

86 : Chalkis ou la mondialisation expliquée aux enfants. Comédie géographique en quatre actes

Le courrier de Cassandre n°86 pour une carte du Monde nouvelle, pour une géographie "curieuse" vous est offert ce 15.12.08 par les cafés-géo.

Ceci est de l'histoire pour géographes amoureux du monde tel qu'il est. Simple, lumineuse, tranquille, pas trop compliquée par des boucles de rétroaction dont les flèches en tous sens persuadent le novice que tout est vrai dans le monde et réciproquement. Pour faire bref, l'histoire ci-dessous est un modèle de notre temps.

Prologue

Chalkis, comme son nom ne l'indique pas, est le groupe agro-alimentaire le plus puissant de la Chine populaire. Il a la particularité d'être l'une des filiales d'un énorme conglomérat militaro-industriel, le *Corps de production et de construction du Xinjiang*. Son siège social est à Ouroumtchi (Ürümqi, Wulumuji), au pied des Monts du Ciel (Tianshan) et au sud de la vaste steppe désertique du bassin de Dzungarie. Qui aurait pu penser, au sortir du maoïsme en 1978, il y a trente ans, qu'un désert froid engendrerait une telle entreprise ? A-t-on déjà vu un tel conglomérat sortir des sables chauds d'un Sahara utile ?

La genèse du groupe Chalkis ressemble à un scénario californien. Il était une fois à l'Ouest de la Chine, quelques siècles avant notre ère, une sorte d'Eldorado dont provenait, depuis l'Antiquité, le jade précieux pour les Chinois. Il était acheminé de l'ouest vers l'est, à contre-courant de ce qu'on nommera plus tard la Route de la Soie, par des caravanes « sur le retour » - ce qui signifie qu'elles ne rentraient pas « à vide » -. Le royaume de Khotan, si loin, si loin du cœur de la Chine antique, possédait deux rivières descendues du Tibet, qui roulaient des blocs entiers de jade brut, que le touriste attentif peut trouver aujourd'hui encore, raréfié, dans les gorges profondes du Karakash (le fleuve noir) et surtout dans celles du Yurungkash (le fleuve vert).

Ce royaume dont les roitelets appartenaient aux peuples de l'Asie centrale fut plusieurs fois subjugué par les armées impériales chinoises, dès le 2e siècle avant notre ère. Il fut aussi culturellement indianisé. Comme tous les géographes et quelques géopolitologues devraient le savoir, un territoire, pour un pouvoir, cela compte toujours plus qu'un peuple. C'est pourquoi les sources du jade furent considérées comme chinoises par les Chinois, bien qu'elles fissent partie des terres de peuples « autres », parlant des langues bizarres, comme le khotanais, et écrivant avec des caractères « barbares », comme le kharoshti. Les dernières de ces populations étranges furent et sont encore les Ouïgours, un peuple musulman. Après moult révoltes, les armées chinoises finirent par venir à bout de toutes les résistances pour installer leur ordre, parfois chancelant. Ce fut fait au début du 20e siècle. Qui se souvient, hormis les nostalgiques et les fauteuils somptueux conservés dans les bureaux du Musée Guimet, à Paris, d'une époque où l'on pouvait circuler de Paris à Pékin sans sauter sur une mine anti-personnel ? Qui se souvient des tribulations de la progression vers Pékin de la Croisière Jaune des Automobiles Citroën (1931) ?

Les velléités d'intervention anglaise depuis l'Inde coloniale, dès le 19^e siècle, les ambitions russes qui se poursuivirent jusqu'après 1950 lorsque Staline tenta d'étendre le Turkestan tsariste à ce qu'on appelait volontiers le Turkestan chinois, alarmèrent longtemps une capitale impériale impuissante autant que ses eunuques. Dès la prise du pouvoir, en 1949, les communistes chinois confièrent à l'Armée populaire de Libération, l'APL, cœur du régime et de l'État, la mission de veiller aux frontières, de conserver ce territoire et de le mettre en valeur. L'armée fit du mieux possible dans le contexte de l'époque : elle se l'appropriâ.

