure et soins de beauté	83	29	2,86
Travail payé à l'heure	78	81	0,96
Traduction et interprétation	61	67	0,91
Comptable et caissier	54	36	1,50
Bâtiment et décoration	53	26	2,04
Finance/assurance	33	19	1,74
Chauffeur	27	12	2,25
Autres emplois (massage, *etc.*)[283]	367	142	2,58
Total	2251	1017	2,21

(Source : *Huarenjie.com*, consulté le 11/11/2014)

[282] Nous soulignons que les types d'emploi de cette rubrique « étudiant » et celles d'autres sous rubriques (par exemple la restauration) se chevauchent possiblement.

[283] Il est à souligner que la rubrique « autres emploi » de ce tableau présent un chiffre élevé par rapport aux autres tableaux (O=367, D=142). Nous n'avons pu pas en déduire une grande diversité des emplois proposés et même supposer qu'une partie concerne divers « petits boulots ». Car il est difficilement classifiables. Par exemple, la personne de la demande d'emploi dépose généralement une petite annonce qui cocher plusieurs types d'emploi dans la sous-rubrique « étudiant ».

Le tableau 36 « étudiant » recense les offres et demandes adressées aux étudiants chinois présents en France ou émises par ces derniers. Nous soulignons ici que beaucoup d'entrepreneurs chinois ont commencé à chercher des étudiants (O/D=2,21). D'après nous, une raison importante de ce constat, réside dans le fait qu'employer des travailleurs avec un statut étudiant permet aux entrepreneurs de baisser leurs coûts de production. Par exemple, les entrepreneurs chinois préfèrent embaucher les étudiants comme stagiaires (O/D=3,31) pour une durée de maximum de 6 mois, qui leur coûte moins cher qu'ils étaient travailleurs salariés.

Tableau 37 Offres et demandes d'emploi pour la catégorie « commerce, sectariat et activités comptables »

Type d'emplois	Offres d'emploi (O)	Demandes d'emploi (D)	O/D
Vendeur/vendeuse	3434	1202	2,86
Magasinier	802	1214	0,66
Secrétaire	535	216	2,48
Comptable	342	197	1,74
Emploi en supermarché	294	543	0,54
Autres types	664	961	0,69
Total	2637	4333	0,61

(Source : *Huarenjie.com*, consulté le 11/11/2014)

Le tableau 37, nous montre la situation du marché ethnique chinois du travail dans le secteur du commerce (de gros ou de détail), du secrétariat et des activités comptables. Sur le plan de l'offre du travail, nous observons que le besoin de main-d'œuvre est relativement faible dans ce secteur (O/D=0,61). En effet, en ce qui concerne le commerce de gros, la majorité des entreprises sont petites et familiales et une main-d'œuvre restreinte. Mais nous observons que le poste « vendeur/vendeuse », domine l'offre d'emploi et que l'offre est nettement supérieur à la demande. Les emplois de « secrétaire » et de « comptable » apparaissent eux aussi comme déficitaires en main d'œuvre. Par contre l'activité de magasinier apparaît surnuméraire par rapport à l'offre.

Tableau 38 Offres et de demandes d' emplois de la catégorie « assistante maternelle » de la région parisienne en fonction de leur répartition géographique

Arrondissements et départements	Offre d'emploi (O)	Demande d'emploi (D)	O/D
93 Seine Saint Denis	551	358	1,54
Du 17e au 20e arrondissement	149	146	1,02
94000 et 95000	70	30	2,33
Du 1er au 4e arrondissement	21	12	1,75
Du 9e au 12e arrondissement	66	56	1,18
Du 13e au 16e arrondissement	64	28	2,29
91Essonne et 92Hauts de Seine	7	6	1,17
Autres	15	22	0,68
Total	943	658	1,43

(Source : *Huarenjie.com*, consulté le 11 /11/2014)

Le tableau 38 nous permet de constater que l'offre d'emploi est supérieure à la demande (O/D=1,43). Ce tableau détaille l'activité « assistante maternelle » (au sens de l'Insee) de la région parisienne par secteur géographique. Nous pouvons y voir que le nombre d'offres et de demandes d'emploi est différent selon le critère de la localisation géographique. Nous observons que le nombre d'offre (551) et de demande de travail (358) en Seine-Saint-Denis est le plus élevé par rapport aux autres arrondissements et départements. Ce point peut s'expliquer par la plus forte concentration d'une grande partie des Chinois dans ce département, notamment à Aubervilliers où se concentrent d'établissements commerciaux chinois. Ainsi, une des explications possibles est que les habitants chinois ont besoin de personnes pour garder leurs enfants pendant leur temps du travail. Il est à souligner que l'activité « assistante maternelle à la chinoise» s'effectue en général à la proximité du lieu de résidence, ce qui donne une indication indirecte de la localisation de la population d'origine chinoise. Mais nous avons par ailleurs grâce à notre enquête que les entrepreneurs ne résident pas beaucoup à Aubervilliers ou même dans le reste de la Seine Saint Denis.

À partir des tableaux présentés ci-dessus et des données collectées à partir du site web *Huarenjie.com*, nous avons classé les offres et demandes d'emploi selon les différents secteurs d'activité et types d'emploi afin de pouvoir appréhender la proportion de ces données pour l'ensemble du marché ethnique chinois du travail. Le tableau *infra* présente ces résultats :

Tableau 39 Répartition de l'offre et de la demande d'emploi selon les secteurs d'activités

Secteurs d'activité	Offre d'emploi (O)	%	Demande d'emploi (D)	%	O/D
Restauration	38173	64,12	26805	57,03	1,42
Commerce, secrétariat et activité comptables[284]	2637	4,44	4333	9,22	0,61
Services à la personne[285]	2441	4,11	10097	21,48	0,24
Confection	7824	13,18	1967	4,18	3,98
« Étudiants »	2251	3,79	1017	2,16	2,21
« Assistante maternelle »	943	1,59	658	1,40	1,43
Chauffeur	403	0,68	247	0,53	1,63
Distributeur de publicités	14	0,02	345	0,73	0,04
Travail pour les « étrangers »	13	0,02	10	0,02	1,30
Autres (massage, beauté, esthétique, *etc.*)	4652	7,84	1524	3,24	3,05
Total	59351	100	47003	100	1,26

(Source : *huarenjie.com*, consulté le 1er, 11 et 18 novembre 2014)

Le tableau 39 montre que le nombre total d'offres d'emploi est supérieure à celui de la demande d'emploi (O/D=1,26). Presque tous les secteurs d'activités sont supérieurs à 1 ce qui signifie un déficit de la main-d'œuvre. Présentant un rapport inférieur à 1, il s'agit principalement de celui des « commerces, secrétariat et activités comptables » (0,61), celui des « services à la personne » (0,24) et enfin celui du « distributeur de publicités » (0,04). Cela nous montre qu'il y a une sorte de surplus de main-d'œuvre dans ces trois secteurs. Par exemple, le commerce requiert peu de main-

[284] « Vente/secrétariat/comptabilité/emploi de magasinier ».
[285] « Nounou (au domicile)/ *Mom and baby after brith caregiver* /travail payé à l'heure ».

d'œuvre en raison du fait que la plupart des entreprises chinoises sont de petites structures, gérées sur une base familiale. Le secteur des « services à la personne » prend également une place inattendue, révélant une forte demande de la part des Chinois en ce qui concerne l'ensemble du secteur : les soins de la personne, la garde d'enfant à domicile, *etc.* Ces données montrant l'existence d'un grand nombre services dévolus à la garde d'enfants ou au ménage, indiquent qu'une grande partie des femmes chinoises travaillent.

L'ensemble de ces données met en lumière, la variation existant entre l'offre et la demande d'emploi selon les secteurs d'activité. Dans les cas où l'offre d'emploi est supérieure à la demande d'emploi, nous en déduisons qu'il existe une sorte de pénurie de la main-d'œuvre. Notons néanmoins de nombreuses limites à ces analyses de données qui restent à manier avec beaucoup de précautions. Cependant, l'observation des chiffres présentés dans ce tableau, fournit des indications en ce sens. Cela nous permet au moins penser que le taux de chômage est peu élevé.

D'après l'ensemble de la proportion d'offre et de demande d'emploi, c'est le secteur de la confection qui est le plus de déficit de main-d'œuvre (O/D=3,98). Cela peut avoir des effets sur migrations à venir.

Toujours d'après les propos de Gao Yun et Véronique Poisson (2005), la confection est l'un des secteurs d'activités à employer un grand nombre de travailleurs chinois sans papier au regard des résultats du contrôle du travail illégal entre 1997 et 2002 [286] . Mais aujourd'hui nous constatons que des employeurs chinois utilisent principalement une main d'œuvre légale dans la confection. Pratiquement toutes les petites annonces indiquent que la possession d'un titre de séjour en règle est la condition nécessaire sine qua non pour être embauché.

Sur le plan de **l'offre d'emploi,** ces chiffres permettent de mettre en évidence que la restauration (64,12% du total des offres d'emploi) est le principal secteur de recrutement. Ensuite vient, mais très loin derrière (13,18% du total des offres d'emploi), la confection. Cela montre que deux secteurs traditionnels des « trois couteaux » (restauration, confection) continuent de jouer un rôle important puisqu'ils représentent plus des trois quarts des offres, mais que par ailleurs « le couteau du maroquinier » n'est plus utilisé, rendu inutile en raison du développement du commerce d'importation dans ce domaine (Ma Mung 2014).

Sur le plan de la **demande d'emploi**, le secteur de la restauration représente 57,03% du total des demandes d'emplois. Ce qui signifie que ce secteur est toujours un choix privilégié pour les travailleurs chinois. Cela est lié à la multiplication du nombre de restaurants chinois et à la diversification de restauration chinoise (japonais, coréen, etc.). Par ailleurs, les services à la personne traduisent une répartition genrée du travail, correspondant souvent à des emplois essentiellement exercés par des femmes, avec une part de 21,48% du total des demandes d'emploi. Bien que la demande d'emploi soit très nettement supérieure à l'offre d'emploi, un certain nombre de femmes travaille bien évidemment dans d'autres secteurs d'activité.

[286] Malgré tout cela, ce en dépit du fait que la législation soit devenue depuis 15 ans, très sévère vis-à-vis des employeurs utilisant une main d'œuvre illégale (Ma Mung 2000).

Dans le secteur du commerce, nous pouvons voir que la proportion de demandes d'emploi représente seulement 9,22% du total des demandes d'emploi. Cela signifie que les travailleurs chinois se tournent très peu vers les entreprises commerciales du fait de la faiblesse de l'offre. Nous rappelons également que le type de travail tel que celui de « chauffeur » a pris une grande importance, parce que ce poste est lié essentiellement au développement du commerce de gros (transport des produits), à celui des agences touristiques (celle visant les touristes chinois particulier), ainsi qu'à d'autres secteurs logistiques.

Ces données issues de l'exploitation du site web Huarenjie.com nous livrent ainsi un reflet du marché ethnique chinois du travail en France, et permettent de pallier en partie le manque de vision d'ensemble du marché dû à l'absence de données quantitatives.

Enfin, on peut remarquer que le secteur du « bâtiment » est un peu particulier. Le site Huarenjie.com propose une page spéciale pour la décoration immobilière. D'après les petites annonces postées observées, les services concernent principalement : des travaux pour la décoration de maisons ou d'appartements ; la rénovation de restaurants et de bureaux commerciaux ; l'amélioration de la sécurité ainsi que d'autres services particuliers. Nous pouvons constater que le service proposé pour la « décoration ». Ce service est fourni principalement de particulier à particulier. Par exemple, une personne physique (particulier) peut poster son service technique par une petite annonce dans le bâtiment, puis le visiteur du site en tant que client particulier peut cliquer sur la rubrique « particulier » pour chercher l'information qui l'intéresse. Par ailleurs, une bonne partie des activités consiste en la décoration des restaurants et des magasins. En effet, certains restaurants ou magasins chinois réalisent régulièrement des travaux de décoration d'intérieur afin de changer d'ambiance et d'attirer ou de ne pas lasser la clientèle. Au vu de notre observation, nous constatons que cette activité s'affirme comme un nouveau secteur d'activités.

De plus, cette activité est possiblement observable sur la rue : par exemple, leur bureau et leurs enseignes commerciales sont en effet plus visibles. L'activité économique de la diaspora chinoise s'est développée dans le bâtiment aujourd'hui en France. En outre, le développement de ce secteur d'activités est lié, directement ou indirectement, au développement de la transformation des activités économiques de la diaspora chinoise.

Le site web de la diaspora chinoise constitue une fenêtre d'observation utile et même actuellement essentielle, en l'absence de données quantitatives globales, pour bien comprendre le marché ethnique chinois du travail. Les échanges d'informations qui s'y opèrent entre entrepreneurs diasporiques et travailleurs migrants reflètent le fonctionnement d'une relation entre l'offre et la demande du travail. Certes, il n'est pas l'unique entrée pour étudier le marché ethnique du travail.

Cette approche a cependant ses limites, en particulier parce que tous les individus à la recherche d'un emploi n'utilisent pas d'outil informatique. Or, d'autres moyens existent et sont mobilisés pour effectuer des recrutements tels que les réseaux familiaux ou de connaissances. Aussi, notre enquête nous a permis d'observer que les entrepreneurs utilisent beaucoup le site pour recruter des travailleurs. Certains entrepreneurs qui ne savent pas utiliser le moyen informatique demandent même à une

tierce personne de poster sur internet la petite annonce souhaitée. De plus, les informations que nous avons observées sur le site nous permettent de préciser comment se construit le marché ethnique du travail, en particulier en termes de concentration des secteurs d'activités de la diaspora, et d'évaluer quels sont les liens étroits entre activités économiques et migration.

Le site *Huarenjie.com* est l'un des médias les plus populaires dans la diaspora chinoise en France (cf. 7.3.3). Ainsi, lorsque nous avons enquêté auprès de la population de Wenzhou, presque tous les migrants interrogés connaissaient l'existence de ce site. Les entrepreneurs utilisent quasi systématiquement les médias pour le recrutement de leurs employés. Par ailleurs, ce site joue le rôle de plateforme renforçant les échanges d'informations au sein de la diaspora chinoise. Ce site est devenu un intermédiaire entre la diaspora et la Chine proposant régulièrement des nouvelles de Chine, en particulier à l'échelle de la région de Wenzhou.

Les modifications structurelles du marché ethnique chinois du travail en France se traduisent par la diversification des origines géographiques des travailleurs (cf.4.3.1). C'est-à-dire que les entrepreneurs Wenzhou recrutent non seulement des travailleurs originaires de Wenzhou, mais aussi des travailleurs originaires d'autres champs migratoires tels que le groupe migrant des Chinois du Nord, des Européens de l'Est, ou encore même des Français.

Dans ce chapitre, nous avons mis en lumière le fait que l'organisation économique de la diaspora Wenzhou s'inscrit dans le « Modèle de Wenzhou » ainsi que les caractéristiques qui la distinguent de ce modèle. Nous avons également observé les ressemblances et les différences dans le développement économique de la région de Wenzhou et de la diaspora Wenzhou, tous deux, ont été identifié à travers notre définition du « Modèle de Wenzhou ». C'est-à-dire ce modèle est-il saisi comme un « fil conducteur », et la description de l'organisation économique Wenzhou est-elle utilisée comme un outil permettant tant la description de l'organisation économique Wenzhou en Chine que celle des Wenzhou installés en France.

Les débuts du développement économique de la région de Wenzhou s'inscrivent exactement dans les caractéristiques de ce modèle. Cependant, l'essor économique de la région de Wenzhou a transformé le fonctionnement de cette économie. Aussi nous trouvons dans la région des grands groupes et des sociétés par action au capital très important. Le système de la tontine, qui s'est transformé en système lucratif, n'est presque plus mobilisé pour former le capital initial des activités économiques. Les sources de financement des entreprises à Wenzhou se sont diversifiées. La diaspora participe notamment à ces apports initiaux.

La diaspora Wenzhou en France repose elle aussi sur des entreprises familiales de petite et moyenne tailles. Au commencement de la diaspora, les entreprises étaient centrées sur les secteurs des « trois couteaux », avec notamment une fabrication en France de certains produits (notamment maroquinerie). Ce secteur manufacturier a progressivement disparu pour laisser place à l'importation de produits fabriqués bon marché en Chine et au commerce de gros. La tontine a permis la création des premières entreprises en diaspora, mais celle-ci est aujourd'hui marginale dans les sources de financement mobilisé. L'organisation économique de la diaspora s'inscrit pleinement

dans les réseaux migratoires, lesquels ont souvent un caractère familial : non seulement la distribution des produits depuis la Chine est assurée par ces réseaux, mais ils fournissent également la main d'œuvre nécessaire à ces entreprises. Ces dernières permettent aux migrants Wenzhou de s'insérer économiquement en France et d'élaborer des stratégies migratoires à travers le fonctionnement d'un marché ethnique du travail (cf.5.4.4).

Aussi, si les caractéristiques du « Modèle de Wenzhou » sont présentes à l'origine de l'organisation économique dans la région de Wenzhou et de sa diaspora en France, dans ces deux cas, il y a eu une réappropriation et une transformation de ces caractéristiques. Cependant, le « Modèle de Wenzhou » reste reconnaissable dans ces économies.

Mais dans la mesure où les entreprises sont apparues très tôt au sein de la diaspora Wenzhou en France et dès les années 1950, la question se pose de savoir si tout compte fait le « Modèle de Wenzhou » n'est pas apparu d'abord dans les pays de la diaspora et notamment en France avant que de se manifester à Wenzhou. C'est ce que nous essaierons de voir dans la conclusion générale.

CONCLUSION DE LA DEUXIEME PARTIE

Dans cette deuxième partie, nous avons souligné les influences économiques de la région d'origine sur le pays d'installation, à travers la diffusion potentielle du « Modèle de Wenzhou ».

Tout d'abord, nous avons pu mettre en lumière le fait que le « Modèle de Wenzhou » en Chine, selon le champ académique, a été étudié en considérant comme un modèle économique qui est né à Wenzhou. Ce constat est actuel et est fait par tout un chacun. C'est-à-dire que l'essor économique de Wenzhou depuis les années 1980 correspond à un modèle du développement économique local en Chine. Par exemple, les secteurs du cuir et de la chaussure, de la confection, de la fabrication des briquets et de matériaux électriques sont les activités ayant permis de développer l'économie de Wenzhou. Concernant le « Modèle de Wenzhou » en Chine, nous avons cherché à démontrer ce qui constitue encore aujourd'hui la spécificité du développement de l'économie de la région de Wenzhou. À travers l'analyse du développement de ces secteurs, nous avons mis en lumière la spécificité de l'organisation économique à l'origine du « Modèle de Wenzhou ». Rappelons encore les caractéristiques de ce modèle : l'importance des petites et moyennes entreprises familiales ; un financement de type de l'informel (tontine) ; une tradition économique locale ; des réseaux migratoires « transnationaux » (migrants internes et migrants internationaux) et une distribution des produits à l'échelle du marché national et international.

Il nous semble que si le « Modèle de Wenzhou » est une forme de croissance économique, c'est parce qu'il s'appuie principalement sur les exportations des éléments matérielles (surtout les produits) de Wenzhou. Par exemple, il existe une expansion de Wenzhou vers d'autres provinces de Chine, voire à l'étranger. Presque tous les travaux de recherche ont montré que c'est Wenzhou qui « exporte » ses « ressources » vers à l'extérieur, alors que les migrants, les produits, la culture locale ainsi que la politique, ont favorisé ces transferts. Ainsi, à partir de cette approche, avec le développement économique de la diaspora, les entrepreneurs Wenzhou en Chine et en outre-mer ont établi progressivement des centres commerciaux dans les autres lieux (hors de Wenzhou) et à l'étranger. Les entrepreneurs Wenzhou ont exporté leurs produits (petites marchandises) vers les autres régions de Chine, voire l'étranger, grâce aux migrants. Le nombre total de « centres commerciaux» chinois à l'étranger s'élève ainsi à 17 en 2009 (Cai L. et Zhou 2011, p65). L'émergence de ces « centres commerciaux » pour la distribution en gros a entraîné le développement du commerce extérieur de Wenzhou. C'est-à-dire que la distribution des produits permet de révéler le transfert d'un modèle économique. Les réseaux d'entrepreneurs Wenzhou d'outre-mer ont donc joué un rôle moteur dans la distribution des produits. De fait, ce modèle économique a été transplanté vers l'étranger. Notre recherche a voulu tenter de montrer l'existence d'un « Modèle de Wenzhou » en France en vue de mieux comprendre le développement de l'entrepreneuriat Wenzhou.

Pourtant, il nous semble que nous avons infirmé l'idée d'un véritbale transfert du modèle économique, de Wenzhou depuis la Chine vers la France. Nous avons ainsi montré que l'état actuel des activités économiques de la diaspora Wenzhou s'expliquent d'abord par le développement des secteurs des « trois couteaux » (restauration, maroquinerie et confection), et ensuite par la forte concentration de commerces de gros dans les quartiers étudiés de région parisienne. Par exemple, les activités économiques de la diaspora Wenzhou ont commencé à se développer depuis les années 1930, surtout dans les activités productives de la maroquinerie dans le quartier gare de Lyon puis dans le quartier Arts et Métier-Temple. Ces activités sont déjà bien développées dans les années 1950 (voir chapitre 4). Jusqu'aux années 1990, voire dans les années 2000, le développement, en France, des secteurs d'activités commerciales ou artisanales d'entrepreneurs diasporiques Wenzhou atteste que les entrepreneurs Wenzhou ont ainsi joué un rôle prédominant dans le développement du commerce de gros, en s'appuyant sur le très important accroissement des exportations chinoises. Dans notre enquête, la concentration spatiale des commerces, eux-même exclusivement établis sur un système d'importation depuis la Chine, est principalement marquée dans des quartiers des Arts et Métier-Temple, de Sedaine-Popincourt, et d'Aubervilliers. La présence de cette concentration du commerce de gros permet en premier lieu de mettre en lumière une forte densité commerciale chinoise sous la forme de centres commerciaux de distribution de gros. Les entrepreneurs diasporiques Wenzhou, œuvrant dans le commerce de gros, ont principalement inscrits sur leur distribution des produits avec global, c'est-à-dire sur un plan transnational, à l'appui de leurs propres réseaux migratoires « transnationaux », entre la Chine et la France. À partir des origines des produits vendus par les entrepreneurs Wenzhou en France, nous pouvons probablement en déduire que la répartition géographique des entrepreneurs de Wenzhou en Chine est similaire à celle de la diaspora. Les produits distribués par les entrepreneurs Wenzhou d'outre-mer correspondent principalement au développement de la structure économique de Wenzhou. Ce dernier se caractérise par la distribution de sa production (chaussures, habillements, briquets et matériels électriques, *etc.*) par ses réseaux migratoires. Les spécificités du secteur du commerce de gros d'importation sur lesquelles ces activités reposent sur l'influence du « Modèle de Wenzhou » dans l'organisation économique de la diaspora Wenzhou en France.

À l'extérieur de la Chine, alors, s'est développée l'organisation économique de la diaspora chinoise issue de Wenzhou, déjà établie de façon remarquable en France. De ce fait, nous constatons qu'il n'existait pas d'un modèle économique issu de Wenzhou. Nous avons ainsi observé la transplantation et la métamorphose du « Modèle de Wenzhou » en France, manifestée par les phénomènes de convergence, divergence et transformation. Ceci est essentiellement lié au marché ethnique du travail dans le contexte d'un entrepreneuriat diasporique.

PARTIE III WENZHOU, RETOUR D'OUTRE-MER ?

INTRODUCTION DE LA TROISIEME PARTIE

La partie précédente a présenté la manière dont l'organisation économique dite « Modèle de Wenzhou » à l'origine du développement économique de cette région, a influencé l'organisation économique de la diaspora Wenzhou en France depuis les années 1990.

L'entrepreneuriat Wenzhou s'est constitué en France à partir des années 1930 puis 1950 (voir chapitre 4). L'organisation de leurs activités économiques, était comme nous l'avons indiqué, caractéristique du « Modèle de Wenzhou ». Mais, cette économie ethnique de Wenzhou s'est diversifiée avec l'essor du commerce d'importation de gros. Ce développement s'est manifesté non seulement à l'échelle locale mais aussi à l'échelle internationale. Il s'agit donc d'une organisation économique est transnationale, en raison du lien élémentaire existant avec leur pays d'origine.

Le but de cette partie sera de chercher à identifier les influences réciproques entre la diaspora Wenzhou et le développement économique de la région d'émigration en Chine. Cette approche entend examiner l'insertion spatiale de l'organisation économique de la diaspora Wenzhou en France ainsi que son rapport au développement économique de la région de Wenzhou en Chine, en étudiant d'abord la France puis la Chine. Nous avons vu que cette diaspora entretient des relations économiques avec le pays d'origine et est constituée d'un réseau complexe de relations entre les différents pôles de fixation des migrants. L'existence de ce lien économique particulièrement dense avec la Chine nous a conduit à choisir cette relation pour l'analyse.

Dans le sixième chapitre, nous traitons des relations qui concernent les transferts financiers en Chine. La mobilisation des capitaux se manifeste sous deux formes : l'investissement entrepreneurial de la diaspora et les remises migratoires.

Nous rechercherons quels sont les liens entre l'investissement de la diaspora Wenzhou et le développement économique de cette région (avec surtout le marché à l'exportation depuis la région de Wenzhou) (6.1). Nous examinerons ensuite les rapports entre le crédit informel et le développement de PME de cette région et les liens entre le crédit informel et la diaspora (6.2) ? Puis, nous interrogerons les liens existants entre la nature des produits et la distribution de ces produits et les réseaux d'entrepreneurs Wenzhou (6.3).

Dans le septième chapitre, nous nous intéresserons à la politique à cet égard, depuis le début des années 1980, par le gouvernement chinois. Orientée en direction de la diaspora chinoise dans le monde, nous montrerons que celle-ci vise notamment à favoriser les investissements en Chine. Puis, qu'à partir des années 2000, cette politique visa à renforcer plus encore les liens entre la diaspora et la Chine. Plus précisément, dans un premier temps, il est question d'étudier l'évolution de la politique de l'État chinois vis-à-vis de la diaspora chinoise (7.1). Puis, nous analyserons particulièrement à l'échelle de

l'administration locale de Wenzhou, les mesures concrètes prises par les autorités locales en direction de leurs « ressortissants » établis à l'étranger (7.2). Ensuite, nous monterons l'importance du rôle des associations Wenzhou d'outre-mer (7.3) ; et, enfin nous en mettrons en lumière un autre visage politique avec l'analyse des liens entre la représentation diplomatique chinoise, la diaspora et les grandes entreprises internationales chinoises en France (7.4).

CHAPITRE 6 LE ROLE ECONOMIQUE DE LA DIASPORA WENZHOU EN CHINE

Dans le chapitre précédent nous avons observé les ressemblances et les différences existant entre le développement économique de la région de Wenzhou et celui de sa diaspora, ceux-ci, suivant tous les deux, à leur origine, le « Modèle de Wenzhou ». Ce modèle s'appuie sur des petites et moyennes entreprises de type familial. Le capital initial de ces entreprises provient de crédits informels relevant du système de la tontine. La distribution des produits en Chine et à l'international repose sur les réseaux migratoires transnationaux (voir chapitre 3).

L'existence des réseaux « transnationaux » qui, d'une part, réunissent les entrepreneurs Wenzhou dispersés dans différents pays d'installation (lien d'interpolarité) et, d'autre part, lient la diaspora Wenzhou avec la Chine (lien de multipolarité) constitue l'élément essentiel permettant la mobilisation des ressources de cette diaspora vers la Chine, et d'abord dans la région de Wenzhou. Le « Modèle de Wenzhou » tel que défini dans notre thèse, nous conduit à nous intéresser aux trois types d'influence économique déployés par la diaspora Wenzhou afin de développer l'économie de la région natale : les capitaux (investissements et remises), le crédit informel (tontine) et la distribution des produits (réseaux) qui apportent leur contribution au développement économique local d'une manière différente tout en favorisant le développement économique des communautés d'émigrants.

Afin d'approfondir l'analyse théorique et empirique réalisée dans le chapitre consacré à l'« organisation entrepreneuriale de la diaspora Wenzhou » (chapitre 4), une enquête réalisée en Chine permet de montrer :

- Comment les entrepreneurs Wenzhou d'outre-mer contribuent également au développement économique de leur région d'origine ?
- Quelles rapports entre le crédit informel et le développement de PME de la région de Wenzhou et la diaspora ?
- Quelles sont les modalités de la distribution des produits par les entrepreneurs Wenzhou dans la région d'origine ?

Nous chercherons dans ce chapitre à expliquer les facteurs qui déterminent la mobilisation des transferts économiques de la diaspora vers le pays d'origine à travers une analyse du fonctionnement de l'organisation économique de la diaspora en France. Dans ce chapitre, les données mobilisées sont principalement issues des sources statistiques du pays d'origine et des résultats de l'étude de terrain menée auprès de la diaspora Wenzhou, et effectué dans le but de comprendre le processus de création des entreprises de la diaspora, ainsi que le processus de maintien et de développement des liens avec la région de Wenzhou.

6.1 La diaspora, facteur de développement économique de Wenzhou

La diaspora chinoise a joué et joue un rôle essentiel dans le développement économique de la Chine, notamment par les transferts financiers en direction des régions d'origine de ses « ressortissants ». Ces transferts se font sous la forme de capitaux : l'investissement de la diaspora et les remises migratoires[287]. Ces transferts financiers se font des émigrés vers leur famille dans leur région d'origine pour aider celle-ci dans la vie quotidienne mais aussi pour investir dans des activités économiques et contribuer au développement de l'économie locale. Ainsi, la Chine s'impose comme le premier pays d'émigration du monde et le second pôle de réception des transferts financiers de la migration internationale, soit 64 milliards de dollars en 2015, ce qui représente 11% des remises mondiales (Banque Mondiale 2016). En outre, un autre aspect de ces transferts mérite d'être souligné. Il concerne le développement des infrastructures sociales (école, maison sociale, pont, *etc.*) dans la région d'origine. Rappelons également qu'il existe un troisième aspect dans le transfert des valeurs matérielles et immatérielles dans l'histoire politique chinoise[288]. Mais il s'agit d'un autre et long sujet que nous ne présenterons pas dans notre travail.

6.1.1 Le lien entre l'investissement de la diaspora et l'économie de Wenzhou

Lors de notre enquête qui s'est déroulé en 2012 dans le bourg de Li'ao à Wenzhou, nous avons visité et enquêté une entreprise de confection qui a été créée par un Chinois d'outre-mer de retour, Monsieur WCC. L'exemple de Monsieur WCC nous permet de mettre en évidence l'importance des liens économiques entre Wenzhou et Paris. Son parcours migratoire et professionnel a déjà été évoqué dans le chapitre 5 (cf. 5.3.2). La situation de son entreprise est décrite plus en détail dans les lignes qui suivent. L'assistant de Monsieur WCC explique :

« Notre entreprise d'import-export a été fondée en 2002. Elle appartient à une entreprise à capitaux exclusivement étrangers [WFOC][289]. Cette entreprise est financée par le Chinois d'outre-mer de retour au pays. Mais elle a été dirigée par le fils de Monsieur WCC [de nationalité française]. Sa production est tournée vers la confection [Jeans, prêt-à-porter]. L'entreprise exporte ses produits principalement en Europe [notamment en France]. Monsieur WCC est père de trois enfants de France. Ses enfants sont nés en Chine. Toute sa famille a émigré en France entre les années 1980 et 1990. L'entreprise dispose de sa propre marque. Mais elle s'intéresse également à la production d'OEM (Original Equipment Manufacture) [voir chapitre3]. […]. Elle emploie de 300 à 500 salariés par an. Elle est considérée comme une grande entreprise par rapport aux

[287] Remises : transferts financiers réalisés par les migrants vers leur pays d'origine (anglais : *remittance*) (Simon 2015, p15).
[288] Par exemple, il concerne les idées politiques développées par les Chinois d'outre-mer dans les différents pays d'établissement, notamment à Paris et à Tokyo mais aussi aux États Unis et en Asie du Sud-Est (Ma Mung 2013).
[289] C'est une des trois sortes d'entreprises détenant de capitaux de l'étranger, nous les présenterons plus en détail plus loin (voir *infra*).

entreprises d'Europe[290]. Mais la valeur de la production n'est pas plus haute, car c'est une entreprise à forte densité de mains d'œuvre. »[291]

Cette entreprise a directement établi des liens commerciaux avec la France depuis 2002. Aujourd'hui, les principaux clients de l'entreprise sont des commerçants français. Cette entreprise dispose à cette fin de deux points de la vente en France que tiennent les enfants de Monsieur WCC (11e arrondissement et Aubervilliers).

L'entreprise de WCC se caractérise donc par la combinaison de plusieurs éléments : une structure classée parmi les petites et moyennes entreprises, des capitaux exclusivement étrangers, une spécialisation dans le commerce extérieur et enfin une entreprise portée par l'investissement des Chinois d'outre-mer de retour. À Wenzhou, l'entreprise de Monsieur WCC n'est pas particulière, il en existe plusieurs de ce type.

De manière générale, comme nous l'avons évoqué dans le chapitre 3, les PME constituent une des caractéristiques du « Modèle de Wenzhou ». Nous pouvons dire que la plupart des entreprises détenant des capitaux de l'étranger sont également caractérisées par leur petite taille. D'après une enquête de contrôle annuel de l'année 2007, parmi 1 121 entreprises à capitaux étrangers, 1 016 étaient des entreprises s'inscrivant dans le domaine industriel, soit 90,6% d'entre elles. Au sein de ces entreprises industrielles, on ne comptait qu'une grande entreprise, 79 moyennes entreprises (soit 7,8% de l'ensemble de ces entreprises), et 936 petites entreprises[292] (ce qui représente 92,10% de l'ensemble de ces entreprises) (Zhejiangshengtongjiju 浙江省统计局 [Zhejiang Bureau of Statistics] 2008).

L'entreprise détenant des capitaux venant de l'étranger et le développement du commerce d'exportation

Le cas de l'entreprise de Monsieur WCC, permet de souligner que l'investissement de la diaspora Wenzhou dans le développement économique de la région d'origine se manifeste principalement par l'introduction de capitaux étrangers et l'essor du commerce extérieur d'import-export. En effet, en devenant une composante importante du développement économique de la région, les entreprises détenant des capitaux de l'étranger ont favorisé le développement du commerce extérieur de Wenzhou.

Selon les statistiques officiels (*Wenzhou tongji nianjian 温州统计年鉴 [Wenzhou Statistical Yearbook]* 2014), en 2013, Wenzhou a réalisé au total 20,6 milliards de dollars US dans le commerce extérieur, dont 1,7 milliards de dollars US réalisés par des entreprises étatiques (8,36%); les entreprises détenant de capitaux l'étranger (y compris des capitaux issus de Hong Kong, Macao et Taïwan) ont réalisé 1,9 milliards de dollars US (9,21%) de

[290] Voir les différentes définitions des PME en France et en Chine dans le chapitre 2 (cf. 2.3.2).
[291] Entretien réalisé avec l'entrepreneur Monsieur WCC, Wenzhou, le 10 octobre 2012.
[292] La taille d'une entreprise industrielle peut se mesurer à l'aide deux critères : l'effectif employé et le chiffre d'affaires. Selon les critères chinois, la grande entreprise emploie au moins 1 000 salariés, avec un chiffre d'affaires de plus de 400 millions de yuans. La moyenne entreprise emploie entre 300 et 1000 personnes, avec un chiffre d'affaires compris entre 20 millions et 400 millions de yuans. La petite entreprise emploie quant à elle entre 20 et 300 personnes (inclus), et présente un chiffre d'affaire compris entre 3 million et 20 millions de yuans (inclus) ; la microentreprise emploie quant à elle moins de 20 individus avec une chiffre d'affaires de 3 millions de yuans. Ici, les petites entreprises comprennent les micros entreprises, soit 936 au total. Nous rappelons que ces critères ont été définis dans le cadre cette enquête.

la valeur totale de l'import-export ; les entreprises collectives ont réalisé 1,5 milliards de dollars US (7,18%) ; et enfin les entreprises privées 15,5 milliards de dollars US (75,24%) (voir tableau 40).

Tableau 40 Bilan du commerce d'import-export à Wenzhou en 2013

(Unité : 1 million USD)

Types d'entreprises	Total de la valeur d'import-export	%	Total d'import	%	Total d'export	%
Entreprises étatiques	1722,45	8,36	254,77	10,37	1467,68	8,09
Entreprises détenant de capitaux de l'étranger	1896,70	9,21	426,65	17,37	1470,05	8,10
Entreprises collectives	1479,85	7,18	86,38	3,52	1393,48	7,68
Entreprises privés	15501,56	75,24	1687,10	68,70	13814,47	76,12
Autres	1,77	0,01	0,95	0,04	0,82	0,01
Total	20602,35	100	2455,85	100	18146,49	100

(Source : *Wenzhou tongji nianjian 温州统计年鉴 [Wenzhou Statistical Yearbook]* 2014, p283)

Les entreprises détenant des capitaux de l'étranger ont donc joué un rôle important dans le développement du commerce extérieur à Wenzhou. Il est alors important de savoir si les capitaux venant de l'étranger sont tous des capitaux venant de la diaspora. C'est-à-dire, existe-t-il des entreprises françaises, anglaises, italiennes ou autres qui investissent à Wenzhou et qui n'ont rien à voir avec la diaspora ?

Selon plusieurs sources, la part des investissements des entreprises détenant des capitaux de l'étranger issus des Chinois d'outre-mer à Wenzhou est estimée à environ 80-90% (Zhang Z. 1999, 2011, Zhang T. 2005, Wei M. 2014). Autrement dit, selon ces sources, la part des entreprises à capitaux étrangers n'ayant rien à voir avec la diaspora est estimée à environ 10-20%.

Nous avons essayé de savoir s'il existait des entreprises étrangères (françaises, italiennes, *etc.*) n'ayant aucun lien avec la diaspora qui investissaient à Wenzhou. D'une part, les statistiques n'indiquent pas si les capitaux sont ceux de la diaspora ou non. D'autre part, notre enquête à Wenzhou a permis de constater qu'il y a peu d'entreprises dans lesquelles des étrangers n'appartenant pas à la diaspora ont investi.

Reste qu'il est difficile de déterminer avec précision l'origine des capitaux des entreprises. Ainsi, à l'instar des responsables du service des affaires des Chinois d'outre-mer[293], dans le bourg du Li'ao, Monsieur HU nous a expliqué :

« On ne sait pas combien il y a d'entreprises financées par des Chinois d'outre-mer à Li'ao. Mais il y a environ 300 petites et moyennes entreprises de la taille de celle de Monsieur WCC. […] Certaine détiennent des capitaux étrangers, mais il est aujourd'hui vraiment difficile de distinguer au sein de ces capitaux ceux qui proviennent à des Chinois d'outre-mer ou d'investisseurs étrangers. Personne qui ne peut le dire avec certitude. […] Pour les entreprises détenant des capitaux étrangers, l'enregistrement [l'immatriculation administrative] est possible soit dans la catégorie « capitaux étrangers »

293 HPS, HU et SMX, Entretiens collectifs réalisés le 10 octobre 2012 à Wenzhou, avec Monsieur HPS du responsable de la Fédération des Chinois d'outre-mer de Li'ao, Monsieur HU du Bureau des affaires étrangère d'Ouhai, Monsieur SMX du bureau de la communication de la mairie de Wenzhou.

soit dans la catégorie « Chinois » [d'outre-mer]. Tout dépend alors de la politique. Si la politique est favorable aux entreprises détenant des capitaux étrangers, le déclarant choisit le statut d'entreprise détenant des capitaux étrangers. Aujourd'hui, il n'y a plus de politique préférentielle pour les entreprises détenant des capitaux étrangers. De plus, nous ne pouvons pas demander aux déclarants l'origine de leurs capitaux ni comment ils les ont obtenus. Ce n'est pas possible de poser à cette question à un investisseur. En effet, il ne voudra pas y répondre. En fait, toutes les entreprises constituées avec des capitaux extérieurs sont légales. Mais, celles classées comme détenant des capitaux étrangers connaissent une période difficile d'un point de vue administratif et économique[294]. »

Pour toutes ces raisons, il nous semble difficile de dire avec certitude si une entreprise détient des capitaux de la diaspora ou de l'étranger. Toutefois et au regard des estimations données par Zhang Z. (1999), Zhang T.(2005) et Wei M. (2014), on peut considérer que les capitaux étrangers détenus par des entreprises Wenzhou proviennent pour l'essentiel la diaspora Wenzhou. Il existe certes, quelques cas d'investisseurs étrangers hors diaspora, mais cela demeure très rare[295].

Au-delà de cette distinction entre capitaux issus de la diaspora ou de l'étranger, l'étude des statistiques nous permet d'observer indirectement la situation de l'investissement de l' « étranger » (diaspora) à Wenzhou.

Si on s'attache aux modalités de la coopération dans l'utilisation de ces capitaux on peut distinguer trois sortes d'entreprises détenant des capitaux étrangers :

- les Joint-Venture sino-étrangères de Capitaux Propres (JVCP, soit les entreprises à capitaux mixte, *zhongwai hezi qiye 中外合资企业*) ;

- les entreprises de Coopération sino-étrangère Joint-Venture (CJV, soit les entreprises contractuelle, *zhongwai hezuo qiye 中外合作企业*) ;

- les entreprises à capitaux exclusivement étrangers (*Wholly Foreign Owned Enterprise* – WFOE, *waishang duzi qiye 外商独资企业*).

« Les trois sortes d'entreprises détenant des capitaux de l'étranger » (*sanzi qiye 三资企业*) :

Type 1/ : Une JVCP est une société à responsabilité limitée (SARL)[296] avec la personnalité morale. Elle implique que deux ou plusieurs partenaires participent à son capital. La part de l'investisseur étranger dans le capital enregistré est d'au moins 25% sans plafond. La direction de la société est assurée par un conseil d'administration dont le président peut être chinois ou étranger. Le nombre et la nationalité des administrateurs sont fixés par les parties au prorata des pourcentages de participation. Les apports peuvent être pour la partie chinoise : des bâtiments, des salariés et des matières premières et le terrain. Le partenaire étranger apporte des équipements, de la technologie et éventuellement des ressources en numéraire. L'apport peut être en argent, en droits de propriété intellectuelle, en technologies, en bâtiments, et peut aussi consister en matériaux pouvant être enregistrés comme étant des investissements. Dans une JVCP, la redistribution du profit doit être calculée par rapport aux apports de chacune des parties.

[294] Par exemple, le taux d'intérêt des prêts est plus élevé pour des « étrangers » voulant emprunter de l'argent en Chine que pour des Chinois.

[295] Entretien avec Monsieur WLG, fabricant de Currency-counting machine, le 22 octobre 2012 et le 9 août 2013 à Wenzhou.

[296] De manière générale, une telle joint-venture a une durée de vie comprise entre 30 et 50 ans. Il est également possible de convenir, par accord entre les parties, d'une durée de vie illimitée.

Type 2/ : Une CJV est une joint-venture entre une société chinoise et une société étrangère sur le territoire chinois. Généralement, les entreprises chinoises proposent la force de travail, les bâtiments et les terres, tandis que l'entreprise étrangère amène la technologie nécessaire et les équipements clés, ainsi que le capital. Cette joint-venture est basée sur la coopération et un contrat est nécessaire. Le contrat stipule la répartition des gains, le nom de la personne pouvant mettre fin au contrat, la répartition des dettes et des risques, *etc.* La redistribution du profit dans une CJV est faite par rapport aux désirs des parties. Dans une CJV, une partie peut prévoir des conditions coopératives à l'élaboration de l'activité. Elle peut être une personne morale de type société commerciale ou une société personnelle. Les partenaires sont responsables personnellement des dettes de l'entreprise.

Type 3/ : Une WFOE est une société à capitaux exclusivement étrangers. La personne morale doit être un étranger. L'étranger détient 100% du capital. Cette détention en capital doit être justifiée soit par l'introduction dans le pays d'une technologie avancée, soit par la fabrication de produits nouveaux ou capables de se substituer à des importations, soit par des économies substantielles d'énergie ou de matières premières. La société considérée s'engage à exporter un minimum de 50% de sa production.

(Source: Louapre et Salvador 1997; Wang D. 2014)

Entre 1985 et 2010, on peut constater l'augmentation du montant total des capitaux étrangers investis (ceux-ci passent de 3 à 175 millions de dollars US). En 2013 les capitaux étrangers investis à Wenzhou ont atteint à 501,50 millions de dollars US, dont 321,83 millions réalisés sous la forme de « joint-venture sino-étrangère », soit 64,17%, ce qui manifeste l'importance de cette forme d'entreprise à capitaux étrangers (voir tableau 41).

