École des Hautes Études en Sciences Sociales

École doctorale de l'EHESS

Nom du centre de recherches : CCJ – UMR 8173

Doctorat

Discipline : Anthropologie sociale et ethnologie

LIN Ziyu

Une ethnographie des festivals des lanternes en France

Pratiques micro-sociales sino-françaises

Direction de la thèse (par ordre alphabétique)

Caroline Bodolec, directrice de recherche, CNRS

Boris Pétric, directeur de recherche, CNRS

Date de soutenance : 16 décembre 2025

Composition du jury (par ordre alphabétique) :

Giorgio Blundo, directeur d'études, EHESS

Chantal Crenn, professeure, Université de Montpellier (rapporteure)

Sylvie Sagnes, chargée de recherche, CNRS

Benjamin Taunay, professeur des universités, Aix-Marseille Université (rapporteur)

Remerciements

Une thèse n'est jamais une aventure solitaire : elle est le fruit de rencontres, de soutiens et de dialogues. Sans l'accompagnement généreux et patient de nombreuses personnes, je n'aurais jamais pu mener ce chemin à son terme. C'est ici que je souhaite exprimer ma profonde gratitude à toutes celles et tous ceux qui ont rendu ce travail possible.

Je remercie chaleureusement mes directeurs de thèse, Caroline Bodolec et Boris Petric. Depuis notre première rencontre, le 1er juillet 2016, Boris m'a dit : « Prends ton temps. » Cette phrase, simple en apparence, a agi comme une libération. Elle m'a permis de sortir de l'urgence de performance dans laquelle j'étais plongée et m'a donné la possibilité de réapprendre, à mon rythme, ce que signifie faire de l'anthropologie ici, en France.

Puis, j'ai eu la chance de croiser la route de Caroline Bodolec. Après un séminaire, nous avons discuté ensemble ; elle m'a regardée et m'a dit : « Tu n'es pas sinologue, tu es anthropologue. » Cette phrase m'a donné une force inestimable. Même dans les moments où je ne savais plus comment avancer, où je doutais de ma légitimité, elle m'a toujours dit : « Nous réfléchissons à comment t'aider. » Sa clarté d'esprit, sa rigueur bienveillante et sa compréhension fine du monde chinois m'ont guidée tout au long de ce chemin.

Je remercie les membres de mon jury, Benjamin Taunay, Chantal Crenn, Sylvie Sagnes et Giorgio Blundo, pour l'attention qu'ils ont portée à mon travail, ainsi que pour la richesse de leurs lectures et leurs précieux commentaires.

Je remercie également Melissa Blanchard, membre de mon comité de thèse, pour la qualité de ses lectures, la pertinence de ses remarques et l'attention généreuse portée à chacun de mes textes.

Ma reconnaissance va également à Valeria Siniscalchi. Je n'oublierai jamais notre première rencontre, lorsqu'elle m'a expliqué, avec une patience infinie, comment m'inscrire à l'école. À travers ses cours et ses séminaires, elle m'a donné confiance et m'a transmis une exigence intellectuelle précieuse.

Je tiens à remercier tout particulièrement Rim Affaya, qui a relu et corrigé mon manuscrit avec un grand professionnalisme et une attention minutieuse. Son travail m'a donné beaucoup de confiance en moi.

Je remercie également mon amie Yulingling à Toulouse. En tant que traductrice sino-française, elle a lu attentivement ma thèse et m'a apporté un immense soutien et un encouragement.

Je tiens à remercier sincèrement l'ensemble des enseignants, chercheuses et chercheurs que j'ai croisés au sein de l'EHESS Marseille, au CNE puis au CeRCLE, ainsi que mes collègues et amis de la Vieille Charité — Lucille Florenza, Corentin Legras, Morgane Tocco, Aziliz Kondracki, Elie Lewa Doksala,Claire Bouillot, etc. — merci pour votre présence, vos sourires, nos discussions, nos repas partagés et les innombrables petites choses du quotidien qui rendent ce long parcours plus humain et chaleureux.

Je souhaite également exprimer ma profonde gratitude à toutes les personnes rencontrées sur mon terrain — bénévoles, ouvriers, acteurs, traducteurs, commerçants, organisateurs, artistes — pour leur confiance, leur disponibilité et leur générosité. Certain · e · s m'ont offert bien plus que des données : des gestes, des silences, des récits et des regards qui ont façonné ma compréhension du terrain. Vous m'avez permis de voir le monde autrement, et je vous en suis profondément reconnaissante.

Ma reconnaissance va aussi à ma famille pour leur soutien constant, même à distance. À mes parents, qui m'ont donné la vie et m'ont permis de poursuivre ce chemin loin de chez moi, je dis merci du fond du cœur. Parmi les membres de ma famille, celle qui mérite une mention toute particulière est ma fille aînée, Dyna Peng. Elle m'a accompagnée dès l'âge de quatre mois sur mes terrains de recherche jusqu'à son septième anniversaire. J'ai souvent attendu d'elle un soutien que je n'aurais jamais dû lui demander. C'est elle qui m'a portée dans les moments les plus fragiles. Je remercie également mon mari, Tao Peng, avec qui j'ai traversé les moments les plus difficiles, notamment pendant la pandémie. Quand ma bourse s'est arrêtée, quand les incertitudes se multipliaient, il est toujours resté à mes côtés, présent, discret, solide.

Enfin, je remercie ma deuxième fille, Mina Peng, arrivée au moment le plus éprouvant de cette thèse. Elle m'a offert une forme de paix inattendue. Une thèse, c'est un peu comme un enfant : elle demande du temps, de la patience, de l'attention et beaucoup d'amour.

On dit qu'il faut tout un village pour élever un enfant — cette thèse, à bien des égards, a été portée de la même manière.

À toutes celles et ceux que je n'ai pas pu nommer ici, mais qui m'ont tendu la main, écoutés, portés, ou simplement souri dans les moments de doute : je vous remercie. Cette thèse est aussi la vôtre.

Résumé et mots clés

Depuis 2017, plusieurs villes du sud-ouest de la France accueillent un festival chinois des lanternes conçu et fabriqué à Zigong, au Sichuan (Chine). Fondée sur une ethnographie multi-située menée en Chine et en France entre 2019 et 2023, cette thèse étudie la trajectoire transnationale de ces festivals et analyse comment ceux-ci deviennent un espace où l'image nationale chinoise se met en scène, s'interprète et se transforme. Plus qu'un instrument de rayonnement culturel, les festivals fonctionnent comme un dispositif pratique dans lequel des actions situées, des ajustements et des interactions redéfinissent continuellement les relations entre les équipes chinoises, les autorités locales et les publics. L'enquête repose sur l'observation participante, sur des entretiens et sur une démarche réflexive. Elle porte sur les ouvriers, les petits commerçants, les traducteurs et d'autres médiateurs dont le rôle est souvent invisibilisé. À travers leurs gestes, leurs usages du langage et leurs stratégies, ces acteurs adaptent et réinterprètent les symboles nationaux chinois en fonction des attentes locales, des contraintes techniques et des rencontres quotidiennes. Leurs pratiques montrent que l'image exportée de la Chine ne correspond jamais complètement aux intentions officielles, mais émerge de formes d'action situées et contextuelles, façonnées par les interactions quotidiennes. L'analyse s'articule autour de trois dimensions. La première concerne la scénographie standardisée du festival, fondée sur des représentations codifiées de la « sinité », qui doivent constamment être ajustées aux contextes locaux. La deuxième examine les interactions interculturelles qui façonnent l'expérience des visiteurs et produisent une compréhension mutuelle, des échanges sociaux ou des malentendus. La troisième dimension explore des formes diffuses de pouvoir exprimées dans la communication sélective, les silences et les médiations exercées par des traducteurs, des responsables et des commerçants. En reliant dispositifs institutionnels et pratiques situées, la thèse montre que l'image nationale chinoise à l'étranger se construit dans l'action plutôt que par imposition verticale. Elle prend forme à travers les ajustements matériels, les coopérations et frictions internes aux équipes chinoises, ainsi que les interactions fragiles avec les publics français. L'image nationale de la Chine apparaît ainsi comme un processus dynamique et négocié, façonné dans les marges de l'événement par des acteurs dont le travail contribue concrètement à la présence internationale de la Chine.

Mots-clés festival des lanternes ; ethnographie multi-située ; image nationale ; interactions interculturelles ; pratiques situées ; circulation transnationale

Abstract and Keywords

Since 2017, several cities in southwest France have hosted a Chinese lantern festival designed and produced in Zigong, Sichuan. Based on a multi-sited ethnography conducted in China and France between 2019 and 2023, this dissertation examines the transnational trajectory of the festival and analyzes how it becomes a space where China's national image is staged, interpreted, and reshaped. Rather than a simple instrument of cultural outreach, the festival operates as a practical dispositif in which situated actions, adjustments, and interactions constantly transform the relations between Chinese teams, local authorities, and visitors. The research relies on participant observation, interviews, and a reflexive approach. It focuses on workers, small vendors, translators, and other mediators whose roles often remain invisible. Through their gestures, language practices, and strategies, these actors adapt and reinterpret Chinese national symbols according to local expectations, technical constraints, and everyday encounters. Their practices demonstrate that the exported image of China never fully corresponds to official intentions; instead, it emerges from situated and contextual forms of action shaped by daily interactions.

