

Zeitschrift: Défis / proJURA

Herausgeber: proJURA

Band: - (2016)

Heft: 3

Artikel: Le Jurassien qui étudie les marchés chinois en Russie

Autor: Walzer, Didier / Baumann, Félix

DOI: <https://doi.org/10.5169/seals-823849>

Nutzungsbedingungen

Die ETH-Bibliothek ist die Anbieterin der digitalisierten Zeitschriften auf E-Periodica. Sie besitzt keine Urheberrechte an den Zeitschriften und ist nicht verantwortlich für deren Inhalte. Die Rechte liegen in der Regel bei den Herausgebern beziehungsweise den externen Rechteinhabern. Das Veröffentlichen von Bildern in Print- und Online-Publikationen sowie auf Social Media-Kanälen oder Webseiten ist nur mit vorheriger Genehmigung der Rechteinhaber erlaubt. [Mehr erfahren](#)

Conditions d'utilisation

L'ETH Library est le fournisseur des revues numérisées. Elle ne détient aucun droit d'auteur sur les revues et n'est pas responsable de leur contenu. En règle générale, les droits sont détenus par les éditeurs ou les détenteurs de droits externes. La reproduction d'images dans des publications imprimées ou en ligne ainsi que sur des canaux de médias sociaux ou des sites web n'est autorisée qu'avec l'accord préalable des détenteurs des droits. [En savoir plus](#)

Terms of use

The ETH Library is the provider of the digitised journals. It does not own any copyrights to the journals and is not responsible for their content. The rights usually lie with the publishers or the external rights holders. Publishing images in print and online publications, as well as on social media channels or websites, is only permitted with the prior consent of the rights holders. [Find out more](#)

Download PDF: 03.02.2026

ETH-Bibliothek Zürich, E-Periodica, <https://www.e-periodica.ch>

ROGER MEIER/BIST



Félix Baumann: « J'ai été surpris par l'évolution très rapide du mode de vie des habitants d'Irkoutsk. »

Le Jurassien qui étudie les marchés chinois en Russie

Russophile, le Delémontain Félix Baumann a effectué de nombreux séjours prolongés dans ce gigantesque pays et particulièrement à Irkoutsk, en Sibérie orientale. Il y réalise actuellement sa thèse universitaire sur l'influence sociologique des marchés chinois vis-à-vis de la population autochtone. Immersion.

Par Didier Walzer (collaboration Félix Baumann)

Le marché chinois de Kitai-gorod est composé de pavillons en métal alignés en rangées et de trois grands bâtiments dans lesquels on trouve aussi de petits stands. Shangai City Mall, quant à lui, est situé au centre-ville, à l'emplacement de l'ancien marché chinois en plein air (Shanghaika, littéralement la petite Shanghai). Il s'agit d'un grand centre commercial divisé en petits stands. On y vend habits, chaussures, appareils ménagers, articles de sport, jouets, literie, matériel de construction, etc.

«Je m'intéresse plus particulièrement à l'étiquetage des marchandises et à leur circulation. L'idée de base est d'étudier le passage d'un objet du statut de chose à celui de marchandise, souligne l'intéressé. Exemple plus proche de nous: un mouton qui paît dans son pré et qui termine sur l'étal du boucher, puis comme carcasse, passe par diverses mains (éleveur, acheteur en gros, boucher, vendeur en magasin...), qui lui assignent, à chaque étape, des qualités et un prix.

Dans le même ordre d'idée, j'essaie de voir comment des chaussettes arrivent sur un marché «chinois» et quelles sont les qualités qui lui permettent de s'y trouver.»

Relations entre marchandises et rapports sociaux

Dans un deuxième temps, Félix Baumann poursuit l'objectif d'étudier les relations entre marchandises et rapports sociaux selon le principe que les «objets ont une vie sociale» – idée développée par l'anthropologue Appadurai. Originalité de la démarche du Jurassien: partir de la marchandise pour aller vers l'organisation sociale. Jusqu'à présent, en effet, peu de recherches ont été effectuées sur le rapport des êtres humains aux objets. Il s'agit de recueillir des données sur les marchés grâce aux contacts avec les acteurs sur place, soit les propriétaires de stands, les vendeurs, les acheteurs en gros, ainsi que les consommateurs. Une démarche qui nécessite

un véritable travail de terrain. «Le but plus large est de savoir concrètement comment fonctionne un marché et plus particulièrement un marché chinois. En effet, on a souvent tendance à simplifier la réponse en affirmant qu'un marché est organisé selon la loi de l'offre et de la demande avec des acteurs rationnels et individualistes cherchant à maximiser leur profit», explicite Félix Baumann.

Autre objectif: (re)mettre en cause les explications basées sur les théories néolibérales qui ont eu tendance à régir de nombreux domaines, y compris non économiques (clubs de tennis, par exemple, avec l'idée du joueur inter-clubs qui s'acquitte d'une cotisation supplémentaire en vertu du principe du pollueur-payeur).