Tableau 41 Le montant des capitaux étrangers dans les trois types d'entreprises détenant des capitaux de l'étranger à Wenzhou (1985-2013)

(Unité : 1 million de dollars US)

Années	Total	JVCP	CJV	WFOE
1985	3	0	3	0
1990	2,47	1,39	0,65	0,43
1995	73,52	57,45	1,60	14,47
2000	72,02	25,91	29,44	16,67
2005	357,08	191,39	3,88	161,81
2010	175,74	63,38	0	112,36
2011	102,15	25,07	0	77,08
2012	398,36	218,22	0	180,14
2013	501,50	321,83	0	179,68
1985-2013	4115,29	2361,09	103,50	1646,47

(Source : *Wenzhou tongji nianjian 温州统计年鉴 [Wenzhou Statistical Yearbook]* 2014, p281)

À Wenzhou, la forme sociale la plus utilisée pour les entreprises à capitaux étrangers est la Joint-Venture sino-étrangère de Capitaux Propres (JVCP). Ce choix de la JVCP révèle que les capitaux étrangers sont en grande partie fournis par la diaspora Wenzhou d'Europe occidental (Li M. 2002). En effet, initialement, cette diaspora avait l'habitude de faire des affaires entre amis et proches issus d'un même « lignage » ; et pour ce type relation, la joint-venture sino-étrangère à capitaux propres apparaît comme le meilleur choix[297].

[297]La JVCP présente plusieurs avantages. Par exemple, la loi ne stipule aucune exigence sur l'investissement de la part du partenaire chinois. Elle a une durée de vie comprise entre 30 et 50 ans et peut, par accord entre les parties, avoir une durée de vie illimitée.

L'investissement de la diaspora est dans le contexte d'une série de crises économique

Dans le tableau 41 (*supra*), on peut constater, entre 2010 et 2011, une faible diminution des montants investis. Ceci résulte d'une série de crises : la crise financière mondiale de 2008, la crise de la dette dans la zone euro entre 2009 et 2010, et la crise du crédit informel de 2011 à Wenzhou en Chine. Tandis que la crise de 2008 frappait les économies développées sur l'exportation, la croissance chinoise ralentissait. Et la crise de la dette dans la zone euro a engendré une diminution de la demande européenne en produits chinois de consommation courante.

Le fabriquant de briquets Monsieur WHJ atteste de l'influence des crises à Wenzhou : « Nous avons rencontré deux problèmes pour l'exportation des briquets vers l'Europe : d'abord l'influence de la crise de 2008 qui a conduit au rétrécissement du marché. Par exemple, nous avons connu une baisse de 60% au sein du marché français. Nous sommes passés de 10 millions de pièces de produits vendus, à seulement 4 millions. Ensuite, la crise de la dette dans la zone euro a de nouveau affecté le marché. »[298] Ceci témoignage de ce que Wenzhou a bien été frappée par ces crises d'ampleur mondiales.

Cette série de crises, ajoutée la crise du crédit informel 2011, a en effet provoqué une importante crise de confiance plus profonde à Wenzhou. Comme nous l'avons vu dans le chapitre 3 (cf. 3.4.2), la crise du crédit informel s'est traduite par une crise de confiance. Les entrepreneurs Wenzhou ont perdu confiance dans le système de crédit informel, tel que la tontine. La thèse de Gaëlle Brillant (2014) indique que cette crise s'est traduite par une crise de moralité. Et selon lui, cette crise morale a remis en cause les fondements culturels du développement économique de la région de Wenzhou qui est basé traditionnellement sur la confiance entre investisseurs et entrepreneurs.

Après 2012, des entrepreneurs ont commencé à reprendre la confiance. Mais selon Monsieur WLG[299] entrepreneur enquêté à Wenzhou, malgré la réforme du crédit informel, il est toujours difficile d'emprunter auprès des banques car, le système bancaire n'a pas été changé radicalement[300].

L'origine des capitaux étrangers et l'investissement de la diaspora

Concernant l'origine par pays des capitaux étrangers, d'après les statistiques sur 2007 (Zhejiangshengtongjiju 浙江省统计局 [Zhejiang Bureau of Statistics] 2008), Hong Kong se révèle être à la première place (voir tableau 42). La France arrive en seconde position, devant l'Italie. L'importance de Hong Kong et de ces deux pays européens contraste avec l'absence de capitaux étrangers issus de l'Asie du Sud-Est (par exemple, Indonésie, Thaïlande, Singapour, *etc.*). En revanche, les îles Vierges britanniques et les îles Caïmans sont très bien représentées en raison de leur statut de « paradis fiscaux » qui leur permettent d'héberger des sociétés extraterritoriales.

[298] Entretien avec Monsieur WHJ, fabricant de briquets, le 10 octobre 2012 à Wenzhou.
[299] Entretien avec Monsieur WLG, fabricant de Currency-counting machine, le 22 octobre 2012 et le 9 août 2013 à Wenzhou.
[300] Nous allons préciser ce point dans la section 6.2.1.

Tableau 42 L'origine des capitaux étrangers à Wenzhou

(Unité : 1 million USD)

Pays/régions	Total d'investissements en 2007
Hong Kong	2327,96
France	622,20
Italie	619,67
Iles Vierges britanniques	574,63
États Unis	567,33
Ils Caïmans	384,60
Taïwan	296,94
Pays-Bas	280,71
Brésil	241,02
Espagne	191,90

(Source : Zhejiangshengtongjiju 浙江省统计局 [Zhejiang Bureau of Statistics] 2008)

Les capitaux étrangers des entreprises de Wenzhou se caractérisent également par la diversité de leurs origines géographiques : à titre d'exemple, en 2003, 56 pays détenaient des capitaux dans des entreprises de cette région. Cette même année, 687 entreprises à capitaux étrangers ont été enregistrées.

Le montant moyen des investissements par entreprise s'élevait à 1 270 000 de dollars US. Les capitaux de ces entreprises étaient essentiellement issus de la diaspora Wenzhou (Zhang T. 2005). En 1986, les capitaux étrangers ne représentaient que 421 000 dollars US, correspondant à trois projets entrepreneuriaux (*Wenzhou tongji nianjian 温州统计年鉴 [Wenzhou Statistical Yearbook]* 1987, p7). Près de dix ans plus tard, en 1995, ces mêmes capitaux étrangers s'élevaient à 73, 5 millions de dollars US pour 159 projets d'entreprises (voir tableau 43).

Tableau 43 Évolution des capitaux étrangers à Wenzhou (1995-2013)

Année	Projets de capitalisation étrangère en vue d'un accord contractuel (Nbr)[301]	Montant total des capitaux étrangers investis (milliers USD)
1995	159	73520
1996	----	78960
1997	81	60250
1998	95	37020
1999	70	56150
2000	84	72020
2001	75	55100
2002	124	80230
2003	174	119690
2004	157	209160
2005	224	357080
2006	223	462730
2007	141	617530
2008	69	261750
2009	21	234480
2010	24	175740
2011	17	102150
2012	29	398360
2013	45	501500

(Source: *[Wenzhou Statistical Yearbook 2003]*, p394-395; *[Wenzhou Statistical Yearbook 2005]*, p380; *[Wenzhou Statistical Yearbook 2008]* , p340; *[Wenzhou Statistical Yearbook 2011]*, p298; *[Wenzhou Statistical Yearbook 2013]*, p281; *[Wenzhou Statistical Yearbook 2014]*, p279-281)

En moins d'une dizaine années, le montant des capitaux étrangers a donc été multiplié par 17,5, et le nombre de projets par 53. Après l'intégration de la Chine à l'OMC en 2001, le nombre de projets recourant de capitaux étrangers s'élevait, en 2005, à 224 pour une valeur de 357 millions de dollars US. Le maximum est atteint en 2007, avec 617 millions de dollars US. Après cette période d'intensification des investissements en capitaux étrangers dans l'économie locale, la tendance s'inverse au tournant des années 2010 ; en effet, en 2011, seulement 17 projets ont été déposés pour une 176 millions de dollars US. Cette baisse peut s'expliquer par la crise du crédit informel à Wenzhou en 2011 (cf.3.4.2). En 2013, toutefois, le nombre de projets signés remontait à 45 avec un montant total de capitaux étrangers de 501 millions de dollars US. Dans le tableau 43, nous observons une évolution irrégulière des investissements en capitaux étrangers, et non, comme on aurait pu le croire, une croissance régulière. En témoigne la baisse des capitaux étrangers entre 2007 et 2011 après une croissance ininterrompue depuis les années 1990. C'est la mise en place de réformes de la politique financière, et l'amélioration de l'environnement économique local pour attirer les capitaux étrangers, qui expliquent la reprise récente de l'investissement.

Comme nous l'avons vu plus haut, les investissements étrangers à Wenzhou proviennent principalement de la diaspora (autrement dit les capitaux étrangers sont en général des capitaux qui proviennent de la diaspora). Cette prédominance de la diaspora parmi les investisseurs « étrangers », renvoie à des préférences et à des affinités privilégiées par les entrepreneurs avec leur lieu d'origine, plus qu'à des choix

[301] C'est le nombre de nouveaux projets signés pour l'année.

économiques rationnels. En effet, la majorité des entrepreneurs Wenzhou d'outre-mer préfèrent investir dans leur ville d'origine dès lors qu'ils ont connu un succès commercial à l'étranger généralement au début de la période d'ouverture de l'économie chinoise. Cependant, leurs investissements ne sont pas nécessairement limités à Wenzhou. Par exemple dans le bourg de Li'ao, le recensement des Chinois d'outre-mer dénombre, en juin 2005, 39 Chinois d'outre-mer ayant investi en Chine dont 28 ayant investi dans la province de Zhejiang et 11 dans d'autres provinces. Selon l'enquête sur les Chinois d'outre-mer (cité par Wu et Wang 2009; You 2011), 96 entreprises étaient la propriété de membres de la famille de Chinois d'outre-mer, soit 88% du total des entreprises de Li'ao. Notre enquête en 2012 a également confirmé cette situation :

> Les Wenzhou de Li'ao travaillaient souvent dans des ateliers à l'étranger. Pourtant, la plupart des Wenzhou de retour effectuent des affaires principalement dans le commerce d'exportation en Chine. Par exemple, nous pouvons trouver de nombreuses entreprises d'import-export tenues par les Wenzhou de Li'ao à Canton. À Li'ao, très peu d'entreprises disposent de qualifications d'exportations. La majorité des entreprises de ce bourg font des exportations *via* des entreprises qui disposent de la qualification d'exportation de Shanghai, de Ningbo, *etc.*
>
> (« Extrait carnet du terrain, Wenzhou » 2012)

Illustration 9 Affiche située à Li'ao « Ayant à cœur sur le développement économique du pays natal »

© Li Zhipeng 2012 à Wenzhou

Traduction du texte ci-dessus : « Les entreprises tenues par les Wenzhou de Li'ao sont dispersées dans une vingtaine de provinces et de villes dans tout le pays. La valeur de leurs exportations, *via* les ports comme Wenzhou, Yiwu, Shanghai et Canton, s'élève à 5 milliard de yuans (830 millions USD). Le montant de l'épargne bancaire du bourg a dépassé 5 milliard de yuans (830 millions USD). Des Wenzhou de Li'ao participent à plusieurs projets économiques clés de l'Etat. Ils soutiennent le développement économique du pays, en même temps qu'ils ont pris l'opportunité et la fortune ».
Photo ci-dessous : L'entreprise de confection située à Huizhou de la province du Guangdong. Son chiffre d'affaire annuel a dépassé les cents millions de yuans (environ 16 million USD). Elle a été créée par un Wenzhou d'outre-mer de Li'ao en 2004.

L'émergence de deux types d'entreprises à capitaux issus des Chinois d'outre-mer

Les investissements étrangers se traduisent principalement par l'apparition d'un grand nombre d'entreprises financées directement ou indirectement par des capitaux originaires de la diaspora Wenzhou.

Les recherches scientifiques de Zhang Zhicheng (1999, 2011) couvrent à cet égard la période de 1984-1996. Il distingue deux types d'entreprises de la « diaspora » émergeant à Wenzhou :

Le premier type d'entreprises que Zhang Zhicheng identifie regroupe celles créées et financées par les Chinois d'outre-mer de retour ou par des membres de la famille des Chinois d'outre-mer à travers le service spécial de l'administration locale de Wenzhou[302]. Ce type d'entreprise est nommé *qiaoshu qiye* 侨属企业 - QS[303].

Le second type d'entreprises appelé *qiaozi qiye* 侨资企业 (entreprise détenant des capitaux de la « diaspora »)- QZ[304] regroupe celles créées et financées par des « étrangers »

[302] Selon Wu Hongming (1995, p231), *Wenzhoushi jinrong zhi* 温州市金融志 *[Annuaire du finance de Wenzhou]*, Shanghai kexue jishu chubanshe 上海科学技术出版社 [Maison de la technologie et de la science de Shanghai], cité par Zhang Zhicheng (1999), ce service existait ente les années 1950 et 1960 ayant un rôle de société de l'investissement.
[303] Afin de faciliter le lecteur, nous utilisons le sigle QS pour représenter ce type d'entreprise.
[304] Idem.

dans le cadre du système des capitaux étrangers (FDI) en Chine. Comme nous l'avons évoqué plus haut, il s'agit d'une des « trois sortes d'entreprises détenant des capitaux de l'étranger » (JVCP, CJV et WOFE- : *sanzi qiye* 三资企业), telles que repérées d'après les statistiques de Wenzhou.

Récemment, les travails de Xu Huabing et Wu Ying (2015, p51) ont montré, à partir de données de juillet 2013 du Bureau des affaires des Chinois d'outre-mer de Wenzhou, que le nombre des entreprises QS et QZ s'élevait à plus de 2 000 à Wenzhou. Mais, les auteurs n'ont pas précisé quelle période était concernée, ni comment était calculé le nombre de ces entreprises ou encore quels critères étaient utilisés pour identifier ces types d'entreprises. Toutefois, ces auteurs ont spécifié l'existence de plusieurs critères de définition des entreprises détenant des capitaux des Chinois d'outre-mer. De façon générale, voici les définitions de ces deux types d'entreprises présentées ci-dessous :

« Qiaoshu qiye – QS - est une entreprise qui a été créée et financée par des Chinois d'outre-mer de retour ou des membres de la famille des Chinois d'outre-mer restés en Chine ».

« Qiaozi qiye - QZ - concerne toutes les entités à but lucratif dans lesquelles ont investi des Chinois d'outre-mer (huaqiao) ou des compatriotes de Hong Kong et Macao, et ce quel que soit le mode et le montant des investissements » (*ibid.*)

Mais, il nous semble très difficile de déterminer de quel type relèvent certaines entreprises. En effet, nous avons vu qu'il est difficile de qualifier une entreprise détenant des capitaux de la « diaspora » (voir *supra*). S'agissant par exemple de l'entreprise de Monsieur WCC, nous constatons qu'il s'agit d'une entreprise qui est financée et gérée par un Chinois d'outre-mer de retour. Selon cette définition, il s'agit donc d'une entreprise de type QS. Mais c'est est aussi une WFOE car le fils de Monsieur WCC est de nationalité française. Nous pouvons enfin également la considérer en tant qu'entreprise de type QZ (entreprise détenant des capitaux de la « diaspora »). Il apparait ainsi à l'évidence qu'il est impossible de classer les entreprises selon les deux définitions évoquées plus haut.

Plus précisément, il nous semble difficile d'établir une différence entre les entreprises appartenant aux membres de la famille des Chinois d'outre-mer ou à des Chinois d'outre-mer de retour et les entreprises détenant des capitaux de la « diaspora ». Dans les deux cas, en effet, les apports initiaux sont des transferts émanant de la « diaspora » (de l'étranger).

Au terme de cette analyse, il nous semble qu'il faut plutôt distinguer les deux types d'entreprise (QS et QZ) non pas en fonction de l'origine de leur capitaux, mais plutôt d'après leur mode gestion. C'est-à-dire selon que la gestion est effectuée (a) soit par les membres de la famille migrante restée sur place ou par les membres de la diaspora Wenzhou de retour en Chine ; (b) soit directement par la diaspora Wenzhou.

La situation des investissements de la diaspora pendant les années 1980 et 1990

Nous nous limiterons donc à constater que les investissements de la diaspora Wenzhou ont impulsé avec l'introduction des capitaux étrangers, le développement économique à Wenzhou pendant les années 1980 et 1990.

Plus généralement, le nombre d'entreprises tenues par des Chinois d'outre-mer de retour ou par des membres de la famille des Chinois d'outre-mer (QS) est passé de 20 à 205 entre 1984 et 1996[305]. Cette dernière année, la valeur annuelle de la production des entreprises tenues par des QS s'élevait à 780 millions de yuans (97,5 millions de dollars US), leur bénéfice annuel après impôt atteignait 32 millions de yuans (4 millions de dollars US), leur contribution à l'impôt était de 53 millions de yuans (6,6 millions de dollars US), et le revenu en devises étrangères tiré de cette activité se montait à 14 millions de yuans (1,8 millions de dollars US) (Zhang Z. 2011) (voir tableau 44).

Tableau 44 Aperçu du développement des entreprises de type *QS* à Wenzhou (1984-1996)

(Unité : en milliers de yuans, 8 yuans=1 USD)

Années	Nombre d'entreprises	Valeur de la Production	Bénéficie annuel	Contribution à l'impôt	Devises	Investissement
1984	20	2000	180	---	300	---
1985	53	8630	550	340	---	2300
1986	75	21536	2100	1368	4570	3190
1987	123	49070	2600	2500	8180	6170
1988	139	74520	2600	2500	5870	13890
1989	143	92500	3750	4300	6860	24620
1990	142	89990	2800	4600	14880	27990
1991	130	104820	4237,3	5397,2	5511,4	3162,8
1992	190	185700	10160	10210	11345	68560
1993	275	260000	9480	1200,2	22192,7	----
1994	123	262300	12065,3	14935,2	10680	98600
1995	260	630000	40390	33756,8	7370	420000
1996	205	780000	32556,5	53212,7	14425,4	289400

(Source :Zhang Z. 2011, p 171)

Le tableau 44 montre qu'en 1984, seulement 20 entreprises étaient gérées par des membres de la famille de migrants restés en Chine ou par des Wenzhou d'outre-mer de retour (QS). De fait, les investissements de la diaspora ont joué un rôle important dans le développement économique local à Wenzhou. Pendant les années 1980 et 1990, l'économie de Wenzhou s'est développée grâce à sa diaspora et ses investissements, *via* l'émergence d'un grand nombre d'entreprises détenant de capitaux issusétrangers, dont la majeure partie est des entreprises de membre familiales de la diaspora ou de la diaspora Wenzhou de retour.

Par ailleurs, Zhang Zhicheng (1999) a considéré que les QZ (entreprises détenant des capitaux de la « diaspora ») sont essentiellement dites entreprises détenant des capitaux étrangers. Selon lui, au début des années 1990, émergent trois types d'entreprises à capitaux étrangers. Les projets mentionnant des capitaux étrangers (issus de la diaspora) devant être utilisés dans le cadre d'un accord contractuel (*Total Amount of Foreign Capital to Be Utilized in the Signed Agreements*) se montaient à 7,14 milliards de dollars US et

[305] Nous rappelons que nous n'avons pas trouvé de statistiques récentes sur ce sujet. Ici, nous nous appuyons principalement sur les travaux de Zhang Zhicheng afin de présenter la situation des investissements de la diaspora à Wenzhou.

l'utilisation réelle des capitaux étrangers (*Actually Used Amount of Foreign Direct Investment*) s'élevait à 4,19 milliards de dollars US[306]. En s'appuyant sur ces statistiques, les entreprises détenant des capitaux étrangers à Wenzhou, ont été considérées comme des investissements de la diaspora. Nous pouvons supposer qu'à cette époque-là (l'étude date de 1999), les capitaux venant de l'étranger sont probablement tous des capitaux venant de la diaspora.

Pourtant, trente ans plus tard, il nous semble que nous ne pouvons pas attendre dans une enquête (qu'elle soit faite par questionnaires ou entretiens) à ce que les entrepreneurs répondent à une question précise portant sur l'origine des capitaux de leur entreprise. En effet, outre le fait qu'est considéré comme sensible, chaque situation est différente, impliquant potentiellement des capitaux de l'intérieur, des capitaux de l'étranger et/ou de la diaspora, ainsi que des capitaux anonymes. Il est ainsi difficile de distinguer l'origine des capitaux étrangers et d'identifier les entreprises liées, ou non, à la diaspora Wenzhou.

6.1.2 Les remises migratoires : un rôle important dans le développement économique de Wenzhou

Les remises migratoires constituent un moteur important de la dynamique économique des communautés d'émigrants (*qiaoxiang* 侨汇). Une grande partie des ressources des membres des familles des migrants restés à Wenzhou est issu de l'argent envoyé par leurs proches résidant à l'étranger. D'après les statistiques de la succursale de la Banque populaire de Chine à Wenzhou (*zhongguo renminyinhang wenzhou zhongxin zhihang* 中国人民银行温州中心支行), le département a reçu un total de remises[307] provenant de l'étranger s'élevant à 19,2 milliards de dollars US en 2009 (You 2011).

Afin de mieux savoir ce qu'il en est, examinons le cas de deux foyers d'émigration sur lesquels nous avons enquêtés :

[306] Wang Musheng, 25 juin 2014 (en ligne), « Waishang touzi wenzhou sanshinian : chuangban qiye 2799 jia, jinban rengzaice 外商投资温州三十年：创办企业 2799 家 近半仍在册 [Investissement des commerçants étrangers de 30 ans à Wenzhou: 2799 entreprises ont été fondées, dont la moitié est toujours enregistrée] ». *Zhejiang zaixian* 浙江在线 *[Zhejiang en ligne]*, http://zjnews.zjol.com.cn/system/2014/06/25/020102340.shtml (consulté le 09 décembre 2015).

[307] Sur le principe la majorité des chercheurs (cf. Zhang Zhicheng, You Yundi, *etc.*) considère souvent que les devises étrangères sont équivalentes aux remises migratoires dans les foyers d'émigration.

Le cas du district de Wencheng

Selon les estimations réalisées par le bureau des affaires étrangères et des Chinois d'outre-mer du gouvernement local du district de Wencheng, ce district dispose, *via* les banques, de remises venant des migrants à hauteur de près de 4 milliards de yuans (soit 667 millions de dollars US). Si nous comptons les liquidités apportées par les migrants à leur retour, cela amène à un total de plus de 5 milliards de yuans (soit 833 millions de dollars US) annuels, soit une somme supérieure à la valeur totale de la production de tout le district de Wencheng en 2010 (You 2011). Trois ans plus tard, selon les statistiques de la succursale de la banque populaire de Chine à Wencheng, les devises étrangères[308] (*Foreign Exchange Deposits*) déposées (*Inward Remittance*) représentaient 416 millions de dollars US de janvier à juin 2013[309]. Ces devises étrangères envoyées par la diaspora Wenzhou provenant de Wencheng sont principalement issues de remises d'origine familiale. Les bénéficiaires de ces remises sont le plus souvent des parents ou des proches de la diaspora chinoise. Cette ressource est devenue un pilier économique de Wencheng.

Ainsi, selon le responsable des affaires des Chinois d'outre-mer de Wencheng, Monsieur HLS, les Chinois d'outre-mer (*huaqiao*) ont grandement contribué au développement de l'économie de Wencheng, à savoir que les remises migratoires ont augmenté le niveau de vie des habitants de Wencheng, et ont indirectement favorisé le développement économique (notamment dans l'immobilier).

Le cas du bourg de Li'ao

Le bourg de Li'ao, dans cette même région, est encore plus remarquable en matière d'impacts des remises envoyées par la diaspora chinoise, notre enquête a montré que les caractéristiques socio-professionnelles de membres de la famille des Chinois d'outre-mer en avaient, à plusieurs égards, été transformées :

Premièrement, auparavant les habitants de ce bourg étaient des paysans pauvres. La plupart travaillaient dans le secteur de l'horticulture. Ce secteur a été le pilier économique du bourg. Il a notamment été exploité par des membres de la famille des Chinois d'outre-mer (*Qiaojuan*) qui louaient des terres pour cultiver des fleurs. Deuxièmement, Li'ao est devenue un des grands centres producteurs de légumes approvisionnant la population urbaine de Wenzhou.

Si on observe un changement professionnel parmi les membres de la famille des Chinois d'outre-mer, celui-ci est fortement lié à la réception des remises migratoires. Certains membres de familles de Chinois d'outre-mer sont devenus des patrons dans le secteur de l'horticulture. Tout cela révèle directement ou indirectement l'importance des transferts envoyés par les migrants.

---

[308] La majorité des chercheurs (cf. Zhang Zhicheng, You Yundi, *etc.*) considèrent souvent que les devises étrangères sont équivalentes aux remises migratoires dans les foyers d'émigration.

[309] Wencheng wenhua xinxiwang, 22 février 2013 (en ligne), « Yonghao qiaoxiang ziyuan yindao qiaozi huigui 用好侨乡资源引导侨资回归文成金改主打"侨牌" [Profiter les ressources des foyers d'émigration, impulser le retour des capitaux de de la diaspora et la réforme financière de Wencheng] ». *Informations et culture de Wencheng*, , http://www.wcwgxj.com/News_Blank.asp?ID=1601, (consulté le 10 décembre 2015)

Comme un des responsables enquêtés, Monsieur HPS, nous a expliqué :

> Ici, toute la famille est à *Huaqiao* [Chinois d'outre-mer]. Il est évident que le monde est devenu un village. C'est très facile d'aller à l'étranger et de retourner au pays. Nous sommes habitués. Beaucoup de patrons vont à tout moment à l'étranger pour voir le marché à l'extérieur, puis retournent au pays. Nous avons des proches partout. »
>
> (« Extrait carnet du terrain, Wenzhou » 2012).

Il nous semble que la naissance du secteur de l'horticulture à Li'ao soit fortement liée à l' « importation des idées » de la France grâce à la circulation de l'information de sa diaspora.

D'après des statistiques concernant la période 1992 et 1997[310], Li'ao a reçu des transferts des migrants à hauteur de 80 980 000 de dollars US et l'épargne bancaire des devises étrangères s'est élevée à 95 159 900 de dollars US (voir tableau ci-dessous) :

Tableau 45 Situation des devises étrangères (de la remise migratoire) de Li'ao (1992-1997)

Années	Montant des remises (Unité : en milliers de dollars USD)	Nbr de remises	Epargne bancaire en devises étrangères (Unité : en milliers de dollars USD)
1992	2710	1567	3669,9
1993	3900	2332	8040
1994	10160	3550	13080
1995	14200	5092	19650
1996	23550	5945	23620
1997	26460	5367	27010
Total	80980	23853	95069,99

(Sources : Zhang Z. 1999, p183)

Sur cette période, nous observons que les remises des migrants ont augmenté progressivement à partir du lancement de la politique des réformes et d'ouverture. Cet exemple nous permet d'observer, à l'échelle d'un modèle réduit, le rôle des remises migratoires dans le développement des localités constituant des foyers d'émigration de la région dans les années 1990.

Afin de mieux comprendre le rôle important qu'ont les remises migratoires dans le développement économique de la région de Wenzhou, voici quelques chiffres de l'année 2004 et 2005 à l'échelle de tout le département de Wenzhou. Les statistiques du bureau de Wenzhou du *State Administration of Foreign Exchange* indiquent que[311] :

1/En 2004, la remise des migrants de Wenzhou atteignait un niveau jamais connu dans l'histoire, avec 2,1 milliards de dollars US sur l'année, soit une augmentation de 48,26% par rapport à la même période de l'année 2003 ;

[310] Nous soulignons que nous n'avons pas trouvé de chiffres plus récents pour ce lieu.

[311] Xinhua News, 22 février 2005 (en ligne), Haiwaiwenzhouren liutian xiangdalu huikuan 3400 wanmeiyuan 海外温州人六天向大陆汇款 3400 万美元 [34 millions de dollars US ont été envoyés à Wenzhou par sa diaspora pendant six jours], http://news.xinhuanet.com/overseas/2005-02/22/content_2603211.htm, (consulté le 10 décembre 2015).

2/En janvier 2005, le montant des remises dans tout le département de Wenzhou a atteint à 200 millions de dollars US, soit une augmentation de 30% par rapport au janvier de l'année 2004. Par ailleurs, entre les 1er et 6 février 2005[312], le montant des transferts envoyés par la diaspora Wenzhou s'élevait à 34 millions de dollars US, la majorité de ces remises étant envoyée par les migrants eux-mêmes. L'utilisation d'euros est de surcroît populaire dans les envois internationaux, comme en témoigne leur proportion qui est de près de 90%

Une analyse des données concernant les remises migratoires, montre que les envois ont souvent été effectués par des services bancaires de transferts internationaux, ce qui révèle indirectement qu'elles ont la diaspora comme origine. Il existe également d'autres modes de transfert comme les liquidités directement apportées à Wenzhou. Toutes ces remises, quels que soit les moyens employés pour les faire parvenir, ont augmenté le revenu global de l'économie de la région[313] et changé la structure socio professionnelle (voir *supra*), améliorant par conséquent les conditions de la vie de ses habitants.

Les remises migratoires représentent indirectement surtout un soutien économique dans les communautés d'émigrants dont sont issus ces derniers. Cependant, il nous a semblé, selon les propos recueillis en entretiens, que de moins en moins de Wenzhou établis en France envoient leur épargne vers leur pays natal. En effet la majorité des personnes interrogées nous ont indiqué qu'ils n'envoyaient plus d'argent vers leur famille, puisque leurs proches étaient dorénavant installés également en France (« Extrait carnet du terrain, France » 2012).

La ressource financière que constituent les capitaux de la diaspora Wenzhou a donc eu un effet direct sur le développement économique des localités des foyers d'émigration. Tout d'abord, la majorité des capitaux « étrangers » a été apportée par la diaspora Wenzhou, *via* notamment la création d'entreprises gérés par les membres des familles de la diaspora ou des Chinois d'outre-mer de retour (QS) et d'entreprises gérés directement par la diaspora (QZ). Et ces entreprises ont en retour promu le développement du commerce extérieur. Deuxièmement, les remises des migrants ont pris une place importante parmi les ressources économiques des habitants de Wenzhou, aisément lisible à travers l'épargne en « devises étrangères » dans les bilans comptables des banques locales. Ces remises proviennent en majorité d'Europe.

Par ailleurs, la diaspora Wenzhou effectue souvent des « dons » pour soutenir le développement des services sociaux dans la région de Wenzhou (voir illustration 10).

[312] Il faut indiquer ici que, cette période est proche de la fête traditionnelle du printemps en Chine. Les Chinois d'outre-mer ont l'habitude d'envoyer de l'argent à leur famille restée en Chine.
[313] Montant du revenu global de l'économie de la région/Montant des remises.

Illustration 10 Maison sociale et de loisirs personnes âgées à Qidu, Wenzhou

© Li Zhipeng 2012 à Wenzhou

Les Chinois d'outre-mer, ici les Wenzhou du bourg de Qidu, ont effectué de nombreux dons destinés à construire des infrastructures ayant une dimension sociale. Ici, la photographie représente une maison où se réunissent les personnes âgées. Ces dernières ont à leur disposition des téléviseurs, se retrouvent pour jouer au majong[314] ou tout simplement pour discuter avec d'autres habitants du bourg. La photo de droite est une plaque recensant des donateurs de la diaspora ayant participé à l'édification de la maison.

Illustration 11 Le pont financé par un entrepreneur de Wenzhou établi en France

© Li Zhipeng 2013 à Wenzhou

(Légende : le Pont situé à Xianyan dans la région de Wenzhou, a été financé par la diaspora Wenzhou en France, en particulier par Monsieur LIU Ruoshen. Le nom de pont est « Pont de Ruoshen.)

Nous avons visité le village de Suifeng en accompagnant un vice-président de Fédération des Chinois d'outre-mer de retour (*qiaolian*) du bourg de Xianyan et y avons observé plusieurs maisons d'émigrants établis en France ainsi que les infrastructures financées par ces derniers, comme le pont et l'école à travers la forme de dons (voir illustration 11) (« Extrait carnet du terrain, Wenzhou » 2013).

[314] Le majong, *majiang* 麻将 en mandarin, est un jeu extrêmement populaire en Chine et possède quelques variantes régionales. Il est très répandu dans la région de Wenzhou où de nombreux lieux sont aménagés pour y jouer : dans la rue, dans les temples, dans des salles privées, *etc.* Il se joue à quatre joueurs qui placent plusieurs pièces du jeu devant eux. Ces pièces qui ressemblent à des dominos doivent être assemblées à d'autres pièces tirées en cours de partie et placées au milieu de tapis. Le gagnant est celui qui réussit à se débarrasser de toutes ses pièces.

6.2 Le rapport entre crédit informel et le développement économique de la région de Wenzhou

6.2.1 Le besoin fort du crédit informel à Wenzhou

La définition du crédit informel a été discutée dans le chapitre 3 (cf.3.4.2). Nous rappelons que le crédit informel a occupé une place importante dans le développement des PME de Wenzhou. Alors que le système de financement formel préfère naturellement favoriser les grandes entreprises, les PME rencontrent régulièrement des difficultés à obtenir du crédit bancaire en raison de leur incapacité à satisfaire les conditions strictes exigées (Brillant 2014). Nous pouvons connaitre le besoin de fonds des PME avec les résultats de l'enquête de Guo et Liu (2002, p33). Nous rappelons qu'il s'agit de chiffres anciens car nous n'en avons pas trouvé de plus récents.

Tableau 46 Besoin en fonds des PME à Wenzhou en 2001

(8 yuans valaient approximativement 1 dollar US en 2001) (N=257[315])

Chiffres d'affaires annuels (yuan)	Nombre d'entreprises	Besoin fort	Besoin	Pas de besoin	Ne sait pas
<1 million (inclus)	26	31% (8)	65%(17)	4%(1)	0
1 million-5 millions (inclus)	107	55% (59)	38% (41)	4% (4)	3% (3)
5 millions – 10 millions (inclus)	78	50% (39)	41% (32)	5 % (4)	4 % (3)
>10 millions	46	43% (20)	48%(22)	2% (1)	7% (3)

(Source :Guo et Liu 2002, p33)

Selon le tableau 46 tiré de l'enquête de Guo et Liu, il ressort que les PME ont de grands besoins en crédit à Wenzhou.

Tableau 47 État des besoins en Crédit Informel (CI) des PME de Wenzhou en 2001

(8 yuans valaient approximativement 1 dollar US en 2001)

CA annuels (yuan)	Nbr d'Entreprises	Besoin en CI	Pas besoin de CI	Ne sais pas	Crédit bancaire réalisé
<1 million (inclus)	26	31% (8)	62%(16)	8% (2)	11,5% (3)
1 million-5 millions (inclus)	107	64%(69)	32%(24)	4%(4)	23,4% (25)
5 millions – 10 millions (inclus)	78	55%(43)	41%(32)	4%(3)	43,6% (34)
>10 millions	46	24% (11)	72% (33)	4%(2)	82,6% (38)

(Source :Guo et Liu 2002, p42)

Le tableau 47, montre que les petites et moyennes entreprises sont celles qui connaissent les besoins les plus forts en crédit informel, puisque de 55% à 64% d'entre elles déclarent en avoir besoin. Ceci n'est pas surprenant, ce type d'entreprises se trouve à cette époque dans une période de multiplication des investissements et de recherche de nouveaux produits, et a donc beaucoup besoin de crédit.

Ainsi, du montage d'une affaire, les capitaux des entreprises privées de Wenzhou se caractérisent par « de fonds propres et de fonds issus du crédit informel ». Dès lors que l'entreprise grandit, sa source majeure de financement est le crédit bancaire, bien que le crédit informel reste néanmoins une source importante de fonds provenant de l'extérieur.

[315] En 2001, Guo et Liu ont effectué une enquête par questionnaire (*simple random sample*) pour 336 PME de Wenzhou dans l'industrie. Ils ont récupéré 257 questionnaires.

À travers ces éléments non exhaustifs et en outre indirects puisque provenant d'enquêtes effectuées par d'autres chercheurs, nous pouvons constater que la majorité des PME a obtenu un peu de crédit bancaire, mais que les fonds propres et le crédit informel restent les sources principales des financements nécessaires (voir *infra*). Certains chiffres sont certes contradictoires parce qu'ils sont issus d'enquêtes très différentes ; mais que malgré ces contradictions, ils manifestent quand même l'importance du crédit informel à Wenzhou.

1/ D'après les résultats d'enquêtes cités par l'économiste Lin Yifu et Sun Xifang (2003), dans le bourg de Liushi du district de Yueqing à Wenzhou, les capitaux circulants pour les ateliers familiaux et les petites commerces, sont à 50% issus du crédit informel.

2/ Selon Zhang Renshou et Li Hong (1990,cité par Lin et Sun 2003), en 1985, les besoins de fonds ont atteint entre 650 et 700 millions de yuans (soit 217 millions et 233 millions de dollars US) pour les entreprises individuelles, les entreprises familiales coopératives et les entreprises rurales. Pour ces entreprises, le crédit bancaire a faisait environ 30% des besoins totaux de fonds, le crédit informel 36%, et le reste est issu des fonds propres (*ibid.*).

3/ Selon l'enquête de juillet 2000 à Wenzhou et à Hangzhou effectuée par l'Institut de finances et d'économie (cité par Lin et Sun 2003), 60% des PME ont réalisé leurs apports initiaux de liquidités à partir de leurs fonds propres et environ 20% des PME en eu recours au crédit informel. À Wenzhou, 53% des PME ont déclaré qu'elles rencontrent des difficultés pour les emprunts bancaires.

4/ Selon une autre enquête, sur 100 PME enquêtées à Wenzhou en 2002, plus de 75% des fonds étaient financés par des fonds propres et par du crédit informel lors de la première période de la création de l'entreprise (*ibid.*).

Pendant la période du montage de l'affaire, les fonds sont principalement des fonds propres, les revenus issus de ces derniers et le crédit bancaire. Reste que, en raison du peu de biens à engager et de la difficulté qu'il y a ainsi à concrétiser un crédit garanti par gage, les entreprises rencontrent des difficultés pour effectuer des emprunts (cf.3.4.2).

Le crédit informel est devenu indispensable car il pallie les limites du crédit formel. Comme nous l'avons évoqué plus haut, l'entrepreneur WLG à Wenzhou nous a confirmé également qu'il était difficile d'emprunter de l'argent dans les banques chinoises, les conditions y étant très strictes[316].

Un entrepreneur, Monsieur WHJ[317] nous a confirmé également ce point avec la description suivante :

« En 2011, Wenzhou a affronté la crise du crédit informel. Pendant cette période, la majorité des entreprises a été en difficulté pour obtenir des crédits bancaires. […] En effet, il faut d'abord donner un gage auprès de la banque pour pouvoir emprunter de l'argent. Mais ensuite, si on a encore besoin de crédit, on n'a plus de gages. Donc on est obligé d'emprunter de l'argent du côté du crédit informel […] Dans ce contexte, nombre d'entreprises ont eu recours au crédit informel. Pourtant, beaucoup d'entrepreneurs de l'économie réelle ont trouvé qu'il était difficile de continuer à mener leurs activités (commerciales ou productives). Donc ils ont changé leurs activités, et ils ont investi dans d'autres secteurs [Par exemple, l'immobilier]. Dans ce cas, il est impossible d'emprunter de l'argent auprès de la banque. Alors il est encore nécessaire de chercher du côté du crédit informel […]. »

[316] Entretien avec l'entrepreneur de Currency-counting machine WLG à Wenzhou, le 22 octobre 2012 et le 9 août 2013

[317] Entretien avec Monsieur WHJ, fabricant de briquets, le 10 octobre 2012 à Wenzhou.

6.2.2 L'évolution des relations entre les PME et le crédit informel à Wenzhou

Au début des politiques d'ouverture et de réformes économiques en Chine, dans les années 1980, les entreprises de Wenzhou ont accumulé des capitaux en recourant, dans une première étape au crédit informel. Trente ans plus tard, le développement du crédit informel de Wenzhou se traduit par un résultat spectaculaire. Certes, le crédit informel est limité car plus ou au moins « toléré » par les autorités (voir chapitre 3), mais si nous prenons le crédit informel courant (capital privé), il s'élève à 600 milliards de yuans (100 milliards de dollars US) à la fin de l'année 2010 : la vitesse de sa croissance est supérieure à 14% chaque année, d'après une estimation de mai 2010 réalisée par la succursale de Banque populaire de Chine à Wenzhou (Ji 2011). Historiquement, l'évolution du développement du crédit informel de Wenzhou comprend six périodes (voir tableau 48) :

Tableau 48 L'évolution des relations entre les PME et le crédit informel à Wenzhou

	PME	Crédit informel
1979-1983	PME familiales, équipement rudimentaire, presque sans biens immobiliers, rotation très rapide des capitaux circulants.	Les banques et la coopérative de crédit ne servent pas aux individus. Dans ce contexte, le crédit informel a été mis en place pour répondre aux besoins de cette situation précise. Avec l'utilisation des tontines et du prêt entre particuliers, le crédit informel est divers et sporadique.
1984-1990	Le commerce et l'industrie de Wenzhou connaissent un grand développement et accumulent des fonds. Les besoins de fonds accroissent dans de fortes proportions avec l'expansion de l'industrie.	Le crédit informel se développe encore davantage en raison des besoins forts de crédit de l'économie privée. Plusieurs formes de crédit informel comme la banque privée (après 1986), le prêt sur gage et le *taihui* 抬会 (tontines portées par plusieurs personnes) apparaissent. Wenzhou a connu plusieurs événements illégaux dans cette période ainsi que le rassemblement de fonds illicites.
1991-1996	Avec l'accroissement des PME, l'essor de l'économie Wenzhou se poursuit ce qui augmente les besoins de fonds et ce qui favorise encore le développement du crédit informel.	Le crédit informel tend à se diversifier, des organismes de crédit informel sont désormais soumis un enregistrement administratifs et donc tolérés par l'administration.
1997-2007	Avec le développement économique, le marché des capitaux se développe rapidement. La chaine de financement des PME se retrouve face à un problème de resserrement du crédit.	Le crédit informel commence à entrer dans le marché financier et à figurer dans les dettes nationales. À partir du milieu des années 1990, il y a un manque d'offre de financement en raison de la réforme du financement formel, ce qui a conduit à développer le crédit informel, mais le gouvernement a renforcé le contrôle du crédit informel, rendant la plupart de ces activités illégales. Le crédit informel se traduit désormais par le prêt direct (entre particuliers), la collecte de fonds intérieurs et les tontines.
2008-à nos jours	Les PME se développent non seulement dans « l'économie réelle », mais aussi dans les autres secteurs tels que l'immobilier. Avec la crise des « Subprimes » de 2008, la crise de la dette dans la zone euro de 2010 et la crise du crédit informel de Wenzhou en 2011, les PME rencontrent une série de problèmes pour le crédit bancaire.	Le crédit informel non seulement se développe dans l'économie réelle, mais aussi dans l'immobilier et dans le financement. Sous l'influence de la crise du crédit informel de 2011, les formes comme les tontines ont presque disparu en raison de la disparition de la « confiance ».

(Source : Liu 2007; Wu Y. et Ding 2008; Ji 2011)

Le crédit informel a joué un rôle clé dans le développement économique de Wenzhou. Concrètement, la libre circulation des liquidités issues du crédit informel a favorisé l'optimisation de la distribution des ressources et l'augmentation des taux de rentabilité. Ce crédit informel a créé une impulsion importante dans le développement économique local de Wenzhou. L'économie privée s'est développée grâce à des investissements issus du crédit informel qui a ainsi occupé une place dominante dans l'économie de Wenzhou. Cette économie privée a non seulement contribué à 90% de la valeur globale de la production et de la récolte de TVA, mais a aussi concentré 75% de la population active de la région (Ji 2011).

Le district de Rui'an[318] dans laquelle nous avons fait une série d'enquête sur le terrain en 2012 et en 2013 est un exemple connu et typique du développement économique de la région de Wenzhou. En effet, Rui'an témoigne bien de l'évolution du crédit informel.

Rui'an est la plus ancienne zone institutionnelle dans laquelle se sont développées les entreprises familiales de la région de Wenzhou. De l'atelier de manufacture à l'entreprise familiale, l'argent liquide circule parmi ces entreprises comme méthode d'emprunt, ce qui a contribué à développer les premières formes de crédit informel de la région.

Ce district est reconnu comme un foyer important d'émigration. Les devises étrangères envoyées par des Chinois d'outre-mer originaires de cette localité constituent une composante importante du crédit informel de Rui'an. Au début des années 1980, période où l'on constatait un très faible développement du crédit bancaire, le crédit informel a fourni des fonds destinés à la production et à la création d'entreprises, assurant alors leur développement et une existence durable. Grâce au crédit informel a donc émergé une série d'entreprises connues et d'entrepreneurs renommés. Grâce à l'impulsion du crédit informel, la localité de Rui'an s'est développée au tour de six secteurs dominants : les pièces détachées de voitures et de motos, les produits de mécatronique, les matières plastiques, les chaussures, l'industrie chimique de précision, ainsi que le textile et la confection. Tous ces secteurs sont devenus très compétitifs sur le marché. Réciproquement, le développement économique peut favoriser l'accroissement du crédit informel. Le crédit informel de Rui'an représenterait environ 200 milliards de yuans (33,3 milliards de dollars US), selon l'estimation de Cai Zhongshan, président à Rui'an de l'association de la promotion du développement des entreprises privées de Wenzhou (*ibid.*).