The analysis unfolds along three dimensions. The first concerns the standardized scenography of the festival, built on codified representations of "Chineseness," which must be continually adjusted to local contexts. The second examines intercultural interactions, which shape visitors' experiences and generate moments of mutual understanding, misunderstanding, and social exchange. The third explores diffuse forms of power expressed through selective communication, silences, and the mediations performed by translators, managers, and vendors. By linking institutional arrangements with situated practices, this dissertation shows that the national image is produced through action rather than imposed from above. It takes shape through material adjustments, cooperation and friction within Chinese teams, and the fragile interactions established with French publics. The national image thus appears as a dynamic and negotiated process that emerges in the margins of the event, shaped by actors whose work concretely contributes to China's presence abroad.

Keywords lantern festival; multi-sited ethnography; national image; intercultural interactions; situated practices; transnational circulation

Table des matières

Remerciements **i**

Résumé **iii**

Abstract and Keywords **v**

Table des matières **ix**

Liste des photos et illustrations **xiii**

Introduction **1**

1 Un festival qui présente l'image officielle de la Chine 1

2 Revue de la litterature 6

2.1 Festivals culturels comme une scène performative 6

2.2 La construction de l'image nationale à travers les événements culturels 7

2.3 Capacités d'agir à la marge : pratiques et négociations micro-sociales . 9

3 Méthodologie et terrains de recherche : une immersion dans les festivals des Lanternes 12

3.1 Voyage au cœur des lumières (2019-2023) 12

3.2 Entre observation participante et anthropologie engagée 15

3.3 Mère et chercheuse 15

3.4 Une ethnographie polyphonique et des voix basses 16

4 Parcours des chapitres 17

I Le festival des lanternes : un spectacle lumineux qui circule à travers le monde **21**

1 Gaillac, une première rencontre 21

2 L'évolution de l'industrie des lanternes à Zigong : entre tradition et commerce 26

2.1 Musée des lanternes chinoises : découvrir son histoire 27

2.2 L'entreprise d'Etat 37

2.3 Le Groupe de Lanternes 41

2.4 Racines et réinventions 43

3 D'une localité à l'autre : les lanternes de Zigong dans le contexte du sud-ouest de la France 45
4 Réécriture des traditions populaires par le gouvernement 52

II Scénographie d'une Chine exportée : entre symboles choisis et imaginaires projetés 57

1 La fabrique des symboles : l'art de transformer la culture en lumière 61
1.1 Timeline de construction d'un festival 61
1.2 Étapes de fabrication des lanternes 62
1.3 Coordination et logistique de production 65
2 Lanternes et *soft power* : la sélection des symboles culturels 65
2.1 Les coutumes et les cultures chinoises 66
2.2 Les monuments des styles chinois 67
2.3 Les littératures et les légendes 68
2.4 Les faunes et les flores 75
2.5 Mise en scène de la specialité des villes hotes 77
2.6 Les dinosaures 79
3 Les spectacles : un aperçu immersif de la culture 81
4 Le marché de souvenir : entre artisanat et stratégies de diffusion culturelle . . . 82
4.1 Choix des marchandises et réajustement empirique 83
4.2 Mise en scène commerciale et circulation performative 86
5 Un espace privilégé 86
6 Une scène standardisée, une réception différenciée 88

III Superposition, privation, flottement : les territoires vécus du festival des lanternes 91

1 Quand la ville se transforme : espaces hybrides et mobilisations culturelles au festival des lanternes 92
2 La privation de l'espace public au quotidien 97
3 Bulles flottantes : expériences collectives et anthropologie des sens 100
4 Espaces superposés, frontières visibles 106

IV Des pratiques micro-sociales entre don et échange pendant le festival entre français et chinois 109

1 Les modes d'interaction interculturelle entre les acteurs et les ouvriers 110
2 Petits commerçants chinois : entre sociabilités rurales et mobilité transnationale 117
3 Une économie encadrée : trajectoires, contraintes et stratégies des petits commerçants chinois 120
4 L'esthétique de la vie des petits commerçants 123
5 Quand le sens s'efface : circulations, malentendus et performativité des objets culturels chinois 125

6 De la position vulnérable à la position dominante : stratégies linguistiques des petits commerçants 129
7 Faire lien par le don 132
7.1 Un intérêt bien placé : don sélectif et stratégie relationnelle 134
7.2 La signification multiple des échanges informels 138
8 Tisser des liens, façonner une image 142

V Entre boss, courtier et *xiangshen* : les multiples figures de l'agentivité de Monsieur Wu 145
1 Un artisan devenu chef : la fabrique d'un scénario public 146
2 Entre méfiance et contrôle : la mise en scène discrète de Wu 153
3 Le masque fissuré : tensions entre scène publique et pratiques cachées 159
4 La peur accélère la révélation de la vérité 160
5 La fabrication stratégique des apparences : entre camouflage identitaire et pouvoir relationnel 169
6 Scénarios parallèles : l'art de naviguer entre visibilité et opacité 172

VI Regardé, nommé, traduit : petites scènes du pouvoir dans le festival des lanternes 175
1 La transformation de l'autorité charismatique 176
2 La méfiance et le regard invisible 184
3 Le privilège du traducteur 190
4 Les scènes du pouvoir en mouvement : micro-politiques de l'interaction interculturelle 196

Conclusion générale 199

Bibliographie 221

Bibliographie 223

Annexe – Portraits des participant · e · s chinois · es 229

Table des matières

Liste des photos et illustrations

1 Localisation de Gaillac, Blagnac et Montauban 2
2 Un slogan dans la rue 5
3 Localisation de 3 villes en France 13
4 Localisation de Zigong en Chine 13

I.1 L'accès festival 22
I.2 Graffiti d'un dragon 22
I.3 Musée des lanternes chinois 27
I.4 Stèle de Wu huang Deng hui 28
I.5 *Bai Zhi Deng Shu* 百枝灯树 29
I.6 Deng Xiao Ping dans le festival des lanternes au Parc Beihai en 1988 33
I.7 *Tian Xia Di Yi Deng* 天下第一灯 [la meilleure lanterne du monde] 34
I.8 les couleurs des lanternes 38
I.9 Installation lumineuse en forme de lapin géant portant un casque de réalité virtuelle, exposée à Zigong en 2023. Ce mélange entre esthétique traditionnelle et symboles technologiques exprime une volonté de rendre les lanternes plus attrayantes pour les jeunes générations. 40
I.10 Lanterne inspirée du jeu vidéo *League of Legends*, vue au festival des lanternes de Zigong en 2023. Cette installation spectaculaire combine des personnages numériques avec un langage visuel lumineux et dynamique, illustrant l'intégration de la culture pop mondiale dans les lanternes traditionnelles. 40

II.1 Le petit rond point devant l'entrée de parc Foucaud 58
II.2 Un homme devant le portail de l'entrée 58
II.3 Signe du lapin 67
II.4 Le Grand Bouddha de Leshan 68
II.5 La tour de Jiu tian à Blagnac 69
II.6 Fabrication et dégustation du Baijiu 69
II.7 Différents types de lanternes dragon 70
II.8 Les dragons jouent au rugby avec des joueurs 71
II.9 Fuzhu 72
II.10 Kunpeng 72

II.11 Qilin . . . 73
II.12 Hong Lou Meng . . . 74
II.13 Les pandas . . . 75
II.14 Les pivoines . . . 76
II.15 Les pêchers . . . 77
II.16 Les lanternes de vin de Gaillac . . . 78
II.17 Lanterne de l'avion à Blagnac en 2021 . . . 78
II.18 Les Dinosaures à Gaillac en 2019 . . . 80
II.19 Marché de Sichuan à Gaillac en 2019 . . . 83
II.20 La femme de Monsieur Wu vendant des flèches de flache à Gaillac, 2019 . . . 84
II.21 Les pièces de monnaie des Cinq Empereurs . . . 85
II.22 Porte-clés à l'effigie de *Mao Zedong* et *Xi Jinping* . . . 85

III.1 Les décorations pendant le festival des lanternes à Gaillac en 2019 . . . 92
III.2 Réutilisation des lanternes dans l'espace urbain : à gauche, une lanterne d'éléphant devant E.Leclerc ; à droite, une lanterne de fée tournante au rond-point . . . 93
III.3 La transformation de l'espace : du parc au monde des lanternes . . . 94
III.4 La privation du parc public . . . 97
III.5 Le 8 septembre 2022, à Montauban, le montage est dans un entrepôt. . . . 99
III.6 Un repas pour un groupe chinois de 6 à 10 personnes . . . 102
III.7 Le Nouvel An chinois 2020 à Gaillac . . . 103
III.8 Le Nouvel An chinois 2022 à Blagnac . . . 103

IV.1 Tableau récapitulatif des recettes commerciales – festival des lanternes à Blagnac (2021) . . . 122
IV.2 Tableau récapitulatif des revenus du commerce artisanal pendant le Festival de Gaillac 2019 (en euros) . . . 122
IV.3 Un bénévole écrit en français comment expliquer cette broderie « 年年有余 ». . . 127
IV.4 Porte-bonheurs en forme de rat avec des pièces de monnaie . . . 127
IV.6 Li lève le pouce en signe de fierté et me montre une écharpe offerte par un habitant de Gaillac, symbole des relations qu'il a tissées au fil des années. . . . 133
IV.7 Cadeaux reçus par Li et conservés dans sa valise . . . 133
IV.8 Une bénévole explique aux petits commerçants comment on mange la galette des rois . . . 141

V.1 Wu et son stand . . . 147
V.2 Wu encadre des articles de presse . . . 148
V.3 Dragon en vannerie réalisé par Wu . . . 148

V.4 Photo de Wu avec le président du groupe des lanternes, publiée sur WeChat. Traduction : « Chaque fois que je viens à Zigong, je reçois un accueil chaleureux de la part de M. Huang, le président du groupe des lanternes. Cela fait presque vingt ans que je le connais. Le président Huang m'a non seulement accordé une grande reconnaissance, mais il est aussi un mentor et un ami précieux dans ma vie. Sa bienveillance et sa générosité resteront gravées dans mon cœur pour toujours ». 150
V.5 Photo de Wu avec Patrice Gausserand, publiée sur WeChat. Traduction : « Une photo amicale et chaleureuse de moi avec le maire de Gaillac. Merci, Monsieur le Maire, pour votre soutien et votre aide précieux. Nous ferons de notre mieux ».150

VI.1 À gauche, des agents retirent des éléments en porcelaine ; à droite, une lanterne partiellement vidée. 180
VI.2 Carte de bénévoles de Gaillac en 2019 223
VI.3 Un repas pour les bénévoles à Blagnac en 2022 224
VI.4 Cadeaux de bénévoles de Gaillac 2019 reçu en 2021 224
VI.5 Les vêtements des bénévoles à Blagnac 225
VI.6 Réunion de sécurité pendant la pandémie de COVID-19 226
VI.7 1er réunion bénévole avec Patrice Gausserand en Novembre 2021 à Blagnac . . 226
VI.8 Les bénévoles en mission le jour de Noël 2021 227

Wo he wo de zu guo, yi ke ye bu neng fen ge
我和我的祖国, 一刻也不能分割
Moi et ma patrie, nous sommes inséparables, pas une seule seconde.