Régiments et divisions occupèrent donc discrètement l'espace, à l'abri des regards des visiteurs étrangers. Les touristes ne furent admis à parcourir quelques sites archéologiques qu'en 1979. L'armée des frontières avait repris les habitudes antiques des premières années de l'Empire, au début de notre ère : la constitution d'établissements de soldats laboureurs, alignés dans les steppes de Dzoungarie et dans toutes les oasis de la Kachgarie, selon un vieux principe qui avait été appliqué ailleurs, dans les années 1830, par un célèbre général français dont la devise était : « par l'épée et par la charrue ». Le regard fixé vers l'occident, au-delà des cimes, les unités chinoises attendaient donc placidement dans leur désert le déferlement improbable des Tartares.

Ces militaires eurent le temps, à partir de 1955, date de l'« autonomie » de « leur » région, de peaufiner leur stratégie : tout contrôler avec l'aval du Parti à Pékin, y compris la police et la justice. Ils ont ainsi créé, dès l'origine, suffisamment de colonies pénitentiaires pour que les 152 fermes d'État du Corps puissent réserver les travaux les plus pénibles aux condamnés de droit commun et plus souvent aux condamnés privés de droits politiques. Puis ils ont créé des entreprises utiles à la nation : forage et raffinage de pétrole, transport jusqu'aux lieux de consommation sur la côte orientale, à quatre mille kilomètres de là. Ils ont défriché des dizaines de milliers de kilomètres carrés de steppe aride ou de limons quaternaires pour en faire des oasis irriguées. Ils ont usé des étendues salines du Lob Nor, un lac asséché, pour tester les premières bombes atomiques du pays. Ils ont si bien réussi la mise en valeur de la région, immense terrain de 1 650 000 km² (trois fois la France) qu'ils sont accusés par les Ouïgours, quelques millions d'indigènes musulmans d'origine turque (on dit turcique aujourd'hui), d'avoir fait main basse sur les meilleures terres de la région et créé à leur seul avantage une économie relativement développée, laissant ainsi les jeunes paysans ouïgours au chômage ou condamnant les plus rebelles à l'exil dans les madrasas du Pakistan.

En 1992, après avoir surmonté à Pékin la crise étudiante de 1989 et réussi à écarter du pouvoir les tenants d'un communisme « conservateur » et musclé qui voulaient refermer une Chine qu'ils estimaient en train de se faire polluer (spirituellement) par l'Occident, Deng Xiaoping accorda aux militaires chinois le droit (et le devoir) de monter leurs propres entreprises. Perdus au fin fond de l'Ouest, dans cette province d'Asie centrale qu'est le Xinjiang, les officiers reçurent « cinq sur cinq » le message : les crédits d'État sur lesquels ils vivaient allaient être coupés. Ils seraient attribués au service de tâches plus nobles : la guerre dans l'espace, la construction d'un porte-avions, la production d'aéronefs de très hautes technologies, la diversification des armements pour être en mesure de répondre un jour, éventuellement, à l'armée étasunienne. Tout cela coûte cher et paraissait raisonnable. Les « gardiens des frontières » n'étant plus d'une grande utilité après l'écroulement soviétique de 1991, il devint clair aux yeux du plus borné des stratèges que chaque militaire devait impérativement se reconverter, sous peine de passer le reste de sa vie à labourer des champs ouïgours avec sa baïonnette.

C'est pourquoi la décision fut prise, à un niveau très élevé, de donner un nouveau nom, *Xinjiang Chalkis Company Limited* au *Corps de production et de construction du Xinjiang* et de le transformer en un conglomérat producteur et constructeur tous azimuts, c'est-à-dire en entreprise capitaliste de première génération.

Acte I

La scène se passe dans le monde mondialisé.

Dans l'atmosphère plane le souvenir de Georges Perec, auteur méconnu d'un article fondateur écrit en anglais « scientifique » (CNRS oblige) et republié en français en 1991 par les Éditions du Seuil : Experimental Demonstration of the Tomatopic Organization in the Soprano (Cantatrix sopranica Linné). Comme l'avaient déjà montré avant lui Mace & Doyne (1912), Payre & Tairnelle (1916) et plus récemment Sornette & Billeveysé (1925), Perec a codifié les formes que prend la yelling reaction d'une cantatrice soumise à des jets de tomates.

