

# **KOMTAR IS NOT SHINING ANYMORE**

---

## **Le Komtar Tower comme révélateur de l'évolution du paradigme de modernité à Penang, Malaisie**

Université de Neuchâtel

Institut d'ethnologie

Rue Saint-Nicolas 4

CH-2000 Neuchâtel

Mémoire de licence en ethnologie

Julie Dorner

Chemin des Grands Pins 7

CH-2000 Neuchâtel

julie.dorner@gmail.com

Directrice de mémoire

Mme Ellen Hertz

Membre du jury

Mme Florence Graezer Bideau

*« Car le château de l'oiseau blanc est invisible et inaccessible,  
parce que celui qui le cherche s'y trouve déjà.*

*Comment pourrions-nous voir la maison dans laquelle nous demeurons ?*

*Posté à la fenêtre, l'observateur découvrira un arbre, une rivière, un paysage.  
A l'intérieur seuls les murs, le sol, le plafond seront visibles.*

*Mais pas de château, le château de l'oiseau blanc est en nous.»*

**Kate, Cosey**

## Table des matières

<b>Introduction</b>	<b>6</b>
Avant de partir	6
Avant d'entrer : s'éloigner pour se recentrer	6
Le Komtar comme objet : présentation	8
Méthodologie	9
Les limites de ma recherche	10
Se situer parmi les altérités	11
Approche d'un lieu, approche d'espaces	11
<b>Première visite</b>	<b>12</b>
<hr/>	
<b>A LE TEMPS DU PROJET</b>	<b>14</b>
<hr/>	
<b>A1 Dire le projet</b>	<b>15</b>
1.1 Introduire et penser la modernité	15
De la modernité aux modernités	15
1.2 Quels contextes, quelles histoires pour envisager le KOMTAR?	17
Le temps colonial	17
Cristallisation de différences sociales durant la <i>British Malaya</i>	17
La prépondérance des catégories ethniques en Malaisie	18
Les émeutes de 1969 comme point de départ?	19
De la pluralité ethnique à l'unité nationale par le biais de la croissance économique	20
1.3 Le « Penang New Urban Center »	22
Genèse du projet : les acteurs	22
Surfaces commerciales et administratives : vers la croissance économique	23
Un « centre civique » vers la création d'un lieu « mixte »	26
De la pose de la première pierre, à la réalisation des premières phases	30
« Vision 2020 », avancer dans les décennies	31
<hr/>	
<b>B LE TEMPS DU TERRAIN</b>	<b>33</b>
<hr/>	
Suite de la visite	34
<b>B1 Dire le changement, dire le déclin</b>	<b>36</b>
1.1 Des commerçants : âge d'or et nostalgie	36
1.2 les Images des foules	39
Les horaires d'ouverture: réduction et changement	40
De tous à personne : Où sont parties les foules ?	41
Les foules seraient-elles alors parties dans d'autres <i>malls</i> , mais quelles foules ?	42
D'un étranger à l'autre	43
Les temps du lieu	45
1.3 Les commerces : fermeture, départs, et les « choses » qui restent	46
Départs et fermeture : les « grands » sont partis	48
Commerces de détails et marchandises : <i>On Sale!</i>	49

<b>1.4</b>	<b>Esthétique du «vieux» et de la dégradation : penser la modernité</b>	<b>52</b>
	Vers une description du vieux	52
	Des escalators qui ne montent plus, une chaleur qui ne descend pas	54
	Image et imaginaires de modernité(s) : quels Komtar futurs ?	55
<b>1.5</b>	<b>Crises du présent</b>	<b>57</b>
	Crises des fonctions de l'espace	57
	Images de <i>malls</i> , Images de modernités	57
<b>B2</b>	<b>Dire les différences ?</b>	<b>59</b>
<b>2.1</b>	<b>D'une boutique au Regent Coffee Shop</b>	<b>59</b>
	Entrer dans la boutique d'Hidaya	59
	A quelques pas de la boutique d'Hidaya : Le Regent coffee house, beer or coffee ?	62
	L'autre comme menaçant	66
	Le Komtar comme espace malaisien	67
<b>2.2</b>	<b>Les <i>Coffee Shops</i> au Komtar</b>	<b>69</b>
	Effluves exotiques et rats au Komtar	71
	De la mauvaise hygiène au désordre ?	72
	Les <i>Coffee Shops</i> ou comment penser la gestion de la diversité idéale au Komtar	73
<b>2.3</b>	<b>Regards sur les achats au Komtar : « <i>I buy or I sell some things in Komtar for my people</i> »</b>	<b>75</b>
<b>2.4</b>	<b>Vers une « <i>Komtar race</i> » ?</b>	<b>77</b>
	<b>Conclusion</b>	<b>78</b>
	Le passage de modernités à d'autres modernités ?	79
	<b>Bibliographie</b>	<b>82</b>
	Ouvrages, Articles	82
	Sources	85
	Crédits photographiques	85
	<b>Annexes</b>	<b>86</b>
	Abréviations dans le texte	86
	Malaisie, Penang	87
	Plans des quatre premiers étages du Komtar (KOMTAR This month, Avril 2003)	89
	Plans des cinq phases de construction du « Penang New Urban Center » (PDC)	93

Je tiens à remercier les différentes personnes qui m'ont aidée, éclairée et accordé du temps dans mes diverses explorations et parcours à Penang. Merci particulièrement à Khoo Salma Nasution.

Toutes celles et ceux en terres helvétiques qui par leur présence, autres conseils et patience m'ont permis de réaliser ce mémoire. A Lou, à l'oracle divinatoire, à ma sœur, à mon inspiratrice, à sa présence spécifique, à mon attaché graphique, aux demoiselles, à Claude, et aux deux.

Je remercie sincèrement Ellen Hertz qui m'a suivie tout au long de mes processus et qui a été présente avec ses conseils, ses encouragements, et ses regards dans les moments où il le fallait.

Et une pensée à Chemin...

# Introduction

## Avant de partir

Si l'on prend le début, j'avais un rêve, une envie, des images. Je voulais me rendre dans un contexte urbain, une ville en Asie. J'avais envie de me confronter à d'autres images de « modernités » qui se déclinent de manière différente, dans un contexte différent de l'Occident. La ville est également un univers qui me fascine particulièrement. Un lieu constitué d'un foisonnement d'éléments contrastés et disparates qui se mélangent parfois tout en restant séparés les uns des autres. Un grouillement incessant d'hommes, de transports, de bruits, quelque chose d'insaisissable, d'incontrôlable. Des lumières, des couleurs, un lieu qui ne s'endort pas et ne s'éteint jamais. De la nouveauté, du passé, des restes. Une continuité et des ruptures.

Si ces images se révèlent bien sûr préconçues, elles me paraissent toutefois importantes à mettre en évidence. Mon terrain devait pour moi se confronter à ces images, les remettre en question, les retrouver, les modifier, ou encore les préciser pour en amener d'autres.

Je suis donc partie pour faire mon terrain en Malaisie, sur l'île de Penang. Au départ, je n'avais pas une problématique ou une question de recherche précise. Je me suis préparée en parcourant la littérature anthropologique et historique sur la Malaisie, se déclinant en différentes thématiques et approches. Ces dernières m'ont permis d'avoir quelques représentations générales qui me semblaient nécessaires d'acquérir avant de partir. « Les images de la Malaisie représentées tant dans la littérature sociologique, que dans les brochures touristiques et les discours ordinaires des Malaisiens sont des images de diversité. » (Kahn, 1992 : 158). La Malaisie se définit souvent comme « multiethnique » autour de trois groupes ethniques majeurs : les Malais (65%), les Chinois (26%), les Indiens (8%) ainsi que les Autres (1%) (*Malaysia Year Book*). Je pars avec des notions de bases, sachant que celles-ci allaient se révéler plus complexes et diversifiées.

## Avant d'entrer : s'éloigner pour se recentrer

Mon objet d'étude : le Komtar, une tour de 65 étages au pied de laquelle s'étend un podium de 5 étages composé d'un centre commercial.

Si ce dernier se trouve au « centre de la ville » et comme me le disent beaucoup de Penangites « c'est la première chose que tu vois quand tu arrives en avion ou en bateau », j'ai fait quelques détours avant d'y entrer.

Je perçois le haut de cette immense tour depuis la fenêtre de ma chambre qui le sera pendant cinq mois. Celle-ci se trouve à l'intérieur d'une *shop house* chinoise dans le « cœur » de la ville historique de Georgetown (la capitale de l'île) que les habitants appellent communément Penang. A quelques pas de temples chinois, du son de la mosquée, et de l'effervescence de *Little India*. Si ce centre historique dévoile une image de « multiculturalité » qui se décline autour d'une esthétique de la différence, celle-ci prend des enjeux spécifiques dans ce contexte, notamment en lien avec les différentes politiques et mouvements qui s'agencent autour du patrimoine et de la conservation à Penang. (Jenkins, 2003)

Je débute alors une phase que rétrospectivement j'ai pu percevoir comme exploratoire, mais surtout indispensable « avant d'entrer ». Comment trouver ou plutôt choisir un « objet » ? Je parcours les rues de la ville, les marchés, les parcs. J'observe, je scrute, discute, je fais des rencontres, je déguste les différentes spécialités culinaires, avec un parapluie rose pour me protéger du soleil, comme le souligne Nina,

une amie : « Tu sais, c'est les vieilles qui ont des parapluies ici ! », un carnet, un stylo et un appareil photo dans le sac. Deuxième temps, j'ai eu la « bonne mauvaise idée » de vouloir focaliser ma recherche sur des « familles de Penang » afin d'interroger « l'utilisation de l'espace public/privé ». En effet, j'étais obnubilée par cette « quête de la famille » sans parvenir à m'avouer que ceci n'était pas vraiment réalisable. Dans ce contexte, une anthropologue qui accompagne au supermarché ou reste dans le salon pose problème, devient encombrante, voire même dangereuse « Ils vont croire que tu es un espion ». Entre obligation, prestige, honte, et refus de me recevoir à la maison, je pris également conscience de mon statut d'occidentale dans ce contexte « postcolonial ». Ces résistances et méfiances m'ont néanmoins permis d'envisager les différentes limites et frontières que suscite la venue d' « une étrangère » à la maison, et par là, celles qui entourent la sphère privée. J'ai quand même visité un certain nombre de salons à Penang et rencontré plusieurs familles notamment de maîtres d'école, peut-être plus compréhensives à l'égard d'une étudiante. J'ai réalisé des entretiens avec les deux membres du couple au sujet de leurs pratiques quotidiennes en m'intéressant particulièrement aux différents lieux qu'ils utilisaient, où ils aimaient aller ou non, et pourquoi. Afin de percevoir comment certains espaces prennent sens ou sont associés à certaines représentations tout en situant leur discours en lien avec leurs différentes appartenances sociales. Je les ai également accompagnés dans les différents *malls* de l'île, dans leurs activités quotidiennes (tant à l'intérieur de leur maison qu'à l'extérieur) comme faire la sieste, aller à l'église et au parc. Néanmoins, il m'était difficile de les voir de manière régulière et j'ai dû accepter que ce projet, en lien avec ma problématique, ne pourrait se réaliser dans ce contexte. Ce qui renvoie à la réflexion sur la place et le rôle d'un-e ethnologue en lien à une problématique de recherche.

Après avoir pris les différents bus locaux pour me rendre dans les banlieues et découvrir leurs différents quartiers (tant au nord qu'au sud de l'île), m'être alors éloignée de la « ville », je suis finalement retournée « au centre », au Komtar. Ces différents entretiens et l'observation des pratiques m'ont permis de m'imprégner du contexte et de certains lieux et espaces de Penang, notamment les différents *malls* qui s'inscrivent dans une hiérarchie relative établie selon différents critères : « propre, trop loin, nouveau, trop grand, le meilleur... ». Ceci m'a permis de mettre en lumière les *malls* idéalisés, ceux pratiqués ou encore ceux dans lesquels on achète, qui ne se trouvent pas forcément dans le même lieu. Le *mall* m'est alors apparu comme un espace important, sur la base duquel il est pertinent d'interroger les différents discours, représentations et pratiques qui lui sont liées.

## Le Komtar comme objet : présentation

Se pose alors la question à l'objet que j'ai choisi d'envisager: est-il porteur, accélérateur ou révélateur de modernité(s)? Laquelle, ou plutôt lesquelles suivant la temporalité historique considérée, qu'ici s'envisagera en deux temps, la genèse du projet, à travers les discours officiels des concepteurs, puis en 2008, le temps d'un terrain ethnographique.

Ce travail se décline alors en deux parties. La première est consacrée au « temps du projet ». Au cours des années 70, les autorités de l'Etat officialisent la décision de réaliser un « nouveau centre urbain » à Penang. Le KOMTAR, une des phase de ce projet urbain, s'inscrit et prend part à des contextes spatiaux et temporels spécifiques, notamment « postcoloniaux » et de construction nationale. Les discours officiels qui entourent la conceptualisation de ce projet urbain permettent d'interroger sa planification. Quels sont les enjeux et les idéaux qui apparaissent dans ces discours? Mon analyse se focalise sur trois dimensions principales: la terminologie de « croissance » et de « développement » qui se réfère aux fonctions commerciales et administratives et également à l'ensemble du projet de centre urbain. Ensuite, sur une politique économique spécifique la New Economy Policy (NEP) que ce projet a pour but d'appliquer. Puis, sur la volonté de constituer un centre civique à l'aide et à l'intérieur de ce « New Penang Urban Center ». L'objet qui se définit comme un projet émanant des autorités politiques permet donc de révéler certaines images de modernités qui devraient se matérialiser par sa construction dans le paysage urbain de Penang. Quelles sont les images et les représentations de la « modernité » que ce projet, dont le KOMTAR en fait partie, se doit d'incarner et dont il est porteur?

La deuxième partie de ce travail se concentre sur la seconde temporalité choisie: « Le temps du terrain ». Dans le présent, ce lieu suscite une série de discours et d'images qui le construisent comme problématique. Les discours communs de certains commerçants et habitants de Penang s'accordent à le considérer comme « vieux », « moche » et également « vide ». Apparaît un passé idéalisé perçu comme un « âge d'or » qui se construit au travers des regards portés sur le présent. Ce sont alors les manques du Komtar et ce qu'il n'est plus ou pas qui me permettent de mettre en lumière les différents idéaux associés au passé: les présences au sein de l'espace, les différents commerces ou marchandises, ainsi que l'esthétique du lieu. Comment le Komtar était ou devrait être? Si le présent apparaît en crises, il peut être envisagé comme remettant en question les images de modernité avec lesquelles ce lieu était investi lors de la phase de projet, ou dans les représentations des commerçants actuels.

Est-il « vide »? Y-a-t-il « rien » au Komtar? La temporalité du lieu s'articule entre la semaine où la majorité des allées et venues sont constituées par les fonctionnaires qui travaillent dans les bureaux situés à l'intérieur de la tour, et le week-end où le Komtar est principalement composé par la présence des « foreign workers » terme attribué dans le langage commun aux personnes issues des migrations de ces dernières décennies en Malaisie, dont la plupart proviennent d'Indonésie, des Philippines, ou encore de Birmanie et qui travaillent majoritairement dans des emplois peu ou pas qualifiés.

Le présent du lieu est constitué par une grande « mixité sociale » qui me semble pertinente à interroger. Comment les différences se visibilisent au sein de cet espace et se révèlent dans les discours de certains commerçants par des groupes sociaux qui sont considérés comme « Autres ». Comment reconnaît-on un Birman d'un Indonésien ou plutôt qu'est ce que l'appartenance à la catégorie « indonésien » signifie dans ce contexte? Les processus de construction des différences sociales à l'intérieur de cet espace prennent alors une place importante dans ma problématique. Comment conceptualiser et considérer les termes avec lesquels les acteurs se catégorisent et se classent tant eux-mêmes que les différents individus ou groupes présents dans l'espace? La prépondérance de l'identification et la désignation ethnique ou nationale dans ce contexte s'imbrique et induit des appartenances de classe, ou encore d'âge et de genre. L'intérieur de cet espace permet également de faire émerger les tensions, les gestions de ces différences sociales ou encore leur redéfinition et leur négociation. Mais si les différences se construisent de manières complexes, elles deviennent également révélatrices de processus économiques, politiques et sociaux qui s'inscrivent dans des échelles spatiales plus large que l'ont peut alors associer aux processus de « néolibéralisme ». Le Komtar dans le présent est-il reflet de certains processus liés à la modernité? De quelles images ou de quelle modernité?

## Méthodologie

J'ai passé six semaines à arpenter les différentes boutiques et couloirs du Komtar en l'observant à différents moments de la journée ainsi qu'au travers de ses rythmes hebdomadaires.

Au niveau de la méthode, je me suis essentiellement basée sur des entretiens ainsi que sur des observations complétées par des sources écrites.

Lors de mes premières visites au Komtar, je commence tout d'abord par déambuler dans les différents étages et couloirs du centre commercial. L'envie d'« interroger ce lieu » devait prendre une direction. Durant ces tours de repérages, je passe la porte de certaines boutiques ou le seuil d'autres un peu au hasard dans un premier temps. Sans réellement en prendre conscience, je me dirige vers des boutiques dont l'espace semble plus propice à la conversation et donc à des entretiens, que par exemple le magasin de sport d'une chaîne locale qui passe des *hits* de pop malaisienne et dont les vendeurs semblent difficiles d'accès, ou encore l'employée du *fast-food*. Mes principaux informateurs sur lesquels je me base dans ce travail sont pour la plupart des commerçants de détails, de cafés et restaurants, ou offrent différents services comme par exemple: salons de beauté, tailleur ou coiffeur.

La langue a également une importance et l'anglais a pris part au critère de choix de mes interlocuteurs. Néanmoins, dans ce contexte, si bien sûr cela m'a orienté vers certains de mes informateurs, on a pu se retrouver sur une base d'anglais plus ou moins commune avec la plupart des commerçants. Considérant tant pour certains d'entre eux que pour moi-même, que ce n'était pas une langue que nous maîtrisions totalement, ce qui a nécessairement impliqué quelques entraves dans la compréhension réciproque.

J'ai procédé par le biais d'entretiens plus ou moins formels lors desquels je prenais des notes sur mon carnet de terrain, me présentant comme « un étudiante qui effectue une recherche sur la Komtar ». J'ai fait une série d'entretiens avec des commerçants qui différaient tant dans le type de commerce (boutique de vêtements, salon de coiffure, tailleur, opticiens, bijoutier,...) que dans les étages et les ruelles du centre commercial. Je commençais la discussion par une série de questions, comme par exemple: sur la durée de leur présence dans cet espace, leurs pratiques quotidiennes, les espaces pratiqués ou non, les réseaux d'interconnaissances(...). Ceci nous amenait sur des discussions plus générales qui me permettaient d'accéder à différentes thématiques évoquées par mes interlocuteurs. Si ces discussions ont pu élargir mes pistes de réflexions et m'apporter des données utiles, j'ai également établi des relations plus privilégiées ou réalisé des entretiens à plusieurs reprises avec certains d'entre eux, afin de développer certaines questions ou d'en susciter de nouvelles. Les différents cafés et restaurants de ce centre commercial m'ont été très utiles pour des rencontres informelles avec quelques clients ou des rendez-vous avec certains de mes informateurs, ainsi que des discussions avec leur commerçants.

J'ai également réalisé des entretiens avec des instances politiques notamment celles qui sont en charge du maintien et de l'entretien du lieu, à savoir la Penang Development Corporation (PDC) agence du gouvernement étatique de Penang, ainsi qu'avec différents urbanistes de la ville de Georgetown qui sont des représentants du gouvernement municipal (MPPP) et des architectes qui avaient pris part aux processus de conceptualisation de ce lieu. Ces différents niveaux de discours ont apporté des éclairages différents à mon objet et une meilleure compréhension de ce dernier. Ils m'ont permis d'avoir accès à différentes problématiques et tensions qui réfèrent à la conceptualisation de ce lieu, ainsi qu'à celles qui entourent son maintien et sa gestion actuelle.

Néanmoins, certaines de ces personnes m'ont également fait comprendre qu'il y avait une série d'enjeux « cachés » qu'il ne fallait pas que je puisse voir ou entendre. J'ai aussi pu identifier des préventions que quelqu'un m'a faites tel que: « Komtar c'est une mafia, n'y touche pas ». Ici, par choix et par manque d'accès, je n'aborde pas directement les discours de ces différentes instances politiques qui réfèrent aux divers niveaux de pouvoir institutionnel, tel la PDC, et aussi par exemple

les associations qui représentent les commerçants du Komtar, puisque ceci ne rentre pas dans le cadre de ma problématique. En effet, j'ai choisi de focaliser mon analyse sur les discours et les pratiques des groupes sociaux et des acteurs qui parcourent et occupent le Komtar, à savoir ici, plus particulièrement les étages de son centre commercial.

Un autre aspect de la méthode concerne l'observation. Dans ce contexte, celle-ci a consisté d'une part à observer les allées et venues des différentes personnes et les « scènes » qui avaient lieu dans l'espace. D'autre part, les tables de certains cafés se sont révélées également avantageuses pour observer ce qui se déroulait à l'intérieur de ceux-ci ou encore d'avoir une vue sur les allées de passage.

Je me suis également focalisée sur les aspects plus « matériels » de l'espace, les différentes infrastructures: les escalators, les escaliers, les catelles sur le sol, les murs, les plafonds, les lumières ainsi que les panneaux d'indications ou d'informations accrochés - ou décrochés - à différents endroits du centre commercial.

## Les limites de ma recherche

Comme je le souligne en début de cette introduction, je suis partie à Penang sans problématique ou question précise ni cadre théorique défini. Avec le recul, je considère cela de manière positive car j'ai pu faire émerger « mon objet » au cours de mon terrain. Je pense toutefois que ceci induit des limites à ma démarche.

Sans problématique, les sentiments d'être perdue et les nombreux doutes liés à ma « première expérience de terrain » auxquels je me suis confrontée ont influencés les conditions dans lesquelles j'ai approché mon objet.

Une fois que je me suis concentrée de manière plus particulière sur le Komtar, j'ai également eu de la peine à me focaliser sur certains aspects ou enjeux qui traversaient ce dernier. Je me suis piégée moi-même dans mon désir de « tout voir et tout comprendre », qui finalement a abouti à plutôt moins bien comprendre les aspects sur lesquels j'ai orienté ma problématique. Au retour de mon terrain, je me suis trouvée avec une grande quantité de données relevant différentes « voies » du Komtar, tant à l'intérieur de ce dernier qu'au travers d'instances politiques ou encore de personnes qui ne le fréquentaient plus ou pas. Mais ce matériel ne se révélait, de mon point de vue, pas assez approfondi et par là, quelque peu partiel. Lors du processus d'écriture, il m'a fallu ordonner ces différentes données afin de faire émerger les problématiques que je présente dans ce travail. Il m'a donc fallu recomposer une problématique.

Pour ma part, il me semble que ce foisonnement que j'ai eu de la peine à cadrer sur mon terrain s'est également répercuté sur mes différents choix concernant les dimensions théoriques que j'ai pu lui apporter rétrospectivement.

Se baser sur un lieu rend compte que ce dernier renvoie à toute une série de thématiques et de notions que l'on pourrait interroger. En effet, il m'a fallu réussir à trouver un équilibre entre rester focalisée sur ce lieu et éclairer certaines thématiques que les enjeux qui le traversent permettent d'explorer. A ce stade, je pense que toute une série de points nécessiteraient d'être approfondis de manière plus particulière.

Néanmoins, tous les aspects fascinants et intrigants que ce lieu comporte ont suscité en moi l'envie de le comprendre, de l'interroger et d'y passer du temps, ayant parfois de la peine à en sortir avant la tombée de la nuit. Ce lieu qui m'a hantée et que j'ai parcouru avec mes données et mes souvenirs pendant l'année qui a suivi mon retour n'a pas encore réduit la fascination que je conserve envers ce dernier.

## Se situer parmi les altérités

Les constructions des différences et des altérités se révèlent importantes pour ma problématique. Il me semble important de percevoir que ces différentes altérités se voient en effet hiérarchisées de manière particulière dans ce contexte, impliquant des groupes perçus comme plus « Autres » que d'autres. Ma présence dans ce lieu implique que mes interlocuteurs me lient à une catégorie qui occupe une certaine position, toutefois ambiguë. Etant une jeune femme occidentale, je suis considérée entre ma position d'« étudiante en recherche » et celle de « touriste ». Comme je vais l'explicitier dans ce travail, cette dernière induit une certaine « valorisation ». Je deviens alors une « étrangère bienvenue ». Toutefois, selon moi, des tensions résident également dans la mise à distance et la considération immorale ou interrogative qu'une jeune fille seule « qui discute avec les différentes altérités en présence » peut susciter.

Mon rôle de « touriste-étudiante » a néanmoins, de mon point de vue, facilité le contact avec mes différents informateurs mais également les nombreux « temps » qu'ils m'ont accordés pour réaliser mes entretiens. Par ailleurs, je pense que les différents regards et discours qu'ils m'ont apportés ont été influencés par mon appartenance occidentale ; leurs paroles étaient alors destinées et envisagées au travers de cette appartenance.

## Approche d'un lieu, approche d'espaces

Afin d'envisager le Komtar, je m'appuie sur la perspective développée par Low (2004 : 13) qui considère l'espace comme « une construction sociale qui se définit par le biais de l'expérience de l'espace à travers laquelle les échanges entre individus, les souvenirs, les images et les pratiques quotidiennes le transforment et lui donnent du sens (...) Comment les individus forment des relations signifiantes avec l'environnement qu'ils occupent, comment ils attachent du sens à l'espace, et transforment l'espace en lieu. »

Si « avant d'entrer », je pensais me focaliser sur « le Komtar », je me suis assez vite rendue compte que cet espace ne peut se délimiter de manière précise. Premièrement, tant les utilisateurs que les personnes qui ne le fréquentent pas ou plus ne font pas une réelle différence entre ce dernier et le Prangin Mall, le centre commercial adjacent au Komtar qui est relié à ce dernier par une passerelle.

Deuxièmement, une fois à l'intérieur du centre commercial, celui-ci s'est révélé fractionné autour de plusieurs espaces aussi bien dans leurs dimensions matérielles qu'au travers des discours des commerçants et usagers : les différents étages, les différentes « zones », les commerces et cafés sont apparus dans leurs particularités et leurs dynamiques propres. L'espace du Komtar fait également référence à des espaces en dehors de celui-ci, dénotant différentes échelles spatiales telles que la ville, l'état de Penang, la Malaisie et d'autres échelles d'ordre plus « global ». Néanmoins, l'espace du Komtar fait sens et prend sens pour mes interlocuteurs.

J'en suis venue alors à considérer ce lieu comme plusieurs espaces qui se regroupent néanmoins autour d'une entité du Komtar, qui est en processus constant de construction et de définition

## Première visite

Là, devant moi se dresse le Komtar, ou plutôt certaines des parties qui le composent. Décrire son extériorité ne peut se faire facilement. En effet, il n'apparaît pas comme un bâtiment particulier qui se détacherait visuellement des autres constructions urbaines qui l'entourent, et même qui le composent. Ce qui me laisse perplexe en tentant de comprendre où il s'arrête et où il commence. Il est fait de différentes parties imbriquées les unes dans les autres qui s'étendent de part et d'autre. L'une d'elle surplombe une voie de circulation, formant un large tunnel sombre qui se déploie sur quelques mètres. Le Komtar se fait alors traversé par différents type de trafics: piéton, taxi, voiture, ou encore trishaw. Sous une de ses ailes, il abrite une station de bus qui arrivent et partent en direction du nord et du sud de l'île.

Par où entrer? Quelle entrée prendre? Mon regard cherche quelques instants une entrée. Un escalator monte depuis la station de bus, mais je ne sais s'il me conduira-t-il à l'intérieur du Komtar. Je traverse la route et passe devant la Maybank qui fait l'angle. Des échafaudages, laissant présumer des travaux en cours, sont installés sur le devant. Je distingue néanmoins les quelques lettres affichant « KOMPLEKS TUN ABDUL RAZAK ». Je choisis cette entrée, peut-être une des principales, et j'emprunte les escalators qui déroulent leurs marches de manière continue pour accéder au premier étage. Après quelques pas sur le côté d'une large vitrine transparente derrière laquelle apparaît une grande surface vide, je gravis à pied les quelques marches du deuxième escalator.

Le plafond s'élève au-dessus de ma tête. Quelques grandes colonnes structurent l'espace qui se déroule en demi-cercle devant moi. Suis-je dans un centre commercial?

Un instant d'arrêt. Mon regard est sollicité de toute part par un foisonnement de magasins et de stands installés de part et d'autre, déclinant une variété de couleurs, tant celle des vêtements, des objets ou autres marchandises mises en vente que celle des enseignes, comme une verte et rose d'une boutique de cosmétique. Plus loin, des bacs, dans lesquels des vêtements sont entassés les uns sur les autres, sur lesquels descendent des panneaux « Sale 50% » suspendus au plafond. Ce décor visuel me demande quelques minutes pour situer tant mon regard que moi-même à l'intérieur de l'espace. Ce que je découvre ici ne correspond pas aux différentes images des autres *malls* de Penang. Il y a comme une ambiance un peu « vieillote » ou « désuète » qui transparait dans ce lieu. L'atmosphère est humide et je ressens une chaleur moite. Peu habituelle, elle en devient agréable du fait que les autres centre commerciaux me semblent toujours avoir trop d'air-conditionné.

Une femme malaise est assise sur un tabouret derrière la structure en bois de son stand. Ce dernier présente des tissus de batik, sur lesquels des couleurs vivent se mélangent aux motifs imprimés. Des tourniquets, auxquels sont accrochés des robes, des chemises et des tissus multicolores, sont placés aux abords de son stand.

A côté, il y a un autre stand plus long. Le vendeur, un homme Chinois d'un certain âge, me propose de jeter un coup d'œil à des T-shirt, dont le devant arbore un « Penang » sur fond de motifs représentant la tour du Komtar et le pont reliant l'île au continent. Certains vêtements sont également disposés sur le dessus du stand à l'aide d'une structure en métal pour les accrocher. Je déambule quelques instants entre les stands, un fond musical de pop malaisienne donne le ton sonore, et je fais attention à laisser un passage pour croiser les différentes personnes.

Regardant ce qui entoure cette place, je perçois une série de magasins derrière leurs vitrines qui font le pourtour de cette dernière. Un KFC, une chaîne américaine de fast-food, fait l'angle suivi d'un magasin de vêtement pour femme et d'une boutique de jeans Levi's. Face à ces magasins, toute une série de comptoir présente sous leur vitrine un alignement de téléphones portables éclairés par les néons qui les surplombent. Cette succession de stands de téléphonie mobile délimite alors l'espace de marche pour longer l'espace central.

Après ces quelques observations, j'aperçois une entrée: une porte automatique. Une série de lettres lumineuses se trouvent en haut de cette dernière. Une femme habillée d'un polo rouge, appuyée sur un comptoir étroit en bois, m'accueille avec le sourire, « You want to go up? ». Monter où? Sur la tour! Elle m'explique que l'on peut visiter le haut de la tour pour avoir une vue sur Penang.

On passe les portes automatiques qui se referment derrière nous, quelque pas sur un tapis vert bouteille, qui dénote un mobilier vieillit par le temps. On doit contourner un îlot de bois trônant au milieu du passage, dont le devant est longé de décorations en tissus, ce qui affiche et impose l'officialité du lieu dans lequel on pénètre. « C'est le gouvernement de l'Etat de Penang », me dit-elle. Ce qui suscite mon interrogation, espace politique ou espace commercial ? Des guichets se trouvent sur le côtés, devant lesquels des personnes attendent debouts, d'autres sont assises sur des chaises mises à disposition. Ma guide du jour m'explique : « Ici, se sont les guichets, pour les citoyens. Ils peuvent venir payer leur factures ou régler d'autres affaires administratives ». Elle m'amène vers le lieu d'accès pour monter dans la tour : des ascenseurs alignés de manière circulaires, elle poursuit « Ce sont les fonctionnaires, qui travaillent dans la tour qui les utilisent. Tous les étages sont occupés par différents départements étatiques, et municipaux ». Ma guide ajoute « Mais ils ne sont pas tous là, certains ont déménagés ».

Espace commercial entre stands de marché et marques internationales, siège du gouvernement étatique et municipal, mais plus tout à fait. Qu'est-ce alors cet espace ?

# A

---

## LE TEMPS DU PROJET

# A1 Dire le projet

## 1.1 Introduire et penser la modernité

L'objet de ce travail se décline en quelques lettres : KOMTAR. Nom devenu commun à Penang, ou plutôt acronyme signifiant *Kompleks Tun Abdul Razak*. C'est du *Bahasa Malayu*, langue nationale malaise et le titre donné au premier Ministre de la Malaisie d'alors. On a donc un projet, puis un lieu: un complexe qui réfère à un homme de pouvoir politique, situé dans un temps historique particulier: les années 70 et un spatialité spécifique: la ville de Georgetown, dans l'Etat de Penang, en Malaisie. C'est aussi une image, une tour de 65 étages qui s'élève dans le centre de la ville.

### De la modernité aux modernités

L'apparition architecturale de cette nouvelle forme, qui s'élève vers le ciel dans le paysage urbain de Penang, est décrite comme une « icône de la modernité » (Goh, 2002 : 156). La tour devient alors, selon King, un signe contemporain de la modernité qui s'inscrit dans la sphère globale. (King, 2004). La construction de ces tours révélerait une certaine matérialité de cette « modernité », ce qui suscite également de nombreux débats sur l'esthétique et la légitimation de la présence de telles formes. Signe de modernité? Quelle modernité se met en scène à travers ces tours ?

Interroger cette notion de « modernité » paraît alors nécessaire. Ici, mon but n'est pas de reprendre les différentes perspectives et écrits théoriques qui se sont attachés à envisager les significations du « moderne » ou de la « modernité ». Comme le souligne King « Il n'y a jamais un « vrai moderne » en soi, tout comme la « modernité » émerge d'une perspective relationnelle dans une temporalité continue et des espaces comparés (King, 2004 : 73). ». Le paradigme de la modernité doit alors s'inscrire dans des contextes spatiaux et temporels précis afin de percevoir quelles versions de la modernité sont utilisées, comment elles se déclinent, à quelles idéologies elles se rattachent, quels discours et quels énonciateurs la mobilisent. Ainsi qu'en rapport à quoi elles s'opposent et se construisent. On peut alors observer les processus en œuvre pour « être ou devenir moderne de manières différentes, dans des régions du monde différentes ». (Knauft, 2002 : 1).