Wu lun wo zou dao na li, dou liu chu yi shou zang e
无论我走到哪里, 都流出一首赞歌
Où que j'aille, une chanson d'éloge jaillit.

Wo de zu guo he wo, xiang hai he lang hua yi duo
我的祖国和我, 像海和浪花一朵
Ma patrie et moi, comme la mer et l'écume.

Lang shi na hai de chi zi, hai shi na lang de yi tuo
浪是那海的赤子, 海是那浪的依托
La vague est l'enfant de la mer, la mer est le soutien de la vague.

——《我和我的祖国》, 张藜词, 秦咏诚曲,1984[1]

1. Extrait de la chanson patriotique chinoise "Moi et ma patrie" créée en 1984. Depuis les années 2010, cette chanson apparaît fréquemment dans des flash mobs culturels, des cérémonies officielles et des événements de diffusion à l'étranger, devenant un symbole important de l'identité nationale et de la fusion des émotions individuelles. La présente thèse s'intéresse à la construction de l'image nationale et à la participation des individus, qui peuvent être éclairées par cette chanson pour comprendre comment la nation est perçue, représentée et incarnée dans des contextes transnationaux.

Introduction

De 2017 à 2020, chaque hiver, une petite ville du sud-ouest de la France organise un festival des lanternes. Gaillac est en relation avec la ville de Zigong, en Chine. Pendant trois années consécutives, l'événement donne une nouvelle dynamique à la ville. Le festival attire près d'un million de visiteurs. Il génère des retombées économiques importantes. Gaillac et Zigong, berceau des lanternes, concluent un jumelage officiel en 2017. En théorie, ce jumelage doit renforcer la coopération à travers diverses activités. Cependant, le départ du maire de Gaillac et la pandémie mondiale de Covid-19 interrompent le festival pendant un an. À la fin de 2021, le festival se déplace à Blagnac. Durant les trois années suivantes, il s'installe ensuite à Montauban (Figure 1). Les cinquième et sixième éditions y ont lieu. Elles attirent entre 300 000 et 400 000 visiteurs chaque année. Ces six éditions successives jouent un rôle important dans la relance économique locale et apportent une vitalité bienvenue durant les longs mois d'hiver.

Mon travail ethnographique analyse ces festivals comme des dispositifs culturels transnationaux. Il examine non seulement leur organisation et leur réception locale, mais aussi la manière dont, à Gaillac, Blagnac et Montauban, se construisent et se transforment des représentations nationales à travers des interactions situées et des pratiques micro-sociales.

1 Un festival qui présente l'image officielle de la Chine

À propos des lanternes, les perceptions varient considérablement d'une culture à l'autre. D'après les Français que j'ai interrogés et qui n'ont jamais participé au festival des lanternes, une lanterne évoque d'abord une lampe portative ou un objet décoratif ; si l'on cherche un lien avec la Chine, c'est souvent l'image des grandes lanternes rouges des restaurants asiatiques. En revanche, pour les Chinois, la lanterne revêt une signification beaucoup plus riche : elle symbolise les célébrations du Nouvel An lunaire, le rassemblement familial, la prospérité et l'espoir.

Lorsque ce symbole culturel circule des mains des ouvriers chinois vers le contexte culturel français, sa signification subit une transformation et une reconstruction multiples. Ainsi, lorsque le festival nommé « festival des lanternes » se tient à Gaillac, en France, comment ce concept culturel riche pour les Chinois est-il perçu et accepté ? Le contexte culturel et social local influence-t-il la construction du sens de cet événement ?

À Gaillac, en prenant la route départementale D968 depuis l'autoroute A68, on aperçoit,

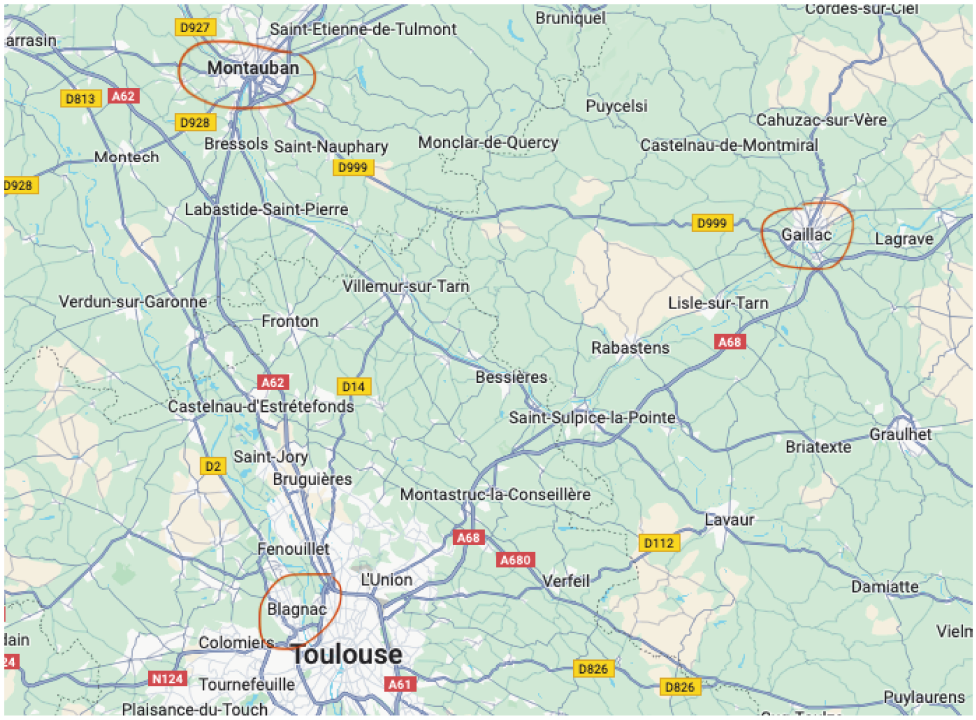

Figure 1 – *Localisation de Gaillac, Blagnac et Montauban*

sur la rive du Tarn, une immense scène lumineuse qui éclaire la nuit environnante. Par temps de brume légère, l'atmosphère se transforme et devient presque théâtrale. Les repères habituels du paysage nocturne se brouillent, incitant les passants à s'approcher. C'est dans cette mise en scène lumineuse que se cristallise l'essence même de ce que la presse appelle la « Féerie de Chine » : une immersion immédiate dans un univers enchanté.

Au-delà de cette première impression sensible, il convient de préciser ce que l'on entend par *festival des lanternes*. Ce terme désigne aujourd'hui un dispositif festif centré sur la fabrication et l'exposition de lanternes monumentales, issues des savoir-faire artisanaux chinois. Le festival prend la forme d'un *parcours-spectacle* : les visiteurs cheminent à travers des structures métalliques recouvertes de tissu satiné et illuminées de l'intérieur, découvrant au fil de la marche des scènes successives représentant des animaux, des personnages, des architectures ou des univers narratifs.

L'événement combine généralement trois dimensions principales : une scénographie lumineuse et symbolique (les lanternes elles-mêmes), des performances artistiques et culturelles (danses, acrobaties, opéra), ainsi qu'un espace marchand fortement intégré. Héritier des fêtes populaires du Nouvel An lunaire, il a été transformé, à travers un processus d'industrialisation et d'internationalisation, en un outil de représentation culturelle et d'exportation d'image nationale. C'est précisément dans ce processus de transformation que le festival des lanternes dépasse son contexte festif local pour devenir un événement culturel en circulation et en réinterprétation à l'échelle mondiale.

À ce jour, plus de 80 pays ont accueilli ce type d'événement dans le monde entier. En France, des villes comme Nice, Marseille, Paris, Metz ou Bordeaux ont organisé leurs propres

éditions, ce qui témoigne de la circulation globale et de la diffusion interculturelle de ce symbole culturel.

Mon intérêt pour ce sujet est né à la lecture d'un article du journal *Le Monde*, que mon directeur de thèse, Boris Pétric, me conseille, publié en décembre 2018, [2], et qui porte sur la deuxième édition du festival des lanternes à Gaillac. Cet article, tout en décrivant de manière détaillée le déroulement de l'événement, utilise des termes à connotation négative tels que *kitsch* ou *spectaculaire, mais creux*, et associe la culture des lanternes à la Révolution culturelle chinoise—un sujet particulièrement sensible en Chine. Ces descriptions ont immédiatement attiré mon attention, non seulement pour leur tonalité critique, mais aussi parce qu'elles témoignent d'un regard typique de *l'autre*, révélateur d'un malentendu structurel dans la circulation interculturelle des symboles.