Mais si cette économie privée a connu un grand essor dans la région de Wenzhou, c'est parce que cette dernière possède des conditions privilégiées par rapport à d'autres régions, surtout en termes de ressources de migrants (ex. pour la circulation de l'information, voir *infr*a). Comme l'avons évoqué dans le chapitre 3 (cf. 3.4.2), la tontine (aussi le prêt direct entre particulier) se caractérise par sa haute efficacité pour impulser le développement de l'économie de la région de Wenzhou.

[318] Ville placée sous la juridiction de la préfecture de Wenzhou.

Pourtant, selon notre enquête, une partie du crédit informel est souvent originaire des capitaux de la diaspora. C'est le cas évident de l'entreprise Chint qui s'est développée à partir d'une PME. Comme nous l'avons évoqué (cf. 5.1.2), l'entreprise Chint, a profité en 1991, de capitaux en provenance de membres de la famille installés aux États-Unis (prêt direct entre particuliers). Le propriétaire s'étant séparé à cette date de son associé, il alors eu recours à ces emprunts tout en réorganisant son entreprise. Celle-ci est ainsi devenue une société à capitaux sino-américains dans un premier temps[319]. Dans ce cas les Wenzhou d'outre-mer ont participé au travers d'alliances financières, à la création d'entreprises de plus grande envergure. En outre, nous rappelons qu'il existe un lien entre les investissements de la diaspora et le crédit informel.

Comparés aux entrepreneurs diasporiques en France, les Wenzhou en Chine ont mobilisé une plus grande diversité de sources de capitaux initiaux. Ils ont non seulement profité de crédits informels, mais ont aussi attiré des capitaux « étrangers ». En particulier ceux d'entrepreneurs Wenzhou d'outre-mer. Aussi, si à l'origine, le crédit informel des entrepreneurs de Wenzhou venait de la solidarité locale et nationale, à celle-ci sont venus s'ajouter crédits informels issus de la diaspora. Aujourd'hui, il est difficile d'identifier les sources de crédits informels à l'origine de création d'entreprises localisée de Wenzhou.

[319] Entretien avec Monsieur WZH, l'adjoint directeur Chint, le 12 octobre 2012 à Wenzhou.

6.3 Les réseaux et les modalités de la distribution des produits

Le développement économique de Wenzhou se caractérise par la distribution de sa production par ses réseaux migratoires (voir chapitre 3). Ces réseaux sont caractérisés par la présence d'entrepreneurs diasporiques en Chine et à l'étranger. Basée sur ces réseaux, la distribution des produits par des entreprises nous permet d'observer ces différentes modalités.

6.3.1 Les réseaux d'entrepreneurs Wenzhou

Comme nous l'avons déjà souligné dans la section 1.2.3, les entrepreneurs Wenzhou se composent principalement d'entrepreneurs localisés à Wenzhou (*bendiwenshang 本地温商*), d'entrepreneurs Wenzhou en Chine (*国内温商 guoneiwenshang*) et d'entrepreneurs Wenzhou d'outre-mer (*haiwaiwenshang 海外温商*). Ces trois types d'entrepreneurs, acteurs de l'économie de la région de Wenzhou constituent une organisation entrepreneuriale structurée.

L'importance des réseaux migratoire Wenzhou en Chine a été évoqué plus haut, notamment dans la section 5.4.1, ici nous apprécions que les réseaux d'entrepreneurs Wenzhou suivent la stratégie dite « aller du point vers la surface »[320], c'est-à-dire en créant des réseaux de la Chine vers l'étranger (Zhang Y., Chen, et Ni 2012, p120). Les premiers entrepreneurs Wenzhou sont des artisans « bas de gamme » faisant des affaires à l'extérieur de la région de Wenzhou. En effet, la région de Wenzhou était caractérisée par un excédent démographique. Des paysans de Wenzhou ne pouvaient pas vivre et développer leurs projets en raison des limites imposées par le régime et l'insuffisance de terres (voir *supra*.).

Dans ce contexte, certains paysans se sont vus obligés de quitter leurs terres pour tenter de faire des bénéfices plus élevés. La mobilité de ces migrants vers l'extérieur de la région se concrétise par la création progressive d'un nouveau pôle d'arrivée, soit un nouveau « point diasporique » hors de la région de Wenzhou.

Mais, les Wenzhou de ce pôle maintiennent des liens (économiques, informatifs, affectifs) avec leurs communautés d'origine de la région de Wenzhou. Par exemple, si aujourd'hui Wenzhou possède une industrie de fabrication de boutons dans le bourg de *Qiaotou 桥头*[321], dans le district de Yongjia, c'est parce qu'un entrepreneur Wenzhou de la diaspora installé en Chine même a découvert et impulsé ce marché à l'extérieur de la région de Wenzhou. Ainsi, lorsque certaines entreprises étatiques ont produit des déchets de la confection, les migrants de Wenzhou ont collecté ces déchets, les ont traités et

[320] Cette expression vient de l'expression chinoise, une stratégie de *dian xian mian 点线面 (Point-ligne-surface),* utilisée pour expliquer une réforme en plusieurs étapes. Par exemple, le lancement de la réforme économique chinoise se manifeste géographiquement par cette stratégie : la création de cinq zones économiques spéciales (*points*), puis l'ouverture de 14 villes côtières (*ligne*), enfin les zones d'exploitations économique (*surface*), à partir d'une bande d'ouverture économique côtière vers l'intérieur. Ici, nous considérons cette trajectoire pour dire l'évolution des réseaux d'entrepreneurs de Wenzhou.

[321] Un bourg sous l'administration du district de Yongjia dans le département de Wenzhou. Qiaotou est connu dans le monde en tant que la « capitale des boutons » dans la confection.

réutilisés. Lorsqu'ils ont trouvé un produit disposant d'un grand marché, ces commerçants potentiels sont ensuite rentrés à Wenzhou afin de faire des affaires aux bénéficies plus importants. Ceux-ci peuvent ainsi profiter des relations avec des proches et des connaissances, à la fois pour collecter des fonds et trouver facilement de la main d'œuvre (*ibid.*).

Avec la compétition économique dans la région de Wenzhou, les bénéficies des entreprises se sont progressivement affaiblis. De ce fait, certains entrepreneurs localisés à Wenzhou ont transféré leur production et leur distribution dans d'autres lieux pour effectuer un commerce plus rentable. En raison des conditions limitées du développement économique de la région de Wenzhou, il s'agit essentiellement de la mutation des entreprises de Wenzhou dans le changement industriel, dans l'amélioration de la technologie, dans la diversification de l'industrie et réorganisation spatiale (Wei Y. D., Li, et Wang 2007, p120). Ces entrepreneurs ont commencé à faire des affaires dans l'ensemble de la Chine (par exemple, Hangzhou, Shanghai, Pékin, *etc.*).

La présence de ces entrepreneurs en Chine se traduit par un phénomène de prolifération progressive, depuis des lieux à bénéfices faibles vers des lieux aux bénéfices plus élevés, ce qui contribue à constituer un nouveau nœud dans les réseaux d'entrepreneurs Wenzhou. Les réseaux d'entrepreneurs Wenzhou se sont développés à partir d'une ville de la province, puis les différents points se sont développés à leur tour, devenant de nouveaux lieux d'installation. Ces lieux d'installation ont maintenu des liens avec le lieu de départ. Au plan géographique, ces points d'installation se sont progressivement éloignés de la région initiale, dépassant les frontières géographiques de la région, voire de la Chine.

Néanmoins, malgré la distance, ces points sont toujours liés par mille attaches à leur lieu de départ. Ces liens sont de nature variable, selon la forme des réseaux entrepreneuriaux. Par exemple, dans certains cas, ces liens se matérialisent par l'émergence d'associations commerciales de Wenzhou dans certaines grandes et moyennes villes en Chine, l'association agit comme une plateforme servant à maintenir les liens des entrepreneurs avec les différents lieux d'installation (cf. 3.4.4).

Les entrepreneurs qui se sont installés à l'extérieur de la région de Wenzhou et ayant connu un succès ou des gains commerciaux, peuvent contribuer à donner l'exemple à des paysans ou des employés, voire des cadres de la région de Wenzhou. Ils peuvent également contribuer à faire naître auprès de futurs entrepreneurs, famille, proches ou simples compatriotes, une migration vers ce pôle d'arrivée. Le nombre d'entrepreneurs dans un lieu d'arrivée peut alors s'élever. Si le taux de profit de secteurs dominants chez les entrepreneurs de Wenzhou connaît une baisse, alors ces entrepreneurs commencent à migrer vers un autre lieu où qu'on peut escompter des bénéficies plus élevés. Lors que les entrepreneurs Wenzhou se sont suffisamment développés dans un lieu d'installation, ce lieu en porte la marque dans leur dénomination même (Zhang Y, Chen, et Ni 2012). Ainsi, nous pouvons rencontrer une « Rue de Wenzhou », ou un « Village du Zhejiang », par exemple à Pékin mais aussi dans d'autres villes, ce qui en retour contribue à accroître l'influence grandissante des lieux de concentration de commerces tenus par les Wenzhou.

Cependant, un bon nombre d'entrepreneurs Wenzhou se sont tournés vers le grand marché du commerce d'exportation. Les réseaux d'entrepreneurs se développent avec la formation des réseaux migratoires (nationaux et transnationaux), et se caractérisent par une centralisation des échanges d'informations dans la région de Wenzhou. En effet, les échanges d'informations ont pu être facilités, le coût de la production baissée et les entreprises localisées situées dans la région de Wenzhou développées. Cette région, en tant que centre nodal des réseaux des entrepreneurs de Wenzhou, est devenue la base de la production à l'échelle nationale, et le siège social de grandes marques de fabrique.

Les réseaux des entrepreneurs Wenzhou en Chine se sont formés progressivement en combinaison avec leurs homologues à l'étranger. Notamment, plus les liens sont forts, plus il est facile de faire des affaires à l'étranger où le taux du profit est plus élevé qu'à Wenzhou et dans d'autres localités en Chine. Par exemple, un bon nombre d'entrepreneurs Wenzhou d'outre-mer ont monté des affaires d'import-export de gros en France notamment comme nous l'avons vu dans le quartier Arts et Métiers-Temple, à Sedaine-Popincourt et à Aubervilliers[322].

Ces entrepreneurs à Paris ont développé leur « savoir-faire » dans le commerce de gros de manière quasiment autonome, en France, depuis d'autres secteurs d'activité comme la restauration, la maroquinerie ou la confection (cf. 4.2.1). Dans le système d'approvisionnement des réseaux des entrepreneurs Wenzhou, nous pouvons observer non seulement la distribution des produits en provenance de la région de Wenzhou, mais aussi des produits fabriqués hors de celle-ci par des entrepreneurs Wenzhou installés dans d'autres régions de Chine. Ces situations suggèrent que les entrepreneurs Wenzhou d'outre-mer disposent de réseaux commerciaux propres mais non exclusifs. Ces réseaux sont actifs tant dans le maintien de liens multipolaires (pôle d'installation et pôle de départ de Wenzhou) dans le réseau élémentaire, que dans celui de relations à l'échelle locale (entre pôles d'installation) dans le réseau secondaire.

En ce qui concerne l'étranger, Emmanuel Ma Mung (2002) a pris l'exemple des Wenzhou pour montrer l'imbrication des réseaux migratoires et des réseaux économiques, l'exemple des Wenzhou : La présence des Wenzhou en France, en Italie et en Espagne s'appuie sur des réseaux migratoires actifs qui permettent aux individus de contourner les dispositifs réglementaires visant à réduire leur présence dans tel ou tel pays. Cette présences se traduit par la constitution de communautés locales le plus souvent urbaines (Paris, Marseille, Florence, Rome, Naples, Barcelone, Madrid, *etc.*), organisées selon un principe entrepreneurial, et qui, du fait de l'inter polarité des relations, sont reliées entre elles sur différents plans, notamment le plan économique, à travers des flux financiers, de produits et de services. Cela se traduit par l'existence de dispositifs économiques locaux organisés autour de pôles commerciaux, artisanaux et parfois industriels, fortement liés entre eux sur le plan financier, sur celui de la main d'œuvre et sur le plan entrepreneurial lui-même, puisqu'un restaurateur peut avoir tenu un atelier de confection et envisager de s'établir dans le commerce alimentaire. Ces dispositifs locaux sont reliés à d'autres de

[322] Par exemple, nous avons souligné que l'entrepreneur de briquets WHJ a effectué des affaires avec l'entrepreneur diasporique PSZ de France dans le chapitre 5.

même nature, établis dans le même pays, ou dans d'autres pays et constituent ainsi un réseau transnational dont l'unité est donnée par le caractère identitaire des liens qui les unissent et qui permet d'articuler l'échelle locale et l'échelle globale (*ibid.*).

Le réseau des entrepreneurs de Wenzhou joue un rôle clé dans le processus historique migratoire à l'international. Aujourd'hui, il nous semble que ces réseaux se développent principalement avec l'amélioration des modes de télécommunication, et se caractérisent par la circulation de l'information. Par exemple, l'amélioration des modes de télécommunication (téléphone, Wechat [323], QQ [324], *etc.*) a renforcé les échanges d'informations commerciales et a aussi permis de maintenir un lien plus fréquent avec la région de Wenzhou. Dans la région parisienne, l'usage d'application pour smartphone est devenu de plus en plus populaire dans la diaspora Wenzhou. Les entrepreneurs Wenzhou de Paris utilisent Wechat non seulement pour échanger des informations pratiques, mais aussi pour maintenir des liens avec les autres lieux d'installation des Wenzhou. De plus, comme nous l'avons observé dans nos enquêtes, les Wenzhou ont développé l'habitude d'organiser des soirées ou des réunions générales entre compatriotes. Ce type d'activités de loisirs favorise l'échange d'informations commerciales. Les réunions religieuses des chinois protestants à Paris, majoritairement des Wenzhou, sont aussi une autre opportunité pour échanger des informations.

Pour résumer notre propos, les entrepreneurs Wenzhou mobilisent leurs liens pour échanger des informations commerciales, non seulement à travers des activités de solidarité entre compatriotes de Wenzhou, mais aussi en s'appuyant sur leur « affection nostalgique », leurs réseaux familiaux et amicaux. Les produits de Wenzhou ont été distribués par les entrepreneurs Wenzhou, nous montrant une visibilité au travers de la mise en scène des centres de commerces de gros dans la région parisienne. Tel que nous avons pu l'observer dans notre enquête de terrain à Wenzhou, les entrepreneurs Wenzhou d'outre-mer sont rarement revenus dans la région de Wenzhou pour les affaires. La majorité de ces entrepreneurs nous confirment plutôt y être revenus pour y retrouver leurs familles et leurs amis (« Extrait carnet du terrain, Wenzhou » 2013).

Ainsi, pour la majorité des entrepreneurs de Wenzhou enquêtées en France, peu ont investi dans la région de Wenzhou en raison de l'influence politique locale. Néanmoins, la région de Wenzhou, leur lieu commun d'origine, a joué un rôle de plateforme dans l'échange des informations commerciales. Lorsque nous avons effectué une série d'enquêtes de terrain en 2012 et 2013 à Wenzhou, nous avons essayé de trouver des entrepreneurs de Wenzhou qui étaient plus liés avec la France. Mais, à Wenzhou, il nous a été difficile de rencontrer des entrepreneurs établis outre-mer dont le but commercial était de revenir.

[323] Wechat ou *weixin* 微信 est une application mobile de messagerie textuelle et vocale développé. Elle permet les appels audio et vidéo, est très populaire en Chine. Wechat comptait en septembre 2015, 650 millions d'utilisateurs dans le monde d'après Chinese presse (Chinesepress 2016).

[324] QQ est le système de messagerie instantanée propriétaire le plus utilisé en Chine depuis les années 2000. Il est probablement la deuxième communauté virtuelle la plus importante au monde derrière Facebook.

6.3.2 Les modalités de la distribution des produits de Wenzhou

Comme nous l'avons vu, la distribution des produits est une spécificité du Modèle de Wenzhou (voir chapitre3). Les produits distribués par l'entrepreneuriat Wenzhou se caractérisent notamment par un système de distribution exclusive en France et par un système homogène d'approvisionnement en Chine (cf. 5.3). Dans la région de Wenzhou, on peut distinguer deux modalités de distribution des produits, qui sont fonction de l'existence de réseaux d'entrepreneurs Wenzhou.

1/Le cas de l'entrepreneur Monsieur WHJ

L'entrepreneur Monsieur WHJ est un fabriquant de briquets à Wenzhou. Avant 1991, les produits sont principalement vendus sur le marché national, par le centre de commerce de gros à Yiwu [où se trouvent les commerçants Wenzhou, voir chapitre 3]. À partir de 1991, les briquets ont été exportés vers l'étranger. Ces exportations se sont d'abord appuyées sur des Chinois d'outre-mer [plutôt les Wenzhou] pour se réaliser. Ces derniers sont dispersés entre la France, l'Espagne, l'Italie, les Etats-Unis, Hong Kong et d'autres pays. Les Wenzhou d'outre-mer ont importé des briquets de Wenzhou dans leur pays d'installation. Ils ont vendu ces produits en gros à des étrangers (surtout à des commerçants maghrébins en détail). Ces commerçants vendaient en détail ces produits dans des sites touristiques (par exemple à Paris, en France et en Italie).

En 1992, l'entreprise de WHJ a établi un lien commercial avec une société française de souvenirs et de cadeaux Polyconcept, à travers une société [via les Chinois d'outre-mer] située à Hong Kong. La société française Polyconcept achète des briquets par la société de Hong Kong chez WHJ. Plus tard, cette société française fera directement affaire avec WHJ. Depuis cette époque, l'entreprise a connu un véritable essor grâce à cette coopération commerciale. En effet, d'une part cette société française a commandé beaucoup de produits ; d'autre part, cette société a apporté des conseils pour améliorer la qualité des produits […] Par ailleurs, l'entreprise WHJ a établi un lien commercial avec une société allemande dont le patron est le président de l'association de briquets en Europe. WHJ a aussi établi des liens avec des sociétés japonaises et américaines qui ont importé des briquets de Wenzhou.

Selon WHJ, la France est le marché le plus important d'Europe dans l'exportation de ses briquets. Entre 1990 et 2000 la part des exportations vers la France représentait plus de 60% du total des exportations de ses briquets. La France fonctionnait comme une correspondance pour redistribuer des produits à d'autres pays européens tels que les Pays-Bas, l'Espagne *etc.* Après 2002, sur la proposition de la société française BIC, tous les pays de l'Union Européenne ont appliqué la décision de la Commission Européenne relative à la sécurité des briquets, la « sécurité enfants » pour les briquets. L'UE a également défini des conditions plus strictes sur la marchandisation des briquets. Il est par exemple interdit d'importer des briquets ayant la fonction de jouets ou d'arts. De ce fait, la vente a diminué. Par exemple, la part des exportations vers la France représentait désormais moins de 15 % du total des exportations de ses briquets. La nouvelle distribution de produits a donc visé principalement les États-Unis, le Japon et des pays Amériques du sud.

2/Le cas de l'entrepreneur Monsieur PLW

Monsieur PLW est arrivé en France en 1984, il a alors travaillé dans un atelier de maroquinerie pour son frère. Une fois la technique maîtrisée, il a créé son propre atelier, devenant ainsi le patron. En 1992, il a créé un supermarché en coopération avec d'autres amis à Paris. En 1996, rachetant les parts de ses amis, il en est devenu le seul propriétaire. Au début des années 1990, de nombreux migrants de Wenzhou s'installaient à Paris. Faisant l'hypothèse qu'ils apprécieraient les spécialités de Wenzhou, mais que celles-ci étaient introuvables à Paris, il a créé sa propre société d'import-export important ainsi les produits alimentaires de sa région. En ayant créé l'une des premières sociétés d'import-export de spécialités alimentaires de Wenzhou à Paris, Monsieur PLW à Paris a importé des produits alimentaires spécialisés de Wenzhou à Paris. Puis, ces produits ont été redistribués au sein de différents pôles diasporiques en Europe. Par exemple, nous pouvons trouver des « fraises chinoises », fraîches (*Myrica rubra*), de l'anguille, des portunidae (un crabe de Wenzhou), des larimichthys polyactis (petites poissons jaunes), des fèves, des légumes salés, des navets secs, des spécialités surgelés, le glutamate monosodique de la bière, *etc.* tous produits inconnus en France[325].

Ces deux cas permettent de saisir deux modalités de la distribution des produits de Wenzhou.

Tout d'abord, l'entreprise de WHJ nous permet de voir que : (a) la distribution des produits vise le marché national dans un premier temps ; (b) Les briquets ont été ensuite exportés vers le marché international grâce aux Wenzhou d'outre-mer ; enfin, (c) son entreprise a directement établi un lien commercial vers le marché européen puis mondial. Autrement dit, la modalité de la distribution des produits est basée sur l'existence de réseaux migratoires en Chine et/ou de réseaux migratoires transnationaux. D'autres entreprises sur lesquelles nous avons enquêté ont le même parcours de développement commercial.

Cette modalité de la distribution des produits permet de révèler indirectement des éléments présentés ci-dessous :

a) Le développement des activités commerciales a permis la mise en place et l'extension de circuits d'approvisionnement largement dominés initialement par les entrepreneurs Wenzhou en Chine.

b) S'il existe souvent une influence directe ou indirecte du secteur industriel de la région sur les secteurs des produits de commerce de gros, c'est parce que ces commerçants ont poursuivi le développement des réseaux d'entrepreneurs *via* le commerce extérieur. Concrètement, comme nous l'avons vu, en France les grossistes Wenzhou vendent des produits pour le marché extra-communautaire. Ils importent principalement des produits qui sont généralement liés au secteur manufacturier bon marché. Il s'agit principalement de la maroquinerie, la confection, la chaussure, la bijouterie fantaisie, les lunettes, *etc.* Ceux-ci proviennent de leur région d'origine mais aussi d'autres lieux où leurs compatriotes se sont installés massivement. Certains entrepreneurs font des allers-retours entre la France et Wenzhou, ou parcourent régulièrement tout un circuit de marchés dans différents lieux en Chine basées sur leurs réseaux entrepreneuriaux afin d'effectuer des achats. Ils y ont souvent des connaissances ou des relations commerciales personnelles.

c) Les produits dominants parmi les étalages de ces commerçants en France ont été importés de la région de Wenzhou dans un premier temps puis l'origine de cette

[325] Entretien avec Monsieur PLW, le 28 décembre 2013 à Paris.

importation a été déplacée avec l'expansion de réseaux entrepreneuriaux, dans d'autres régions de Chine. Les entrepreneurs de ces secteurs n'ont pas leur approvisionnement limité à la seule région de Wenzhou. Les entrepreneurs Wenzhou en France sont liés aux circuits d'approvisionnement des entrepreneurs Wenzhou de Chine (hors de Wenzhou). L'origine géographique des produits dépasse les frontières de la région, s'étendant vers d'autres lieux où d'autres compatriotes sont déjà installés en Chine.

Rappelons encore quelques cas que nous l'avons souvent cité, ainsi, Monsieur PXZ a d'abord importé des briquets de la région de Wenzhou dans son premier commerce d'import-export à Aubervilliers. Puis, il a changé la nature de ses activités. Il est passé, des briquets aux lunettes. L'origine des exportations ne se limita alors plus à la seule région de Wenzhou, mais s'étendit à Shanghai, et à la province du Jiangxi. Monsieur PLJ a, quant à lui, importé des chaussures principalement de Canton mais n'a plus de lien commercial avec la région de Wenzhou. Monsieur ZSB travaille avec son oncle dans leur magasin de maroquinerie, où la majorité des produits sont originaires de Canton, et certains produits viennent d'Italie. Il a cependant confirmé avoir maintenu des liens commerciaux avec les entrepreneurs de Wenzhou à Canton. Les produits de commerce de gros qui continuent à être fournis par des compatriotes en Chine sont essentiellement des produits manufacturés.

Par contre, le cas de l'entrepreneur de PLW permet de voir une autre modalité de distribution des produits, de Wenzhou vers Paris, en s'appuyant sur des réseaux migratoires transnationaux (réseau élémentaire). Ses produits ont ensuite été redistribués à d'autres pôles diasporiques Wenzhou en Europe dans le réseau secondaire. La distribution de ses produits ne permet pas de saisir une distribution *via* le marché national dans un premier temps. Cette modalité de la distribution est directement liée au réseau transnational. En France, PLW n'est cependant pas un cas unique, il existe d'autres Wenzhou qui ont créé leur propre société d'import de produits alimentaires. Les entrepreneurs Wenzhou ont importé le type de produits alimentaires en supposant la présence massive de migrants de leur région en France à la recherche de la clientèle d'un marché intra-communautaire. Des produits commercialisés (surtout le commerce alimentaire) par la diaspora Wenzhou proviennent principalement de leur région d'origine (aussi l'Italie). Si ces produits spécifiques visent essentiellement la clientèle Wenzhou vivant en France, ils atteignent également d'autres groupes des migrants chinois.

Ils sont en relation directe avec les entrepreneurs de la région de Wenzhou en Chine à travers le commerce d'import-export. Autrement dit, les produits alimentaires proposés par les boutiques d'alimentation et les restaurants tenus par la diaspora Wenzhou sont achetés auprès de maison de gros qui importent de Chine (principalement de la région de Wenzhou) les spécialités de Wenzhou (fruits, légumes, poissons), les conserves mais aussi d'autres produits (charcuteries emballées sous vide…). Certains produits sont cultivés en France dans des fermes tenues par des Wenzhou ou sont importés d'Italie (Prato).

Alors, il nous semble ainsi qu'il existe un « comptoir » de la diaspora Wenzhou dans la distribution des produits de Wenzhou. Les secteurs d'activités des entreprises Wenzhou d'outre-mer reflètent le développement des secteurs d'activités productives

dans leur région d'origine. Autrement dit, la diaspora Wenzhou a permis au développement du commerce extérieur d'import-export dans la région de Wenzhou.

Ce chapitre nous montre que la diaspora Wenzhou a apporté des ressources économiques *via* les capitaux venant de l'« étranger » et les remises migratoires, et a permis le développement économique de leur région d'origine. Le développement des crédits informels dans cette région est lié à la venue d'une partie des capitaux issus de la diaspora. L'utilisation du crédit informel a joué un rôle clé dans les besoins en fonds des petites et moyennes entreprises. Il existe ainsi une combinaison entre les capitaux de la diaspora et les crédits informels de Wenzhou, inscrits dans le cadre du développement économique de cette région. En particulier, le développement des PME dans le secteur manufacturier favorise la distribution des produits par les réseaux d'entrepreneurs diasporiques. De cette manière, les Wenzhou d'outre-mer sont essentiels au développement de la région puisqu'ils mobilisent des ressources économiques « transnationales ».

Chapitre 7 La consolidation de la politique de la Chine vis-à-vis de la diaspora à travers l'exemple de Wenzhou

Le chapitre précédent a montré comment la diaspora Wenzhou favorisait le développement économique des communautés d'émigrants au travers de ses transferts financiers. Ces transferts vers la région de Wenzhou se font sous la forme de « remises migratoires » (*qiaohui 侨汇*) et des « investissements de la diaspora » (*qiaozi 侨资*). Notamment, le décollage économique de Wenzhou grâce au commerce extérieur est fortement lié à ces transferts et la région de Wenzhou s'est par exemple développée par l'émergence de nombreuses entreprises à capitaux étrangers. Ces entreprises se caractérisent par leur taille, petite et moyenne, et leur type principalement familial. Ce phénomène économique est souvent en lien avec celui de la diaspora. Dans certains cas des petites entreprises implantées à Wenzhou ont bénéficié de la contribution financière, décisive, de compatriotes établis à l'étranger, passant ainsi du statut de PME à celle de grande entreprise (Ma Mung 2015). À cette contribution de la diaspora au développement du commerce international, s'ajoute, comme nous l'avons vu, la distribution à Paris de la production Wenzhou, celle-ci s'appuyant sur les réseaux migratoires. De plus les Chinois d'outre-mer en général sont devenus un enjeu majeur pour les pouvoirs politiques de Chine.

L'attitude du pouvoir chinois vis-à-vis de la diaspora a changé depuis le début des années 1980 et surtout à partir de 2000. De nombreuses mesures concrètes visant à favoriser la protection des intérêts de la diaspora chinoise ont été mises en place. Ainsi, en 2001, le gouvernement chinois a officiellement proposé de remplacer le slogan « revenir et servir le pays » (*huiguofuwu 回国服务*) par « servir le pays depuis l'étranger » (*weiguofuwu 为国服务*) (Xiang 2002, p32, cité par Ma Mung 2008, p103). « Cette nuance sémantique est importante car la question du retour devient secondaire alors qu'elle était centrale. Cette politique ne demande pas seulement d'importer quelque chose en Chine (comme des investissements ou des savoir-faire technologiques) mais aussi que les Chinois d'outre-mer servent la Chine dans le pays où ils sont installés » (Ma Mung 2015, p765). Cette politique s'est élargie et a visé à renforcer plus encore les liens entre la diaspora et la Chine. L'exemple de la mise en place de politiques locales ces trente dernières années par les autorités de Wenzhou nous permet d'observer ce renforcement du lien.

Ce dernier chapitre se compose de trois sections. La première section s'attache à décrire l'évolution de la politique chinoise vis à vis des Chinois de la diaspora à deux échelles : celle de l'État d'une façon générale, mais aussi à l'échelle de la province du Zhejiang et de la ville de Wenzhou. La deuxième section analyse les mesures concrètes prises par les autorités provinciales et locales en direction de leurs « ressortissants » établis à l'étranger. Il s'agit en particulier d'étudier les institutions territoriales créées pour entretenir le lien avec la région de départ à travers plusieurs exemples d'échanges entre les associations chinoises à l'étranger et les services des Affaires des Chinois d'outre-mer de Wenzhou. Ces services soignent leurs relations avec les associations, auxquelles

appartiennent leurs compatriotes situés outre-mer, et encouragent même leur développement. Si bien que l'émergence de nombreuses associations de commerçantes Wenzhou en France révèle bien les intérêts à la fois économiques et politiques des entrepreneurs en Chine. Ils utilisent, par exemple, la presse de la diaspora chinoise pour renforcer leur influence individuelle. Enfin, les liens entre la diaspora chinoise issue de Wenzhou, le corps diplomatique et les grandes entreprises internationales chinoises, qui sont marqués par l'effet de la politique diasporique chinoise, nécessitent une analyse particulière, à laquelle nous procéderons dans la troisième section. En somme, nous décrypterons quel visage la Chine continentale adopte face à sa diaspora.

Les analyses développées dans ce chapitre s'appuient sur des données de différentes natures : les textes de lois relatifs à la diaspora chinoise ; les sites internet du gouvernement concernant les Affaires des Chinois d'outre-mer, les actualités diffusées par la presse de la diaspora chinoise ; l'observation sur le terrain menée de 2011 à 2015 à Paris et à Wenzhou ; les entretiens réalisés avec les présidents d'association de la diaspora chinoise issue de Wenzhou ; et enfin les travaux des chercheurs, en particulier ceux d'Emmanuel Ma Mung (2008, 2015), Carine Pina-Guerassimoff (2012), Philip A. Kuhn (2008, 2016) ; Li Minghuan (2002), Cheng Xi (2005) et Zhang Zhicheng (1999, 2011). Il est à souligner que nous nous appuyons particulièrement sur certains éléments des recherches de Carine Pina-Guerassimoffe (2012) qui signale l'importance des associations et des médias dans la diaspora chinoise.

7.1 L'évolution de la politique d'État chinoise vis-à-vis la diaspora chinoise

7.1.1 Le « statut particulier » de la diaspora chinoise dans la politique de l'État

Afin de mieux connaitre les liens entre la diaspora chinoise et la Chine, notamment les logiques d'action politique de la Chine continentale vis-à-vis de sa diaspora, il est important de présenter brièvement le changement d'attitude des dirigeants chinois vis-à-vis des Chinois d'outre-mer à partir d'une approche historique. Philippe. A. Kuhn (2016) note que ce changement d'attitude se traduit d'abord par le passage de la crainte à la prudence, puis de la prudence vers le soutien favorable. Ainsi, l'acte de sortir du pays qui était un problème politique devient progressivement un droit pour les citoyens chinois. Ma Mung (2000, 2008, 2015) a indiqué que « l'attitude de la Chine envers les Chinois d'outre-mer installés à l'étranger a oscillé entre l'hostilité et la bienveillance intéressée en passant par l'indifférence » au cours des deux derniers siècles. Ainsi, Cheng (2005) a montré que si le « système des Affaires des Chinois d'outre-mer » (*qiaowuxitong* 侨务系统) occupe actuellement un « statut particulier » dans le système de la politique chinoise, c'est parce qu'il renvoie au déroulement d'une longue histoire des migrations internationales chinoises.

Afin de sauver la dernière dynastie chinoise[326], le gouvernement de l'Empire Qing (1644-1911) a commencé à modifier son attitude envers les Chinois de la diaspora[327]. Cette volonté politique entraina la protection des ressources des Chinois d'outre-mer dans le but de protéger les intérêts de la dynastie (*ibid.*). Ma Mung (2015, p764) a souligné que « le droit d'émigrer n'est officiellement reconnu qu'en 1893 alors que la migration de masse a déjà commercé depuis plusieurs décennies ».

En 1909, le gouvernement Qing a publié le « Statut sur la nationalité de l'Empire du Grand Qing » (*daqing guoji tiaoli* 大清国籍条例), qui est basé sur le principe du droit du sang (Yang et Ye 1993; Cheng 2005). En redéfinissant les conditions d'attribution de la nationalité chinoise pour les Chinois d'outre-mer, cette loi constitue le premier fondement du droit appliqué aux Chinois d'outre-mer. Avec la loi de 1912 et celle de 1929 pendant la période de la république chinoise le principe du droit du sang subsistera. Les Chinois de la diaspora ont activement soutenu le fondateur de la première république chinoise en 1912, Sun Yat-Sen (1866-1925) qui renverse les Qing. Il a lancé cette expression connue de tous les Chinois : « Les Chinois de la diaspora sont la force principale de la révolution » (*huaqiao nai geming zhi mu* 华侨乃革命之母, littéralement : mère de la révolution). Cette réflexion dépasse l'idée-même de « statut particulier » et reconnaît en la diaspora chinoise une véritable force dans l'évolution historique de la politique de la Chine.

---

[326] Au milieu du 19e siècle, la dynastie Qing est menacée par une grave crise. Une raison extérieure en est les deux guerres de l'Opium (1842 et 1846) qui a ouvert la porte de la Chine aux colonies européennes ; une autre raison intérieure en est des troubles sociaux. Afin d'éviter l'écroulement, notamment pour augmenter les recettes du gouvernement, le gouvernement souhaite alors intégrer les Chinois d'outre-mer.

[327] Jusque-là les personnes qui quittaient la Chine étaient considérées comme des traites et menacées (en principe jusqu'au milieu du 19e siècle) de décapitation s'ils rentraient au pays.

Entre 1912 et 1949, la Chine encourage fortement à utiliser les ressources de la diaspora (Ma Mung 2013, 2015). Notamment, elle soutient la diaspora chinoise tout en attendant d'elle une allégeance politique durant la lutte contre l'invasion japonaise (1937-1945). Depuis la fondation de la nouvelle Chine populaire (1949), la Chine continentale a peu de relations diplomatiques en raison de la Guerre froide qui oppose les régimes communistes et les démocraties occidentales. Elle n'a d'autres possibilités que de maintenir le lien avec sa diaspora afin d'assurer ses relations diplomatiques (Cheng 2005). Pour ce faire, des institutions étatiques ont été créées pour prendre en charge les affaires des Chinois de la diaspora. Elles jouèrent un rôle important dans les activités de la diplomatie chinoise. Les services relevant du « système des Affaires des Chinois d'outre-mer » ont été considérées comme un organe « particulier » de l'administration des affaires étrangères. Dans un premier temps, ces services ont exercé un rôle exclusivement économique. Par exemple, entre 1950 et 1957 les remises migratoires s'élèvent approximativement à 1,2 milliards de dollars US (*ibid.*). Les services des Affaires des Chinois d'outre-mer ont joué un rôle clé au début du développement économique pendant les années 1950.

Mais, entre les années 1960 et 1970, les Chinois de la diaspora sont considérés comme dangereux par le régime communiste en Chine continentale. Ils sont perçus comme pro-capitalistes, et donc comme des ennemis de la révolution, susceptibles, de surcroît de soutenir le mouvement nationaliste de Taïwan, lors de la période de la « Révolution culturelle » (1966-1976) (Li M. 2002). En réalité, le gouvernement de la Chine continentale ne réussit pas à couper totalement les liens avec sa diaspora. Par exemple, les services des Affaires des Chinois d'outre-mer ont, pendant longtemps, concentré l'essentiel de leurs actions sur les « affaires intérieures » (c'est-à-dire à l'égard des membres, résidant en Chine, des familles des Chinois de la diaspora). Mais cela établissait un lien indirect avec les Chinois d'outre-mer (Cheng 2005), car les mesures prises par ces services visaient les Chinois de la diaspora. Une autre raison est, comme Ma Mung (2000) l'a souligné, que : la Chine continentale et Taïwan se livraient une compétition acharnée, depuis 1949, pour gagner les faveurs des très nombreuses associations dans le monde afin d'exercer un contrôle sur les diverses communautés établies à l'étranger. De plus, ces deux « Chine » disposaient de leurs propres services dédiés aux « Affaires des Chinois d'outre-mer ». L'origine de la création de ces institutions remonte à la période de la République de Chine (1912-1949) (Cheng 2005). Ainsi ce système s'est développé non seulement aux échelles nationales mais aussi aux échelles locales dans ces deux entités politiques (Kuhn 2016). Mais, sur le plan économique, c'est dans le cas de figure « patriotique » que s'inscrit la politique de la Chine continentale. La Chine continentale veut bien régler la question de Taïwan et de la réintégration de la grande île sous coupe. Sa politique envers les Chinois d'outre-mer laisse transparaître deux directions ou logiques : gagner le soutien de la diaspora chinoise pour les réformes économiques d'une part, et pour la réunification du pays d'autre part, en privilégiait la première direction (Guerassimoff-Pina 1997). Il nous semble qu'avant les années 1980, la politique de l'État chinois vis-à-vis de sa diaspora révèle principalement une stratégie de protection des intérêts nationaux en raison de la situation de la politique chinoise.

À partir des années 1980, l'attitude du pouvoir chinois vis-à-vis de la diaspora a complètement changé (Pina-Guerassimoff 2012; Kuhn 2016). Ce basculement vise essentiellement à favoriser le développement économique de la région de départ. Il se manifeste au travers de deux constats : (1) D'une part, les conditions de départ des Chinois se sont améliorées. Par exemple, les conditions de sortie du territoire sont devenues plus libres. Si les conditions d'émigration se sont assouplies, c'est en raison de la volonté politique du gouvernement chinois, suite aux mesures d'ouverture économique prises à la fin des années 1970 sous la direction de Deng Xiaoping (comme la reprise, depuis 1978, du système des services des affaires des Chinois d'outre-mer dans la politique nationale). (2) D'autre part, les institutions chargées des affaires des Chinois d'outre-mer sont présentes non seulement à l'échelle nationale mais aussi à l'échelle locale en Chine.

Au niveau national, l'institution se décline en deux services dédiés à la politique diasporique : le Bureau du Conseil des Affaires d'État national pour les Affaires des Chinois d'outre-mer (*Guowuyuan Qiaowu bangongshi 国务院侨务办公室*) et la Fédération de *All-China* des Chinois d'outre-mer de retour (*Zhonghua quanguo guiguo huaqiao lianhehui 中华全国归国华侨联合会*). Au niveau local, les institutions compétentes sont le Bureau de l'administration territoriale pour les affaires des Chinois d'outre-mer et la Fédération locale des Chinois d'outre-mer de retour. Dans notre recherche, nous emploierons souvent des appellations simplifiées pour nommer ces deux services : le Bureau (*qiaoban 侨办*)[328] et la Fédération (*qiaolian 侨联*).

Avec ces éléments, nous considérons que les Chinois d'outre-mer occupent un « statut particulier » dans le régime politique de la Chine. Notamment, la Chine a élaboré des services dédiés aux Chinois d'outre-mer (Cheng 2005).

Ainsi, bien qu'il ne soit pas de rang ministériel, le Bureau du Conseil d'État (le Bureau national – *guowuyuan qiaoban 国务院侨办*) est l'organisation entretenant des liens « verticaux» avec d'autres institutions chargées des affaires des Chinois d'outre-mer (Poisson 2004). Il est le responsable le plus élevé hiérarchiquement dans la gestion des Affaires des Chinois d'outre-mer. Cet organe est chargé d'assister le Premier ministre chinois dans le traitement des affaires des Chinois d'outre-mer. Il élabore et met en application les plans généraux de travail et les politiques concernant ses expatriés. Il traite de la protection des droits en Chine et des intérêts de la diaspora chinoise de retour, ainsi que des familles d'émigrés. Il est responsable de l'ensemble des activités en lien avec les aspects économiques (investissements), les retours (l'attraction des talents) et le maintien des liens culturels (associations, langue, média)[329].

La Fédération d'*All - China* des Chinois d'outre-mer de retour (la Fédération au niveau national -*quangguo qiaolian 全国侨联*) a été créée en 1956, à Pékin. Elle a été

[328] Nous préciserons ces appellations selon la hiérarchie administrative lors de la présentation de mesures concrètes. Nous distinguons trois niveaux : le niveau national avec le Bureau national (*guo qiaoban 国侨办*) et la Fédération de *All- China* (*quanguo qiaolian 全国侨联*) ; le niveau provincial avec le Bureau provincial (*sheng qiaoban 省侨办*) et la Fédération provinciale (*sheng qiaolian 省侨联*) ; le niveau municipal avec comme nous disons simplement, le Bureau au niveau municipal (*qiaoban 侨办*) et la Fédération au niveau municipal (*qiaolian 侨联*).

[329] « Guowuyuanqiaowubangongshi 国务院侨务办公室 [Overseas Chinese Affairs Office Of The State Council] » 2016. Disponible sur http://www.gqb.gov.cn/zyzn/index.shtml.

restructurée en 1978[330]. Sa fonction est d'assurer la bonne application des politiques gouvernementales (surtout pour effectuer la politique du Bureau national-*guo qiaoaban 国侨办*). L'intérêt économique manifesté par les autorités chinoises à l'égard des Chinois d'outre-mer prend très rapidement l'ascendant dans les tâches politiques assignées à la Fédération (*qiaolian*). Celle-ci se doit de développer des activités économiques à l'extérieur en coopération avec les services concernés, d'introduire des capitaux étrangers, des ressources intellectuelles, des équipements, des sciences et des techniques et créer un grand nombre d'entreprises mixtes sous diverses formes avec des Chinois d'outre-mer et des compatriotes de Hong Kong et Macao[331]. La Fédération (*qiaolian*), est une des principales institutions des organisations de masse[332]. Elle se compose de 30 entités au niveau provincial et s'étend à toutes les provinces de Chine continentale (sauf le Tibet et Taïwan). Le nombre d'organisations de la Fédération (*qiaolian*) à l'échelle du district s'élève à 1 830. Le nombre total de Fédérations (*qiaolian*) aux différents échelons (provinciale, préfectoral, sous-préfectorale, district et cantonal, *etc.*) a atteint plus de 8 000, un réseau national d'organisation de haut en bas ayant été formé dans toute la Chine (Cheng 2005).

Outre ces deux principales organisations - le Bureau (*qiaoban*) et de la Fédération (*qiaolian*)-, il faut ajouter trois organisations au niveau national : le Comité de l'Assemblée populaire nationale pour les Affaires des Chinois d'outre-mer (*quanguorenda huaqiao weiyuanhui 全国人大华侨委员会*) ; le Comité national de la Conférence consultative politique du peuple chinois pour les Affaires des Chinois d'outre-mer, des compatriotes de Hong Kong, de Macao et de Taïwan (*quanguo zhengzhi xieshang Gang Ao tai qiao weiyuanhui 全国政协港澳台侨委员会*) ; le partie politique du *zhi gong dang 致公党* de Chine[333]. Les « cinq organisations » (*Wu qiao 五侨)* en charge des affaires des Chinois d'outre-mer) jouent un rôle en matière de législation, d'administration, de parti politique, de contrôle judiciaire et de l'organisation de masse (*ibid.*). Ces cinq organisations structurent le « service spécial » pour les Chinois d'outre-mer. Le Bureau (*qiaoban*) et la Fédération (*qiaolian*) fonctionnent de manière plus dynamique dans la pratique.