Où en sommes-nous aujourd'hui ? Le groupe Chalkis est devenu le numéro deux mondial de la tomate ! Ce conglomérat est un État dans l'État, dominé par les militaires, démobilisés ou non. La délocalisation à l'envers que l'armée chinoise est en train de réaliser mériterait d'être enseignée dans les bonnes écoles du business global et peut-être aussi dans les instituts de géographie. On trouve quasiment tout le nécessaire dans les informations fournies par l'entreprise Chalkis elle-même.

Les activités de la *Xinjiang Chalkis Company Limited* sont divisées en branches bien ramifiées qui sont décrites dans ses prospectus. Elles concernent la plantation, le conditionnement et la vente de produits agricoles, l'élevage bovin, la fabrication et la vente de produits mécaniques, ainsi que de multiples produits électriques. Il faut ici rappeler que la mécanique peut concerner aussi bien les chars de combat que les moissonneuses-batteuses. Quant aux produits électriques, ils vont du ventilateur aux circuits pour têtes de fusées. Le groupe est également vendeur de moyens de transport, fabricant de produits chimiques, de textiles, de produits métalliques et de matériaux de construction, d'équipements et infrastructures divers, d'équipement de bureau, de vêtements, de chaussures, de couvre-chefs de toutes sortes, de produits alimentaires par centaines, à l'exception du vin et des cigarettes. Pour compléter ce que sait faire la *Chalkis Company Ltd*, il faut ajouter à ses talents la décoration, toutes les opérations nécessaires à l'export-import, la fabrication et l'entretien de véhicules automobiles lourds et légers... Néanmoins, le plus récent prospectus du groupe proclame fièrement à destination d'éventuels clients étrangers : *The Group's main product is tomato.*

C'est ici que, l'espoir changeant de camp, le récit change d'âme.

Acte II

La scène se passe dans la France mondialisée avant qu'elle n'ait pris conscience de la férocité de la mondialisation en progrès.

Il ne paraît pas inintéressant de reprendre un cheminement historique pour éclairer une situation géographique incomplètement connue. En 1947, au sortir de la défaite, des épreuves de l'occupation allemande et de celles de la remontée victorieuse du Rhône par les armées alliées auxquelles on associe de maigres brigades gaullistes, il est décidé par d'autres que les Français que la France vaincue fera partie des vainqueurs. Pourquoi ? Ceci est un autre débat. Quoi qu'il en soit, l'économie française se remet doucement en marche, plan Marshall aidant. C'est le début, on le saura plus tard, des « trente glorieuses ». En Provence, près d'un millier de producteurs de tomates « de plein champ » décident de se regrouper pour mettre en place une unité de transformation. Ils créent la *Société Coopérative Agricole de Transformation et de Ventes Le Cabanon*. Elle se spécialise dans le concentré de tomates et la tomate pelée. Pour répondre à une demande croissante et diversifiée, *Le Cabanon* élargit sa production à une gamme de sauces et de produits cuisinés à base de légumes frais, type ratatouille, et s'aventure dans le domaine des légumes secs...

En 1984, nouvelle époque. La *Coopérative Le Cabanon* sent tourner le vent. Il devient évident que, pour faire consommer la population, il devient impératif de « commercialiser » la production. Elle se dote donc d'une filiale spécialisée dans la commercialisation de ses produits, la *S. A. Le Cabanon*. Mais, première alerte en 1998 : la levée des droits de douane sur les produits de première transformation fait perdre à la tomate en purée 50 % de sa valeur à la vente. Les marges s'amincissent tant qu'à partir de 2000, *Le Cabanon* perd entre 3 et 5 millions d'euros par an. Et pourtant, l'entreprise qui, malgré son nom, n'a rien d'une mesure ni d'un taudis, rassemble deux mille paysans et fait, bon an mal an, 70 millions d'euros de chiffre d'affaires. Or, voici que les conserves se trouvent soudain « dans le rouge » (si l'on ose dire). Les dirigeants tentent de stopper la descente aux enfers. Ils donnent un nouveau nom en 2003 à la marque, *Conserves de Provence*. Rien n'y fait. Le mot d'ordre tant redouté commence à courir le Vaucluse : « *On vend ou on ferme* ».