En effet, cet article constitue une illustration frappante de ce que l'on peut appeler un regard extérieur essentialisant : il réduit un événement culturel complexe à un outil de propagande étatique, tout en négligeant complètement la diversité des acteurs et des dynamiques en jeu. Il ignore la réalité composite du festival, qui est le produit d'interactions entre autorités locales, institutions chinoises, agents culturels, travailleurs sur le terrain et publics variés. Ce type de lecture omet la capacité d'agir des intermédiaires, ainsi que les tensions symboliques entre l'intention de ceux qui organisent et la signification que revêtent les objets culturels présentés. Ce faisant, l'événement culturel est simplifié à une extension mécanique de l'appareil d'État chinois.

Cette lecture réductrice a été, paradoxalement, le point de départ d'une réflexion plus profonde sur ma propre posture de chercheuse. Elle m'a poussée à m'interroger : comment les acteurs chinois du festival — y compris moi-même en tant que chercheuse et participante — sont-ils perçus ? Et comment se mettent-ils en scène dans l'espace interculturel ?

Au cours de mon expérience de vie interculturelle, cette divergence d'interprétation m'a paru particulièrement marquée. Lorsque je vivais en Chine, j'étais fréquemment exposée à des discours médiatiques valorisant la réussite du rayonnement culturel chinois. Pourtant, une fois hors de Chine, j'ai été confrontée à des critiques récurrentes dans la presse étrangère. Par exemple, lors de la visite d'Emmanuel Macron en Chine en avril 2023, les médias chinois ont donné une image optimiste et positive, tandis que la presse française l'a qualifiée d'*échec diplomatique* et de *perte d'image*. [3] Ce contraste révèle toute la complexité de la construction et de la réception de l'image nationale dans un contexte globalisé. Concernant ces reportages, Lams 2016 souligne que, bien que ces médias aient des orientations politiques différentes, leurs reportages sur la Chine sont majoritairement critiques, en mettant l'accent sur les questions des droits de l'Homme et des différences institutionnelles, tout en négligeant la compréhension de la culture chinoise et la complexité de sa société.

C'est dans ce cadre que cette recherche vise à analyser comment le festival des lanternes, en

2. Voir Le Monde 2018
3. Voir Julienne 2023

tant que vecteur clé du *soft power* culturel chinois, contribue à la production et à la négociation de l'image de la Chine dans un contexte transnational. Plus précisément, il s'agit d'examiner comment la Chine et ses ressortissants se présentent à travers ces pratiques interculturelles, en réponse aux attentes, perceptions et appropriations des acteurs étrangers. Par une démarche ethnographique, cette étude s'intéresse aux pratiques situées qui révèlent que l'image nationale n'est pas uniquement le produit d'une stratégie d'État centralisée, mais aussi le résultat dynamique d'interactions et de médiations culturelles sur le terrain.

Lorsque je vois pour la première fois le portail de l'entrée du festival des lanternes à Gaillac en novembre 2019, je remarque qu'en face, de l'autre côté de la rue, se trouvent un petit tabac et un café typiquement français. Ces deux cultures se croisent à un rond-point de la ville, créant un contraste visuel saisissant qui me laisse une impression marquante. Cette scène suscite en moi une multitude de questions. Je suis convaincue que toute personne qui découvre ce lieu pour la première fois se demande également : Pourquoi un parc en France accueille-t-il un festival de lanternes chinoises ? Comment ce festival est-il arrivé ici ? Est-il identique à la fête des lanternes célébrée en Chine ? Les visiteurs français comprennent-ils les scènes culturelles que les ouvriers chinois construisent à travers ces lanternes ? Quelles autres images de la Chine les participants chinois cherchent-ils à transmettre ? Et comment les Français imaginent-ils la Chine à travers ce spectacle lumineux ?

Toutes ces interrogations renvoient à une question centrale :

Comment l'État chinois se donne-t-il à voir dans un cadre interculturel, et comment les individus ordinaires participent-ils, de leur côté, à cette mise en scène ?

Pour y répondre, j'aborde deux niveaux : celui des institutions étatiques et celui des acteurs individuels. À l'échelle nationale, j'examine la stratégie actuelle de la Chine et la manière dont le festival des lanternes s'intègre dans son dispositif de rayonnement culturel. À l'échelle individuelle, je questionne la capacité réelle des personnes éloignées du centre du pouvoir à influer sur ces objectifs stratégiques. Il ne s'agit pas seulement de savoir comment l'État chinois construit son image, mais de comprendre comment, par leurs pratiques, les individus négocient et redéfinissent cette image.

La stratégie actuelle de la Chine repose sur le renforcement du *soft power* culturel. L'amélioration de son image internationale en est un pilier essentiel[4]. Le festival des lanternes de Zigong organisé en France constitue à ce titre une opportunité privilégiée pour déployer une image positive de la Chine.

Les ouvriers, commerçants et artistes impliqués dans le festival sont, pour la plupart, des personnes ordinaires, issues de milieux populaires et éloignées du pouvoir politique central. En Chine, leur quotidien est imprégné d'idéologie : les journaux télévisés, les affiches de propagande et les slogans routiers leur rappellent en permanence que le Parti veille à leur bien-être

4. Depuis 2013, *Xi Jinping* 习近平 insiste sur le développement du *soft power* culturel et sur la nécessité de *raconter une bonne histoire de la Chine*. Ces discours sont réunis dans son ouvrage *Extraits des discours de Xi Jinping* 习近平 *sur la construction culturelle socialiste* 习近平关于社会主义文化建设论述摘编 (Jinping 2017).

(Figure 2).



Figure 2 – *Un slogan dans la rue*

> Renforçons notre identification à la Grande Patrie, à la nation et à la culture chinoises, ainsi qu'au Parti communiste chinois et au socialisme caractéristique de la Chine ! (Traduit du chinois par Lin Ziyu)

Mais lorsqu'ils viennent temporairement en France pour participer au festival, ils entrent en contact avec un public généralement curieux de découvrir la Chine, tout en étant relativement isolés des critiques négatives circulant dans les médias occidentaux en raison de la barrière linguistique. Dans ce contexte particulier, ils participent à la mise en scène de l'image de la Chine à travers leur travail quotidien, leur comportement et les interactions qu'ils tissent avec les visiteurs.

Dans quelles circonstances peuvent-ils le mieux projeter une image positive de la Chine ? Et dans quelles situations pourraient-ils ignorer le lien entre leur propre image et celle du pays ? Comment les activités de ces individus ordinaires à l'étranger soutiennent-elles concrètement l'atteinte des objectifs stratégiques de la Chine en matière de *soft power* ?

En explorant ces questions, nous pouvons mieux comprendre l'impact des échanges culturels sur la construction de l'image d'un pays.

2 Revue de la litterature

2.1 Festivals culturels comme une scène performative

En France, l'exposition de lanternes de Zigong est officiellement nommée le festival des lanternes. Cette appellation m'amène à interroger la validité du terme festival dans ce contexte. Selon Alessandro Falassi,

> *Un festival est une occasion sociale périodiquement récurrente au cours de laquelle, à travers une multiplicité de formes et une série d'événements coordonnés, participent directement ou indirectement tous les membres d'une communauté entière, unis par des liens ethniques, linguistiques, religieux ou historiques, et partageant une vision du monde. Pendant ce temps, leurs tensions et conflits sont exprimés et résolus par la célébration.*
>
> (traduction de Lin Ziyu, Falassi 1987, p. 2)

Il insiste sur le caractère expressif, communautaire et rituel du festival.

Or, dans le cas du festival des lanternes, ces caractéristiques sont largement absentes. Le public adopte une posture d'observateur, avec peu de participation active. Victor Turner a introduit le concept de *liminalité*, définissant le festival comme un moment de suspension des structures sociales, où les participants quittent leur statut social ordinaire pour entrer dans un espace transitoire favorisant l'émergence d'une *communitas*, une forme de lien social spontané et égalitaire (V. W. Turner 2017).

Mais au sein du festival des lanternes, cette *communitas* ne se manifeste pas. Il s'agit d'une mise en scène culturelle conçue, planifiée et exécutée par des institutions officielles et des entreprises, dont le contenu, l'organisation spatiale et les modalités de participation sont décidés par le haut. Les spectateurs occupent une position d'observation guidée, d'éducation culturelle, plutôt que de co-construction festive. Cette distance esthético-structurelle, combinée à une logique organisationnelle descendante, rapproche l'événement de ce que Dean MacCannell appelle *staged authenticity*, c'est-à-dire une culture formatée pour le regard touristique (MacCannell 1976).

Ce phénomène illustre la tendance décrite par Emmanuel Négrier et al. comme la *gouvernance festivalière*, où les festivals deviennent des outils de diplomatie culturelle, de marketing territorial et de politiques urbaines, se détachant de leur ancrage communautaire (Négrier, Fabiani et Teillet 2010).

Comme le propose Barbara Kirshenblatt-Gimblett, le patrimoine n'est pas une survivance naturelle de la culture, mais une production contemporaine scénographiée par l'exposition et la performance : *heritage is a performance — a performance of display* (Kirshenblatt-Gimblett 1998, p. 151). Dans le cadre du festival des lanternes, des éléments comme le dragon, la lanterne rouge ou les monuments historiques, bien que parfois déconnectés des traditions populaires vivantes, sont sélectionnés pour leur visualité et leur consommabilité, devenant ainsi les symboles vitrinaires d'une sinité mise en spectacle.