Notamment, les mesures concrètes d'application de la politique vis-à-vis la diaspora sont essentiellement mises en place par la Fédération. D'une part, la Fédération possède un caractère « non officielle » comme toutes les organisations de masse. En effet, les échanges non officiels permettent d'éviter les discordes politiques entre la Chine et les pays d'installation (notamment dans les pays d'Asie du Sud Est et aussi dans des pays occidentaux)[334].

---

330 « Zhonghua quanguo guiguo huaqiao lianhehui 中华全国归国华侨联合会 [All-China Federation of Returned Overseas Chinese] » 2016. Disponible sur http://www.chinaql.org/qlgk/qljj/

331 (Beijing Information, 23/04/1984 : 5, cité par Pina-Guerassimoff 2012, p92-93).

332 En Chine, la notion d'organisation de masse inclut non seulement les traditionnelles « courroies de transmissions » entre le Parti communiste et le peuple, mais aussi les comités de villageois et de résidents en principe élus par les citoyens(Cabestan 2006). Nous indiquons que la Fédération s'inscrit dans la même veine que ces premiers.

333 *Zhi Gong Dang*, parti politique de Chine : les autorités s'appuient sur le parti politique représentant les Chinois d'outre-mer de retour et des familles d'émigrés.

334 Concrètement, les Chinois d'outre-mer sont considérés parfois comme une partie menacée en provenance du régime communiste de Chine. Car certaines autorités de pays d'installation ont un préjugé contre les Chinois avec une vue discriminatoire.

Ces échanges non officiels (visites, culturelles, enseignement de la langue chinoise, *etc.*) se déroulent dans le cadre des échanges « entre peuples ».

D'autre part, la Fédération se compose principalement de Chinois de la diaspora de retour (notamment les entrepreneurs). De sorte que la Fédération peut facilement établir des liens directs avec les Chinois de l'étranger.

7.1.2 La politique territoriale aux échelles provinciale et locale

En Chine, les institutions dédiées aux Chinois d'outre-mer existent également aux échelles provinciale et locale[335]. Par exemple, le gouvernement de la province du Zhejiang a mis en place des services spécialement tournés vers des Chinois d'outre-mer. Nous trouvons ainsi au niveau provincial le Bureau au niveau provincial (*Sheng waiqiaoban 省外侨办*). Il est important souligner que les services au niveau territorial pour les Affaire[336] des Chinois d'outre-mer s'inscrivent généralement dans le cadre du département des affaires étrangères de la province. Depuis 2015, le Bureau au niveau provincial dispose d'autres fonctions qui sont assurées par les affaires étrangères et les affaires de Hong Kong-Macao.

La Fédération à l'échelle de la province du Zhejiang fut créée en 1964. Elle est considérée comme une organisation de masse hors de l'administration mais sous la direction du Bureau de même rang. Elle a pour objectif de maintenir des liens avec des Chinois de la diaspora originaires de la province du Zhejiang. Son siège est situé à Hangzhou. Il est à souligner que le bâtiment du bureau a été fondé en 1983 et est financé par les entrepreneurs originaires de Qingtian au Japon[337].

La Fédération joue un rôle politique semi-officiel, car la mise en place de mesures concrètes par la Fédération est essentiellement pratiquée par les entrepreneurs qui sont issus des associations des Chinois de la diaspora installée à l'étranger. L'activité des entrepreneurs Wenzhou d'outre-mer nous permet de voir la mise en place de la Fédération à l'échelon local pour des intérêts économiques.

En ce qui concerne l'institution chargée des affaires des Chinois d'outre-mer à l'échelle municipale, et d'après notre travail de recherche bibliographique, peu de travaux existent sur cette institution de Wenzhou. Seul le travail de Li Minghuan (2002), a montré ses évolutions dans le cas des Chinois d'outre-mer à Wenzhou. Historiquement, dès les années 1950, les affaires des Chinois de la diaspora Wenzhou sont pris en charge par trois services : le « Service du Travail du Front uni du Parti communiste de Chine » (*xianwei tongzhanbu 县委统战部*), le Service des Affaires civiles (*xianzhengfu minzhengke 县政府民政科*) et le cabinet du Comité de Parti communiste (x*ianrenwei bangongshi 县人委办公室*) de Wenzhou (y compris Qingtian dans l'administration). Entre 1957 et 1958, le

---

335 « Local » désigne l'administration chinoise au rang provincial et au rang préfectoral ainsi que aux niveaux de la sous-préfecture et du canton. Voir l'annexe 1 « Administration territoriale de Chine ».

336 « Affaires » signifie essentiellement les activités de la protection des intérêts des Chinois d'outre-mer ainsi que leurs familles restés en Chine dans le cadre juridique.

337 « Zhejiangsheng renminzhengfu waishi qiaowu bangongshi 浙江省人民政府外事侨务办公室 [Departement of Foreign and Overseas Chinese Affairs of Zhejiang Province People's Governement] » 2016. Disponible sur http://www.zjswb.gov.cn/index/wsb

gouvernement local de Wenzhou a créé un service spécial pour les affaires des Chinois de la diaspora, nommé « Service des Affaires de la Religion et des Chinois d'outre-mer » (*huaqiao zongjiao shiwuke* 华侨宗教事务科), ou encore « Service des Affaires des Chinois d'outre-mer » (*huaqiao shiwuke* 华侨事务科). L'objectif principal était de protéger les intérêts des membres des familles de la diaspora vivant en Chine, afin d'accepter facilement des remises migratoires (*qiaohui*) et d'encourager ces derniers à investir dans le développement de leur pays natal.

D'après Li (2002), le gouvernement provincial de la province du Zhejiang commence en 1954 à autoriser le paiement (*the solution pay*) des remises migratoires (dont une grande partie provient des Chinois de la diaspora) par le Service financier à l'échelle administrative des bourgs (au niveau cantonal)[338]. Elle a indiqué en outre, que le gouvernement central permettait d'effectuer des investissements lancés par les Chinois de la diaspora pendant les années 1950.

Pourtant, lorsque la révolution culturelle chinoise débute à partir des années 1960, les droits des membres de famille des Chinois d'outre-mer ne peuvent plus être protégés. Ces membres ne peuvent donc plus recevoir les « remises migratoires » de l'étranger, car ces remises sont considérées à cette époque-là, comme les capitaux de « classe capitaliste ». Le fonctionnement des services pour les Affaires des Chinois d'outre-mer est suspendu à partir de l'année 1966. Dès 1978, l'État chinois rétablit ces institutions aux échelles nationales, provinciales et municipales. Ces institutions ont alors spécialement pour objectif d'effectuer des opérations économiques destinées aux Chinois de la diaspora et à leur famille restée en Chine (*ibid.*).

Il est à souligner que les autorités de Wenzhou ont rétabli les services des affaires des Chinois d'outre-mer depuis les années 1980. Ces services s'inscrivent également dans le cadre des Affaires étrangères, tout comme à l'échelle de la province. Nous constatons que le Bureau est responsable non seulement des affaires des Wenzhou d'outre-mer, mais aussi des affaires étrangères. D'après la présentation du site officiel de Wenzhou, aujourd'hui le Bureau est aussi chargé de traiter des affaires de Hong Kong et de Macao[339].

Afin de mieux mobiliser les ressources de la diaspora Wenzhou, l'appel au retour des entrepreneurs Wenzhou a été relancé par les autorités qui encouragent des stratégies d'investissement comme forme de retour. Par exemple, le maire de Wenzhou a souligné que le développement des manufactures à Wenzhou était lié essentiellement aux investissements de la diaspora, tandis que celui du secteur tertiaire est plus faible à Wenzhou. Il espère que les entrepreneurs Wenzhou d'outre-mer pourront revenir à Wenzhou pour investir dans le secteur des services[340] (Xiao 2014). Mais les entrepreneurs Wenzhou d'outre-mer ne peuvent plus bénéficier des mêmes faveurs que celles mises en place par les politiques entre les années 1980 et 1990 : ils n'ont plus les avantages

[338] Voir l'annexe 1 « Administration territoriale de Chine ».

[339] « Wenzhou wai qiaoban 温州外侨办 [Foreign And Overseas Chinese Affairs Officie Wenzhou Municipal People's Government] » 2016. Disponible sur http://www.wzwqb.gov.cn

[340] Wenzhoushizhang Chen Jinbiao: Huanyingqiaoshanglaiwentouzixinxingchanye 温州市长陈金彪：欢迎侨商来温投资新兴产业 [Le maire de Wenzhou, Chen Jinbiao: bienvenu à Wenzhou pour investir le nouveau secteur économique], *Ouzhoushibao 欧洲时报 [Nouvelles d'Europe]*, 10 mars 2014 (en ligne), http://www.oushinet.com/news/exclusive/20140310/104420.html, (consulté le 9 octobre 2016).

accordés aux investisseurs étrangers auxquels s'ajoutaient d'autres qu'ils avaient en tant que Chinois d'outre-mer (comme, par exemple, l'exemption fiscale sur une plus longue durée que les étrangers, la possibilité d'investissements dans des secteurs plus ou moins protégés ou soustraits à l'investissement étranger…). La stratégie de l'introduction des investissements de la diaspora a été changée.

Par ailleurs, en 2014, le maire a indiqué qu'il fallait apprécier l'amélioration de la qualité des services publics (facilitation des démarches administratives surtout l'inscription pour la création d'entreprises), et créer un environnement d'investissement plus « confortable » (en créant la nouvelle zone spéciale pour les micros-entreprises, en construisant des infrastructures pour les secteurs comme l'informatique, l'e-commerce, *etc.*) pour séduire les investisseurs, (ce sont surtout les entrepreneurs Wenzhou de la diaspora de retour qui sont les premiers visés).

Toujours selon le maire de Wenzhou, leur stratégie est basée sur le lien affectif entre les membres de la diaspora Wenzhou et les lieux d'origine de la diaspora Wenzhou. En effet, plusieurs expressions chinoises circulent et témoignent de la « nostalgie » des entrepreneurs Wenzhou d'outre-mer à l'égard de leur pays natal : « rentrer au pays natal vêtu de brocart » (*yijinhuanxiang, 衣锦还乡*) et « des feuilles tombent et rejoignent la racine - rentrer dans son pays natal après longtemps » (*luoyeguigen, 落叶归根*). Nous pouvons donc constater une importante implication politique à l'échelle locale au cours des dernières années à travers des mesures prises par les autorités de Wenzhou. Les mesures prises nous permettent de comprendre comment la politique diasporique cherche à faire appel au « patriotisme » pour revenir au pays et servir ses intérêts.

Afin de mieux connaitre les mesures « stratégiques » prises par le Bureau (*qiaoban*) au niveau de l'administration locale de Wenzhou, nous avons répertorié ci-dessous les points clés des « missions politiques » à l'égard de la diaspora Wenzhou d'outre-mer telles que celles-ci sont citées dans l'Annuaire de Wenzhou (*Wenzhou nianjian 温州年鉴 [Wenzhou Yearbook]* 2014)[341] :

1	Soutenir le « Projet Entrepreneurs Wenzhou pour revenir et servir à Wenzhou » ;
2	Organiser les visites de mille entrepreneurs Wenzhou d'outre-mer à Wenzhou ;
3	Soutenir la création de « Point de communication à l'étranger » afin de favoriser les investissements en Chine et à l'étranger ;
4	Renforcer et améliorer la qualité de service pour les entrepreneurs d'outre-mer à Wenzhou ;
5	Soutenir les échanges entre les associations commerciales de la diaspora Wenzhou et les autres régions où les Wenzhou sont installés[342] ;
6	Affirmer et diriger la création de nouvelles associations ou le renouvellement du président des associations de la diaspora Wenzhou d'outre-mer ;
7	Continuer à renforcer les échanges « amicaux » entre le Bureau (*qiaoban*) et les associations de la diaspora Wenzhou ;
8	Continuer à se rendre à l'étranger pour « contrôler »des associations de la diaspora Wenzhou ;
9	Aider[343] au traitement rapide des interventions« consulaires » dans le but de mieux protéger les intérêts des Wenzhou à l'étranger ;

[341] Il est à souligner que l'Annuaire de Wenzhou est un document officiel, et que tous les évènements et chiffres sont fournis par les autorités de Wenzhou.

[342] Il est à souligner que ce point permet de montrer que le Bureau encourage les connexions entre les Wenzhou outremer et la diaspora Wenzhou dans le reste de la Chine.

[343] Cela signifie que la prise en charge n'est que partielle, en soutien de l'ambassade de Chine à l'étranger.

10	Soutenir le lancement de l'enquête sur la situation des Chinois de Wenzhou à l'étranger en 2013 ;
11	Soutenir la fondation de l'université des Chinois de la diaspora Wenzhou à Wenzhou ;
12	Soutenir les séjours linguistiques des jeunes issus la diaspora Wenzhou ;
13	Soutenir l'enseignement du chinois pour la diaspora Wenzhou à Wenzhou ;
14	Soutenir la création d'école de langue chinoise à l'étranger pour les Wenzhou d'outre-mer ;
15	Renforcer les échanges culturels entre Wenzhou et le monde pour la promotion du « patrimoine de Wenzhou » ;
16	Renforcer et soutenir les échanges entre les médias de la diaspora chinoise et le Bureau de Wenzhou ;
17	Renforcer la diffusion des nouvelles (actualités, agenda d'événements) sur les services des Chinois de la diaspora sur l'internet (Sites, twitter, *Wechat* [344] *etc.*)
18	Continuer à encourager les dons (économiques et matériels) des Wenzhou d'outre-mer vers les sociétés rurales de Wenzhou ;
19	Soutenir les projets favorisant l'aide apportée aux pauvres par les Chinois d'outre-mer de retour à Wenzhou ;
20	Soutenir la diaspora Wenzhou de retour à Wenzhou pour faciliter le traitement des papiers (Aider les Wenzhou de retour ceux qui veulent s'installer à Wenzhou dans leurs démarches administratives pour effectuer leur demande de droit d'entrée.)

Par ailleurs, plusieurs mesures non officielles ont été prises par la Fédération (*qiaolian*) en 2013 dont nous énumérons ici les principales.

1	Participer à des mesures facilitant l'introduction des investissements de la diaspora à Wenzhou;
2	Soutenir le projet « introduction des talents » pour la réinstallation à Wenzhou ;
3	Fournir une formation à l'informatique et des soins médicaux gratuits à la diaspora Wenzhou d'outre-mer et à leurs familles restées à Wenzhou ;
4	Protection des droits des membres de la famille des émigrants ;
5	Encourager la diaspora à participer à l'administration et aux discussions politiques, notamment concernant l'éducation des mineurs ;
6	Soutenir des projets de recherches universitaires et aider à mettre en place des mesures sur l'évaluation du nombre des Chinois de Wenzhou à l'étranger ;
7	Mettre en place des activités amicales d'échanges entre les associations de la diaspora Wenzhou et les autorités locales ;
8	Offrir une formation « politique » pour les personnes du système de la Fédération ;
9	Soutenir la création des associations chinoises de la diaspora Wenzhou et leur développement ;
10	Organiser des activités culturelles pour les membres de la famille de la diaspora pour promouvoir le slogan du Bureau « Aimer la Chine ».

Il existe des différences entre le Bureau et la Fédération dans leurs pratiques et la manière dont ils gèrent les Affaires des Chinois d'outre-mer. Le Bureau dispose d'un pouvoir administratif sur la diaspora Wenzhou. Celui-ci est directement sous la direction du cabinet du chef du gouvernement. Ainsi, comme nous l'avons vu le Bureau au niveau national (*guo qiaoban 国侨办*) appartient à la direction du Bureau du Conseil des affaires d'État. Au niveau provincial, ce service est aussi dirigé directement par le Cabinet du chef du gouvernement provincial du Zhejiang.

[344] Wechat ou *weixin* est une application mobile de messagerie textuelle et vocale développée. Elle permet des appels audio et vidéo, et est très populaire en Chine. Wechat comptait en septembre 2015, 650 millions d'utilisateurs sur tout le monde d'après Chinese presse (source web: Chinesepress 2016).

En ce qui concerne la Fédération, il faut souligner qu'elle ne revêt pas un caractère officiel (administratif) puisqu'il s'agit d'une organisation de masse (non gouvernementale) qui ne s'inscrit pas dans le système administratif. Cette organisation non gouvernementale prend des mesures concrètes sous la direction (ou l'orientation) du Bureau de même rang administratif. Nous constatons donc que la Fédération (institution non gouvernementale) joue un rôle d'exécution au nom du Bureau dans le but de maintenir des liens avec des Chinois d'outre-mer.

7.2 Les mesures prises par les autorités locales de Wenzhou

La participation de la diaspora Wenzhou au processus de développement économique de la région d'origine a été renforcée notamment suite aux mesures prises par les services des Affaires des Chinois d'outre-mer (le Bureau et la Fédération) aux échelles locales de Wenzhou. Ces mesures concrètes ont été lancées par le Bureau et la Fédération en fonction de leurs missions et axes de travail et visent à accorder certains avantages favorables au développement économique de Wenzhou (voir *supra*). Elles s'adressent principalement aux entrepreneurs d'outre-mer et aux associations de la diaspora chinoise.

7.2.1 Le « contrôle » effectué par le Bureau (*qiaoban)*

Pour comprendre, nous nous sommes penchés sur certaines actions officielles ayant été par le Bureau (*qiaoban*) de Wenzhou en 2013 dans le cadre des affaires étrangères. Par exemple, plus de 2 500 entrepreneurs Wenzhou d'outre-mer se sont rendus à Wenzhou pour effectuer une mission économique[345]. Précisons ici que le Bureau (*qiaoban*), en tant qu'il est un service administratif, représente le gouvernement de Wenzhou. Ses activités sont caractérisées par leur nature officielle puisque ces activités sont lancées directement par l'administration locale à Wenzhou. Ainsi, 30 ateliers sur la question de l'investissement ont été organisés et 15 contrats dont le montant des investissements s'élève à 14,4 milliards de yuans (2,4 milliards de dollars US), ont été accordés officiellement. Par ailleurs, le Bureau (*qiaoban*) de Wenzhou dirige plus de 120 associations de la diaspora Wenzhou, dont 35 ont été fondées et/ou dont le renouvellement des membres s'opère sous son « contrôle ». Une réunion de « dialogue » entre des associations des Chinois de la diaspora Wenzhou et le Bureau a été organisées en 2013 à Wenzhou. Cette réunion a rassemblé des responsables des associations en provenance de 12 pays. De plus, le Bureau a organisé la formation « politique » des présidents des associations des Chinois de la diaspora Wenzhou. Cette formation a rassemblé 50 personnes issues de 46 associations implantées dans 22 pays différents. Le Bureau a organisé cinq visites officielles à l'étranger, notamment au Brésil, à Taïwan, *etc.* Il a convoqué 22 séances de tables rondes avec des responsables d'associations de la diaspora Wenzhou. Il a « inspecté » 83 associations chinoises de la diaspora Wenzhou et

[345] Du côté de la diaspora, ces entrepreneurs ont pour but de chercher des projets. Du côté de la région d'origine, les cadres de Wenzhou rencontrent des investisseurs potentiels de capitaux étrangers afin de soutenir le développement économique de Wenzhou (*Wenzhou nianjian* 温州年鉴*[Wenzhou Yearbook]* 2014, p382).

rencontré plus de 1 000 entrepreneurs Wenzhou, soit venus « représenter leurs compatriotes », soit venus en tant que les présidents d'associations (*ibid.*).

À travers ces mesures concrètes, nous constatons que le Bureau joue un rôle politique visant à officialiser le maintien des liens avec les associations des Chinois de la diaspora Wenzhou à l'étranger. Les associations deviennent alors, à l'image d'un « port », un organe privilégié pour les autorités (*via* le Bureau) qui cherchent à conserver un contact direct sur leurs expatriés.

7.2.2 Les actions menées par la Fédération (*qiaolian*)

En 2013 les Fédérations (*qiaolian*) de Wenzhou ont réalisé l'introduction d'investissements étrangers s'élevant 1 014 210 000 dollars US (*Wenzhou nianjian 温州年鉴[Wenzhou Yearbook]* 2014). Ces fédérations ont reçu des « dons » des entrepreneurs Wenzhou d'outre-mer à hauteur de 43 680 000 yuans (soit 7 280 000 dollars US) dont 10 650 000 yuans (soit 1 775 000 dollars US) pour l'éducation. 12 931 personnes ont bénéficiés des dons destinés à l'éducation. Un autre exemple, le 15 février 2013, 107 entrepreneurs chinois ont été invités, en qualité de membre de l'équipe de direction des associations des Chinois de la diaspora Wenzhou à l'étranger, à participer au *The World Wenzhounese Conference* 2013 (*shijie wenzhouren dahui*, *世界温州人大会*) organisé par la Fédération (*qiaolian*) de Wenzhou. Vingt-deux séances portant sur un programme de « Bienvenue aux entrepreneurs Wenzhou de retour » (*qiaoshang huijia 侨商回家*) ont été organisées (*ibid.*) En s'appuyant sur ces activités, les Fédérations ont introduit des capitaux étrangers en vue d'un projet d'investissements potentiels à Wenzhou, soit 370 millions de yuans (61,7 millions de dollars US). Ces capitaux avaient pour origine l'association des Chinois d'outre-mer en Allemagne (*deguo huaqiaolianhehui, 德国华侨联合会*). Un autre projet d'investissements de 150 millions de yuans (25 millions de dollars US) a été élaboré pour soutenir le développement de l'éducation à Yongjia dans la région de Wenzhou. La Fédération a également réalisé un appel à investissement de 200 millions de yuans (33,3 millions de dollars US) pour soutenir le développement de la nouvelle zone industriel pour les micros entreprises.

Toutes ces activités conduites à l'initiative de la Fédération (*qiaolian*) de Wenzhou nous permettent de voir le rôle d'« intermédiaire » qu'elle assure afin de maintenir, à travers l'introduction des capitaux étrangers de la diaspora, un lien essentiellement économique entre Wenzhou et sa diaspora.

Les activités des services des Affaires des Chinois d'outre-mer se manifestent également sur un plan plus immatériel, relevant d'avantage des sentiments d' « affection » et de « nostalgie » de la diaspora à l'égard de leur région d'origine.

Ainsi la Fédération (*qiaolian*) de Wenzhou organise des activités éducatives et culturelles visant à l'amélioration de la « conscience » internationale des entrepreneurs Wenzhou d'outre-mer. Il s'agit de leur faire savoir comment traiter les conflits internationaux dans le commerce extérieur. Afin de connaître les règles internationales, elle a ainsi invité des chercheurs et universitaires étrangers pour donner des conférences aux responsables des entreprises à capitaux issus de la diaspora ou des entreprises tenues

par des proches de la diaspora à Wenzhou. Il s'agit, on le voit d'une volonté politique de l'État chinois de faire appel à la diaspora pour servir le pays depuis l'étranger (Ma Mung 2015).

Ces mesures se fondent prioritairement sur un objectif économique. Afin de favoriser les investissements de la diaspora, les autorités chinoises ont d'abord voulu générer de la confiance « politique » vis-à-vis de la diaspora Wenzhou. La mise en place des actions officielles s'est ainsi faite dans le but de protéger les intérêts des investisseurs (les entrepreneurs Wenzhou d'outre-mer). Ce qui permet de renforcer l'affection patriotique des entrepreneurs d'outre-mer.

Le lien entre la Fédération de Wenzhou et des associations de la diaspora Wenzhou repose sur un esprit de nostalgie. Par exemple, plus de 10 groupes des Fédérations (*qiaolian*) issus de différents bourgs (foyers d'émigration) de Wenzhou se ont rendus à l'étranger, en particulier, en Russie, Hongrie, Canada, France, Pays-Bas, Italie, États-Unis et Japon, *etc.* (*Wenzhou nianjian* 温州年鉴*[Wenzhou Yearbook]* 2014, p383). Les 15 présidents des associations de la diaspora Wenzhou en provenance des différents pays et régions ont été reçus par la Fédération (*qiaolian*) à Wenzhou. De plus, la Fédération de Wenzhou a organisé 122 séances de la formation « politique » pour les responsables des associations, ce qui a permis de toucher 7 961 personnes (*ibid.*: 384).

Il est important de souligner que les actions effectuées par la Fédération sont similaires à celles réalisées par le Bureau. Mais les activités de la première sont caractérisées principalement par les échanges non officiels avec les entrepreneurs d'outre-mer. La Fédération joue un rôle plus « pratique » pour maintenir des liens avec les associations de commerçants. En Chine les organisations consacrées au retour des entrepreneurs Wenzhou d'outre-mer sont intégrées à la Fédération. Reprenons l'exemple de la France, nous pouvons voir un lien réciproque entre ces deux organisations (la Fédération et l'association de la diaspora).

7.3 Le fonctionnement des associations Wenzhou d'outre-mer

Les actions menées par la Fédération sont étroitement liées au fonctionnement des associations. Nous allons ici présenter les associations des Chinois d'outre-mer en France. Nous présenterons leur fonctionnement dans un premier temps.

Au cours des trois dernières décennies, les associations chinoises de la diaspora Wenzhou ont connu une redynamisation importante dans leur volonté d'établir et de maintenir un lien avec la Chine. Le renouveau de la participation à la vie politique dans leur région de départ est lié à l'obtention du statut de l'association. En particulier, le statut de « président » d'association de la diaspora chinoise, permet d'établir un lien officiel avec les fonctionnaires chinois voire avec les autorités politiques des autres provinces en Chine et ainsi de servir leur « réputation politique ».

HPS en tant que le président de la Fédération du bourg de Li'ao nous a reçu à Wenzhou lors de notre enquête de terrain en 2012. Il n'a pas seulement un titre « politique », mais est aussi membre du comité permanent de la Fédération de la province de Zhejiang, membre du comité local de la CCPPC [346] de Wenzhou et président honoraire d'une association des ommerçants chinois. HPS était au départ entrepreneur dans le secteur de la maroquinerie en France, aujourd'hui il mène principalement des activités de protection des intérêts de la diaspora chinoise et participe à renforcer les échanges franco-chinois. PLW, célèbre entrepreneur dans le domaine du commerce alimentaire à Paris, dispose par ailleurs du titre de président de l'association chinoise en France mais occupe aussi plusieurs fonctions « politiques » en Chine : membre invité spécial du comité local de la CCPPC de Wenzhou, conseiller de la Fédération de Wenzhou, vice-président de l'association générale des Chinois d'outre-mer du monde, *etc.* PJS, fondateur d'une association franco-chinoise de commerce en France, assure par ailleurs le rôle de président honoraire de l'association, *etc.* WDY, un entrepreneur enquêté à Wenzhou et à Paris, occupe la fonction de vice-président permanent d'une importante association chinoise à Paris, et détient plusieurs titres en Chine tels que celui de membre du comité local de CCPPC du district de Rui'an, de membre de l'association pour les échanges de la diaspora chinoise de Rui'an, *etc.* [347] Nous pouvons aussi observer de nombreux cas similaires.

D'après les entretiens réalisés et les observations sur le terrain, la majorité des entrepreneurs Wenzhou d'outre-mer accordent plus d'importance au fait d'obtenir une reconnaissance politique qu'à leur réussite économique. C'est-à-dire qu'ils cherchent avant tout à bénéficier de la « confiance » du gouvernement, et surtout des autorités de leur région de départ. Ainsi, ces entrepreneurs entrent ils directement en contact avec les services en charge des affaires des Chinois d'outre-mer (le Bureau et la Fédération) en Chine. Les entrepreneurs chinois d'outre-mer établissent des liens avec ces services au travers de leurs associations, plutôt que de privilégier les liens interindividuels afin d'effectuer des affaires économiques et d'accroître leur réputation politique.

[346]CCPPC : la Conférence Consultative Politique du Peuple Chinois, est une assemblée consultative de la République populaire de Chine. Son rôle et ses pouvoirs sont semblables à ceux d'une chambre haute consultative dans le régime politique chinois.

[347] Entretien avec PJS, le 27 février 2013 à Paris.

Retenons que la majorité des membres de ces associations d'entrepreneurs bénéficient de plusieurs titres politiques en Chine. Certains membres se voient attribuer des titres s'inscrivant au cœur du système « officiel » pour les Affaires des Chinois d'outre-mer en Chine. De fait, ces acteurs associatifs assurent des activités « politiques » dans la région de Wenzhou. Les documents officiels de Wenzhou peuvent attester ces faits. Par exemple, la Fédération de Wenzhou a désigné des représentants aux Assemblées populaires locales et au comité local de la CCPPC pour faire des enquêtes dans les foyers d'émigration de Wencheng et de Dongtou en avril et septembre 2013. Quatre membres du comité local de la CCPPC, qui sont issus de la diaspora chinoise, ont rendu compte de leur mission pendant le 4e session plénière du 14e Comité de la Fédération de Wenzhou. Ils ont proposé un projet de résolution concernant la protection des intérêts des enfants des Chinois de la diaspora dans le domaine de l'éducation. Cette proposition a été considérée par le Service d'Éducation de Wenzhou. Le service a traité de l'inégalité[348] des enfants des Chinois de la diaspora et les enfants des Chinois de la diaspora de retour.

En 2013, les représentants d'assemblées et les membres du comité de la CCPPC aux différents échelons ont formulé 176 propositions, dont 26 proposions concernent les affaires des Chinois d'outre-mer (*Wenzhou nianjian* 温州年鉴*[Wenzhou Yearbook]* 2014, p383). À travers ces événements, nous pouvons voir que la participation politique et la discussion sont plus fécondes lors qu'il s'agit des intérêts de la diaspora chinoise.

Les entrepreneurs Wenzhou d'outre-mer souhaitent participer aux activités « politiques », dans le but d'améliorer leur propre performance grâce aux échanges entre les associations auxquelles ils ont adhérées au Bureau-*qiaolian* et/ou à la Fédération-*qiaolian*. D'une part, ces entrepreneurs ont un objectif économique. Au travers de la participation des associations, l'appui de la Fédération (*qiaolian*) suscite l'intérêt des entrepreneurs. Ces associations peuvent se targuer d'avoir une influence officielle pour nouer des liens « politiques » avec les autorités chinoises et faciliter les investissements. D'autre part, les autorités de Wenzhou sollicitent les anciens présidents d'associations de la diaspora chinoise pour être membres d'honneur ou pour occuper des fonctions dans les services dédiés aux Affaires des Chinois d'outre-mer (surtout l'organisation de masse, c'est-à-dire la Fédération - *qiaolian*). Par ailleurs, le Bureau (*qiaoban*) organise des visites à Wenzhou, à l'occasion desquelles sont célébrées les thématiques telles que les liens généalogiques, le retour au « berceau ancestral » et les opportunités d'investissement. Ces visites favorisent les échanges entre les associations de la diaspora Wenzhou et leur région d'origine.

Notons que les activités des associations des commerçants Wenzhou d'outre-mer sont faiblement liées aux autorités locales en France. La raison principale est que le statut des présidents d'association s'inscrit dans le cadre juridique de la France ce qui ne peut pas apporter de statut social particulier comme dans la région de Wenzhou en Chine.

[348] Par exemple, si les enfants des Chinois de la diaspora vont à l'école, ils devraient payer plus chers que les enfants des habitants. C'est à dire qu'ils ne peuvent pas jouir du droit de l'égalité. En outre, ils rencontrent souvent des difficultés administratives pour faire l'inscription à l'école.

7.3.1 Les types d'associations de la diaspora Wenzhou

Les associations de la diaspora Wenzhou sont créées principalement par les « entrepreneurs diasporiques »[349] issus de la région de Wenzhou. Ils se regroupaient en fonction des différents objets afin d'établir des liens économiques avec la Chine.

En France, nous pouvons observer plusieurs types d'associations chinoises[350]. Nous pouvons distinguer les associations de commerçants, les associations culturelles, religieuses, professionnelles, éducatives, de compatriotes, *etc.* Parmi ces différents types d'associations, nous pouvons remarquer que le plus important est celui des commerçants chinois.

Selon notre enquête et les statistiques disponibles obtenues[351], nous estimons à plus de 50 le nombre d'associations de commerçant chinois. Parmi ces 50 associations, il y a une trentaine d'associations commerciales Wenzhou[352]. Les plus importantes de ces associations sont : l'Association des Chinois Résidant en France (ACRF), l'Association des Commerçants et Industriels franco-chinois (ACIFC), l'Association Franco-Chinoise de Commerce (AFCC), l'Association des Commerçants chinois de Prêt à Porter en France, l'Association franco-chinoise de la Chaussure, l'Association des Commerçants de Wenzhou en France, l'Association sino-française d'Entraide et d'Amitié.

Ces associations se composent uniquement d'entrepreneurs Wenzhou. Les Wenzhou ont joué un rôle clé dans leur création. Les membres sont issus de différents secteurs (restauration, maroquinerie, confection, import-export, chaussure, *etc.*). Les noms donnés aux associations indiquent systématiquement l'appartenance à un même secteur d'activités comme « Prêt-à-Porter » ou « Chaussure », ce qui laisse penser qu'il s'agit d'associations professionnelles, d'un même secteur.

Selon notre observation sur le terrain, il apparaît que les associations commerciales Wenzhou se divisent principalement en deux catégories :

En premier lieu, les entrepreneurs de différents secteurs se regroupent au sein d'associations dont le nom renvoie à la signification politique ou économique de leur engagement. Leur but est principalement d'entretenir des liens officiels avec la Chine. C'est, par exemple le cas de l'ACRF et de l'ACIFC. Le rôle de ce type d'associations est d'entretenir des liens avec la région d'origine. Le titre associé à une fonction dans l'association permet de s'insérer au sein d'une plateforme où il devient possible d'établir

---

[349] Voir la définition d'entrepreneur diasporique dans le chapitre 4.

[350] Dans son article, Chen Ken (2016, p36) a noté qu'il y a plus de 700 associations chinoises ou franco-chinoises à Paris. Selon la définition de Chen Ken, le bureau, le conseil d'administration et l'essentiel des membres de ces associations chinoises sont composés de Chinois ou de personnes d'origine chinoise. L'auteur distingue cinq types d'associations chinoises : - les associations géographiques (l'Association des Chinois de Qingtian) ; les associations professionnelles (l'Association des écrivains chinois) ; les associations d'anciens étudiants (l'Association des anciens élèves de l'université de Tsinghua en France) ; les associations religieuses (les associations bouddhistes et chrétiennes) et les associations créées pour répondre aux besoins socioculturels et politiques des immigrés chinois (l'Association des Jeunes Chinois en France). Toutefois, il nous semble qu'une association dite « chinoise » est plus complexe dans la réalité. Par exemple, il existe une association composée principalement de membres Français, mais qui effectue des activités essentiellement à destinations des migrants chinois. Dans ce cas-là, sur le terrain, cette association est également considérée comme une association « chinoise » par la diaspora chinoise. Cette distinction est l'occasion de rappeler que nous étudions seulement dans cette recherche les associations chinoises qui appartiennent à des entrepreneurs diasporiques chinoise tels que définis dans le chapitre 4).

[351] Voir l'annexe 4 « Des principales associations des commerçants chinois en France ».

[352] Idem.

des relations officielles avec les autorités chinoises. Dès lors que le statut administratif leur octroie une « légitimité », ils peuvent jouir d'une réputation politique et ainsi entretenir une relation de confiance réciproque. Ce statut et la reconnaissance politique qu'il confère sont présentés comme essentiels dans l'établissement des contacts privilégiés en vue de nouer des relations économiques. Ce type d'associations est, autrement dit, caractérisé par l'objectif « politique » d'établir un lien officiel avec les autorités chinoises afin de faciliter la réalisation d'intérêts économiques.

Le second type d'associations se fonde sur l'appartenance à un même secteur d'activités ou à une même profession. Tel est le cas de l'Association de la Chaussure franco-chinoise ou de l'Association de Commerce de Prêt-à-Porter. Le rôle de ce type d'associations est principalement de défendre les intérêts économiques propres au groupe professionnel. Le but est de défendre les intérêts des entreprises d'un même secteur et de leur proposer de partager des informations garantissant notamment des conditions de sécurité financière. Ainsi, si l'Association de la Chaussure franco-chinoise a été fondée, c'est parce que l'ensemble des entrepreneurs de ce secteur avait l'ambition de défendre leurs intérêts[353]. Par exemple, s'il apparaît qu'un client paye avec un chèque sans provisions, son nom se trouve enregistré sur une liste noire à laquelle ont accès tous les commerçants membres de l'association, qui peuvent ensuite se prémunir d'un client jugé indésirable.

Les associations fonctionnent comme une plateforme facilitant les affaires transnationales des entreprises de leurs membres, notamment avec leur région d'origine. Le rôle des associations se caractérise par une politique « informelle ». Cette forme d'organisation permet ensuite de renforcer les échanges officiels avec les autorités de Wenzhou.

7.3.2 Le cas d'une association chinoise de la diaspora Wenzhou

Afin de mieux comprendre le fonctionnement des associations de la diaspora Wenzhou, nous prenons l'exemple de l'association des commerçants chinois (ACC)[354]. L'ACC est l'une des associations les plus dynamiques dans le maintien des liens avec la Chine. Le tableau présente sa structure organisationnelle avec la liste de ses membres :

[353] Entretien avec Monsieur PLJ, grossiste de chaussure, le 28 décembre 2011 à Aubervilliers.
[354] Ici, nous ne citons pas le vrai nom de cette association.

Tableau 49 Liste des membres du Conseil et du Bureau de la X[e] session de la cérémonie du renouvellement de l'équipe-ACC

Fonctions	Nombre de postes	Cotisation annuelle par personne(€)
Président honoraire à vie	1	200,00
Présidents honoraires	10 (dont 1 en Chine)	500,00
Président	1	8000,00
Premier vice-président permanent	1	5000,00
Vice-président permanent et secrétaire général	1	3000,00
Vice-présidents permanents	16	2000,00
Vice-présidents (*fuhuizhang 副会长)*	50	1000,00
Conseillers honoraires (*rongyuguwen 荣誉顾问*)	10	---
Conseillers (*Guwen 顾问*)	10	---
Conseillers juridiques (*Falvguwen 法律顾问*)	3 (dont 1 en Chine)	---
Membres permanent du conseil	3	---
Total	106	103 200 €

(Source : Enquête personnelle 2013, Entretien avec Monsieur PZJ, conseiller d'une association chinoise à Paris, le 27 juillet 2012,)

D'après le tableau 49, le nombre de membres est de 106 personnes. Il est à souligner qu'il y a 80 personnes qui sont nommées au rang de « présidents», ce qui représente près de 76% du total.

Le fonctionnement de l'association, n'impose pas de relation hiérarchique entre eux, mais nous trouvons des différents titres correspondant aux diverses fonctions. Nous pouvons également voir le montant des cotisations en fonction des différents titres. Par exemple, le « président » de l'association doit payer 8 000 euros par an. Le « premier président permanent » 5 000 euros *etc.*

Comme le vice-président PZL nous l'a expliqué : « Qui contribue le plus en termes de cotisations, qui peut devenir le président, qui aura l'opportunité de rencontrer le dirigeant chinois ? Nous sommes tous sur le même statut dans l'association […] »[355]. D'après lui, le titre de « président » de l'association est attribué à l'entrepreneur le plus riche parmi les membres. De plus, le « président honoraire à vie » doit payer symboliquement 200 euros par an, en gardant son titre en tant que fondateur de l'association. Puisqu'ils sont souvent d'anciens présidents, les « présidents honoraires » ne paient que 500 euros par an. Lorsqu'ils gèrent les affaires étrangères, ils peuvent toujours représenter l'ensemble de l'association, mais leur « opportunité » reste moins importante que celui du « président ». Ils peuvent avoir une certaine « notoriété » politique comme « président » quand ils sont en face des autorités chinoises ou d'entrepreneurs d'outre-mer. Le « président » de l'association a le droit de décider en priorité du fonctionnement de l'association.

De fait, le titre joue un rôle clé, comme nous l'avons vu. Tous les membres de l'association disposent au moins d'un titre et il n'existe pas un membre sans titre. C'est cette réalité qui explique le nombre très important de « vice-présidents », soit 50 dans le cas cité. En effet, ces titres professionnels au sein de l'association peuvent leur donner un statut « officiel » intéressant lors qu'ils auront besoin d'effectuer des activités extérieures

[355] Entretien avec PZL, le 27 mars 2014 à Paris.

(visites d'affaires en Chine, accueil de la délégation chinoise en France, *etc.*) avec les autorités chinoises[356]. Par exemple, ils pourront rencontrer les personnes des différents niveaux de l'administration politique lors de visites officielles en Chine. En définitive, l'obtention de ces titres procède et provient essentiellement de la puissance économique des membres.

L'ACC est une association particulièrement active parmi toutes les associations de la diaspora Wenzhou. Celle-ci se compose *quasi* exclusivement d'entrepreneurs Wenzhou. Elle possède une influence importante au sein des réseaux d'entrepreneurs chinois à Paris. De plus, nous constatons que le réseau de cette association est connecté non seulement avec les aires géographiques de Wenzhou, mais aussi qu'il s'étend jusqu'aux frontières des régions traditionnelles de départ (Guangdong et Fujian), voire au-delà et dans d'autres espaces chinois où se trouver installés leurs compatriotes comme à Beijing par exemple.

Nous soulignons que ces réseaux se caractérisent par l'organisation d'échanges amicaux et culturels. Par exemple, une association co-organise aussi le spectacle pour la fête de son 20e anniversaire ainsi que le nouvel an chinois avec la Fédération (*qiaolian*) de Beijing (voir Illustration 12).

[356] L'obtention d'un titre de « président » dans une association chinoise donne, en Chine, du « crédit », sur le plan commercial (Li M. 1999b, cité par Kuhn 2016, p380).

Illustration 12 Le spectacle chinois « *Varity Performence, Meet in Paris in the New year* » organisé par l'association et la Fédération

À travers cette analyse de la composition d'une association de la diaspora Wenzhou, il apparaît que son fonctionnement traduit un besoin d'assoir une réputation politique. D'où l'abondance des titres au sein de l'association.

En outre, l'usage de la presse par la diaspora Wenzhou constitue un autre moyen de renforcer le statut social des entrepreneurs. La majorité des organes de presse repose sur le soutien financier des entrepreneurs de la diaspora.

7.3.3 La presse chinoise de la diaspora : un appui pour la communication ?

En Chine, les mesures prises par les services dédiés aux Affaires des Chinois d'outre-mer concernent également les médias chinois de la diaspora. Par exemple, en 2013 le Bureau (*qiaoban*) a invité 55 médias des Chinois de la diaspora pour venir à Wenzhou afin de réaliser un reportage dans lequel ont été enregistrées 135 personnes. Une journée thématique intitulée « L'image de Wenzhou dans les médias des Chinois de la diaspora » (*2013 haiwaihuawenmeiti, 2013 海外华文媒体看温州*) a été organisé et, huit médias des Chinois de la diaspora ont répondu présents pour suggérer des idées pour le développement de Wenzhou (*Wenzhou nianjian 温州年鉴[Wenzhou Yearbook]* 2014, p383).

Si le Bureau (*qiaoban*) de Wenzhou a pour objectif de renforcer les échanges avec les médias des Chinois d'outre-mer, c'est parce que les informations qu'ils publient sont devenues très pratiques et nécessaires à la vie quotidienne des migrants dans les pays d'installation.

Bien souvent il s'agit d'un ensemble d'informations concernant la vie locale, mais ils relayent aussi les actualités des régions natales. Ainsi, afin de réaliser le projet de la création de l'Université des Chinois de la diaspora Wenzhou dans leur région natale, le Bureau (*qiaoban*) de Wenzhou a créé 14 points de travail dans 9 pays. Ces points de travail sont dispersés dans sept associations des Chinois de la diaspora Wenzhou, trois écoles de la langue chinoise dirigé par des membres de la diaspora Wenzhou et deux médias des Chinois de la diaspora Wenzhou (*ibid.*). Ce qui nous permet de voir que les médias de la diaspora jouent un rôle « promotionnel » afin d'obtenir le soutien de la diaspora. Le Bureau (*qiaoban*) de Wenzhou généralement n'établit pas de lien direct avec la majorité des travailleurs migrants, mais il peut publier des informations d'orientation politique *via* les médias des Chinois de la diaspora et produire une influence indirecte sur leur « ressortissants » à l'étranger.

Les activités organisées par le Bureau (*qiaoban*) et/ou la Fédération (*qiaolian*) ainsi que les informations sur le recrutement des élèves pour participer aux séjours linguistiques d'été à Wenzhou ou pour les « pèlerinages » sur les lieux d'origine de la famille en Chine, sont réalisés sous l'œil des médias des Chinois de la diaspora. Par exemple, cela a été le cas du séjour linguistique des « jeunesses de la diaspora » qui a eu lieu au cours de l'été 2013, réunissant 420 élèves en provenance des 16 pays. Il faut souligner que les activités d'échanges linguistiques et culturels sont proposées par le Bureau (*qiaoban*) de Wenzhou dans le cadre de sa mission « politique ». Par exemple, le Bureau (*qiaoban*) a soutenu la publication d'un ouvrage sur le séjour linguistique à Wenzhou intitulé « Chansons d'enfants de Wenzhou ». Il a organisé aussi un concours de récitation de pensées classiques sur le sujet « Mon rêve chinois » à Wenzhou. De plus, il a organisé des cours de chinois pour les enfants des Chinois de la diaspora.

