

« Les petits commerçants chinois au Sénégal et au Mali » (2007)

par Antoine Kernén, enseignant à l'Université de Lausanne et à l'Institut d'études sur le développement de Genève, et Benoît Vuilliet, chargé d'enseignement à l'IUED

Jusqu'à présent la thématique du renforcement des liens économiques et politiques entre la Chine et l'Afrique a presque exclusivement été abordée par des internationalistes, et dans des termes géostratégiques. L'approche n'est pas dénuée de pertinence puisqu'elle permet de souligner un fait difficilement contestable : la Chine s'est élevée en quelques années au rang de véritable puissance africaine, et comme pour les autres acteurs majeurs sur le continent, l'exploitation et le contrôle des ressources naturelles sont au cœur de ses préoccupations.

Toutefois, ce type de lecture des nouveaux rapports Chine/Afrique offre une analyse très partielle de la réalité. On en reste souvent à une approche classique de relations exclusivement interétatiques. Outre les articles généraux sur la politique pétrolière chinoise en Afrique, il existe certes quelques travaux monographiques. Bien documentés, ceux-ci évitent les jugements à l'emporte-pièce et mettent en lumière la manière dont la politique chinoise s'articule sur des amitiés, parfois anciennes, des luttes et des ambitions personnelles au sein de telle ou telle classe politique¹. Malgré les qualités indéniables de ces travaux, leur limite commune est toutefois de considérer le gouvernement chinois et les entreprises pétrolières chinoises comme une seule et même entité. Or, il n'est pas certain que les entreprises pétrolières chinoises ne fassent que répondre aux diktats du gouvernement de Pékin. Les études faites sur les grands groupes industriels chinois montrent en tout cas que ceux-ci jouissent d'une autonomie de plus en plus grande pour développer leurs stratégies propres et

¹ Voir notamment les communications au colloque *A 'Chinese Scramble'?*, *The Politics of Contemporary China-Africa Relations*, Cambridge, Sussex College, 12-13 juillet 2006 : S. Srinivasan, « Bang for Barrel : Who Will Get the most out of Sino Nigerian Relationship » ; D. Large, « China-Sudan Relations : The Politics of Petroleum on the Nile » ; M. E. Ferreira, « China in Angola : We don't need no advise or another brick in the Wall » ; R. Soares de Oliveira, « The Geopolitics of Chinese Oil Investment in Africa ».

qu'ils tendent à agir comme des entreprises « globales »². Pourquoi le secteur pétrolier chinois agirait-il si différemment en Afrique ? La réalité est sans doute plus complexe, faite d'alliances avec d'autres groupes pétroliers, de prises de participation, etc. Les recherches sur les entreprises d'Etat en Chine sont unanimes à souligner qu'une participation majoritaire ou la propriété de l'Etat n'exclut nullement leur marge de manœuvre par rapport au pouvoir politique³.

Plus fondamentalement encore, la plupart des travaux disponibles se focalisent exclusivement sur la question pétrolière et perdent de vue les autres enjeux commerciaux liés à la présence chinoise en Afrique. Or, la spécificité de cette dernière réside justement dans les autres secteurs de l'économie où nombre d'entreprises chinoises investissent, y compris dans des pays « non utiles », dépourvus de ressources énergétiques ou minières, et que l'Occident tend à désertier. La présence de commerçants ou/et de produits chinois est devenue un fait extrêmement banal au sud du Sahara. Elle repose sur la montée en puissance des capacités exportatrices de l'économie chinoise et sur la réalisation de grands chantiers dont les travailleurs s'établissent dans les pays concernés une fois ces derniers achevés ou leur contrat d'embauche venu à échéance. La diversification des modalités de l'irruption des entreprises chinoises sur le continent invalide le facteur monocausal énergétique et minier. Il n'y a pas une seule « stratégie chinoise » en Afrique, et l'implantation de près de 130 000 ressortissants chinois rend bien compte de cette diversité⁴.

Malgré leur indéniable nouveauté, ces réseaux commerciaux en Afrique s'inscrivent dans une certaine continuité historique que la propagande chinoise ne manque pas de rappeler. Des historiens reconnus soulignent également quant à eux le maintien ou l'arrivée de commerçants chinois pendant la colonisation⁵. Cette dernière n'a pas remis en cause l'organisation du trafic maritime sur cette route des épices dont les Européens ne seront eux-mêmes, pendant une longue période, que l'une des composantes⁶.