Ainsi, malgré son appellation de festival, l'événement s'écarte des caractéristiques traditionnelles du genre. Il fonctionne plutôt comme un dispositif de communication visuelle à l'intersection du patrimoine, du pouvoir symbolique et de la médiation diplomatique. Dans cette mise en scène soigneusement orchestrée, l'État chinois agit à la fois comme commissaire et metteur en scène, projetant une image d'une Chine harmonieuse et ancienne. Ce sont cependant les ajustements quotidiens, les écarts et les micro-pratiques qui méritent d'être appréhendés par une ethnographie attentive.

2.2 La construction de l'image nationale à travers les événements culturels

Le caractère festif du festival des lanternes n'est peut-être qu'une structure de surface. Sa fonction plus essentielle réside dans la projection et la gestion de l'image nationale. Par sa dimension démonstrative, sa gouvernance descendante et sa visée extérieure, l'événement s'apparente davantage à un dispositif visuel de communication stratégique. Dans cet espace hautement scénographié, l'État n'est pas seulement le commanditaire en coulisse, mais devient un metteur en scène actif, redéfinissant son apparence sur la scène internationale à travers des images, des sons et des symboles.

C'est à partir de cette perspective que nous abordons la notion d'*image nationale*. Comme l'a affirmé Kenneth Boulding, reconnu comme l'un des fondateurs de la théorie de l'image nationale :

> *L'« image » doit être conçue comme la structure cognitive, affective et évaluative totale. C'est ce que nous pensons que le monde est, et non ce qu'il est réellement, qui détermine notre comportement.*
>
> (traduction française par Lin Ziyu, d'après Boulding 1956)

Boulding souligne que les comportements étatiques découlent de représentations mentales et non de réalités objectives. Il identifie trois dimensions fondamentales de l'image nationale : l'espace géographique, les perceptions d'amitié ou d'hostilité, et l'évaluation de la puissance relative.

Dans cette lignée, Richard K. Herrmann met en évidence trois variables déterminantes : le statut relatif d'un État, la perception des opportunités et des menaces, et la comparaison culturelle.

Michael Kunczik (1997) propose une définition complémentaire :

> *L'image nationale peut être définie comme la représentation cognitive qu'une personne se fait d'un pays donné, ce qu'elle croit être vrai à propos d'une nation, et ces représentations influencent la manière dont elle réagit face à ce pays.*
>
> (traduction française par Lin Ziyu, d'après Kunczik 1997)

Il précise en outre :

> *Les États sont des systèmes sociaux dont le comportement ne correspond en règle générale ni aux motivations de leurs dirigeants respectifs, ni à celles de leurs populations.*
>
> (traduction française par Lin Ziyu, d'après Kunczik 1997)

Au début des années 1990, Joseph Nye a introduit le concept de *soft power* désignant la capacité d'un pays à obtenir ce qu'il souhaite par l'attraction plutôt que par la coercition ou les paiements (J. S. Nye 1990). Cette approche est approfondie dans *Soft Power* (2004), où Nye identifie la culture, les valeurs politiques et la politique étrangère comme les principales sources de pouvoir d'attraction.

Face à la complexité croissante des relations internationales, Nye élabore à partir de 2003 la notion de *smart power*, insistant sur la combinaison optimale entre pouvoir dur et pouvoir doux selon les contextes. Dans *The Future of Power*, il écrit :

> *Le pouvoir est comme les calories dans un régime : trop peu et l'on dépérit ; trop et l'on devient obèse.*
>
> (traduction française par Lin Ziyu, d'après J. S. Nye 2011)

Dans la continuité de cette évolution, les années 2000 voient l'essor de la notion de *nation branding*. Simon Anholt propose d'envisager les États comme des marques compétitives sur le marché mondial, leur réputation devenant un capital stratégique pouvant être géré selon des logiques de marketing (Anholt 2007). Melissa Aronczyk, dans une perspective critique, analyse ce phénomène comme un dispositif idéologique co-construit par des agences privées, des gouvernements et des industries culturelles, relevant d'une gouvernance néolibérale symbolique (Aronczyk 2013).

Cette évolution est systématisée par Hao et al. dans une revue de deux décennies de recherches sur le nation branding (Hao et al. 2021). Les auteurs identifient cinq axes principaux : la conceptualisation, les outils stratégiques, les parties prenantes, l'évaluation de la performance et les liens avec des notions connexes comme le *soft power* ou la diplomatie culturelle. Ils soulignent le rôle croissant du branding dans la stratégie des puissances émergentes, tout en appelant à une diversification méthodologique, à une prise en compte accrue des pays non occidentaux et à une attention portée à la réception citoyenne des discours de marque. Dans Pékin 798, Abélès 2011 analyse un espace culturel emblématique pour montrer comment l'art contemporain peut devenir un vecteur du pouvoir étatique et de la diplomatie culturelle. L'espace du 798 se transforme ainsi en vitrine du *soft power* chinois, tout en illustrant les tensions entre spontanéité artistique et instrumentalisation politique. L'art y devient une scène de gouvernance, ce qui entre en résonance directe avec le rôle performatif du festival des lanternes, pensé comme un théâtre national exporté.

Dans le contexte chinois, plusieurs recherches mettent en lumière les spécificités de cette stratégie d'image. Christina Maags examine les *Années de la culture chinoise en Europe* comme une forme de diplomatie publique, mobilisant des éléments culturels soigneusement sélection-

nés — musique traditionnelle, théâtre, design — pour projeter une image mêlant modernité et continuité civilisationnelle (Maags 2014b).

Caroline Bodolec a montré que la Chine, en tant que l'un des premiers pays à ratifier la Convention de 2003 pour la sauvegarde du patrimoine culturel immatériel, utilise ce cadre non seulement pour préserver ses pratiques culturelles, mais aussi pour accroître sa visibilité internationale et affirmer son statut de « grande nation culturelle » (Bodolec 2014). Dans ses travaux sur le *paper-cut*, elle analyse le passage des inventaires locaux aux listes représentatives de l'UNESCO, révélant les tensions entre communautés locales, institutions nationales et normes internationales (Bodolec 2012). Elle souligne également que ces politiques de patrimonialisation, bien qu'elles invoquent la protection des traditions, sont indissociables de dynamiques politiques visant à renforcer l'unité nationale et à promouvoir l'image de la Chine sur la scène mondiale (Bodolec 2017).

Dans son ouvrage *La construction de l'Autre dans l'imaginaire culturel des Français*, Zhang Jinling, à partir d'une enquête ethnographique à Lyon, analyse comment les médias, le cinéma, le tourisme ou les produits culturels sino-français transforment la culture chinoise en un *paysage* consommable, participant à une marchandisation symbolique et à une reproduction mémorielle contemporaine.

Du côté chinois, Men Honghua et Zhou Houhu pointent l'écart entre l'image internationale effective et l'image idéale que la Chine souhaite projeter, tout en soulignant la multiplicité des canaux — étatiques, médiatiques, diasporiques — impliqués dans cette projection (Men et H. Zhou 2012). De manière plus historienne, Zhou Ning retrace les représentations occidentales de la Chine à travers les siècles, montrant que la Chine a souvent servi de miroir inversé à l'identité moderne occidentale (N. Zhou 2006, N. Zhou 2008).

En somme, de la notion cognitive d'image nationale à la stratégie du *Brand China*, en passant par les concepts de soft et smart power, cette trajectoire théorique illustre une évolution vers des dispositifs de mise en image de plus en plus visuels, performatifs et gouvernés. Dans cette logique, le festival des lanternes apparaît comme un espace médiateur où se cristallisent les intentions politiques, les scénographies culturelles et les appropriations locales.

2.3 Capacités d'agir à la marge : pratiques et négociations micro-sociales

Dans le contexte festif dominé par le discours étatique, les individus en position marginale — tels que les ouvriers, traducteurs ou petits commerçants impliqués dans les festivals de lanternes — manifestent également une forme d'agentivité située. À travers leurs pratiques quotidiennes, ils opèrent dans les interstices des structures officielles, reproduisant parfois l'image nationale tout en la négociant, la réinterprétant ou la réajustant. Cette agentivité marginale constitue non seulement une conséquence indirecte des stratégies culturelles de l'État, mais aussi un vecteur concret de localisation et d'actualisation de l'image nationale sur la scène mondiale.

La tradition culturelle chinoise repose sur un modèle d'homologie famille-État, où servir

la famille revient à servir la nation. Max Weber avait déjà noté que l'État chinois fonctionnait comme une bureaucratie patrimoniale à base patriarcale (Weber 1964a). Fei Xiaotong propose, avec la notion de différenciation relationnelle, une vision des relations sociales centrée sur le soi, s'étendant par cercles concentriques (X. Fei 2021a). Yan Yunxiang a identifié un modèle triangulaire *État-famille-individu* propre à la Chine contemporaine, où le discours étatique réarticule le rôle de la famille comme interface de contrôle (Yan 2009). Xu Jilin soutient quant à lui que l'identité de l'individu chinois s'accomplit historiquement dans une logique *famille-nation-Tianxia* 家国天下 (Jilin 2017).

Dans ce cadre, les acteurs périphériques des festivals deviennent des représentants culturels légitimes par le biais de la structure étatique. Suivant le modèle dramaturgique de Goffman, ils occupent un espace de double performance entre *avant-scène* et *coulisses* (Goffman 1959). James Scott complète cette lecture avec sa distinction entre *scénarios publics* et *scénarios cachés* : tout en coopérant officiellement avec la narration nationale, ces acteurs reformulent discrètement leur rôle et leur position dans les interstices du dispositif (Scott 1990). Toutefois, ces pratiques ne relèvent pas nécessairement d'une résistance explicite : elles renvoient plutôt à une logique de navigation et d'adaptation contextuelle. Sherry Ortner propose ainsi de penser l'agentivité comme une capacité à agir avec les contraintes sociales, à travers des gestes modestes mais significatifs (Ortner 2006).