Avec le développement économique de la diaspora Wenzhou en France, il nous semble que les organes de presse de la diaspora chinoise sont devenus une véritable plateforme d'expression, d'échange et de promotion des activités entre la diaspora Wenzhou et sa région de départ. Il est à souligner que le soutien financier des entrepreneurs Wenzhou en France a joué un rôle clé pour le fonctionnement des médias chinois de la diaspora.

Depuis la politique d'ouverture et de réforme des années 1980, la presse des Chinois de la diaspora en France s'est développée parallèlement à l'essor économique de la diaspora chinoise. Cette presse est considéré comme un pilier central de la politique chinoise du lien avec la diaspora chinoise (Pina-Guerassimoff 2012). Cette presse connait d'importants bouleversements tant qualitatifs que quantitatifs et voit son importance s'accroître dans les relations entre la Chine et sa diaspora depuis les années 1980 (*ibid.*). Parmi ces organes de presse chinois, ceux de la diaspora Wenzhou jouent un rôle tout particulier dans le maintien du lien entre les expatriés de Wenzhou en France et les autorités locales des régions d'origine.

Aperçu de la presse la diaspora chinoise en France

Selon Li Minghuan (2002), l'évolution des médias des Chinois de la diaspora en Europe commence à partir de la fin du 19e siècle. Le premier journal chinois est apparu en Grande-Bretagne en 1894[357]. On comptait environ 300 publications chinoises hors de Chine à la fin du 19e siècle (*ibid.).* Au du 21e siècle, il y avait, plus de 30 journaux chinois (par exemple *Nouvelles d'Europe*) en Europe (Pina-Guerassimoff 2012). D'après les chiffres de l'Association des médias des Chinois d'outre-mer en Europe (*Ouzhou huawen chuanmei xiehui 欧洲华文传媒协会*) [358], le nombre des médias des Chinois de la diaspora est passé à plus de 100 en Europe en 2006 (Zhu 2006). Le nombre d'adhérents de cette association est de 49 en 2016[359] . Ils sont originaires de 18 pays d'Europe, tels l'Irlande (1 membre), l'Autriche (3 membres), la Belgique (2), la Pologne (1), l'Allemagne (5), la Russie (3), la France (3), les Pays-Bas (2), la Tchèque(3), la Roumanie (1), le Portugal (2), la Suède (1), l'Ukraine (1), l'Espagne (4), la Grèce (1), la Hongrie (5), l'Italie (7) et la Grande-Bretagne (4).

En ce qui concerne les organes de presse des Chinois en France, nous en dénombrons plus de dix en 2015. Les quelques-uns cités ici sont à l'initiative des Wenzhou en France : le Huarenjie.com (Chinatown), le *Faguo Qiaobao* (Le Pont), le *Zhongyichuanmei* (Cmedia TV).

En France, la presse de la diaspora chinoise peuvent être divisés en trois catégories, selon la source de leur financement : la première concerne la presse financé essentiellement par les entrepreneurs diasporiques (comme *huarenjie*.com, Le Pont/ *Faguoqiaobao*) ; le second type de presse présente un caractère semi-officiel, c'est-à-dire que une partie des capitaux proviennent du gouvernement chinois (comme le quotidien *Nouvelles d'Europe*). La troisième renvoie eux médias disposant de ressources plus officielles, envoyées directement par le gouvernement chinois (comme Agence de la Nouvelle Chine, Journal du peuple, *etc.*). Au vu de l'origine du financement et de l'histoire de la diaspora, nous ne présenterons pas ce dernier. Car il n'est pas lié au soutien financier des entrepreneurs diasporiques.

[357] Selon l'ouvrage de Li Minghuan et l'article de Wei Qun, le premier journal chinois intitulé « *Zhong ying shanggong jiqi shibao 中英商工机器时报*» né à Londres en 1894 (Q. Wei 2013).
[358] Cette association a été fondée à Paris en octobre 1997. Son bureau est situé au siège de *Nouvelles d'Europe*
[359] Source le site offciel de « Ouzhou huawen chuanmei xiehui 欧洲华文传媒协会 [Association of Overseas Chinese Media in Europe] » 2016, consulté le 19 octobre 2016, Site internet : http://www.ouhuamedia.com/contact.jhtml

Tableau 50 Les principaux organes de presse des Chinois de la diaspora en France

Noms des médias	Dates de création	Référence à la diaspora Wenzhou
Xineurope.com (*xinouzhou*, *新欧洲*)	Décembre 2003	non
Huarenjie.com (*huarenjie*,*华人街*)	Août 2006	oui
Nouvelles d'Europe (*ouzhoushibao*,*欧洲时报*)	Janvier1983	oui
Le Pont (*faguoqiaobao*,*法国侨报*)	Juin 2011	oui
Paris 818 MEDIA （*巴黎八卦新闻*）	Août 2012	non
Regards sur la Chine (*kanzhongguo*,*看中国*)	Janvier 2011	non
C-Media (*zhongyichuanmei*,*中谊传媒*)	Septembre 2010	oui
Journal d'Europe (*ouzhouribao*)[360] （*欧洲日报*）	Décembre 1982	non
Sing Tao Daily (*xingdaoribao*)[361]（*星岛日报*）	Août 1975	non

(Source : Enquête personnelle 2011-2014 ; Sites internet des médias[362] ; M. Li 2002, p763)

Ne sont cités dans le tableau 50 que les médias (uniquement en langue chinoise) les plus connus et qui disposent d'une popularité importante auprès de la diaspora chinoise. Le *Xineurope.com* est le plus populaire parmi les étudiants chinois, et trouve son financement par le biais de la publicité commerciale. Les *Nouvelles d'Europe* en tant que média le plus connu entre la Chine et l'Europe, a souvent obtenu le soutien politique des autorités de Chine. Certes, une partie des finances a été également assurée par les entrepreneurs diasporiques de Wenzhou, notamment à travers les associations auxquelles ils adhèrent. Le *Huarenjie.com* est un autre de ces médias (plutôt site et journal) parmi les plus importants dans la diaspora Wenzhou. L'essentiel des sujets qu'il traite est axé sur la vie locale des migrants de Wenzhou. Il s'agit d'un ensemble d'informations très pratiques concernant la vie quotidienne des migrants en France (les annonces d'offres d'emploi, une sélection de restaurants, les logements, les loisirs, les nouvelles françaises-chinoises, *etc.*). « Le Pont » (*faguoqiaobao*), quant à lui, est un journal financé presque totalement par les associations de la diaspora Wenzhou, ce qui le rend plus indépendant à l'égard des autorités chinoises. Ce sont les associations des commerçants chinois ainsi que les entrepreneurs qui financent l'essentiel de son activité par le biais de la publicité.

En ce qui concerne le média « Paris 818 », il répertorie les activités culturelles et, son financement provient non seulement des publicités, mais également de projets comme la coproduction cinématographique. « Regard sur la Chine » (*kanzhonguo, 看中国*) est un journal chinois étant opposé au régime communiste chinois. Son siège est situé aux États-Unis et son financement vient de dons et de publicités. *C-Média*, est un média télévisuel de la diaspora Wenzhou dont la majorité des supports de financements est attribuée par les entrepreneurs Wenzhou en France.

Ces organes de presse, se caractérisent, en France, par leur côté « ethnique » : les supports d'informations en langue chinoise octroient une grande couverture aux annonces publicitaires par les entrepreneurs de la diaspora. De fait, l'objectif de la majorité des organes de presse des Chinois de la diaspora demeure commercial. C'est-à-

[360] Ce journal s'est développé entre 1982 et 2009.
[361] Ce média a été créé à Londres en 1975, puis distribué en France. Il est fermé en 2014.
[362] Voir la liste des sites internet.

dire qu'il vise la réalisation de profits, qui reste leur premier défi. Nourris principalement par la publicité commerciale, certains médias ont publié régulièrement les actualités sur les associations chinoises afin d'étendre leur influence dans leur région d'origine en Chine.

À travers nos observations sur internet et la réalisation d'entretiens, nous pouvons identifier l'un des objectifs principaux des organes de presse chinois de la diaspora Wenzhou : promouvoir et défendre les intérêts des associations de la diaspora Wenzhou. Car la majorité des reportages diffusés en Europe par ces organes de presse, leur permettent de construire et de diffuser une image positive de marques d'entreprises au sein de la diaspora Wenzhou. Cette diffusion permet également de leur conférer une bonne réputation en Chine. Quels que soient leurs supports, les médias jouent un rôle promotionnel pour les associations de la diaspora Wenzhou. Outre les aspects mercantiles, ils ont maintenu des relations particulières avec la Chine.

La relation spécifique entre le gouvernement chinois et la diaspora chinoise s'opère principalement à travers les liens existants entre les services des Affaires des Chinois d'outre-mer (*qiaoban* et *qiaolian*) et les médias des Chinois de la diaspora soutenus essentiellement par les associations des commerçants chinois installées à l'étranger. Concrètement le Bureau (*qiaoban*) et la Fédération (*qiaolian*) ont non seulement, un ascendant direct sur les entrepreneurs Wenzhou d'outre-mer, mais aussi une influence indirecte sur les travailleurs migrants à l'étranger concernant les échanges linguistiques et la culture chinoise. Les entrepreneurs chinois peuvent faire des échanges d'informations pratiques (concernant par exemple les offres de l'emploi) particulièrement utiles aux travailleurs migrants (voir chapitre 5).

Par ailleurs la presse des Chinois de la diaspora constitue une plateforme au service de l'articulation entre la diaspora et la région de départ. Les autorités locales chinoises ne se cantonnent plus seulement aux activités des associations de la diaspora chinoise. Les autorités de Wenzhou souhaitent utiliser les supports d'informations distribuées par sa diaspora pour promouvoir une image positive du pays et étendre leur influence sur la politique diasporique. En somme, nous comprenons ici qu'elle constitue aussi une banque d'informations pour la diaspora Wenzhou sur leur pays d'origine (Chine).

Il existe donc avec cette presse des liens directs entre les autorités de Wenzhou et sa diaspora. Pour conclure, il nous semble le corps social de la diaspora est influencé par les autorités, tandis que les presses des Chinois de la diaspora jouent un rôle de support d'informations et deviennent un producteur de lien d'autant plus important qu'il se couple avec celui des associations de la diaspora.

7.4 Le lien entre la diaspora Wenzhou, les représentants diplomatiques et les grandes entreprises internationales chinoises : la manifestation d'un autre visage politique ?

Avec la présentation des mesures prises par les autorités de Wenzhou en Chine, nous savons que le Bureau et la Fédération représentent des services essentiels de la prise en charge des affaires de Chinois d'outre-mer. Leur objectif vise essentiellement les associations Wenzhou d'outre-mer. Le fonctionnement de ces associations nous permet de mesurer l'importance accordée aux intérêts économiques et à la réputation politique des entrepreneurs. Les organes de presse des Chinois de la diaspora jouent un rôle d'appui à ces objectifs.

Par ailleurs, les liens entre les associations chinoises, la représentation diplomatique et les entreprises à capitaux chinois en France, produisent également une influence en provenance de la Chine. En ce qui concerne la représentation diplomatique et les entreprises à capitaux chinois en France, nous pouvons indiquer deux organisations : l'ambassade de Chine continentale en France ; et pour les grandes entreprises internationales chinoises, ZTE, Huawei, *etc.*

Dans un premier temps, nous nous intéresserons d'avantage à la force des liens existants entre la diaspora Wenzhou et la représentation diplomatique qu'aux liens avec les autorités de France, qui nous semblent très faibles d'après nos observations sur le terrain. Les associations de la diaspora Wenzhou en France sont essentiellement animées par le désir de maintenir le lien (économique et politique) avec la Chine. Elles se fondent principalement sur le soutien de l'ambassade de Chine en France pour déployer leurs activités « patriotiques ». Ce soutien se manifeste par la présence des cadres de l'ambassade chinoise lors des cérémonies et des activités organisées par les entrepreneurs Wenzhou. Par exemple, lors de la cérémonie du renouvellement de « l'équipe de la direction » (président) d'une association de la diaspora Wenzhou, un représentant (e) de l'ambassade était présent et formula ses vœux de réussite. La présence d'un cadre de l'ambassade lors de tels événements est souvent relayée par les médias. De cette manière, les associations acquièrent un « statut politique » en Chine, leur permettant d'y nouer facilement des liens. Ces liens peuvent se traduire par un voyage d'études en Chine effectué par les membres d'une association au nom de la « délégation d'investissements de la diaspora chinoise ».

L'ambassade de Chine joue un rôle à la fois de « directions » et de contrôle de la majorité des activités menées par les associations de la diaspora chinoise. Lors de nos visites dans les bureaux des associations chinoises, nous avons remarqué l'exposition de photos représentant les dirigeants chinois qui ont été accueillis, valorisant ainsi l'entregent politiques de celles-ci. Cette opportunité de recevoir des figures de la politique chinoise a généralement été facilitée par l'ambassade de Chine à Paris.

D'après notre observation, les représentants de l'ambassade offrent cette opportunité aux associations les plus motivées à maintenir des liens avec la Chine (investissements, dons, collectes lors des catastrophes naturelles, *etc.*), le nombre des représentants étant très limité. Généralement, un à deux membres maximum de chaque association sont sélectionnés par l'ambassade pour pouvoir rencontrer un responsable

chinois lors de ses visites ou participer à des activités officielles. C'est généralement, le président de l'association qui, dans un premier temps, bénéficie en priorité de cette invitation.

La majorité des entrepreneurs Wenzhou cumulant leurs fonctions à celles de l'association ont souligné lors des entretiens qu'il était important d'inviter les membres de l'ambassade à participer aux activités, car cela permet aux associations de faciliter la résolution de difficultés. Si une association n'est pas reconnue par l'ambassade de Chine, cette association ne pourra pas jouer un rôle important en Chine. Il sera difficile à ses membres de prendre des contacts dans leur région d'origine en vue de faire des investissements ou d'organiser des échanges culturels, car les autorités locales chinoises ne pourront pas les accueillir officiellement.

On peut remarquer le glissement qui s'opère entre les intérêts collectifs de l'association et les intérêts plus personnels de leurs membres. Par exemple, lorsque le président de l'association participe aux activités de l'ambassade, il s'agit là d'une occasion d'établir un lien direct avec les responsables de l'ambassade dans l'intérêt des activités entrepreneuriales qu'il mène. Les entrepreneurs Wenzhou et les membres concernés de l'ambassade entretiennent des relations plus personnelles qui s'appuient sur le « sentiment patriotique » au travers de ces liens directs au nom de l'association. Car ces entrepreneurs sont considérés souvent et avant tout comme des hommes patriotiques par les cadres des ambassades.

Outre le lien « patriotique » entre les entrepreneurs Wenzhou et l'ambassade, il existe un autre lien entre les entrepreneurs Wenzhou et les entreprises à capitaux chinois en France. Jusqu'à la fin de l'année 2010, le nombre total d'entreprises à capitaux chinois (Chine continentale) en France s'élevait à 80, et ces entreprises employaient 5 000 personnes[363]. Le chef de ce type d'entreprises était nommé par leur supérieur en Chine. Selon les chiffres de l'Association des Entreprises de Chine en France[364], jusqu'en décembre 2011, 50 entreprises à capitaux chinois sont issues de secteurs tels que la banque, la communication, l'aéronautique et l'astronautique, l'électricité d'origine nucléaire, la métallurgie, la confection, l'électroménager, les meubles, les médias, les matériaux de construction et le tourisme, *etc.*[365] En 2010, les investissements en France des membres de cette association s'élevaient à 1,3 milliards d'euros, et ceux-ci employaient 2 670 salariés, dont 2 300 Français (*ibid.*).

Un point important est qu'il existe rarement des liens commerciaux entre les entreprises tenus par les Wenzhou et les grandes entreprises internationales chinoises en France. Comme quelques entrepreneurs Wenzhou (PXZ, PLJ, *etc.*), nous l'ont expliqué, il est rare de faire des affaires avec ces entreprises, car la majorité des entreprises Wenzhou de France ne sont pas placées sur le même niveau de développement économique par

---

363 Xu Songshan, 21 avril 2011 (en ligne), « 2010 faguo xiyin zhongguo touzi ji waizi zhuangkuang 2010 年法国吸引中国投资及外资状况报告 [Rapport de la situation des investissements direct chinois et étranger en France] ». Bureau du Conseiller Economique et Commercial de l'Ambassade Chine en France. http://fr.mofcom.gov.cn/article/ztdy/201104/20110407510339.shtml. (consulté le 25 mars 2016).

364 Cette association s'appelle aussi : Chambre de Commerce et d'Industrie de Chine en France (CCIFC).

365 (« Faguo zhongziqiye xiehui jieshao 法国中资企业协会介绍 [Présentation de l'association des entreprises à capitaux chinois en France] », Association des Entreprises de Chine en France, décembre 2011 (en ligne), http://www.aecf-france.org/presentation.htm, (consulté le 10 janvier 2016).

rapport aux premières. Celles-ci sont beaucoup plus grandes et leur but est principalement de de s'étendre sur le marché international[366]. Par ailleur, le lien entre les entrepreneurs Wenzhou, la représentation diplomatique et les grandes entreprises internationales chinoises permet de mettre en lumière le fait que les entrepreneurs Wenzhou disposent d'une relation « hiérarchique » avec l'ambassade de Chine et qui se traduit par un développement « autonome » avec les grandes entreprises internationales chinoises.

Dans ce chapitre, nous avons montré que la Chine continentale avait mis en place un système particulier spécialement chargé des affaires des Chinois de la diaspora. Sur le plan politique, la Chine a pris en considération le rôle économique de la diaspora depuis un siècle. Nous avons vu l'élaboration de la première loi en 1909 sur la nationalité et la formation du système « particulier » territorial aux échelles provinciale et locale. Les pratiques du système à l'échelle de Wenzhou ont montré que les services de Wenzhou savaient maintenir des liens avec la diaspora grâce à des mesures concrètes. Il est évident que le Bureau (*qiaoban*) et la Fédération (*qiaolian*) jouent un rôle de « contrôle » des associations Wenzhou d'outre-mer. Du côté de la France, les logiques d'action des associations nous permettent de comprendre que leurs liens avec leurs membres résident dans les intérêts économiques et la volonté de renforcer la réputation politique des entrepreneurs Wenzhou. En plus, la mobilisation des organes de presse des Chinois de la diaspora est devenue un appui important dans la communication des entrepreneurs et dans la promotion du sentiment patriotique.

Pour conclure, nous retiendrons que les associations chinoises d'outre-mer jouent dans la diaspora un rôle « officiel » au même titre qu'une « organisation politique ». Elles sont devenues une plateforme pour entretenir des liens avec l'ambassade de Chine en France afin d'obtenir une reconnaissance politique. Et cette reconnaissance politique permet à ses membres, grâce à leur statut officiel en France, d'établir des liens avec les autorités de leur région d'origine.

[366] Entretien avec Madame PSY, directrice du marketing d'une entreprise à capitaux chinois, le 30 avril 2014 à Paris.

CONCLUSION DE LA TROISIEME PARTIE

Dans cette partie, nous avons analysé deux types de « transferts migratoires » de la diaspora Wenzhou sur leur région d'origine : sur le plan économique, les transferts migratoires envoyés par la diaspora favorisent le développement économique de la région de Wenzhou ; sur le plan politique, l'effet économique de cette diaspora permet que la Chine consolide sa politique diasporique.

Dans le chapitre 6, les transferts financiers (l'investissement entrepreneurial de la diaspora et les remises migratoires) en tant que des capitaux initiaux ont favorisé le développement économique dans la région de Wenzhou. Notamment, ces capitaux étaient présents dès le début des années 1980 et ont permis le développement des entreprises détenant des capitaux de la « diaspora ».

Sur le plan de l'investissement de la diaspora, l'identité d'une entreprise détenant des capitaux de la diaspora est impossible à relever dans les statistiques. Mais, nous considérons que les capitaux venant de l'étranger dans la région de Wenzhou, viennent tous de la diaspora. Dans ce cas-là, l'investissement de l'« étranger » est similaire à celui de la diaspora dans cette région. C'est-à-dire qu'il s'agit de la variabilité entre l'étranger et de la diaspora lorsqu'il s'agit de qualifier une entreprise quant à la provenance des capitaux dans le pays d'origine. Tout ceci nous permet de confirmer l'importance du poids de l'investissement de la diaspora dans le dynamisme économique de Wenzhou.

Sur le plan des remises migratoires, nous rappelons qu'il faut bien distinguer les capitaux de l'investissement entrepreneurial et les remises migratoires. Ces derniers permettent d'aider dans le cadre de la vie quotidienne des membres de la famille de la diaspora dans leur région d'origine. Bien que les remises migratoires puissent provoquer le changement de leur statut socio-professionnel, elles permettent aussi indirectement de favoriser le développement économique local.

Ainsi, le développement de PME est considérable l'économie de la région de Wenzhou. Ce développement est caractérisé par un besoin fort du crédit informel et les capitaux issus de la diaspora permettent le développement économique à travers le prêt entre particulier. De ce fait, nous rappelons que si le crédit informel si s'est développé à Wenzhou, il s'agit également en partie des flux issus de la diaspora.

Par ailleurs, le développement du commerce extérieur de cette région est lié aux réseaux d'entrepreneurs. Ainsi, les produits fabriqués à Wenzhou ont été distribués principalement par leurs propres réseaux entrepreneuriaux. Nous rappelons que cette distribution est caractérisée par deux modalités en s'appuyant sur deux niveaux de réseaux d'entrepreneurs Wenzhou, nationaux et transnationaux. Bien qu'il existe bien d'autres modalités de distribution ce qui correspondant ou non aux réseaux migratoires.

Nous rappelons en outre, que le chapitre 6 nous permet de ne voir que la situation des transferts envoyés par la diaspora Wenzhou depuis les années 1980 et n'indique pas la situation avant les années 1980 à Wenzhou en raison du manque de source. Malgré cela, il est à souligner que les capitaux issus de la « diaspora » ont déjà joué

un rôle important avant les années 1980. Par exemple, les services des affaires des Chinois d'outre-mer se sont établis depuis longtemps (cf.7.1.1).

Dans le chapitre 7, nous avons essayé de mettre en évidence la relation réciproque entre les autorités locales de Wenzhou et sa diaspora.

D'abord, l'évolution de la politique de l'État chinoise vis-à-vis la diaspora chinoise permet de considérer la diaspora comme une ressource. Car l'organisation économique de la diaspora chinoise s'est déjà constituée à l'étranger. Ce qui permet à la Chine d'avoir la volonté de la consolider.

Sur le plan historique, la formation du « statut particulier » de la diaspora chinoise est ancrée dans le régime politique chinois. Pour preuve, le gouvernement chinois a constitué un système particulier des services des affaires des Chinois d'outre-mer. À travers l'exemple de Wenzhou, à partir d'une échelle locale, les stratégies politiques de Bureau (*qiaoban*) et les mesures concrètes effectuées par la Fédération (*qiaolian*) vis-à-vis de la diaspora Wenzhou sont plus remarquables dans leur objet – l'entrepreneur diasporique Wenzhou.

Par exemple, le contact avec des associations de la diaspora permet de voir seulement qu'il existe un ascendant de la part des autorités locales de Wenzhou sur les entrepreneurs. Même si les organes de presses généralement jouent un rôle charnière entre la diaspora Wenzhou et sa région d'origine, mais nous rappelons que la presse de la diaspora chinoise en France est financée principalement par les entrepreneurs diasporiques chinois. C'est-à-dire qu'ils se manifestent grâce à un appui pour la communication.

De ce fait, la structuration politique en charge des affaires des Chinois d'outre-mer existe et ne permet pas d'établir un lien direct avec un autre groupe dit « prolétaire » qui est plus nombreux que des « entrepreneurs », au sein de l'organisation de la diaspora entrepreneuriale.

Au final, à travers le cas de la diaspora Wenzhou, nous voyons que la politique diasporique de Chine ne permet que des contacts avec l'entrepreneuriat diasporique. Alors pouvons-nous toujours considérer que cette politique a pour but le « contrôle » vis-à-vis de sa diaspora ?

CONCLUSION GENERALE

L'objectif de cette thèse était de fournir des éclairages précis sur l'organisation économique, sociale et spatiale des migrants de Wenzhou dans la région parisienne. Cette recherche entendait également décrypter les rapports économiques et sociaux que ceux-ci entretiennent avec la Chine. En travaillant sur la diaspora chinoise issue de la région de Wenzhou, nous avons évoqué les relations économiques de la diaspora avec la région d'origine et ses liens avec la Chine. Notre étude documente l'organisation économique de cette diaspora pour interroger les formes d'insertion (économique et spatiale) dans les pays d'installation et les relations avec le pays d'origine dans le contexte des migrations internationales chinoises.

Il nous semble qu'un apport de cette thèse réside dans le fait d'avoir montré qu'il n'existe pas une seule organisation économique issue de la région de Wenzhou à proprement parler (chapitre 3) mais qu'une organisation économique particulière prend forme au sein de la diaspora Wenzhou en France (chapitre 4). Dans ce contexte, nous avons pu aborder la métamorphose du « Modèle de Wenzhou » (chapitre 5). Cette organisation s'articule autour de *clusters* économiques formés par les entreprises Wenzhou dans la région parisienne. L'explication d'une telle concentration de ces entreprises réside dans la mobilisation de leurs propres réseaux migratoires transnationaux, et dans le développement économique de leur pays d'origine. Ces réseaux sont également familiaux et reposent sur la concentration d'entreprises dans quelques secteurs d'activités commerciales ou productives. Ces secteurs économiques ont pu ensuite être qualifiés de secteurs transnationaux. La forme de l'organisation économique se réfère quant à elle principalement à des petites et moyennes entreprises (commerciales, de services ou de fabrication) qui ont joué et jouent encore un rôle économique non seulement à l'échelle locale (pratique du financement de type informel), mais aussi à l'échelle internationale (distribution des produits). En s'appuyant sur sa propre organisation économique et grâce à la mobilisation des réseaux transnationaux des migrants dans la distribution des produits, la diaspora Wenzhou permet la reproduction identitaire de son groupe comme corps social.

Au sein de la diaspora chinoise, les Wenzhou se démarquent par la singularité de l'organisation entrepreneuriale de leur diaspora. Il est important ici de souligner que les activités économiques de la diaspora Wenzhou sont liées à une continuité dans l'internationalisation du développement économique de la région de Wenzhou, mais qu'elles sont aussi en lien étroit avec les différents pôles d'installation où se localisent leurs propres réseaux transnationaux.

I. Une organisation économique transnationale

Lors des périodes de terrain, les relevés des commerces ont porté sur la répartition géographique des établissements commerciaux chinois implantés principalement dans la région parisienne. Cette méthode a permis de mettre en lumière la forte présence des grossistes chinois dans les principaux quartiers d'implantation des commerces chinois dans la région parisienne (Arts et Métiers-Temple, Sedaine-Popincourt et Aubervilliers). Les entretiens auprès des entrepreneurs, l'enquête par questionnaire et l'observation de terrain nous permettent de constater une certaine concentration des Wenzhou dans quelques secteurs d'activités privilégiés comme la maroquinerie, l'habillement, la chaussure, la bijouterie et le bazar. La transformation des activités économiques de la diaspora Wenzhou en France s'est appuyée sur l'essor économique de la Chine. C'est-à-dire que l'activité des entrepreneurs chinois en France prolonge directement celle du passé, tandis que leurs divers commerces tirent bénéfice de la mondialisation économique (Bordes-Benayoun et Schnapper 2008, p102). Aussi, l'imbrication des réseaux migratoires transnationaux a-t-elle favorisé la mobilisation des ressources transnationales dans la distribution des produits. Autrement dit l'homogénéité du secteur d'activités est liée à la mobilisation des relations informationnelles. En effet, l'existence et le développement des relations (migratoires, économiques, informationnelles, affectives et émotionnelles) entre les différents pôles d'établissements à l'échelle locale et globale circonscrivent une entité sociale commune (Ma Mung 2009). Nous avons ainsi souligné que la circulation de l'information a joué et joue un rôle important dans l'établissement de liens entre la diaspora Wenzhou et sa région d'origine.

Dans le cadre de cette thèse, nous avons souhaité aller plus loin en cherchant à montrer la construction de l'organisation économique singulière de la diaspora Wenzhou. Tout au long de ce travail, cette organisation est appréhendée en tant que « diaspora entrepreneuriale », et ce, selon deux approches.

La première approche de notre étude présente la forme de l'insertion économique et spatiale de la diaspora Wenzhou dans la région parisienne. Nous constatons une certaine homogénéité dans l'articulation des liens reliant les secteurs d'activités productives de la région de Wenzhou en Chine à des activités commerciales de la diaspora Wenzhou en France. L'homogénéité du secteur d'activités se manifeste par la concentration géographique des établissements commerciaux chinois (surtout Arts et Métiers-Temple, Sedaine-Popincourt et Aubervilliers). Par exemple, le secteur d'activités commerciales est caractérisé par la concentration du commerce de gros d'importation. Les différents quartiers d'implantation, principalement de commerces de gros chinois, se distinguent à travers les différents secteurs d'activités occupés dans la région parisienne. Arts et Métiers-Temple est caractérisé par la visibilité du secteur de la maroquinerie et de la bijouterie fantaisie. Sedaine-Popincourt se démarque plus particulièrement par la distribution en gros du prêt-à-porter féminin (voir chapitre 4). Autrement dit, aujourd'hui, il apparaît que le développement des activités productives de la région de Wenzhou transpose son influence sur le développement des activités économiques de la diaspora Wenzhou en France. Ce résultat a pu être établi grâce à l'analyse du fil conducteur de cette thèse et des éléments identifiés à partir de la construction du « Modèle de

Wenzhou » de Chine (chapitre 3). Le développement de petites et moyennes entreprises (PME) familiales présentent un point commun concernant les types d'entreprises en France et à Wenzhou en Chine. Sur le plan financier, ces PME sont initialement liées à la mobilisation du financement par le crédit de type « informel » : la tontine ou le prêt familial. Sur le plan du réseau migratoire, la distribution de produits nous permet de voir l'existence d'un double niveau : une production qui vise l'échelon national (dans toute la Chine) et une production qui vise l'échelle internationale (la France ou d'autres pays où les Wenzhou sont implantés). Les mêmes secteurs d'activités privilégiés (maroquinerie, chaussure, confection) sont présents et observables dans la région parisienne comme dans la région de Wenzhou. Par conséquent la structuration des activités productives de la région de Wenzhou conditionne l'homogénéité dans la concentration des activités commerciales de la diaspora Wenzhou en France, notamment dans le commerce de gros d'importation. Pourtant, il est important de souligner que la naissance du secteur d'activités dans la région de Wenzhou est majoritairement liée à la circulation de l'information au sein des réseaux migratoires. En effet, ces réseaux permettent d'apporter des informations à leur région d'origine, si bien que le choix d'un secteur d'activités est lié à l'offre d'informations mise à disposition par la diaspora. Par exemple, Monsieur WLG a créé son entreprise pour effectuer une activité productive dans le matériel électrique, grâce à son cousin PHY qui a rapporté de France un modèle de Currency-counting machine (c'est-à-dire que le cousin a ramené une information de France) à WLG qui était alors encore en Chine[367]. Comme dans cet exemple, le démarrage d'une activité artisanale familiale à Wenzhou dans la période préliminaire (entre des années 1980 et 1990) est souvent lié à l'information fournie par la diaspora. Si le secteur de la production de briquets s'est considérablement développé à Wenzhou, c'est parce qu'un migrant de retour a fourni de précieuses informations récoltées depuis l'étranger et relatives à l'état du marché[368]. Si la confection s'est développée dans un premier temps à Wenzhou, puis s'est orientée vers l'exportation internationale, c'est grâce à l'existence de réseaux migratoires transnationaux permettant la distribution des produits à l'international (voir chapitre 3). De fait, la circulation de l'information entre la diaspora et sa région d'origine joue un rôle important pour démarrer un secteur d'activités productives dès la première heure. Il nous semble qu'il y a une créativité au sein de la diaspora qu'elle a transférée à sa région d'origine.

Avec le développement des activités productives de la région de Wenzhou, le lien entre la diaspora et le pays d'origine se manifeste par l'intensification des interactions. La circulation de l'information entre la diaspora et sa région d'origine n'est pas seulement liée au développement de secteurs d'activités, mais est aussi corrélée à la distribution des produits à l'international depuis la Chine. La formation de la concentration des commerces chinois est fortement liée à une activité de distribution des produits chinois, principalement en provenance de la Chine, mais aussi d'autres pôles de la diaspora.

Nous avons montré les convergences, les divergences et les transformations entre l'organisation économique de la diaspora Wenzhou et celle de la région de Wenzhou (chapitre 5). En ce qui concerne les types d'entreprises, nous retrouvons la structuration

[367] Entretien avec Monsieur PHY, entrepreneur, le 18 août 2012, à Poitiers.
[368] Entretien avec Monsieur WFJ, fabricant de briquets, le 10 octobre 2012 à Wenzhou; Entretien avec Monsieur PXZ, grossiste d'optiques, le 16 avril 2013 à Aubervilliers.

en PME. Toutefois, certaines PME de Wenzhou ont connu une croissance « exponentielle » et sont devenues de grandes, voire de très grandes entreprises (par exemple, l'entreprise Chint), alors que les PME parisiennes restent des entreprises de taille modeste. En ce qui concerne le financement informel, la pratique de la tontine est un financement important dans le processus de création et le développement des entreprises à Wenzhou et à Paris. Toutefois, des différences apparaissent dans le fonctionnement même du recours à la tontine. Par exemple, la tontine à Wenzhou a non seulement pour but de monter des affaires, mais vise aussi la réalisation d'autres buts (mariages, construction de maisons, *etc.*). Au sein des produits distribués par l'entrepreneuriat Wenzhou, nous avons montré qu'il existe un système d'exclusivité dans la distribution en France et un système d'homogénéité d'approvisionnement en Chine. Nous avons souligné que les réseaux migratoires sont à base familiale. Ces réseaux sont appréhendés comme des ressources pour l'organisation économique transnationale. La transformation des activités économiques est corrélée aux mutations que connaît le marché ethnique du travail. Les modifications de ce marché sont liées à la diversification des activités économiques de la diaspora. Les informations issues de nos terrains d'enquête nous permettent d'affirmer l'apparition de nouveaux secteurs d'activités (bâtiment, bar-tabac, agence immobilier, *e-commerce* et logistique, *etc.*) économique de la diaspora Wenzhou en France. Nous avons également constaté que la formation de l'organisation économique de la diaspora Wenzhou s'énonce non pas en termes de reproduction, mais de métamorphose du « Modèle de Wenzhou ». En effet, la structuration de réseaux migratoires conduit à une forme d'auto-organisation[369] pour produire un entrepreneuriat diasporique. Par exemple, dans la diaspora Wenzhou s'est déjà développée une organisation économique en France avant les années 1980 (notamment entre les années 1930-1950) (voir chapitre 4).

La deuxième approche de notre recherche a permis d'identifier les influences réciproques de la diaspora Wenzhou sur le développement économique de la région chinoise de départ. Sur le plan économique, le développement économique de la région de Wenzhou a bénéficié de la mobilisation des transferts financiers de la diaspora Wenzhou (chapitre 6). La diaspora, comme facteur économique, a joué et joue un rôle important dans le développement des entreprises à capitaux étrangers et du commerce extérieur de la région d'origine. Les PME sont celles qui connaissent les besoins les plus forts de crédit informel dans l'économie privée de Wenzhou. Avec le développement de l'économie privée de Wenzhou, nous avons constaté une diversification des

[369] L'auto-organisation désigne ici un processus spontané dans un système composé par un réseau migratoire. Ce processus se traduit par l'émergence d'une structure économique auto-organisée. Cette dernière peut changer d'état ou passer d'une phase sans ordre (à ses commencements) à une phase de mise en ordre sans qu'elle ne soit dirigée par une source extérieure, c'est-à-dire que l'activité de l'entrepreneuriat diasporique n'est dirigée ni par le pays d'installation, ni par le pays d'origine. Elle est caractérisée par : 1) des éléments ou des acteurs (par exemple, des entreprises, des personnes, des produits, des capitaux et des informations) ; 2) des interactions entre les personnes (par exemple le réseau financier : la tontine) ; 3) des interactions entre les entreprises et l'environnement (par exemple la formation de niches économiques de la diaspora dans les pôles d'installation) ; 4) une capacité d'interaction limitée (par exemple, le maintien des relations avec le pays d'origine) ; 5) des interactions nécessaires entre les entreprises et la circulation des informations du pôle d'installation (par exemple l'approvisionnement des produits depuis la Chine) ; 6) des interactions nécessaires entre les acteurs et les informations du pays d'origine (par exemple en ce qui concerne les modifications du marché ethnique du travail ou la diversification des activités économiques).

investissements issus du crédit informel. En d'autres termes, le développement du crédit informel de Wenzhou est partiellement et indirectement lié aux capitaux issus de la diaspora. Cette dernière a eu un impact important sur sa région d'origine au cours des années 1980 et 1990. Cette relation est confirmée par l'étude du lien entre l'investissement de la diaspora et le développement économique de la région natale des migrants ainsi que par le rôle important des remises migratoires. Nous avons montré que les réseaux d'entrepreneurs Wenzhou ont un impact dans la distribution des produits de Wenzhou. Ces réseaux portent sur la circulation de l'information et la distribution des produits. Notamment, le réseau d'entrepreneurs Wenzhou d'outre-mer correspond à la consolidation de la politique diasporique des pays d'origine. En effet, la Chine considère depuis 2000 la diaspora comme une ressource économique. Sur le plan politique, les autorités chinoises ont, directement ou indirectement, exercé une forme de « contrôle » sur la diaspora Wenzhou afin de la mobiliser comme une ressource pour le pays. Ainsi, le Bureau (*qiaoban*) et la Fédération (*qiaolian*) ont maintenu un contact officiel mais aussi parfois plus informel avec des associations de la diaspora Wenzhou en France. Ces contacts révèlent la stratégie politique de la Chine dans l'établissement d'un contrôle de sa diaspora pour en faire une ressource. L'effet principal de la politique diasporique de la Chine permet à sa diaspora d'apporter un profit économique à la région d'origine. Les mesures prises par les autorités locales de Wenzhou nous permettent de distinguer un « contrôle » effectué par le Bureau (*qiaoban*) dans la politique et les pratiques menées par la Fédération (*qiaolian*). Nous avons montré que le fonctionnement des associations des Wenzhou d'outre-mer se concentre autour du renforcement de la « réputation politique » en Chine. La presse d'informations de la diaspora chinoise que nous avons analysée dans cette thèse nous apparaît comme ayant un rôle d'appui de la communication. De plus, nous avons montré que les entrepreneurs Wenzhou doivent nécessairement maintenir de « bonnes relations » avec l'ambassade de Chine en France au nom du respect du patriotisme. D'après nos observations, nous constatons pourtant que les entrepreneurs Wenzhou ont maintenu peu de relations commerciales avec les grandes entreprises internationales chinoises en France. Comme quelques entrepreneurs Wenzhou, nous l'ont expliqué dans le chapitre 7 (cf. 7.4), il est rare de faire des affaires avec les grandes entreprises internationales chinoises, car la majorité des entreprises Wenzhou de France ne sont pas placées sur le même niveau de développement économique par rapport à ces entreprises chinoises. En effet, la majorité des entreprises internationales chinoises sont plus grandes et leur but est principalement de faire de la publicité et de s'étendre sur le marché international[370].

Afin de mieux appréhender l'organisation économique de la diaspora Wenzhou, nous thèse expose et développe deux constats : un entrepreneuriat diasporique et un marché ethnique du travail.

[370] Entretien avec PSY, le 30 avril 2013 à Paris.

Un entrepreneuriat diasporique

À partir d'un pays d'installation comme c'est le cas de la France, l'entrepreneur « ethnique » de Wenzhou se définit comme un individu bénéficiant des dispositifs économiques situés en « amont » de la filière migratoire. Les interactions entre acteurs Wenzhou se retrouvent dans le système de financement, le recrutement de personnel, l'approvisionnement des marchandises et les échanges quotidiens entre entrepreneurs et travailleurs. C'est en effet à l'intérieur de l'entreprise Wenzhou et plus largement au sein d'un secteur économique homogène, que peuvent s'articuler étroitement des logiques commerciales et des logiques affinitaires (confiance, interconnaissance et « habitudes ») relevant de l'« entrepreneuriat ethnique » tels que le terme est utilisé dans les recherches sur le commerce ethnique.

Pourtant, dès lors que le regard se déplace vers l'extérieur ou le transnational, dans les activités économiques internationales (par exemple, la distribution des produits ou l'approvisionnement est souvent à l'international) ou encore que l'on s'intéresse aux interactions et aux influences réciproques entre des entrepreneurs Wenzhou et à l'environnement transnational dans des lieux d'ancrage (Wenzhou, ailleurs en Chine ou dans autres pays d'installation comme l'Italie, l'Espagne ou la Grèce[371], *etc.*), le qualificatif d'« ethnique » perd de sa pertinence. Mais si nous nous appuyions sur la définition de Ma Mung (1996), l'entreprenariat ethnique ou de l'économie ethnique : le système de relations basé sur la prévalence de l'appartenance ethnique dans le choix des partenaires économiques, l'entreprenariat diasporique apparaît comme un entreprenariat ethnique élargi dans lequel la prévalence de l'appartenance ethnique dans le choix des partenaires économiques joue à l'échelle transnationale et pas seulement locale.

Dans ce cas-là, nous constatons alors que l'utilisation la plus pertinente du terme de « diasporique » est celle selon laquelle le terme qualifie une organisation économique transnationale (par exemple l'entrepreneuriat diasporique Wenzhou) ; aussi dans cet ordre d'idées, le commerce de gros d'importation en France peut être qualifié d'« ethnique » du point de vue de son organisation fonctionnelle et financière. Mais cela peut être envisagé comme une dynamique transnationale dès lors qu'on l'aborde du point de vue de l'approvisionnement des produits : soit depuis la Chine, l'Italie ou ailleurs. La notion d'« entrepreneuriat diasporique » s'élargit pour décrire ces dynamiques spatiales qui reflètent la singularité de l'organisation économique.

Il nous semble que les apports de cette thèse résident aussi dans le fait que des éléments empiriques nous ont permis de donner un sens à des éléments non-enquêtés, mais qui permettent d'approfondir la réflexion sur l'« entrepreneuriat ethnique » et la « diaspora ». En effet, cette thèse permet de croire en existence de l'organisation d'un « entrepreneuriat diasporique » comme un des résultats de notre expérience empirique. Ce qui nous permet de repenser les relations entre les pays d'installation (la dynamique de l'économie ethnique) et le pays d'origine (la ressource économique). Ainsi, le développement de l'économie ethnique dans les pays d'installation et celui de l'économie de la région d'origine sont liés à la formation de la diaspora dans le contexte du développement de l'économie transnationale.

[371] Pour la Gèce, voir la thèse de Polyzos Iris (2014).

Dans notre recherche, l'entreprenariat dit « diasporique » de Wenzhou se définit comme une activité (interne, transfrontière et transnationale) pratiquée par des personnes ayant un lien géographique et ethnique avec la région de Wenzhou, et qui notamment parlent le « dialecte » de cette localité. Cette activité est le plus souvent commerciale ou artisanale et s'inscrit dans une dynamique économique transnationale caractérisée par la prévalence de réseaux migratoires.

Initialement, l'existence de ces réseaux a permis un financement de type informel dans le pays d'installation et son exploitation au début de l'internationalisation du marché dans la distribution des produits dans le pays d'origine. Par exemple, plusieurs entrepreneurs Wenzhou enquêtés (comme l'entrepreneur de la chaussure de PLJ à Paris), nous ont montré qu'ils ont initialement utilisé la tontine en France pour monter leur entreprise dans les secteurs de la restauration, de la maroquinerie ou de la confection, puis qu'ils ont changé de secteur activité économique, se tournant, en particulier vers le commerce d'importation des produits chinois. Aussi, certains entrepreneurs Wenzhou (comme le fabricant de la confection de Monsieur WCC à Wenzhou) disposent d'une usine à Wenzhou ou ailleurs, tandis que la distribution des produits de leurs entreprises s'appuie sur des magasins d'importation installés en France (le quartier Sedaine-Popincourt ou à Aubervilliers), et qui sont tenus par leur famille.

Cette activité a contribué à l'élaboration de « ressources » sociales à partir des échelles du réseau migratoire maintenu au sein de la diaspora (famille, entourage, espace relationnel et réseaux entrepreneuriaux).