Afin de problématiser plus précisément cette notion de « modernité » dans le contexte du Sud-Est asiatique, à la lumière de la citation de Knauft, je me base sur des recherches effectuées en Malaisie qui traitent et envisagent de ce paradigme de la modernité dans le contexte urbain malaisien du début du 21<sup>e</sup> siècle, à savoir celle de Goh (2002) et de Bunnell (2004). Ce qui ressort de cette littérature ce sont dans un premier temps, les réflexions au sujet du contexte d'énonciation de cette notion qui serait issue et pensée uniquement dans le cadre du contexte occidental. La définition perçue comme « classique » de la modernité en Europe est rattachée au courant des Lumières du 18<sup>e</sup>. Elle est définie au travers du progrès et de la rationalité, orientés vers le futur, qui feraient évoluer les sociétés vers un stade plus avancé. Bunnell et Gho inscrivent leur perspective théorique à l'encontre de celles qui adoptent une position « eurocentrique » où la modernité occidentale est vue comme un point de repère et de comparaison, comme si l'occident avait disséminé une modernité qui se ferait réapproprier dans la périphérie (Bunnell, 2004 : 35). Ce qui met en avant une conception issue de l'idéologie coloniale qui perçoit la métropole comme le centre.

On peut alors penser les « modernités » malaisiennes comme exprimant les diverses tensions entre l'identification au modèle occidental et son rejet qui s'exprime tant durant l'époque coloniale que postcoloniale. « Ce n'est pas une modernité alternative à celle de l'occident, mais il y a une multiplicité d'expériences de la modernité formées à travers des réseaux de relations et d'interconnexions changeants. » (Bunnell, 2004)

A ce stade du travail, il me semble intéressant d'envisager une définition générale de la modernité dont certains contours seront précisés ou soulignés à l'aide du cas que je vais problématiser. La notion de « modernité » est alors composée d'images et d'imaginaires orientés vers le futur, vers une idée de progrès et de nouveauté.

Les images de modernité(s), qui se révèlent en ce premier « temps » que je me propose d'envisager, émanent essentiellement des discours officiels et politiques. Dans cette première partie, je m'intéresse à la phase de conceptualisation du Komtar qui s'inscrit dans un projet urbain intitulé le « New Penang Urban Center ». Ceci me permet tant d'inscrire ce lieu dans des contextes spatiaux et temporels spécifiques que d'envisager certains discours et idéaux émanant des discours officiels qui entourent ce projet.

Au cours du « temps du terrain », je tente alors de dégager comment des images de modernités se présentent et se révèlent par le biais des discours et des pratiques des acteurs du lieu. Néanmoins, si je considère ces temps comme révélateurs d'images de modernités, ils permettront également de percevoir que celles-ci ne se laissent pas définir de manière claire et simple.

## 1.2 Quels contextes, quelles histoires pour envisager le KOMTAR ?

Afin d'interroger ce lieu, le KOMTAR, il me paraît pertinent de l'inscrire dans un cadre historique, politique, économique et social qui réfère à la Malaisie et à également à Penang. Je considère alors que le KOMTAR est tant un reflet de ces contextes qu'il participe à leur construction et révèle également des particularités. En effet, certains aspects des contextes spatiaux et temporels dans lesquels il s'insère me semblent intéressants à mettre en lien avec la conceptualisation et la réalisation de ce projet urbanistique. Quels aspects font sens pour envisager le KOMTAR ?

### Le temps colonial

Commencer le récit historique par le « temps colonial » apparaît à Penang de manière récurrente dans les différents textes de présentation, ou dans les discussions et interactions informelles que j'ai eues : « *Penang was first settled by the British headed by Captain Francis Light in 1786...* ». Posant alors une date, une personnalité, et une autorité spécifique. Ce qui donne forme et corps au mythe originel du lieu. Le récit historique aurait pu commencer avant ou autrement, mais il n'est pas raconté au hasard. Au travers de ce dernier transparaît la domination coloniale de l'autorité Britannique, mais aussi les influences et les rapports que cette dernière a pu avoir, et a encore, dans ce contexte qui peut s'élargir à la *British Malaya*<sup>1</sup>. La colonisation, comme le suggère Bunnell « permet tant à construire la Malaisie que ses caractéristiques fragmentaires. », (Bunnell, 2004: 32). D'une part, au travers des mesures économiques et une administration unifiée qui fixeront et délimiteront le territoire malaisien. D'autre part, le pouvoir colonial est perçu comme ayant contribué à la formation d'une « *plural society* » (Goh : 2002, Lee : 2004). Ce terme de « *plural society* », développé par le fonctionnaire colonial Furnivall, réfère à une société composée de communautés hétérogènes qui auraient des significations culturelles et économiques communes au sein de chacune d'elles, et vivraient au sein d'une même unité politique<sup>2</sup>(Furnivall, 1944).

### Cristallisation de différences sociales durant la *Bristish Malaya*

A la fin du 19<sup>e</sup> et au 20<sup>e</sup> siècle le pouvoir colonial encourage des migrations massives, surtout en provenance de Chine et d'Inde du Sud afin d'augmenter la production économique qui se décline principalement autour des mines, des plantations de café et de caoutchouc (Andaya : 2001). La division du travail qui en résulte donne à chaque groupe « sa place » respective dans l'économie coloniale, suivant l'image : « Les Malais sont concentrés dans l'économie traditionnelle paysanne, tandis que les Chinois et les Indiens sont recrutés pour travailler surtout dans les mines pour les premiers et dans les plantations de caoutchouc pour les seconds » (Goh, 2002 : 39)

Ceci contribue notamment à renforcer les différences sociales qui se construisent autour de quatre divisions ethniques généralisées et simplifiées : Malais, Chinois, Indiens et les Autres, à travers lesquelles l'administration britannique percevait et gouvernait la société locale<sup>3</sup> (Andaya, 2001: 183).

1 Sans vouloir envisager la problématique liée au terme postcolonial, je réfère ici à une série d'ouvrages qui permettent de contextualiser cette problématique en lien avec le contexte sud-est asiatique pour ce contexte voir, King (2002 : 45-63) (Bishop, Phillips, Yeo, 2003).

2 La position de Furnivall a été remise en question d'un point de vue contemporain, car il émet l'hypothèse d'une pluralité exotique face à un occident qui serait homogène, et il ne discute pas le fait que cette pluralité serait le fruit de la colonisation (Giordano, 2004: 93)

3 Pour préciser les différents groupes en présence, voir Andaya Andaya(2001), et Jenkins(2003) pour Penang.

Si la colonisation britannique est liée à un système de migrations spécifique, il s'agit de considérer que les flux, les échanges et les influences de différentes formes: commerciaux, de personnes et d'idées, sont fortement présents sur la péninsule malaisienne depuis de nombreux siècles. Les terres et les mers de la Malaisie actuelle sont alors liées à des commerces maritimes très étendus entre les régions de la Chine et de l'Inde, ainsi que du Moyen-Orient. (Andaya, 2001). Cela fait également plus de trois siècles que différentes puissances européennes, notamment les Portugais à Malacca, commercent, sont en concurrence et établissent leurs conquêtes en Asie du Sud est.

Ceci se révèle particulièrement dans le contexte de Penang qui fut un port important et stratégique. Evers (2003), perçoit Penang comme ayant une position privilégiée « au sein d'un système d'échange qui inclut notamment des capitaux, des hommes et du travail » ce qui contribue selon lui « à dénoter une forte urbanisation de Penang ». Son port contribue également à lui conférer une position stratégique au sein des rapports de forces coloniaux. Il faisait partie des *Straits Settlements*, une unité administrative qui incluait également Singapour et Melaka. Penang est alors composé par une mixité de groupes sociaux de provenances sociales et régionales diverses, dénotant des vagues de migrations successives.

## La prépondérance des catégories ethniques en Malaisie

À l'indépendance qui est officialisée en 1957, certains héritages de cette « société plurale de la *British Malaya* » sont encore présents notamment, comme le souligne Giordano, l'ethnicité qui influence les relations sociales à tous les niveaux (2003 : 95)

En effet, la composante « ethnique » prend une place centrale, tant au niveau politique<sup>4</sup> que dans les discours officiels, les médias, et également dans les recherches et les discours scientifiques (Shamsul, 1996). La société est alors divisée en trois groupes ethniques numériquement majeurs: les Malais, les Chinois et les Indiens. Le terme ethnique anglais de *race* est utilisé dans les discours publics plutôt que le terme d'*ethnicity* (Fenton, 2003).

Encore actuellement, cette division tripartite est omniprésente dans les pratiques quotidiennes ou les discours communs sans être réellement contestée ou remise en question.

Les catégories ethniques généralisantes de Chinois et Indien relèvent pour chacune de ces entités des spécificités et une série de sous-groupes qui s'articulent notamment autour de la langue, de la provenance ou de la religion. Ces deux catégories révèlent plus une dimension « multinationale » ou « multiculturelle » qui formerait la société malaisienne, plutôt que des « groupes ethniques » historiques. En effet, ces entités dites ethniques se construisent en lien à une « nation originelle »: l'Inde et la Chine.

Concernant la catégorie « Malais », Milner (1998) s'est attaché à montrer comment cette dernière faisait référence, avant la colonisation, à une grande variété de groupes locaux et régionaux distincts qui se reconnaissaient sous un large héritage « *melayu* ». Selon lui, c'est surtout durant la période coloniale que la catégorie Malais se serait fixée. La colonisation Britannique aurait avantagé les Malais dans les domaines politico-administratif. Ce traitement spécial devient une justification historique à l'indépendance, où une élite va dominer le processus politique et prendre le contrôle des hauts niveaux du pouvoir de l'Etat<sup>5</sup>. On observe en effet, dès l'indépendance jusqu'à aujourd'hui, une domination malaise dans les sphères de la politique et de l'administration (Milner, 1998). La catégorie Malais est définie dans la constitution fédérale: pratique de l'Islam, langue malaise, coutumes. (Jenkins, 2003: 17)

4 A l'indépendance, formation de l'alliance, avec l'UMNO, qui défend les intérêts malais, MCA qui défend les intérêts chinois, et MIC qui défend les intérêts indiens.

5 En effet, le pouvoir politique est sous l'influence d'une élite malaise. Beaucoup de recherches insistent que le système politique malaisien, serait dominé par les stratégies des groupes des élites qui forment une alliance, MIC, MCA dans le but de diriger. Elle se construit en lien aux minorités indienne et chinoise, mais aussi en lien aux dynamiques internes.

Lee défend que dans le cadre de la Malaisie, la race réfère tant à des caractéristiques physiques que culturelles. (Lee, 2004 : 116). En effet, ces catégories se distinguent au travers de traits phénotypiques ainsi que dans des pratiques culturelles pensées comme distinctes, mais pas seulement. On peut observer une forte corrélation entre appartenance ethnique, statut social, et statut économique (Shamsul, 1998) qui serait notamment issue de la colonisation<sup>6</sup>. Ces catégories réfèrent à toute une série de codes pour dire d'autres attributs sociaux. Par exemple, la catégorie « Malais » est intrasèquement reliée à la religion islamique, ou encore correspond à une série de stéréotypes issus de la colonisation auxquels certains se réfèrent, même si c'est pour s'en distancier ou les remettre en question. Comme par exemple, que les Malais seraient « paresseux » et que les Chinois seraient « liés à l'économie et l'industrie »<sup>7</sup>.

Si ces entités ethniques sont présentes dans les représentations dominantes à différents niveaux de la société, les autres systèmes de différences sont alors parfois invisibilisés par la prépondérance de ces dernières. Ces dernières décennies une série d'études mettant en lumière d'autres dimensions de « fragmentations » au sein de la société malaisienne (Kahn, 1992, Lee, 2004), comme le genre, la religion, la classe. Ce qui permet de nuancer la place centrale accordée à la problématique ethnique dans les recherches scientifiques,

### Les émeutes de 1969 comme point de départ?

Un événement qui revient de manière récurrente dans les récits concernant les premiers temps de la nation Malaisienne est celui des « émeutes de 1969 », affrontements qui ont eu lieu entre différentes communautés ethniques<sup>8</sup>. Sans déterminer les causes et les faits exacts qui se sont déroulés à ce moment-là, je prends cet événement plutôt dans sa capacité à faire émerger des images, des discours concernant les rapports entre groupes, et surtout comme pouvant représenter un point de départ d'une orientation politique spécifique ou permettre de justifier cette dernière, rejoignant alors la perspective d'une série d'analyses (Goh, 2004, Harper, 1999).

Le discours commun et officiel envisage ces émeutes comme relevant de tensions « ethniques ». Une interprétation souvent convoquée est celle qui voit ces émeutes comme exprimant un potentiel de conflits qui serait sous-jacent à la co-existence ethnique (Lee, 2004 : 124). Dans cette perspective « 1969 » fait alors référence à la « menace originelle » qui sous-tend la création de la nation malaisienne : celle de briser la co-existence pacifique qui devrait régner entre les différentes communautés et surtout celles se définissant et étant définies selon des lignes ethniques. Ces émeutes mettent alors en lumière une « crise politique ». Elles ont pu être analysées comme incarnant une « crise de fondation » de la nouvelle nation se sentant menacée dans sa capacité à maintenir l'ordre public (Williamson, 2002).

Quelles sont les politiques étatiques mises en place après ces événements? Comment au travers de ces dernières peut-on percevoir une orientation spécifique de l'Etat?

Dans le cadre de ma problématique « 1969 » doit surtout être éclairé comme marquant le début de l'augmentation du pouvoir de l'Etat dans les sphères sociales et culturelles. Suite à une période de *laisser faire* politique durant les premières années de l'indépendance (Gho, 2004 : 39), certains analystes observent alors une « réactivation » du pouvoir de l'Etat. En effet, la thèse développée par Harper (reprise dans l'analyse de Baxtrom, 2008 : 56) envisage la période dite de l'*Emergency* (1948-60)<sup>9</sup> comme allant établir les paramètres d'un Etat interventionniste, à l'aide des stratégies qui sont mises en place par

6 Notamment due à la division du travail, et à la division spatiale entre ces groupes.

7 Ces stéréotypes sont issus de la colonisation, ils sont remobilisés notamment par le premier ministre Mahatir, lors de son texte : *Malay Dilemma*. (Bunnell, 2004)

8 Au lendemain des élections fédérales, le 13 mai 1969, des émeutes ont eu lieu à la capitale, Kuala-Lumpur.

9 Faisant référence aux insurrections du *Malayan Races Liberation Army*, et le *Malayan Communist Party*. (Harper, 1999)

le gouvernement notamment en lien à ses campagnes militaires. Tous les actes de sédition et de sécurité (Internal security act, Sedition act) sont instaurés durant l'*Emergency*, afin d'assurer des restrictions sur les activités d'individus ou de groupes qui tenteraient de mettre en question la légitimité des pouvoirs en place. Ces derniers seront réactivés dès 1969, cela contribue à ce que certains auteurs qualifient cette phase d'« autoritarisme étatique » (Kahn, 1992).

Les stratégies politiques et économiques mises en place par le gouvernement après «1969» mettent l'accent sur les restructurations économiques et sociales. Notamment, par le biais de la *New Economy Policy* (NEP) politique qui symbolise la nouvelle direction politique de l'Etat fédéral de ces années 70<sup>10</sup>. Elle se construit sur deux objectifs principaux: d'une part éradiquer la pauvreté sans distinction ethnique et d'autre part restructurer la société pour abolir l'identification de l'ethnicité à une fonction économique, avec des soutiens spécifiques aux Malais et *Bumiputeras* (Jomo, 2004)<sup>11</sup>. La catégorie « bumiputera »- litt. son of the soil- inclus les Malais et d'autres groupes pensés comme indigènes. Ils sont alors considérés comme représentatifs du cœur de l'identité nationale Malaisienne.

Comment cette politique nous renvoie-t-elle à une certaine construction de la nation qui se joue ici au niveau discursif? Il paraît intéressant d'envisager le concept de « nation-of-intent » développé par Shamsul (1999: 328). Il envisage cette notion comme « une forme de nation » qui s'exprime à travers des visions futures et idéales. Selon cette perspective, la NEP met en lumière une vision de la nation définie par le gouvernement qui insiste sur la prépondérance des Bumiputeras. La NEP construit alors une image de la nation pensée en terme « d'être ou de ne pas être Bumiputera » ; ce qui divise la société en une partie des citoyens qui ont droit à la discrimination positive d'un Etat interventionniste sur la base de leur « indigénité », face au reste de la population. Shamsul souligne qu'il y aurait des formes compétitives et coexistantes de différentes « nation-of-intent » au sein de la même nation. Celle qui s'illustre au travers de la NEP est remise en question notamment par des groupes non-*Bumiputera* dirigés par les Chinois, par des *Bumi* non musulman et par des *Bumi* islamiques radicaux. (Shamsul, 1999 : 324).

## De la pluralité ethnique à l'unité nationale par le biais de la croissance économique

Cette politique est perçue comme mettant en scène l'hégémonie des Malais au sein de l'Etat (Lee, 2004). Un des buts évoqué dans les discours étatiques officiels est de créer une unité et une identité nationale<sup>12</sup>, par le biais de la diminution des rancoeurs entre les races qui seraient dues aux disparités socioéconomiques. Ceci amènerait alors une harmonie et une stabilité politique grâce à l'intervention de l'Etat, par les outils d'une stratégie économique.

La problématique de l'« identité nationale » tant dans une volonté de formation que de définition a une place majeure dans le discours politique depuis le début de la construction de la Malaisie (Watson, 1996). L'unité nationale semble difficile à créer au sein d'une société perçue et constituée en terme de pluralité qui dans le contexte malaisien se pense et est pensée principalement en termes ethniques<sup>13</sup>.

Si les questions liées à l'ethnicité prennent une place importante dans les discours des stratégies politiques, une autre dimension est également prépondérante : la « croissance économique ».

10 Elle devrait s'appliquer de 1971 à 1990.

11 Ainsi elle inclut des quotas ethnique qui favorise les *Bumiputeras* dans l'éducation, l'emploi dans les secteurs du gouvernement et les entreprises privées, l'accord du gouvernement sur les contrats et l'approvisionnement des entreprises. (Bunnell, 42, 2004)

12 Le deuxième plan malaisien, « *malaysia second plan* », 1970-6, s'inscrit dans les différents plans politiques développés par l'Etat malaisien.

13 L' Alliance est dominée par l'United Malays National Organization (UMNO), qui représente les intérêts malais, elle est également formée par le Malaysian Chinese Association, (MCA), et le Malaysian Indian Congress (MIC).

Les discours politiques mettent en exergue une rationalité où le but de la croissance économique est pensé comme permettant d'atteindre les objectifs liés à la réduction des disparités vues comme ethniques<sup>14</sup>. Dans ces années, les termes « croissance » et « développement » deviennent centraux dans les discours politiques officiels du gouvernement fédéral malaisien. Williamson (2002) émet la thèse que cette idéologie tournée vers la croissance économique donne des paramètres pour concevoir une nation malaisienne et devient aussi bien un but à atteindre qu'un réservoir idéologique usé par le discours politique officiel. Il utilise alors le concept de « nationalisme économique » qui, selon lui, serait même le modèle principal du nationalisme malaisien. Dans ce contexte, il énonce de manière peut-être un peu rapide, mais intéressante à penser : « Le seul but de la prospérité économique ne suffit pas, il y a urgence à persuader la population malaisienne, qu'elle partage une identité commune. » (Watson, 1996 : 298)

Cette assertion permet de mettre en évidence les tensions qui apparaissent dans les discours politiques concernant la construction de la nation malaisienne, c'est-à-dire celles qui s'agencent entre l'idéologie de développement et de croissance et les problématiques liées à l'« identité nationale ». Ceci reflète la thèse de Shamsul qui pose le « projet de modernisation » malaisien comme ayant deux composantes principales : économique et politique. Selon lui, la composante économique est dirigée par le besoin d'industrialiser, tandis que le politique est motivé par le besoin de réaliser une nation. C'est ce dernier, selon lui, qui poserait le plus de difficulté. (Shamsul, 1996 : 327).

Ces différents éléments posent alors le cadre dans lequel s'inscrivent et s'agencent les processus et les termes dans lesquels le projet qui m'intéresse ici le « *Penang New Urban Center* » sera conceptualisé. A savoir, dans un contexte de quête d'unité nationale et de la construction de cette dernière. On peut alors considérer les enjeux autour des différentes catégories ethniques présentes dans ce contexte et des tensions sous-jacentes à la volonté de former une unité, sur la base d'une société pensée au travers d'une pluralité. Cette pluralité se dévoile de manière particulière avec la NEP, qui met l'accent sur l'indigénité des Malais par rapport aux non-malais. Ces dimensions s'inscrivent dans un contexte discursif politique qui me l'accent sur la volonté de « développement », de « croissance économique », à l'aune du progrès influencé par une orientation interventionniste de l'Etat.

---

14 Le premier plan malaisien, 1956-1960. Le deuxième plan malaisien 1970-1976. (Andaya, 2002 : 93)

### 1.3 Le « Penang New Urban Center »

#### Genèse du projet : les acteurs

La *Penang Development Corporation* (PDC) est l'agence du gouvernement qui sera chargée de réaliser et de mener à bien ce projet tout au long de ses processus jusqu'à aujourd'hui.

La PDC peut se définir comme la principale agence de développement de l'Etat qui se doit de promouvoir, diriger et entreprendre le développement du secteur industriel, du commerce, du tourisme, des habitations, et de l'agriculture (Malaysia Yearbook, 2005).

Elle légitime sa création, en 1969, du fait d'un contexte économique en déclin. Selon elle, la prospérité économique de Penang est mise à mal par le dégradation graduelle du statut de « *free port* » et d'« événements politiques »<sup>15</sup>. La PDC est donc créée dans le but de mettre de « l'ordre dans le chaos » (Jenkins, 2008).

L'« acteur principal » de la mise en œuvre de ce projet urbanistique qui m'intéresse ici, le « *Penang New Urban Center* » est alors l'Etat de Penang, par le biais de la PDC. Ceci permet d'envisager le caractère « interventionniste » de l'Etat qui se matérialise et s'impose par le biais de l'urbanisation, influant également sur les autres sphères tant économiques que sociales, comme les différents argumentaires et objectifs qui composent ce projet vont le révéler.

Il s'agit de préciser que trois niveaux de pouvoir institutionnels sont impliqués dans ce projet. Le niveau fédéral, Penang est un des treize Etats de la Fédération Malaisienne. Le niveau étatique: gouvernement de l'Etat de Penang avec un Chief minister à sa tête. Et le niveau municipal: deux autorités locales ou conseils municipaux sont présents dans l'Etat de Penang dont celle qui m'intéresse ici, car elle en charge de l'île de Penang: Majlis Perbandaran Pulau Pinang (MPPP). (Jenkins, 87: 2003)

Au début des années 70, le conseil municipal de la ville de Georgetown choisit une entreprise d'architectes, *Team Three* établie à Singapour, comme consultant pour le « *Penang New Urban Centre Project* »<sup>16</sup>. Suite à cela, on voit la formation au sein du conseil municipal du *Central Area Planning Unit* (CAPU), dont la tâche est d'identifier une série d'objectifs de planification qui serviront de cadre et de limites aux différents projets de développement au sein de l'Etat. Un des objectifs qui m'intéresse ici: « développer un centre urbain qui est lié au système de routes majeures de l'île » (CAPU).

Une zone de onze hectares est choisie pour développer ce projet. Les terrains appartiennent en partie au conseil municipal de la ville, à l'Etat de Penang, ainsi qu'à des propriétaires locaux.

Le choix du site dans lequel ce projet prendra forme incombe également au CAPU, « identifier un bon site dans lequel diriger et mettre en place une activité de renouveau urbain » (CAPU). Le terme de « renouveau » urbain utilisé dans cette citation met en lumière le fait qu'il y aurait déjà un « développement » urbain sur la zone choisie. Amran, qui fut un membre de la CAPU, me présente ce qu'il y avait sur ce terrain :

« Il y avait un parc. C'était un espace social, où les gens se retrouvaient. Il y avait un cinéma, la caserne centrale des pompiers et aussi deux écoles primaires et une école religieuse islamique. Tu pouvais aussi voir couler une rivière, « ... ». Il a fallu déplacer les commerçants, les *residents tenants*<sup>17</sup>. Ils ont été relogés dans différents bâtiments construits par l'Etat à Macallum street,

15 On peut penser qu'ils font références aux émeutes de 1969.

16 Le frère du *Chief Minister*, Dr Lim Cheong Keat en tant qu'architecte à la tête de cette équipe.

17 Trad. locataires

Kedah road<sup>18</sup>, à la Freeschool road, et aussi dans la nouvelle commune de Bayan Baru au sud de Penang.»

Ici, je me base sur des sources textuelles qui documentent la mise en œuvre future du projet, à savoir des documents officiels provenant de la PDC et de la CAPU<sup>19</sup>. Il s'agit de prendre conscience de la position des énonciateurs de ces discours : instances politiques émanant de l'Etat de Penang, ainsi que de leur contexte d'énonciation, à savoir des présentations officielles qui s'adressent au public, ou peut-être aussi aux futurs investisseurs. Ces sources s'avèrent tant partielles, puisque j'ai eu accès à un nombre limité de ces dernières que partiales puisqu'elles émanent des parties voulant justifier et légitimer la réalisation de ce projet.

L'intitulé de ce projet « Penang New Urban Center », permet de mettre en lumière les rationalités dominantes qui sous-tendent les processus de conceptualisation de ce dernier. D'une part, le terme de « nouveau » associé à celui d'« urbain » souligne que les discours officiels perçoivent l'urbanisation comme participant de la modernisation et même à la matérialisation cette dernière. Dans cette perspective, l'urbanisation devient un moyen de révéler et de réaliser une « modernité » qui émane ici des institutions politiques. La notion de « centre » permet également de percevoir les enjeux de pouvoir qui s'inscrivent dans la volonté de « construire une nouvelle centralité ». Je me focalise, au sein de ce projet urbain, sur mon objet : le Komtar.

*«KOMTAR comme projet de développement, combine les fonctions civiques, administratives et commerciales, et en plus émerge comme un nouveau centre de la ville pour Penang» (PDC)*

Ce qui m'intéresse, c'est de dégager différentes dimensions et enjeux qui traversent et sous-tendent les discours entourant la conceptualisation de ce projet urbain. Dans un premier temps: les discours qui apparaissent en lien avec les termes de « croissance » et de « développement », qui se réfèrent notamment « aux fonctions commerciales et administratives », mais également à l'ensemble de ce dernier. Dans un deuxième temps: une politique économique spécifique : la NEP, que se projet a pour but d'appliquer. Dans un troisième temps: les « fonctions civiques », à savoir la volonté de constituer un centre civique.

## Surfaces commerciales et administratives : vers la croissance économique

La volonté de constituer des surfaces administratives et commerciales dénote qu'au travers de ce projet l'Etat de Penang, par le biais de la PDC, se positionne comme créateur et gestionnaire de ces surfaces commerciales et administratives, ainsi que d'un centre commercial. Le politique légitime son intervention au niveau économique par une idéologie de « développement » liée à la modernisation. Ceci permet de mettre en évidence une rationalité où le développement urbain induit un « renouveau économique »:

*«L'objectif majeur de ce développement et de revitaliser la ville, et de réaliser le renouveau économique urbain» (PDC)*

Ce projet fait apparaître toute une série de discours qui usent de manière récurrente des termes de « croissance », « développement », « progrès ». Comment ces derniers sont-ils utilisés dans ce cadre? A quelles idéologies font-ils référence? Quelles types d'images évoquent-ils ou par leur utilisation construisent-ils ou renforcent-ils?

<sup>18</sup> Voir annexes

<sup>19</sup> Ces documents concernent tant les différentes lignes avant le début du projet, ainsi qu'un document édité après la première phase de construction. Je n'ai pas les dates exacts de ces documents, mais ce qui m'importe, c'est tant de les situer en lien aux phases de construction, que des instances desquelles ils émanent.

Une dimension que ce projet a pour but d'accomplir, mais aussi de révéler par son existence, est une capacité de croissance économique. Selon ces promoteurs, il permettrait tant d'accompagner une croissance économique qui est déjà présente que de l'encourager.

Selon les discours des différents concepteurs, le futur est envisagé à l'aune de cet idéal de croissance qui se révèle ici comme un fait assuré. Cet aspect conduit également à donner la perspective temporelle avec laquelle ce projet est envisagé: il regarde et s'oriente vers le futur.

Cette perspective de croissance se révèle également dans les argumentaires qui pensent ce centre urbain comme générateur de revenus économiques pour les futurs commerçants, acheteurs ou locataires (PDC). Ces derniers serviront également à l'Etat pour participer au financement de ce projet :

*« Générer des revenus pour l'Etat au travers de l'augmentation des surfaces commerciales ». (PDC)*

*« Retours d'argent sur le projet : location à des compagnies privées qui vont se situer dans la tour de 65 étages ; pour payer le maintien des locaux et l'entretien des infrastructures civiques ». (CAPU)*

Si cette idéologie de croissance s'applique tant à l'échelle spatiale du lieu que de la ville, les discours mettent également en avant comment le projet permet d'« accélérer le développement » de l'Etat de Penang et sa position régionale au sein du Nord de la Malaisie.

*« Le concept de centre urbain n'est pas seulement important pour la ville, mais pour l'Etat entier »*

*« Aller dans l'élan du développement économique de l'état, et accélérer le développement de Penang comme centre de croissance du Nord de la Péninsule malaisienne dans le prochain siècle. » (Dr. Lin Chong Eu, Chief Minister)*

Le centre urbain n'est alors pas uniquement destiné à être le « centre de la ville », mais il est également pensé comme devant incarner le « centre de la région du Nord ». Cette assertion révèle la volonté de faire accéder Penang à une position régionale hégémonique, en tant qu'Etat dans la région du nord de la Malaisie. C'est donc par le biais de la croissance économique que l'Etat de Penang parvient à s'imposer politiquement au sein de cette région du Nord.

Penang, qui selon Ghoh (2002 : 152) a une position relativement désavantagée à la fin des années 60 par rapport au reste du pays, réalise une croissance économique impressionnante et, selon les années, dépasse même la moyenne nationale. En effet, il devient un pôle de croissance économique majeur dans l'économie nationale des années 80 jusqu'à nos jours<sup>20</sup>.

Si le projet veut s'inscrire dans l'espace régional du Nord de la Malaisie, il prend également un rôle à l'intérieur de l'espace national, étant subventionné par le gouvernement fédéral<sup>21</sup>.

*« L'urbanisation accentue les déséquilibres généraux de la participation raciale dans le secteur d'activités modernes, il faut mettre en place plus d'opportunités pour la Malaisie de participer aux activités industrielles et commerciales, comme cela les villes vont refléter plus fortement les caractéristiques multiraciales de la nation »*

Ces échelles spatiales : de la ville, de l'Etat, et de la nation, mettent en lumière comment les différents niveaux du pouvoir politique se positionnent en rapport à leurs intérêts et à la légitimation de ces derniers. Soulignant une nouvelle fois, la capacité de ce « nouveau centre » à contribuer à la « croissance » de la nation, à quelle politique économique doit-il alors contribuer ?

<sup>20</sup> Il révèle également une attractivité, tant au niveau économique pour les investisseurs, certains le définissent comme « Silicon Valley of the East ». Les secteurs de croissance, selon la PDC se déclinent entre la manufacture et son potentiel de destination touristique (Teo, 2001 : 545).

<sup>21</sup> Cette assertion a été mise en avant dans un document sorti après la première phase de construction.

## La NEP : une politique économique à appliquer pour un projet politique

Un des aspects du projet explicite clairement un objectif politique plus large que ce projet se doit de réaliser : appliquer la NEP au travers du KOMTAR.

*« Générer du commerce et des opportunités commerciales pour les personnes qui vivent dans cette zone conformément aux objectifs de la New Economy Policy » (PDC)*

La NEP prend de l'importance, dans ce contexte, car ce lieu permet au gouvernement étatique de réaliser concrètement l'application de cette politique économique. Cette dernière revient ici à accorder des surfaces commerciales à prix de location ou d'achat réduit pour les Malais-Bumiputera, notamment dans le futur centre commercial. Ceci est souligné dans un document publié après la construction de la première phase (1A et 1B) :

*« Le développement du KOMTAR a contribué de manière significative à atteindre les objectifs de la New Economy Policy. Il a donné aux Bumiputeras de l'Etat, l'opportunité de participer aux activités du secteur moderne. La communauté Bumiputera a été allouée à 43,3% de l'espace réservé pour le secteur privé dans la Phase 1A et 1B (podium) et a été encouragée à prendre de l'espace commercial, par rapport aux autres, un espace loué à des prix préférentiels. » (PDC)*

Si dans le cadre de ce projet, l'application de la NEP à pour but « d'insérer ou de faire accéder » les Malais au secteur commercial, elle permet également de révéler les liens qui s'établissent entre cette politique économique et l'urbanisation.

On peut alors percevoir comment différentes catégories et notions se mettent en lien au sein des discours officiels de l'Etat. En effet, le statut des groupes ethniques prend dans ce cadre un caractère spatial. Le « rural » et l'« urbain » deviennent des métaphores permettant de représenter les différences, tant politique que culturelle, entre les Malais (*Bumiputera*) qui constitueraient la population « rurale » et les Chinois et les Indiens qui constitueraient la population « urbaine » (Nonini, 1993:12). En effet, ces associations peuvent être reliées à l'économie coloniale qui promeut une division spatiale spécifique<sup>22</sup> (Bunnell, 34 : 2004). Celle-ci se manifeste alors par une large majorité chinoise en ville, face à un paysage rural majoritairement habité par les Malais et les Indiens.<sup>23</sup>

Les notions d'« urbain » et de « rural » deviennent alors des sites d'enjeux de pouvoir spécifiques dans ce contexte.