Bilan intermédiaire

«La situation sur les marchés a beaucoup évolué par rapport à 2010, dernière fois où j'étais à Irkoutsk. Le marché chinois est désormais une entité avec une marque bien définie, des bus qui y conduisent, des affiches pour attirer la clientèle. Rien à voir, donc, avec l'immense marché à ciel ouvert de l'époque, qui n'était par ailleurs même pas indiqué sur les plans d'Irkoutsk.»

Du point de vue de la marchandise aussi, Félix Baumann n'a pas peur d'affirmer qu'elle est fabriquée en Chine – ce qui était moins le cas auparavant. Il est parallèlement intéressant de constater que l'on n'hésite pas à mettre en exergue la provenance des produits: Russie, Kirghizstan ou Biélorussie. «Cela prouve que le statut des marchandises venant de ces pays a évolué. La concurrence est assez vive pour les marchés que j'étudie en raison de l'apparition d'Internet – possibilité de commander en ligne et d'aller chercher les produits au dépôt –, de la construction de plusieurs centres commerciaux avec cinémas, fast-foods, coin jeu pour les enfants, qui allient achats et loisirs. De nombreux pavillons sont vides et les vendeurs avec qui je parle font



Le marché de Kitai-gorod (ville Chine), à Irkoutsk.

état de leurs difficultés économiques consécutives à la chute du rouble et à l'importation trop onéreuse de produits étrangers.»

L'origine des vendeuses et vendeurs est très diverse : on trouve des Russes, des Chinois, des Vietnamiens, des Africains, des Tadjiks, des Kirghizes, des Azéris, des Géorgiens.

Si certaines nationalités sont spécialisées dans des produits particuliers (les Tadjiks vendent les chaussures par exemple), l'origine des marchandises vendues est très diversifiée. «Sur un même stand, on peut découvrir des produits provenant de Turquie et de Chine en passant par le Kirghizstan, des vendeurs en gros à Irkoutsk se trouvant à Kitai-gorod. Il n'existe donc pas vraiment un canal de distribution unique par stand.»

Fascination pour les produits européens

S'agissant des Chinois, difficile d'établir des relations avec certains d'entre eux, car les étrangers ont l'interdiction, depuis 2007, de travailler sur les marchés. Ils craignent d'être

découverts ou ne veulent pas entrer en contact avec des inconnus. La méfiance est également réciproque entre Russes et Chinois, les premiers ayant peur d'une «invasion jaune» ou de revendications territoriales (la région à l'est d'Irkoutsk a été chinoise au XIX^e siècle) et les seconds d'être renvoyés de Russie pour des questions de permis de séjour.

«J'ai été surpris par l'évolution très rapide du mode de vie des habitants d'Irkoutsk, de celle des mœurs et de cette fascination toujours aussi forte pour les produits européens, même si la situation politique crée plutôt un sentiment anti-européen. Un H & M dans un centre commercial appelé Rive gauche au cœur d'Irkoutsk est pour moi assez irréel par rapport à ce que j'avais vu dix ans auparavant.»

Le complexe vis-à-vis des étrangers que nourrissait la génération qui a aujourd'hui plus de 50 ans a pratiquement disparu chez les jeunes. Au niveau vestimentaire également, l'évolution est très nette. Voici dix ans, les jeunes hommes étaient tout de noir vêtus avec des képis et des chaussures

en cuir. Aujourd'hui, on peine à différencier leur habillement de celui des jeunes Suisses.

«Point de vue consommation, on assiste désormais, à Irkoutsk, à un phénomène intéressant, dans le sens où les marchés chinois, cœur de distribution dans cette ville – marché de gros d'où tout était redistribué dans les plus petits points de vente au centre –, se sont placés comme marchés de gros bon marché pour faire face à la concurrence des grands centres commerciaux de type européen, analyse notre interlocuteur. Pour moi, il est également frappant de constater à quel point les produits circulent librement et sont consommés sans arrière-pensée, alors que j'ai pour la première fois entendu des réflexions du type «Vous, les Européens...» Cette absence totale de lien entre la consommation et les valeurs me choque.»

Au niveau scientifique, Félix Baumann est persuadé que les étiquettes sont collées en Russie et qu'il existe un marché des vignettes à placer sur les produits en fonction des marchés auxquels ils sont destinés.

Qu'est-ce qu'un produit chinois ?

Dans le cadre d'un travail de thèse sur l'anthropologie économique – qu'il terminera en mars 2018 –, le Delémontain Félix Baumann (39 ans), inscrit à l'Université de Neuchâtel, a passé plusieurs mois à Irkoutsk, en Russie, pour tenter de savoir ce que signifie «Made in China» ou qu'est-ce qu'un produit chinois.

Pour obtenir des réponses, il a concrètement étudié, sur le terrain, les marchés Kitai-gorod (ville Chine) et Shanghai City Mall. Le Jurassien est suivi dans sa démarche par le professeur Ellen Hertz, spécialiste en anthropologie économique et juridique. Elle a, entre autres, réalisé un travail de terrain sur la Bourse de Shanghai.