Un marché ethnique du travail

Le marché ethnique chinois du travail est l'un des témoins visibles de l'histoire migratoire chinoise. La main d'œuvre originaire de Chine est initialement issue des familles de migrants puis d'autres régions de Chine. Nous constatons que la formation du marché ethnique Wenzhou du travail a conduit au changement des origines nationales de la main-d'œuvre dans le choix de partenaires économiques. L'évolution du marché ethnique du travail se traduit par une diversification des origines des individus qui composent la main-d'œuvre. Ces derniers sont non seulement originaires de la région de Wenzhou, mais proviennent aussi d'autres régions de Chine comme le Nord-Est de Chine. Nous avons observé que des salariés des entreprises étudiés sont désormais originaires du pays d'installation, ce qui peut conduire à avancer que les entreprises Wenzhou commencent à s'intégrer au marché général du travail français, et en cela à la société dans son ensemble.

Sur le plan de l'offre et de la demande d'emploi, cette diaspora se structure en effet autour de deux figures articulées autour d'une « frontière » de nature perméable et incertaine. Une caractéristique de ce marché est « la porosité de la frontière entre prolétaires et commerçants » (Ma Mung 2009, p110). Cela suggère la possibilité de l'accès des différents acteurs de l'économie de la diaspora Wenzhou à l'entrepreneuriat, le statut de travailleur étant une situation provisoire en attendant celui de commerçant. Ainsi, ces deux figures s'interconnectent, partageant une appartenance consciente qui tient dans une volonté de mobilité sociale (de salarié à l'entrepreneur). Cette qualité poreuse de la

frontière et le dynamisme économique qui découle constitue la base du marché du travail de la diaspora Wenzhou.

Grâce à l'émergence des entreprises Wenzhou, ce marché ethnique du travail a permis d'alimenter et de renforcer la formation des réseaux migratoires de la diaspora. Le marché ethnique du travail était initialement fortement lié à l'appartenance ethnique Wenzhou dans le cadre de l'économie ethnique. L'organisation économique des Chinois de France se fonde sur cette appartenance. Cette organisation est liée à l'existence d'un marché de l'intra-communautaire ou de l'extra-communautaire. Dans ce contexte, l'existence en France d'un « créneau exotique » permet à la diaspora de s'orienter vers le marché économique de la société d'accueil (Ma Mung 1992, Auguin 2009). Ainsi, l'entrepreneuriat Wenzhou a également joué un rôle clé dans l'organisation économique de la diaspora de manière plus globale.

Par ailleurs, cette thèse permet de faire une observation importante. Comme nous l'avons évoqué dans le chapitre 6, les transferts migratoires vers le pays d'origine se traduisent principalement par des capitaux, par des idées et des éléments sociaux (les social remittances examinées par Peggy Levitt, 2001). Mais, à Wenzhou, il nous semble que l'on peut y ajouter le transfert d'une forme économique créée en France par les Wenzhou.

Pourtant au départ de cette thèse : nous avons proposé comme hypothèse que le modèle économique né à Wenzhou avait été « importé » en France et notre enquête a consisté, entre autres, à en rechercher les traces. Et nous pouvons nous demander si le modèle de Wenzhou, tel qu'il a été identifié par les chercheurs chinois dès les années 1980 n'existait pas déjà en France, dès les années 1950 (voir chapitre 4). Car les migrants arrivés dans les années 1980 avec la libéralisation des conditions d'émigration en Chine ont été intégrés dans une organisation économique déjà en place et créée par les prédécesseurs qu'ils sont venus rejoindre, et qui présentait beaucoup des caractéristiques que l'on attribue au « modèle de Wenzhou » (petites entreprises familiales, financement par la tontine, rôle des réseaux migratoires …). De sorte que l'on peut émettre l'hypothèse selon laquelle le « modèle de Wenzhou » est le résultat d'un transfert migratoire.

II. Une réflexion sur la notion de « diaspora »

Dans le cadre de cette recherche doctorale, en référence à la diaspora Wenzhou, la notion de « diaspora » renvoie à un sous-groupe de la diaspora chinoise. Cette notion des migrations internationales a suscité de constantes interrogations au cours de notre travail de thèse. À l'issue de l'enquête de terrain, il nous a semblé nécessaire de revenir la notion de diaspora et de comprendre pourquoi elle était utilisée avec une grande prudence pour appréhender les mouvements des migrations internationales chinoises contemporaines. Dans le champ des études francophones, cet outillage conceptuel a notamment été développé par Emmanuel Ma Mung (2000, 2009, 2012a) à partir de travaux fondamentaux anglophones portant sur les Chinois d'outre-mer surtout Wang Gungwu (1991). Il définit la diaspora chinoise par son organisation en « diaspora entrepreneuriale ». Selon lui, les entreprises chinoises jouent un rôle essentiel pour la reproduction identitaire du corps social dans la dispersion.

Il nous semble que les entrepreneurs et les prolétaires, ces deux figures emblématiques, se caractérisent par les liens familiaux qu'ils maintiennent dans l'organisation économique de la diaspora Wenzhou. Ainsi, cette forme d'organisation de la diaspora a conduit à ce que ces individus soient beaucoup plus observables et visibles dans le marché ethnique chinois du travail. D'ailleurs, la prévalence de l'appartenance ethnique dans le choix des partenaires économiques est aujourd'hui un caractère distinctif de la diaspora chinoise même s'il ne lui est pas spécifique. Dans ce contexte, nous constatons que la diaspora Wenzhou s'adapte non seulement à ce principe général de prévalence ethnique, mais se caractérise aussi en retour par une appartenance de ses propres réseaux transnationaux en faisant alors toute la singularité économique de leur organisation.

Sur le plan des travaux de recherche, nous rappelons que la plupart des études sur les Chinois d'outre-mer (*huaqiao huaren*) réalisés en Chine privilégient les analyses s'appuyant sur les théories des migrations internationales de type *push-pull*. Très peu de travaux ont entamé une théorisation de la « diaspora » (*liusan zuqun*) pour comprendre et analyser les migrations internationales chinoises comme cela a été fait dans le champ d'études francophones et anglophones menées sur la diaspora chinoise.

Dans ce cas, nous avons souhaité envisager les migrants de Wenzhou comme une « diaspora » à part entière. À partir de ce point, cette thèse a permis de proposer une nouvelle approche pour qualifier le phénomène migratoire des Chinois.

À l'issue de cette thèse, nous pensons que sur le plan théorique, la notion de « diaspora » nous permet de mieux expliquer les interactions des migrants chinois, non seulement entre la Chine et les pays d'installation, mais aussi entre les différents pays d'installation. La notion de « diaspora chinoise » a donc été une base théorique pour notre recherche. En s'inspirant des travaux développés autour de cette notion et d'après les résultats du terrain, nous avons pu démontrer qu'il y a non seulement des relations entre les diasporas (relations inter-diasporiques), mais aussi dévoiler la pluralité des interactions qui existent à l'intérieur même de chaque diaspora (relations intra-diasporiques) (cf.1.1.2). Par exemple, la diaspora Hakka ou la diaspora Chaozhou entretiennent des relations avec la diaspora Wenzhou (inter diaspora). De leur côté, des

Wenzhou entretiennent des relations avec d'autres Wenzhou (intra diaspora)[372]. Ce dernier type d'interaction diasporique a grandement orienté l'évolution de notre objet de recherche.

Aussi, nous avons fait le choix de ne pas étudier les différentes diasporas chinoises en prenant le parti d'une approche comparative. Nous nous sommes seulement concentrés sur la diaspora chinoise issue de la région de Wenzhou pour analyser les relations intra-diasporiques au sein des Wenzhou. Ces relations ont permis d'éclairer deux principales dimensions :

La première dimension se manifeste par l'existence de relations « d'insertion » entre les individus et leur espace d'installation, comme c'est le cas des commerçants Wenzhou et des quartiers de concentration de leurs établissements commerciaux. Ce constat nous a conduit à identifier la forme de l'insertion économique et spatiale dans la transformation des activités économiques de la diaspora Wenzhou. À partir d'exemples empiriques, nous avons pu expliquer les raisons de l'augmentation du nombre d'établissements dans différents secteurs. Le changement d'activités est lié à la disparition des activités de fabrication dans la maroquinerie, la forte baisse dans la confection, la forte augmentation des activités d'importation et développement de la restauration.

La seconde dimension se manifeste principalement par le développement des relations économiques entre le pays d'origine (Chine) et le pays d'installation (France) à travers cette diaspora. Aussi, il existe des relations économiques transnationales (interpolaires) entre les pôles diasporiques (France, Italie, Espagne). La diaspora Wenzhou maintient ces relations en se basant sur la permanence de l'existence d'un lien étroit avec le pays d'origine. Ces liens se manifestent concrètement par la circulation transnationale, la mobilité des personnes, les transferts financiers (investissements et remises migratoires) et la distribution des produits.

Par ailleurs, notre recherche doctorale souligne l'existence d'une forme d'organisation économique qui est peut-être spécifique à la diaspora Wenzhou. La singularité de cette organisation est caractérisée par un même réseau de multiples échelles : familiale, transnationale et diasporique. Ce réseau a conduit à former l'entrepreneuriat diasporique. Il est à souligner que l'utilisation répétée que nous faisons de l'expression « entrepreneur diasporique de Wenzhou » révèle qu'elle est pour nous une clé de compréhension de la singularité de l'organisation économique de cette diaspora dans le cadre plus global du commerce ethnique. Le commerce dit « ethnique » est caractérisé par une activité pratiquée par des personnes qui utilisent ou s'appuient sur des réseaux ethniques sur le plan du financement de leur entreprise, mais aussi sur le plan de l'approvisionnement et sur celui du recrutement du personnel (Ma Mung 1996).

III. Des apports d'un terrain parisien à une réflexion sur l'usage d'internet dans les collectes des données scientifiques

Le programme e-diasporas[373] a utilisé internet pour l'étude d'une quarantaine de diasporas. Ce programme nous permet de montrer l'importance de l'usage d'Internet

[372] De même que les Hakka de Polynésie entretiennent des relations avec d'autres Hakka dans le monde ou que les Chaozhou font de même avec leur compatriotes établis ailleurs.

dans la recherche scientifique sur la diaspora. Dans ce cadre, une enquête exploratoire sur le web des Chinois d'outre-mer a rendu compte d'un espace numérique constitué « par et pour » la diaspora chinoise (Ma Mung 2012d). Fondée sur l'analyse des sites anglophones, la conclusion de cette enquête indique que la recherche doit analyser les sites sinophobes afin de rendre compte des configurations du web diasporiques chinois.

Notre enquête de terrain a par exemple montré que l'homogénéité du secteur commercial et la forte densité des activités économiques Wenzhou s'observent au sein d'un même quartier, d'une même rue, voire d'un même centre commercial de distribution de gros. Certains commerces de gros de la maroquinerie du quartier Arts et Métiers-Temple sont marqués par la présence de grossistes d'importation ; d'autres commerces de gros du prêt-à-porter féminin se concentrent principalement dans le quartier Sedaine Popincourt comme la rue du Chemin vert et les entrepôts d'Aubervilliers comme le marché du CIFA.

Comme décrit dans le chapitre 2, plusieurs méthodes ont été employées pour analyser les quartiers étudiés : relevés des commerces et travail cartographique, entretiens avec les commerçants, enquêtes par questionnaires auprès des entrepreneurs et des usagers. Toutes ces méthodes sont souvent mobilisées dans les différentes disciplines des sciences sociales. Aussi, sur le plan du recueil des données, les méthodes employées peuvent être qualifiées de classiques. Ces méthodes ont été complétées par un engagement sur les terrains d'enquête qui nous a permis d'apporter des informations sur la répartition géographique de la diaspora Wenzhou et surtout du fonctionnement des relations économiques.

Sur le plan de l'insertion spatiale, cette thèse apporte aussi une image de la répartition géographique des établissements commerciaux chinois dans la région parisienne à travers la méthode des relevés de terrain pour localiser les commerces. En effet, le travail de relevé et de description des commerces conduit à constater l'extrême complexité des articulations entre les produits, les logiques de consommation et les stratégies commerciales : les références culturelles, depuis les choix typographiques des noms des commerces jusqu'aux certifications religieuses ont des niveaux « visibilité » et de « lisibilité » très variés (Endelstein 2009). Ainsi, cette méthode nous a permis de voir la concentration des établissements commerciaux chinois par le biais de réalisation de cartes.

À l'issue de cette recherche, il nous semble qu'il est possible d'envisager comme « méthode » l'exploitation de sites web afin d'obtenir des données, qui ne constitue toutefois pas une réelle méthodologie à proprement parler. Nous avons en effet pris en considération des informations des sites web comme des informations valides et pertinentes. Nous avons considéré les données provenant d'internet comme des sources à part entière qui, de plus, sont peu exploitées dans des études portant sur la diaspora chinoise. À titre d'exemple, nous avons analysé les données d'un site web pour appréhender le marché ethnique chinois du travail.

Sans que la mobilisation des sites web de la diaspora chinoise en France ne soit une méthode innovante, il convient de rappeler ici l'effort fait pour diversifier les sources d'informations. L'exploitation d'un site web offre des possibilités intéressantes sur le plan

[373] Voir le site « e-diaspora » : http://www.e-diasporas.fr/; sur la diaspora chinoise voir http://www.e-diasporas.fr/wp/ma-mung.html

du recueil des données. Aussi, nous considérons que la pertinence des données récoltées sur le site du *Huarenjie.com* est aussi grande que celles des informations que nous avons trouvées à travers d'autres sources, tant elles nous ont renseignées au cours de cette recherche. Autrement dit, une partie significative de l'investissement autour de la source que constitue un site web de la diaspora chinoise a consisté en une mise en observation et en analyse d'une source statistique (petites annonces) issue du site *Huarenjie.com*, afin de comprendre la composition du marché ethnique chinois du travail (offres et demandes d'emploi). Cette source a été exploitée pour obtenir des données référées et se présente comme une réelle nouveauté dans les études de la diaspora chinoise. Outre l'originalité de la source, l'exploitation des données se présente comme un élément de discussion et un sujet de débat autour des méthodes d'enquête employées pour analyser les dynamiques de la diaspora.

IV. Limites de la recherche

Cette thèse avait pour objectif de comprendre les caractéristiques des activités économiques de la diaspora Wenzhou et de contribuer à faire émerger toute la singularité économique de la diaspora Wenzhou comme composante à part entière de la diaspora chinoise. Cette recherche s'est concentrée en France et en Chine, ces deux pays représentant l'espace géographique délimité de cette étude.

Premièrement, sur le plan de spatial, l'objet de cette thèse, soit la diaspora Wenzhou, se limite seulement à la France. Malgré tout l'intérêt que cela aurait représenté et pour des raisons de respect des délais de conduite de la thèse, nous n'avons pas étudié cette diaspora en Italie, en Espagne ou dans d'autres pays. En outre, le financement de tels voyages aurait été un frein majeur à la réalisation de terrains si multiples. Deuxièmement, sur le plan du traitement de plusieurs champs thématiques, nous avons conscience que nous n'avons pu aborder des sujets connexes et fondamentaux pour comprendre certaines dynamiques de cette diaspora. Ainsi, nous n'avons pas évoqué la question du logement, de l'éducation, de la santé, des enfants (deuxième génération), des mineurs, *etc.* Troisièmement, du point de vue d'une étude comparative, nous n'avons pas étudié de manière approfondie les relations entre la diaspora Wenzhou et les autres diasporas chinoises telles que celles des Chaozhou, des Hakka, *etc.* Par ailleurs, il est à souligner que nous n'avons pas mené d'enquête spécifique auprès d'autres diasporas chinoises en France afin de connaître quels liens elles entretiennent avec la Chine. Par exemple, il serait intéressant de savoir s'il existe une organisation économique semblable à la diaspora Wenzhou dans les autres diasporas chinoises.

Comme nous l'avons dit, si la diaspora Wenzhou existe également bel et bien en Chine, cet aspect n'a pas été investi dans la thèse, ce qui nous semble constituer une limite pour connaître avec précision et exhaustivité l'ensemble des réalités sociales, culturelles et économiques de cette diaspora.

V. Perspective de l'approfondissement des recherches

Au final, les résultats obtenus par les éléments empiriques et lors des enquêtes menées dans le cadre de la recherche doctorale livrent plusieurs enseignements plus

généraux ouvrant des perspectives d'approfondissement des recherches. D'abord, en terme de recueil des données, notre exploitation de sites internet témoigne de la pertinence des nouvelles méthodes de collecte des données dans les pays d'installation sur l'objet d'étude de la diaspora chinoise. L'exploitation de certains sites internet permet d'analyser le marché ethnique du travail.

Sur le plan des études urbaines, nous souhaiterions approfondir les recherches au sein de deux quartiers chinois dans la région parisienne : Belleville où se concentrent plus des commerçants de Wenzhou, et le Triangle de Choisy où se trouvent principalement les commerçants Chaozhou, afin de connaître les caractéristiques de leurs activités économiques à partir d'une approche comparative. Les résultats des enquêtes du programme collectif COMET nous permettent d'envisager un approfondissement des recherches sur les relations inter-ethniques dans les espaces marchands métropolitains.

En outre, comme nous l'avons évoqué, nous centrerons plutôt l'analyse sur la localisation géographique des concentrations commerciales chinoises d'Asie du Sud-Est, telles que la répartition des commerces chinois dans le 13^{e} arrondissement. L'analyse de cette localisation géographique nous permet de contextualiser la diaspora Wenzhou. Nous pourrons en effet localiser géographiquement la diaspora Wenzhou par rapport à d'autres concentrations de commerces chinois. Nous pourrons ainsi mettre en évidence que la concentration commerciale n'est sans doute pas spécifique aux Chinois de Wenzhou. De fait, dans certains quartiers chinois de la région parisienne, nous observons deux grands types d'aires de concentration géographique, où sont implantés des commerces chinois. Sur le plan linguistique, nous comptons le groupe des immigrants chinois originaires du Nord de la Chine, ainsi que ceux originaire du Dongbei (Heilongjiang, Jilin et Liaoning), et de Pékin, du Henan, du Hubei, *etc.* Nous observons que l'immigration récente de ces groupes n'a pas donné naissance à une concentration spatiale du commerce, comme c'est le cas des immigrants (chaozhou) d'Asie du Sud-Est et ceux originaires de Wenzhou. Nous pensons aussi que le regroupement spatial de la diaspora dans les centres urbains, sur le modèle de Chinatown ou plus généralement des quartiers ethniques, a contribué au développement des pratiques d'entraide, à la reproduction des rituels religieux, à l'organisation et au contrôle communautaire (Bordes-Benayoun et Schnapper 2008). Dans ce cas-là, nous pouvons nous interroger pour savoir pourquoi l'installation des Chinois du Nord en France n'est pas marquée par une concentration spatiale commerçante. Il nous semble que ce questionnement est une piste de de réflexion intéressante permettant de prolonger notre recherche.

Cependant, la particularité de cette organisation diasporique est observable dans la structuration des secteurs d'activités et dans l'homogénéisation de la distribution des produits. En effet, les échanges informationnels à l'intérieur de la diaspora Wenzhou ont joué et jouent un rôle clé dans la formation de l'homogénéité sociale (l'existence entre les membres d'un groupe des activités économiques proches, de relations interpersonnelles nombreuses, la convergence de l'idéologie, la conscience d'appartenir à une même catégorie), dans le secteur d'activités. Les modalités de la circulation des informations, leurs effets sur l'organisation des collectifs pourraient constituer un futur objet de recherche.

Annexes

Annexe 1 Administration territoriale de Chine

Annexe 2 Cinq critiques envers le système national des statistiques

Annexe 3 Lexique des termes chinois et glossaire

Annexe 4 Liste des signes et abréviations

Annexe 5 Équivalences des monnaies

Annexe 6 Grilles d'entretien

Annexe 7 Liste des principaux enquêtés dans la thèse

Annexe 1 Administration territoriale de Chine

Divisions administratives	***Pinyin***	**Équivalent en France ou l'expression française**	**Exemples**
Rang provincial		**Région**	
Provinces	***Sheng***	La première subdivision est de rang provincial.	Zhejiang
Municipalités de rang provincial	*Zhixia shi*	Quatre municipalités de rang provincial dépendent directement du pouvoir central (*Zhongyang)*	Beijing, Tiajin, Shanghai, Chongqing
Régions autonomes	*Zizhi qu*	Face à l'étendue des terres habitées par des populations non han, en lien avec la politique des nationalités, le pouvoir chinois a créé des territoires de gestions *a priori* autonome.	Mongolie-Intérieur, Xinjiang, Ningxia, Guangxi et Tibet,
Régions spéciales administratives	*Tebie xingzhengqu*	Les deux régions rétrocédées, relèvent du principe « un pays, deux systèmes ». Elles ont pour objectif de replacer sous les souveraineté chinoise des territoires annexés par les puissances britanniques et portugaise au 19e siècle, tout en autorisant localement l'économie de marché pour au moins 50 ans.	Hong Kong, Macao
Rang préfectoral	***Shi***	**Département**	
Municipalités de rang préfectoral (ville-préfecture ou département)	*Diji shi*	Depuis las réformes de 1983-1984, les provinces ont tendance à se diviser en municipalités de rang préfectorale (*dijishi*) et de rang du district (*xianjishi*). Ces municipalités comprennent une cité faite d'arrondissements subdivisés en quartier (*jiedao*), puis en comités de résidents (*jumin weiyuanhui*).	Wenzhou, Lishui
Niveau sous-préfectoral	***Xian***	**Commune**	
Les districts sont des espaces mixtes, englobant un ou plusieurs noyaux urbains et des espaces ruraux.			
Districts urbains	*Shixiaqu* (*shiqu*)	Composées principalement d'un centre urbain. Ils prennent en compte les populations rurales de la banlieue.	Lucheng, Ouhai, Longwan
Municipalités ayant rang de district (ville-district)	*Xianji shi*	Correspondent le plus souvent à un centre urbain entouré de zones rurales. On peut les rapprocher des communautés d'agglomération que l'on trouve en France.	Rui'an, Yueqing
Districts (ruraux)	*Xian*	Placés souvent sous la juridiction de la municipalité de rang préfectoral. Ils se composent des bourgs.	Qingtian, Wencheng et Yongjia
Niveau cantonal	***Zhen***		
Bourg/canton/quartier	*xiang/jiedao*	Un bourg central (*zhen*), géré par des comités de résidents, joue le rôle de chef-lieu administratif. Les cantons alentour (*xiang*) se divisent en villages administratifs dirigés par des comités de villageois (*cunmin weiyuanhui*).	Qidu, Xianyan, Li'ao
Les comités de villageois et les comités de résidents sont les territoires administratifs essentiels dans la vie quotidienne des Chinois.			
Comités de villageois/comités de résidents	***Cun/ Shequ***	Les villages constituent l'élément essentiel du maillage territorial dans les zones rurales. Le comité villageois a la charge de la gestion des affaires villageoises. Il constitue l'institution centrale du village. Les comités de résidents sont désignés par la population comme « les pieds du gouvernement local » dans la gestion urbaine.	Suifeng

(Source : Thiery Sanjuan 1996; Pan 2000; Milhaud 2013; Thierry Sanjuan 2007)

Annexe 2 Cinq critiques envers le système national des statistiques

L'on relève principalement cinq critiques envers le système national des statistiques[374] (Huang 2010; J. Wu 2015; He 2015)

1) les données clés sont souvent inexactes. Par exemple, en ce qui a trait au PIB, plusieurs économistes doutent de la validité des indicateurs en place pour le mesurer. Aussi, la manipulation des données par les différents échelons de l'État, produisant même parfois de faux chiffres, nuit à sa valeur.

2) La méthode employée pour collecter les données statistiques peut parfois s'avérer douteuse, sans indicateurs clairement établis et laissant de côté certaines données essentielles. Aussi, lorsqu'il y a des indicateurs en place, ces derniers peuvent être modifiés, voire disparaître d'une année à l'autre.

3) Différentes institutions sont chargées de produire des statistiques dans un même domaine mais en arrivent parfois à des conclusions différentes, voire même contradictoires. Par exemple, le Ministère du Commerce et le Service général de la Douane doivent tous deux fournir des données sur la valeur de l'import-export du commerce international.

4) De plus, on peut remarquer que les statistiques produites par les autorités régionales ne correspondent pas toujours à celles émises par le gouvernement national. Certains chercheurs évoquent d'ailleurs la possibilité que des données soient tout simplement copiées d'une année sur l'autre.

5) Ceux-ci remettent en cause la production par les autorités chinoises de certaines données statistiques qu'ils estiment inutilisables et sans valeur aucune pour la recherche ou pour rendre compte d'une situation particulière.

À la lumière de ces critiques, les autorités chinoises ont commencé à lutter contre la falsification des données économiques. Le comité permanent de l'Assemblée nationale populaire a adopté un projet de loi pour la mise en place d'un nouveau système de statistiques qui est entré en vigueur le 1er janvier 2010. Aussi, ils veillent à l'amélioration de la qualité des chiffres, en appliquant par exemple la norme de SDDS (Special Data Dissemination Stantard) du Fonds monétaire international (FMI) depuis 2015 (ibid.).

[374] Pour résumer ces cinq critiques, nous avons référé plusieurs articles du site de Caixin.com (Huang Yiping, le 02 mars 2010), du site FT Chinese (He Li, le 30 septembre 2015), et du site Huanqiu.com (He Maochun, le 16 avril 2015).

Huaqiao 华侨 : catégorie des Chinois d'outre-mer, migrants qui conservent leur nationalité chinoise et résident temporairement à l'étranger.

Huaren 华人 : catégorie des Chinois d'outre-mer, migrants qui ont abandonné leur nationalité chinoise, ayant été naturalisés dans le pays d'installation.

Huaqiao huaren 华侨华人 : désigne l'ensemble de deux catégories des Chinois d'outre-mer (*huaqiao* et *huaren*).

Huayi 华裔 : descendants de migrants chinois nés dans le pays d'installation.

Guiqiao 归侨 : Chinois d'outre-mer de retour en Chine ou les anciens Chinois d'outre-mer.

Qiaojuan 侨眷 : familles des Chinois d'outre-mer vivant en Chine.

Huashang 华商 : commerçants chinois (entrepreneurs).

Huagong 华工 : travailleurs chinois (prolétaires)

Qiaoxiang 侨乡 : Les foyers d'émigration (ou communautés d'émigrants).

Qiaozi 侨资 : investissements issus de la diaspora ou capitaux étrangers grâce aux émigrés.

Qiaohui 侨汇 : remises migratoires (ou les remises familiales).

Qiaolian 侨联 : Fédération des Chinois d'outre-mer de retour.

Qiaoban 侨办 : Bureau des affaires des Chinois d'outre-mer.

Qiaoshuqiye 侨属企业 : entreprise créée et financée par les Chinois d'outre-mer de retour ou par des membres de la famille des Chinois d'outre-mer.

Qiaoziqiye 侨资企业 : entreprise détenant des capitaux de la « diaspora »

Sanba dao 三把刀 : L'expression « trois couteaux » (en chinois *sanba dao 三把刀*) renvoie aux trois secteurs d'activités de la diaspora chinoise en France : le couteau cuisinier (*cai dao 菜刀*, littéralement, couteaux à légumes), celui de l'ouvrier maroquinier (*pi dao 皮刀*, littéralement, couteau à cuir) et les ciseaux du tailleur (*jian dao 剪刀*, littéralement, couteau du coupeur), c'est-à-dire le secteur de la confection.

Annexe 4 Liste des signes et abréviations

ACIFC : Association des Commerçants et Industriels Franco-Chinois

ACRF : Association des Chinois Résidant en France

AFCC : Association Franco-Chinoise de Commerce en France

AFCCA : Association Franco-Chinoise de la Chaussure d'Aubervilliers

ATC : *Agreement on Textiles and Cothing*)

CCPPC : Conférence Consultative Politique du Peuple Chinois

CJV : Coopération Sino Étrangère Joint-Venture

FEO : Fabricant d'équipement d'origine

JVCP : les Joint-Venture sino-étrangères de Capitaux Propres

OCDE : Organisation de coopération et de développement économiques

OEM : Original Equipement Manufacture.

OMC : Organisation Mondiale du Commerce.

PCC : Parti Communiste de Chine

PME : Petites et Moyennes Entreprises

WFOE : entreprises à Capitaux Exclusivement Étrangers (Wholly Foreign Owned Enterprise)

ZTE : Zhongxing Telecommunication Equipment Company Limited est un équipementier en télécoms

Annexe 5 Équivalences des monnaies

Un dollar US valait approximativement un euro lors de ma recherche (2010-2015).
2 yuans valaient approximativement un dollar US de 1949 à.1984.
3 yuans valaient approximativement un dollar US en 1985.
4 yuans valaient approximativement un dollar US de 1986 à1989.
5 yuans valaient approximativement un dollar US en 1990 à 1991.
6 yuans valaient approximativement un dollar US en 1992 à 1993.
8 yuans valaient approximativement un dollar US en 1994 à 2006.
7 yuans valaient approximativement un dollar US de 2007 à 2009.
6 yuans valaient approximativement un dollar US de 2010 à 2015.

Grille d'entretien pour les entrepreneurs Wenzhou en France

Présentation : Je fais une recherche universitaire sur les commerces du quartier, est ce que vous acceptez de répondre à des questions sur votre entreprise?

Votre entreprise

- Depuis combien de temps vous êtes dans le quartier?
- Est ce que vous pouvez me racontez comment vous avez été amené à ouvrir ce commerce ? qu'est ce qui vous a amené dans ce quartier?

Votre clientèle

- Qui fréquente le quartier?
- Qui sont vos clients? Est ce que ce sont des habitués? Des familles?
- Est ce que la clientèle est différente selon les moments de la journée ou de la semaine, de l'année?
- D'où viennent les clients ? Essentiellement du quartier, de plus loin?
- Comment viennent-ils?
- Est ce que chez vous il y a des soirées organisées (associations, rencontres)?

Questions plus précises sur la clientèle relatives à chaque terrain: désignations culturelles; âge; religieux, pas très religieux (si réponse trop généralisante sur un groupe : est ce qu'il n'y a pas aussi des clients du quartier, non sénégalais par exemple, etc)

Le quartier

- Quel type de commerce était là avant vous?
- Est ce que vous pouvez me parler de l'évolution du quartier? évolution des habitants, des usagers, questions de sécurité
- Est ce qu'il y a des associations de commerçants dans le quartier? Vous en faites partie?
- Qu'est ce que vous pensez des travaux dans le quartier ? (*liens avec les politiques*)
- Comment se passe la circulation dans le quartier? Est ce que vos clients peuvent se garer facilement?
-

Votre marchandise

- Approvisionnement : où est ce que vous vous fournissez?
- Quels pays, quelles régions en France?
- Qu'est ce qu'on vient chercher chez vous?
- Quels sont les produits les plus demandés? Le plat le plus demandé?
- A sont destinés les produits au départ? (*Est ce que la clientèle est différente que celle visée?*)
- Restaurants : est ce que la cuisine a été adaptée, changée pour la clientèle?
- Travail spécifique sur le produit
- Comment vous avez recruté le cuisinier? Formation du cuisiner?

Décor et façade

- Comment vous avez choisi le nom de votre commerce?

- Façade commerciale, stratégies de visibilité/invisibilité : la faire décrire, faire expliquer pourquoi ils ont choisi de faire apparaître, ou pas, tels ou tels signes
- Faire décrire le décor, la mise en scène intérieure
- Est ce que vous avez fait appel à un architecte d'intérieur?
- Langues écrites/langues parlées

Informations générales

- Combien vous faites de couverts par jour?
- Statut d'occupation : est ce que vous êtes propriétaire des murs?
- Combien vous payez le loyer?
- Est ce que vous êtes le seul patron?
- Vous employez combien de personnes? (*question délicate dans certains restaurants… peuvent se sentir souçonnés d'employer au black!*)
- Comment vous choisissez vos employés? famille, connaissances, qualification…
- Pour ouvrir votre 1er commerce, comment vous avez constitué votre apport initial ? emprunt bancaire, aide familiale, communautaire
- Si vous vendiez votre fond de commerce, combien vous le vendriez? (*prix du fond de commerce: un an de chiffre d'affaire*)

En fonction des réponses données à la première question de l'entretien, relancer:

- Est-ce la première fois que vous êtes à votre compte ?
- Parcours professionnel, stratégies, opportunités, formation, diplômes
- Est ce que vous possédez d'autres commerces ailleurs?
- Si vous aviez à recommencer, est ce que vous choisiriez d'ouvrir un commerce au même endroit?

Pour finir je vais vous poser des questions personnelles, elles resteront anonymes

- Lieu de naissance
- Nationalité
- Année de naissance
- Date d'arrivée en France si immigré
- Lieu de résidence: commune
- Diplôme(s)
- Professions des parents

Grille d'entretien pour les entrepreneurs de Wenzhou (Terrain en Chine)

Présentation : Je fais une thèse sur la diaspora Wenzhou en France et ses realations avec la Chine, est-ce que vous acceptez de répondre à des questions sur votre entreprise?

Parcours professionnel

Votre entreprise

- Pourriez-vous me présenter la situation actuelle de votre entreprise ?
- Est-ce que vous pouvez me raconter comment vous avez été amené à ouvrir ce commerce ?

Votre clientèle

- Qui sont vos clients? Est-ce que ce sont des Wezhou? Des familles de Wenzhou à l'étranger?
- Comment vous avez trouvé votre client ?

Votre marchandise

- Le marché de votre marchandise vise l'intérieur ou l'extérieur?
- Si c'est à l'extérieur, quels pays ? Par exemple, la France, l'Italie ou l'Espagne?

Informations générales

- Vous employez combien de personnes? Ils viennent d'où ?
- Comment vous choisissez vos employés? famille, connaissances, qualification…
- Pour ouvrir votre 1er commerce, comment vous avez constitué votre apport initial ? (emprunt bancaire, aide familiale, communautaire, la tontine)

En fonction des réponses données à la première question de l'entretien, relancer:

- Est-ce la première fois que vous êtes à votre compte ?
- Est-ce que vous possédez d'autres commerces ailleurs?

Parcours migratoire

- Est-ce que vous avez les proches familiales à l'étranger ?
- Si oui, qui est la première personne émmigrée à l'étranger ? Comment et pourquoi ils ont émigré à l'étranger ?
- Pourquoi vous êtes en Chine ?

Crise financière

- Qu'est-ce que vous pensez la crise financière ?
- Dans votre entreprise, vous utilisez souvent les crédits informels ?
- Pourrez vous me raconté précisement comment utilser le crédit informel ? Par exemple la tontine.

Informations

- Lieu de naissance
- Nationalité
- Année de naissance
- Date d'arrivée en France si émmigré
- Lieu de résidence:
- Diplôme(s)
- Professions des parents
- Parcours professionnel, stratégies, opportunités, formation, diplômes

Carlos Semédo, Entretien avec Monsieur Carlos Semédo, directeur de la Vie associative et des Relations internationales, le 20 avril 2012 à Aubervilliers.

HLS, Entretien réalisé avec Monsieur HLS, responsable des affaires des Chinois d'outre-mer de Wencheng, le 28 août 2013 à Wenzhou.

HPS, HU et SMX, Entretiens collectifs réalisés le 10 octobre 2012 à Wenzhou, avec Monsieur HPS du responsable de la Fédération des Chinois d'outre-mer de Li'ao, Monsieur HU du Bureau des affaires étrangère d'Ouhai, Monsieur SMX du bureau de la communication de la mairie de Wenzhou.

LIN, Entretien avec Monsieur LIN, l'entrepreneur de décoration immobilière, le 25 décembre 2011 à Paris.

MG, Entretien avec MG, travailleur, le 28 mars 2013 à Aubervilliers.

PAX, Entretien avec Monsieur PAX, restaurateur chinois, le 30 avril 2014 à Paris.

PAN, Entretien avec Monsieur PAN, responsable du Centre d'Enregistrement des Services de Prêts Privés de Wenzhou, le 26 août 2013, à Wenzhou.

PDD, Entretien avec Monsieur PDD, ancien entrepreneur de confection, le 25 juillet 2012 à Paris.

PDT, Entretien avec Madame PDT, propriétaire de Tabac-Bar, le 31 décembre 2013 à Paris.

PHY, Entretien avec Monsieur PHY, entrepreneur, depuis le 18 août 2012 à Poitiers.

PLW, Entretien avec Monsieur PLW, commerçant alimentaire chinois, le 28 décembre 2013, à Paris.

PLJ, Entretien avec Monsieur PLJ, grossiste de chaussure, depuis le 28 décembre 2011 à Aubervilliers.

PJS, Entretien avec Monsieur PJS, ancien grossiste, le 27 février 2013, à Paris.

PRP, Entretien avec Monsieur PRP, fondateur d'un site web de la diaspora chinoise, le 20 mars 2015 à Paris.

PSY, Entretien avec Madame PSY, directrice du marketing d'une entreprise à capitaux chinois, le 30 avril 2014 à Paris.

PWY, Entretien avec Monsieur PWY, commerçant de vin, le 23 avril 2014 à Aubervilliers.

PXZ, Entretien avec Monsieur PXZ, grossiste d'optiques, le 16 avril 2013 à Aubervilliers.

PYE, Entretien avec Monsieur PYE, restaurateur japonais, le 30 avril 2013 à Paris.

PYQ, Entretien avec Monsieur PYQ, grossiste de bazar, depuis le 24 décembre 2012 à Paris.

PZJ, Entretien avec Monsieur PZJ, conseiller d'une association chinoise à Paris, le 27 juillet 2012.

PZL, Entretien avec Monsieur PZL, commerçant de vin à Paris, le 27 mars 2014.

PZP, Entretien avec Monsieur PZP, restaurateur japonais, le 28 décembre 2013 à Paris.

WCC, Entretien avec Monsieur WCC, fabricant de vêtements, le 10 octobre 2012 à Wenzhou.

WCM, Entretien avec Madame WCM, grossiste de maroquinerie de Paris, le 25 août 2013 à Wenzhou.

WDY, Entretien avec Monsieur WDY, entrepreneur, le 11 août 2013, à Wenzhou et à Paris.

WLL, Entretien avec Madame WLL, restauratrice chinoise, le 11 octobre 2012 à Wenzhou et le 9 août 2013 à Paris.

WLH, Entretien avec Monsieur WLH, ancien entrepreneur, le 28 février 2013 à Wenzhou et à Paris.

WLG, Entretien avec Monsieur WLG, fabricant de machine de Currency-counting, le 22 octobre 2012 et le 9 août 2013 à Wenzhou.

WLS, Observation pour Monsieur WLS, grossiste de Paris et fabricant de maroquinerie de Chine, le 27 août 2013 à Wenzhou

WQB, Entretien avec Madame WQB, grossiste de bijouterie fantaisie, le 25 août 2013 à Wenzhou.

WHJ, Entretien avec Monsieur WHJ, fabricant de briquets, le 10 octobre 2012 à Wenzhou.

WZH, Entretien avec Monsieur WZH, directeur adjoint l'entreprise de matériel élecricque Chint, le 12 octobre 2012 à Wenzhou.

YP, Entretien avec YP, restauration et informatique, le 19 décembre 2011 à Poitiers et le 16 juin 2013 à Paris.

ZSB, Entretien avec Monsieur ZSB, travailleur dans la maroquinerie, le 20 avril 2012 à Aubervilliers.

Bibliographie

Références scientifiques

Anteby-Yemini Lisa et Berthomière William, 2005, « Les diasporas : retour sur un concept ». *Bulletin du Centre de recherche français à Jérusalem*, n°16, pp. 139-147. En ligne : https://bcrfj.revues.org/57

Anteby-Yemini Lisa, Berthomière William, Sheffer Gabriel (ed.), 2005, *Les diasporas, 2000 ans d'histoire.* Rennes: Presses Universitaires de Rennes, 497 p.

Archaimbault Charles, 1952, En marge du quartier chinois. *Bulletin de la Société d'Etudes Indochinoises*, vol.17, n°3, pp. 275-294.

Aubert Claude, 2006, « Entreprise Rurale », dans *Dictionnaire de la Chine contemporaine*, sous la direction de Thierry Sanjuan, Paris, Armand Colin, pp. 94.

Auguin Estelle, 2009, *L'éthique chinoise et l'esprit du capitalisme. La diaspora chinoise originaire de la région de Wenzhou.* Thèse de Sociologie, Université Paris Descartes, 423 p.

Banque Mondiale, 13 avril 2016 (en ligne), « Légère progression des envois de fonds vers les pays en développement en 2015 », *World Bank,* http://www.banquemondiale.org/fr/news/press-release/2016/04/13/remittances-to-developing-countries-edge-up-slightly-in-2015.(consulté le 20 avril 2016)

Bai Bing, 2014, « 2014 Zhonguobixieshichangyanjiubaogao 2014 年中国皮鞋市场研究报告 [The leather-shoes industry in China 2014] ». Mémoire de master, Jinan: Université de Shandong.

Béatrice David, 2006, « Han », dans *Dictionnaire de la Chine contemporaine*, sous la direction de Thierry Sanjuan, Paris, Armand Colin, pp. 304.

Béja Jean-Philippe, 1991, « De Tian'anmen à Paris : la longue marche de l'exil ». Hommes et migrations, vol.1142, n° 1, pp. 40-48.

Béja Jean-Philippe, 1995, « Loin des capitales... Wenzhou, une région en plein essor ». Perspectives chinoises, vol.27, n°1, pp. 34-36.

Béja Jean-Philippe et Wang Chunguang, 1999, « Un village du Zhejiang à Paris ? » Hommes et migrations, n° 1220, pp. 61-72.

Benton Gregor et Liu Hong, 2004, Diasporic Chinese Ventures: The Life and Work of Wang Gungwu. Routledge, 257 p.

Benton Gregor et Frank Nikolaas Pieke, 1998, The Chinese in Europe. Macmillan Press LTD. Hampshir, 390 p.

Bertoncello Brigitte, Sylvie Bredeloup et Olivier Pliez, 2009, « Hong Kong, Guangzhou, Yiwu : de nouveaux comptoirs africains en Chine », Critique internationale, n° 44, pp.105-121.

Boquet Yves, 2009, « Le hukou ». *Espace populations sociétés. Space populations societies*, n°3, En ligne : https://eps.revues.org/4422

Bordes-Benayoun Chantal et Dominique Schnapper, 2006, *Diasporas et nations*, Paris: Odile Jacob, 254 p.

Bordes-Benayoun Chantal, Schnapper Dominique, 2008, *Les mots des diasporas,* Toulouse: Presses du Mirail, 127 p.

Brillant Gaëlle, 2014, « Les réformes du système bancaire chinois : vers un nouveau modèle de capitalisme? ». Thèse de doctorat en science politique, Paris: Institut d'Études Politiques de Paris, 568 p.

Bruneau Michel, 1995 (ed.), *Diaspora.* Montpellier, GIP RECLUS, 192 p.

Cabestan Jean-Pierre, 2006, « Organisation de masse », dans *Dictionnaire de la Chine contemporaine*, sous la direction de Thierry Sanjuan, Paris, Armand Colin, pp. 304

Cai Jianna, 2010, « Shehui zibenshijiaoxia de Wenzhou moshi yu fazhan zhuanxing 社会资本视角下的温州模式与发展转型 [La transformation et le développement du Modèle de Wenzhou au regard de capitaux sociaux] ». Thèse de doctorat en économie, Shanghai: Centre d'études sociales de Shanghai. 138 p.

Cai Lingyue et Haicheng Zhou, 2011, « Wenzhou qiaozi de fazhanyuyindaoyanjiu 温州侨资的发展与引导研究 [Études de l'orientation et du développement des capitaux des Chinois d'outre-mer de Wenzhou] », sous la direction de Zhongguo renmin yinhang wenzhoushi zhongxin zhihang ketizu 中国人民银行温州市中心支行课题组 [Equipe du projet de la recherche de la succursale de la Banque populaire de Chine à Wenzhou], *Yinqishiwu 银企实务 [Financial Credit]*, n° 5, pp. 63-70.

Cao Wei, 2013, « Jingjizhuanxing zhong de zhengqi ouhe : jiyu wenzhoumoshi de lishi kaoca yu kunjing yanjiu 经济转型中的政企耦合：基于温州模式的历史考察与困境研究 [Government - Enterprise Coupling in Economic Transformation : Based on the Research of Wenzhou Model's History and Predicament] ». Thèse de doctorat en gestion, Hangzhou: Université de Zhejiang. 203 p.

Chabrol Marie, 2011, « De nouvelles formes de gentrication ? Dynamiques résidentielles et commerciales à Château-Rouge (Paris) ». Thèse de doctorat en géographie, Poitiers: Université de Poitiers. 405 p.

Chabrol Marie, Martine Cohen, Hadrien Dubucs, Lucine Endelstein, Antony Goreau-Ponceaud, Zhipeng LI, Emmanuel Ma Mung, et Lamia Missaoui, 2015, Rapport Commerce alimentaire « ethnique » entre pratiques communautaires et vivre ensemble : une comparaison de quartiers parisiens (2012-2015), Programme Paris 2030 (9e appel à projets) de la Ville de Paris, 141 p.