Vendre à qui ? Personne n'en veut, du *Cabanon*. Il y a bien un des fournisseurs de la maison qui pourrait être intéressé, sait-on jamais, mais il habite bien loin. C'est M. Liu, un ancien militaire chinois sympathique, qui avait trouvé de quoi subsister en parvenant à vendre ici ou là - donc aussi au Cabanon - quelques tonnes de la tomate cultivée par ses amis dans un pays, la Chine, qui ne mangeait ni tomates ni sauce tomate il y a trente ans.

Acte III

La scène se passe dans l'interface, espace tenu qu'affectionnent les géographes depuis qu'ils ont découvert la mondialisation. On entend dans le fond de ce théâtre d'ombres, à espaces irréguliers, la yelling reaction des producteurs de tomate recevant leurs fruits en retour.

C'est alors que *Le Cabanon* contacte M. Liu. Ce militaire connaît bien la conjoncture. Il a lu dans toute la presse les hurlements de peur des entrepreneurs français après l'entrée de la Chine dans l'OMC en 2001. L'occasion est trop tentante pour un stratège formé aux arcanes du combat géopolitique. Pas besoin de consulter le maître Sun Zi et son art de la guerre. La « situation » s'est faite d'elle-même, « naturellement » : le besoin impératif d'exporter du groupe Chalkis, la déconfiture financière des *Conserves de Provence* et surtout, surtout, le moral très bas des dirigeants provençaux. En outre, M. Liu a les moyens nécessaires depuis que son groupe gagne un argent fou dans le processus d'« ouverture » chinois. Les

négociations, dit aujourd'hui la partie française, sont âpres. C'est bien tout ce qui lui reste, l'âpreté. La coopérative veut vendre 40 % des parts. M. Liu sort aussitôt de sa poche les 7 millions d'euros de l'échange et, en connaisseur avisé des mœurs françaises, promet de maintenir à la terre les paysans du Vaucluse pendant dix ans. Cela ne lui coûte rien. Puis il attend, tout en faisant venir de Chine en accéléré des tonnes de pâte de tomate, astucieusement transformées en Chine même par Chalkis pour un coût inférieur de 30 à 40 % aux tarifs vauclusiens. *Le Cabanon* en fera de la sauce : il suffit d'ajouter de l'eau et quelques ingrédients, une valeur ajoutée si faible qu'on peut bien la lui laisser. Quand la coopérative presse M. Liu de réformer l'entreprise, il répond calmement qu'il le fera bien volontiers, dès qu'elle lui aura vendu les parts restantes. Sursaut indigné. M. Liu l'attendait et feint de transiger : il ne demande pas 100 %, dit-il, mais 55 % seulement. Les âpres négociateurs français, étranglés, finissent par accepter. Puis M. Liu attend que l'usure fasse son travail. La coopérative nomme un nouveau directeur, qui prépare un plan social pour les employés de l'usine de transformation. Quant aux paysans, qui continuent à faire ramasser les tomates par des immigrés de divers pays d'Afrique, qu'ils paient évidemment le moins possible, M. Liu leur fait savoir qu'il ne peut acheter leurs produits qu'au prix du marché, en forte baisse depuis la croissance formidable des importations chinoises (auxquelles il contribue sans le dire). Certains protestent. Faute de bénéfices, ils découvrent soudain l'utilité de l'aide de la puissance publique, maintenant qu'ils sont en mauvaise posture, se tournant vers l'État et le contribuable dans la même posture de mendicité méprisable que les banquiers les plus brillants du monde en octobre 2008. Mais il se dit dans les cafés-bars que, lorsque l'ancien président de la coopérative a signalé à la préfecture de région qu'il risquait d'y avoir du désordre (oh ! un petit désordre, cageots brûlés ici, chemins vicinaux barrés là, à la mesure de la puissance des tomatophiles ; les autoroutes c'est du sérieux pour les barrages de camionneurs...), il lui a été répondu poliment que toutes les tomates de Provence ne valaient pas un Airbus.

Acte IV

La scène se passe dans la Provence mondialisée, ce qu'il en reste, c'est-à-dire des santons et des farandoles. En bruit de fond, la yelling reaction geignarde des tomatoculteurs, rythmée par le bruit sourd et mouillé de l'écrasement des « pommes d'or ».