Au-delà de leur rôle discursif ou performatif, ces acteurs incarnent l'image nationale à travers leurs corps : postures de travail, gestes ritualisés, sourires codés, rythmes de marche ou de parole deviennent des vecteurs de signification. Cette perspective rejoint le tournant corporel (*corporeal turn*) en anthropologie, qui considère le corps comme le lieu de médiation entre structure et agentivité (Csordas 1994). Judith Butler souligne que les significations sociales sont produites dans et par le corps, à travers des performances répétées qui stabilisent — ou déstabilisent — les normes dominantes (Butler 1990).

Le concept d'*État cadreur* (frame state) permet de comprendre comment ces marges structurelles deviennent des espaces d'improvisation et de contournement. Xiang Biao, avec sa théorie par le bas, propose de repenser l'État comme une présence vécue et co-construite au quotidien (Xiang 2016). Dans les festivals de lanternes en contexte étranger, les marges deviennent ainsi des scènes d'action hybride : les marchands adaptent leurs produits aux goûts locaux, les artisans dialoguent avec le public en dialecte natal, les artistes conjuguent représentation et marchandisation. Ces micro-pratiques redéfinissent l'image nationale par incorporation du vécu individuel, dans un processus de co-scripteur collectif. Comme l'a montré Benjamin Taunay, les rapports de pouvoir et les normes sociales se renégocient au quotidien à travers les usages situés de l'espace touristique (Taunay et Guibert 2021). Cette observation éclaire, par analogie, la manière dont les participants chinois aux festivals des lanternes, en contexte étranger, adaptent et reformulent les logiques institutionnelles à travers leurs pratiques localisées.Comme l'affirme Prasenjit Duara, l'individualisme chinois ne nie pas l'État, mais le réinvestit comme ressource de sens dans la modernité (Duara 1997). Nombreux sont les chercheurs qui ont exploré la performativité de l'État

dans des contextes rituels, festifs ou spectaculaires. Lisa Wedeen a montré comment la loyauté politique en Syrie pouvait être performée dans une ambiance d'absurde autoritaire (Wedeen 2008). Mayfair Yang a analysé la reconfiguration des fêtes religieuses en Chine comme terrain de négociation entre l'État, le marché et les communautés locales (Yang 1999).Emily Yeh a étudié la mise en scène du développement en territoire tibétain comme une forme de don performatif de l'État (Yeh 2013). Enfin, Tamar Gordon et Alexandra Ouroussoff ont respectivement mis en évidence la manière dont les festivals ou les expositions commerciales internationales contribuent à la projection d'un imaginaire national. (Ouroussoff 2003)

Ma recherche adopte une perspective *par le bas*, en se concentrant sur les acteurs concrets du festival des lanternes — ouvriers, traducteurs, commerçants, artistes, visiteurs et élus locaux. J'examine comment ces individus, à travers leurs pratiques ordinaires — comportements, usages linguistiques, tactiques commerciales — participent à la fabrique de l'image nationale, bien au-delà des seuls discours et institutions officielles. Méthodologiquement, je m'appuie sur une observation participante de longue durée, menée dans plusieurs sites et en occupant différents rôles. Cette démarche par le bas permet de penser l'image nationale comme un processus relationnel, situé et partiellement autonome, qui se construit dans l'ombre des dispositifs formels, au travers des interactions et des ajustements du quotidien.

L'image nationale ne préexiste pas à la pratique : elle se construit dans la matérialité des gestes, la tactilité des objets, et la temporalité instable des relations. Dans cette perspective, les individus ne représentent pas simplement la nation — ils la *mettent en pratique*, la *reconfigurent* et parfois la *redistribuent*.

Ces travaux m'ont permis de construire un cadre analytique à trois niveaux. Au niveau macro, ils m'ont aidée à comprendre la fonction du festival des lanternes comme outil stratégique de l'État et comme vecteur de la diffusion de l'image de la Chine. Au niveau méso, ils m'ont fourni les outils pour analyser le festival comme une scène culturelle et un système symbolique, en mettant en lumière ses logiques de conception, de scénographie et de consommation. Au niveau micro, ils m'ont permis d'examiner comment des acteurs tels que les ouvriers, les petits commerçants, les artistes et les traducteurs, à travers leurs pratiques quotidiennes, négocient, reconfigurent, voire infléchissent le grand récit national. Ainsi, cette littérature éclaire la double dimension du festival des lanternes, à la fois scène d'exhibition nationale et espace de mise en pratique ordinaire de l'image de la nation.

3 Méthodologie et terrains de recherche : une immersion dans les festivals des Lanternes

3.1 Voyage au cœur des lumières (2019-2023)

Cette recherche repose sur une ethnographie multi-située (*multi-sited ethnography*), conçue pour saisir les circulations, les articulations et les discontinuités entre plusieurs espaces sociaux liés par un même dispositif festif transnational. Plutôt que de me concentrer sur un seul site de terrain, j'ai suivi la trajectoire transnationale du festival des lanternes entre la Chine et la France, en observant la circulation des objets, des discours et des personnes à travers différents contextes. À l'instar de l'approche de Blundo sur la chaîne globale des motos entre la Chine et l'Afrique (Blundo 2023), il s'agit ici de « suivre » non pas un objet matériel, mais un dispositif culturel, afin de comprendre comment il se recompose dans divers contextes sociaux et politiques.

Ces lieux incluent trois villes de la région Occitanie, dans le sud-ouest de la France : Gaillac, Blagnac et Montauban (Figure 3)[5][6][7] , qui sont tous des sites d'accueil du festival. En 2021, Gaillac comptait 15 663 habitants, Blagnac 26 466 habitants et Montauban 61 919 habitants. Grâce à mes recherches dans ces villes, j'ai pu mieux comprendre la diffusion culturelle et l'impact social des festivals de lanternes en France.

De plus, je me suis rendu à Zigong (Figure 4), une ville située dans la province du Sichuan, au sud-ouest de la Chine, où j'ai mené une enquête de terrain approfondie. Zigong constitue le pôle industriel des lanternes en Chine. En 2021, la ville comptait 1,247 million d'habitants. Mon enquête à Zigong m'a permis non seulement de comprendre l'histoire et l'évolution des festivals des lanternes, mais aussi d'examiner leur transformation dans la société moderne et la perception ainsi que la participation des habitants locaux à cette tradition. Grâce à ces recherches menées dans différents lieux, j'ai pu analyser en profondeur le rôle crucial des festivals des lanternes dans les échanges interculturels entre la Chine et la France.

Pendant cette période, je mène des recherches ethnographiques sur le festival des lanternes dans divers lieux et à différentes étapes de son déroulement.

Mon début de terrain commence en avril 2019. Je passe une semaine à Gaillac pour visiter le parc accueillant le festival et me faire une première idée de son impact sur la communauté locale en France.

D'août à octobre 2019, je séjourne à Zigong, en Chine, pendant 40 jours. Je visite le Musée des Lanternes Chinoises et échange longuement avec son directeur à propos de l'histoire, des origines et de l'évolution du festival. Je rends également visite à l'entreprise *Groupe de Lanternes*.[8], pour mieux comprendre leur fonctionnement, leur savoir-faire artisanal et leur mode

5. https://www.insee.fr/fr/statistiques/2011101?geo=COM-81099
6. https://www.insee.fr/fr/statistiques/2011101?geo=COM-31069
7. https://www.insee.fr/fr/statistiques/2011101?geo=COM-82121
8. Le Groupe de Lanternes est la plus grande entreprise de production de lanternes et de festivals de lanternes



Figure 3 – *Localisation de 3 villes en France*



Figure 4 – *Localisation de Zigong en Chine*

de gestion. J'échange avec des résidents locaux afin de recueillir leurs points de vue et d'évaluer leur niveau de participation.

De retour à Gaillac entre octobre 2019 et février 2020, je travaille comme bénévole à la caisse du marché du Sichuan, ce qui me permet de dialoguer avec des responsables municipaux, des bénévoles français et des commerçants chinois. En journée, j'observe les membres du groupe chinois pour analyser leurs rôles et leurs expériences dans l'organisation du festival. En soirée, je participe comme bénévole trois fois par semaine. En dehors de cela, je reste souvent dans les stands de petits commerçants chinois pour mener une observation participante.

De février à mai 2021, je m'installe dans le camping municipal où résident les groupes chinois mobilisés pour le festival. Je mène alors une série d'entretiens avec les habitants de Gaillac pour comprendre leurs perceptions, leurs sentiments à l'égard du festival et leurs attentes pour les éditions futures.

D'octobre 2021 à avril 2022, je participe au festival de Blagnac en tant que bénévole, en assurant la gestion sur site et l'accueil des visiteurs. En février 2022, la suspension des vols due à la pandémie de COVID-19 bloque l'équipe chinoise (14 personnes) en France, ce qui me permet de mieux saisir leur quotidien.

En septembre 2022, à Montauban, j'observe le processus de stockage et d'installation des lanternes dans l'entrepôt, et je m'entretiens avec des commerçants locaux pour explorer l'impact économique du festival.

En janvier 2023, lors de ma deuxième visite à Montauban, je me concentre sur les transformations engendrées par le festival, en recueillant les retours des commerçants et des visiteurs.

Enfin, en mars 2023, à Zigong, j'interroge les membres de l'équipe du festival sur leurs trajectoires professionnelles et leur vision de l'avenir du projet. Je partage également un moment d'échange avec les interprètes et les ouvriers ayant participé aux festivals en France.