La littérature contemporaine sur les migrations s'est beaucoup renouvelée ces dernières années. Il ne s'agit plus seulement de considérer le migrant dans l'environnement de la société d'accueil, mais aussi en fonction des liens qu'il conserve avec son pays d'origine.

² Jean-François Huchet et Richet Xavier, *Gouvernance, coopération et stratégie des firmes chinoises*, Paris, L'Harmattan, 2005.

³ Antoine Kernén, *La Chine vers l'économie de marché*, Paris, Karthala 2004.

⁴ *Africa Confidential*, 3 nov.2006, vol 47, n°22, pp.6-8.

⁵ Denys Lombard, *Le Carrefour Javanais. Essai historique d'histoire globale*. Tome II : *Les réseaux asiatiques*, Paris, Éditions de l'EHESS, 1990.

⁶ Marie-Claire Bergère, *Le Mandarin et le Compradore*, Paris, Hachette, 1998.

Cette approche permet de déconstruire une catégorisation par trop globalisante. Les migrants ne sont pas tous égaux face à la migration. Les travaux sur les migrants à l'intérieur même de la Chine rendent compte de cette évolution théorique et montrent comment les réseaux se structurent autour d'une appartenance familiale, d'un lieu d'origine (village, bourg district.) Les travaux sur la diaspora chinoise insistent en outre sur les appartenances régionales, sur le moment du départ, sur les conditions de celui-ci, sur le niveau socioprofessionnel des migrants⁷.

Dans le contexte africain aussi, il sera important de déconstruire cette catégorie par trop globalisante des « Chinois en Afrique ». Qui sont-ils ? D'où viennent-ils ? Pourquoi, quand et comment sont-ils arrivés sur le continent ? A ce jour, force est de constater que rares sont les recherches qui analysent le terme de « Chinois » en Afrique. Il est vrai que l'approche des commerçants chinois en Afrique n'est pas forcément aisée. Ils n'ont généralement que des notions très élémentaires de la langue de leur pays de résidence et s'expriment essentiellement en chinois. Ce n'est sans doute pas un hasard si les deux recherches qui ont tenté de différencier les Chinois en Afrique ont été conduites par des personnes maîtrisant cette langue. Il s'agit en premier lieu de l'anthropologue Elisabeth Hsu qui a étudié les médecins chinois en Tanzanie⁸. Son travail étudie avec finesse le lieu d'origine, les motivations du départ, le moment et l'âge lors de l'arrivée en Tanzanie. L'une de ses conclusions a trait au nombre des retraités du secteur de la santé⁹.

Le travail de Heidi Haugen et de Jorgen Carling sur les commerçants chinois au Cap-Vert est aussi fort instructif¹⁰. Grâce à de nombreux entretiens, ils ont réussi à reconstruire l'histoire de cette petite communauté et les modalités de son arrivée sur l'archipel. Leur analyse y distingue deux réseaux principaux de commerçants chinois. Le premier est lié à la trajectoire un peu particulière d'un étudiant chinois de Lisbonne qui, après avoir été recalé à ses examens, a décidé de partir au Cap-Vert pour s'y installer. Grâce à son aide, une cinquantaine de personnes liées à sa famille originaire d'un village du Fujian vont décider de le rejoindre. Ce réseau entre un village du Fujian et le Cap-Vert n'a évidemment rien à voir avec celui du roi du casino de Macao, Stanley Ho, qui développe un nouveau Las Vegas sur

⁷ Chloé Cattelain, Marylène Lieber, Claire Saillard et Sébastien Nguen, « Les déclassés du Nord : Une nouvelle migration chinoise en France », *Revue européenne des migrations internationales*, Vol 21(3) 2005, pp. 27-52.

⁸ E. Hsu & E. Hog (eds), "Countervailing Creativity : Patient Agency in the Globalisation of Asian Medicines", *Anthropology and Medicine*, Special Issue, Volume 9 (3) 2002, pp. 291-314.

⁹ L'âge de la retraite officiel est de 55 ans pour les femmes et 60 pour les hommes, mais de nombreuses personnes prennent des retraites anticipées.