En 2005, *S.A.S. Conserves de Provence* et la *S.A. Le Cabanon* deviennent filiales à 100% de la société Chalkis et fusionnent aussitôt pour former la *S.A.S. Conserves de Provence - Le Cabanon*. Chalkis ne juge même pas utile de faire apparaître son nom, ni M. Liu de pavoiser.

Il est des membres de la coopérative pour se demander à quel intermédiaire ils ont vendu la totalité de leurs parts sous la contrainte financière. Ils apprennent alors que leurs produits, commercialisés sous les marques *Le Cabanon*, *Masque d'Or* ou sous les marques de grands distributeurs européens et transnationaux sont devenus entièrement la propriété d'un énorme groupe chinois dont M. Liu n'est qu'un zélé commis. Stupeur et consternation. Chalkis regroupe en une intégration verticale complète toutes les activités dédiées à la tomate. Qui plus est, sans s'en vanter, Chalkis a obtenu en 2000 une cotation en bourse, à Shenzhen, en Chine populaire, devenu le doublon de Hong Kong, en Chine populaire aussi mais sous régime spécial. Le conglomérat tomatologique vainqueur en Provence est désormais lui-même détenu à 55% par des entreprises chinoises « privées » et des petits porteurs. « Privées » parce

que leurs patrons sont d'anciens officiers. Le groupe militaro-industriel du Xinjiang, lui, a conservé 45% des actions « seulement ».

Devenu en 2004 le n°1 de la tomate en Chine, Chalkis poursuit son expansion. Il crée *Chalton*, une filiale de conditionnement à Tianjin, près de Pékin, produisant moitié moins cher que le Vaucluse. On retrouve aujourd'hui Chalton dans plusieurs pays d'Afrique, doté d'un appétit tomato-orgiaque. Comme le monde mondialisé est vaste, l'entreprise enrichie se dote d'un outil industriel à la pointe du progrès, qu'elle achète à l'étranger pour produire en Chine une grande diversité de produits qu'elle exporte ensuite à l'étranger. En 2005, elle possédait déjà quatorze usines au Xinjiang, dans la province du Gansu et en Mongolie Intérieure, capables de traiter 50 000 tonnes de tomates fraîches par jour et de transformer deux millions de tonnes en concentré de tomates. Et comme, dans une stratégie, il ne faut rien laisser au hasard, Chalkis s'est donné les moyens d'acquérir toutes les certifications nécessaires pour la vente aux Etats-Unis et en Europe (BCS Certificate, HACCP, ISO dès mai 2001). Prudence nécessaire ou anticipation, Chalkis acquiert dès août 2001 tous les certificats *cashier* et *halal*. On ne sait jamais.

Le groupe possède depuis 2005 des bureaux de représentation commerciale à Moscou, Kiev, Alma Ata et se prépare à en ouvrir de nouveau, au gré des marchés, dessinant ainsi une géographie nouvelle que même les spécialistes ont du mal à suivre. Il employait en Chine près de 1 400 salariés, payait peu cher (peuchère !) à l'heure ses ramasseurs de tomates pour un chiffre d'affaires de plus de 100 millions d'euros. Un dépliant en anglais (pour le chinois, il suffit d'attendre quelques années), généreusement distribué, détaille quelques-unes de ses qualités :

« All the plants are equipped with the state-of-the-art production lines, supplying the customers worldwide with full-ranged tomato products like aseptic paste, tinned paste (fresh packing & re-packing), diced tomatoes, whole peeled tomatoes, sun dried tomatoes, tomato powder, tomato fiber and tomato lycopene extract products ; fruits juice concentrate products like pomegranate juice concentrate, grape juice concentrate, apple juice concentrate and more and more products. As the world leading supplier of raw materials to the food industry, Chalkis is moving forward to become a « world brand » which ensure our customers can get best quality products ».

Cet hymne à la biodiversification triomphante entraîne même le rédacteur du tract à lancer un slogan lyrique en partie emprunté à un certain King (Martin Luther, *I presume...*), qui rappelle fort à propos les déclarations prémonitoires du facétieux Georges Pérec, par la création d'un nouveau verbe anglais qui ne sera plus seulement réservé aux sopranos : « *Chalkis has a dream ! Some day in the future, Chalkis will tomato the world !* »

Cassandre