Tout au long de mes recherches, je tisse des liens étroits avec des ouvriers, des commerçants, des acteurs et des traducteurs chinois impliqués dans le festival. Nous échangeons nos contacts via WeChat, ce qui me permet de rester en communication constante avec eux, même après leur retour en Chine ou leur départ pour d'autres pays. Cette continuité alimente une enquête multi-située, permettant de documenter les asymétries de perception, les écarts d'interprétation et les reconfigurations locales d'un même dispositif, tout en mettant en évidence les continuités structurelles (récits nationaux, formats de production) et les divergences pratiques (contextes locaux, stratégies individuelles). Elle m'a également conduite à adopter une posture réflexive sur ma propre place mouvante dans ces différents sites.

---

de la ville de Zigong. Il est reconnu comme une entreprise clé dans l'exportation culturelle nationale de la Chine. Dans cette thèse, il a assuré la réalisation de six festivals des lanternes.

3.2 Entre observation participante et anthropologie engagée

Lorsque je participe au festival en tant que volontaire, je constate que mon rôle dépasse largement les simples tâches organisationnelles. Avec mon visage chinois et mon gilet jaune de bénévole, je circule dans le parc et j'assume spontanément une fonction d'interprète culturel, étant fréquemment sollicitée par les visiteurs pour répondre à leurs questions sur la Chine, ses symboles et ses pratiques. Cette responsabilité excède le cadre ordinaire du bénévolat : elle me place dans une position d'intermédiaire de savoir, où mes choix de traduction, d'explication et de cadrage narratif influencent inévitablement la manière dont le public construit son image de la Chine. Cette fonction ne relève pas seulement d'un service aux visiteurs, mais comporte une dimension de responsabilité culturelle et de pouvoir interprétatif. Comparée aux autres bénévoles, je parais disposer d'une autorité particulière lorsqu'il s'agit d'expliquer la culture chinoise ; mes réponses orientent directement la compréhension des visiteurs et participent, dans une certaine mesure, à la mise en scène de l'image nationale. Ainsi, ma participation au festival peut certes être comprise comme une forme d'observation participante, mais elle implique aussi une intervention directe dans les interactions interculturelles. Elle s'apparente dès lors à une pratique d'anthropologie engagée, au sens où « *l'anthropologie ne se contente pas de décrire le monde social, elle en assume les implications morales et politiques* » (Fassin 2010), et où l'anthropologue est appelé à « *prendre position face aux inégalités et aux rapports de pouvoir* » (Scheper-Hughes 1992). Dans le même esprit, Marcus et Clifford ont proposé l'idée d'ethnographie expérimentale, qui assume la réflexivité et la co-construction du terrain comme conditions de production du savoir (Clifford et Marcus 1986).

3.3 Mère et chercheuse

Cette recherche de terrain s'est construite dans une configuration singulière : celle d'une anthropologue mère, accompagnée de sa fille. Dès ma première enquête à Gaillac, alors qu'elle n'avait que quatre mois, sa présence a bouleversé les interactions. Une mère asiatique avec un bébé dans une petite ville presque dépourvue d'Asiatiques : cette image inattendue a facilité la confiance et ouvert des conversations que je n'aurais sans doute pas obtenues seule. La présence de ma fille a constitué un point d' ancrage affectif et méthodologique, reconfigurant progressivement ma position d' enquête. Au fil des enquêtes, elle a participé de différentes manières à la construction du terrain. À Gaillac, elle m'accompagnait dans les espaces publics et au « Lieu d'accueil enfants-parents », où j'ai rencontré des mères et des assistantes maternelles. Au camping municipal, son jeu avec l'enfant du propriétaire a transformé des relations initialement froides en hospitalité. À Blagnac, inscrite à l'école locale, elle est devenue un repère pour l'équipe chinoise : des commerçants et des artistes me demandaient d'elle, certains venaient même m'accompagner pour la chercher. Peu à peu, elle s'est impliquée : distribuant des prospectus, interagissant avec les visiteurs, plaisantant avec les bénévoles. Ces gestes, parfois anodins, ont ouvert des portes et créé des occasions ethnographiques précieuses.

Cette expérience m'a amenée à réfléchir à la parentalité en tant que ressource méthodologique. Plusieurs anthropologues, comme Victor et Edith Turner en Zambie (V. Turner 1967), ou Reetta Toivanen en Namibie (Toivanen 2017), soulignent que les enfants peuvent agir comme des *ponts sociaux* sur le terrain, créant des accès que les chercheurs seuls n'obtiendraient pas. Sita, accompagnée de sa fille Cileme en Inde, affirme que sa fille attire spontanément l'attention, facilite la proximité et renforce la crédibilité de sa présence sur le terrain (Gibson 2018). De même, Braukmann montre que la parentalité confère au terrain une épaisseur émotionnelle et sociale particulière (Braukmann et al. 2017).

Dans mon cas, la présence de ma fille n'a pas seulement humanisé ma figure de chercheuse ; elle a aussi modifié les rapports de pouvoir, transformé les distances sociales et enrichi la densité émotionnelle de l'enquête. Son évolution – du nourrisson silencieux à la petite participante active – a accompagné la maturation de mes données et m'a appris une posture essentielle : écouter avec patience, observer avec bienveillance, et être présente autrement.

Encadré ethnographique : « La plus jeune bénévole »

Un jour, alors que je faisais du bénévolat pendant le festival, ma fille m'a suivie et s'est mise spontanément à distribuer les plans du parc. Une collègue a filmé la scène en souriant : « la plus jeune bénévole ! ». Puis ma fille s'est approchée de moi et a chuchoté : « Maman, j'ai fait pipi dans ma culotte. Mais je peux d'abord manger une barbe à papa avant de me changer ? » Cette scène, à la fois drôle et attendrissante, illustre la manière dont sa présence a transformé mon terrain : elle n'était pas seulement un enfant accompagnant sa mère, mais une actrice qui redéfinissait l'interaction.

3.4 Une ethnographie polyphonique et des voix basses

L'idée d'« ethnographie polyphonique » s'enracine dans le tournant réflexif des années 1980 en anthropologie. Dans *Writing Culture* (Clifford et Marcus 1986) et *Anthropology as Cultural Critique* (Marcus et Fischer 1986), les anthropologues ont appelé à dépasser la voix unique et autoritaire du chercheur afin d'intégrer dans l'écriture ethnographique la pluralité des perspectives des acteurs rencontrés sur le terrain. Des œuvres comme Tuhami (Crapanzano 1980) avaient déjà expérimenté cette polyphonie en entrelaçant la voix du chercheur et celle de l'informateur. Plus récemment, Anna Tsing a redonné une force nouvelle à cette métaphore musicale. Dans *The Mushroom at the End of the World* (Tsing 2015), elle déploie une écriture polyphonique qui fait résonner les voix des cueilleurs de matsutake, des scientifiques, des commerçants, des forêts et du capital, montrant que l'ethnographie peut restituer la complexité des mondes contemporains en tissant des voix hétérogènes, parfois dissonantes. C'est dans cette filiation que je situe mon propre travail. Mon écriture vise à faire entendre les multiples voix qui composent le festival des lanternes — celles des ouvriers, des petits commerçants, des traducteurs, des responsables chinois, des élus locaux et des visiteurs français. Plutôt que de réduire le

terrain à une narration univoque, je cherche à restituer la polyphonie d'un dispositif interculturel, où les voix inégales se croisent sans toujours s'harmoniser. Dans la narration de l'image nationale, les opérations menées par l'État apparaissent comme la voix dominante d'une partition — claire, dominante et visible. Les voix individuelles, en revanche, ressemblent à la voix discrète — plus feutrée, souvent reléguée à l'arrière-plan. Or, supprimer cette voix basse reviendrait à briser l'harmonie de l'ensemble. Par cette ethnographie micro-sociale, je souhaite restituer une partition complète : à la fois les voix hautes de l'État et les voix basses des individus.

4 Parcours des chapitres

Dans ma thèse, je décris comment les festivals de lanternes et les acteurs chinois qui y participent contribuent à la présentation de l'image nationale. Je mets l'accent sur l'agentivité des individus ordinaires, éloignés du centre du pouvoir, dans leur vie quotidienne. En raison de la longue durée des travaux de terrain, mon exploration et mes découvertes sur le sujet ont émergé progressivement au fil du temps. Ainsi, tout au long du processus de recherche, j'ai présenté mes avancées par étapes. Dans les premiers chapitres, j'ai choisi d'adopter une écriture chronologique.

Dans le premier chapitre consacré à l'histoire, j'introduis d'abord la question de l'origine des festivals de lanternes à partir de la première visite à Gaillac. En explorant Zigong et en étudiant l'histoire des festivals de lanternes, j'ai découvert que, bien que le festival de lanternes de Zigong soit issu de la tradition, sa forme moderne a progressivement évolué pour devenir une activité à des fins économiques et politiques. Cette évolution montre comment le festival est passé d'une tradition locale à une scène mondiale, devenant un vecteur de la culture chinoise. Cependant, malgré la diffusion internationale encouragée par les politiques nationales et l'industrie culturelle, sa mise en œuvre concrète rencontre encore des défis en termes d'acceptabilité par le public et d'adéquation culturelle.