Comme je l'ai mentionné, les différents discours officiels présentent l'urbanisation comme participant à constituer une certaine modernité. Si l'on éclaire ceci à l'aide de la NEP, qui se doit d'être appliquée au travers de ce « nouveau centre urbain », cela permet de révéler ce qui est pensé comme moderne et quels groupes sont pensés comme étant inclus ou devant l'être au sein de cette « modernité ».

L'application de la NEP, au sein ce projet urbain, permet de percevoir la volonté d'intégrer les Malais dans la ville, ainsi que dans le secteur du commerce, en leur allouant des surfaces à prix préférentiels. Le *Second Malaysian Plan*<sup>24</sup> illustre ceci dans un de ces articles :

*« The urban development programmes will also include the provision of wider opportunities for Malays and other indigenous people to participate in urban industrial and commercial activities, so that Malaysian towns will reflect more fully the multi-racial characteristic of the nation »<sup>25</sup>*

22 Pour la plupart les Malais vivent dans des Kampung (village), les Indiens travaillent dans les plantations et les Chinois dans les plantations plus petites et dans les mines.  
Une partie de ces dernières deviendront des centres de développement urbain. (Bunnell, 2004)

23 On perçoit ici que les enjeux spatiaux se situent entre les Malais et les Chinois, les Indiens étant considérés suivant les contextes comme faisant plus ou moins partie de l'espace urbain ou rural.

24 *Second Malaysian Plan*, 1971-1975.

25 In : [http://www.digitalibrary.my/dmdocuments/malaysiakini/041\\_2nd%20Malaysia%20Plan.pdf](http://www.digitalibrary.my/dmdocuments/malaysiakini/041_2nd%20Malaysia%20Plan.pdf)

Cette politique, dans le discours de l'Etat, permet de rendre possible « la participation des Malais au projet de modernisation » qui s'inscrit dans un espace spécifique, l'urbain et dans un secteur particulier, le commerce. S'imbriquent alors des notions qui forment dès lors un champ de représentations reliées de manière spécifique, ici: urbain, commerce et modernité. Ces sphères sont perçues comme étant dominées par l'influence et la présence des Chinois.

Ces dimensions doivent être pensées avec les particularités liées à Penang. En effet, les Chinois ont dans cet Etat une majorité numérique. Comme le souligne Goh, l'application de la NEP y dénote des tensions spécifiques entre les gouvernements étatique et fédéral. C'est le seul Etat à être gouverné par un *Chief Minister* Chinois<sup>26</sup>, ce qui tend alors à positionner les Chinois à Penang tant par le biais d'un pouvoir politique que par un pouvoir économique(Goh, 2002 : 149-150).

En relation à cet objectif d'application de la NEP, les discours soulignent le fait que « le secteur privé sera également amené à participer, afin que l'ensemble de la communauté puisse être capable de réaliser les buts envisagés dans le *Second Malaysian Plan* ».

Cette mention peut être envisagée comme soulignant de manière implicite que les Chinois sont également amenés à participer à ce projet urbain. Dénotant une nouvelle fois les associations qui entourent la conceptualisation de ce lieu. Elles s'articulent principalement dans ce contexte entre les catégories ethniques de Malais et Chinois, et qui de manière raccourcie se pensent comme un Etat -une nation- représentant une hégémonie malaise, face à une économie dominée par les Chinois.

### Un « centre civique » vers la création d'un lieu « mixte »

Un autre aspect de ce projet concerne la volonté de créer un « centre civique », un « *people center* ».

Cette dimension permet de présenter des aspirations qui tendent à vouloir influencer sur la sphère sociale. Les discours et les idéaux qui concernent ce projet peuvent mettre en lumière comment l'Etat, par le biais de la PDC, pense et perçoit la différence ou plutôt la cohabitation des différentes communautés.

*« Le Penang New Urban Center peut réellement être appelé « people'center » car il a été conceptualisé pour répondre aux besoins immédiats et futurs des « people of Penang ». (PDC)*

Ceci souligne la volonté d'apporter un « centre civique » à la population de Penang. Ce qui devient aussi un argument de légitimation puisqu'il répond alors, selon le discours des concepteurs et promoteurs, à un besoin.

Différents éléments sont cités comme composantes de ce dernier. Il sera constitué d'une salle polyvalente dans laquelle sera mise en place des activités sportives, culturelles et autres cérémonies publiques, des zones d'expositions, deux cinémas, et des jardins sur les toits du podium<sup>27</sup>. Grâce à cette construction, l'Etat se donne le rôle de mettre à disposition de la population un « espace public ».

*« De ce fait, il y a également une grande surface qui est prévue pour les activités communautaires, tel que le jardin sur le toit qui offre une situation open-air pour se relaxer en dehors de la fumée de la ville et une salle polyvalente pour des usages divers. Le grans centre de Hawkers assurera que tous puissent acheter et manger leur nourriture favorite à des prix les moins chères possibles. »(PDC)*

On accède aux images idéales de ce que ce type de lieu peut avoir comme formes, fonctions et utilisations, par le biais de la mise en place d'infrastructures et d'installations spécifiques qui permettent

26 Depuis 1969, Penang est dirigé par le Gerakan party, qui est venu au pouvoir en 1969, en tant que parti de l'opposition. Il se définit comme multiracial, mais la majorité de ces membres sont Chinois.

27 In «Penang New Urban Center», projet.

de constituer cet « espace civique ». Comme les activités proposées, tel l'accent qui est mis sur les activités culturelles et sportives. L'importance des aspects culturels est souligné par les salles d'exposition, de concert ou encore les cinémas.

*«L'aspect récréatif du lieu, doit alors s'allier à l'aspect éducatif» (CAPU)*

La présence de jardins dénote la tension entre être au centre en ville et se sentir en dehors de la ville, qui est décrite ici par le biais de sa pollution et de ses dangers.

Ce qui sous-tend également la description de ce centre civique, c'est qu'il se veut être accessible à « tous », peut-on définir ce « tous » ?

La mention de l'accès à « toutes les communautés » réfère à l'image d'une société qui est composée de différentes « communautés », lesquels ?

Premièrement, celles qui se distinguent selon des critères ethniques. Lorsque les concepteurs mentionnent la volonté de réunir «toutes les communautés», on peut penser qu'ils réfèrent surtout à celles ethniques, et de manière implicite à la volonté d'intégrer plus particulièrement les Malais à cet espace, car comme je le mentionne précédemment l'espace de « la ville » est associé aux Chinois.

Deuxièmement, ces « communautés » réfèrent également à celles qui se distinguent selon des niveaux économiques différents que l'on peut penser à l'aide de la notion de classe. L'étendue des différentes « classes sociales » inclut de manière implicite celles plus basses ou moyennes en ayant des prix « accessible à tous ». Ceci permet de percevoir que l'Etat se porte garant d'une « modernité » qui sera accessible à toutes les communautés, à savoir également les Malais, mais également les classes moins favorisées.

Cette aspiration se trouve dans une autre partie du projet ce qui permet de souligner quel type de mixité ce lieu devrait refléter. Il réfère à la construction de logements au sein du *Penang New Urban Centre* :

*« Revenus mixtes et groupes communautaires. Le premier bloc d'appartements de 17 étages sera constitué d'un programme social contrôlé pour assurer qu'il y ait une communauté intégrée, pour présenter une nouvelle façon de vivre dans une zone urbaine ». (PDC, Urban Center)*

En effet, l'Etat se donne le rôle et le but de créer un espace « mixte » au centre de la ville, au travers d'une mixité qui se décline aussi bien au niveau des revenus économiques qu'au niveau des différentes communautés notamment ethniques. Ceci révèle comment le politique, par le biais d'un projet urbain, désire réaliser une de ses aspirations idéologiques qui participe à la construction de sa vision du « vivre ensemble ». Ici, elle réfère à un idéal de communautés mixtes partageant une vie sociale, des liens et ici de manière particulière des espaces. Ces logements qui apparaissent dans les planifications n'ont finalement jamais été réalisés. A la place, un hôtel de cinq étoiles- le Shangrila- a été construit.

Cela nous donne l'image d'un lieu accueillant différentes communautés, dont l'existence se définirait par l'appartenance à l'Etat de Penang. Ceci dénote la tension qui réside entre la volonté de constituer une certaine appartenance commune « *the People's of Penang* » face à une population qui se perçoit et qui est perçue comme hétérogène. Ce lieu s' imagine alors comme un espace où les différentes communautés s'y rendent et peut-être même s'y rencontrent. Permettant alors d'avoir un lieu, un espace, qui puisse refléter une mixité par la présence de ces différentes communautés.





## De la pose de la première pierre, à la réalisation des premières phases

En octobre 1972, avec l'aval du premier ministre Tun Abdul Razak commence les travaux de construction de ce projet estimé à 200 millions de dollars malaisiens. Lors d'une cérémonie officielle en janvier 1974, il viendra lui-même poser la première « pierre » symbolisant le début de la construction, en janvier 1974. Le premier ministre annonce lors de l'inauguration :

*« This project would change the face of the city, discarding the colonial heritage image in favour of one which reflects the identity of Malaysia and its multi-ethnic culture » (PDC, 1989 : 29 ; in Jenkins, 2003 : 89)*

Cette assertion permet de révéler comment ce projet se positionne dans le discours du premier ministre, à savoir comme un bâtiment qui incarne le symbole du nouvel Etat nation. Il se construit notamment en opposition au « temps colonial ». Le KOMTAR représente alors la « nouvelle » image de la Malaisie: une société multiethnique qui peut s'identifier à une nation commune. Ceci dénote que les tensions et enjeux en lien aux différentes catégories ethniques, notamment dans ce contexte entre Malais et Chinois, sont mises en silence par le biais de l'image d'une nation unie qui peut s'identifier à un bâtiment, une tour, symbole de l'image de modernité que la Malaisie veut afficher.

Les constructions des premières phases<sup>28</sup> peuvent alors débuter. La phase 1A est constituée de la première partie d'un centre commercial: le podium. Des magasins, des vitrines et des allées pour les visiteurs. Sur les toits du podium, les jardins côtoient un « Dôme géodésique » englobant une salle de concert et d'exposition. Une tour de 65 étages (232 m) qui sera ouverte officiellement en 1985 s'élève au milieu du podium. En haut de la tour, un espace réservé pour un observatoire permet aux visiteurs d'élever leurs regards sur la ville.

Au niveau des transports, le nouveau centre urbain apporte également une infrastructure spécifique: un *Bus Transportation Center*. Un accès facilité par des transports prévus pour le public. Il est défini comme le centre névralgique des transports publics de l'île. Sans omettre les transports privés, qui ne sont pas oubliés, avec la construction d'un parking sur plusieurs étages pour les voitures. Amran souligne :

*« La zone choisie pour le Komtar fait un triangle. Elle se situe autour de quatre routes principales, qui sont les artères de la ville. Komtar devient alors le cœur de la ville, le centre, c'est toujours le centre. »*

En parcourant les années qui suivent la construction des premières phases, on observe qu'en 1986 ce sont donc le podium de quatre étages, la tour de 65 étages ainsi que le Dôme géodésique, c'est-à-dire les phases une et deux qui ont été réalisées, ce qui représente environ 5 hectares. Concernant les réalisations de la première phase, les locaux de la tour n'ont pu être loués. Les causes restent floues et les locataires privés ont finalement été remplacés par des bureaux administratifs du MPPP (niveau municipal), du gouvernement de l'Etat de Penang, ainsi que du niveau fédéral. Le KOMTAR incarne et symbolise alors le siège politique de l'Etat de Penang.

Sans vouloir dresser une liste des objectifs ou des dimensions qui ont été réalisées ou pas, ni encore d'en considérer les causes, il me semble toutefois pertinent de percevoir comment les suites de ces phases ce sont réalisées.

A propos des autres phases du projet, certaines d'entre-elles ont été vendues après coup à des investisseurs privés. Ces derniers ont construits sur l'une d'elle un centre commercial, le Prancing mall en 1997, à côté du KOMTAR. Il sera relié à ce dernier par des passerelles intérieures quelques années après. Une autre phase, qui est restée pendant de longues années un parking, est en construction lors de mon séjour à Penang, dans le but d'ouvrir un centre commercial d'une dizaine d'étages.

<sup>28</sup> Voir plan en annexe

Avant d'entrer dans le présent du lieu à l'aide du terrain ethnographique que j'ai réalisé au Komtar, il me semble utile d'évoquer quelques éléments qui prennent place dans les processus économiques, politiques et sociaux des décennies suivantes.

Dans un premier temps en lien au contexte de Penang. Conjointement au développement du KOMTAR un pont reliant l'île au continent est terminé en 1981. Ces deux projets sont vus par Goh comme les « icônes modernes » qui ont ouvert la voie à la construction de différents gratte-ciels et autres tours dans le paysage de Penang. En effet, dès les années 80 Penang a subi une transformation des lignes du paysage avec la construction de toute une série de tours et de centre commerciaux sur plusieurs niveaux liant cela à la croissance économique rapide, aussi bien au niveau national qu'à Penang<sup>29</sup>. (Goh, 2002 : 156) Ce sont également de « nouvelles villes », qui sont construites<sup>30</sup> plus au Sud de l'île, ou encore des quartiers de « banlieue » qui se développent en « nouveau centre ». Comme le souligne Jenkins « A la fin du 20<sup>e</sup> siècle, les nouvelles banlieues deviennent des nouvelles villes, avec une classe moyenne éduquée, qui voyage, qui a de l'argent, qui demande des logements, des centres commerciaux et des infrastructures de loisirs, que la « vieille ville » n'est pas capable de leur apporter. » (Jenkins, 2003 : 142)

Parallèlement à ces différentes élévations de tours, toute une série de mouvements qui s'articulent autour de la « restauration », la « reconstruction » ou la « réutilisation » de projets se développent autour de bâtiments coloniaux ou patrimoniaux. Le patrimoine devient alors un concept qui est utilisé de manière large tant au niveau national qu'à Penang (Gho, 2002: 58). Le projet du KOMTAR met alors également en lumière des enjeux concernant la « conservation urbaine » et le patrimoine (Jenkins, 93 : 2003). Ici, je n'approfondis pas cette dimension, mais il s'agit de l'énoncer afin de percevoir le contexte des enjeux dans lequel s'inscrit le projet<sup>31</sup> et qu'il permet de faire émerger.

### « Vision 2020 », avancer dans les décennies

Au niveau de la Malaisie, cette fascination pour la grandeur et la hauteur se révèle dans toute son ampleur à l'aide des projets des « Tours de Kuala Lumpur »: les deux tours construites pour être les plus hautes du monde<sup>32</sup>, ainsi que le projet du Multimedia Super Corridor(MSC) (Bunnell, 2004).

« Clairement, ces constructions montrent un intérêt croissant des élites malaisiennes d'étaler ces icônes modernes à la communauté mondiale, aussi bien qu'au public malaisien. » (Goh, 2002)

Au début des années 90, formulation du programme politique « Vision 2020 » au niveau fédéral. Ici, je considère ce dernier comme un révélateur de différentes tendances générales en me focalisant sur des aspects liés à ma problématique.

« Vision 2020 » met en avant des perspectives politiques hégémoniques qui incorporent des visions du « développement » émergeant comme une contestation à ce qui (est maintenant appelé) une vieille période de modernisation. » (Bunnell, 2004). Comment peut-on envisager cette « nouvelle période de modernisation » ?

Ce programme politique est formulé par les discours officiels du premier ministre en place Dr Mahatir. Un de ses objectifs est de parvenir à ce que la Malaisie devienne « un pays pleinement industrialisé en 2020 ».

29 Ici, il s'agit de référer aux pages 155-163, (Goh, 2002) afin de percevoir plus spécifiquement tant les enjeux, que les différents acteurs du développement urbain à Penang.

30 Notamment dans le cadre de projet mené par la PDC, qui s'inscrivent dans le *Penang Master Plan*.

31 Pour des compléments d'information je me réfère à Jenkins (2003)

32 Les Petronas Tower, qui sont sous la propriété d'une entreprise nationale de pétrole, conceptualisé par Cesar Pelli, 452 m, 88 étages.

Selon Gho, cette politique affiche la volonté d'améliorer la position de la Malaisie dans le monde, ce qui révèle qu'elle tend à vouloir se positionner dans le cadre spatial « global ».

« Vision 2020 » met l'accent sur le fait que la Malaisie ne doit pas se développer uniquement dans « un sens économique ». Ce programme met en avant que « la modernisation reste focalisée sur l'urbanisation et l'industrialisation, mais elle est également pensée en lien aux autres dimensions tant culturelles que politiques ou spirituelles. ». (Gho, 2002 : 52).

« Vision 2020 » permet également de mettre en évidence la notion de *Bangsa Malaysia*, qui signifie « une nation malaisienne unie ». Celle-ci donne alors l'image d'une « nation multiculturelle » qui incluerait les communautés non-malaise de manière plus large, à savoir les Chinois et les Indiens. L'image de *Bangsa Malaysia* vient alors remplacer, celle qui était pensée en lien avec la NEP, à savoir une distinction entre malais et non-malais.

En effet, conjointement à « Vision 2020 », les années 90 voient arriver la fin de l'application de la NEP qui sera alors remplacée par le *New Development Policy* (NDP). Si la NDP réitère les objectifs de la NEP, notamment dans la volonté d'éradiquer le lien entre la fonction socio-économique et l'ethnicité, ainsi que le développement rapide d'une communauté *Bumiputera* commerciale et industrielle ». Par contre, un aspect qui lui donne une orientation différente, c'est l'accentuation faite dans le discours du premier ministre où il annonce que « le secteur privé doit être le premier moteur de la croissance (Bunell, 2004 : 52). Ceci révèle une orientation politique qui tend vers une plus grande « libéralisation » de l'économie, qui a déjà débuté depuis les années 80 (Goh, 2002).

Néanmoins, il s'agit d'être attentif que ce n'est pas un passage clair, mais plus une oscillation du gouvernement entre « libéralisation » et « intervention » s'exprimant par des politiques transitoires et confuses (63, Gho). Il ne s'agit pas de simplifier le passage d'un Etat interventionniste qui serait centré sur les intérêts malais à une orientation qui serait libérale et multiculturelle. Il s'agit plutôt de percevoir comment se mettent en tension ces tendances, trop générales, dans le contexte de Penang. Ce passage sera alors interrogé et exemplifié à la lumière de mon objet.

Ce parcours à travers les décennies, commencé à la conceptualisation de se projet jusqu'à sa matérialisation dans le paysage urbain de Penang, ainsi que la mise en lumière des enjeux et des aspects contextuels qu'il révèle, me permettent alors de passer au deuxième temps de ce travail, c'est-à-dire « au temps du terrain ». Ici je reprend une phrase de Amran me disant que :

« Le Komtar s'empare de l'histoire et crée l'histoire ».

Je reprend cette phrase à mon compte pour introduire le « temps du terrain ». En effet, si dans cette première partie j'ai tenté de mettre en lumière certains aspects de l'« histoire » que le Komtar se donne pour but de remettre en question, mais qu'il reflète aussi. Je passe alors au « temps du terrain », permettant de mettre la lumière sur les « histoires » que le Komtar crée, recrée et modifie au travers des différents processus qui le construisent tant dans ses intérieurs qu'au travers de ses extérieurs.

**B**

---

**LE TEMPS DU TERRAIN**

## Suite de la visite

Arrivée en haut de la tour, la porte de l'ascenseur s'ouvre sur un magasin de souvenirs, passage obligé pour le visiteur avant de pouvoir accéder à la vue panoramique et la boisson offerte promise sur le ticket d'entrée. Je me dirige vers la vitre transparente faite de plastique qui ne laisse pas toujours, par endroit, une vision très claire du paysage. Descente du regard sur la ville. J'aperçois *les shophouses*, de deux ou trois étages, qui paraissent minuscules, tels des îlots alignés entre les voies de trafic. En élargissant ma vision au loin, la mer apparaît à l'horizon et également toute une série de tours, donnant des accès de verticalité qui surgissent çà et là du paysage.

Je redescends, il est environ une heure de l'après-midi. La place centrale que j'ai traversée il y a quelques heures se transforme en lieu de passage, contrastant avec le peu de présences matinales. Les portes du gouvernement étatique deviennent la scène d'un réel défilé où se croisent les groupes de fonctionnaires qui rentrent et qui sortent, leur pause de midi doit probablement en être la cause. La dominance malaise de la bureaucratie du gouvernement, mais également féminine, se dévoile en observant ces passages.

Cinq femmes sortent, une avec son natel à la main habillée avec un *sarong*<sup>1</sup>, les quatre autres portent un *baju kurong*<sup>2</sup>, dont les couleurs vives verte et violette sont accordées au voile qu'elles portent sur leurs cheveux. Puis, quatre hommes en chemise blanche et pantalon noir. D'autres personnes entrent et sortent de ces mêmes portes, mais leur habillement plus décontracté: t-shirt et sandales pour une fille chinoise, anorak et short pour un homme malais, semblent indiquer que ce sont les « citoyens » qui se rendent aux guichets du gouvernement.

Je suis un peu fatiguée, cherchant un endroit où m'asseoir. Je remarque un seul banc circulaire entourant une colonne, mais il est déjà bien occupé. Des personnes âgées chinoises sont en pleine discussion. L'une d'entre elle se tient debout appuyée sur son parapluie. A quelques centimètres, un homme couché de tout son long, semble faire un petit somme. Quelques pas plus loin, deux hommes avec une chemise bleue balaisent les catelles du sol. Où pourrais-je m'asseoir? Il me répondent quelques mots, en me disant qu'ils ne parlent pas bien anglais et viennent de Birmanie. Debout, j'observe les habits, les uniformes et les activités de chacun qui indiquent et reflètent certaines appartenances ou identifications, un grand nombre de présences se côtoient dans cet espace. Sans se mélanger?

Je m'enfile sur une allée qui part sur le côté de cette place. Le plafond s'abaisse fortement et le couloir se rétrécit. La luminosité est plutôt sombre en contraste avec la place centrale, les petites catelles brunes et rouges foncées au sol y participent peut-être.

Des petites boutiques se succèdent sur un côté tandis que l'autre dévoile un mur un peu défraîchi. L'une d'elle a sa porte fermée. Les stores entrouverts derrière la vitrine ne laissent pas voir quel type de boutique se trouve à l'intérieur. Une autre a sa porte ouverte, j'aperçois des rayons remplis de disques et un vendeur qui parle avec un client au comptoir. En face de ce magasin, un espace de décrochement laisse apparaître l'entrée des toilettes. Celle-ci est de couleur vert pétant, ornée de cercles blancs de différentes tailles et épaisseurs, ce qui égaye le décor, mais contraste fortement avec ce dernier. Rénovations récentes?

Quelques pas plus loin des vêtements, essentiellement des t-shirts, vert, jaune, rouge, bleu de part et d'autre de l'allée. Ce qui donne l'impression que le couloir passe à l'intérieur d'un magasin. J'arrive alors à un carrefour. Soit je continue sur l'allée, mais qui tourne bloquant le champ visuel et ne me permet pas de voir ce qu'il y a plus loin, ou je choisis de continuer sur l'allée parallèle; sur laquelle mes pas me guident.

1 Habit perçu comme traditionnel malais porté par les femmes

2 idem

A l'angle une vitrine donne à voir différents articles de sports accroché de bas en haut sur toute sa surface. J'entre. A l'intérieur, un homme devant son bureau est plongé dans divers papiers qu'il a sous les yeux. Différents cartons sont empilés de part et d'autre de l'espace, ne permettant pas d'accéder aux différents maillots, t-shirt et baskets qui recouvrent les murs. Après avoir échangé quelques mots, il m'explique qu'ici, c'est actuellement son bureau et plus son magasin. Je sors, curieuse de comprendre les processus des différents commerces présents au Komtar.

Le champ visuel se modifie une fois de plus. Peu de magasins sont ouverts dans cette allée. J'aperçois quelques paires de chaussures à talons laissées sur le devant d'une boutique. Après celle-ci les stores baissés des différentes échoppes se déclinent dans les tons gris, bruns et beiges, sur l'un deux un petit carré de papier scotché « *For rent please call...* ». J'entends le bruit grinçant d'un store qui se descend.

Le deuxième étage. Je relève les commerces qui se font face de part et d'autre: bureau de change (ce n'est pas le premier que je vois ici) vêtements, téléphones, petit café avec une télévision allumée dans le fond, magasin de sport, coiffeur, store baissé beige, magasins de disques, une vitrine qui semble être en travaux, fermeture ou ouverture? Cette allée me semble plus animée du fait que certains magasins sont ouverts. Néanmoins les principales présences sont celles des commerçants ou leur clientèle, certains sont assis en train de discuter, d'autres mangent. Je ne croise personne dans les couloirs, est-ce à cause de l'heure de la journée? Puis, à nouveau, une série de devantures fermées. Plongée dans mes observations, je me sens tout d'un coup un peu désorientée, par où suis-je passée? Les allées étroites du Komtar qui tournent se croisent et se recroisent sont comme un labyrinthe sans issue. Où est la sortie?

Je perçois alors la fin de l'allée; des habits colorés d'un magasin sont sortis sur des présentoirs, les sons de musique, et la lumière du jour qui parvient par les escaliers, d'où arrivent des bruits de klaxon et de moteurs de la rue. A côté des escaliers, un homme me tend un flyers: « On déménage le magasin à Gurney, dans quelques jours... ».

Retour sur la place centrale, je monte au quatrième étage par un escalier en colimaçon fait de marches en bois et arrive en face d'un poste de police. Quelque peu étonnée de la présence de ce dernier dans cet espace. Un balcon longe le dessus de la « place centrale » arborant des barrières métalliques orange.

Une petite allée s'avance sur la droite, tout semble fermé, mais la curiosité guide mes pas. Le début de celle-ci est principalement composé de stores en métal gris baissés. Une vitrine est recouverte de papier journaux jaunis sur toute la surface de sa devanture, dénotant le temps qui a passé depuis la fermeture.

Parcourir une allée d'un centre commercial où tous les commerces qui m'entourent sont fermés, donne une impression étrange, presque de malaise. Contrastant avec les images d'un centre commercial rempli de monde et de magasins. Il n'y a personne et le silence domine. J'augmente la vitesse de mon pas.

Puis commence un alignement de vitrines, l'inscription qui les surplombe marque en vert sur fond blanc « Super Komtar ». Un magasin qui devait occuper une grande surface. Je colle mon regard sur la vitrine pour voir à l'intérieur. Ici-et-là, des présentoirs pour des marques de cosmétiques sont renversés ou se tiennent encore droits aux côtés de mannequins démembrés couchés au sol.

## B 1 Dire le changement, dire le déclin

« En 1994, le Komtar était vivant et occupé, je faisais du bon business. Il y avait la foule. C'était le lieu principal d'activité. Les enfants venaient, il y avait des activités sociales. Quand tu étais jeune, tu disais je vais où ? On se voit où ? Au Komtar » *Sally, tailleur*

### 1.1 Des commerçants : âge d'or et nostalgie

Le premier arrêt que je choisis de faire dans l'ensemble de ce lieu, ou plutôt les premières portes ou seuils d'entrées à passer, sont ceux de différents commerces et boutiques du Komtar<sup>1</sup>, afin d'interroger certains commerçants et à travers eux le lieu.

Par *commerçants*, j'entends toutes les personnes présentes dans le lieu, qui en tant que propriétaires ou locataires ont acquis une surface destinée à vendre des marchandises, des biens de consommation ou des services.

Le centre commercial, situé sur les quatre étages du Podium, s'agence à travers une série de « lots », espaces commerciaux ou administratifs achetés pour la plupart ou loués<sup>2</sup>, afin d'y ouvrir un magasin, un café, un restaurant, un salon de beauté, de coiffure, ou encore une agence de voyages(...) Relativement à l'application de la NEP, certaines unités sont achetées par exemple par la fondation MARA<sup>3</sup> et sont ensuite louées ou vendues à des prix préférentiels au *Bumiputera*, les Malais.

Le Podium est constitué d'une série d'espaces dont la propriété appartient majoritairement à des privés. Les zones communes du centre, c'est-à-dire principalement les allées et les couloirs, sont sous la gestion de la PDC qui doit veiller au maintien du lieu, comme l'explique Roslan officier à la PDC. Il précise encore que cela comprend l'entretien du bâtiment et un service de sécurité.

Une partie des commerçants sont présents au Komtar depuis l'ouverture de ce dernier, plus d'une vingtaine d'années pour certains d'entre eux.

Salma<sup>4</sup>, qui a ouvert un salon de beauté il y a quelques mois, m'explique<sup>5</sup> :

« Je suis une pionnière au Komtar, je suis là depuis le début. Avec ma sœur, on avait lancé une agence de voyage. C'était un business magnifique, tu pouvais gagner de quoi vivre. On l'avait au quatrième étage. Il y avait un kiosque, un endroit pour les mariages, un supermarché. Les lots étaient tous pleinement occupés ».

Le terme « pionnier », évoqué ici, illustre une appellation qui permet d'envisager différents commerçants, qui seront les acteurs principaux de cette partie.

1 Dans le temps du terrain je choisis la minuscule pour nommer le Komtar. La majuscule réfère au projet urbain comme concept et la minuscule à l'usage de ce terme dans le langage courant.

2 Les surfaces sont achetées ou louées à la PDC. Les chiffres qui m'ont été donnés par le biais de la PDC : totalité du podium : 662,270 m<sup>2</sup>, dont 412,096 m<sup>2</sup> de surfaces vendues, et 19,324 m<sup>2</sup> louées, le reste est vide, comme je vais le traiter plus loin.

3 Majlis Amanah Rakyat (MARA), qui signifie conseil pour les trusts des indigènes. Son objectif est de motiver, guider, assister les *Bumiputeras* à participer aux activités commerciales et industrielle. Ici il intervient dans le cadre de la NEP.

4 Les noms des commerçants sont fictifs. Parfois je spécifie certaines activités commerciales exercées par ces derniers.

5 Tous les entretiens ou les discussions plus informelles ont été réalisées en Anglais.

Les différents discours et paroles de commerçants présents depuis l'ouverture du centre commercial ou depuis plusieurs années, dénotent que leur compréhension du lieu est notamment construite en lien avec le temps, les années qu'ils ont passées au sein de l'espace. Leurs récits se profilent alors comme se référant au lieu par le biais de son passé. Massey souligne notamment l'importance des relations qui s'opèrent dans la construction de l'« identité d'un lieu » entre le passé, le présent et le futur (Massey, 1995). Selon elle, il est important de considérer les dimensions temporelles de l'espace. Elle perçoit la description, la définition, et l'identification d'un lieu, comme étant toujours une intervention pas seulement au niveau de l'espace mais aussi, du moins de manière implicite, dans le « re » racontage de la constitution historique du présent. L'intérêt porté à ces narrations qui ont trait aux passés du lieu réside donc dans leur participation à constituer des images du présent.

En évoquant de manière récurrente le lieu par ses passés, les commerçants forment des images et des représentations qui mettent en exergue l'idée d'« un âge d'or » qui constituerait le passé de ce lieu. Comme le met en évidence la citation suivante :

« Les années 90, c'est l'âge glorieux du Komtar, tout le complexe est complet. Il y a le Super Komtar (un *department store*), des événements, des cinémas, il n'y a pas d'autres complexes. Tous les jours, il y a la foule. » *Sam, commerçant*

Cette notion d'« âge d'or » ne doit pas être comprise comme la façon unique et figée de percevoir le passé, elle me sert plutôt d'« image » mobilisée et constituée à travers les récits de ces commerçants. Ces derniers représentent ce qui semble être la trame des « histoires dominantes » qui se construisent autour du passé de ce lieu. Même si les expériences individuelles du lieu divergent selon les acteurs, permettant tant d'exemplifier que de préciser cet idéal d'« âge d'or », leurs discours s'inscrivent dans un cadre semblable.

Considéré à travers l'évocation du passé, le Komtar devient un lieu au travers duquel une série de souvenirs sont suscités. Ils apparaissent souvent par bribes ou petites anecdotes au sein des récits :

« J'ai beaucoup de *sweet memories* au Komtar (...) J'aimais beaucoup, aller au café 21. On se retrouvait là, avec des amis.(...) Il y avait des défilés de mode, tout le temps quelque chose. »  
*Salma, salon de beauté*

Pour Salma décrire ce temps d'« avant », qui représente alors le temps du bonheur, marque également une phase de sa vie spécifique : la jeunesse. Ses représentations se focalisent sur la présence des liens sociaux, ainsi que l'importance de la beauté et l'effervescence due aux différentes activités. L'évocation des divertissements dans le centre commercial est également soulignée par un autre commerçant :

« Les chanteurs venaient ici. A la Konkorse<sup>6</sup>, Il y avait les artistes, des stars, des show de motos, de voitures. Le samedi et le dimanche, il y avait tout un programme. » *Rahman, commerçant de disque*

Rahman insiste sur le nombre d'événements qui se déroulaient et surtout sur la venue et la présence de stars, attribuant alors une notoriété au lieu et une valeur symbolique par le biais des présences qui le composent.

Ces discours s'articulent autour de lieux spécifiques du Komtar comme le café 21, la place centrale ou de certains événements: les concerts de musique, ainsi qu'autour de temporalités précises comme certains jours : le week-end, ou encore référant aux périodes festives: surtout *hari raya* et le nouvel-an chinois<sup>7</sup>. Ces discours permettent de cristalliser les sentiments et les images qui se construisent sur des temps et des espaces particuliers.

<sup>6</sup> Terme pour désigner la « place centrale ».

<sup>7</sup> Faisant alors référence au deux temps festifs important, d'une part pour les Malais *hari raya*, et également pour les Chinois, le nouvel an chinois, certains citent également Noël, en référence à l'appartenance religieuse chrétienne.



« Tu te sentais tellement bien. Tu avais vraiment du plaisir dans cet environnement. On attendait le week-end et on disait : *Go to Komtar lah!* On le ressentait très fort. C'était avant, maintenant, c'est totalement différent. » *Amidha, salon de beauté*

Cette citation met en lumière la tension qui apparaît en lien avec la perception du présent. Le « maintenant totalement différent » permet de percevoir comment les narrations qui s'articulent autour d'un passé idéalisé mettent en évidence un présent qui est pensé à l'aune des transformations et des changements.