Chabrol Marie, Hadrien Dubucs, Lucine Endelstein, Martine Cohen, Anthony Goreau-Ponceaud, Zhipeng Li, Emmanuel Ma Mung, et Lamia Missaoui, 2016, « Repenser aujourd'hui le commerce alimentaire « ethnique » : une comparaison de quartiers parisiens », dans *Mutations de l'espace marchand*, sous la direction de René-Paul Desse et Sophie Lestrade, Rennes: Presses Universitaires de Rennes. pp. 371-382.

Chan Shelly, 2015, « The Case for Diaspora: A Temporal Approach to the Chinese Experience », *The Journal of Asian Studies*, vol.74, n°1, pp. 107-128.

Chen Defu, 2005, « Huzhuhui de touzi rongzi xiaolv 互助会的投资融资效率 [The efficiency of Roscas's Investment and Financing - A case research of Wenzhou] ». Mémoire en master - Finance, Hangzhou : Université de Zhejiang. 58 p.

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*, vol. 48, n°2, pp.7-17. En ligne : http://popups.ulg.ac.be/0770-7576/index.php?id=1754

Chen Ken, 2016, « Les associations chinoises ». *Hommes et migrations*, n° 1314, pp. 35-42.

Cheng Xi, 2005, « Huaqiaohuaren: zuowei yanjiu duixiang de tesuxing jiqi yu Zhongguo de guanxi 华侨华人：作为研究对象的"特殊性"及其与中国的关系 [The Peculiarity of Overseas Chinese as the Object of Study and Its Relations with China] ». *Dongyanyayanjiu 东南亚研究 [Southeast Asian Studies]*, n° 1, pp. 73-85.

Chuang Ya-Han, 2015, « Migrans chinois à Paris Au-delà de l'"intégration" : la formation politique d'une minorité ». Thèse de doctorat en sociologie, Paris: Université de Paris IV. 460 p.

Comité de rédaction pour l'histoire des Chinois d'outre-mer de Qingtian, (éd.) 2011. *Qingtian huaqiao shi 青田华侨史 [Histoire des Chinois d'outre-mer de Qingtian]*. Hangzhou : Zhejiang renmin chubanshe 浙江人民出版社 [Maison d'Edition du Peuple du Zhejiang], 364 p.

Délano Alexandra et Alan Gamlen, 2015, « Zujiguo yu lisan zuyi de guanxi : Bijiao yu Lilun de shijiao 祖籍国与离散族裔的关系：比较与理论的视角 [Comparing and Theorizing State-Diaspora Relation] ». Traduit par Chen Yiping et Luo Falong. *Dongnanyayanjiu 东南亚研究 [Southeast Asian Studies],* n° 4, pp. 80-91.

Dong Furen, 2002, « Wenzhoumoshi yu zhongguo minying jingji de fazhan 温州模式与中国民营经济的发展 [Le modèle de Wenzhou et le développement de l'économie privée chinoise] », *Hongguan jingji yanjiu 宏观经济研究 [Études de la macro-économie]*, n°9, pp. 11-14.

Dong Chuanjie, (éd.) 2005, « Huaqiao dingyi zhong de "Dingju" de hanyi shishenme? 华侨定义中的"定居"的含义是什么？ [Qu'est-ce que le terme « s'installer » dans la délimitation de Huaqiao ?] ». *Qiaowu gongzuo yanjiu 侨务工作研究 [Recherches sur le travail des affaires des Chinois d'outre-mer]*, n°6. En ligne : http://qwgzyj.gqb.gov.cn/zcwd/127/409.shtml. (consulté le 17 janvier 2016).

Du Juan, 2014, « Habiter entre marginalité et invisibilité : les immigrés chinois en sous-location en banlieue parisienne ». *Cahiers de l'Urmis*, n° 15. En ligne : https://urmis.revues.org/1268.

Duan Yuwen, 2013, *Jiedaiweiji 借贷危机 [Crise du crédit]*, Beijing : Dianzigongyechubanshe 电子工业出版社 [Publishing House of Electronics Industry], 218 p.

Dubucs Hadrien, 2009, « Habiter une ville lointaine. Le cas de migrants japonais à Paris ». Thèse de doctorat en géographie, Poitiers: Université de Poitiers, 438 p.

Dubus Hadrien, 2014, « Les Japonais à Paris : entre invisibilité résidentielle et hypervisibilité commerciale », *Hommes et Migrations*, n°1308, pp. 45-52.

Dufoix Stéphane, 2003, *Les diasporas*. PUF. 127 p.

Elisabeth Allès, 2006, « Hui », dans *Dictionnaire de la Chine contemporaine*, sous la direction de Thierry Sanjuan, Paris, Armand Colin, pp. 304.

Endelstein Lucine, 2009, « La rue commerçante casher et la globalisation du religieux ». *Géographie et cultures*, n° 71, pp. 41-56. En ligne : http://gc.revues.org/2002

Fang Liming et Xi Congqing, 2005, « Wenzhoumoshi : neihan, tezheng yu jiazhi 温州模式： 内涵，特征与价值 [Modèle de Wenzhou : Signification, caractère et valorisation] », *Zhejiangdaxue xue bao (renwen shehui kexue ban) 浙江大学学报 (人文社会科学版）[Journal of Zhejiang University (Humanities and Social Sciences)]*, vol.35, n°3, pp. 174-178.

Fei Xiaotong, 1984, « Xiao chengzhen, zai tansuo, 小城镇 再探索 [Petite commune, re - découverte] », *Liaowang 瞭望 [Outlook]*, vol.1, n°20, pp.14-15.

Fei Xiaotong, 1995, « Nongcun, Xiaochengzhen, quyu fazhan---Wo de shequyanjiulicheng de zaihuigu 农村，小城镇，区域发展——我的社区研究历程的再回顾 [Le développement de la campagne, de la petite commune et de la région : mon souvenir de la recherche sur le processus d'études de communauté] », *Beijing daxue xuebao (shehui kexueban) 北京大学学报（哲学社会科学版） [Journal de l'université de Pékin (Sciences humaines)]*, n° 2, pp. 4-14.

Freedman Maurice, 1957, *Chinese Family and Marriage in Singapore*, Johnson Reprint Corp. 268 p.

Gao Yun et Véronique Poisson, 2005, « Le trafic et l'exploitation des immigrants chinois en France », Genève: Bureau international du Travail, 160 p.

Girard Jean-Pierre, 2006, « Solidarité et urbanisation à Pékin : l'exemple du 'village de Zhejiang ' », *Espaces et sociétés*, vol.4, n°127, pp. 33-46.

Guerassimoff Éric, 2006, « Des coolies aux Chinois d'outre-mer; La question des migrations dans les relations sino-américaines (années 1850-1890) », *Annales. Histoire, Sciences Sociales*, vol.61, n°1, pp. 63-98.

Guerassimoff-Pina Carine, 1997, *L'État chinois et les communautés chinoises d'outre-mer*, Paris: L'Harmattan. 343 p.

Guiheux Gilles, 2007a, « Entreprise collective », dans *Dictionnaire de la Chine contemporaine*, sous la direction de Thierry Sanjuan, Paris, Armand Colin, pp. 92.

Guiheux Gilles, 2007b, « Entreprise privée », dans *Dictionnaire de la Chine contemporaine*, sous la direction de Thierry Sanjuan, Paris, Armand Colin, pp. 92.

Guillon Michelle, 1995, « La localisation des Asiatiques en région parisienne », *Perspectives chinoises*, vol.27, n°1, pp. 41-48.

Guillon Michelle et Isabelle Taboada-Leonetti, 1986, *Le triangle de Choisy : un quartier chinois à Paris*, Paris: L'Harmattan. 210 p.

Guo Bin et Liu Manlu, 2002, « Minjian jinrong yu zhongxiao qiye fazhan : Dui Wenzhou de shizheng fenxi 民间金融于中小企业发展：对温州的实证分析 [Private Finance and Small & Medium Sized Enterprises Development: Empirical Evidence from Wenzhou Region] », *Jingjiyanjiu 经济研究 [Etudes de l'économie],* n° 10, pp. 41-46.

Guo Yan, 2008, « Gaige kaifang 30 nian zhongguo fangzhi fuzhuang chukou maoyi fazhan jieduan fenxi 改革开放 30 年中国纺织品服装出口贸易发展阶段分析 [Analysis on Development Stages of Textiles and Apparel Export during the Thirty-year-long Chinese Reform and Opening] », Zhongguoxinyongbaoxiangongsi 中国出口信用保险公司[China Export&Credit insurance Corporation] », *Fagzhi daobao 纺织导报 [China Textile Leader]* , n°6, pp. 18-22.

Hassoun Jean-Pierre, 1993, « Des patrons"chinois" à Paris », *Revue française de sociologie*, vol.34, n°1, pp. 97-123.

Hulme Alison, 2015, « Bargain hunting in the "small-commodity" of Yiwu, China ». *Metropolitics*. Disponible sur : http://www.metropolitiques.eu/Bargain-hunting-in-the-small.html.

Ji Wei, 2011, « Wenzhou minjian ziben liuxiag yu yindao 温州民间资本：流向与引导 [Les capitaux informels de Wenzhou : tendance et orientation] ». *Zhongguojinrong 中国金融 [Finance de Chine]*, n° 3, pp.86-89.

Jiang Nan, Xu Jinding, Zhang Hengyan et Wei Dan, 2011, « Huaqiao huaren yu qiaoxiang shehui fazhan 华侨华人与侨乡社会发展 [Les Chinois d'outre-mer et le développement de la société des foyers d'émigration en Chine] », dans *2011 huaqiaohuaren yanjiu baogao 2011 华侨华人研究报告 [Annual Report on Overseas Chinese Study]*, sous la direction de Jin Qiu, Zhang Yudong, Luo Keren et Li Minghuan, Blue Book of Overseas Chinese. Beijing: Shehuikexuewenxianchubanshe 社会科学文献出版社 [Social Sciences Academic Press (China)], pp. 203-242.

Jiang Xuzhao et Ding Changfeng, 2005, « La "finance populaire" en Chine : quelques aspects théoriques », dans *La microfinance en Asie: entre traditions et innovations*, sous la direction de Isabelle Guérin, Kamala Marius-Gnanou, Therry Pairault et Jean-Michel Servet. Paris: KARTHALA Editions. pp. 15-29.

Kuhn Philip A., 2006, « Why China Historians Should Study the Chinese Diaspora, and Vice-versa », *Journal of Chinese Overseas*, vol.20, n°2, pp. 163-172.

Kuhn Philip A., 2008, *Chinese among Others*. Singapore: National University of Singapore, 431 p.

Kuhn Philip A., 2016, *Tazhezhongdehuaren : zhongguojinxiandai yiminshi 他者中的华人：中国近现代移民史 [Chinese among others: emigration in modern times]*, Traduit par Minghuan Li et Huang Mingfen, Fenghuanwenku 凤凰文库 [Livre collecté de Phénix]. Nanjing: Jiangsurenminchubanshe 江苏 人民出版社 [Jiangsu People's Publishing House], 450 p.

Levitt Peggy, 2001, *The Transnational Villagers*. Berkeley, University of California Press, 294 p.

Lévy Florence, 2015, « Entre contraintes et interstices, l'évolution des projets migratoires dans l'espace transnational : une ethnographie des migrants de Chine du Nord à Paris ». Thèse de doctorat de sociologie, Paris : Ecole des Hauts Etudes en Sciences sociales, 501 p.

Li Beifang, 2013, « Huiwang Sunanmoshi 回望苏南模式 [Repenser le modèle de Sunan] », Nanfengchuang 南风窗 [South Reviews], pp. 8. Disponible sur : http://www.nfcmg.com/article/4365.html

Li Min, 2013, « Woguo fangzhi qiye laodongli chengben shangsheng de xianzhuangfenxi 我国纺织企业劳动力成本上升的现状分析 [Analyse de l'augmentation du coût de main d'œuvre dans les entreprises textiles en Chine] ». *Zhongguo shehui kexuewang 中国社会科学网[Sciences sociales de Chine]*, n°1. Disponible sur : http://www.cssn.cn/jjx/xk/jjx_lljjx/rkjjldjjx/201312/t20131219_913769.shtml.

Li Minghuan, 1999a, *We Need Two Worlds: Chinese Immigrant Associations in a Western Society*. Amsterdam University Press, 306 p.

Li Minghuan, 1999b, « "Xiangduishiluo" yu "liansuoxiaoying" : guanyu dangdai wenzhoudiau chuguo yiminchao de fenxi yu sikao "相对失落" 与"连锁效应":关于当代温州地区出国移民潮的分析与思考 ["Jalouse relative" et "effet de boule" : une réflexion sur les émigrants de la région de Wenzhou] », *Shehuixueyanjiu 社会学研究 [Etudes des sciences sociales]*, n° 5, pp. 83-93.

Li Minghuan, 2002, *Ouzhouhuaqiaohuarenshi 欧洲华侨华人史 [A history of Chinese Immigrants in Europe],* Beijing: Zhongguohuaqiaochubanshe 中国华侨出版社[The Chinese Overseas Publishing House]. 860 p.

Li Minghuan, 2010, « Diaspora dingyi、fenhua、juhe yu chonggou Diaspora 定义、分化、聚合与重构 [Définition, divergences, convergences et réorganisation pour comprendre la notion "diaspora"] », Shijieminzu 世界民族 [World Ethno-National Studies], n° 5, pp. 1-8.

Li Minghuan, 2011, « Guojiyimin daqushi yu haiwaiqiaoqingxinbianhua 国际移民大趋势与海外侨情新变化 [The Trend of International Migration and the Recent Changes of Overseas Chinese Development] », *in* Qiu Jin, Zhang Yudong, Luo Keren et Li Minghuan (ed.), *2011 Huaqiaohuaren yanjiu baogao 2011 华侨华人研究报告 [Annual Report on Overseas Chinese Study],* Blue Book of Overseas Chinese. Beijing:

Shehuikexuewenxianchubanshe 社会科学文献出版社 [Social Sciences Academic Press (China)], pp. 1-37.

Li Minghuan, 2012, « Qingmo fangoushichen bijizhongde lvou zhongguoren: jianlun zhongguolishiwenxianyandu yu ouzhou huaqiaoshi yanjiu 清末访欧使臣笔记中的旅欧中国人：兼论中国历史文献研读与欧洲华侨史研究 [Les Chinois d'Europe dans le journal officiel du messager de la fin de dynastie des Qing : la recherche des documents de l'histoire chinoise et des Chinois d'Europe] ». Disponible sur : http://cc.shisu.edu.cn/G2S/eWebEditor/uploadfile/20121203172626458.doc.

Li Qiongying, 2013, « Cong bingcun dao tonghua: yige zhongguo yimin cun de bianqian zhilu – yi beijing "Zhjiangcun"weili 从并存到同化：一个中国移民村的变迁之路-以北京"浙江村"为例 [De la coexistence à l'assimilation : la mutation d'un village chinois: le cas du village de Zhejiang à Beijing] », *Jianghuailuntan 江淮论坛 [Forum de Jianghuai]*, n°2, pp. 136-141.

Li Shizhong, 2007, « Dachuantong, xiaochuantong yu wenzhoujingji de jueqi - chengqing yongjia zhixue yu "Wenzhoumoshi" zhi jiucan 大传统、小传统与温州经济的崛起 - 澄清永嘉之学"温州模式"之纠缠 [Grande tradition, petite tradition et essor économique de Wenzhou : repenser l'école de Yongjia et ses relations avec le Modèle de Wenzhou] ». *Zhejiangshehuikexue 浙江社会科学 [Zhejiang Social Science]*, n° 3, pp. 133-137.

Li Zhipeng, 2013, « Retour au pays des Chinois d'Outre-Mer ». *Billet*. 5 juin 2013 En ligne : http://migrinter.hypotheses.org/1069.

Li Zhipeng, 2014, Review of Carine Pina-Guerassimoff, *La Chine et sa nouvelle diaspora : la mobilité au service de la puissance*, par Carine Pina-Guerassimoff. *e-Migrinter*, n°12: pp. 103-107. En ligne : https://e-migrinter.revues.org/351

Li Zhipeng et Ma Mung Emmanuel, 2013, « Retour d'outre-mer ». *Microscoop*, n° 67, pp. 14-15.

Lin Yifu et Sun Xifang, 2003, « Xinxi, feizhenggui jinrong yu zhongxiao quiye rongzi 信息、非正规金融与中小企业融资 [Information; information Finance, and the Finance of SMEs] ». China Center for Economic Research (Working Paper Series), n° C2003025 En ligne: http://web.cenet.org.cn/upfile/12470.pdf.

Liu Hong (éd.), 2000, *Tandangrensheng, xuezheqinghuai : Wang Gungwu fangtan yu yanlunji 坦蕩人生學者情懷: 王賡武訪談與言論集 [Une vie calme, un chercheur de nostalgie chinoise : la collection sur les paroles et interviews de Wang Gungwu]*, Bafang wenhua chuangzuoshi 八方文化创作室 [Global Publishing Co. Inc.], 286 p.

Liu Hong, 2009, « Haiwaihuaren yanjiu depuxi : zhuti de bianhua yu fangfa de yanjin 海外华人研究的谱系：主题的变化与方法的演进 [Toward a Geneqlogy of Diasporic Chinese Studies : Changing Thems and Evolving Approaches] ». *Huarenyanjiu guoji xuebao 华人研究国际学报 [Journal d'études des Chinois d'outre-mer]*, vol. 1, n°2, pp.1-27.

Liu Ran, 2007, « Feizhenggui jinrong yu zhongxiao qiye rongzi 非正规金融与中小企业融资 [Informal Finance and SME Financing] ». Mémoire de master en Finance, Chongqing: Chongqing University. 47 p.

Liu Xiao, 2013, « Sunanmoshi wenzhoumoshi he zhujiangmoshi de bijiao—jiyu Fei Xiaotongde "moshi"yanjiu 苏南模式，温州模式和珠江模式的比较——基于费孝通的"模式"研究 [Comparer le Modèle de Sunan, le modèle de Wenzhou et le modèle de Zhujiang: en se basant sur la recherche du "modèle" de Fei Xiaotong] ». *Xuelilun 学理论 [Theory Research]*, n° 14, pp. 66-67.

Liu Ying, 2009, « Yiminwangluo yu qiaoxiang kuaguo yimin fenxi - yi qingtiqnren yimin ouzhou weili 移民网络与侨乡跨国移民分析-以青田人移民欧洲为例 [Emigration Network and the Transnational Emigration Waves in Southern Zhejiang Qiaoxiang : A Study on the Emigration of Qingtian People to Europe] », *Huaqiaohuaren lishi yanjiu 华侨华人历史研究 [Overseas Chinese History Studies]*, n° 2, pp.27‑35.

Live Yu-Sion, 1991a, « Les travailleurs chinois et l'effort de guerre ». *Hommes et migrations*, n° 1148, pp.12-14.

Live Yu-Sion, 1991b. « La diaspora chinoise en France : immigration, activités socio-économiques, pratiques socio-culturelle ». Thèse de doctorat en sociologie, Paris, EHESS. 824 p.

Live Yu-Sion, 1992, « Les Chinois de Paris depuis le début du siècle. Présence urbaine et activités économiques ». *Revue européenne des migrations internationales*, vol. 8, n°3, pp. 155-173.

Louapre Emile et Aldo Salvador, 1997, L'incroyable métamorphose de la Chine. Paris : L'Harmattan, 310 p.

Lucchini Giulio, 2012, « Singularités de la migration chinoise en France ». *In* Richard Beraha (ed.) *La Chine à Paris, enquête au cœur d'un monde méconnu*, Paris: Robert Laffont, pp. 243-272.

Luo Hou et Song Fang, 1986, « Dui "hui"de pouxi 对"会"的剖析 [Analyse de "Hui"] », *Neibuyinshua 内部印刷 [Dossier intérieur]*. pp. 34-37. Disponible sur : http://www.cnki.net/

Ma Jinlong, 2001, « Wenzhoumoshi de lailongqumai 温州模式的来龙去脉 [L'origine et les conséquences du "Modèle de Wenzhou"] ». *Jucezixun 决策咨询 [Décision et conseil]*, n° 8, pp. 10-12.

Ma Li, (éd.) 2012, *Les travailleurs chinois en France dans la Première Guerre mondiale*. Paris : CNRS Alpha, 560 p.

Ma Mung Emmanuel, 1992, « Dispositif économique et ressources spatiales : éléments d'une économie de diaspora », dans *Revue européenne des migrations internationales*, vol.8, n° 3, pp.175-193.

Ma Mung Emmanuel, 1994a, « Non-lieu et utopie : la diaspora chinoise et le territoire ». *Espace géographique*, vol.23, n°2, pp. 106-113.

Ma Mung Emmanuel, 1994b, « L'entreprenariat ethnique en France », *Sociologie du Travail* vol. 36, n°2, pp.185-209.

Ma Mung Emmanuel, 1996, « Entreprise économique et appartenance ethnique ». *Revue européenne des migrations internationales*, vol. 12, n°2, pp. 211-233.

Ma Mung Emmanuel, 2000, *La diaspora chinoise: géographie d'une migration*. Paris: OPHRYS. 175 p.

Ma Mung Emmanuel, 2002a, « Complexité des migrations des populations d'origine chinoise ». *In* François Héran et Jean Luc Richard *Immigration, marché du travail, intégration*, Paris : La Documentation Française, pp. 179-194.

Ma Mung Emmanuel, 2002b, « La désignation des diasporas sur Internet ». *Hommes et migrations*, n° 1240, pp. 19-28.

Ma Mung Emmanuel, 2008, « Chinese Migration and China's Foreign Policy in Africa », *Journal of Chinese overseas* vol. 4, n°1, pp. 91-109.

Ma Mung Emmanuel, 2009, « Le prolétaire, le commerçant et la diaspora ». *Revue Européenne des Migrations Internationales*, vol. 25, n°1, pp. 97-118.

Ma Mung Emmanuel, 2012a, « Continuité temporelle, contiguïté spatiale et création d'un monde-propre ». *L'Espace géographique* vol.41, n°4, pp. 352-368.

Ma Mung Emmanuel, 2012b. « Migrations et transmigrations dans la diaspora entrepreneuriale chinoise ». *Multitudes*, vol. 2, n°49, pp. 53-61.

Ma Mung Emmanuel, 2012c. « Enquête de Restaurants chinois à Paris 2012 », document non publié.

Ma Mung, Emmanuel. 2012d. « Enquête exploratoire sur le web des Chinois d'ouremer. Morphologie du web et production de la diaspora ? », e-diasporas, avril,. Disponible sur : http://www.e-diasporas.fr/working-papers/MaMung-Chinese-FR.pdf, 14 p.

Ma Mung Emmanuel, 26.avril 2013. « Long-term Transnationalism: Emigrants in Revolutionary Movements and Economy in China (end of 19th century –1930s) ». Présenté à *A Century of Transnationalism-Immigrants and their Homeland Connections*, University of California at Los Angeles.

Ma Mung Emmanuel, 2014, « La diaspora chinoise en France ». *In* Marie Poinsot et Serge Weber (ed.) *Migration et mutations de la société française*, Paris: La Découverte. pp.121-129.

Ma Mung Emmanuel, 2015, « Chine », dans *Dictionnaire des migrations internationales*, sous la direction de Gildas Simon. Paris: Armand Colin. pp. 758-769

Ma Mung Emmanuel, 2015, Migrants of Chinese Origin in France: economic and social intégration, *in* Loretta Baldassar, Graeme Johanson, Narelle McAuliffe, and Massimo Bressan (ed.) *Chinese Migration to Europe, Prato, Italy, and Beyond*. London, Palgrave Macmillan. pp.49-64

Ma Mung Emmanuel et Li Zhipeng, 17-18 octobre 2012, « The Transformations of the "Ethnic Chinese Economic Device" in France ». Communication présenté à *The 5th Chinese in Prato Symposium and 3nd Wenzhouese Diaspora Symposium*, Wenzhou. Chine.

Ma Mung Emmanuel et Gildas Simon, 1990, *Commerçant maghrébins et asiatiques en France*. Masson. Paris. 138 p.

Ni Dexi et Ye Pinbo, 2007, *Yueqing huaqiaoshi 乐清华侨史 [Histoire des Chinois d'outre-mer de Yueqing]*, Beijing: Zhongguo wenshi chubanshe 中国文史出版社 [Chinese Literature and History Press]. 281 p.

Nyiri Pál, 2007, *Chinese in Eastern Europe and Russia: A Middleman Minority in a Transnational* Era. Routledge. 190 p.

Pairault, Therry, 1995, *L'intégration silencieuse la petite entreprise chinoise en France*, L'Harmattan, 250 p.

Pairault Thierry, 1990, « Approches tontinièeres (premièere partie) : de la France à la Chine en passant par la Cochinchine et autres lieux ». *Etudes chinoises*, vol. 9, n°1, pp.7-34.

Pairault Thierry, 2005, « Pratiques microfinancières en Chine : entre répression et récupération ». *In* Guérin Isabelle, Marius-Gnanou Kamala, Pairault Thierry et Servet Jean-Michel (ed.) *La microfinance en Asie: entre traditions et innovations*, Paris : KARTHALA Editions, pp. 39‑59.

Pairault Thierry, 2009, *Pratiques populaires et microfinancières chinoises*. Paris : Archives contemporaines. 123 p.

Pairault Thierry, 2010, « Le rôle des investissements directs entrants et sortants en Chine : une appréciation ». *Région et Développement*, vol.1, n°31, pp. 119‑142.

Pan Huaqiong, 2006, Rapports *État-paysannerie en Chine: Les problèmes du San Nong et les pratiques des acteurs dans les campagnes après 1978 à partir d'études de cas du Nord-Shandong et Henan*. Presses université de Louvain, 350 p.

Pan Lynn, 2000, *Encyclopédie de la diaspora chinoise*. Paris: Les Editions du Pacifique. 399 p.

Parris Kristen, 1993, « Local Initiative and National Reform: The Wenzhou Model of Development », *The China Quarterly*, n° 134, pp. 242‑263.

Pieke Frank N., 2004, « Chinese Globalization and Migration to Europe », *Center for Comparative Immigration Studies*, n° 94. En ligne : http://escholarship.org/uc/item/3gv6w1bj#page-3

Pieke Frank N., Nyiri Pál, Mette Thunø et Antonella Ceccagno, (ed.) 2004, *Transnational Chinese: Fujianese Migrants in Europe*. Stanford University Press. Stanford, CA.

Piguet Étienne, 2013, « Les théories des migrations. Synthèse de la prise de décision individuelle ». *Revue européenne des migrations internationales*, vol. 29, n°3, pp. 141-161.

Pina-Guerassimoff Carine, 2012, *La Chine et sa nouvelle diaspora. La mobilité au service de la puissance*. Ellipses. 237 p.

P.L.Liu, Alan, 1992, « The "Wenzhou Model" of Development and China's Modernization », *University of California Press*, vol.32, n°8, pp. 696-711.

P.L.Liu, Alan, 1993, « Wenzhoumoshi yu Zhongguoxiandaihua 温州模式与中国现代化 [The "Wenzhou Model" of Development and China 's Modernization] ». Traduit par Dan Lu. *Zhonggong zhongyang dangxiao xuebao 中共中央党校学报 [Journal of the Party School of the Central Committee of the Communist Party of China]*, n°1.

Polyzos Iris, 2014, « Parcours des migrants et mutations sociospatiales à Athènes : le cas des commerçants chinois à Metaxourgio ». Thèse de doctorat en géographie, Athènes: Université de Technique nationale d'Athènes - Université de Poities., 335 p.

Poisson Véronique, 2004, « Franchir les frontières : Le cas des Chinois du Zhejiang en diaspora ». Thèse de doctorat en anthropologie, Paris: Ecole des Hauts Etudes en Sciences sociales. 903 p.

Poisson Véronique, 2006, « Des réseaux transnationaux : le cas des Chinois du Zhejiang ». *Outre-Terre*, vol. 4, n°17, pp. 421-430.

Poston Dudley L., Michael Xinxiang Mao et Mei-Yu Yu, 1994, « The Global Distribution of the Overseas Chinese Around 1990 », *Population and Development Review*, vol. 20, n°3, pp. 631-645.

Pribetich Justine, 2005, « La construction identitaire d'un quartier: l'exemple de Sedaine-Popincourt ». *Hommes et migrations*, n° 1254, pp. 82-90.

Purcell Victor, 1965, *The Chinese in Southeast Asia*. Oxford University Press. 654 p.

Qiu Jin, Yudong Zhang, Keren Luo, et Minghuan Li, (éd.) 2011. *2011 Huaqiaohuaren yanjiu baogao 2011 华侨华人研究报告 [Annual Report on Overseas Chinese Study]*. Blue Book of Overseas Chinese. Beijing : Shehuikexuewenxianchubanshe 社会科学文献出版社 [Social Sciences Academic Press (China)]. 417 p.

Raulin Anne, 2000, *L'ethnique est quotidien : diasporas, marché et cultures métropolitaines*. Paris : L'Harmattan, Connaissance des hommes, 229 p.

Robin Nelly, 1994, *Villes Nouvelles et intégration spatiale des familles magrébines en France*. Paris: ORSTOM. 280 p.

Schnapper Dominique, Costa-Lascoux Jacqueline et Hily Marie-Antoinette, 2001, « De l'État-nation au monde transnational. Du sens et de l'utilité du concept de diaspora ». *Revue européenne des migrations internationales*, vol.17, n°2, pp. 9-36.

Sheffer Gabriel, (éd.) 1986, *Modern diasporas in international politics*. London: Croom Helm. 349 p.

Sheng Bin, Xuefeng Qian, Jiuli Huang et Yan Dong, 2012, « Rushishinianzhuanxing : Zhongguoduiwaimaoyifazhan de huiguu yu qianzhan 入世十年转型：中国对外贸易发展的回顾与前瞻 [La transformation du commerce extérieur de Chine : dix ans après l'adhésion de l'OMC : futur et histoire de son développement] ». *Etudes sur les investissements et le commerce international*. Beijing: Zhongguoshehuikexueyuan shijiejingji yu zhengzhi yanjiusuo 中国社会科学院世界经济与政治研究所 [Institute of World Economics, Chinese Academy of Social Science], n° 201204, 17 p.

Sheng Shihao et Yanwei Zheng, 2004, *Zhejiang xianxiang : chanyejiqun yu quyujingji fazhan « 浙江现象 » : 产业集群与区域经济发展 [« Phénomène du Zhejiang » : Cluster industriel et développement économique local]*, Beijing: Qinghuadaxue 清华大学 [Université de Tsinghua], 357 p.

Shi Jinchuan et Kangdui Zhu, 2001, « Wenzhoumoshi yanjiu : huigu yuzhanwang 温州模式研究：回顾与展望 [Recherches sur le « Modèle de Wenzhou » : Histoire et perspective] », *Wenzhouluntan 温州论坛 [Forum de Wenzhou]*, n° 5: pp. 10-20.

Shi Lu et Bernard Ganne, 2006, « Comprendre les clusters industriels du Zhejiang : Interrogations et remises en question », Présenté à *International Workshop Asian industrial Clusters*, Lyon. En ligne : https://hal.archives-ouvertes.fr/halshs-00355896/document.

Simon Gildas, (éd.) 2015, *Dictionnaire des migrations internationales Approche géohistorique*, Paris: Colin. 807 p.

Skinner George William, 1957, *Chinese Society in Thailand: An Analytical History*, Cornell University Press, 490 p.

Thunø Mette, 1999, « Zhongou shila maoyi: cong Zhejiang xiang ouzhou yimin de dongli 中欧石蜡贸易：从浙江向欧洲移民的动力 [Moving Stones from China to Europe : The Dynamics of Emigration from Zhejiang to Europe] ». In *Internal and International: Migration: Chinese Perspectives*, traduit par Hua Jiang, Surrey: Curzon Press. pp.159-180.

Thunø Mette, (éd.) 2007, *Beyond Chinatown: New Chinese Migration and the Global Expansion of China*, Copenhagen: NIAS Press. 281 p.

Trémon Anne-Christine, 1er juin 2012, « Le show chinois d'Aubervilliers, ou la fabrication d'une "plate-forme économique franco-chinoise". », Séminaire présenté à Les réseaux chinois à Paris : inscription spatiale, morphologie sociale, dynamiques collectives, Centre Maurice Halbwachs, Ecole normale supérieure de Paris.

Trolliet Pierre, 1994a, *La diaspora chinoise*. Que sais-je? Paris: Puf, 126 p.

Trolliet Pierre, 1994b, « Peut-on parler d'une diaspora chinoise ? », *Espace géographique*, vol.23, n°2, pp. 97-105.

Tsai Kellee S., 2006, « Debating Decentralized Development : A Reconsideration of the Wenzhou and Kerala Models ». *Indian Journal of Economics & Business*, pp. 1-21.

Wang Chao, 2013, « Quanqiujiazhilianxide zhongguofangzifuzhuangye shengjiyanjiu 全球价值链下的中国纺织服产业集群升级研究 [The research on the upgrading of Chinese industrial Clusters of textile and apparel under the global value chains] ». Mémoire de master en commerce international, Hefei: Université de finances et d'économies d'An'hui, 37 p.

Wang Chuanbao, 2009, « Quanqiu jiazhilian shijiao xia difang chanye shengji jili yanjiu – yi zhejiang chanye jiqun weili 全球价值链视角下地方产业升级机理研究-以浙江产集群升级为例 [A Study on Upgrading Mechanism of Local Industrial Clusters from a Global Value Chains Perspective : Take Zhejiang's Industrial Clusters Upgrading as an Example] ». Thèse de doctorat en économie, Wuhan: Huazhong University of Science and Technology. 151 p.

Wang Chunguang, 2000a, *Balide wenzhouren : yige yiminqunti de kuashehui jiangou xingdong 巴黎的温州人：一个移民群体的跨社会建构行动 [Les Wenzhou à Paris : un acte pour former une société d'un groupe d'immigrants]*. Nanchang : Jingxi renmin chubanshe 江西人民出版社 [Maison d'édition du Peuple de Jiangxi], 332 p.

Wang Chunguang, 2000b. « Liudongzhong de shehui wangluo : Wenzhouren zai bali he Beijing de xingdong fangshi 流动中的社会网络：温州人在巴黎和北京的行动方式 [Les réseaux sociaux flottant : le mode d'action des Wenzhou à Paris et à Beijing] ». *Shehuixueyanjiu 社会学研究 [Etudes des sciences sociales]*, n° 3, pp. 109‑123.

Wang Chunguang et Béja Jean-Philippe, 1999, « Wenzhouren zai Bali : yizhong dute de shehui rongru moshi 温州人在巴黎：一种独特的社会融入模式 [Les Wenzhou à Paris : une forme particulière d'intégration sociale] ». *Zhongguo shehui kexue 中国社会科学 [Social Sciences in China]*, n° 6, pp. 106‑119.

Wang Gungwu, 1991, *China and the Chinese Overseas*, Times Academic Press. 328 p.

Wang Gungwu, 1993, « Greater China and the Chinese Overseas », *The China Quartely*, n°136, pp. 926-948.

Wang Gungwu, 1998, « Xin jiu minzuzhuyi yu haiwaihuaren 新、旧民族主义与海外华人 [Nouveau, ancien nationalisme et Chinois d'Outre-mer] ». *In* Zhung Guotu, Huang You et Fang Xiongpu *Shiji zhijiao de haiwai huaren 世纪之交的海外华人 [Ethnic Chinese at the Turn of the Centuries]*, Fuzhou : Fujian renmin chubanshe 福建人民出版社 [Maison du peuple de Fujian], vol.1, 539 p.

Wang Gungwu, 2000a, « A Single Chinese Diaspora ? », In *Joining the Modern World: Inside and Outside China*, World Scientific. pp. 37-70.

Wang Gungwu, 2000b, *Joining the Modern World: Inside and Outside China*. World Scientific. 176 p.

Wang Gungwu, 2002a, « Danyi de huaren sanju zhe？ 单一的华人散居者？[A Single Chinese Diaspora?] ». *In* Liu Hong et Huang Jianli (ed.), *Haiwai huaren yanjiu de dashiye yu xinfangxiang : Wang Gungwuljiaoshou lunwen xuan 海外華人研究的大視野與新方向: 王賡武教授論文選 [Grandes perspectives et nouvelles tendances sur les recherche des Chinois d'outre-mer: collection d'articles de Wang Gungwu],* Bafangwenhua chuangwuoshi 八方文化创作室 [Global Publishing Co.Inc.], pp. 3-31.

Wang Gungwu, 2002b. « Dazhonghua yu haiwai huaren 大中华与海外华人 [Greater China and the Chinese Overseas] ». *In* Liu Hong et Huang Jianli (ed.), *Haiwai huaren yanjiu de dashiye yu xinfangxiang : Wang Gungwuljiaoshou lunwen xuan 海外華人研究的大視野與新方向: 王賡武教授論文選 [Grande perspective et nouvelle tendance sur les recherche des Chinois d'outre-mer: collection d'articles de Wang Gungwu],* Bafangwenhua chuangwuoshi 八方文化创作室 [Global Publishing Co.Inc.], pp. 222-256.

Wang Gungwu, 2002c, « Haiwai huaren de minzu zhuyi 海外华人的民族主义 [Nationalisme des Chinois d'outre-mer] ». *In* Liu Hong et Huang Jianli (ed.), *Haiwai huaren yanjiu de dashiye yu xinfangxiang : Wang Gungwuljiaoshou lunwen xuan 海外華人研究的大視野與新方向: 王賡武教授論文選 [Grande perspective et nouvelle tendance sur les recherche des Chinois d'outre-mer: collection d'articles de Wang Gungwu],* Bafangwenhua chuangwuoshi 八方文化创作室 [Global Publishing Co.Inc.], p 119.

Wang Gungwu, 2006, « Patterns of Chinese Immigration in Historical Perspective ». *In* Hong Liu (ed.) *The Chinese Overseas*, Taylor & Francis, vol. 1, 456 p.

Wang Gungwu, 2013, « Zhongguoqingjie :huahua,tonghua et yihua 中国情结：华化、同化与异化 [L'affection de la Chine : Chinoisation, Assimiliation et Aliénation] ». *Minzu shehuixue yanjiutongxun 民族社会学研究通讯 [Sociology of Ethnicity]*, n° 95, pp. 1-8.

Wang Simeng 2014, « Expériences migratoires au prisme des usages des soins psychiatriques. Le cas de l'immigration chinoise en région parisienne : Une enquête ethnographique en institution et dans les familles ». Thèse de doctorat en sociologie, Paris: Ecole des Hauts Etudes en Sciences sociales. 464 p.

Wang Zhouyang, 2012, « Chaoyue Wenzhoumoshi : yuqing diya dianqi chanyequ yanhua yanjiu 超越温州模式 : 乐清低压电器产业区演化研究 [Beyond the "Wenzhou Model" : The Evolution of the Yueqing Low-voltage Electrical Equipment Industrail District] ». Thèse de doctorat en géographie, Shanghai: Huadongshifandaxue 华东师范大学 [East China Normal University]. 157 p.

James L. Watson, décembre 1982, *Chinese Kinship Reconsidered: Anthropological Perspectives on Historical Research*. On: *China Quarterly*, n° 92

Wei Qun, 2013, « Yingguo huawen meti de fazhan, tiaozhan ji yingdui 英国华文媒体的发展、挑战及应对 [Perspective, défi et développement des médias chinois en Grande Bretagne] », *Duiwaichuanmei 对外传播 [International Communications]*, n° 4, pp. 60-62.

Wei Yehua Dennis, Li Wangming et Wang Chunbin, 2007, « Restructuring Industrial Districts, Scaling Up Regional Development: A Study of the Wenzhou Model, China ». *Economic Geography*, vol.83, n°4, pp. 421-444.

Weissberg Gabriel, 1997, « Le delta de la Rivière des Perles (Canton, Shenzhen, Zhuhai) : les défis de la croissance ». *L'information géographique* , vol.61, n°3, pp. 102-113.

Wickberg Edgar, 1965*, The Chinese in Philippine Life, 1850-1898*. Ateneo University Press. 302 p.

Wu Bin et Wang Huiyao, 2009, « Wenzhou haiwai yimin fazhan jiqi yingxiang de chubu tansuo 温州海外移民发展及其影响的初步探索 [Recherches préliminaires sur le développement de la diaspora Wenzhou et de son influence] », *Huaren yanjiu guoji xuebao 华人研究国际学报 [The International Journal of Diasporic Chinese Studies],* vol.1, n°2, pp. 29-47.

Xiang Biao, 2000, *Kuayuebianjiedeshequ : Beijing « Zhejiangcun »de shenghuoshi 跨越边界的社区：北京« 浙江村 » 的生活史 [Zhejiangcun: The Story Of A Migrant Village In Beijing]*. Beijing: Sanianshudian 三联书店 [Libairie Sanlian], 562 p.

Xin Wang et Liu Qihong, 2001, « Sunan, Wenzhou, Zhujiang moshi zhi fansi 苏南，温州，珠江模式之反思 [Repenser les modèles de Sunan, de Wenzhou et de Zhujiang] ». *Zhonguo guoqing guoli 中国国情国力 [China National Conditions and Strength],* n° 7, pp. 4-8.

Xu Huabing, 2015, « Wenzhou haiwai yimin shijia yanjiu 温州海外移民世家研究 [La recherche sur la famille ancienne des Wenzhou d'outre-mer] », *Zhejiang xuekan 浙江学刊 [Zhejiang Academic Journal*], n°4, pp. 53-62.

Xu Minghua, 2009, « Cong Wenzhou moshi dao Zhejiang xianxiang : Guocheng yu luoji jianlun Wenzhou moshi de lishidiwei 从温州模式到浙江现象：过程与逻辑兼论温州模式的历史地位 [The Processes ande logic of spreading from Wenzhou Pattern to Zhe Jiang Phenomenon] », *Zhejiangshehuikexue 浙江社会科学 [Zhejiang Social Sciences]*, n°1, pp. 22-27.

Xu Wenyong, 2010, « Qingtian huaqiaohuaren yu qiaoxiangshehui bianqian yanjiu 青田华侨华人与侨乡社会变迁研究[Study on Qingtian overseas Chinese and society changes in Qingtian County] ». Thèse de doctorat en histoire, Canton: Université de Jinan, 132 p.

Yang Li et Ye Xiaomin, 1993, *Dongnanya de fujianren 东南亚的福建人 [Fujianese of Southeast Asia]*. Fuzhou: Fujian renmin chubanshe 福建人民出版社 [Maison de l'édition du peuple de Fujian], 478 p.

Yao Boming, 2012, « Zhongou fangzhipin maoyi yingxiang yinsu yanjiu 中欧纺织品贸易影响因素研究 [La recherche sur les facteurs influençant commerce Europe-Chine dans le secteur textile] ». Thèse de doctorat en commerce international, Université de Wuhan, 172 p.

Ye Xingqiu, 2009, *Faguohuaren sanbainian 法国华人三百年 [Chinois de France : Trois siècles d'histoire]*, Paris: PACIFICA, 335 p.

You Yundi, 2011, « Wenzhoushi zhongdian qiaoxiang yuhu, Li'ao Tangxia sanzhen yimin bijiaoyanjiu 温州市重点侨乡玉壶，丽岙，塘下三镇的比较研究 [Recherche comparative parmi les foyers d'émigration importants à Wenzhou :Yuhu, Li'ao et Tangxia] », *Baguiqiaokan 八桂侨刊 [Overseas Chinese Journa of Bagui]*, n° 2, pp. 52-58.

Yu Jianxing et Lv Mingzai, 2004, « Wenzhou shanghui de xingqi yu wenzhou moshi yanjiu de zhengzhishehuixue fanshi zhuanxing 温州商会的兴起与温州模式研究的政治社会学范式转型 [L'émergence des associations des commerçants de Wenzhou et transformation des études de sciences sociales sur la politique du modèle de Wenzhou] », *Xueshuyuekan 学术月刊 [Academic Monthly]*, n°5, pp. 30-36.

Zhang Deming, 2007, « Liusanzuqun de shenjiangou - Dangdai jialebi yingyu wenxueyanjiu 流散族群的身份建构——当代加勒比英语文学研究 [La construction de l'identification de la diaspora : une étude comparative sur la littéraire anglaise Caraïbéenne contemporaine] », *Waiguowenxue 外国文学[Foreign Literature]*, n° 6, pp. 84-84.

Zhang Miaoying, 2003, « Wenzhou wenhua shuangchong pinge dui wenzhoumoshi de yingxiang 温州文化双重品格对温州模式的影响 [L'influence du double caractère de la culture de Wenzhou pour le Modèle de Wenzhou] », *Shangyeshidai 商业时代 Commercial Times*, n° 248, pp. 10-12.

Zhang Min et Gu Chaolin, 2002, « Nongcun chengshihua : Sunanmoshi yu Zhujiangmoshi bijiao yanjiu 农村城市化："苏南模式"与珠江模式"比较研究 [Rural-Urbanization: "South Jiangsu Model" compared with "Pearl River Model"] », *Jingjidili 经济地理 [Economic Geography]*, vol. 22, n°4, pp.482-486.

