

Executive Master Communication
Promotion 2013/2015

Rapport d'étonnement

*Learning Expedition 2015
Pékin – Shanghai*

*Une version illustrée en ligne est disponible à l'adresse :
http://www.thibauddefecques.fr/rapport_etonnement*

DEFECQUES Thibaud

Paris –le 31 mai 2015



Sommaire

Remerciements	3
Introduction	4
1 L'Empire de paradoxes	5
1.1 Traditions et modernité	5
1.2 Luxe et contrefaçon.....	6
1.3 Internet et Harmonie	6
2 La Chine et le monde	8
2.1 La Chine curieuse	8
2.2 Une vitalité communicative	8
2.3 Le monde s'ouvre à la Chine	9
Conclusion	10

Remerciements

J'adresse mes sincères remerciements à Sciences Po Paris et plus précisément l'Executive Master de Communication de m'avoir fait découvrir ce qu'est la « Chine de 2015 ».

En premier lieu, je remercie Ambroisine Bourbon, Hélène Tinlot, Myriam Zazzaron et Philippe Le Corre pour leur travail de préparation et d'organisation qui ont fait de ce voyage un réel plaisir et un réel étonnement permanent.

Je remercie également toute l'équipe de l'Université de Tsinghua, ses étudiants mais aussi toutes les entreprises qui nous ont reçu pour leur chaleureux accueil.

Enfin, je remercie mes camarades de promotion qui, par leurs différences, ont fait de ce voyage un échange permanent et une ouverture supplémentaire sur le monde qui m'entoure.

Un merci tout spécial à mon fils qui m'a dit avoir été sage pendant mon absence et à ma femme qui m'y aura fait croire.

Introduction

Rio de Janeiro, Tokyo, New York... Telles étaient les destinations fantasmées par les on-dit du 28 rue des Saints-Pères. Quelle fût donc notre surprise lorsqu'Ambroisine Bourbon, alors Responsable de l'Executive Master Communication, nous a annoncé que la Learning Expedition se déroulerait à Pékin et Shanghai.

Surprise peut être teintée d'une pointe de déception pour une grande partie d'entre nous puisque ces deux villes, du fait sans doute d'une méconnaissance de la Chine et de toutes ses richesses, semblaient plus difficiles d'approche et moins attirantes.

Tout le monde a le devoir de raconter une petite histoire, mais il faut que ce soit sa propre histoire.

Meng-Tseu

1 L'Empire de paradoxes

La Chine est un pays que je croyais connaître un minimum avant mon départ mais au-delà des vérités et monuments historiques, c'est un pays que j'ai réellement découvert grâce à ce voyage et aux rencontres que j'ai pu y faire. Découverte d'un pays, d'une culture, d'un peuple mais aussi de singularités...

1.1 Traditions et modernité

Dès mon arrivée à Pékin, l'image d'Épinal que j'avais de la Chine a immédiatement été balayée d'un revers de la main. Pas d'omniprésence de portraits de Mao, pas de rues étroites bondées où les pousse-pousse sont le moyen de transport le plus rapide telles qu'Hergé avaient pu dessiner dans l'album « Le lotus bleu »¹ mais un mélange de tradition et de modernité. Ici, se côtoient des temples anciens, des palais impériaux et des immeubles modernes à l'architecture parfois saisissantes tels que le Siège de la CCTV² ou le Centre national des arts du spectacle³, tous les deux situés à Pékin ou bien encore La Perle de l'Orient à Shanghai⁴. Ainsi, le quartier du World Finance Center qui caractérise la Chine futuriste telle que voulue par les dirigeants chinois, symbole de la modernité enclenchée en 1994 et aujourd'hui considérée comme le centre des affaires chinois, à la manière d'un Manhattan.

De ce fait, en l'espace de quelques mètres, on passe du calme ancestral de la Cité Interdite à la ferveur de la rue Wangfujing, artère commerciale où se trouvent des centres commerciaux de luxe, des boutiques de marques occidentales (Apple, H&M, Gap, Mac Donald's entre autres...) mais aussi et à un autre opposé, le marché Donghuamen dans lequel on peut « déguster » des brochettes de scorpions, mygales ou autres mets délicats inconnus des estomacs non-asiatiques.

L'éclectisme à chaque coin de rue...