Un présent qui se précise dans les discours d'Hidaya, représentatifs d'autres commerçants :

« C'est sinistre, calme. Il n'y a pas de foule, les magasins sont fermés. Le supermarché a fermé. (...) C'était un endroit intéressant, vivant, maintenant il n'y a plus rien. (...) Ce n'est plus du tout aussi beau que ça l'était. Le plafond fait peur, tout vient en bas, ce n'est pas attractif. (...) »

*Hidaya, commerçante*

Ces différentes bribes de discours d'Hidaya visibilisent les oppositions qui se mettent en scène entre la perception d'un présent où « *il n'y a plus rien* » face à un passé perçu comme « intéressant et vivant ». Ceci fait apparaître comment le présent est alors pensé à l'aide de la notion de déclin. Certains commerçants remettent même en question la définition de centre commercial associée au Komtar.

Il m'importe alors de percevoir les significations de ces différentes images ou le sens de ces représentations mobilisées pour imaginer le Komtar tant à travers ses passés que ses présents.

Les mots d'Hidaya permettent de mettre en lumière les différentes dimensions que je me propose d'envisager pour penser ces logiques de changements et de déclin, en interrogeant les discours des commerçants. Premièrement : les images des foules, les présences au sein de l'espace. Deuxièmement : les différents commerces, restaurants et marchandises. Troisièmement : les perceptions d'esthétiques particulières qui se construisent ici.

Ces dimensions font émerger des normes et des idéaux liés à cet espace qui permettent de définir les contours du centre commercial imaginé comme idéal. Ici, je considère en effet l'espace du centre commercial comme porteur et révélateur de certaines images de « modernités ». Au travers des qualificatifs et des représentations qu'ils associent au Komtar, les acteurs parlent tant d'eux-mêmes que de leurs différentes appartenances ou identifications. L'espace du Komtar devient alors le médium (Miller et all., 1994) dans ces processus de construction.

## 1.2 les Images des foules

La notion de foule peut être perçue de manières très diverses. Tantôt associée à un bon environnement, lui est alors attribuée une valeur positive, comme le souligne Loffland qui s'intéresse à l'espace public urbain : « La foule se présente tant par les gens que les choses et les éléments. La diversité des stimuli et du spectacle crée par elle, la foule est alors évoquée comme un plaisir, une excitation visuelle » (Loffland, 1998 : 87). La foule peut également devenir l'objet d'associations négatives : « trop de monde », les « mauvaises foules » et conduire à des sentiments de malaise ou de peur. Quelles sont les significations implicitement liées quand les commerçants parlent de « foule » dans ce contexte ? Quelles foules sont rendues visibles ou signifiantes ?

L' image de « foule » devient une composante importante pour parler de l' « avant ». En effet, l'espace est décrit par ces commerçants comme occupé, parcouru et utilisé par une multitude d'individus, définis par leur nombre et par le flux incessant dont ils sont l'objet.

«Tu vois cette porte? (il me montre l'entrée de son magasin), les clients entraient et sortaient toute la journée. Tous les jours, il y avait du monde.» *Sam, commerçant*

Le discours des commerçants reflète différentes images de foules. Elles prennent dans un premier temps leur importance au niveau de leur nombre et de leur présence. Cette image de «foule» continue représente une période où leur commerce marchaient bien. La foule se précise alors comme une clientèle présente et potentielle.

Associée tant au bonheur qu'à la beauté, l'évocation de la «foule» prend part à une perception nostalgique sur le passé, comme le souligne Sam :

«Il y avait beaucoup de monde, l'endroit était magnifique. On était heureux. (...) On avait beaucoup de choses à faire. Le Komtar, c'était l'attraction principale, il y avait des magasins, les gens venaient acheter.»

L'assertion de ce commerçant se comprend également en la mettant en perspective avec sa description du lieu dans le présent :

«Le Komtar est vide maintenant, J'ai zéro client, le business n'est pas bon, j'en fais d'autres ailleurs. Il y a peut-être des gens qui travaillent ici, mais en terme de business, c'est zéro.»

Sam a alors reconverti son magasin de sport en bureau et lieu de stockage pour les magasins qu'il possède ailleurs à Penang.

L'importance d'insister sur la foule peut se comprendre en mettant en lumière comment la situation actuelle est représentée et vécue par les différents commerçants. Celle-ci s'exprime, dans leur discours, par la baisse de la clientèle et donc surtout par les pertes dans leur chiffre d'affaires. Ceci conduit même certains à dire «qu'il n'y a plus personne». Le présent est alors perçu comme vide.

Les images du présent et du passé s'articulent autour du vide et du plein. En les opposant, elles tendent à renforcer tant les extrêmes de ces notions que l'existence de deux temporalités distinctes du lieu.

## Les horaires d'ouverture: réduction et changement

Le changement des heures d'ouverture, qui se réduisent, est un aspect qui revient de manière récurrente chez la plupart des commerçants que j'interroge :

«Avant, on ouvrait à 11h et on fermait à 10h du soir, il y avait encore du monde!» *Salma*

Ou encore :

«Avant, de 20h30 à 21h30 il y avait encore des gens. Dès 17h30 à 18h30, tout est fermé!» *Ahmad*

Certains commerçants ferment également des jours particuliers de la semaine :

«On ferme le dimanche, maintenant, avant on ouvrait tous les jours (...)» *Hidaya*

Ces commerçants n'ont diminué leur horaire que de quelques heures, mais ceci prend néanmoins de l'importance pour eux. La réduction du temps d'ouverture de leur commerce devient représentative des changements qui se sont opérés dans ce lieu. Elle permet d'illustrer et d'explicitier la réalité de la baisse de la clientèle qui se trouve tant à l'intérieur du centre commercial que dans leur boutique, et indique alors les difficultés liées au maintien de leur commerce.

Dans la pratique, l'horaire de fermeture et d'ouverture n'est pas observé de manière stricte par les différents commerçants. Fluctuant suivant les jours, il varie également de commerce en commerce. Ceci illustre le degré de liberté dans l'agencement de leurs heures d'ouverture. Contrairement à d'autres centres commerciaux qui sont soumis à des règles d'horaire s'appliquant à l'ensemble des boutiques et commerces.

« Maintenant, on ouvre tard et on ferme tôt, les autres commerces font le même choses, on ne peut rester les seuls ouverts dans l'espace. ». *Lim, commerçant*

La justification des modifications d'horaires s'explique également par le fait que « les autres commerces le font aussi ». Certains commerçants bien qu'ils ne soient pas obligés de respecter des cadres d'horaires spécifiques qui seraient imposés au sein du Komtar, tendent à homogénéiser leurs heures de fermeture. Ils invoquent aussi bien la raison de la baisse de la clientèle que celle de se retrouver les seuls ouverts dans l'espace. Certains mentionnent alors le sentiment d'insécurité<sup>8</sup> ressenti, mettant en lumière comment les différents magasins ouverts incarnent une forme de sécurité pour les différents commerçants présents.

### De tous à personne : Où sont parties les foules ?

Comment se fait ce passage, dans la perspective de ces commerçants, entre le passé perçu comme plein et le présent perçu comme vide ? Le passage du « tous » à « personne » peut être envisagé à travers les différentes composantes sociales qui émergent dans les discours pour décrire ces foules idéales passées. Il permet de mettre en lumière ce qui pour eux représente le « bon type » de personnes, la « bonne foule » et également de révéler les tensions du présent quant à la visibilisation de certains groupes sociaux et de leur présence. Comment se jouent les absences et les présences à travers cet espace et le temps qui le parcourt ?

Si la foule devient une image importante pour parler du passé, elle ne représente pas seulement pour les commerçants des intérêts économiques. Ces derniers s'imbriquent à d'autres enjeux, comme l'illustre ce qui suit. La foule est notamment perçue comme un signe de l'attractivité du lieu.

« Tous le monde venait, ici, c'était le lieu où il fallait aller à Penang ! C'était un endroit très populaire. J'étais fière de travailler au Komtar ». *Salma, salon de beauté*

Cette assertion illustre d'une part que ce lieu est imaginé comme étant populaire, parcouru et utilisé par « tous ». D'autre part que son attractivité réelle et potentielle lui confère une grande notoriété et une valeur de prestige. Ceci participe alors à l'associer à un sentiment de fierté décrit par cette commerçante. Certains le décrivent même comme célèbre :

« Avant il était célèbre. Il y avait des gens qui venaient de Perak, Kulim et beaucoup de touristes. Il n'y avait pas d'autre complexe au Nord de la Malaisie, dans les années 80, c'était le seul, le premier shopping complexe. Aujourd'hui, les gens n'ont plus besoin de voir une tour, ils la voient déjà depuis longtemps. » *Lim, commerçant*

Le mentionner comme « unique » lui attribue une valeur spécifique, mettant à jour des processus discursifs qui tendent à le particulariser. Etant le « seul », « le premier », il est pensé comme ayant une exclusivité au niveau de son attractivité. Dans un premier temps, par sa dimension de centre commercial qui l'inscrit alors dans le cadre spatial précis du Nord de la Malaisie. Cet aspect peut être mis en relation avec la phase du projet, où les concepteurs mettent l'accent sur la volonté qu'il soit un « centre » pour la région du nord.

<sup>8</sup> La notion d'insécurité, que j'utilise dans ce texte, réfère à un sentiment de malaise ou de peur, qui peut être plus ou moins prononcé. Ici, mes interlocuteurs utilisent la notion de « safe ».

Dans un deuxième temps, cette « unicité » se décline par la présence de sa tour, comme le souligne une commerçante : « Il était le plus haut, le plus haut du Sud-est asiatique ». Ce qui élargit alors la spatialité de son « unicité ».

Rétrospectivement le Komtar est alors imaginé comme « le seul », « le plus grand », « le plus haut », associé également à toute une série de superlatifs qui lui accordent une valeur de prestige. Ceci peut être mis en perspective avec le contexte d'urbanisation de Penang dans lequel il s'inscrit, afin de comprendre ces différents qualificatifs mobilisés.

Comme le souligne Goh (2002 : 155), Penang a subi une transformation des lignes d'horizon ces dernières décennies, avec la construction de toute une série de tours et de centres commerciaux sur plusieurs niveaux<sup>9</sup>. La multiplication des tours à travers l'île fait perdre de la hauteur, et de la valeur au Komtar; il se voit « mis en série » à travers la construction des différents *malls* et des différentes tours dans le paysage urbain de Penang. La construction et la « prolifération » des *malls* à Penang devient pour la plupart des commerçants une des causes explicatives du départ des foules du Komtar, qui est alors perçu en proie à la concurrence.

### Les foules seraient-elles alors parties dans d'autres *malls*, mais quelles foules ?

« Avant, il y avait des familles, des locaux qui venaient surtout le week-end. Maintenant, tu ne vois plus de familles au Komtar... ». *Jane, commerçante*

Souligner l'absence tant des « locaux » que des familles met en lumière comment ces discours en évoquant des groupes sociaux spécifiques permettent d'articuler des enjeux liés au présent du lieu.

L'image de la famille est utilisée ici, dans sa représentation de constellation idéale de groupe de personnes qui fréquentent les *malls*. Daniel Miller et al. (1998), lors de leur recherche sur deux « shopping center » dans la banlieue londonienne, observent que la plupart des centres commerciaux se présentent eux-mêmes comme « environnement familial ». Ils relèvent qu'invoquer le contexte familial en lien à l'espace d'un centre commercial « sert de raccourci pour le type d'ambiance que l'on peut trouver à l'intérieur d'un *mall* : propre, chaleureux, amical et accueillant ».

Miller souligne l'importance de la capacité d'un *mall* à gérer la diversité sociale, en mettant l'accent sur la familiarité et la réduction des risques de rencontres avec les « Autres » différents socialement. En effet, cette familiarité se constitue en opposition à une variété d'altérité, affirmant alors les inclusions et les exclusions sur les lignes de genre, d'âge, et particulièrement en accord avec les distinctions de « race » et de classe. (Miller et al. : 1998)

Le Komtar est alors imaginé au passé comme familier notamment par le biais de la présence des familles et des « locaux ». Dans le présent, l'image de l'absence des familles me semble en effet invoquée pour signifier d'autres enjeux, notamment dans sa capacité à révéler des signes du déclin. Ces derniers sont à considérer en lien aux composantes sociales qui constituent l'espace dans le présent. En effet, si les familles et les enfants prennent de l'importance au sein des images idéales d'un *mall*, quels sont les groupes sociaux ou les « Autres » qui viennent remettre en question la « familiarité » de ce lieu dans le présent. Quelles sont les autres composantes sociales qui semblent manquer dans le présent ?

<sup>9</sup> Ici, il s'agit de référer aux pages 155-163, de *Modern Dreams*, (Goh, 2002) afin de percevoir plus spécifiquement tant les enjeux que les différents acteurs du développement urbain à Penang.

## D'un étranger à l'autre

Rahman, un commerçant de disque qui a repris le magasin de son père il y a quelques années, me dit penser fermer à la fin du mois vu la baisse de ses ventes. Exprimant souvent un sentiment de tristesse et de manque par rapport au présent, il me parle de son passé :

« Toute la journée dans le magasin, on avait beaucoup de choses à faire. Il y avait toujours beaucoup de monde. Il y avait des étrangers qui venaient sur leurs bateaux; des touristes, il n'y a plus de bateaux qui viennent (...) Maintenant il n'y a plus rien, le dimanche il n'y a que les étrangers ».

Cette citation met en évidence que « ce temps où il y avait du monde » se précise avec la valorisation de groupes particuliers, ici, par la venue d'« étrangers ». Son discours met en lumière comment se construisent différents types d'étrangers. Les premiers, selon lui, les « bons » étrangers se déclinent à travers leur spécificité de « touriste ». Venant alors soit de Malaisie, mais également, comme le souligne d'autres commerçants : d'Arabie Saoudite, Chine, Amérique, Europe, Angleterre... La catégorie de « touriste » revient ainsi fréquemment dans les discours des commerçants. Ils représentent pour eux de « bons acheteurs » et sont également associés à un statut supérieur et valorisé. Le discours de Rahman passe alors à un autre type « d'étranger », « venant le dimanche ».

Ce passage de différentes catégories d'étrangers se retrouve dans le discours de Salma :

« Avant, il y avait le Super Komtar (*department store*), il y avait des étrangers, des touristes occidentaux, il y avait des locaux, maintenant il y n'a plus que des *foreign workers* ».

Le terme de « *foreign worker* » mentionné ici apparaît également dans le discours de sens commun en Malaisie, ainsi que dans le discours public tant de la presse que des politiques. Il fait référence aux individus qui s'inscrivent dans les migrations de ces dernières décennies venant essentiellement d'Indonésie, du Népal, du Myanmar, des Philippines, du Vietnam...<sup>10</sup> (Yeho, 1998). Ils sont employés principalement dans les secteurs de la construction, les industries, les plantations et le service domestique (Chin, 1997, Yeho, 1998). Ces domaines étant considérés et perçus comme employant une main d'œuvre peu qualifiée et par de bas salaires.

Réfléchir aux différents termes donnés aux populations immigrées dénote qu'aucun ne parvient réellement à rendre compte de la complexité de l'objet d'étude et de la diversité des statuts qui les composent (Peccoud, 2007 : 37). Ici, ce terme renvoie à un statut d'« étranger » par rapport à la société malaisienne, ainsi qu'à un statut de travailleur. Les commerçants glissent souvent au terme d'*illegal immigrants*, révélant que la question de l'illégalité prend une importance dans les représentations associées à ces migrations.

La tension entre la catégorie de *foreign worker* et celle de touriste illustre que la notion d'« étranger » comprend un large éventail de possibilités et de variations, qui mettent en exergue les divers statuts sociaux et enjeux qui sont sous-jacents à ces dénominations. Il s'agit alors de prendre en considération les différentes catégories d'étrangers et les représentations qui leur sont liées, ainsi que les dimensions hiérarchiques qui les traversent.

<sup>10</sup> Fin des années 90, environ deux millions de *foreign workers* travaillent en Malaisie, dans les plantation, services et usines.

Le « vide » du lieu associé au présent se décline également, dans les discours, par la visibilisation de certains groupes particuliers qui contribuent à donner « une mauvaise image » au Komtar dans les représentations des commerçants, comme l'énumère ce dernier :

« Il y a des drogués dans tous les coins. Ils viennent de plus en plus. Près de l'escalator, il y a des transactions de drogue. Ils sont là à chaque étage. Qui veut venir ici ? Il y a les sans-emploi, ils ne savent pas quoi faire et viennent ici. Ils sont debout ici, ils ne font rien. Ceux qui ont des problèmes mentaux. Les vieux qui se reposent au jardin du rez-de-chaussée. » *Assam, restaurateur*

Si ce discours semble quelque peu extrême en énumérant les différents groupes considérés comme présents et indésirables dans ce lieu, Ahmad met en lumière les lignes d'exclusion des groupes sociaux qui ne sont pas ou plus respectées, selon lui, dans ce centre commercial. En associant les « vieux », les « drogués », et les « sans-domicile », il participe à construire une image du Komtar constituée principalement de groupes pensés alors comme « *out of place* ». Il explicite ceci par le fait qu'ils « sont assis, ou déambulent sans rien faire ». On perçoit comment les catégories stigmatisées sont associées à des comportements qui semblent inadéquats dans l'espace, soit au travers de leur immobilité ou alors une mobilité qui ne serait pas motivée par un but.

On peut penser qu'insister spécifiquement sur ces groupes sociaux perçus comme « *out of place* » est lié au contexte de déclin des foules qui représentent ses clientèles potentielles. Ceci tend à renforcer pour Ahmad la visibilisation de ces groupes, et de ce fait également le sentiment de perte de contrôle social sur le lieu, puisque les lignes d'exclusion ne sont plus respectées.

Chong s'exprime également sur les groupes en présence, qui se particularisent ici au travers de la catégorie de « mendiant » :

« (...)Sinon ici, il y a des mendiants qui sont couchés ou assis. Cela donne vraiment une mauvaise image aux clients. C'est comme si ici, ils avaient le passe VIP pour le *Beggarland*<sup>11</sup> »

Un autre groupe d'individus est désigné comme « posant problème » au sein de centre commercial, ce sont les « jeunes Malais » qui viennent le samedi après-midi. Ce groupe est associé plus particulièrement comme étant présent au quatrième étage, vers le Karaoke et les salles de jeux. Il est intéressant de percevoir que dans la littérature qui concerne les *malls* (Miller, 1994, Goss, 1993) le groupe des adolescents est souvent stigmatisé comme n'étant pas le bienvenu ou toléré dans ces espaces. Ici, la stigmatisation se joue sur une appartenance d'âge: les « jeunes », l'imbrication avec la catégorie ethnique sera évoquée dans la suite du texte.<sup>12</sup>

Ces différentes représentations de commerçants liées aux composantes sociales des foules dénotent comment s'articulent les différentes catégories sociales pensées comme bienvenues ou non dans l'espace, ainsi que celles qui y sont présentes. Ces discours mettent en évidence les lignes d'inclusion et d'exclusion qui se focalisent sur les différents statuts d'étrangers, ainsi que sur celles de l'âge et de groupes pensés en marge comme, les mendiants et les drogués, qui tendent alors à menacer la « familiarité » du lieu.

Les discours des commerçants mettent en lumière d'une part les foules qui parcouraient le lieux et qui sont absentes dans le présent, d'autre part les différents groupes sociaux qui sont perçus comme « posant problème » actuellement dans la construction de l'image du lieu. Les foules passées et présentes qui émergent de leurs représentations dessinent alors les idéaux et les normes des commerçants en matière de présence dans ce centre commercial.

11 trad. Pays des mendiants

12 voir page 66

## Les temps du lieu

Après avoir envisagé les « foules » qui apparaissent dans les discours des commerçants, je m'attache à percevoir comment le Komtar est composé et traversé dans le présent par des « foules » différentes qui s'articulent entre la semaine et le week-end. Je définis alors différents « temps du lieu », c'est-à-dire les principaux groupes qui sont en présence dans ce lieu, tant au travers de mes propres observations que des discussions que j'ai eues avec des commerçants ou des utilisateurs. Ceci permet également de percevoir comment les frontières entre les groupes se définissent tant à travers l'espace que les temporalités de ces dernières (Low, 2000).

La semaine, le lieu est principalement traversé par les différents fonctionnaires, les *gouvernement servants*, qui travaillent dans les départements du gouvernement situés dans la tour. Ils sont majoritairement Malais et marquent une forte présence féminine. Leurs pauses matinales et en milieu de journée rendent leur présence visible par leurs passages dans le centre commercial ou dans les espaces de restauration. Certains préfèrent rester dans la cafétéria réservée au personnel, ou encore se rendre au Prancing mall ou dans des cafés extérieurs, profitant également de la pause pour faire quelques achats. Comme le remarque une fonctionnaire « Je pars après les heures de bureau. Je ne reviens pas le week-end, c'est mon lieu de travail ici ». Leur présence à l'intérieur du centre commercial s'observe donc principalement durant les heures de travail et pendant la semaine.

Il s'agit également de mentionner les allées et venue des personnes venant payer ou régler des affaires administratives, qui prennent alors leur rôle de citoyen au sein de cet espace.

Le deuxième temps du lieu s'agence lui autour de la fin de la semaine, à savoir le week-end.

« Le dimanche, c'est les *foreign workers* qui viennent au Komtar, ce sont des maids des travailleurs. (...) Ils aiment faire des rendez-vous au Komtar. Le Dimanche c'est comme une station pour eux, ils se voient, ils se visitent les uns les autres. Il y a des Birmans, des Philippins, des Indonésiens... »  
Salma, commerçante

L'assertion de cette commerçante associe la présence des *foreign workers* à des jours spécifiques. En effet dans le regard des commerçants, le week-end, surtout le dimanche considéré comme leur jour de congé, devient alors ce que je nomme « le temps des *foreign workers* ».

Salma souligne que le Komtar représente un « lieu de rencontre » pour des groupes sociaux spécifiques. En effet, ces derniers viennent au Komtar notamment pour envoyer de l'argent dans les différents bureaux de change qui composent l'espace, pour faire quelques achats, ainsi que s'asseoir dans un café ou un restaurant pour boire ou manger quelque chose, ainsi que rencontrer des connaissances ou des amis, ou la famille.

Cette visibilisation dans l'espace public<sup>13</sup> donne au Komtar l'image d'un lieu investi durant le week-end par des individus de nationalité diverse: Pakistanais, Philippins, Birmans, Bengladeshi, Népalais, (...) dénotant une réelle « mixité nationale » à l'intérieur de l'espace<sup>14</sup>.

La distinction entre la semaine associée aux fonctionnaires et le week-end aux *foreign workers* se révèle bien sûr comme une tendance générale. En me basant, sur les rencontres faites dans ce lieu, certains *foreign workers* sont présents la semaine, car ils ont congé à ce moment-là, certains d'entre eux n'ont congé qu'un fois par mois, ou encore certains sont sans emploi et y viennent presque tous les jours, dénotant la tension avec la désignation généralisante de *workers*. Ceci s'applique également aux fonctionnaires dont certains doivent assurer une permanence le samedi et dimanche.

13 Envisagé de manière plus spécifique dans des recherches dont Brenda Yeho(1998) à Singapour, mais qui peuvent être rattachées au contexte du Komtar. Elle relève l'émergence des « *foreign workers week-end enclave* », dans des lieux spécifiques dans la ville de Singapour, comme attirant de nombreux *foreign workers* de nationalités diverses.

14 Leur présence est perçue comme plus ou moins récente, je précise cet aspect plus loin.

D'autres présences relativement importantes qui parcourent ces « deux temps » sont celles des commerçants ou vendeurs des différentes boutiques et autres stands du centre commercial, ainsi que le personnel chargé de l'entretien. Et, les différents consommateurs et utilisateurs de l'espace, considérés comme « locals », ou les touristes qui parcourent les commerces, les cafés ou par exemple s'arrêtent quelques instants au KFC<sup>15</sup>, en famille, entre amis, en couple ou seul. Certains rejoignent le Pranging mall, ou encore traversent le Komtar pour se rendre d'une station de bus à l'autre.

Au travers des discours des commerçants et des « temps du lieu », les différentes images des foules mettent en évidence comment les discours et les représentations de ces commerçants dénotent des changements de « foules », donc de différents groupes sociaux qui composent l'espace. Ceci me conduit alors à envisager comment les commerces et les marchandises vendues dans l'espace deviennent également l'objet de discours qui s'articulent autour des changements.

### 1.3 Les commerces : fermeture, départs, et les « choses » qui restent

« On ouvre tous les jours. Mais Komtar est en train de mourir. La situation devient de jour en jour plus mauvaise. » *Lan, commerçante*

Les discours oscillant entre la mort avérée ou prochaine du Komtar prennent place de temps à autre dans les paroles des commerçants. Si pour certains sa mort est un processus en marche, pour d'autres comme Assam qui tient un restaurant au quatrième étage, elle est indéniable « Le Komtar est mort, n'espère rien pour Komtar ». Rahman prétend quant à lui que le « Komtar dort », espérant alors son réveil pour bientôt ?

Cette impression de « mort » peut être associée à l'image du vide qui domine les discours généraux sur ce lieu, tant dans la bouche des commerçants que de certains utilisateurs :

« Au Komtar, tout est fermé, c'est vide, il n'y a rien à voir, rien à faire ! » *Salima, cliente au KFC*

Le vide s'exprime donc en terme d'absence de personnes, plus précisément certains « types » de personne, mais également par le fait de la fermeture de nombreux magasins et restaurants. Ceci renforce le sentiment d'abandon ressenti par certains commerçants qui constatent le départ, tant de la foule que des différents commerces qui étaient présents « avant ».

« Tous ferment ici ! Beaucoup sont partis dans d'autres centres commerciaux, au Pranging mall... » *Ahmad, commerçant de disque*

La fermeture de nombreux commerces ainsi que le départ des commerçants laissent des zones de vide dans certaines allées du centre commercial ou encore des devantures fermées qui s'intercalent avec des magasins ouverts. Selon la PDC, sur l'ensemble de la surface du podium, un tiers est relevé comme n'étant pas exploité ou loué<sup>16</sup>. Ceci permet de faire un état de la situation comme présentant une certaine réalité de ce vide qu'il s'agira néanmoins d'interroger et de nuancer.

Pour les commerçants, dire le lieu comme vide, représente des enjeux qui doivent également être mis en lien avec leur propre situation dans cet espace. Les devantures fermées, le départ des commerçants, de leurs foules, leur renvoient peut-être une image qui les ramène à la survie de leur propre commerce et à leur avenir dans cet espace.

15 Kentucky Fried Chicken, chaîne de fast-food, vendant principalement du poulet. C'est le seul du centre ville.

16 Selon la PDC, le podium a une surface vide de 230,850 m<sup>2</sup>, c'est-à-dire les espaces prévus pour des commerces ou des bureaux, pour une surface totale de 662,270 m<sup>2</sup>. Ils sont partiels, ne sont pas pris en compte les propriétaires, qui louent ou conservent leur lots, sans l'utiliser, aussi ceux qui l'utilise comme dépôt, et partiels, la PDC n'a pas intérêt à donner une vision vide du lieu. Des rumeurs circulent également concernant des étages de la tour, qui seraient vide. La PDC affirme qu'elle est pleinement occupée.



## Départs et fermeture : les « grands » sont partis

Le départ et la fermeture de certains commerces prennent une importance particulière, comme celui du Super Komtar. C'est un *department store*<sup>17</sup> qui occupait une grande surface sur quatre étages dans la partie sud-est du centre commercial. Le Super Komtar a fermé de manière progressive et finalement définitive au début des années 2000. Sa fermeture laisse une grande surface de vide à l'intérieur du centre, n'ayant pas été remplacé<sup>18</sup>. Elle représente également une grande perte pour les usagers et les commerçants de ce dernier.

Le Super Komtar prend une grande importance et une récurrence dans les discours qui se construisent autour d'un « âge d'or ». Il devient même pour certains une image représentative de ce passé idéal, mais également du Komtar lui-même, participant alors à constituer la spécificité du lieu.

« Ça a beaucoup changé. Sans Super Komtar, il n'y a plus rien. La plus grande perte du Komtar, c'est le Super Komtar » *Amidha, salon de beauté*

Une autre commerçante permet également de considérer les principales significations qu'il incarne pour ces commerçants :

« Ce qui me manque c'est le supermarché, c'était un *crowded puller*<sup>19</sup>(...) Surtout son rayon d'alimentation ; faire les courses, c'était la seule activité que l'on faisait ici. Des légumes magnifiques, très frais. Il n'y en a plus... »  
*Sally, commerçante de disques*

Le Super Komtar est considéré comme représentant l'attraction principale du *mall*. Il devient responsable de la présence du monde dans le centre commercial et contribue à fournir des clients potentiels aux autres commerces. Dans le vocabulaire des *malls*, il est ce qu'on appelle, l'*anchor* tenant ou *magnet* (Koehl, 1990) terme qui représente bien la fonction attribuée à ce dernier. Ces commerçants de détail voient sa fermeture comme une des causes ou comme accompagnant la « mort » du Komtar, participant à leurs difficultés économiques présentes. Ils se sentent alors tributaires de la présence ou non de ce type de grand magasin pour faire « fonctionner » leur commerce. Adoptant dans ce cas, une position d'observateurs face à ce départ qu'ils ne contrôlent pas et semblent subir. Beaucoup d'entre eux attendent avec impatience la venue d'un nouveau *department store* qui incarne alors l'image de « sauveur » de leur Komtar.

Sally met également en avant, l'utilisation personnelle du Super Komtar : la possibilité de « faire les courses » alimentaires. Les commerçants deviennent alors à leur tour des consommateurs.

La fermeture du Super Komtar représente donc pour eux des enjeux aussi bien liés à la bonne marche de leurs commerces qu'à des aspects pratiques et fonctionnels, ou encore affectifs.

Le départs du McDonald et de Pizza Hut prend également un sens spécifique pour ces commerçants. Ils peuvent alors être considérés comme des événements importants de l'historicité du lieu :

« Tu te rends compte, même le McDonalds, même le Pizza Hut sont partis »  
*Ahmad, commerçant de disque*

17 Qui peut être traduit par ; grand magasin.

18 La question d'une autre compagnie qui pourrait reprendre cet espace est un sujet de conversation important, tant pour les commerçants, que pour les politiques, notamment le *Chief Minister* de Penang, affirme dans la presse qu'un nouvel arrivant va bientôt occuper cet espace.

19 Trad. grande attraction

Ici, c'est plus au niveau de la signification symbolique associée à ces restaurants qu'à leur utilisation que se joue l'importance accordée à leur départ. Cela met en évidence, comment leur présence donne une image spécifique au lieu. Ces deux chaînes franchisées représentant des marques internationales sont alors pensées comme un signe, un reflet de la « modernité » (Goodman, Robinson, 1996) au sein de l'espace. Ils sont construits comme représentant les restaurants idéaux, que l'on peut trouver dans un centre commercial. Leur départ est perçu comme remettant en cause la survie et les qualités même de ce lieu. Cela signifie-t-il que le Komtar perd ses qualités internationales? De quel international s'agit-il? Révélant qu'ici il s'agit d'un international, d'un global qui s'agence autour de chaînes et de marques internationales auxquelles on attribue une valeur symbolique de prestige et supérieure.

Cet exemple permet de montrer que les acteurs attachent, ici, un sens particulier au McDonald, qu'il s'agit d'inscrire tant dans le contexte social, économique et politique de la Malaisie que dans le lieu précis du Komtar.

### Commerces de détails et marchandises : *On Sale!*

« Il était glorieux. Avant, il y avait des livres, des stands de musique, de l'artisanat. »

*Lan, commerçante*

Se focaliser sur les discours qui parlent des commerces qui étaient présents « avant » permet de mettre en lumière les qualifications et la description des marchandises vendues et à vendre. Celles-ci révèlent alors des idéaux qui se construisent autour de ce qui devrait être mis en vente dans les différentes boutiques et espaces du Komtar.

Au cours d'une fin d'après-midi, je passe dans le salon de beauté de Salma qui est assise en train de feuilleter un magazine. On commence à discuter. Je l'interroge sur la situation du Komtar, elle me dit regretter des lieux qui ont fermé et également le type de marchandises qui se trouvaient au Komtar « avant » :

« Il y a peu de magasins ici, ils ne suivent pas la mode. Il n'y a pas de marques de mode, pas de choix. Il y avait des habits à la mode, maintenant tout ce qui se vend ici est dépassé! »

Ici, le regret ou le manque n'est pas constitué par un type d'objet ou de marchandise précis qui ne serait plus là, mais par la définition des caractéristiques de ces derniers. Salma invoque la notion de « mode » associée à celle de « marques » qui se décline ici en terme de choix. Pour elle le Komtar s'associe à un lieu qui s'inscrivait dans une tendance, et de manière implicite liée à un certain standing économique par l'évocation des « marques ».

En parlant d'« habits passés de mode », elle fait référence aux magasins vendant essentiellement des habits « traditionnels » malais, principalement pour femme, ou encore les stands qui vendent des fins de série ou des habits en solde.

Sam, en évoquant les différents commerces qui étaient ouverts dans le lieu, permet également de mettre en évidence comment se dessine sa perception des marchandises en vente dans le présent :

« Avant, il y avait des magasins de chaussures, de sport, de mode, de fleurs, maintenant ils vendent des t-shirt à tous les étages, de la camelote des choses bon marché. »

Cette assertion évoque une image du passé qui se décline autour du grand nombre de commerces et de magasins, ainsi qu'autour de l'importante variété de ces derniers. Cette impression de diversité s'oppose au présent qui se définit ici par le « même ». Selon les mots Sam, les magasins vendent « tous des t-shirts ». Le présent se décline-t-il uniquement autour du « même » ou sa diversité présente s'inscrit-elle dans d'autres cadres et sur d'autres critères?