Zhang Renshou, 30 juillet 2008, *Wenzhoumoshi : Zhongguo shichanghua gaige de kailuxianfeng : Zhejiang gongshang daxue Zhang Renshou jiaoshou fangtan 温州模式：中国市场华改革的开路先锋—浙江工商大学张仁寿教授访谈 [Modèle de Wenzhou : détachement d'avant-garde pour la réforme du marché économique de Chine---interview avec Zhang Renshou]*. Entretien réalisé par Jin Hui. Zhonghuadushubao 中华读书报 [Journal de livre chinois].

Zhang Renshou et Li Hong, 1990, *Wenzhoumoshi yanjiui 温州模式研究 [La recherche sur le modèle de Wenzhou]*, Beijing: Zhongguo shehuikexue chubanshe 中国社会科学出版社 [Académie des sciences sociales de Chine], 160 p.

Zhang Yili, Chen Yi et Ni Jing, 2012, « Wangluo yu jiqun : Wenzhou qiyejia qunti xingcheng de jizhifenxi 网络与集群：温州企业家群体形成的机制分析 [Network and Cluster : Analysis on the Formation Mechanism of Wenzhou Entrepreneur Groups] *», Zhejiang shehui kexue 浙江社会科学 [Zhejiang Social Sciences]*, n°1, pp. 118-124.

Zhang Zhicheng, 1999, *Wenzhou huaqiao shi 温州华侨史 [History of overseas Chinese from Wenzhou]*. Jinri zhonguo chubanshe 今日中国出版社 [China Today Press], 319 p.

Zhang Zhicheng, 2011, *Zhang Zhicheng ji 章志诚集 [Collection de Zhang Zhicheng],* Hefei: Huangshanchubanshe 黄山出版社 [Librairie de Huangshan], 697 p.

Zheng Lihua, 1995, *Les Chinois de Paris et leurs jeux de face*, Paris: L'Harmattan, 300 p.

Zhongguo xinwenshe 中国新闻社 [China News Service], 16 janvier 2009, *« 2008 nian shijie huashang fazhan baogao 2008 年世界华商发展报告 [2008 World Chinese Entrepreneurs Development Report] »*, En ligne : http://i5.chinaqw.com/2008ind/2008ind.html.

Zhou Dewen, 2012, *Wenzhou ziben gan de jiushi heni buyiyang 温州资本干的就是和你不一样 [Les capitaux du Wenzhou marchent vers un autre chemin.]*. Hangzhou: Zhejiang renmin chubanshe 浙江人民出版社 [Zhjiang Peoples publishing house], 234 p.

Zhou Huanhuai et Zhang Yili, 2012b, « Haiwaihuaren chanyejiqun xingcheng jilifenxi-yi folunlunsa wenshang piju chanye jiqun weili 海外华人产业集群形成机理分析-以佛伦萨温商皮具产业集群为例 [An Analysis of the formation of Overseas Chinese Business Clusters Based on the Theory of Social Network Development-A Case Study of the Leather Industry Owned by Wenzhounese Businessment in Florence] ». *Huaqiaohuaren lishi yanjiu 华侨华人历史研究 [Overseas Chinese History Studies]*, n° 4, pp. 50 -58.

Zhou Min, 1992, *Chinatown: The Socioeconomic Potential of an Urban Enclave*. Philadelphia: Temple University Press, 275p.

Zhuang Guotu, 2009, « Dongnanya huaqiaohuaren shuliang de xingusuan 东南亚华侨华人数量的新估算 [La nouvelle évaluation du nombre des Chinois d'outre-mer en Asie du Sud-Est] ». Xiamen daxue xuebao (zexueshehuikexueban) 厦门大学学报 （哲学社会科学版) [Journal of Xiamen University (Arts&Social Sciences)], vol.3, n°193, pp. 62-69.

Zhuang Guotu, 2011, « Shijie huaqiaohuaren shuliang he fenbu de lishi bianhua 世界华侨华人数量和分布的历史变化 [Historical Changes in Numbers and Distribution of Overseas Chinese in the World] ». *Shijielishi 世界历史 [World History]*, n° 5, pp. 4-14.

Zhuang Guotu, You Huang et Xiongpu Fang (ed.), 1998a, *Shijizhijiaodehaiwaihuaren 世纪之交的海外华人 [Ethnic Chinese at the Turn of the Centuries]*. vol.1. Xiamen: Fujianrenminchubanshe 福建人民出版社 [Maison du peuple de Fujian]. 539 p.

Zhuang Guotu, You Huang et Fang Xiongpu (ed.), 1998b, *Shijizhijiaodehaiwaihuaren 世纪之交的海外华人 [Ethnic Chinese at the Turn of the Centuries]*. vol.2. Xiamen: Fujianrenminchubanshe 福建人民出版社 [Maison du peuple de Fujian]. 601 p.

Annuaires

Wenzhou nianjian 温州年鉴 [Wenzhou Yearbook]. 2003. Zhonghuashuju 中华书局 [Zhonghua Book Company].

Wenzhou nianjian 温州年鉴 [WenzhouYearbook]. 2010. Wenzhou: Zhonghuashuju 中华书局 [Zhonghua Book Company].

Wenzhou nianjian 温州年鉴 [Wenzhou Yearbook]. 2014. Zhonghuashuju 中华书局 [Zhonghua Book Company].

Wenzhou tongji nianjian 温州统计年鉴 [Wenzhou Statistical Yearbook]. 1987. Wenzhoushi tongjiju 温州市统计局 [Bureau de statistiques de Wenzhou].

Wenzhou tongji nianjian 温州统计年鉴 [Wenzhou Statistical Yearbook]. 2003. Zhongguotongjichubanshe 中国统计出版社 [China Statistics Publishing House].

Wenzhou tongji nianjian 温州统计年鉴 [Wenzhou Statistical Yearbook]. 2005. Zhongguotongjichubanshe 中国统计出版社 [China Statistics Publishing House].

Wenzhou tongji nianjian 温州统计年鉴 [Wenzhou Statistical Yearbook]. 2008. Zhongguotongjichubanshe 中国统计出版社 [China Statistics Publishing House].

Wenzhou tongji nianjian 温州统计年鉴 [Wenzhou Statistical Yearbook]. 2011. Zhongguotongjichubanshe 中国统计出版社 [China Statistics Publishing House].

Wenzhoutongji nianjian 温州统计年鉴 [Wenzhou Statistical Yearbook]. 2013. Zhongguo tongji chuban she 中国统计出版社 [China Statistics Press].

Wenzhou tongji nianjian 温州统计年鉴 [Wenzhou Statistical Yearbook]. 2014. Zhongguotongjichubanshe 中国统计出版社 [China Statistics Publishing House]

Références web (articles d'internet, textes officiels et rapports chinois)

Bibliothèque de Qingtian, 20 mars 2016 (en ligne), Qingtian huqiaowenhua 青田华侨文化 [La culture des Chinois d'outre-mer de Qingtian], 2016 « lianghui » zhuantixinxi 2016 « 两会 »专题信息 [Le rapport de « two meetings »[375] 2016], http://www.yhlib.cn/upload/2016/3/201634143242595.pdf, (consulté le 24 juillet 2016).

Bureau des statistiques de Qingtian, 2 avril 2015 (en ligne), « 2014 Woxian renkou zongliang disu pingwenzengzhang 2014 年我县人口总量低速平稳增长 [La croissance stable de la population de notre district en 2014], http://www.qttj.gov.cn/gzdt/tjxx/201505/t20150528_211571.htm. (consulté le 8 juin 2016)

Bureau de Conseil des Affaires d'Etat, 2011, « Zhongguo duiwai maoyi 中国的对外贸易 [Commerce extérieur de la Chine] (Livre Blanc du gouvernement chinois) ». En ligne : http://www.gov.cn/zwgk/2011-12/07/content_2013475.htm. (consulté le 26 octobre 2016)

Bureau du Conseil des Affaires d'Etat pour les Affaires des Chinois d'outre-mer, 2015, « Guowuyuan qiaowu bangongshi guanyu yinfa *Guanyu jieding huaqiao waijihuaren guiqiao qiaojunshenfen de guiding* de tongzhi 国务院侨务办公室关于印发《关于界定华侨外籍华人归侨侨眷身份的规定》的通知 [Le règlement sur la délimitation de l'identité de huaqiao, waiji huaren, guiqiao,qiaojuan] (2009, N°5) ». Zhonguoqiaowang 中国侨网 [Portail officiel des Chinois d'outre-mer], le 24 septembre 2015 (en ligne) http://www.chinaqw.com/zcyj/2014/04-29/2313.shtml (consulté le 29 novembre 2016).

Centre de la promotion du développement de PME de Chine, 19 avril 2012 (en ligne), Zhongxiao qiye de dingyi ji huafen biaozhun shishenme？ 中小企业的定义及划分标准是什么？ [La définition et la délimitation de PME en Chine], http://www.sme.gov.cn/web/assembly/action/browsePage.do?channelID=1334703934368&contentID=1334785239577, (consulté le 10 février 2016)

Chen Zengtong, 18 août 2012 (en ligne), « Faguohuashang Lin Guangwu : Zhongfa shangmaoyixianqian 法国华商林光武：中法商贸一线牵 [Lin Guangwu, un commerçant chinois en France : le pionnier du commerce franco-chinois] ». *Rui'an ribao 瑞安日报 [Journal de Rui'an]*, http://www.66ruian.com/system/2012/01/19/010942206.shtml (consulté le 24 décembre 2015).

Chinesepress, 4 février 2016 (en ligne), « Jianadachaoliu : Weixin chengweihuaren de yizhong shenghuoofangshi 加拿大潮流：微信成為華人的一种生活方式 [Mode au Canada : WeChat est devenu une mode de la vie pour les Chinois d'outre-mer] ». *Huaqiaoshibao 華僑時報 [Nouvelles des Chinois d'outre-mer]*, http://www.chinesepress.com/a/bo_tianxia/20160204/81814.html. (consulté le 17 août 2016)

[375] En chine, le terme se réfère aux sessions plénières annuelles du Congrès populaire national ou local et au comité national ou local de la Conférence consultative politique du peuple chinois.

Chukoubeimeifangzhipinfuzhuangjishuzhinan 出口北美纺织品服装技术指南 [Guide de l'exportation pour les produits de textiles et de confection visant au marché du Amérique du Nord], Zhongguoshangwubu 中国商务部 [Ministère de commerce de Chine], juin 2005 (en ligne), http://images.mofcom.gov.cn/sms/table/d03.pdf, (consulté le 23 novembre 2016)

Chukoubeimeifangzhipinfuzhuangjishuzhinan 出口北美纺织品服装技术指南 [Guide de l'exportation pour les produits de textiles et de confection visant au marché du Amérique du Nord], Zhongguoshangwubu 中国商务部 [Ministère de commerce de Chine], 2014 (en ligne), http://policy.mofcom.gov.cn/export/NATAC/c1.action#tt121, (consulté le 21 novembre 2016)

Dumas Eugénie et Sylvie Gittus, 4 octobre 2016 (en ligne), « La géographie des communautés chinoises à Paris », *Le monde*. http://www.lemonde.fr/idees/visuel/2016/10/04/la-geographie-des-communautes-chinoises-a-paris_5007922_3232.html.(consulté le 5 octobre 2016)

« France-Chine, un partenariat pour l'avenir », *ministre des affaires étrangères et européennes de France*, le 18 octobre 2010 (en ligne), http://www.diplomatie.gouv.fr/IMG/pdf/France_Chine_BAT_Light18_10_2010.pdf, (consulté le 7 août 2010)

Gong Mu, 20 mars 2014 (en ligne), « Zhejiangcun zhengdun qianhou : bage caifeng laoshi dianjie Zhejiang cun 浙江村整顿前后:八个裁缝老师奠基浙江村 [Le développement du village de Zhejiang : naissance d'un village était grâce à huit coudriers] », *Wenzhouwang 温州网 [Portail de Wenzhou]*, http://news.66wz.com/system/2014/03/20/104042195.shtml. (consulté le 31 octobre 2016).

Guo Yan, 22 mars 2012 (en ligne), « Rushishinian zhongguo fangzhipinfuzhuang chukou maoyifazhan tezhengfeni 入世 10 年中国纺织品服装出口贸易发展特征分析 [Analysis on the Features of Chinese Textiles and Apparel Export during Ten year long WTO] », *Zhongguo xinyong baoxian gongsi 中国出口信用保险公司 [China Export & Credit insurance Corporation]*, http://www.sinosure.com.cn/sinosure/xwzx/rdzt/ckyj/ckdt/xyzt/qgfzxy/147916.html. (consulté le 22 novembre 2016)

Kong Fan, 5 mars 2014 (en ligne), « Kaibo guoji jituan "zaixiayicheng" tixian faguo huaren canyinye fazhan feiyue 凯博国际集团"再下一城" 体现法国华人餐饮业发展飞跃 [L'essor de la restauration chinoise en France amplifié par le Groupe international Kaibo] », *Ouzhoushibao 欧洲时报[Nouvelles d'Europe]*, http://www.oushinet.com/news/qs/qsnews/20140305/103507.html. (consulté le 12 novembre 2016)

Lian Jintian et Ma Shiling, 2005, « Haiwaihuashang : zhongguojingji de dierzhong liliang 海外华商：中国经济的第二种力量 [Les commerçants chinois d'outre-mer: un appui secondaire à l'économie chinoise] », *Zhongguo jingji zhoukan 中国经济周刊 [China Economic Weekly]*, n°24, pp.18-19. En ligne : http://news.xinhuanet.com/overseas/2005-06/27/content_3140993.htm

Liu Fei, 10 décembre 2007 (en ligne), « Kongzi xueyuan fengmi quanqiu 孔子学院风靡全球 [La mode, l'Institut Confucius dans le monde] ». *Remin ribao haiwaiban 人民日报 [People's daily overseas edition]*, http://paper.people.com.cn/rmrbhwb/html/2007-12/10/content_33713085.htm, (consulté le 16 décembre 2016)

Luchengqu qiaoqing diaocha yu sikao 鹿城区侨情调查与思考 [Rélextion et enquête pour la situation des émigrants de Lucheng], 13 octobre 2014 (en ligne), http://www.lczx.gov.cn/html/2014-10-13/2024.html (consulté le 19 juin 2015)

Qian Haifen et Chen Cheng, 9 décembre 2014 (en ligne), « Ouhai suifeng ouzhou cunmin lianyihui zai bali juxing 瓯海穗丰欧洲村民联谊会在巴黎举行 [La réunion en Europe des Chinois originaire du village de Suifeng a eu lieu à Paris] ». *Qiaolian de Wenzhou 温州侨联 [Fédération des Chinois d'outre-mer de retour de Wenzhou]*. http://www.wzsql.com/system/2014/12/09/011858344.shtml. (consulté le 7 août 2016).

Qiaolian de Wenzhou, 9 mars 2014 (en ligne), « Ouhai guoxi yanba "sanhuanjie" quebao qiaoaing diao chqwhiliang 瓯海郭溪严把"三环节"确保侨情调查质量 [Le quartier de Guoxi de la localité d'Ouhai assure la qualité de l'enquête générale sur les Chinois d'outre-mer en "trois étapes"] », http://www.wzsql.com/system/2014/03/19/011609112.shtml. (consulté le 22 janvier 2016)

« Relations diplomatiques entre la Chine et la France », *ministre des affaires étrangères chinoises*, janvier 2016 (en ligne) http://www.fmprc.gov.cn/web/gjhdq_676201/gj_676203/oz_678770/1206_679134/sbgx_679138/, consulté le 29 décembre 2016.

Wang Chenliang, 18 août 2013 (en ligne), « Shichang guanxi jueding fuzhuanpifshangpu de jiazhi- conweijxia de faguo huaren fuzhuangye shichang xianzhuang tanqi 市场关系决定服装批发商铺的价值-从危机下的法国华人服装业市场现状谈起 [La valeur des magasins de confection dépendante de la demande du marché : un débat depuis la situation actuelle de la confection des Chinois en France après la crise] ». *Faguoqiaobao 法国侨报 [Le Pont]*. http://www.franceqw.com/article-29823-1.html. (consulté le 1er décembre 2014)

Wang Dan, 24 juillet 2014 (en ligne), « Joint-Ventures en Chine: valeur ajoutée de l'avocat d'affaires - Droit international », *Avocats Picovschi*, http://www.avocats-picovschi.com/ (consulté le 4 mars 2017)

Wang Muzheng, 13 novembre 2013 (en ligne), « Sanweiwenshang ruzhu bali gaoduancanting "Napolun"三位温商入住巴黎高端餐厅"拿破仑"[Le Napoléone

Bistrot Chis a été acheté par trois commerçants chinois d'origine de Wenzhou] ». *Wenzhoushangbao 温州商报 [Journal du commerce de Wenzhou]*, http://news.66wz.com/system/2013/11/13/103879551.shtml.(consulté le 26 novembre 2014)

Wang Muzheng, 25 juin 2014 (en ligne), « Waishang touzi wenzhou sanshinian : chuangban qiye 2799 jia, jinban rengzaice 外商投资温州三十年：创办企业 2799 家近半仍在册 [Investissement des commerçants étrangers de 30 ans à Wenzhou: 2799 entreprises ont été fondées, dont la moitié est toujours enregistrée] ». *Zhejiang zaixian 浙江在线 [Zhejiang en ligne]*, http://zjnews.zjol.com.cn/system/2014/06/25/020102340.shtml (consulté le 09 décembre 2015).

Wang Yi, 7 septembre 2009 (en ligne), « CHINE. Comment produire des statistiques fiables ». *Courrier international.*, http://www.courrierinternational.com/article/2009/09/02/comment-produire-des-statistiques-fiables. (consulté le 22 janvier 2016)

Wei Min, 6 novembre 2014 (en ligne), « Zhejiangsheng jiben qiaoqing diaocha 浙江省基本侨情调查 [Enquête sur la situation des Chinois d'outre-mer de Zhejiang 2014] ». *Wenzhouribao 温州日报 [Journal de Wenzhou].* http://www.wzrb.com.cn/article583527show.html. (consulté le 24 juillet 2016)

Wencheng wenhua xinxiwang, 22 février 2013 (en ligne), « Yonghao qiaoxiang ziyuan yindao qiaozi huigui 用好侨乡资源引导侨资回归文成金改主打"侨牌" [Profiter des ressources des foyers d'émigration, entraîner le retour des capitaux de la diaspora et la réforme financière de Wencheng] ». *Informations et culture de Wencheng*, http://www.wcwgxj.com/News_Blank.asp?ID=1601, (consulté le 10 décembre 2015).

« Wenzhoushi qiaoban diaoyanzu fu Lucheng Qiduzhen diaoyan qiaoqing 温州市侨办调研组赴鹿城七都镇调研侨情 [Le Qiaoban de Wenzhou visité à Qidu pour l'enquête des émigrants] » 2005, 11 juillet 2005 (en ligne), http://www.chinaqw.com/node2/node2796/node2883/node3169/userobject6ai251844.html, (consulté le 07 août 2016)

Xiao Yexi, 10 mars 2014 (en ligne), Wenzhoushizhang Chen Jinbiao: Huanyingqiaoshanglaiwentouzixinxingchanye 温州市长陈金彪：欢迎侨商来温投资新兴产业 [Le maire de Wenzhou, Chen Jinbiao: est le bienvenu à Wenzhou pour investir le nouveau secteur économique], *Ouzhoushibao 欧洲时报 [Nouvelles d'Europe,* http://www.oushinet.com/news/exclusive/20140310/104420.html, (consulté le 9 octobre 2016)

Xinhua News, 22 février 2005 (en ligne), « Haiwai wenzhouren liutian xiangdalu huikuan 3400 wanmeiyuan 海外温州人六天向大陆汇款 3400 万美元 [34 millions de dollars US ont été envoyé à Wenzhou par sa diaspora en six jours] », http://news.xinhuanet.com/overseas/2005-02/22/content_2603211.htm. (consulté le 10 décembre 2015)

Xu Songshan, 21 avril 2011 (en ligne), « 2010 faguo xiyin zhongguo touzi ji waizi zhuangkuang 2010 年法国吸引中国投资及外资状况报告 [Rapport de la situation des investissements direct chinois et étranger en France] ». *Bureau du Conseiller Economique et Commercial de l'Ambassade Chine en France*. http://fr.mofcom.gov.cn/article/ztdy/201104/20110407510339.shtml. (consulté le 25 mars 2016)

Yongiaxian Oubei qiaoqing bianhua 永嘉县瓯北侨情变化多 [La situation des Chinois d'outre-mer du bourg d'Oubei de Yongjia], 19 octobre 2011 (en ligne) http://wzsql.66wz.com/system/2011/10/19/010896568.shtml (consulté le 7 août 2016)

Xianyan jiedao 仙岩街道 [Bourg de Xianyan], http://www.xianyan.zj.com/show/id/29428/db/0/, (consulté, le 7 août 2015)

Wu Yanling et Yuping Ding, 16 mars 2008 (en ligne), « Waimao rongzi shousuo chukou qiye zhengzha zai minjianjiedai shichang 外贸融资收缩出口企业挣扎在民间借贷市场 [Le resserrement du crédit pour le commerce d'exportation, les entreprise d'exportation se débattent dans le marché du crédit informel] ». *Reminwang 人民网 [people.com].*, http://finance.people.com.cn/GB/7004917.html. (consulté le 20 décembre 2015)

Zhang Liwei, 1er décembre 2012 (en ligne), « Développement : le "modèle de Wenzhou" au bord de la faillite ». *Courrier international*, http://www.courrierinternational.com/article/2011/12/01/developpement-le-modele-de-wenzhou-au-bord-de-la-faillite. (consulté le 16 juillet 2016)

Zhang Tianchang, 7 mars 2005 (en ligne), « Wenzhoushi tansuo waishang touzi xintujing 温州市探索外商投资新途径 [Nouveau chemin pour la recherche d'investissement des capitaux étrangers à Wenzhou] ». *Zhejiangtouzi 浙江投资 [Investissement de Zhejiang]*. http://www.investzj.com.cn/sanji.asp?id_forum=009538. (consulté le 7 décembre 2015)

Zhejiangsheng tongjiju 浙江省统计局 [Zhejiang Bureau of Statistics], 18 août 2008 (en ligne), « Waishang touzi wei Wenzhou jingji fazhan zhuru xinhuoli 外商投资为温州经济发展注入新活力 [La dynamique économique de Wenzhou est issue des capitaux étrangers] ». Zhongguoxinxibao 中国信息报 [China Information News], sect. *Chengshijingji 城市经济 [l'économie urbaine],* http://tjj.zj.gov.cn/. (consulté le 7 décembre 2015)

Zhonghuarenmin gongheguo Guiqiao Qiaojuan quanyi baohufa 中华人民共和国归侨侨眷权益保护法 [La loi de la République populaire de Chine sur la protection des droits et intérêts des Chinois d'outre-mer de retour et des membre de la famille des Chinois d'outre-mer resté en Chine], *Guowuyuan Qiaowu bangongshi 国务院侨务办公室 [Overseas Chinese Affairs Office Of The State Council],* disponible sur http://www.gqb.gov.cn/node2/node3/node5/node9/userobject7ai1272.html, (consulté le 17 janvier 2016)

Zhu Teng, 22 août 2006 (en ligne), « Ouzhouhuawenmeiti : zouguo 109 nian de fazhan daolu jiyu yu tiaozhan bingcun 欧洲华文媒体：走过 109 年的道路 机遇与挑战并存 [Médias des Chinois de la diaspora en Europe : la coexistence de défis et d'occasions après 109 années de développement] », *Xinhua net 新华网*, http://news.xinhuanet.com/overseas/2006-08/22/content_4992065.htm.(consulté le 6 octobre 2016).

Zhu Zejin, 28 janvier 2014, (en ligne), « Wenzhou xieye jiqu shifan xiaoying mingxian 温州鞋业集聚示范效应明显 [L'effet du cluster de la chaussure de Wenzhou] ». *Wenzhou shangbao 温州商报 [Journal de commerces de Wenzhou],* http://www.wenzhou.gov.cn/art/2014/1/28/art_3598_296400.html. (consulté le 28 avril 2016).

Sites internet

http://www.e-diasporas.fr/
https://www.insee.fr/
https://www.infogreffe.fr/
http://www.cnki.net/
https://baike.baidu.com/
http://wiki.mbalib.com/

http://faguo.huarenjie.com/
http://www.xineurope.com/
http://www.oushinet.com/
http://www.franceqw.com/
http://www.paris818.com/
https://www.secretchina.com/
http://www.cmediatv.com/
http://www.aecf-france.org/
http://www.ouhuamedia.com/
http://www.gqb.gov.cn/
http://www.chinaql.org/
http://www.zjswb.gov.cn/
http://www.zjsql.com.cn/
http://wzwqb.gov.cn/
http://www.qttj.gov.cn/
http://www.laql.com/
http://www.xianyan.zj.com/

Tables

Table des cartes

Carte 1 Les Chinois d'outre-mer dans le monde dans les années 2005-2010 6
Carte 2 Les Chinois de Wenzhou dans le monde dans les années 2005-2010.....6
Carte 3 Localisation géographique de la région de Wenzhou en Chine..... 14
Carte 4 Localisation des principaux quartiers chinois étudiés dans la région parisienne.. 60
Carte 5 Localisation des commerces chinois dans le quartier Arts et Métiers-Temple 63
Carte 6 Localisation des commerces chinois de Belleville 65
Carte 7 Localisation des commerces chinois de Triangle de Choisy..... 67
Carte 8 Localisation des commerces chinois de Sedaine-Popincourt 68
Carte 9 Localisation des commerces chinois de la « Rue Mongallet »..... 70
Carte 10 Localisation des commerces chinois d'Aubervilliers 71
Carte 11 Localisation des « communautés d'émigrants » de Wenzhou vers 2005-2010... 73
Carte 12 Localisation des principaux foyers d'émigration étudiés..... 74
Carte 13 Part des commerces chinois dans le total des commerces des quartiers étudiés 156
Carte 14 Localisation des établissements commerciaux chinois (Arts et Métiers-Temple) 158
Carte 15 Les commerces selon le type d'activités (Arts et Métiers-Temple)..... 161
Carte 16 Localisation des établissements commerciaux chinois (Sedaine Popincourt).. 164
Carte 17 Les commerces selon le type d'activités (Sedaine-Popincourt)..... 166
Carte 18 Localisation des établissements commerciaux chinois (Aubervilliers)..... 168
Carte 19 Les commerces selon le type d'activités (Aubervilliers) 170
Carte 20 Localisation des établissements commerciaux chinois (Belleville)..... 173
Carte 21 Les commerces selon leur type d'activités (Belleville) 175
Carte 22 Localisation des établissements commerciaux chinois (Triangle de Choisy) ... 177
Carte 23 Les commerces selon leur type d'activités (Triangle de Choisy)..... 179
Carte 24 Localisation des établissements commerciaux chinois (Rue Mongallet)..... 181
Carte 25 Les commerces selon leur type d'activités (Rue Montgallet)..... 182
Carte 26 Localisation des établissements selon le type de commerces dans la région parisienne..... 183
Carte 27 Évolution du nombre des commerces chinois dans les quartiers étudiés 187

Table des illustrations

Illustration 1 Le pont « Bienvenue À Qingtian Aux Chinois D'outre-mer » 18
Illustration 2 Maison de migrants et panneau publicitaire pour expédition expresse de colis au bourg de Qidu 80
Illustration 3 Quatre styles de restaurants chinois tenus par la diaspora Wenzhou 149
Illustration 4 La mise en scène des commerces chinois dans le quartier du Triangle de Choisy 178
Illustration 5 Le marche CIFA 191
Illustration 6 Exportation des produits chinois (Textile Habillement) de Chine (1994-2004) 193
Illustration 7 Page d'accueil du site Huarenjie.com (France) 223
Illustration 8 Tableau présentant la fréquentation du site selon douze secteurs d'activité 224
Illustration 9 Affiche située à Li'ao « Ayant à cœur sur le développement économique du pays natal » 253
Illustration 10 Maison sociale et de loisirs personnes âgées à Qidu, Wenzhou 260
Illustration 11 Le pont financé par un entrepreneur de Wenzhou établi en France 260
Illustration 12 Le spectacle chinois « *Varity Performence, Meet in Paris in the New year* » organisé par l'association et la Fédération 294

Table des tableaux

Tableau 1 Évolution du nombre des Chinois d'outre-mer dans le monde entre 1980 et 2010 4
Tableau 2 Évolution du nombre des Wenzhou établis à l'étranger (1980-2010) 5
Tableau 3 Aperçu des composantes des Chinois d'outre-mer dans le monde vers 2010 8
Tableau 4 Aperçu des foyers d'émigration de Wenzhou vers 2005-2010 74
Tableau 5 Les huaqiao de Wenzhou originaires du district de Lucheng en 2014 79
Tableau 6 Répartition des Wenzhou originaires du bourg de Li'ao dans le monde en 1986 81
Tableau 7 Méthodologie employée selon les pôles enquêtés 88
Tableau 8 Résumé de la proposition de la définition dans notre recherche 110
Tableau 9 Trois types d'entreprises de confection à Wenzhou 117
Tableau 10 La valeur totale des industries de Wenzhou 1980 et 1985 121
Tableau 11 Aperçu de l'émigration de Qingtian (1949-1978) 131
Tableau 12 Produits principaux d'exportation internationale de Wenzhou en 2013 136
Tableau 13 Situation de l'exportation internationale de Wenzhou (par continent) en 2013 136
Tableau 14 Augmentation de commerce international entre Wenzhou et France 137
Tableau 15 Les éléments de distinction entre trois « styles » de restaurants chinois tenus par la diaspora Wenzhou 145
Tableau 16 Part des commerces chinois dans le total des commerces selon leur type d'activités en 2012 (Arts et Métiers-Temple) 162
Tableau 17 Estimation du chiffre d'affaires annuel des commerces de gros chinois 163
Tableau 18 Part des commerces chinois dans le total des commerces selon leur type d'activités en 2012 (Sedaine-Popincourt) 167
Tableau 19 Part des commerces chinois dans le total des commerces selon leur type d'activités en 2012 (Aubervilliers-Rue Haie Coq) 171
Tableau 20 Part des commerces chinois dans le total des commerces selon leur type d'activités en 2012 (Belleville) 176
Tableau 21 Part des commerces chinois dans le total des commerces selon leur type d'activités en 2012 (Triangle de Choisy) 180
Tableau 22 Établissements selon le type de commerce dans les zones de concentration des commerces chinois en 2012 184
Tableau 23 Évolution des anciens quartiers de commerce chinois 188
Tableau 24 Le principaux secteurs d'exportations de la Chine (1980-2010) 192
Tableau 25 Évolution des exportations de textiles et de vêtements depuis l'ouverture économique 193
Tableau 26 Principales provinces exportatrices de textile-habillement en Chine (2000-2004 et 2009-2013) 194
Tableau 27 Chiffre d'affaires des grossistes chinois à Aubervilliers (Rue Victor Hugo et Rue Haie Coq) 204
Tableau 28 Différences et points communs dans les types d'entreprises 207
Tableau 29 Où achetez-vous principalement vos produits ? 214

Tableau 30 Aperçu des pays d'installation en 2006 des personnes originaires du Village de Suifeng 218
Tableau 31 Statistiques de la rubrique « offres et demandes d'emploi » 226
Tableau 32 Offres et demandes d'emplois de la catégorie de la « restauration » 227
Tableau 33 Offres et demandes d'emplois de la catégorie « service à la personne » 228
Tableau 34 Offres et demandes d'emplois de la catégorie « confection » 229
Tableau 35 Offres et demandes d'emploi de la catégorie « autres domaines » 230
Tableau 36 Offres et demandes d'emplois de la catégorie « étudiants » 230
Tableau 37 Offres et demandes d'emploi pour la catégorie « commerce, sectariat et activités comptables» 231
Tableau 38 Offres et de demandes d' emplois de la catégorie « assistante maternelle » de la région parisienne en fonction de leur répartition géographique 231
Tableau 39 Répartition de l'offre et de la demande d'emploi selon les secteurs d'activités 232
Tableau 40 Bilan du commerce d'import-export à Wenzhou en 2013 246
Tableau 41 Le montant des capitaux étrangers dans les trois types d'entreprises détenant des capitaux de l'étranger à Wenzhou (1985-2013) 248
Tableau 42 L'origine des capitaux étrangers à Wenzhou 250
Tableau 43 Évolution des capitaux étrangers à Wenzhou (1995-2013) 251
Tableau 44 Aperçu du développement des entreprises de type QS à Wenzhou (1984-1996) 255
Tableau 45 Situation des devises étrangères (de la remise migratoire) de Li'ao (1992-1997) 258
Tableau 46 Besoin en fonds des PME à Wenzhou en 2001 261
Tableau 47 État des besoins en Crédit Informel (CI) des PME de Wenzhou en 2001 .. 261
Tableau 48 L'évolution des relations entre les PME et le crédit informel à Wenzhou .. 263
Tableau 49 Liste des membres du Conseil et du Bureau de la X^{e} session de la cérémonie du renouvellement de l'équipe-ACC 292
Tableau 50 Les principaux organes de presse des Chinois de la diaspora en France 297

Table des matières

Introduction générale 1
I. Le Chinois d'outre-mer dans le monde....1
Évaluation démographique : un essai de mesure....1
Répartition géographique : une différence interne....5
Les principales aires de départ en Chine....8
La question de la « diaspora Wenzhou »....9
II. Les Chinois de Wenzhou en France....10
L'immigration chinoise : un groupe minoritaire....10
L'immigration chinoise originaire de Wenzhou : le plus ancien groupe chinois....10
La localisation résidentielle des Wenzhou dans la région parisienne : une tâche impossible....12
III. Le choix d'étude de la diaspora chinoise issue de Wenzhou....14
Un lieu symbolique de l'entrepreneuriat privé en Chine....16
Un phénomène migratoire visible en tout lieu…....17
Un lien incontournable....18
Une recherche lacunaire....20
IV. Le positionnement de la recherche....21
V. Organisation de la thèse....23
VI. Limités et difficultés de l'enquête et de la rédaction....23

Partie I Wenzhou, rencontre d'une diaspora en France.... 25

Introduction de la première partie.... 27

Chapitre 1 Construire une thèse sur l'organisation économique de la diaspora issue de Wenzhou.... 29
1.1 La notion de « diaspora » et l'approche de l'organisation économique de la diaspora issue de Wenzhou....31
1.1.1 La notion de « diaspora »....31
1.1.2 L'usage du terme « diaspora » à propos des migrations internationales chinoises....36
1.1.3 État de l'art sur la diaspora chinoise....39
1.2 Appréhender l'organisation économique de la diaspora Wenzhou....43
1.2.1 Apport des théories des migrations internationales....43
1.2.2 Expression de la langue chinoise et romanisation....46
1.3 Problématiser l'organisation économique de la diaspora Wenzhou....54

Chapitre 2 Découvrir les relations entre le pays d'installation et le pays d'origine : méthode d'enquête.... 57
2.1 La présence des commerçants chinois en région parisienne et leurs lieux de départ....59
2.1.1 Lieux d'installation dans la région parisienne....59
2.1.2 Lieux de départ : la région de Wenzhou....73
2.2 Méthodes d'enquête mobilisées....83
2.2.1 Observation participante....83
2.2.2 Entretiens semi-directifs et ouverts....84
2.2.3 Enquêtes par questionnaire....86
2.2.4 Relevé des commerces et observation sur le terrain....87
2.2.5 Regroupement et traitement des données statistiques officielles et non-officielles....88
2.3 Géographie des relations économiques entre deux aires....91
2.3.1 Stratégie de l'enquête de terrain : la formation de liens de « confiance »....91

2.3.2 Difficultés rencontrées : faire face aux éléments prévisibles et imprévus 92
Conclusion de la première partie 95
Partie II Wenzhou, un entrepreneuriat diasporique 97
Introduction de la deuxième partie 99
Chapitre 3 Le « Modèle de Wenzhou » en Chine 101
3.1 Wenzhou : l'un des modèles économiques chinois 102
3.1.1 Le terme de « modèle » 102
3.1.2 Émergence de plusieurs modèles économiques dans les différentes provinces 104
3.2 L'origine et le développement de « Modèle de Wenzhou » 108
3.2.1 L'origine historique 108
3.2.2 Un modèle critiqué sur le plan idéologique comme chemin vers le capitalisme 110
3.2.3 Un modèle économique qui franchit la frontière… 112
3.3 Les secteurs d'activités privilégiés 115
3.3.1 La « capitale » du cuir et de la chaussure de Chine 115
3.3.2 La « cité » de la confection de Chine 116
3.3.3 La « base nationale de la production » de briquets 118
3.3.4 La « capitale » du matériel électrique de Chine 119
3.4 La spécificité du « Modèle de Wenzhou » 120
3.4.1 Les petites et moyennes entreprises familiales 120
3.4.2 Le berceau du capitalisme privé : le « crédit informel » de Wenzhou 123
3.4.3 Une tradition économique locale : l'école de Yongjia 127
3.4.4 Réseaux migratoires : migrants internes et migrants internationaux 129
3.4.5 Un grand marché national et international 133
Chapitre 4 L'organisation entrepreneuriale de la diaspora Wenzhou en France 139
4.1 Les « trois couteaux » : aux origines des activités économiques des Wenzhou en France 142
4.1.1 La restauration : le couteau du cuisinier 142
4.1.2 La maroquinerie : le couteau du coupeur de cuir 150
4.1.3 La confection : le couteau du tailleur 152
4.1.4 Une scène de vie autour de « trois couteaux » 154
4.2 L'essor du commerce de gros et l'importation des produits chinois 156
4.2.1 La situation actuelle de la concentration des commerces chinois 157
4.2.2 L'évolution du quartier étudié : une comparaison entre 1985 et 2012 187
4.2.3 Les facteurs de l'essor du commerce de gros : l' « explosion » des exportations chinoises 192
4.3 Insertion spatiale et stratégie commerciale : entre visibilité et invisibilité 195
4.3.1 Le rôle moteur du marché ethnique du travail 195
4.3.2 La logique de la concentration 199
4.3.3 Stratégies commerciales et visibilité 200
Chapitre 5 La métamorphose du « Modèle de Wenzhou » en France : convergences, divergences et transformations 203
5.1. Les types d'entreprises à Wenzhou et en France 204
5.1.1 Différences de tailles 204
5.1.2 Une croissance « exponentielle » à Wenzhou : le cas de l'entreprise Chint 205
5.1.3 Une croissance modeste dans la région parisienne 206
5.1.4 Différences et points communs 206

5.2 Le rôle du financement informel dans la création et le développement des entreprises 208
5.2.1 Le rôle important de la tontine dans la création des entreprises 208
5.2.2 Différences dans la pratique de la tontine en France et en Chine 209
5.3 Les produits distribués par l'entrepreneuriat Wenzhou 212
5.3.1 Un système d'exclusivité dans la distribution en France 212
5.3.2 Un système homogène d'approvisionnement en Chine 213
5.4 Les réseaux migratoires à base familiale comme ressources à l'organisation économique 216
5.4.1 L'importance des réseaux migratoires en Chine 216
5.4.2 Le rôle prépondérant en France des réseaux migratoires à caractère familial 217
5.4.3 Une organisation reposant sur un marché ethnique du travail 220
5.4.4 Un reflet du marché ethnique du travail : le site *Huarenjie.com* 221

Conclusion de la deuxième partie 237

Partie III Wenzhou, retour d'outre-mer ? 239

Introduction de la troisième partie 241

Chapitre 6 Le rôle économique de la diaspora Wenzhou en Chine 243
6.1 La diaspora, facteur de développement économique de Wenzhou 244
6.1.1 Le lien entre l'investissement de la diaspora et l'économie de Wenzhou 244
6.1.2 Les remises migratoires : un rôle important dans le développement économique de Wenzhou 256
6.2 Le rapport entre crédit informel et le développement économique de la région de Wenzhou 261
6.2.1 Le besoin fort du crédit informel à Wenzhou 261
6.2.2 L'évolution des relations entre les PME et le crédit informel à Wenzhou 263
6.3 Les réseaux et les modalités de la distribution des produits 266
6.3.1 Les réseaux d'entrepreneurs Wenzhou 266
6.3.2 Les modalités de la distribution des produits de Wenzhou 270

Chapitre 7 La consolidation de la politique de la Chine vis-à-vis de la diaspora à travers l'exemple de Wenzhou 275
7.1 L'évolution de la politique d'État chinoise vis-à-vis la diaspora chinoise 277
7.1.1 Le « statut particulier » de la diaspora chinoise dans la politique de l'État 277
7.1.2 La politique territoriale aux échelles provinciale et locale 281
7.2 Les mesures prises par les autorités locales de Wenzhou 285
7.2.1 Le « contrôle » effectué par le Bureau (*qiaoban)* 285
7.2.2 Les actions menées par la Fédération (*qiaolian*) 286
7.3 Le fonctionnement des associations Wenzhou d'outre-mer 288
7.3.1 Les types d'associations de la diaspora Wenzhou 290
7.3.2 Le cas d'une association chinoise de la diaspora Wenzhou 291
7.3.3 La presse chinoise de la diaspora : un appui pour la communication ? 295
7.4 Le lien entre la diaspora Wenzhou, les représentants diplomatiques et les grandes entreprises internationales chinoises : la manifestation d'un autre visage politique ? 299

Conclusion de la troisième partie 302

Conclusion générale 305
I. Une organisation économique transnationale 306

II. Une réflexion sur la notion de « diaspora » 313
III. Des apports d'un terrain parisien à une réflexion sur l'usage d'internet dans les collectes des données scientifiques 314
IV. Limites de la recherche 316
V. Perspective de l'approfondissement des recherches 316

Annexes 319
Annexe 1 Administration territoriale de Chine 320
Annexe 2 Cinq critiques envers le système national des statistiques 321
Annexe 3 Lexique des termes chinois et glossaire 322
Annexe 4 Liste des signes et abréviations 323
Annexe 5 Équivalences des monnaies 324
Annexe 6 Grilles d'entretien 325
Annexe 7 Liste des principaux enquêtés dans la thèse 328

Bibliographie 331
Références scientifiques 331
Annuaires 348
Références web (articles d'internet, textes officiels et rapports) 349
Sites internet 355

Tables 357
Table des cartes 357
Table des illustrations 358
Table des tableaux 359
Table des matières 361

La diaspora Wenzhou en France et ses relations avec la Chine

Résumé :

La diaspora chinoise a pris de l'ampleur depuis la deuxième moitié du XIX^{ème} siècle. En France, la migration de Chinois originaires de la région de Wenzhou, s'est intensifiée depuis les années 1980. Ce sous-groupe de la diaspora chinoise a dès lors rapidement développé ses activités économiques. L'objectif cette thèse consiste à étudier l'organisation économique, sociale et spatiale des migrants de Wenzhou en France, principalement dans la région parisienne, et d'analyser les rapports économiques et sociaux que ceux-ci entretiennent avec la Chine en général et avec leur région d'origine en particulier. L'hypothèse centrale de la thèse est que le « Modèle de Wenzhou » en Chine, tel qu'il est identifié et analysé par les universitaires chinois, et le développement de l'entrepreneuriat chinois issu de Wenzhou en France sont étroitement liés. Pour ce faire, nous interrogerons notamment l'idée d'une « importation » de ce modèle en France. Les résultats de cette thèse permettent de révéler l'existence d'une économie transnationale originale, reliant la France et la Chine, qui a été soutenue par la diaspora Wenzhou et a produit une forme de « transfert migratoire » dans chacun des deux pays. Plus largement, la thèse permet de montrer de quelle manière la diaspora chinoise en France a contribué au développement économique de la Chine et comment elle a pu bénéficier de la nouvelle politique de la Chine initiée au début des années 2000 pour se consolider.

Mots-clés : diaspora chinoise, modèle de Wenzhou, organisation économique, entrepreneuriat, relations transnationales.

The Wenzhou diaspora in France and its relation with China

Abstract:

The Chinese diaspora has been growing since the second half of the nineteenth century. In France, the Chinese immigration from the region of the Wenzhou has intensified since the 1980s. This sub-group of the Chinese diaspora has since rapidly expanded its economic activities. The objective of this thesis is to study the economic, social and spatial organization of Wenzhou migrants in France, manly in the Paris region, and to analyze the economic and social relations that they maintain with China in general and with their region of origin in particular. The central hypothesis of the thesis is that the economic "model of Wenzhou" area, as identified and analyzed by the Chinese scholars, and the development of Chinese entrepreneurship in France are closely linked in particular through "Import"of this model in France. The results of our thesis reveal the existence of an original transnational economy connecting France and China, that was supported by the Wenzhou diaspora and that produced a form of "migratory transfer" in each of the two countries. More broadly, the thesis helps to show how the Chinese diaspora in France contributed to the economic development of China, but also how it benefitted from measures included in China's new policy initiated in the early 2000s to consolidate itself.

Keywords : Chinese diaspora, model of Wenzhou, economic organization, entrepreneurship, transnational relations.