¹ http://bit.ly/lotus_bleu - Le Lotus bleu, par Hergé, p. 6, 1936

² http://bit.ly/CCTV_Tower

³ <http://bit.ly/NatCenterPerfArts>

⁴ http://bit.ly/Perle_Orient

1.2 Luxe et contrefaçon

L'industrie du luxe est omniprésente dans les grandes villes chinoises mais elle doit cohabiter avec une « spécialité » chinoise : la contrefaçon.

Quoi de plus normal que de trouver une Apple Watch dans un des « Fake Market » de Shanghai situé en plein cœur d'une station de métro un peu plus d'un mois avant sa sortie officielle ?! Procédé millénaire qui s'est accru avec l'ouverture des frontières, des marchés et l'apparition d'Internet, la contrefaçon est considérée comme un fléau en Occident⁵ mais elle est omniprésente en Chine. Des centres commerciaux lui sont consacrés et des vendeurs à la sauvette emplissent les rues.

Ainsi, il est possible d'acheter un sac Vitton à 50 mètres d'un magasin Vuitton sans que cela ne pose de problème, du moins avant le passage à la douane.

1.3 Internet et Harmonie

Sans aller jusqu'à parler de contrefaçon, la Chine a également copié les plus grands sites/services Internet mondiaux : Baidu/Google, Youku/YouTube, Alibaba/Amazon et Weibo/Twitter entre autres...

Ces sites remplacent purement et simplement leurs homologues occidentaux pour la simple et bonne raison que l'accès à Internet est réglementé pour ne pas dire censuré par le gouvernement chinois. Du moins, c'est la vision que j'en avais avant ce voyage et avant d'en discuter avec des étudiants chinois.

Le Grand Firewall de Chine, appellation usuelle du projet « Bouclier doré », en place depuis 2003 empêche ainsi l'accès à tous les services Google mais aussi Facebook, Twitter...

Lorsqu'on évoque ces blocages avec les chinois, ceux-ci nous répondent sans langue de bois selon eux, que ces sites sont bloqués car ils, ou en tout cas les sociétés détentrices de ces sites, ne répondent pas à la conception du monde adoptée en Chine qui insiste tout particulièrement sur le fait d'éviter l'extrémisme et dans le principe de tolérance réciproque. Ils indiquent également qu'ayant eux-mêmes des solutions équivalentes voire plus innovantes, ils n'ont pas besoin de ces services. Et lorsqu'on voit l'utilisation d'Internet des chinois qui ont les yeux constamment rivés sur leurs téléphones portables et Wechat, on n'a pas l'impression qu'ils soient

en manque de communication (le marché des smartphones est arrivé à saturation au premier trimestre 2015)...

Un autre aspect de ce blocage que je n'ai pas eu l'occasion ou que je ne me suis pas senti libre d'évoquer est celui concernant les informations relatives au Tibet, à la liberté de la presse etc.

Il est toutefois intéressant de noter qu'il reste aisé de mettre en place des solutions logicielles permettant d'accéder aux sites « bloqués ».

L'Empire du milieu maîtrise l'Harmonie mais également Internet...

2 La Chine et le monde

Ayant eu la chance de pouvoir arriver quelques jours avant mes camarades de la rue des Saint Pères et rester à nouveau après leur départ, j'ai pu me promener seul dans Pékin et Shanghai. Et c'est lorsqu'on est seul, parfois perdu, que se révèle vraiment le lieu dans lequel on se trouve.

2.1 La Chine curieuse

Quelle ne fût pas ma surprise que d'être l'objet de nombreux regards, jamais malveillants mais le plus souvent curieux, ou bien même de demandes de pose avec certains chinois pour une photo. Intrigué, j'ai demandé à plusieurs d'entre eux pourquoi ils souhaitaient prendre une photo de/avec moi. Tous m'ont répondu qu'ils étaient curieux de l'Europe et qu'ils rêvent d'y aller un jour.

Europe que j'ai également pu retrouver dans le métro pékinois au sein d'une publicité Decaux sur laquelle on pouvait voir deux touristes chinois en visite au Château de Versailles...

Là aussi on retrouve le mélange de tradition et de modernité évoqué plus tôt puisque les couloirs du métro mêlent des images traditionnelles, de publicité pour le tourisme chinois mais aussi des publicités pour des artistes internationaux/les, des films hollywoodiens ou bollywoodiens.

Cette présence internationale ne se présente pas que dans les couloirs du métro. Comme dit précédemment, les plus grandes marques internationales ont ouvert des boutiques à Pékin ou Shanghai, les plus grandes chaînes hôtelières, les chaînes de restauration rapide...