Les commerces présents dans le lieu deviennent alors pour Sam, tant du fait de leurs devantures fermées que ceux qui restent sont pensés comme étant semblables, la cause d'une perception de confusion dans le présent. Il ajoute :

« Les gens sont beaucoup plus confus, car tous les magasins sont les mêmes. Du fait que les magasins sont fermés, tous les endroits se ressemblent. On confond le niveau 2 et 3. L'endroit perd son identité. On ne trouve plus de clinquance, ni d'identité. »

Pour Sam, la situation présente des commerces participe à constituer ce qu'il énonce comme une perte de « l'identité du lieu ». Cette dernière est signifiée par le terme de la brillance; le Komtar aurait alors perdu son éclat qui peut être associé à une image de modernité. Les discours révèlent l'imbrication entre parler du lieu et à travers ce dernier parler de ce que les différents commerçants ressentent eux-mêmes. Autrement dit, ces discours parlent également des appartenances et identifications de ces commerçants. Ils m'intéressent car ils permettent d'accéder à des images de modernité qui se constituent dans leurs représentations. Quelles sont alors les dimensions de ces appartenances qui prennent part dans la construction de leurs images ou définitions de modernité?

Tant le discours de Salma que celui de Sam représente le Komtar comme ayant passé d'un certain standing économique à un autre. Le présent est perçu avec un sentiment de déclasserement du lieu. Il se construit sur une perception dévaluée des marchandises et des commerces se trouvant dans l'espace qui ne représentent plus un certain standard.

Pour Salma, on perçoit dans un premier temps comment l'image d'une modernité passée, incarnée par la mode, n'est plus représentative du présent qui se décline autour des marchandises perçues comme « traditionnelles ». Une « traditionalité » qui serait mise en scène au Komtar par les différents commerces vendant des *Baju Kurong*, *tudong*, *batik*, associés au Malais et qui sont également tenus principalement par des Malais. Ce qui révèle que la dimension ethnique participe également à constituer ces images de modernités. Cette association souligne la représentation dominante de la modernité dans le contexte malaisien qui associe la modernité aux Chinois, comme le temps du projet permet de le dénoter.

Dans un deuxième temps, autant le discours de Sam que celui de Salma permet de percevoir comment cette modernité s' imagine en lien à un certain standing économique. Pour Sam, ce standing est mis à mal par la présentation d'articles pas chers qui perdent également leur qualité et de ce fait leur diversité. Ces deux commerçants opèrent une distance discursive par rapport aux types de marchandises vendues actuellement. Ceci leur permet de se considérer comme une classe supérieure à celles représentées par les objets en vente. Parler de classe moyenne et de classe plus basse, peut faire sens ici, même si mon but n'est pas de définir spécifiquement ce qu'elles comportent. Néanmoins, il s'agit d'être attentif que les centres commerciaux ne dévoilent pas des clientèles hermétiques ou homogènes, certains espaces ou boutiques visent des clientèles différentes. (Miller, 1999)

Les représentations des commerces et des marchandises vendues mettent en lumière des associations qui sont révélatrices des passages qui s'opèrent dans ce lieu pour ces commerçants. Ils le perçoivent alors à l'aune de son déclin, regrettant tant les marchandises vendues « avant » que disqualifiant les actuelles. Un déclin qui peut également être envisagé comme un passage de classe sociale, mais pas seulement, car s'y imbriquent également des dimensions liées aux appartenances ethniques comme la suite de ce texte va le préciser.



## 1.4 Esthétique du « vieux » et de la dégradation : penser la modernité

Interroger l'esthétique d'un lieu peut se faire de plusieurs manières et à plusieurs niveaux. Tout en étant consciente que celle-ci se construit également par les dimensions vues précédemment, à savoir les personnes qui composent le lieu, et aussi par les différentes marchandises et autres objets mis en vente.

Ici, je m'intéresse particulièrement aux images de « vieux » et de « dégradation » qui émergent des différents discours de commerçants ou d'usagers, afin de qualifier ce lieu. Ceux-ci se doivent d'être contextualisés au niveau du lieu lui-même, ainsi qu'au niveau de l'émetteur du discours. Dire d'un lieu qu'il est « vieux » ne va en effet pas de soi. Ceci me semble donc pertinent à interroger de manière plus particulière. Quelles personnes utilisent ce terme ou ces images pour qualifier le Komtar? Pourquoi ceci fait sens pour eux de l'invoquer? Qu'est ce qu'ils veulent dire quand ils disent que « c'est vieux »?

Les images de « vieux » et de « dégradation » sont aussi bien séparées l'une de l'autre qu'imbriquées sur certains plans, révélant alors des enjeux et des significations similaires, ainsi que les tensions qui les sous-tendent.

### Vers une description du vieux

Qualifier ou parler du Komtar comme « vieux » renvoie à toute une série de discours qui s'articulent autour de la condition physique et matérielle du lieu, ainsi que de ses aspects structurels. Ils donnent alors forme à une esthétique ou un visuel particulier qui sont pensés comme « vieux ». Comment des images de vieux se construisent au sein des représentations de commerçants ?

Sam rend bien compte à travers les différents aspects qu'il énumère, dans la citation ci-dessous, une représentation partagée par les autres commerçants :

« Le Komtar est vieux ! C'est le design, les plafonds qui sont bas. Regarde les couleurs des catelles, et la couleur des murs, ça fait sinistre. »

Les aspects structurels et architecturaux conçus dans les années 80 deviennent des marqueurs temporels ne répondant plus aux idéaux et aux images de ce qui est pensé comme visuellement et esthétiquement « moderne ». Le temps induit sa marque sur les structures, le design, et les couleurs au sein de ce centre commercial. Ce commerçant souligne que les allées marchandes du Komtar se révèlent trop sombres, avec des plafonds trop bas. Dans ce contexte, l'image du « vieux » est donc pensée comme négative.

Les catelles au sol datant de la construction du lieu sont principalement de moyenne ou petite taille, de couleur rouge ou brun foncé. Observer plus attentivement les catelles du sol du centre commercial indique les différentes zones qui ont été rénovées. Celles-ci arborent des catelles beiges et de plus grande taille, et se trouvent principalement aux abords de l'ancien Super Komtar, des escaliers et de la zone centrale. Ces « marques » de rénovations permettent de percevoir, dans le choix de ces dernières, l'importance des lieux ; qui ici traduisent les lieux de passages et de forte présence, ainsi que ceux limitrophes aux entrées du gouvernement.

Que les commerçants indiquent ou mentionnent ce qui est pensé comme « vieux » conduit alors implicitement à définir et à désigner ce qui est « moderne ».

Si envisager les représentations liées au « vieux » à travers une perspective temporelle permet de faire sens, ceci peut également être envisagé à travers une perspective spatiale. Comment ce lieu, qui fut le site de la construction d'une certaine image de modernité, est-il imaginé en lien à d'autres sites de consommation, d'autres *malls* ? Ces derniers deviennent alors aussi bien des points de comparaison et de mesure que des lieux reflétant des images idéales. Morris (1999), étudiant les *malls* dans le contexte australien, met en évidence l'importance de considérer les sites de shopping en relation les uns par rapport aux autres.

En effet, selon elle, ils obtiennent leurs qualités dans leur contraste avec d'autres lieux où le shopping prend place. Dans le cas spécifique du Komtar, considéré ici comme centre commercial, intervient ce qui représente dans le discours de commerçants le *mall* construit comme idéal : Gurney Drive<sup>20</sup>. Sans entrer dans trop de détails, je le prends principalement dans sa dimension de modèle, qu'il joue d'ailleurs à plusieurs niveaux.

Gurney Drive met en lumière les idéaux esthétiques que les commerçants désignent, ici au niveau des aspects structurels, pour l'espace du *mall*. L'environnement est décrit comme spacieux, la hauteur de ses plafonds étant également soulignée. De larges allées sur lesquelles se succèdent des boutiques et des magasins qui occupent une grande surface. Ils dévoilent des franchises nationales et internationales; contrastant fortement avec l'importante présence de «petits lots», de commerce de détail au Komtar. La luminosité se distingue par sa forte présence, renforcée par les tons clairs des murs et des sols de ce centre commercial. A Gurney Drive, la circulation s'agence autour des quelques étages de manière concentrique, avec des escalators se trouvant au centre et au deux extrémités du *mall*. Cet aspect est également comparé au Komtar, associé alors à un labyrinthe dans lequel les clients et autres utilisateurs ont de la peine à se retrouver.

Ce *mall* idéal, qui se construit dans les représentations comme une image inversée du Komtar, devient alors un lieu auquel les commerçants se réfèrent parfois pour évoquer comment le Komtar devrait être, ou encore comment il était.

«Komtar avait le standard de Gurney, dans les années 80-90.» *Elisabeth, commerçante*

L'esthétique associée à un lieu de shopping se construit, selon Miller (1998) notamment en lien avec une certaine idéologie de classe sociale.

Evoquer Gurney par le biais de son esthétique permet de percevoir que cet idéal ne se constitue pas seulement autour d'enjeux de formes. Il représente également toute une série d'images de «modernité» qui se déclinent autour de certaines idéologies de classe. Par exemple, la mise en scène des produits de consommation issus de marques internationales ou l'accès principalement pour les voitures. Il devient l'idéal du *mall* qui se construit autour des identifications des classes moyennes et supérieures.

Si associer l'image de «vieux» ou de «sinistre» au décor qui se construit et apparaît au Komtar ressort fréquemment dans les discours, il n'est pas formulé comme tel par tous.

En effet, d'une part ceci atteint une sensibilité chez certains commerçants pour qui cette image paraît pénible à entendre ou à me dire, en ce qu'il est associé à une qualification négative dans ce contexte. D'autre part, pour certains commerçants, le «vieux» est perçu comme positif. Un commerçant me loue la beauté des catelles qu'il définit comme les «originales», par rapport aux nouvelles catelles «chinoises pas chères et sans qualité», qui ont été posées lors de rénovations. Certains admirent également le fait qu'il est «survécu si longtemps», et le qualifie de bâtiment historique. Ce qui signifie que le Komtar rentrerait alors dans l'histoire.<sup>21</sup>

20 Centre commercial construit en 2001, au bord de la mer au nord de l'île, dans une banlieue marquée essentiellement par ses classes supérieures et sa dominance chinoise.

21 Il s'agirait d'élargir la notion symbolique et effective de cette qualification. Le Komtar pourrait-il être un jour considéré comme bâtiment patrimonial? L'association de ces deux termes renvoie à des conflits entre l'idéologie associée à la construction de ce lieu, avec celle qui entoure la notion de patrimoine dans ce contexte.

La lumière au sein de l'espace du Komtar est souvent décrite comme « sinistre » ou « peu présente ». Ceci peut s'expliquer d'une part au travers des aspects structuraux et architecturaux, comme on l'a vu les couleurs plutôt foncées et également selon certains à cause des lumières en panne ou pas assez fortes. D'autre part, certaines parties du centre commercial sont décrites comme sombres, en référence aux devantures fermées. Interroger la luminosité permet de mettre en évidence comment s'articulent les différents signes du déclin autour de la « veillesse » du bâtiment et de ses structures, construite tant de manière temporelle que spatiale, ainsi que le « déclin économique » avec les successions de devantures fermées. Relevant alors comment la tension se crée entre le « vieux » et la « dégradation » de ce lieu.

## Des escalators qui ne montent plus, une chaleur qui ne descend pas

Des dysfonctionnements qui apparaissent au niveau des équipements et des installations du lieu s'imbriquent aux aspects structurels et au design. Comme par exemple, la question de l'air conditionné qui ne fonctionne pas bien ou plus, les fréquentes pannes des différents escalators qui se trouvent dans l'espace, ou encore les trous ou détériorations du plafond. Ces aspects participent alors à construire une image de dégradation qui émane de ce lieu. Ils me semblent pouvoir être interprétés aussi bien comme des façons pour les différents commerçants de percevoir les « preuves matérielles » du dysfonctionnement du Komtar, que de les inscrire dans le cadre des changements qui s'opèrent dans ce lieu.

Si l'on revient sur les discours entourant la conceptualisation, le temps du projet, ces deux éléments, l'air-conditionné et les escalators sont vantés comme faisant partie des « installations ultra-modernes »<sup>22</sup> dont Komtar sera doté. Etant important pour signifier la modernité du lieu au temps du projet, ils sont aujourd'hui pointés comme étant en panne ou ne marchant pas. Il me semble que cela illustre la tension entre la « modernité » pensée au temps du projet, qui s'exprime ici au travers des installations, et la situation actuelle. La dégradation des installations vient donc menacer la « modernité » dont ce lieu devrait en être le porteur ou le reflet.

Il me semble alors intéressant de percevoir comment le discours de certains commerçants associe ces dysfonctionnements ou le déclin physique et structurel aux enjeux autour du maintien et de l'entretien du Komtar<sup>23</sup> qui traversent le présent du lieu.

« Le bâtiment devient vieux, la plupart des équipements et des installations sont vieux. Le gouvernement doit faire quelque chose. Il ne doit pas laisser Komtar mourir. Il devient une ville de Cowboy, vivant de 8h à 17h, après 17h, il devient une « dead town. » Jon, tailleur

Le déclin est alors pensé comme résultant de la mauvaise gestion ou de l'entretien du lieu.

Comment se jouent les responsabilités de cette dernière ? Elle est sous la responsabilité du gouvernement étatique de Penang, exécutée par le biais de la PDC qui se doit de gérer les espaces communs du Komtar, d'entretenir le bâtiment, ainsi que d'assurer sa sécurité. Marquer le fait que l'Etat ne maintient pas ou plus et ne s'occupe plus ce lieu réinscrit, par le biais de ces discours, le lien entre cet espace et le gouvernement. Ces discours mettent en avant la responsabilité de la situation actuelle du Komtar en l'instance du gouvernement :

« Que dire d'un Etat qui ne peut gérer sa propre maison ? » Sam

<sup>22</sup> Source : PDC, projet phase 2.

<sup>23</sup> Ces questions sont notamment au centre des préoccupations de la *merchants association* du Komtar, formée essentiellement par des commerçants chinois.

Pour certains commerçants, le fait que l'Etat soit à l'origine de ce centre commercial et qu'il en est le gestionnaire, les conduit à penser que le gouvernement « ne peut pas les abandonner ». Ceci marque alors leur croyance aussi bien dans le futur que dans le rôle du pouvoir étatique :

« Le gouvernement va faire quelque chose, il va essayer de sauver Komtar. »  
*Lan, commerçante*

L'Etat, le politique, sont pensés ici, comme les instances qui doivent reprendre le contrôle du lieu et assurer son futur, qui se doit d'être meilleur. Ce sont donc eux, qui dans ces discours sont appelés à intervenir, et sont alors pensés comme les « sauveurs » du Komtar. Ceci marque les tensions entre les aspirations des commerçants qui concernent le centre commercial et celles des discours étatiques selon lesquels il s'agit également de « sauver » le Komtar, ce qui peut alors se comprendre par le fait qu'il est le lieu où se trouve le siège administratif de l'Etat.

Le centre commercial de Gurney est alors pertinent à mettre en perspective avec ces discours. En effet, ce centre commercial a été construit et est géré par une compagnie privée qui a son siège à Singapour<sup>24</sup>. L'image de Gurney peut alors être considérée comme symbolisant les processus de libéralisation de l'Etat et de l'accentuation qui est faite sur le « secteur privé » surtout dans la décennie des années 90<sup>25</sup>. En effet, Penang attire de nombreuses compagnies multinationales, ce qui comme le souligne Bunnell (2004 : 56) est notamment du à la grande présence des entrepreneurs malaisiens Chinois.

### Image et imaginaires de modernité(s) : quels Komtar futurs ?

Eclairer ces discours sur l'état structurel et physique du lieu permet de prolonger cette thématique en envisageant ceux qui se déclinent autour de l'idée d'entreprendre des actions afin de « re-moderniser » cet espace, comme le suggèrent certains commerçants. Ce qui illustre le fait que le Komtar s'associe à une image de modernité qu'il se devrait de « retrouver ». Ils expriment alors leur idéaux afin que le Komtar puisse retrouver « sa brillance » et « son éclat » :

« Le Komtar est supposé être moderne, il pourrait être mieux, il faut le repeindre, refaire le sol, il faut que les gens reviennent. Il faut le rénover, il est très vieux. Il a trente ans d'histoire, c'est un record, qu'il ait pu survivre jusqu'à aujourd'hui. » *Lim, opticien*

Ceci met en lumière que les travaux de rénovations sont pensés comme pouvant participer à sa « nouvelle modernisation ». Ce qui implique que sa modernité initiale est révolue ou du moins remise en question. Pour reprendre la métaphore de certains Penangites qui le décrivent comme malade ou souffrant, ces travaux deviennent alors les « médicaments »<sup>26</sup> adéquats à son rétablissement. Peut-on « re-rendre » moderne un lieu ? Comment ces « modernités » se déploient au travers des discours des commerçants qui envisagent leurs Komtar futurs ?

En effet, l'avenir devient pour eux une temporalité dans laquelle ils projettent leurs espoirs et également leurs imaginaires. Ici, sans vouloir considérer de manière précise les perspectives futures qui se dessinent dans les discours des commerçants, je m'arrête plus particulièrement sur l'une d'elle, en ce qu'elle me paraît révélatrice des enjeux qui se jouent de manière plus large en Malaisie ces dernières décennies.

24 *Capital Land Ltd.*,

25 L'accentuation faite sur le secteur privé peut se refléter dans le programme politique « Vision 2020 »

26 Ici, on peut également envisagé les travaux de rénovations urbaines, qui sont entrepris dans la ville de Georgetown, par le MPPP, s'inscrivant dans la cadre de la *urban beautification*, (Jenkins, 2003)

En effet, au temps du projet dans les années 80, la « modernité » se pense essentiellement au travers de l'espace du centre commercial, de sa tour et des différents équipements et structures. Comme le souligne Sam en référence au présent :

« Ce n'est plus un centre de business, le gouvernement doit trouver un autre concept. En faire une high-tech city, il pourra alors devenir un endroit extraordinaire. »

La mention d'en faire une « *high-tech city* » revient dans le discours d'autres commerçants, mais également dans les projets du gouvernement étatique. Sans vouloir juger de la faisabilité ou de la réalité de ceux-ci, ils me semblent révélateurs de certaines dimensions qui participent à la construction des images de modernité dans le contexte Malaisien. Celles-ci se jouent notamment dans les discours officiels et politiques, ainsi qu'au travers des réalisations urbaines et architecturales réalisées dans les années 90. A Penang, la PDC en lien avec le gouvernement étatique promeut la technologie de l'information (IT), en voulant constituer Penang en une « *Silicon Island* » et un centre pour la technologie avancée. Bunnell argumente que le développement de la haute technologie en Malaisie devient très important dans la construction de la ville et de la région urbaine comme « modernes », devenant alors des marqueurs du progrès et de la modernité (Bunnell, 2004 : 7)<sup>27</sup>.

Si ce sont « différentes » modernités qui se déclinent à l'intérieur du Komtar en des temps particuliers, il me semble important de percevoir les positions concurrentes qui se déploient dans le contexte urbain de Penang, mais également de la Malaisie, parallèlement à ces projets « *high tech* » ou ses « icônes modernes ». Goh dénote que dans les années 90 « il y a également un intérêt qui émerge au sujet de la conservation, surtout des bâtiments « patrimoniaux » en Malaisie. Ces mouvements (...) ont acquis un certain pouvoir dans le contexte urbain, où ils ont reçu un large support du public, du gouvernement et du secteur du business, pour la conservation des bâtiments qui ont une valeur « patrimoniale » (Goh, 2002 : 61)<sup>28</sup>. Cette problématique prend également une envergure qui sort des limites nationales, puisque Georgetown et Malacca ont été reconnus comme « site du patrimoine mondial » de l'UNESCO en juin 2008.

Ceci permet de percevoir comment le Komtar s'inscrit dans un contexte où différentes formes d'imaginaires urbains sont mises en concurrence « le terrain urbain hautement contesté, et le paysage urbain changeant, dans lequel une simple convergence des différentes conceptions de la modernité ne peuvent être trouvées ». (Goh, 2002)

<sup>27</sup> Pour plus de précision voir Bunnell (2004)

<sup>28</sup> Afin d'approfondir cette thématique, voir Jenkins (2003) qui se focalise sur la problématique du patrimoine dans le contexte de Georgetown

## 1.5 Crises du présent

### Crises des fonctions de l'espace

Le présent peut alors s'envisager comme une crise concernant la fonction de cet espace. D'une part, celle de centre commercial. Les images de vide réfèrent tant à la fermeture de nombreux commerces qu'au départ des foules, et participent pour certains à remettre en question sa dénomination même de « *shopping complexe* ». Est-il encore un centre commercial? D'autre part, sa fonction de bâtiment administratif ou politique avec les différents départements du gouvernement présents dans la tour. Ces derniers deviennent également l'objet de rumeurs avérées concernant leur départ. En effet, le gouvernement étatique a déplacé une partie de ses bureaux dans un nouveau bâtiment quelques rues plus loin. La PDC, par exemple, se situe elle-même au sud de l'île. Cet aspect qui revient fréquemment dans les discours des commerçants permet également de percevoir que la présence des politiques dans la tour prend une importance dans la définition et la signification symbolique du lieu.

Il me semble alors pertinent de poursuivre la réflexion concernant la fonction de ce lieu. Si elle peut se percevoir en « crise » dans le présent, pour certains cette dernière n'aurait jamais vraiment été réalisée.

« C'est un *white elephant* ! Il n'a jamais marché ! C'est juste pour le décor, personne ne veut y venir ! »  
Tan, commerçant

Ici, le Komtar est associé à un décor, ce qui dénote pour Tan qu'il n'a pas de fonction ou d'utilité réelle. Il peut alors être défini comme « un contenant sans contenu », ce qui met en lumière un enjeu important dans la réflexion autour de ce lieu. Le Komtar devient, selon Tan, un lieu qui n'a jamais pu prendre une réelle fonction, conservant une artificialité tout au long de son parcours.

### Images de *malls*, Images de modernités

Poser la question : Est-ce que Komtar est-il encore un centre commercial? Permet également de mettre en lumière quels sont les différents éléments et composantes qui participent à construire l'image d'un « centre commercial » pour ces commerçants, mais alors également des images de modernités en considérant le centre commercial comme révélateur de ces dernières.

Au travers des trois dimensions: les foules, les marchandises, et l'esthétique du lieu que j'ai envisagées dans ce chapitre, les acteurs mettent en avant les manques du Komtar et ce qu'il n'est plus ou pas dans le présent. Ce qui fait alors émerger différents idéaux et normes en lien à l'espace du centre commercial, qui s'inscrivent dans le lieu spécifique du Komtar. Quelles images de modernités, quels *malls* ces dimensions dévoilent-elles?

Premièrement, interroger les représentations des foules marque quels sont les groupes qui devraient être présents ou invités à l'être dans l'espace. Ces foules se construisent autour de l'idéal des présences des locaux, des familles, et également de celle des touristes. Si l'on considère le contexte de Penang, on perçoit que la catégorie du « touriste » y prend une signification particulière. En effet, « la PDC définit le tourisme comme un des facteurs de croissance le plus important pour Penang » (Teo, 554 : 2003) dénotant l'importance de penser Penang en tant qu'attraction touristique, et donc de le définir comme tel. Le tourisme prend alors également part dans les idéologies liées aux programmes de modernisation au niveau de la politique étatique. Si l'on revient au niveau du Komtar, on perçoit comment cette catégorie est mentionnée de manière forte et que la « modernité » que le Komtar reflète est souvent associée et destinée à leurs regards.

Deuxièmement, ce sont les marchandises et les commerces qui étaient ou devraient être présents dans l'espace qui sont mis en lumière. Le passé s'imagine au travers des différentes chaînes internationales, de la présence du Super Komtar, ainsi qu'au travers de marchandises pensées comme chères et variées. Dévoilant une modernité qui s'imagine notamment en lien à certaines classes sociales, qui s'associent également à des identifications ethniques. Troisièmement, ce sont des normes en matière d'esthétique, ici les aspects structurels et formels qui constituent celles des *malls*. Ils mettent en évidence comme la «modernité» se pense en lien à des espaces urbains spécifiques, et conduisent à percevoir comment certains espaces urbains sont pensés comme «moderne». Ici, la position de l'émetteur de ces désignations est nécessaire à envisager, puisque la notion de moderne s'établit alors dans un rapport entre différents espaces et groupes sociaux.

Chacune de ses dimensions permet de constituer un tableau formé de différents traits et lignes de ce que ce lieu aurait dû ou devrait représenter. Elles permettent également de percevoir comment le *mall*, l'espace du centre commercial, devient un médium dans la construction des différentes appartenances et identifications et exclusions.

Ces dimensions s'articulent et se construisent autour d'une opposition entre le passé et le présent, qui se déclinent par leur contraire: un passé idéal et valorisé contre un présent problématique et dévalué. Le passé me semble alors pour ces commerçants une source permettant de donner un certain sens dans le présent du lieu. L'«âge d'or» permet d'inscrire ce présent dans un cadre pensable.

En effet, dire le changement permet de mettre en lumière comment pour eux le présent se révèle dans ses différentes ambiguïtés et ambivalences. D'une part, ces commerçants dénotent un fort attachement au lieu, il est représenté comme familier. Comme le souligne Lim, «C'est un village ici! Il n'y a que des insiders», en se référant aux commerçants et aux fonctionnaires, et à l'absence de clients potentiels. D'autre part, il devient «Autre» en lien notamment à la présence de groupes particuliers. Le sentiment d'insécurité qui est évoqué par certains d'entre eux, me semble intéressant en ce qu'il est révélateur du présent du lieu, et permet de cristalliser le Komtar à travers son déclin et ses ambiguïtés. L'insécurité s'agence autour des trois dimensions évoquées dans ce chapitre; le calme qui s'articule entre l'absence des foules et le vide, les devantures fermées, et le manque d'entretien de l'espace. Dans les regards de ces commerçants les différentes menaces liées au présent semblent notamment suscitées par les espaces sombres, vide et par la présence des «Autres». Ceci permet alors d'illustrer comment elles s'expriment.

Elles deviennent révélatrices d'un présent, dans lequel les différents commerçants doivent tant trouver un certain sens dans leur présence et leurs aspirations qu'à la survie de leur commerce. Montrant alors des tensions entre leurs idéaux et ce qu'ils vivent ou imaginent vivre au Komtar. Il s'agit en effet, de percevoir comment ces derniers en étant présents dans l'espace, en deviennent les acteurs, et participent au présent qui se joue dans ce lieu.

Les différentes images de modernités mise en lumière par les discours des commerçants et leurs représentations se pensent alors en lien au passé, et se voient menacées ou remises en question dans le présent. Le Komtar n'est-il vraiment plus «moderne» et si non, en quels termes se déclinent ses modernités présentes. Autrement dit, est-ce que l'espace présent du Komtar peut nous révéler des images différentes de ces modernités pensées comme menacées ou absentes?

## B2 Dire les différences ?

Au cours de la deuxième partie, je me suis attachée aux différentes dimensions et enjeux qui parcourent ce lieu, faisant alors apparaître les logiques de changements qui s'opèrent dans les regards et les discours des commerçants, tant observateurs qu'acteurs au sein de ces dernières. Elle m'a permis également de mettre en lumière comment le présent du lieu dénote une grande mixité sociale. C'est alors cette « mixité sociale » que je choisis d'interroger ici, ou plutôt comment celle-ci devient l'objet de la construction des différences.

Les problématiques de la diversité et de la différence se jouent et se rejouent dans les discours et les politiques officielles du gouvernement malaisien. Dès l'indépendance, en 1957, le gouvernement a été capable de gérer (et influencer) la coexistence entre les trois groupes ethniques, Malais, Chinois et Indiens, dénotant comment les Indiens et les Chinois (les migrants d'hier) sont « domestiqués » en devenant des « membres de la communauté politique avec des droits égaux » (Giordano, 2004: 96).

L'espace du Komtar permet alors de révéler comment les différences se rejouent dans ce contexte. Comment se disent, se vivent et se construisent les différences sociales au sein de cet espace ? Les commerçants qui ont tant parlé que « fait parler » le lieu dans la première partie deviennent alors les porteurs de discours qui mettent en scène la construction des différences, plus précisément dans leurs paroles sur les « Autres » et donc sur eux-mêmes.

### 2.1 D'une boutique au Regent Coffee Shop

#### Entrer dans la boutique d'Hidaya

Avant de considérer les discours sur les « Autres », il me semble important d'envisager plus précisément ceux qui sont produits sur soi, ici ceux d'Hidaya

J'entre alors dans la boutique d'Hidaya. Je referme la porte, en laissant le centre commercial derrière moi, mais pas complètement.

Son magasin est une surface qui s'étend sur quelques mètres de profondeur, recouverte d'une moquette bleue au sol. L'espace n'apparaît pas très spacieux, mais s'avère offrir différentes marchandises et services. A l'entrée, un petit frigo rempli de boissons fraîches est posé sur une table. Des étagères qui font le pourtour de la boutique exposent les différents produits et articles mis en vente : essentiellement des cosmétiques et des produits alimentaires. Au fond est installée une table destinée à effectuer des soins esthétiques. Elle me reçoit avec un grand sourire, « Please take a seat, how is your research ? ». Puis, je sirote une canette bleu ciel de lait de soya avec une paille rose qu'elle va chercher derrière la cloison blanche, séparant l'espace, transformé en « bureau de graphisme » où travaille sa sœur jumelle.

Hidaya se définit de manière générale comme Malaisienne, de religion musulmane, en m'explicitant ses diverses origines : pakistanaïses, indiennes, et arabes. Cela fait 27 ans qu'elle est au Komtar, mais elle n'a pas vendu le même type d'articles ou offert des services depuis son arrivée, ni même occupé le même emplacement à l'intérieur du centre commercial. « Au début des années 80, j'ai repris la boutique de mon père, à cette époque je louais, c'était une surface MARA. Elle était douze fois plus grande que celle que j'ai aujourd'hui ! Je vendais des habits, de la confection pour femme, mais j'ai

dû la fermer à cause de la récession ». Le fait que cette surface soit MARA, comme son magasin actuel, montre comment dans ce contexte elle s'associe plus particulièrement à l'identification *Bumiputera*-Malaise. Elle décide alors d'acheter le lot qu'elle a actuellement, et commence à vendre des vidéos. Ce commerce représente pour elle « Le temps où les affaires marchaient bien ». Aujourd'hui, elle se spécialise principalement dans la vente de compléments alimentaires, mais pas seulement, comme la description du lieu le révèle.

Son récit montre comment au cours de sa présence au sein du Komtar, elle a tout d'abord repris un commerce familial, loué puis finalement acheté un lot. Ces transformations mettent en évidence les processus dynamiques des espaces commerciaux au Komtar. Les discours de différents commerçants rejoignent ce type de parcours envisagé à travers la situation spatiale du commerce, le type de marchandise mis en vente, et la location ou la propriété de l'espace. Ils révèlent alors les différentes stratégies mises en place, ainsi que la nécessité de s'adapter pour conserver un commerce, l'étendre, le diminuer, le transformer ou alors l'arrêter. Ceci permet également de nuancer quelque peu les images d'un âge d'or idéal, fixe et défini.

Le présent pour Hidayah se constitue au travers de la nostalgie du passé et des ambivalences du présent qui oscillent entre les difficultés de « survivre » et le fort attachement au lieu qui s'accompagne de l'espoir d'un futur meilleur. Ce qui semble important de mettre en lumière, c'est le grand attachement affectif que Hidayah porte à sa boutique, et alors au Komtar : « Mon cœur est ici. Mon magasin c'est ma deuxième maison, je vis ici, le Komtar c'est mon jardin ». Evoquer l'image de la maison prend alors sens pour illustrer le mode d'appartenance qu'elle envisage ici, ajoutant « J'espère vraiment que quelque chose va se passer, car je vis ici, je serais malade si je ne pouvais plus venir ici. Cela fait tellement de temps que je suis là ».

Etant entré quelques instants dans la boutique d'Hidayah et donc « chez-elle », ses discours se portent également sur l'extérieur de sa boutique. Lors de ma première rencontre avec elle, assez vite elle me parle de la présence de certains groupes au Komtar :

« Maintenant, il y a beaucoup d'étrangers au Komtar, des Indonésiens, des Birmans, des Philippines...Il n'y en avait pas autant avant, l'endroit devient moins sûr... ».

Son discours s'inscrit également dans les sentiments de nostalgie décrits précédemment, qui se construisent ici autour de la présence de groupes particuliers. Les différentes catégories mentionnées par Hidayah font référence de manière plus générale à celle des *foreign workers*. Comme je l'annonce dans le préambule de cette partie, ce qui m'intéresse ici, c'est de percevoir comment les différences entre les groupes sont marquées et se construisent dans cet espace. Je vais alors me focaliser plus particulièrement sur les manières et les modes à travers lesquels différents commerçants, qui catégorisent ces individus comme *foreign workers*, les construisent comme « Autres », plutôt que comme des clientèles potentielles, dans un premier temps.

Parler d'« ethnicité » ou de « race » est le mode d'identification le plus explicite utilisé par les différents acteurs en présence au Komtar. Ces catégories deviennent alors la base des distinctions sociales qui forment et soutiennent l'espace social, ici du Komtar (Baxstrom, 2008: 133)<sup>29</sup>. Les commerçants se désignent eux-mêmes, ou les autres de manière générale comme Malaisiens : Chinois, Malais, ou Indiens, faisant alors référence au paysage national des trois communautés ethniques principales qui constituent le mythe sociopolitique de la Malaisie (Giordano, 2004: 95). Dans ce contexte émergent également des catégories qui se réfèrent à des groupes ne s'inscrivant pas dans ces trois grandes entités. Comment celles-ci ne se construisent pas dans le cadre de cette division tripartite ?

<sup>29</sup> Je rejoins ici, les observations de Baxstrom (2008), qui a effectué des recherches dans le contexte urbain de Kuala Lumpur, la capitale.

En effet, les commerçants utilisent les catégories d'« Indonésiens, Birmans, Philippins, Vietnamiens (...) » qui s'inscrivent dans celle plus générale de *foreign workers*, qui du point de vue émique sont alors désignés par le terme de *race*. Elles se trouvent être associées à des nations spécifiques exprimant alors la nationalité comme critère principal de désignation et de différenciation entre elles. Les commerçants reconduisent ce terme de *race* pour penser ces groupes qu'ils construisent comme « Autres ».