¹⁰ Heidi Ostbo Haugen and Jorgen Carling, « On the edge of the Chinese diaspora : the surge of baihuo business in an African city », *Ethnic and Racial Studies*, Vol. 28(4) July 2005, pp. 639-662.

l'île pour la Jet Society. La recherche de Heidi Haugen et de Jorgen Carling illustre fort bien les relations très différenciées à l'Etat des entrepreneurs chinois en Afrique. Alors que les petits commerçants du Fujian au Cap-Vert n'entretiennent même pas de rapports avec les représentants de l'Etat chinois, Stanley Ho, comme la plupart des tycoons de Hong Kong et Macao, s'est fait coopter par Pékin. Dès lors son projet a pu compter sur les réseaux diplomatiques chinois sur l'archipel.

Le cas du Cap-Vert est extrême, tellement la distance est forte entre le milliardaire et les vendeurs de bassines en plastique du Fujian. Mais cette disparité des situations est pourtant bien documentée par la littérature sur la transition économique chinoise. Ainsi, la privatisation à Shenyang ne peut se comprendre sans analyser les relations à l'Etat des « nouveaux » entrepreneurs privés¹¹. La situation sociale de départ ou l'entreprise-mère dans le pays de départ sont des variables essentielles qui permettent de catégoriser les différents types d'entrepreneurs chinois en Afrique. Pour certaines entreprises, il y a un lien évident entre la coopération et la présence sur les marchés africains (cas d'une entreprise de turbines électriques d'Harbin présente au Soudan¹².) D'autres entreprises importantes ont bénéficié du soutien d'organismes gouvernementaux mis en place pour favoriser les investissements en Afrique, mais elles restent peu nombreuses. De façon générale, il ne faut pas surévaluer la force de ces organismes récents, sans grands pouvoirs ni ressources¹³. Les logiques économiques autonomes qui poussent les entreprises chinoises vers de « nouveaux » marchés sont bien plus puissantes. Et la plupart des PME opèrent seules, sans aucun soutien de l'Etat¹⁴. Ainsi de cet ancien employé au chômage d'un grand magasin de la province côtière du Jiangsu, qui a décidé d'émigrer pour rejoindre un parent petit-commerçant à Dakar. Après s'être familiarisé quelques mois avec son nouvel environnement, il a décidé de se mettre à son compte. Il est retourné en Chine pour mobiliser l'épargne de son entourage et acheter des habits, mais, hélas pour lui, la première livraison a été un fiasco : les chemises achetées étaient de trop petites tailles pour ses clients et les habits d'enfants se sont mal vendus. Il a fini par devenir le « roi des tongs » en plastique. Très vite, nombre de ses compatriotes l'imitent, réduisant drastiquement les marges et causant l'hostilité des commerçants locaux. Sun adapte rapidement sa stratégie en conséquence et opte pour les sandales massantes. Là

¹¹ A. Kernen, *La Chine vers l'économie de marché : les privatisations à Shenyang*. Paris, Karthala, 2002.

¹² Interview 12. 11.2006 Harbin (RPC)

¹³ interview au China Africa Business Council, Beijing 5.01.07.

¹⁴ interview auprès d'entreprises privées à Shenzhen 27.12.2006.

aussi, le succès est immédiat. Aujourd'hui, il a une gamme très complète de sandales et fait un chiffre d'affaires annuel de 8 millions de Renminbi (environ 1 million d'euros)¹⁵.

En se focalisant sur les différents acteurs, on peut complexifier l'image de la présence chinoise en Afrique et comprendre comment elle se décompose en une multitude de stratégies ayant chacune des logiques propres. Ce ne sont pas seulement quelques compagnies pétrolières chinoises qui vont changer la donne au sud du Sahara, mais au moins autant ces multiples entreprises qui trouvent en Afrique un « marché facile d'accès étant donné la force principale des produits chinois : le prix »¹⁶. Dès lors, pour analyser cette nouvelle situation, il faut prendre en considération un plus grand nombre d'acteurs, sans pour autant exclure l'Etat et sa politique étrangère.

¹⁵ *Wenhui bao* (HongKong), 26.11.2006,

http://www.wenweipo.com/news.phtml?news_id=CH0611120017&cat=002CH

¹⁶ Entretien avec M. Feng, CEO d'une entreprise privée basée à Shenzhen, active dans la téléphonie en Afrique (11.11.2006).