Cette ouverture des marchés entamée au début des années 80 a connu de nombreuses années avec une croissance économique supérieure à 10% et peu sensible aux chocs conjoncturels tels que la crise des subprimes aux États-Unis ou encore la crise de la dette de la zone Euro. Ainsi, la Chine occupe désormais la seconde place en terme de PIB, juste derrière les États-Unis.

Mais il reste compliqué de savoir si c'est la Chine qui s'ouvre au monde ou si c'est le monde qui s'ouvre à la Chine...

2.2 Une vitalité communicative

Cette croissance est visible dans les grandes métropoles, on sent une réelle et constante effervescence que ce soit au sein des entreprises chinoises ou non mais également dans le caractère des chinois rencontrés. Chacune des sociétés rencontrées au cours de la Learning Expedition s'est montrée enthousiaste, confiante pour leur avenir mais également pour l'avenir de

la Chine. L'exemple le plus flagrant reste sans doute la présentation que nous avons pu avoir de M. Frédéric Rillard, le « Fred » de Fred & Farid, qui a installé un bureau de leur groupe à Shanghai et pour qui « *New York est old school et lent [...] C'est ici, à Shanghai que ça se passe en ce moment...* » et qui nous a présenté des chiffres impressionnants en terme d'audience, de taux de clics etc. Notons toutefois que les chiffres indiqués ramenés au prorata par rapport à la population cible ne sont pas si impressionnants qu'on pourrait le croire.

Mais quel pays peut parler d'audience en centaines de millions ?

2.3 Le monde s'ouvre à la Chine

Les grandes marques ne s'y trompent pas d'ailleurs. Ainsi, Tim Cook, CEO d'Apple, en voyage en Chine afin de tenter d'y installer plus d'Apple Store mais aussi la solution de paiement mobile d'Apple, a eu le génial coup de communication de créer un compte sur Weibo qui a attiré plus de 300 000 followers en moins de 24h montrant ainsi l'intérêt de l'Occident pour la Chine mais également celui de la Chine pour l'Occident.

Les collaborations Occident/Chine sont de plus en plus nombreuses : bon nombre de bâtiments publics récents ont été créés par des architectes occidentaux (J-M Charpentier pour l'Opéra de Shanghai, Rem Koolhaas pour le siège de CCTV à Pékin etc.), certains espaces de la Cité Interdite ont été restaurés avec l'aide de mécènes étrangers, IBM en avait également réalisé la première visite virtuelle...

La Chine s'intègre également en Occident et plus particulièrement en France et ce, dans de nombreux domaines : ont ainsi été rachetés le Club Med, Pierre & Vacances mais aussi le FC Sochaux, une proposition de rachat avait également été faite pour l'aéroport de Toulouse...

De ce fait, la Chine, nouveau partenaire mais également adversaire économique peut apparaître comme un nouvel « ennemi », réveillant ainsi chez certains l'idée d'un nouveau « Péril Jaune » avec en plus cette fois-ci un pan écologique puisque la Chine reste un des pays les plus pollueurs du monde et par conséquent pollué. Là où Paris met en place la circulation alternée, les taux moyens de pollution sont quotidiennement deux fois plus importants à Pékin et Shanghai.

La Chine change donc « la donne » et fait pleinement partie de la mondialisation actuelle. Comme toute nouveauté, elle demande des adaptations de part et d'autre afin de trouver un équilibre ou l'harmonie si chère à la Chine.

Conclusion

Perpétuel étonnement durant tout mon séjour en Chine, la Chine s'est révélée être bien différente de la vision que je pouvais en avoir. De culture et tradition totalement différentes de l'Occident comme je m'y attendais, la Chine s'est montrée bien plus moderne voire avant-gardiste sur certains points. La croissance forte depuis des années crée une effervescence que je n'avais encore jamais ressentie au cours de mes voyages.

En pleine mutation, les portraits de Mao cohabitent avec Wechat, le Temple du Buddha de Jade avec la Perle d'Orient et c'est ce qui rend ce pays fascinant tant par ces nombreuses cohabitations cocasses que par son potentiel extraordinaire.

La communication y repose sur des préceptes bien différents de ceux de l'Occident. Ainsi, afin que l'Occident et la Chine communiquent harmonieusement, il sera nécessaire que chaque partenaire appréhende sa relation avec l'autre en connaissance de cause et en s'adaptant.