Au bout de quelques semaines passées dans ce lieu, notamment à l'aide des observations et remarques des commerçants, je dénote les différentes catégories qui leur permettent de situer les individus dans une case « ethnique » ou « raciale ». Une après-midi, je m'assieds quelques minutes dans la boutique de Rhaman<sup>30</sup>. Il me commente les différentes personnes qui passent devant la boutique ; repérant les Indonésiens, des Birmans, des Philippins (...) « Regarde c'est une Philippine, elle vient ici aux toilettes et travaille dans la boutique du haut. (...) C'est un groupe de birmans, ils vont au café derrière ». Il m'explique, à propos des Birmans, « Tu les reconnais à leur visage ». En effet, ceci permet de percevoir comment les différences sont visibilisées, comme le souligne Rahman, sur le biais du phénotype. D'autres commerçants disent aussi repérer les différentes *races* par le biais des vêtements. La langue prend également une importance, comme l'ajoute Rhaman « on ne comprend pas ce qu'ils disent » dénotant comment une langue devient « étrangère » alors qu'une langue qu'on ne comprend pas forcément devient néanmoins familière, à savoir entre les Malaisiens, Malais, Indiens et Chinois.

A ce stade, il me semble nécessaire de poser un cadre général des différentes altérités dans leurs temporalités et leurs rapports qui s'instaurent dans ce lieu. Ces dernières seront alors précisées, nuancées et contextualisées au cours de cette partie. Ici, je me focalise sur les catégories de trois groupes qui apparaissent fréquemment dans les discours de mes interlocuteurs, ainsi qu'au travers des espaces, magasin et cafés, qui sont associés à ces dernières.

Premièrement, « les Indonésiens ». Ils sont présents au Komtar depuis de plus longues années que les autres groupes, depuis environ une dizaine d'années, selon Sam. Ils se rapprochent des Malais ayant une affiliation « historique et culturelle » (Dannecker, 2005). A Penang, ils partagent la même religion : l'Islam, liée de manière intrinsèque à la catégorie « Malais ». Ceci dénote les tensions entre le rapprochement de ces catégories et le renforcement de leurs distinctions. Deuxièmement, « les Birmans ». C'est depuis deux ou trois ans que des magasins et des cafés birmans ouvrent au Komtar, et c'est essentiellement une clientèle masculine qui les compose. Troisièmement « les Philippins ». Ils sont présents depuis plusieurs années à l'intérieur du centre commercial<sup>31</sup>, environ cinq ans. Ils occupent une position plus valorisée dans l'« échelle des altérités », du fait notamment que la plupart d'entre eux parlent anglais, ce qui les associe dans ce contexte à un statut supérieur et « plus éduqué ». Si les commerçants les considèrent comme « Autres », il s'agit également de mentionner que ces différentes catégories, dans ce contexte, conservent des frontières entre elles.

Une question qui prend une place importante dans ma problématique est de percevoir comment conceptualiser et considérer les différents termes avec lesquels les acteurs en présence se catégorisent et se classent eux-même, ainsi que les différents individus ou groupes présents dans l'espace. Identification ou désignation ethnique, raciale ou nationale ?

30 Mais ce « type de scène » s'est également déroulé dans d'autres boutiques.

31 Avant la présence de commerces et d'un restaurant marqué comme Philippins à l'intérieur du Komtar, ils occupaient essentiellement l'espace extérieur qui se trouve vers l'entrée de l'ancien Super Komtar.

Ici, c'est dans un premier temps à l'aide de l'outil conceptuel de l'ethnicité que je considère ce contexte particulier. Cette notion sera également nuancée et précisée afin de percevoir les enjeux qui sous-tendent les différentes identifications. J'inscris mon approche théorique à l'aide de celle de Barth (1995) abordant ces catégories de manière processuelle et dynamique. Il envisage les catégories ethniques comme issues de pratiques de classification qui visent tant à inclure qu'à exclure, ainsi qu'aux interactions. Sa focalisation sur les frontières tant sociales que territoriales entre les groupes met en lumière l'intérêt à porter sur les processus face à leur maintien. Même si l'approche de Barth s'applique particulièrement à l'ethnicité, je rejoins le point de vue de Brubaker qui la considère également utile pour penser les notions de race et de nation ; les percevant alors comme « des bases opérantes dans des systèmes plus larges de classifications sociales, ainsi que des catégories pratiques » (Brubaker, 2006 : 65). Néanmoins, il s'agit de ne pas considérer ces catégories sur les mêmes niveaux, relevant chacune d'enjeux et d'idéologies très différents, c'est alors plutôt sur leurs modes de construction qu'elles peuvent être mises en perspective.

Ces questions de classifications sociales sont au cœur même de la discipline anthropologique. Low souligne que « Les règles, les frontières se créent sur des bases de règles culturelles de différences et de différenciation. Les frontières et les systèmes de maintien de ces frontières constituent les formes les plus basiques de l'organisation sociale, et de la structure sociale. Elles permettent alors d'ordonner et de faire sens au monde » (Low, 2000 : 155)

En me focalisant sur certains commerçants du Komtar, cela me permet de mettre en lumière quelles sont les différences qui se construisent et qui font sens pour les acteurs en présence. Je m'intéresse également à la construction des frontières entre les groupes, aussi bien au travers de leur spatialisation qu'au travers des frontières plus conceptuelles et symboliques (Pellow, 1996) mais non moins réelles. Comment ces frontières se forment, se transgressent et se reforment ? Quelles sont les différents modes qui marquent ces altérités, le Eux, et donc participent à construire le même, le Nous ?

Les catégories ethniques ou de « races » prennent, ici, une importance centrale dans les désignations d'appartenance ou d'extériorité. Toutefois, les différences qui s'expriment dans ce contexte ne doivent pas être envisagées uniquement par le biais de ces catégories. En effet, un des aspects de l'approche théorique du contexte urbain développée par Hannerz me semble important à considérer. Selon lui, il s'agit de comprendre les interactions complexes des différences, sans privilégier un facteur de différence par rapport à un autre. Il devient alors indispensable de mettre en lumière les différents systèmes d'identification et de catégorisation qui s'imbriquent entre eux. La catégorisation ethnique utilisée dans les discours doit être associée à celle de la classe, du genre et de l'âge. (Hannerz, 1983 : 304).

## **A quelques pas de la boutique d'Hidaya : Le Regent coffee house, beer or coffee ?**

Afin d'appréhender ces dynamiques, je m'intéresse à un espace précis du Komtar : le Regent Coffee House. En effet, il me semble nécessaire de spatialiser ces divers discours, et de percevoir qu'ils s'associent à des temps et des jours particuliers. Si je prends ce café-restaurant comme base, il peut être élargi à des enjeux qui traversent le Komtar dans son ensemble et qui sont également des révélateurs sociaux, politiques et économiques plus larges.

Aux abords de la place centrale se trouve depuis quatre ans le Regent Coffee House, indiqué sur un fronton en lettres blanches, tant latines que chinoises, sur fond rouge. Il occupe la surface de l'ancien « Pizza Hut » qui a fermé il y a quelques années. Cet espace est encore associé au Pizza Hut pour certains commerçants, mentionné parfois pour indiquer la direction aux clients, « passe par l'ancien Pizza Hut et tourne à droite ».



Devenant point de repère, marquant comme le souligne de Certeau (1990 : 162) que « ce qui se montre désigne aussi ce qui n'est plus là ». Dans le regard des commerçants, ce café-restaurant devient dans le présent fréquenté par les « Autres », dans cet espace spécifique par les Indonésiens. Ceci dénote la tension de l'identification de l'espace à un restaurant de marque internationale associé au prestige, qui devient dans le présent le lieu marqué par la présence des « Autres ».

Le Regent Coffee House est situé aux abords de la zone centrale, séparé de cette dernière par un « espace vert » : quelques plantes vertes en pots et grimpantes reçoivent la lumière du jour par la coupole en plexiglas qui les recouvre. Il n'est alors ni totalement reculé, ni sur le devant du centre commercial. La surface de tables et de chaises fait partie des quelques grands espaces de restauration du Komtar. Elle est visible et accessible aux yeux des promeneurs et autres usagers du centre commercial, car elle n'est pas séparée du passage par une vitre ou une autre frontière physique.

Le week-end, ce café est majoritairement fréquenté par des Indonésiens, hommes et femmes entre vingt et trente ans, dès la fin de matinée jusqu'en début de soirée. Sur les tables les boissons se déclinent entre les minérales, les bières, les cafés et les thés. Une des gérante, Elisabeth, une Chinoise qui a plusieurs surfaces commerciales au Komtar, se trouve derrière le comptoir encaissant les boissons servies pour la plupart dans des verres en plastique ou en carton, et les cigarettes arrangées en ligne derrière la caisse.

Certains clients s'asseyent aux différentes tables pour manger ce qui est cuisiné sur quelques petits stands qui se succèdent au fond de l'espace. Comme le souligne, Elisabeth :

« Je loue les stands à des travailleuses. Elles sont musulmanes, font du halal<sup>32</sup>, pas de nourriture chinoise. C'est mieux de ne pas mélanger pour les fanatiques. »

La semaine, la fréquentation est moins importante, il y a quand même des Indonésiens, mais d'autres groupes sont également présents. Par exemple, les fonctionnaires, surtout des hommes Malais, viennent prendre leur pause de midi autour d'une boisson ou d'un repas. La nourriture halal de ce café met en lumière comment certains Malais et Indonésiens se rapprochent ici, dans le même café, notamment sur leur appartenance à la religion islamique, mais ils gardent toutefois des distinctions et des différences (Dannecker, 2005 : 257). Ici, elles s'opèrent soit à travers l'utilisation de l'espace, suivant les jours ou les heures, le week-end ou la semaine, ainsi qu'à travers les tenues vestimentaires et les pratiques du corps. Comme le souligne Roslan un fonctionnaire « On va au karaoke le vendredi, car le samedi c'est les Indonésiens ». L'articulation temporelle de la pratique des mêmes espaces permet de révéler les ambiguïtés dans la construction des frontières entre Malais et Indonésiens. Néanmoins, ceci dans certains contextes accentue également la volonté de marquer et de renforcer ces frontières entre ces deux groupes, en pensant les Indonésiens comme « Autres ».

Dans les représentations des différents commerçants, le Regent Coffee Shop est néanmoins perçu comme un espace marqué comme « Indonésien », devenant alors une des scènes de la présence, de la visibilité et de la construction de l'altérité au sein du Komtar.

A travers les différentes discussions avec Hidayat, qui a son magasin quelques boutiques plus loin du Regent Coffee House, elle me parle alors de ce lieu, énonçant des discours qui sont repris par d'autres commerçants :

« Ils vendent de la liqueur, mais ce ne sont pas nos locaux, ce sont les Indonésiens qui y vont. Ils boivent et se battent, cela fait vraiment peur. Nos locaux ne font pas cela, s'ils veulent se divertir, ils vont à l'hôtel. Ici, se sont de grossiers travailleurs qui boivent de l'alcool pas cher, et qui mettent en danger la sécurité du public. Ces Indonésiens ne peuvent pas se contrôler. Ils se battent, cassent des bouteilles. »

32 Dans ce contexte, *halal* désigne la nourriture prescrite pour les musulmans.

Cette assertion permet de mettre en lumière comment, dans ce contexte, les représentations des Indonésiens se construisent à travers la perception de l'immoralité et de la violence attribuées à ces derniers. Celles-ci se précisent, dans les mots d'Hidaya, par la consommation d'alcool et des bagarres entre eux qui s'ensuivent ou non. Pour Hidaya, c'est moins le fait de boire de l'alcool qu'elle souligne que la manière de le faire. Son discours participe alors aux processus de significations négatives qui sont utilisées pour désigner les Autres (Guano, 2004). Une frontière s'établit entre un Nous associé ici aux « locaux » qui se construisent comme « civilisés » restant dans le cadre des normes morales et de conduites pensées comme adéquates au sein de l'espace public « s'ils boivent, c'est à l'hôtel », et un Eux, les « Indonésiens » représentés et imaginés comme immoraux, violents, grossiers, et mal éduqués.

Ces discours font apparaître des images que l'on peut considérer comme des stéréotypes. Ces derniers servent tant à simplifier la réalité sociale qu'à la généraliser, ils peuvent devenir : « L'indice d'une perception totalisante de l'Autre, fondée sur l'indistinction, l'abstraction et l'imprécision, mais dont la fonction est de simplifier illusoirement une réalité perçue comme inquiétante » (Kilani, 2000 : 252). Ces représentations stéréotypées présentent également des propos qui peuvent être envisagés comme « racistes ». Ces derniers reposent alors sur l'évidence, comme le souligne Guillaumin : « celle d'une communauté physique strictement de même nature qu'une communauté sociologique (qu'elle soit culturelle, nationale, sexuelle, sociale). » (Guillaumin, 1994 : 308). Ces différents discours émis par les commerçants tendent à naturaliser et essentialiser les différences sur la reconnaissance de traits phénotypique perçus comme biologiques, en attribuant des traits et des comportements spécifiques à des catégories sociales, ici, les Indonésiens. Des différences qui s'inscrivent dans un rapport hiérarchique. Néanmoins, il ne s'agit pas de considérer ces représentations stéréotypées comme figées. Il me semble important de situer les contextes d'énonciation et d'interactions de ces dernières, ce qui peut alors les nuancer, les remettre en question ou du moins les interroger.

Si certains commerçants rapportent des scènes plus ou moins violentes de bagarres, elles restent néanmoins rares et épisodiques, comme le suggère Hidaya quand je lui demande quand celles-ci se sont déroulées : « L'année dernière ». Il ne s'agit toutefois pas de les minimiser, car ces événements marquent fortement certains commerçants et leur sentiment de peur qui peut en découler.

Ces représentations et ces tensions qui se forment à propos des *foreign workers* peuvent se lire à travers la transgression de différentes frontières. Hidaya note le fait qu'ils (les Indonésiens) utilisent le couloir pour mettre « leur chaises » et « leur tables » ; ici ce sont eux qui sont désignés comme responsables et non les propriétaires du lieu. Ceci illustre comment ces « Autres » sont perçus et imaginés comme transgressant des frontières conceptuelles et symboliques, par leurs comportements qui ne seraient pas adaptés à ce lieu, à ce contexte. Ils sont alors également perçus comme transgressant des frontières spatiales et physiques par l'occupation de l'espace commun, perçu alors comme un débordement de leur cafés<sup>33</sup>. Comme le suggère Pellow (1996), les barrières physiques et conceptuelles sont intrinsèques à la création, au maintien et à la transformation des barrières sociales.

Si le critère ethnique ou de la « race » est utilisé dans ce contexte, il s'agit de percevoir comment il s'associe à d'autres critères de classification (Hannerz, 1983) comme l'illustre cette citation, d'Hidaya ;

« Il y avait Pizza Hut ici, il y avait des gens de classe plus haute. Il y avait plus de clients à l'intérieur. Le café qu'il y a actuellement, c'est pour les bas budgets, ce ne sont que les chahuteurs qui vont dans cette zone. »

33 Le sentiment d'étalement sur l'espace commun, vise ici les cafés marqués comme « Autres », mais ces discours peuvent également viser certains commerces qui étendent leurs marchandises sur le devant de leur commerce.

Cela met en évidence comment la catégorie d'Indonésien, qui peut être élargie dans ce contexte à celle de *foreign workers*, se construit d'une part sur la différence qui s'établit au niveau de la « nationalité » et de l'ethnicité. D'autre part, celle-ci s'associe également à des critères de niveau économique et de statut de classe sociale. Cette imbrication permet de préciser comment se construit cette catégorie de *foreign workers* au sein de l'espace. En effet, lorsque les commerçants parlent des « Indonésiens » dans ce lieu, ils font référence à toute une série de représentations et de stéréotypes implicites ou non qui sont associés à cette catégorie.

Ce qui me paraît intéressant à envisager, c'est comment les discours des commerçants rendent visibles certains groupes suivant leur propre spatialisation, à savoir celle de leur commerce, au sein du Komtar. Leur localisation dans l'espace du centre commercial induit à percevoir et construire comme « Autres » certains groupes particuliers avec lesquels les commerçants ont une interaction plus ou moins directe. Hidayat, qui a sa boutique à quelque pas du Regent, a un discours qui vise et visibilise essentiellement les Indonésiens.

Dans cette perspective, les discours de Tan, une chinoise qui a un commerce de timbres au quatrième étage, révèlent que pour elle ce ne sont pas les *foreign workers* qui sont visibilisés ou altérés, mais ce sont les groupes de « jeunes Malais » qui sont alors pensés comme « Autres », par leurs comportements notamment perçus comme violents.

« Les jeunes rendent cet endroit sale. Ils se droguent, ils volent des téléphones portables. Et l'équipement et les installations de ces toilettes, ils prennent et détruisent les portes. Ils pissent sur les portes, vandalisent les portes des toilettes. (...). Depuis environ 5 ans. Il faut faire attention, se méfier. Ils vont détruire le *roof top* ».

Montrant qu'ici, les différences s'articulent en lien avec les catégories d'âge « jeunes » et également ethniques « Malais », désignant des groupes particuliers. Cet exemple permet de percevoir comment les espaces du Komtar mettent en scène la visibilisation de certaines catégories sociales. Il met également en évidence la construction de l'Autre, par le biais du sentiment de menace ou de peur qu'il suscite, dimension que je vais alors approfondir.

## L'autre comme menaçant

Certains commerçants, ainsi que le dénote les discours d'Hidayat, évoquent la notion de « danger ». Ce qui met en lumière la perception de l'« Autre » comme menaçant. Cette peur ou cette menace suscitée, ici, par la présence des *foreign workers* dévoile une naturalisation des peurs envers certains groupes et qui amène à une naturalisation des différences.

En envisageant le sentiment de menace suscité par la présence de certains groupes, il me semble intéressant de percevoir à quelles autres dimensions et enjeux ce sentiment réfère.

La menace de leur présence est notamment liée dans les discours à leur visibilité au sein de l'espace qui s'associe également à un sentiment d'envahissement. Ce dernier se traduit par le biais de l'occupation d'espaces spécifiques par leur présence et leur nombre. Hidayat en parlant des *foreign workers* : « Ils sont partout, dans ce *Coffee Shop*, vers les escalators... ». Menant alors à un sentiment « d'être étranger dans son propre espace ». Ce sentiment tend à redessiner certains espaces ou l'entier du centre commercial comme étant ceux des « Autres ». Comme le souligne Yeho (1998) « c'est un renversement de soi, une invasion de la frontière entre le Eux et le Nous, un renversement de la position entre le soi et l'autre ».

Un lien s'établit entre la peur, la menace et l'appropriation de l'espace. En effet, la présence physique des *foreign workers* dans différents espaces du Komtar donne la perception à certains commerçants qu'« ils s'approprient l'espace ». Ce qui permet de percevoir comment des tensions et des conflits se

révèlent autour de l'appropriation de l'espace et se cristallisent sur l'« espace commun », à savoir les allées et les couloirs du Komtar. Ces tensions se dévoilent également au travers des discours qui les décrivent comme utilisant l'espace en « groupes ».

« Ils viennent en grand groupe et pensent que ce lieu leur appartient. Les Indonésiens, ils aiment faire des grands groupes, ils deviennent alors plus actifs et pensent qu'ils peuvent faire n'importe quoi. » *Amidha, esthéticienne*

Mais comme Amidha le souligne, la menace vient également de ce qu'ils pourraient faire ; être en groupe favorise la possibilité qu'ils deviennent plus « actifs ».

Ce sentiment de peur est renforcé par le fait que ces « groupes d'étrangers » est composé essentiellement par des hommes, comme le souligne Amidha :

« Dimanche, il y a des grands groupes d'hommes. Je ne veux pas avoir peur d'eux, mais même si on est fort, on reste des femmes ».

La présence d'hommes alimente pour ces commerçantes, mais également pour certains commerçants, un sentiment de danger. Mettant alors en avant, comment s'imbriquent les différentes identifications dans la construction de cette altérité menaçante, qui se doit d'être envisagée à travers les autres systèmes de différenciation, de race, de classe et ici plus particulièrement de genre. Certains discours dénotent un glissement entre la menace liée à la présence masculine étrangère et les hommes de manière générale.

Invoquer la notion d'insécurité et de peur comme le souligne Miller (1998 : 108) peut être un véhicule pour signifier d'autres enjeux. Ici, la question de l'insécurité liée à l'espace revient alors dans différents contextes discursifs. Il me semble pertinent d'associer ces discours sur l'insécurité ou la peur ressentie dans ce lieu avec les changements de la composition ethnique, ainsi que les différents éléments mentionnés dans la partie précédente, à savoir celui des « foules », des « commerces », et de « la dégradation esthétique ». Le sentiment d'insécurité qui se décline dans ce contexte plus précisément en relation avec des groupes sociaux spécifiques, me semble encore une fois révélateur, et participant, du présent pensé comme problématique.

## Le Komtar comme espace malaisien

Au travers des discours et des représentations de certains commerçants à propos du Regent Coffee House, j'ai pu mettre en évidence certains processus qui construisent les Indonésiens, les *foreign workers*, comme « Autre ». D'une part, par la désignation de leurs comportements comme immoraux, violents, et même « barbares ». D'autre part, par la menace qu'ils suscitent et les sentiments de peur et de malaise qui en découlent. Ces dynamiques peuvent mettre en lumière les problématiques de la construction des appartenances et de la différence au sein du Komtar, mais également de la société malaisienne elle-même.

Roslin qui a un stand de fruits au cœur de la zone centrale rend compte de cette construction de « l'étranger » comme menaçant tant par le biais de la criminalisation de ce dernier que par les problèmes sociaux et moraux qu'il est sensé susciter :

« Il y a des immigrants, d'Indonésie, de Thaïlande, du Népal, du Pakistan, de la Chine. Des illégaux. C'est le principal problème, c'est un peu dégoûtant de les voir. Si des touristes et des étrangers les voient, cela fait une mauvaise impression de l'environnement. Ce n'est pas la situation réelle, ce n'est pas notre culture. Ils posent des problèmes culturels, commettent des crimes. Notre propre culture malaisienne est différente. »

En reprenant les thématiques envisagées à travers les discours en lien avec le Regent Coffee House, ces différentes représentations peuvent être mises en perspective avec les discours plus larges des médias et avec les discours officiels et communs en Malaisie. Ces derniers contribuent en effet à véhiculer des images des *foreign workers* comme étant associés à « l'augmentation de la criminalité, à la dégénérescence morale de la société, ainsi qu'à la détérioration de la santé nationale » (Dannecker, 2005 : 254).

Le discours de Roslin illustre que le Komtar, selon lui, devrait représenter la scène de la « culture malaisienne », qui existe notamment ici par le biais du regard du touriste. Elle est alors remise en question par la présence des *foreign workers*. Remettant en scène les différentes catégories d'« étrangers » qui s'articulent autour d'un rapport hiérarchique.

Selon Roslin, la présence de ces « Autres » nuit à l'image idéale de l'« atmosphère malaisienne » dont ce lieu devrait en être porteur. Ceci tend alors à construire ce que signifie un « espace malaisien » en traçant les limites des frontières liées à la nation. Son discours met en lumière la construction d'une « malaisianité » dont ils ne feraient pas partie.

La présence des *foreign workers* au Komtar devient alors une menace dans la construction d'une identification ou d'une appartenance malaisienne, mais elle permet également de réaliser la construction de celle-ci. En effet, c'est dans ce contexte que j'accède à des discours qui mentionnent l'image ou l'identification d'une « culture malaisienne » ou utilisent le terme « malaisien ». Ayant plutôt eu l'habitude de me repérer entre la tripartition Chinois, Malais et Indiens dans les différentes situations « quotidiennes » de mon temps à Penang. Ceci permet de percevoir une nouvelle fois comment les dynamiques qui désignent le Nous, et les frontières de ce dernier, tendent à ce faire par le biais de l'Autre. (Barth, 1995)

Selon Dannecker, le contexte de l'immigration en Malaisie de ces dernières décennies<sup>34</sup> amène à concevoir que les « Autres » sont de plus en plus les migrants, alors qu'historiquement, les frontières entre le Nous et le Eux sont communément délimitées entre les Malais, Chinois Malaisien, et les Indiens Malaisien (les migrants d'hier). Cela tend alors à reconsidérer les différences et certaines problématisations en lien à ces dernières au sein de la société malaisienne.

Ceci met en lumière comment les lignes de différences et de l'altérité se rejouent dans certains discours de commerçants en présence de ce que des auteurs qualifient de « nouveaux migrants » (Dannecker, 2005, Williamson, 2002 : 412). Ils analysent notamment les processus de redéfinition de ces frontières en lien à l'augmentation de la présence des migrations spécifiques dans les années 90 et comme participant à la construction de l'image de la *Bangsa Malaysia*<sup>35</sup>.

Ces groupes considérés en marge de la société malaisienne, au niveau de leurs droits tant civils que politiques (Giordano, 2004 : 100), sont rendus visibles au travers de l'espace du Komtar. Il devient alors révélateur de l'augmentation des migrations de ces dernières décennies, ce qui contribue comme le souligne Nonini (1993) à percevoir que la Malaisie s'inscrit dans la « nouvelle division internationale du travail ».

Ici, j'ai focalisé mon analyse sur la construction de la différence sur la catégories de *foreign worker*. On peut percevoir que ces différents processus à l'œuvre ici, pour visibiliser ou établir des différences, permettent aux commerçants tant de se situer dans un rapport que d'établir du sens. Selon moi, ceci leur permet alors de rétablir un « sentiment de contrôle » dans un espace qui est vécu comme menaçant à différents niveaux, comme l'illustre la première partie. Définir et désigner quels sont les groupes en présence, qui menacent dans leur perspective la « nature » du lieu (ici, les *foreign workers*) dévoile par la même de quoi cette dernière se constitue. Il me semble alors faire sens de considérer Guano qui cite Lefebvre (2004 : 70), « les idéaux associés à l'espace marquent discursivement les relations

34 Fin des années 90, environ deux millions de *foreign workers* travaillent en Malaisie, dans les plantations, services et usines.

35 Ce qui signifie « nation malaisienne unie », qui transcenderait les loyautés et les identités ethniques.

d'inclusions et d'exclusions qui soutiennent les revendications de certains groupes, en évinçant matériellement et symboliquement les « Autres » qui ne sont pas pensés comme en faisant partie ». Cet espace urbain, représenté à travers les idéaux et les discours des commerçants, laisse alors penser que la façon de décrire et de désigner les « étrangers » au sein de cet espace est également un moyen de reproduire de la différence sociale : mettant en avant la classe moyenne, moderne, malaisienne (locale), comme la représentation idéale de ce lieu.

## 2.2 Les *Coffee Shops* au Komtar

Afin de poursuivre la réflexion sur les différentes formes et manières dont les différences se disent et se vivent au Komtar, il me semble intéressant de se focaliser sur certains espaces tels que ceux des *Coffee Shops*.

Un nombre important de *Coffee Shops*, c'est-à-dire un espace formé de quelques tables et de chaises qui sert des boissons et certains de la nourriture cuisinée sur place ou amenée depuis l'extérieur, est présent au Komtar. Par exemple, le « Mandarin Coffee Shop », au deuxième étage, est ouvert depuis 18 ans. Il sert de la nourriture chinoise à une clientèle qui est presque exclusivement chinoise, et comme me le fait remarquer un commerçant qui a l'habitude de prendre son *Kopi*<sup>36</sup> quotidien ici, « Regarde, il n'y a que des employés du Komtar ici, sauf toi ! ». Je remarque également un homme âgé qui fait un somme sur une table. Un autre *Coffee Shop* chinois se trouve à quelques pas derrière ce dernier. Au rez, l'un à côté de l'autre le « Sungai Pantai » et le « Satay Hut » qui sont appelés *malay stalls* par la plupart des clients et commerçants, sont destinés essentiellement aux fonctionnaires malais. Ils ferment alors le samedi et le dimanche.

Ces exemples présentent les *Coffee Shops* qui sont fréquentés principalement par les personnes qui travaillent au Komtar : les fonctionnaires, les différents commerçants et employés. Ceci permet de percevoir comment ces *Coffee Shops* visibilisent une segmentation de l'espace selon des critères ethniques qui s'agencent, ici, autour de la nourriture. En effet, l'espace des *Coffee Shops* devient un lieu « marqué » ethniquement dans l'espace, donc porteur de différence. Il me semble alors intéressant de percevoir comment elles s'agencent et s'articulent en lien avec ces espaces particuliers, par rapport à des groupes particuliers.

Ici, j'interroge plus spécifiquement les espaces des *Coffee Shops* qui s'associent dans le discours des commerçants principalement aux Indonésiens, Birmans, et Philippins, donc dans ce contexte à l'altérité, et qui ont pour la plupart ouverts il y a quelques années. En effet, ces espaces apparaissent pour des commerçants comme des lieux sur lesquels se portent des discours, en ce qu'ils posent « problème » ou suscitent l'interrogation. Je considère alors le *Coffee Shop* comme une « image type » qui est perçue et composée à travers leurs représentations et leurs discours. Ceci me permettra de percevoir comment se jouent les processus en lien à la construction des « Autres » par le biais de la notion de « saleté », puis ensuite de dégager des discours de commerçants sur des « façons de commercer ». Sont-elles appropriées ou non ? Comment la présence de ces espaces fait-elle également apparaître en creux leur idéaux ou aspirations concernant la gestion de ces diversités au sein de l'espace ?

36 Trad. café

Dans un premier temps, il me semble important de contextualiser comment ces différents groupes pensés comme «Autres» occupent l'espace de ce centre commercial au travers de *Coffee Shops* et de magasins qui se définissent principalement en lien à une «ethnicité» dans les discours des commerçants. Lim en m'expliquant la situation actuelle du Komtar m'expose comment il considère leur spatialisation :

«Tu vois, maintenant il y a plein de *Coffee Shops*, et des petits magasins au Komtar. Ils ont ouvert, il y a deux ou trois ans. Ils essaient de trouver de l'espace en accord avec leur pays, ils choisissent l'espace. Il y a un endroit où il n'y a que les magasins birmans. Il y a également une zone philippine, indonésienne (...) ils sont dans certaines zones.»

Ceci peut être mis en perspective avec la métaphore de la «divided city» où l'espace se définit le long de lignes ethniques (Low, 2002). Cette perception de zones dédiées à une certaine nationalité ou «race», comme si le Komtar représentait alors différentes enclaves, se doit d'être nuancée. Concernant «les Birmans», il y a une quinzaine de *Coffee Shops* et de magasins au Komtar, qui se trouvent principalement au deuxième et troisième étage. Par exemple, au troisième un *Coffee Shop* birman se trouve à côté d'un magasin birman ouvert après coup. Dona, la commerçante de ce dernier, se définit comme Birmane mariée à un «local»<sup>37</sup>. Elle m'explique le choix de l'emplacement, car selon elle il permet d'avoir une clientèle déjà présente. Certains de ces magasins ou cafés-restaurants birmans sont adjacents, mais si on les considère dans leur totalité, ils se trouvent à des étages et des endroits différents du centre commercial. Ils se situent de manière dispersée ou rapprochée pour certains d'entre eux dans l'espace.

Si l'on considère ceux que Lim dénomme «les Philippins», l'image d'une zone devient alors plus tangible. Au quatrième, se trouvent deux commerces et un café-restaurant philippin et quelques pas plus loin celui qui fut le premier «espace philippin» au komtar: la LBC<sup>38</sup>, pour envoyer de l'argent ou des colis aux Philippines. Ceci dénote l'importance de l'envoi d'argent autour duquel s'est agencé premièrement les présences de Philippins dans l'espace. Quelques années après, des commerces et cafés, identifiés et qui s'identifient comme philippins dans ce lieu, ouvrent à quelques pas de la LBC.

Concernant «les Indonésiens», le Regent Coffee Shop apparaît comme un espace marqué comme «indonésien». D'autres espaces sont également associés aux Indonésiens, mais la frontière avec les Malais, ne semble pas se faire toujours de manière claire. Comme par exemple pour le «Transit Link»<sup>39</sup> où se situent notamment un internet café et un bureau de change associés à la présence d'Indonésiens, ainsi que différents commerces MARA, donc tenus par des Malais.

Ce portrait, par certains aspects trop général, me permet de situer les principaux groupes catégorisés comme *foreign worker* présents au Komtar<sup>40</sup>, à savoir ceux qui occupent des espaces par le biais d'un café ou d'un commerce, et dont le nombre permet de rendre leur présence visible tant dans le discours des commerçants qu'au cours de mes propres déambulations.

Ce qui m'intéresse particulièrement ici, c'est de mettre en lumière comment l'espace du *Coffee Shop* associé à la présence de(s) l'altérité(s) à l'intérieur du Komtar devient l'objet de discours qui l'associent à la notion de «saleté». Ces discours le construisent et le perçoivent comme impliquant une «pollution du lieu», ou pour reprendre les mots de Douglas (1971): deviennent des «espaces de souillures» à l'intérieur du centre commercial. Ici, c'est donc moins de savoir si oui ou non c'est sale qui m'importe, mais bien de comprendre pour qui ça l'est et par rapport à quoi.

37 La plupart de ces magasins ou *Coffee Shops* doivent être relié à un «local», un citoyen malaisien, pour obtenir une licence. Ce sont souvent des couples binationaux, ou des arrangements.

38 LBC: agence pour le transfert d'argent et l'envoi de colis aux Philippines.

39 Zone du Komtar exclusivement MARA, vide elle est occupée depuis 1998, selon un commerçant, elle devient lieu de passage pour les personnes qui se rendent au Prangling Mall, surtout les fonctionnaires et les employés du Komtar.

40 D'autres catégorie apparaissent au travers de commerces ou de discours; Népalais, Bangladesh (...)

## Effluves exotiques et rats au Komtar

Un aspect qui en vient au nez des commerçants, c'est celui des odeurs. Elles me semblent intéressantes en ce qu'elles convoquent par leur présence une interaction entre les commerçants et les lieux des *Coffee Shops*. Les effluves qu'ils relèvent peuvent être vues, selon moi, comme un moyen de dire et de percevoir la présence d'altérité(s) au sein de l'espace, parfois soulignée par un sentiment d'envahissement. L'odeur, ou ici selon eux la « mauvaise odeur », qui provient de ces *Coffee Shop* est alors diffusée dans certains espaces du centre commercial, devenant l'objet de vives remarques et de critiques.

