

*Des cartes postales*

Benjamin Taunay

8 février 2008

## Carte postale de Beihai (Chine)



**L'entrée de la plage d'argent à Beihai**

Benjamin Taunay, 2006

Au premier regard, cette photo paraît banale : quoi de plus commun qu'une plage en Asie ? Nombreux sont les touristes internationaux (occidentaux surtout) qui se rendent dans les pays d'Asie du sud et du sud est pour profiter de plages tropicales. Pourtant, cette photo a été prise en Chine et les touristes sont ici des nationaux. Que nous montre donc cette image ?

Tout d'abord elle montre que la montée des loisirs, l'augmentation du temps libre et l'augmentation du niveau de vie d'une partie de la population chinoise, depuis les années 1990, contribuent à une révolution des habitudes de vie en Chine : « avec la réforme et l'ouverture, les idées de loisir et de plaisir sont redevenues de plus en plus légitimes et mêmes banales » [E. Papineau (2007)]. Le tourisme est une des nouvelles pratiques de ce temps libre. Symbole de réussite sociale qui participe à l'augmentation de la « face » de l'individu, son « identité ou considération sociale » (I. Thireau, 2006), c'est aussi un important moyen pour l'Etat d'avoir une nouvelle source de revenus pour entretenir son « développement continu » (*kechixu fazhan*). Le gouvernement encourage donc le développement d'une « économie touristique » par une série de mesures : réduction du temps de travail en 1995 (de 44 à 40 heures hebdomadaires), mise en place de congés annuels en 1999 (les salariés possèdent depuis lors trois congés de 5 jours chacun, les « semaines d'or » - *huangjin zhou*).

Mais dans un pays où le teint blême est un canon de beauté, cette photo surprend car elle a été prise à Beihai, une ville tropicale d'environ 300 000 habitants située le golfe de Beibu, dans le sud de la région autonome *Zhuang* du Guangxi (province voisine de celle abritant la ville de Canton). Preuve que la plage ne fait recette que depuis peu en Chine, le tourisme domestique (le tourisme international en Chine reste encore un tourisme de découverte non littoral, seuls les touristes domestiques se rendent à la plage en Chine) ne se développe vraiment à Beihai que depuis le début des années 2000 et seuls 3% des touristes se rendant dans le Guangxi se rendent à Beihai. La plupart sont de jeunes actifs (25-35 ans), aux revenus plus élevés que la moyenne (sans enfants ils ont souvent les moyens de dépenser beaucoup d'argent), qui viennent en voiture, en famille ou avec des amis, le temps d'une journée ou deux. 57% de ces touristes sont originaires du Guangxi (dont 35% au total pour les villes de Nanning, Liuzhou et Guilin, respectivement et dans l'ordre les 3 principales villes de la province, à 250 km de Beihai, 450 km, 750 km). Le deuxième principal pôle émetteur est la province du *Guangdong* et la ville de Canton (18,5% en 2006, à 8 heures de bus de Beihai). Les provinces limitrophes du Guangxi - non littorales : *Guizhou, Hunan, Yunnan, Sichuan* - émettent quant à elles chacune entre 2,5 et 9% de touristes à destination de la plage de Beihai, la « plage d'argent ».

Cette photo représente donc ce qu'est le tourisme chinois à la plage, un tourisme de découverte : les deux jeunes femmes viennent juste d'acheter leurs maillots (comme la plupart des touristes c'est la première fois qu'elles viennent à la plage) à l'entrée de la plage (entrée fixée par une porte fermée la nuit) et elles ont loué des bouées car elles ne savent, comme la plupart des Chinois, pas nager. Une fait attention à la couleur de sa peau alors que l'autre regarde un paysage nouvellement regardé en Chine, la plage et la mer. Toutes deux n'arrivent à la plage qu'en début d'après-midi, vers 14 heures, mais resteront jusqu'à la tombée de la nuit et même au-delà : 62% des touristes enquêtés annoncent qu'ils sont à la plage d'argent pour une demi-journée ou moins... Ce peu de temps à la plage explique que ces touristes se fassent prendre en photo partout - à l'entrée de la plage, au bord de l'eau, devant la pierre calligraphiée affirmant que cette plage est la « plus belle sous le ciel ». Tous les lieux de prise de soi en photo dans le lieu sont stéréotypés et la municipalité a même été jusqu'à installer des chaises sur lesquelles sont indiquées la date, le lieu, et à quel point cette plage est belle : une fois développé, la photo sera un élément important pour frimer devant ses collègues et ainsi « gagner de la face ».



**La prise de soi en photo de manière stéréotypée, un classique du tourisme chinois**  
Benjamin Taunay, 2006

Nos deux jeunes touristes ne s'allongeront pas à même le sable. Au contraire elles iront s'asseoir à des tables protégées du soleil par de vastes parasols aux couleurs uniformes. L'accès à ces tables n'est pas libre et coûtera environ 30 *yuans* (3 euros) pour un groupe de 4 touristes le temps d'une demi-journée.

Temps court, photos stéréotypées, autre sociabilité, s'amuser à la plage de Beihai quand on est Chinois répond à d'autres attentes que celles du modèle occidental. Cette photo nous montre donc le développement d'un tourisme domestique chinois qui est massif mais pourtant encore trop peu étudié.

Benjamin Taunay