Sam, dont la boutique se trouve dans la ruelle parallèle à des *Coffee Shops* birmans :

« Il y a une apparition des *Coffee Shops* qui vendent de la nourriture pas chère, sans aucun respect des conditions d'hygiène. Ils cuisinent, cela fait des odeurs, et il y a des rats qui courent partout. Tout l'endroit est vraiment dans un mauvais état actuellement. »

Une tension apparaît dans le discours de Sam :

« Comment des rats peuvent-ils être présent au Komtar ? »

Comme le remarque une autre commerçante, Amidha :

« On m'a dit qu'il y avait des rats, c'est ce qu'on dit, mais je ne crois pas qu'il y ait de rats au Komtar. Les gens racontent des histoires. »

Selon le discours d'Amidha la présence de ces « bêtes » est impensable dans ce lieu, pour elle.

Ceci dénote que les rats font référence à certaines représentations qui ne correspondent pas à celles qu'ils imaginent pour cet espace. La mise en relation « rats » et « Komtar » semble alors paradoxale.

La présence des rats dans l'espace est perçue comme la cause de la « mauvaise hygiène », dans leur discours. Ils deviennent alors des signes que celle-ci n'est plus respectée, et sont associés dans leur représentations à la notion de « saleté » s'opposant à « l'hygiène du lieu » qui devrait être liée à la notion de « propre ». Les rats sont parfois visibles dans la rue à Penang ou dans certains lieux, mais, ici, ils menacent symboliquement « la modernité » imaginée en lien avec l'espace de ce centre commercial et également le « standard du lieu ». Ceci révèle comment l'« espace propre » réfère à l'espace pensé en lien avec une certaine image de modernité, ou du moins de la perception valorisée de manière dominante de cette dernière.

Les discours qui mentionnent ces *Coffee Shops*, en désignant les odeurs ou les rats, conduisent à les penser comme étant en dehors des normes d'hygiène qui devraient être appliquées ici, et qui se trouvent par là-même définies. Selon les termes de Sam, ceci devient également une raison pour les évincer du lieu :

« Je leur dis rien. Mais, les Birmans devront bientôt partir, ce n'est pas en accord avec les normes d'hygiène ».

Ce qui revient également dans ces discours en lien avec la saleté et les odeurs c'est leur articulation avec les sentiments de nostalgie. Comme le remarque Rahman :

« Ça sent mauvais, surtout vers les endroits birmans. Ils cuisinent derrière et ça sent ici, avant le Komtar était beau et bien. »

Ou encore Adhina :

« Avant, c'était très propre, au temps de l'école, les toilettes étaient très propres. Maintenant, c'est très sale. C'est la partie la pire. Les *Coffee Shops* vont y faire leur vaisselle. Il y a des déchets, des légumes, ça bouche tout. »

Le discours de cette commerçante met en lumière l'articulation entre penser la totalité du lieu comme sale, puis se référer à un exemple spécifique : les *Coffee Shops* qui utilisent les toilettes, donc l'espace commun, pour leur vaisselle.

Les discours sur la saleté sont souvent associés à ceux sur la « race » ou les classes sociales (Miller et all., 1998 : 111), devenant alors des moyens de dire ou signifier les différences dans une perspective hiérarchique. Cela permet également de prolonger la réflexion sur les représentations et les constructions des « Autres » au sein de ce lieu. En désignant des lieux, qui ici s'associent également à des groupes sociaux particuliers comme agents ou porteurs de la souillure et de la saleté, les acteurs reconduisent la construction des différences et des classifications qui se jouent entre les identifications des acteurs à des « races » et des classes. Les espaces marqués comme Birmans, Indonésiens<sup>41</sup> sont alors, dans ces discours, mis à distance et construits comme « Autres » par le biais de la saleté.

### De la mauvaise hygiène au désordre ?

Adhina a son salon de beauté quelques boutiques plus loin que Sam (et donc également proche de cafés birmans) :

« C'est l'environnement ici. Ceux du Myanmar<sup>42</sup> sont *ok*. Mais au niveau de l'hygiène, tu ne peux pas ouvrir un lieu qui vend de la nourriture, il n'y a pas d'eau. Ce sont des espaces prévus pour des magasins. »

La question de l'hygiène est évoquée par Adhina dans ce contexte, car ces *Coffee Shops* ne respectent pas, selon elle, la fonction des espaces à laquelle ils sont sensés être destinés. Il me semble alors intéressant de considérer que ces espaces se construisent comme des « figures du désordre ». En effet, ils incarnent dans les représentations des commerçants ce qui est associé à de la saleté au sein du centre commercial. Comme le souligne Douglas « La saleté est essentiellement liée au désordre, une offense contre l'ordre » (Douglas, 1971 : 25). La présence de ces *Coffee Shops* revient donc pour certains commerçants à remettre en question « l'ordre » qui se rattache à ce centre commercial, révélant par la même de quoi l'ordre se constitue. En effet, Douglas pense les pollutions comme étant des analogies pour exprimer une idée générale d'ordre social. Les croyances liées à la pollution s'inscrivent alors dans un dialogue où chacun revendique et conteste un certain statut dans la société. (Douglas, 1971 : 25)

Ces discours mettent en lumière comment à travers l'odeur et l'hygiène, les limites entre le Eux et le Nous (les commerçants) qui s'établissent de manière physique avec l'occupation d'espaces spécifiques par des groupes spécifiques, sont alors transgressées. Ceux-ci deviennent la cible des discours qui semblent également s'inscrire dans les peurs de la menace liée à la « contamination » de l'ensemble du lieu, comme le souligne Lim « Et si tout le Komtar se transforme en *Coffee Shop* ? ».

Ceci permet de percevoir différents discours et représentations dans les regards et les perceptions des commerçants à propos de ces espaces, qui s'établissent à proximité de leur commerce. Ces *Coffee Shops* tendent donc à cristalliser différentes images et représentations liées à l'alterité dans cet espace, à savoir les mauvaises odeurs et les rats associés à la notion de saleté.

41 La notion de saleté n'apparaît pas dans les différents discours sur les « espaces Philippins », d'une part, ils sont plus reculés donc il y a moins de commerces à proximité, et un autre café qui se trouve à côté des deux « magasins Philippins », met en lumière plutôt leur comportements inadéquats, « ils crient et boivent », et le fait qu'ils utilisent ses tables pour leur « propre nourriture ».

42 Actuelle Birmanie, les commerçants passent de Myanmar à Birman dans les discours.

## Les *Coffee Shops* ou comment penser la gestion de la diversité idéale au Komtar

La qualification des espaces autour des notions de « propre » et de « sale » se révèle signifiante pour les acteurs. Elle leur permet de structurer l'espace et donc de désigner ce qui menace l'« ordre social du Komtar ». Il me paraît alors important d'envisager les discours et les représentations des commerçants qui apparaissent autour de leur volonté et leurs aspirations à voir « le retour de l'ordre ». Je les considère dans leur potentiel de révéler certains de leurs idéaux concernant la gestion de la diversité et de la différence au sein du Komtar, qui dans ce contexte apparaissent en lien avec différents « modes » de commercer. Les réactions ou les sentiments face à ces *Coffee Shops* ne se déclinent pas de manière uniforme, mettant également en jeu les intérêts des commerçants et leurs systèmes de représentations individuelles. Il me semble alors pertinent de considérer les discours de deux d'entre eux, Adhina et Sam, mais également de la PDC sur la façon de « réordonner » leur Komtar, qui devient également un moyen de lui donner du sens (Low, 2002).

Le discours d'Adhina met en lumière comment l'espace du *Coffee Shop* en devenant l'objet de certaines tensions et conflits, permet également de faire émerger des idéaux concernant la résolution de ces derniers :

« Ici, au Komtar, tu peux faire n'importe quel *business* sans prêter attention à l'hygiène. Il faut établir des règles et une manière correcte de faire du *business*. »

Adhina souligne l'importance, selon elle d'« établir des règles » c'est à dire de réguler les activités commerciales au sein du centre commercial, afin de mettre des limites et des normes sur les commerces autorisés à vendre de la nourriture ou non, et sur la façon de mener le commerce. En effet, le besoin de « mettre des règles », devient pour elle un moyen de « respecter l'ordre ».

Partant du Komtar, le discours d'Ahmida s'élargit alors à l'espace national. Ces *Coffee Shops* deviennent pour elle l'image de la question des migrations actuelles en Malaisie :

« Il faut discipliner les étrangers, ils font de cet endroit leur endroit. En Angleterre, les toilettes sont propres, ils sont stricts avec les étrangers. Ils travaillent, et quand ils ont fini, ils rentrent dans leur pays. Il faut de la discipline. Tout le pays est une poubelle. »

Ces propos utilisent des stéréotypes, mais ils permettent de percevoir comment elle associe la situation du Komtar à celle de la nation Malaisienne. Son discours dénote la référence à l'Angleterre imaginée comme un idéal de la gestion de la diversité ethnique, rendant compte du rapport hiérarchique dans ce contexte « postcolonial » envers ce qui représente pour elle l'espace de « civilisation » associé à la propreté. On perçoit alors les liens qui se créent entre la saleté, le désordre et le besoin de mettre des règles, afin de voir arriver le retour de l'ordre.

Les discours d'Adhina mettent en lumière un idéal de la gestion de la diversité des différents groupes, pensés en terme ethnique, par le biais de l'établissement de règles communes qui devraient être alors respectées par tous, afin de permettre leur cohabitation au sein du Komtar. Ceci peut être mis en relation avec le modèle du « multi-culturalisme », qui est notamment une image idéale forte à Penang (Giordano, 2004), présentant diverses communautés qui conservent leurs différences mais qui cohabitent au sein d'un même système politique.

Sam a également un discours qui met en lumière ses représentations sur ces différents cafés-restaurants présents dans l'espace. En lui demandant comment il les perçoit, il me répond :

« Si l'endroit est vide et pas occupé, et que quelqu'un veut l'utiliser, cela me dérange pas. Ce n'est pas les propriétaires des magasins qu'ils faut blâmer mais ceux qui dirigent le complexe »

Cette assertion permet d'envisager que pour lui, si un espace est vide, il considère alors que ce dernier peut être utilisé pour « faire du commerce » quel que soit le type ou l'origine de la personne. Ceci dénote un idéal qui perçoit le commerce comme garant de l'appropriation des espaces commerciaux au Komtar, et donc de la cohabitation des différents groupes au sein de l'espace. Ils conservent néanmoins une altérité(s) comme le souligne ses discours sur la « saleté » vus précédemment.

Il me semble intéressant de mettre en perspective les représentations de ces deux commerçants avec celles d'un officier de la PDC, Osman. Sa position lui donne une perspective différente par rapport au Komtar que celle des commerçants. Il est notamment récepteur des réclamations des commerçants à l'égard de ces *Coffee Shops*, mais le pouvoir décisionnel ne lui appartient pas directement. Osman dévoile alors comment ces *Coffee Shops* devraient s'agencer dans l'espace :

« C'est la seule chose qui permet d'attirer du monde, il faut faire cela. Les business n'ont pas beaucoup de clients. Mais, il faut les mettre dans une zone. S'ils sont bien maintenus, propre et confortable, cela est *ok*. »

Cette réponse met en lumière comment pour Osman, l'idéal de la gestion de cette diversité au sein de l'espace semble devoir se réaliser. C'est à dire principalement à travers la segmentation de l'espace en différentes « zones » attribuées selon les lignes ethniques à des groupes spécifiques. Ceci dénote la volonté d'établir un sentiment de contrôle sur ces groupes en les localisant dans « une zone » ou alors qu'ils « soient propres et bien maintenus ». Relevant d'un idéal de diversité qui s'agence autour d'espaces spécifiques, ou que cette diversité respecte certaines normes ou règles communes qui dans ce cadre se focalisent sur certaines normes d'hygiène et d'esthétique.

Ce qui émerge également de cette assertion, c'est la tension entre d'une part percevoir ces espaces en tant que « problèmes » et de l'autre les considérer comme permettant d'amener ou d'attirer du monde, de la foule, même si ce n'est pas la « foule idéale ». Dénotant là encore les complexités entre l'inclusion et l'exclusion de ces groupes considérés comme « Autres » dans cet espace. Si les « Autres » deviennent des présences qui sont alors « bienvenues », selon certains, dans le sens qu'ils peuvent « apporter du monde », il m'importe alors de les considérer en tant que « clientèles potentielles ou non » dans ce centre commercial. Comme le souligne encore Sam :

« Sans les étrangers, les illégaux, le Komtar serait vraiment mauvais. Ce n'est pas cher pour eux de venir ».

## 2.3 Regards sur les achats au Komtar : « *I buy or I sell some things in Komtar for my people* »

« Le dimanche, il y a des Indonésiens. Dès fois c'est bien, mais j'en ai aussi peur. Les Malaisiens ont en peur. Ils sont bien, ils aiment acheter, c'est le seul contact que l'on a avec eux. »

*Salima, commerçante*

Cette assertion illustre une forme d'ambivalence entre « les Indonésiens », alors considérés de manière naturalisante comme « figure de l'étranger » médiatisée par la peur et les différents rapports économiques qui s'instaurent dans le cadre de cet espace.

Il me semble intéressant de mettre en perspective les différents discours que j'ai envisagés précédemment avec la question des « rapports économiques », que je considère au travers de quelques discours sur les actes d'achat et de vente qui ont lieu dans ce centre commercial.

Afin d'explorer un peu plus précisément les enjeux de ces rapports économiques, arrêtons-nous quelques instants dans les boutiques de deux vendeurs de disques.

Le premier, Rahman. Son magasin se situe au troisième étage sur le devant d'un couloir qui mène à un *Coffee Shop* birman, à côté duquel se trouve ce qu'il nomme le « Birman Shop » vendant quelques articles de nourriture, des journaux birmans, ou encore proposant la location de DVD et VCD... Un jour, je le vois discuter avec un des commerçants du « Birman shop », qui se désigne comme un « Malais local », et qui est marié avec une Birmane. Rahman m'explique alors :

« Je fais du business de cartes téléphoniques, avec mon ami qui tient le magasin.  
On les vend pour les Birmans. »

Les discours de Rahman représentent l'ambivalence entre d'une part la vision d'un présent où les « étrangers » influencent un sentiment de déclin à l'égard de ce lieu, comme je le souligne dans la partie précédente. Rahman se distancie également de ces derniers au travers des discours au sujet des mauvaises odeurs ou des comportements perçus comme immoraux. D'autre part, les « foreign workers » prennent également à ses yeux le rôle de consommateurs, tant potentiels que réels, mais ici en dehors de l'espace de sa boutique.

Son discours, tout en conservant des traits essentialistes, me permet de mettre en lumière comment à travers ses transactions économiques et les liens sociaux avec ce magasin particulier; il nuance son propos en émettant des distinctions entre différents « types » de Birmans, « Les Birmans ne sont pas si bien, ils boivent. Mais, ce magasin du fond est correct, c'est plutôt de l'autre côté... »

Ceci dénote qu'en envisageant de manière plus précise les relations et les interactions au sein de l'espace, on parvient à accéder à une perception de la réalité qui se veut plus nuancée et plus complexe.

Un autre vendeur de disques Ahmad, qui a repris le commerce de son frère, est présent depuis quelques années au Komtar. Sur certains aspects, il a un discours quelque peu nostalgique, se remémorant le temps où il était alors « visiteur ». Néanmoins, il perçoit la situation présente de son commerce comme étant fluctuante. Lors d'une de mes visites dans son échoppe, il m'informe que les ventes progressent. Il m'explique la situation actuelle du Komtar, dans sa perspective en matière de consommateur :

« Les Indonésiens aiment faire beaucoup de shopping, ce sont des bons acheteurs. Si ce sont des travailleurs cela ne fait rien. S'ils travaillent dans la construction ou dans les usines, des hommes et des femmes, cela m'est égal. Le week-end Komtar dépend des Indonésiens. »

Son discours montre que pour lui, idéalement, peu importe l'ethnicité, la race, la classe ou encore le genre de ses clients: « tant que ce sont des acheteurs ». Ce sont donc en tant que « consommateurs » qu'il considère dans ses représentations ses différentes clientèles.

Il m'explique qu'avant, il vendait de la musique malaise et anglaise alors que maintenant, il ne vend que de la musique malaise. Après un instant de silence, il me dit « aussi indonésienne ». Cette petite interaction dénote l'ambivalence entre sa clientèle réelle qui est composée essentiellement d'Indonésiens, et celle perçue comme idéale. Ici, on perçoit alors comment la frontière entre les catégories d'Indonésien et de Malais est fluide, sans disparaître totalement, permettant à Ahmad de se reconverter dans la vente de musique indonésienne.

Ahmad m'expose comment il perçoit la consommation au Komtar, qui dans ce contexte représente pour lui celle des « Autres » :

« Ceux du Myanmar et du Bangladesh soutiennent leurs propres magasins, ils ne soutiennent personne d'autres. Ils achètent que pour leur own people. Comment est-ce qu'ils peuvent ouvrir un magasin, qui sont-ils? »

Il ajoute également :

« les Birmans achètent dans les magasins birmans, les Népalais dans les magasins népalais. Les Malaisiens et les Indonésiens sont ouverts, ils achètent n'importe où. »

Ici, sa perception de la consommation à travers les achats, mais également celles des cafés et des restaurants à l'intérieur du centre commercial, s'établit essentiellement sur des critères d'appartenance à une « ethnicité » ou une « race » spécifique. Ce type de propos revient de manière récurrente dans les discours de commerçants. Il met en lumière une représentation dominante qui conçoit les actes d'achat et de vente comme se faisant principalement sur la base de la distinction ethnique, dans des commerces différents. L'utilisation du terme *support* contribue également à percevoir les valeurs qui sous-tendent cet acte, à savoir permettre de soutenir « *my people* ». Ceci conduit Sam à considérer ces commerces et *Coffee Shops* comme ne représentant pas un danger ou une concurrence puisque « Ce n'est que leur *people*, qui y vont, ils ne doivent pas faire beaucoup d'argent ».

Les commerces qui se perçoivent comme étant particulièrement attachés à une clientèle spécifique et conjointement à des marchandises spécifiques, me permettent alors de penser comment se disent et se forment les différences à travers ces derniers. Ici, c'est donc par le biais de la vente de certains articles ou par l'occupation de certains espaces par différents types de clientèle que se construisent et se visibilisent les différences.

Comme les discours de ces deux commerçants de disques le mettent en lumière, certains commerçants s'adaptent alors à des « nouvelles clientèles ». Toutefois, ces deux magasins dénotent également les tensions et les frontières qui se maintiennent ou se réduisent en regard des « Autres ».

L'image de consommateurs associée aux *foreign workers* permet de les envisager sous un autre rôle. Cela met en lumière comment pour certains commerçants ils deviennent alors une clientèle spécifique. Ces derniers s'y ajustent et s'y adaptent comme on peut le percevoir aux abords de la zone centrale avec les stands de téléphone portable :

« Ici, notre base de consommateur est l'étranger. C'est budget, ce n'est pas la qualité des produits qui prime. Cela fait dix ans, que les *foreign workers* viennent. Bangladesh, Indonésiens. Avant, il y avait des européens, maintenant ils vont au Pranging Mall. (...) Au Pranging mall, c'est un haut standard, au niveau des petits détails et des fonctions des téléphones portables. » Lee, commerçant

Lee a ouvert son premier «stand» au Komtar il y a sept ans. Depuis quelques années, il en a aussi un au Pranging Mall, et loue des surfaces commerciales au deuxième étage du Komtar<sup>43</sup>. Les caractéristiques des marchandises, qui sont des téléphones mobiles dans ces deux centres commerciaux, se distinguent néanmoins dans chaque lieu par la qualité ou l'absence de cette dernière au Komtar. Ceci souligne là encore l'association du Komtar avec les classes sociales plus basses, qui se construit pour Lee par le biais de la catégorie de *foreign worker*, clientèle à laquelle il destine de manière spécifique sa marchandise.

## 2.4 Vers une «Komtar race» ?

Si j'ai commencé cette troisième partie en envisageant de manière spécifique le magasin d'Hidaya, je la termine en mettant en lumière un de ses propos.

Lors d'une de nos discussions, Hidaya m'expose sous forme de plaisanterie, mais qui me semble intéressante à considérer ici : « Au Komtar, ceux qui vivent là, c'est réellement une race, la Komtar race ».

Ceci permet de percevoir comment au travers de la «Komtar race», elle imagine une «communauté de commerçants» qui seraient liés entre eux. Le Komtar est alors important à considérer comme générateur d'une appartenance spécifique dont certains commerçants seraient porteurs. Ici, c'est alors le lieu qui structure et qui constitue cette identification «commerçants du Komtar». Dans les propos d'Hidaya, cette «Komtar race» doit, selon elle, « être soutenue ». C'est pourquoi elle me dit faire ses achats «qu'au Komtar» pour soutenir «my people». Même si dans la pratique elle se rend dans d'autres *malls*, ainsi qu'au Pranging mall, ceci se rapporte au discours envisagé précédemment qui perçoit les actes d'achats comme participant au «maintien» du groupe. Et, il s'agit également de percevoir que cette «Komtar race» est perçue dans le discours d'Hidaya comme menacée.

Je reprends alors à mon compte cette image de la «Komtar race» afin de l'interroger, mais également afin d'explicitier le choix et la présentation des acteurs dont les discours ont été analysés dans ce travail. Au cours de cette partie, je me suis essentiellement focalisée sur les différences qui s'agencent entre les commerçants et les «Autres». Dans le contexte du Komtar, je suis parvenue à faire l'hypothèse que l'appartenance «commerçant du Komtar» fait sens pour envisager les discours des commerçants choisis ici. En effet, l'appartenance ethnique, qui est omniprésente en Malaisie, n'est pas l'identification dominante qui fait sens dans le contexte de ce lieu. C'est pourquoi, je n'ai pas associé systématiquement les commerçants à une appartenance ethnique qui s'inscrit dans le cadre de la divisions tripartite, ou alors seulement quand celle-ci prenait une signification. Autrement dit, au Komtar, l'appartenance de ces commerçants au «Komtar» m'est parue plus significative que celle associée à une ethnicité ou une race. Néanmoins, je ne considère pas qu'il y ait un «groupe de commerçants» fixe au Komtar qui se désigne et se pensent comme tel. Je perçois alors l'identification «commerçants du Komtar» comme dynamique et devant être envisagée en lien avec d'autres identifications qui font sens ici : au travers de l'ethnicité, de la classe et du genre, mais également au travers des différents espaces qui prennent des significations particulière pour ces commerçants.

Si Hidaya parle de «Komtar race» certains individus ou groupes également présents dans cet espace n'en font pas partie dans ses représentations, remettant alors en scène les lignes d'inclusion et d'exclusion qui se jouent au sein des identifications et des appartenances, ainsi que les diversités et les complexités que l'identification à une «race» peut mettre en évidence ; puisque dans cette partie c'est bien l'importante mixité sociale de ce lieu que j'ai mis en évidence.

43 Il y a également un comptoir de vente, et des bureaux administratifs.

## Conclusion

Afin d'aller vers une conclusion, il me semble alors intéressant de percevoir comment peuvent se mettre en perspective les temps du projet et du terrain. Si ces deux temps ne peuvent réellement se définir, on peut néanmoins mettre en lumière des aspects de ces derniers qui font sens.

Dans un premier temps, je reviens sur la place centrale du centre commercial. Elle peut s'envisager comme le reflet de rapports entre différents groupes sociaux qui s'inscrivent dans le contexte de Penang et de la Malaisie. La majorité des stands qui se trouvent sur cette place vendent des habits et des vêtements. Ils se déclinent principalement entre des vendeurs malais et chinois. Les commerçants malais sont un peu moins nombreux et se sont surtout des femmes qui tiennent ces stands. Ces derniers présentent notamment des *batiks*, des *baju kurong*, *tudong* ou encore d'autres types de vêtements qui sont considérés de manière commune à Penang comme étant « traditionnels » ou « culturels ». Ils s'associent et s'identifient ici à une appartenance malaise qui se décline également à travers le genre, étant plus spécifiquement destinés aux femmes, et une appartenance religieuse, l'islam.

Si l'on revient au temps du projet, un des objectifs de la construction de ce « nouveau centre urbain » est l'application de la NEP. Celle-ci a notamment pour but de « faire entrer les Malais dans la modernité », qui ici se définit plus précisément autour du secteur commercial, et de la notion d'« urbain ».

Le temps du terrain, dénote qu'il y a un grand nombre de boutiques ou de stands tenus par des Malais, dont certains d'entre eux sont MARA. Toutefois, comme la place centrale le met en scène, il réside une association dominante entre la catégorie Malais et la notion de « tradition ». Sur cette place centrale, se jouent alors les rapports des images dominantes entre les catégories de Malais et Chinois. Car si les Malais sont perçus et construits comme traditionnels, ils le sont dans un rapport qui tend alors à associer les Chinois à la modernité. Cette association se dénote également par la présence de toute une série de stands de téléphone aux abords de cette place qui sont tenus par des Chinois, renforçant l'association de cette catégorie à la modernité par le biais d'articles pensés comme technologiques.

Si l'on considère le contexte de Penang, Goh met en lumière que les tensions y sont particulièrement exacerbées autour de l'application de la NEP. En effet au début des années 90, cette dernière est loin d'avoir atteint ses objectifs, selon Goh « certains partis politiques augmenteraient la pression sur le gouvernement étatique afin qu'il accélère la commercialisation et l'urbanisation des Malais. » (Goh, 2002 : 149).

Ceci révèle que si des tensions et des concurrences s'articulent entre les différentes associations et identifications aux catégories Malais et Chinois au niveau politique, celles-ci sont également jouées au sein de cet espace. Cette place dénote que le nombre de commerçants chinois y reste majoritaire, et que si on observe plus précisément ces stands de vêtements, certains vendent des habits plus longs et plus larges pour les femmes, ce qui signifie, dans ce contexte, qu'ils visent explicitement les femmes malaises musulmanes, donc ici plus précisément les fonctionnaires. Ceci illustre également comment certains commerçants chinois visent spécifiquement cette (nouvelle) clientèle composée par les fonctionnaires.

James, un vendeur de jeans, m'explique « Les nouveaux complexes sont chinois. Dans les vieux complexes, il y a des Malais et étrangers illégaux ; on les aime bien, ils nous donnent du business. »

Cette assertion permet de percevoir que dans son discours ce commerçant pense sur le même plan les Malais et les *foreign workers* qu'il associe au « vieux complexe ». Ceci dénote de manière implicite l'association à un certain statut économique qui est pensé comme plus bas. Dévoilant comment cette image de modernité se construit également en lien avec un certain standing, associé à certaines catégories ethniques.

Le «temps du terrain» permet également de mettre en lumière comment différentes catégories d'étrangers se construisent dans ce lieu, et se doivent alors d'être contextualisées et inscrites dans des rapports de statuts hiérarchisés.

La catégorie de «touriste» apparaît comme bienvenue et désirable dans ce contexte en opposition à celle des *foreign workers* qui sont construits comme «Autres», mais ces catégories doivent également être perçues au travers de la complexité des processus d'altérités qui se jouent ici.

Ces deux types d'étrangers en présence mettent en lumière des processus qui sont révélateurs dans le contexte de Penang. En effet, les discours politiques, ici de la PDC, accordent une place prépondérante à l'idéal de «croissance» pour l'Etat. Dans cette perspective, les «touristes» peuvent être mis en lien au secteur du tourisme qui représente un des secteurs majeurs de croissance à Penang (Teo, 2003 : 554). Les «touristes» deviennent alors des acteurs qui participent à générer cette «croissance», et qui lui sont donc associé. Dans ce contexte se construit alors une image de Penang qui se focalise sur les éléments de sa société multiculturelle. Cette dernière est présentée au travers de son harmonie entre les différentes communautés qui la constitue et d'une «bonne» diversité. Toutefois, la catégorie de *foreign worker* s'inscrit également dans cette idéal et volonté de croissance, car ceci implique également une demande de main d'œuvre, notamment composée par des *foreign workers*, principalement dans les secteurs de la construction et le travail domestique. Les *foreign workers* participent alors également aux processus de «modernisation» et font partie intégrante du projet de modernité malaisien (Chin, 1997). Leur présence au Komtar met en lumière une diversité qui est perçue comme problématique, ou plutôt qui se révèle plus complexe. Ceci permet de percevoir comment ces deux catégories d'«étrangers» sont au centre des enjeux liés aux différentes images de modernités, dénotant alors les tensions sous-jacentes à leur présence respective dans ce contexte.

En effet, si le Komtar ne «brille plus», ce n'est pas uniquement une modernité esthétique de ce lieu qui est remise en cause. Ces images de modernités, que j'ai pu mettre en évidence dans ce travail, réfèrent également de manière implicite ou explicite à certaines catégories sociales qui se définissent principalement dans ce contexte en lien à une ethnicité associée à des classes sociales particulières. Les images de modernités dominantes se construisent alors en terme d'exclusion et d'inclusion de certains groupes sociaux, qui sont pensés en faire partie ou non. Ainsi, une des définitions de la modernité dans le temps du terrain révèle que cette dernière est associée de manière dominante aux Chinois, ainsi qu'aux classes moyennes et supérieures. Le Komtar permet également de mettre en lumière la présence de certains groupes qui sont «acteurs» et révélateurs de processus de modernité, mais qui ne s'intègrent pas dans les images idéales de modernité: les *foreign workers*. Cet espace permet alors de percevoir comment «la modernité» s'envisager au travers d'images concurrentes et multiples, ainsi qu'au travers d'espaces et de temps particuliers.

### Le passage de modernités à d'autres modernités ?

Le «temps du projet» révèle de manière générale une politique interventionniste de l'Etat qui s'articule principalement entre Malais et Non-Malais, et qui tend à vouloir constituer une nation. En lien aux différentes tensions liées à ces processus, le Komtar devient alors un projet révélateur de ces derniers.

Le «temps du terrain» met en évidence des passages vers une orientation politique plus libéralisée, soumise également aux influences «globales» contemporaines que l'on peut associer aux phénomènes liés au «néo-libéralisme». Ces derniers permettent alors de refléter certaines images de modernité. Elles s'expriment ici, d'une part par la présence des *foreign workers* qui mettent en lumière la «nouvelle division internationale du travail», et qui sont perçus comme le souligne Tsing (2000) «comme les agents non-voulus de la globalisation». D'autre part, le mall, idéal de Gurney permet également de refléter une image de ces processus, en mettant en regard le Komtar comme un centre commercial construit et géré par l'Etat face à un mall «privatisé».

En effet, j'ai focalisé mon analyse sur les discours et les représentations de certains commerçants du Komtar. Ces derniers permettent de mettre en lumière comment ces passages révèlent des ambivalences. Ils perçoivent alors la présence des *foreign workers* soit comme des altérité(s) menaçantes, soit comme des personnes qui remettent en question l'« ordre social » du Komtar, mais j'ai également pu mettre en évidence comment pour certains d'entre eux, ces altérité(s) deviennent également une clientèle potentielle. Le *mall* de Gurney reflète quant à lui, aussi bien un idéal qu'une représentation idéale des « malls concurrents » qui dans leurs regards accélèrent le déclin de ce lieu.

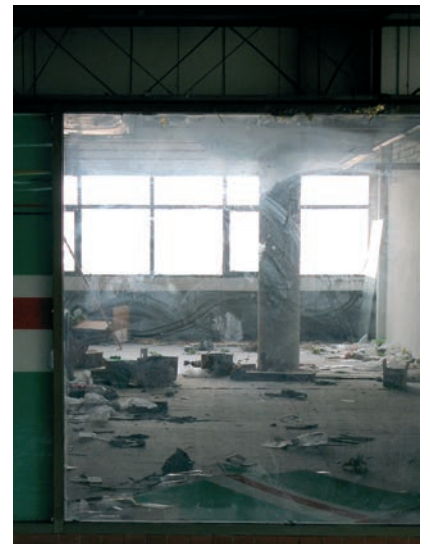
L'hypothèse centrale que je pose alors sur ce lieu est que si les images de modernités que le Komtar devrait incarner se révèlent remises en question ou se matérialisent ailleurs dans leur regard, on perçoit que cet espace met en lumière comment des processus liés à la « modernité » se jouent également dans ce lieu, par rapport aux ambivalences qu'elles comportent. En effet, ce n'est pas un passage clair d'une certaine modernité à une autre, mais bien plus différentes modernités qui sont contestées, remises en question et imaginées au cours des différentes temporalités de ce lieu.

Ce qui me semble faire sens, c'est que ce lieu permet d'illustrer un passage qui dans les discours et les représentations des commerçants se perçoit comme un déclin. Il se révèle notamment autour de son déclassement, tant au niveau des foules, que des commerces ou encore de l'esthétique de l'espace. Néanmoins, ce lieu permet également de percevoir les continuités qui le traversent.

La continuité se révèle d'une part dans les migrations, qui comme je l'ai annoncé en introduction, sont des processus qui s'inscrivent dans l'historicité de la Malaisie. Ici, « ceux d'hier » les Chinois et les Indiens sont alors intégrés au sein d'une citoyenneté malaisienne. Ceci révèle comment la présence des *foreign workers*, tant au sein de cet espace que dans l'espace national malaisien, s'inscrit alors dans des processus qui balisent historiquement la péninsule, toutefois il s'agit de considérer que chaque temps dénote des particularités et des enjeux spécifiques qui lui sont liés.

Si l'on reprend la volonté du projet de créer une « centre civique » qui puisse refléter une « mixité sociale », il me semble alors intéressant de l'éclairer avec le présent. En effet, on perçoit que le présent du Komtar s'articule et visibilise différents groupes sociaux. La catégorie de *foreign workers* se construit au travers d'une série de distinctions qui se focalisent notamment sur le critère de l'appartenance nationale ou ethnique et celle de la classe sociale, dénotant alors une très large diversité nationales au sein de l'espace. Si l'on considère les principales présences, on perçoit que cet espace est également occupé par les fonctionnaires malais qui travaillent dans la tour, ainsi que les commerçants. Tous ces groupes réfèrent alors à une variété et une diversité de statuts sociaux, qui s'articulent tant autour de l'ethnicité que du statut économique, mais également du genre et de l'âge. Ce qui rend alors une vision d'un lieu qui révèle une grande « mixité sociale » impliquant dans un certain sens que l'objectif du projet d'apporter « un lieu dans lequel différentes communautés se retrouvent » se réalise paradoxalement durant le « temps du terrain » dans cet espace qui est alors perçu de manière dominante comme « en déclin ». Toutefois, comme mon travail le présente, si l'espace est occupé et fréquenté par une grande « mixité sociale », les divers groupes reconstruisent et redéfinissent les lignes et les frontières des différences, notamment aux travers des différents espaces, et des différentes temporalités qui traversent le lieu.

Envisager les dynamiques et les différents flux sociaux qui composent ce lieu, m'ont alors permis de mettre en lumière des enjeux et des dimensions dont l'espace du Komtar en devient le révélateur, mais il devient important à considérer en tant qu'objet puisqu'il participe et accélère ces derniers, jouant alors un rôle dans ces processus.



## Bibliographie

### Ouvrages, Articles

ANDAYA-WATSON Barbara, ANDAYA Léonard Y.

2001, *A History of Malaysia*, Houndmills : Palgrave, 392p.

BARTH Frederik

1969, *Ethnic groups and boundaries : the social organization of culture difference*,

London : George Allen and Unwin, 153p.

BAXSTROM Richard

2008, *Houses in motion : The experience of place and the problem of belief in Urban Malaysia*, Stanford : Stanford University Press, 283 p.

BRUBAKER Roger

2006, *Ethnicity without groups*, Cambridge, Massachusetts, London : Harvard University Press, 282 p.

BUNNELL Tim

- 2002, *Critical reflections on cities in Southeast Asia*, Singapore : Times Academic Press, 351p.

- 2004, *Malaysia, Modernity and the Multimedia Super Corridor : a critical geography of intelligent landscapes*, London : Routledge-Curzon, 187 p.

De CERTEAU Michel

1990 (1980), *L'invention du quotidien : 1. arts de faire*, Paris : Gallimard, 349 p.

CHIN Christine B.N.

1997, « Walls of silence and late twentieth century representations of the foreign domestic worker : the case of Filipina and Indonesian female servants in Malaysia » in *International Migration review*, vol. 31, n° 2, pp. 353-385

CLUMMER John

2003, « Globalisation, class, consumption and civil society in South-East asian cities », in *Urban studies*, vol. 40, n° 2, pp. 403-419

DANNECKER Patricia

2005, « Bangladeshi Migrant Workers in Malaysia : The construction of the « Others » in a multi-ethnic context » in *Asian Journal of Social Science*, vol. 33, n° 2, pp. 246-267

DOUGLAS Mary

1971, *De la souillure : Essai sur les notions de pollution et de tabous*. (trad. Purity and danger), Paris : Maspero, 195 p.

EVERS Hans-Dieter, KORFF Rüdiger

2003, *Southeast Asian Urbanism : The Meaning and Power of Social Space*, London : Lit Verlag, 267 p.

GALISSOT René, KILANI Mondher, RIVERA Annamaria

2000, *L'imbroglia ethnique : en quatorze mots clés*, Lausanne : Editions Payot, 294 p.

GHO Beng-Lan

2002, *Modern dreams: an inquiry into power, cultural production, and the cityscape in contemporary urban Penang, Malaysia*, New-York : SEAP, 214 p.

GIORDANO Christian

2004, « Governing ethnic diversity in rainbow nations : the politics of citizenship and multi-culturalism in Peninsular Malaysia-the case of Penang » in *Focaal-European Journal of Anthropology*, 44, pp. 89-102

GOSS Jon

1993, « The « magic of the mall » : an analysis of form, function, and meaning in the contemporary retail built environment » in *Annals of Association of American Geographers*, n° 83, pp. 18-47

GUANO Emanuela

2004, « The Denial of Citizenship : « barbaric » Buenos Aires and the middle-class imaginary » in *City and society*, vol. 16, n° 1, pp. 69-97

GUILLAUMIN Colette

1994, « Race : le mot et la notion » in *Europe montrez pattes blanches : les nouvelles frontières du laboratoire Schengen*, Genève : Centre Europe Tiers Monde, pp. 300-315

HANNERZ Ulf

1996, *Explorer la ville : éléments d'anthropologie urbaine*, Paris : éd. de Minuit, 418 p.

HARPER Timothy N.

1999, *The End of Empire and the Making of Malaya*, London: Univ. of Cambridge, 417 p.

HO, K.C.

1997, « The global economy and urban society in Pacific Asia » in *International Sociology*, vol. 12, n° 3, pp. 275-293

JENKINS Gwynneth Ann

2003, *Contested space : Heritage and Identity Reconstructions. An Enquiry into Conservation strategies within a Developing Asian City*, document imprimé donné par l'auteur, 320 p.

JENKINS Gwynneth, KING Victor T.

2003, « Heritage and Development in a Malaysian City : Georgetown under Threat ? » in *Indonesia and the Malay World*, vol. 31, n° 89, pp. 45-56

JOMO K.S.

2004, « The New economy policy and interethnic relations in Malaysia » in *Identities Conflict and Cohesion*, programme papers n° 7, Geneva : United Nations Research Institute for Social Development.

KHAN Joël

1992, *In Fragmented vision : culture and politics in contemporary Malaysia*, Sidney : Asian Studies of Australia, 327 p.

KING D. Anthony,

2004, *Space of Global Cultures: Architecture Urbanism Identity*, London : Routledge, 256 p.

KOEHL Jean-Luc

1990, *Les centres commerciaux*, Paris : Presse universitaire de France, 127p.

LEE Raymond L.M.

2004, « The transformation of race relations in Malaysia: from ethnic discourse to national imagery, 1993-2003 » in *Africa and Asian Studies*, volume 3, n° 2, pp. 115-139

LEFEBVRE Henri

2000, *La production de l'espace*, Paris : Ed. Anthropos, 485 p.

LOFLAND Lyn H.

2007 (1998), *The public realm : exploring the city's quintessential social theory*, New Brunswick, London : Aldine Transaction, 305 p.

LOW Seta

- 2002, *Theorizing the city : the new urban anthropology reader*, New Brunswick, London : Rutgers University Press, 433 p.

- 2000, *On the Plaza : The politics of public space and culture*, Austin : University of Texas Press, 274 p.

LOW Seta, ZUNIGA Denis Lawrence

2004, *Anthropology of space : locating culture*, Malden (etc.) : Blackwell, 422 p.

MASSEY Doreen

1995, « Place and their pasts » in *History workshop journal*, n° 39, pp. 182-192

MARKOWITZ Fran, URIELY Natan

2003, « Shopping in the Negev : global flows and local contingencies » in *City and Society*, vol. 14, n° 2, pp. 211-236

MAY Jon

1996, « Globalization and the politics of place : place identity in an inner London neighbourhood » in *Transactions of the Institute of British Geographer*, vol. 21, n° 1, pp. 194-215

MILLER Daniel et al.

1998, *Shopping Place and Identity*, London : Routledge, 214 p.

MILNER Anthony

1998, « Ideological work in constructing the Malay majority » in *Making Majorities: constituting the Nation in Japan, Korea, China, Malaysia, Fiji, Turkey, and the United States*, éd. GLADNEY, Dru, Stanford : Stanford University Press, pp. 151-169

MORRIS Mehagan

1999, « Things to do with a shopping center » in *The Cultural studies reader*, éd. S DURING, London : Routledge, pp. 391-409

NONINI Donald M.

1993, « The State, Space, Property and Capitalist Development in Malaysia » in *Anthropology of Work review*, vol. XIV, n°2.

PECCOUD Antoine

2007, « Nommer les immigrés : construction et déconstruction d'une économie turque à Berlin » in *Ordre et subversion*, éd. CHAPPAZ-WIRTHNER S., MONSUTTI A., SCHINZ O., Paris : Karthala, pp. 37-50

PELLOW Deborah

1996, *Setting Boundaries : The anthropology of spatial and social organization*, London : Bergin and Garvey, 239 p.

POUTIGNAT Philippe, STREIFF-FENART Jocelyne

2005, *Les groupes ethniques et leurs frontières*, Paris : Presse universitaire de France, 270 p.

ROBINSON Richard, GOODMAN David S.

1996, *The New rich in Asia : mobilephone, McDonalds and the middle-class revolution*, New-York : Routledge, pp. 253

SHAMSUL A.B.

1996, « Nations-of-intent in Malaysia » in *Asian Forms of the Nation*, éd. TONNESON S., ANTLOV H., Surrey: Curzon, pp. 323-347

2001, « The redefinition of politics and the transformation of malaysian pluralism » in *The politics of multiculturalism: pluralism and citizenship in Malaysia, Singapore, and Indonesia*, éd. HEFNER R.W, Honolulu: University of Hawai Press, pp.204-225

SHIELDS Robert

1992, *Lifestyle Shopping: The subject of Consumption*, London : Routledge, 239p.

TEO Peggy

2001, « The limits of Imagineering: a case study of Penang » in *International Journal of Urban Research*, 27, pp. 545-563

TSING Anna

2000, « The global situation » in *Cultural anthropology*, vol. 15, n° 3, pp. 327-360

WATSON C.W.

1996, « The Construction of the Postcolonial subject in Malaysia » in *Asian Forms of the Nation*, éd. TONNESON S., ANTLOV H., Surrey: Curzon, pp. 297-322

WILLIAMSON Thomas

2002, « Incorporating a Malaysian nation » in *Cultural Anthropology*, vol. 17, n° 3, pp. 401-430

YEOH Brenda

1998, « Negotiating public space : strategies and styles of migrant female domestic workers in Singapore » in *Urban Studies*, vol. 35, pp. 583-602

## Sources

- PDC « 25th Anniversary », 1994, coord. Public Affairs Unit, PDC

- « Penang Urban Center », CAPU, PDC

- Autres documents de presentation du projet, lors de la phase de la construction de la phase 2A, 1985, PDC

- « Second Malaysia Plan »,

In [http://www.digitalibrary.my/dmdocuments/malaysiakini/041\\_2nd%20Malaysia%20Plan.pdf](http://www.digitalibrary.my/dmdocuments/malaysiakini/041_2nd%20Malaysia%20Plan.pdf)

## Crédits photographiques

<http://www.petitfute.com/images/destinations/>

<http://travelmalaysiaguide.com/images/Maps/>

<http://travelmalaysiaguide.com/images/Maps/>

Julie Dorner

## Annexes

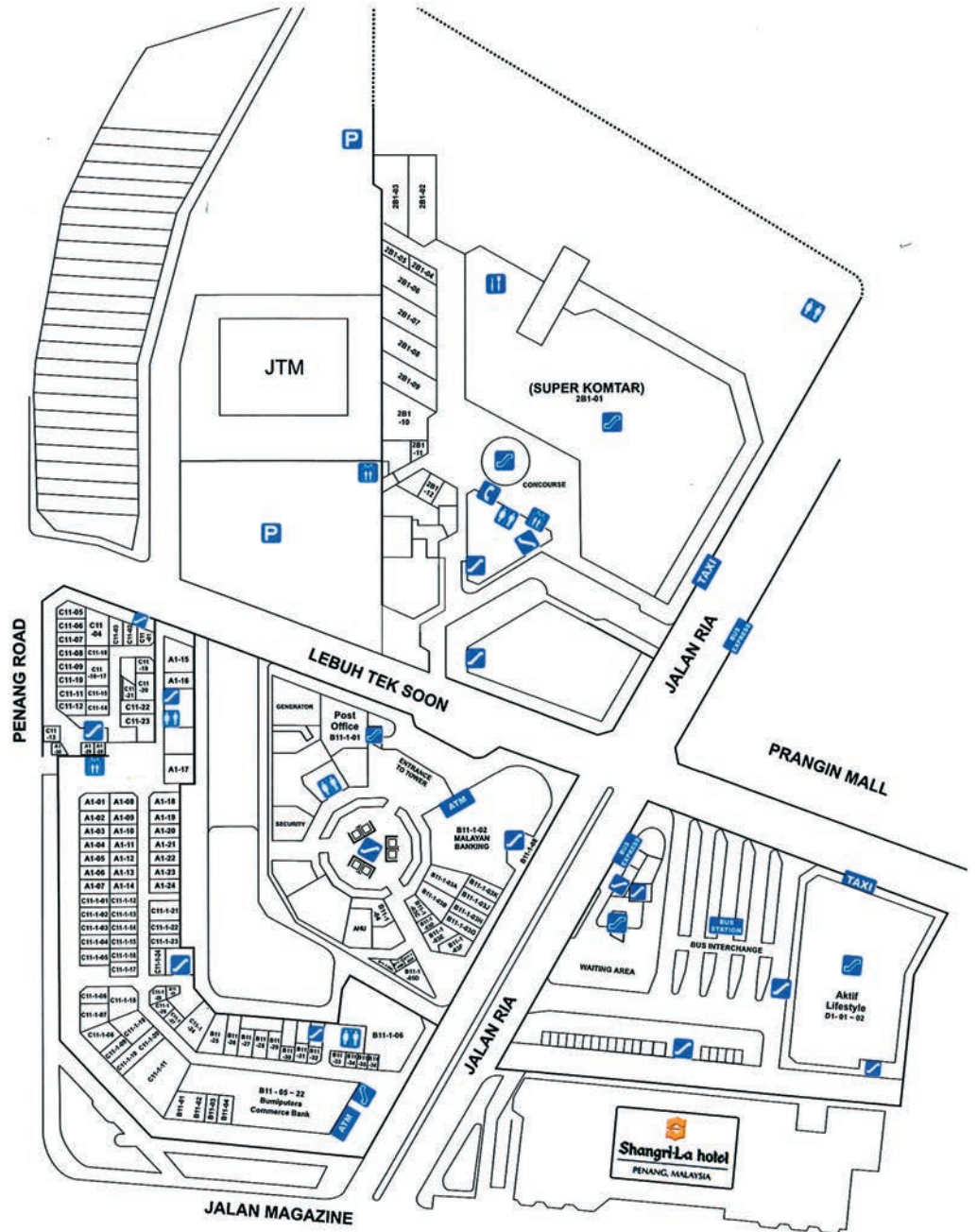
### Abréviations dans le texte

CAPU	Central Area Unit
KFC	Kentucky Fried Chicken (Fast food)
KOMTAR	Kompleks Tun Abdul Razak
LBC	Agence pour le transfert d'argent et l'envoi de colis aux Philippines.
MARA	Majlis Amanah Rakyat (Foundation)
MCA	Malaysian Chinese Association
MIC	Malaysian Indian Congress
MPPP	Majlis Perbandaran Pulau Pinang
MSC	Multimedia Super Corridor
NDP	New Development Policy
NEP	New Economic Policy
PDC	Penang Development Corporation
UMNO	United Malays National Organisation
UNESCO	United Nations Educational, Scientific and Cultural Organization

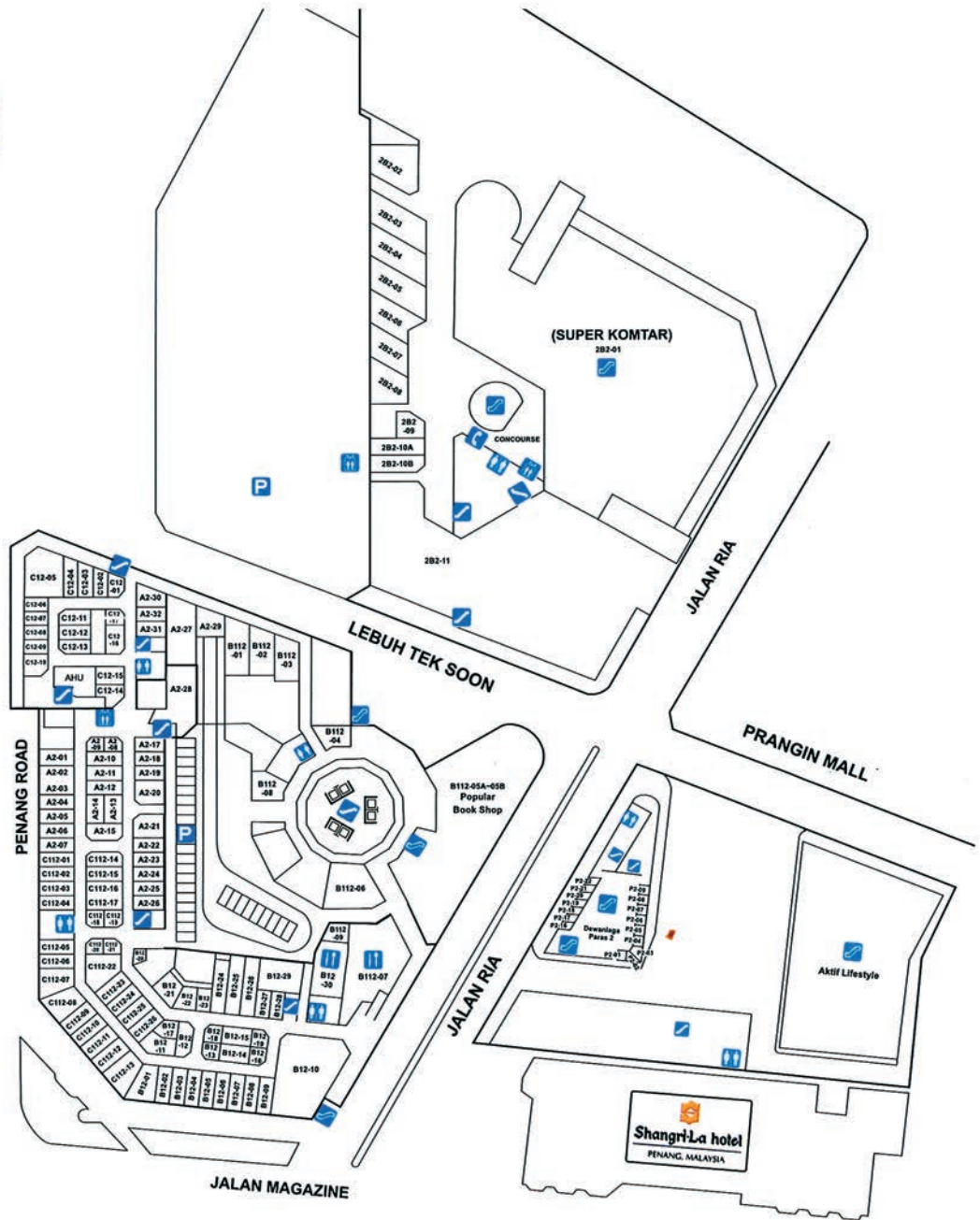




### Plans des quatre premiers étages du Komtar (KOMTAR This month, Avril 2003)

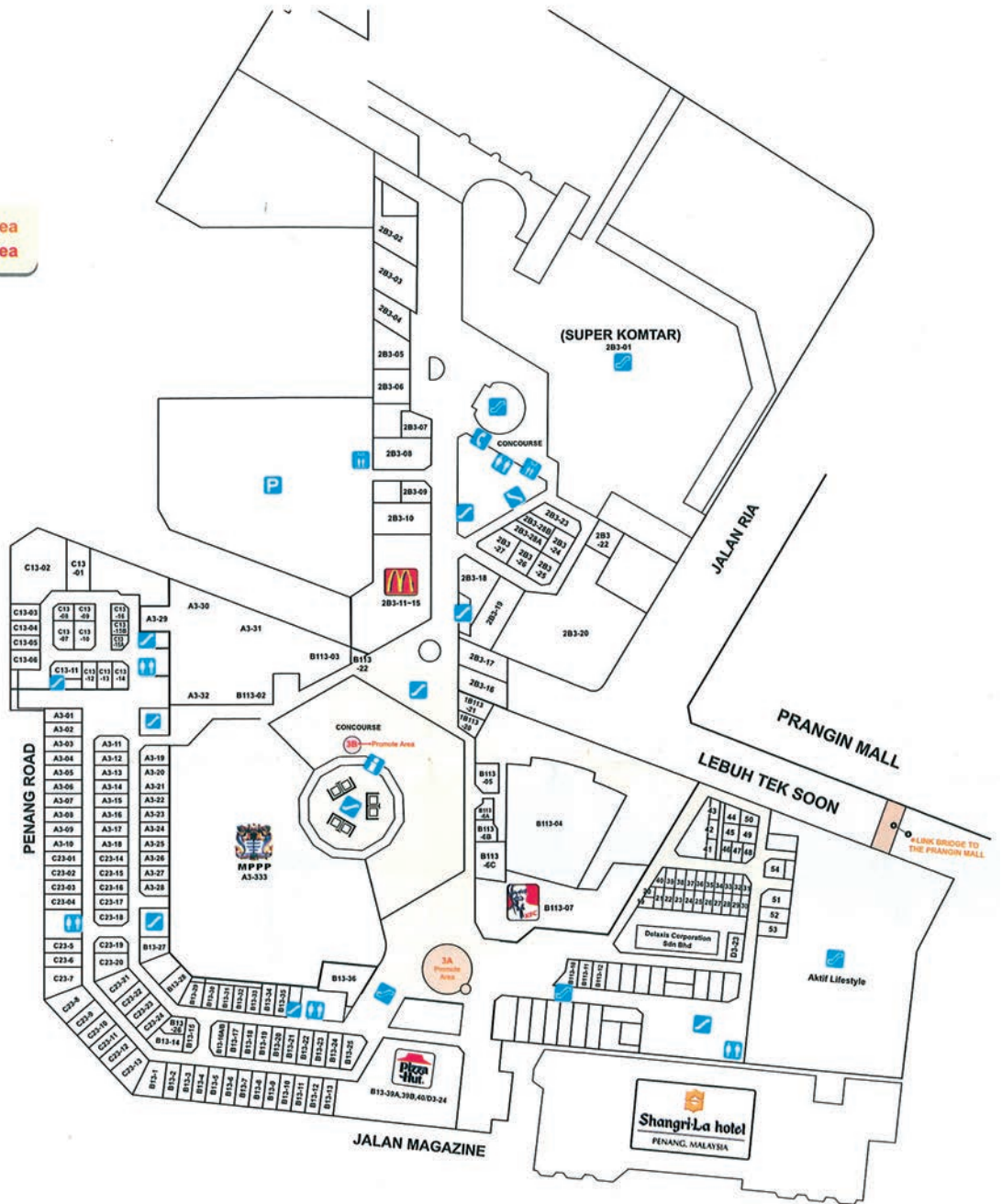


Level 2



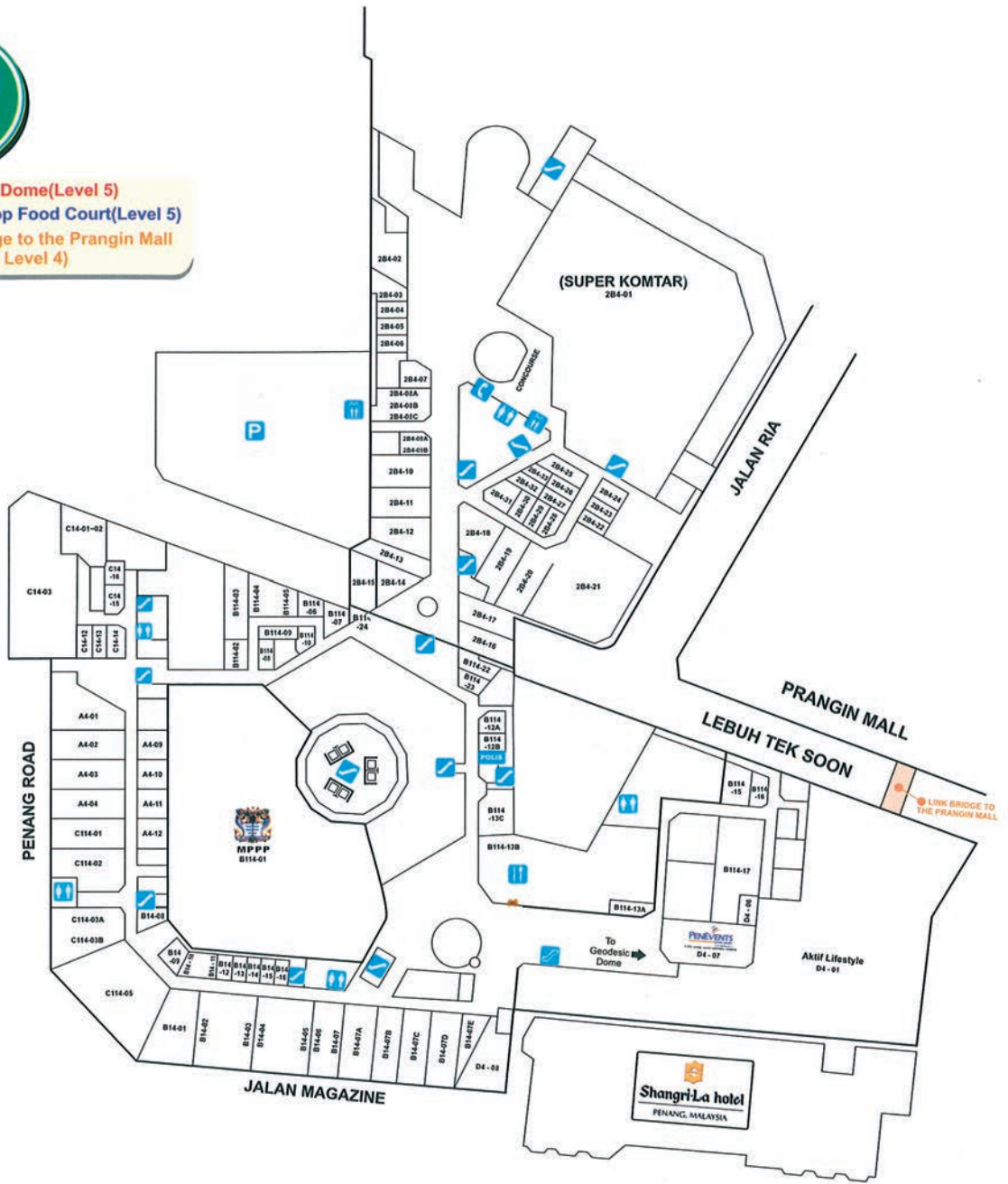
Level 3

- 3A Promote Area
- 3B Promote Area

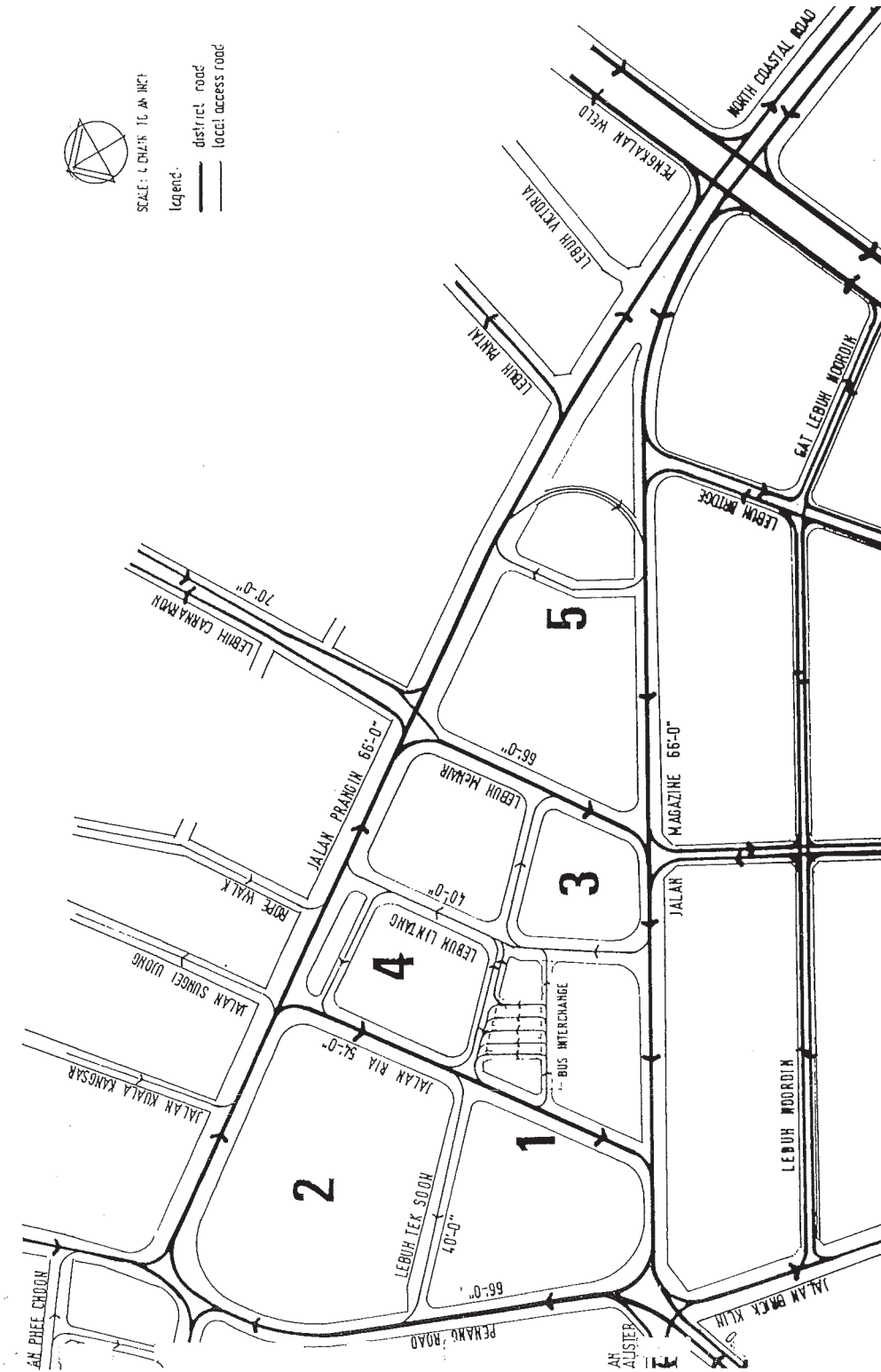


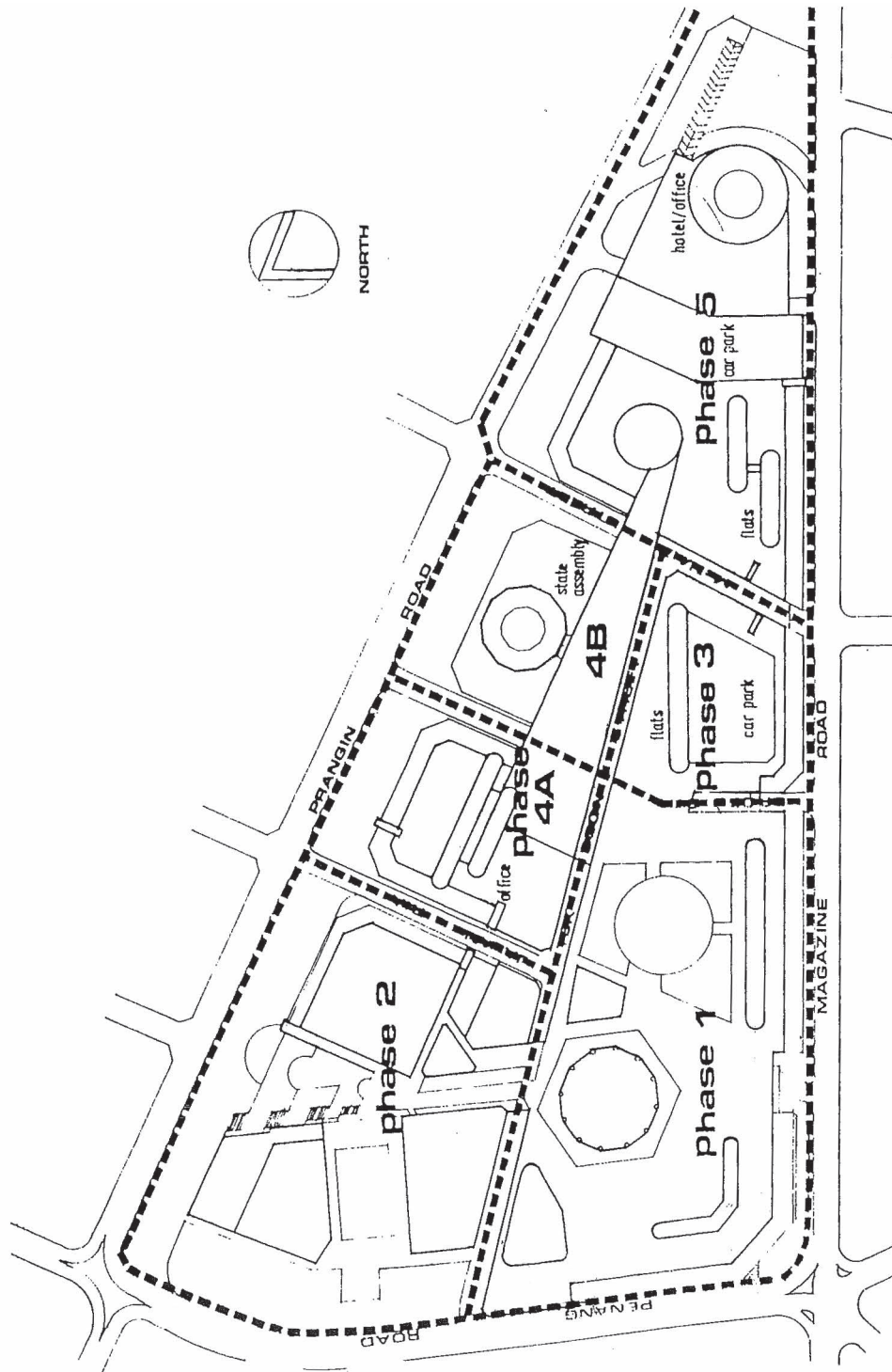
**Level 4**

- Geodesic Dome(Level 5)
- ROOF - Top Food Court(Level 5)
- Link Bridge to the Prangin Mall (Level 3 & Level 4)



### Plans des cinq phases de construction du « Penang New Urban Center » (PDC)





Free Penang Map

Association of Tourism Attractions Penang

Welcome to  
**Penang**  
MALAYSIA  
*has it all!*

Visit  
Malaysia  
2007

**TOURISM**  
**PENANG**

To advertise kindly contact:  
**IMPACT MEDIA**  
Tel: 644 8545 Fax: 643 0822  
\* Information correct at time of print.  
However, it is subject to change without prior notice.  
ATAP will not be held liable for any changes in information.