Ensuite, je détaille comment le festival des lanternes de Gaillac a commencé et s'est déplacé entre trois villes du sud-ouest de la France. Le succès du festival de Gaillac n'est pas le fruit du hasard, mais résulte d'une collaboration multiple, incluant l'implication profonde du gouvernement chinois et le soutien actif du maire. En explorant les liens entre les festivals de Gaillac et de Zigong, bien qu'il existe plusieurs versions de l'histoire et des énigmes non résolues, l'Association du peuple chinois pour l'amitié avec l'étranger (APCAE)[9] a été confirmée comme un acteur clé. Ce soutien institutionnel a offert un appui majeur à la diffusion de l'image de la Chine. Par ailleurs, grâce à cet échange culturel, Gaillac a vu ses échanges éducatifs et culturels renforcés après avoir établi un jumelage avec Zigong. Malgré certains aspects à par-

9. est l'association du peuple chinois pour l'amitié avec les pays étrangers. C'est un organisme d'État chinois relevant de la diplomatie publique ; cette institution a pour vocation de favoriser les échanges interculturels et interurbains dans le cadre des orientations politiques nationales. Son action s'articule autour de trois axes : (1) le renforcement des liens humains internationaux, (2) la promotion de la compréhension mutuelle, et (3) la mise en œuvre des stratégies de front uni à l'échelle internationale

faire dans la mise en œuvre pratique, cette coopération et cette interaction interculturelles ont fourni une base solide pour la réussite du festival.

Dans le deuxième chapitre, je présente en détail les composantes du festival des lanternes de Gaillac, en France, ainsi que sa signification culturelle. Le modèle de composition du festival a été standardisé au fil du temps, se répartissant en trois parties : les lanternes, les spectacles et le marché du Sichuan. L'équipe chinoise aspire à utiliser ces trois aspects pour offrir une présentation complète et multidimensionnelle de la culture chinoise. Cependant, à travers des observations et des entretiens, il a été constaté que la présentation du festival en France s'écartait de ses intentions initiales. Le design du contenu du festival n'a pas réussi à s'aligner totalement avec les intérêts et attentes des spectateurs français. Que ce soit dans la diffusion de sa propre culture ou dans la compréhension de celle des autres, cela se fait toujours à travers le prisme de ses propres perspectives et préjugés, mêlés à une part d'imaginaire. Cela a conduit à une transmission culturelle qui n'a pas été à la hauteur des attentes. De plus, l'intégration du festival dans la culture locale et la démonstration de la diversité se sont avérées relativement unidimensionnelles, créant un écart entre l'expérience des spectateurs et les attentes culturelles réelles.

Dans le troisième chapitre, je décris de manière exhaustive l'espace occupé par le festival des lanternes. Il y a un chevauchement de l'espace culturel où le festival prend place. La couverture de l'espace urbain existant par le festival, au-delà de fournir une expérience culturelle unique, représente également un défi pour les droits à l'espace de vie des résidents locaux. Bien que chaque ville adopte des approches différentes pour gérer ce type de conflit, cela n'a pas suffi à éliminer complètement le mécontentement des habitants. Je décris également comment les Chinois ont créé un espace culturel condensé, formant une sorte de bulle relativement fermée. Ce phénomène amène les résidents locaux à percevoir le festival et la culture chinoise de manière davantage superficielle et sensorielle, ce qui peut entraîner des malentendus ou des stéréotypes.

Le quatrième chapitre se concentre sur le groupe des petits commerçants présents lors du festival des lanternes. Il traite de leur rôle dans l'échange interculturel et de la manière dont leur participation leur offre des opportunités de développement personnel et professionnel. Courageux et proactifs dans leur interaction avec la communauté locale, ces commerçants font preuve d'une grande agentivité, devenant l'un des groupes les plus dynamiques du festival. En analysant en détail les processus commerciaux interculturels des petits commerçants, on observe comment ils utilisent leurs réseaux personnels et les médias sociaux pour étendre leurs opportunités commerciales et exposer l'artisanat traditionnel chinois lors des festivals internationaux. Ils cherchent non seulement à améliorer leur statut social et professionnel grâce au festival, mais également à construire des ponts de communication interculturelle. Cependant, dans leurs interactions avec les résidents locaux et les organisations, ils se heurtent à des défis liés aux différences culturelles et aux barrières linguistiques, ce qui reflète leur adaptabilité et leur flexibilité face à un nouvel environnement. De plus, leur culture de l'échange de cadeaux, leurs méthodes d'apprentissage des langues et leur attention à l'image personnelle et nationale illus-

trent leurs efforts pour s'intégrer de manière appropriée et active dans un pays étranger. Même si les processus d'interaction ne sont pas toujours fluides, ils révèlent une conscience aiguë de leur rôle et une résilience face aux défis de la transmission culturelle. Les deux derniers chapitres portent principalement sur le fonctionnement du pouvoir et de l'autorité au-delà des frontières nationales.

Le cinquième chapitre analyse en profondeur le rôle et l'impact de monsieur Wu, responsable de l'équipe commerciale du festival des lanternes, ainsi que les relations interpersonnelles complexes et les activités commerciales qui se déroulent en coulisses durant le festival. Ce chapitre dévoile les dynamiques multicouches cachées dans le fonctionnement de l'équipe commerciale du festival, illustrant comment les intérêts personnels, les stratégies commerciales et les relations de pouvoir s'entremêlent sur une plateforme d'échanges culturels internationaux.

À travers le portrait de monsieur Wu, on voit comment il exploite son expérience et ses réseaux accumulés à l'intérieur et à l'extérieur du pays pour gérer son équipe commerciale lors des activités transculturelles. Il met en avant son rôle de leader dans la promotion et l'organisation d'expositions d'artisanat traditionnel et maintient son autorité au sein de l'équipe par l'affirmation personnelle et la gestion stratégique des relations interpersonnelles. Cependant, les pratiques de monsieur Wu frôlent parfois les limites éthiques et légales, comme la collecte informelle de fonds et les interactions complexes avec les membres de l'équipe, ce qui reflète sa manière de faire face aux règles transnationales et aux restrictions légales.

Le sixième chapitre s'attache à analyser la mise en jeu du pouvoir dans un contexte interculturel. Il commence par retracer l'évolution du rôle de Patrice Gausserand, maire de Gaillac entre 2014 et 2020 et principal promoteur du festival dans le sud-ouest de la France. Son intégration dans l'équipe chinoise, puis sa transformation de maire en simple intermédiaire, montre comment le charisme politique et l'autorité locale se redéfinissent en fonction des changements de statut, entraînant une perte de révérence et un affaiblissement de son influence. Le chapitre met ensuite en lumière ce que j'appelle le « regard invisible » : une atmosphère diffuse de surveillance et d'autocensure qui imprègne le quotidien des travailleurs chinois. Chacun redoute que ses paroles ne soient rapportées et sanctionnées, ce qui conduit à des pratiques de retenue, de silence et de prudence relationnelle, révélant la manière dont le pouvoir s'exerce au-delà des institutions formelles. Enfin, le rôle des traducteurs est analysé. Loin d'être de simples relais linguistiques, ils apparaissent comme de véritables médiateurs culturels et politiques. Leur manière de gérer les échanges et les imprévus dévoile des formes différenciées d'exercice du pouvoir, où se nouent des tensions entre intérêts personnels et intérêts nationaux, tensions qui influencent directement la projection de l'image de la Chine à l'international.

Chapitre I　Le festival des lanternes : un spectacle lumineux qui circule à travers le monde

Ce chapitre explore la trajectoire transnationale du festival des lanternes de Zigong, depuis sa reconfiguration en Chine jusqu'à sa réception dans le sud-ouest de la France. À partir d'une enquête ethnographique menée à Gaillac, devenue scène d'un événement culturel spectaculaire, je retourne à Zigong, berceau industriel de ces lanternes, pour en comprendre l'histoire, les acteurs et les logiques de circulation. L'objectif de ce chapitre est d'analyser comment, sous l'impulsion et le soutien de l'État chinois, une tradition locale est réinventée puis projetée à l'international, à la fois comme patrimoine culturel et comme vecteur politique. En retraçant les étapes de cette évolution à travers mes terrains croisés entre Gaillac et Zigong, j'examine les mécanismes de légitimation de ce festival en tant que « tradition ancienne », les formes de coopération entre institutions, ainsi que les tensions entre mémoire populaire, économie locale et stratégies de *soft power*.

1　Gaillac, une première rencontre

En avril, deux mois après la deuxième édition du festival des lanternes de Gaillac *Féerie de Chine* depuis Zigong, en Chine, j'ai posé les pieds à Gaillac pour la première fois. En sortant de l'autoroute et après avoir traversé le Tarn, je rentre dans la ville de Gaillac. J'admire alors l'abbaye Saint-Michel, construite en briques rouges comme dans certaines régions de Chine, et me tiens au bord de la rivière en réfléchissant au lien entre ce lieu en France et la Chine. Je ressens immédiatement une certaine familiarité et intimité.

Comme je l'ai décrit dans l'introduction, la ville est relativement petite en comparaison aux villes chinoises, et il y a peu de monde dans les rues. Il n'y a pas de feux de circulation, et les conducteurs sont très attentifs aux piétons, s'arrêtant lorsque ces derniers souhaitent traverser la route. Les bus sont gratuits, mais ne circulent qu'une fois par heure, ce qui fait qu'il y a très peu de gens qui les empruntent. Les arbres du parc où se tient le festival des lanternes déploient des feuilles d'un vert éclatant, et il pleut tous les jours, ce qui rend le parc presque vide. En cherchant des traces du festival, je trouve des marques au sol pour y accéder et guider les visiteurs (Figure

I.1). Dans le même parc, un mur entier est décoré d'une fresque représentant un dragon (Figure I.2) qui semble raconter une histoire. Hormis ces deux éléments, il n'y avait rien d'autre dans le parc qui renvoie à l'imaginaire du festival des lanternes. À cet instant, il était difficile pour moi d'imaginer que cette petite ville avait le potentiel de se transformer et d'accueillir l'ampleur du festival à venir. Dans cinq mois, les travailleurs de Zigong commenceront la production du troisième festival des lanternes.



Figure I.1 – *L'accès festival*



Figure I.2 – *Graffiti d'un dragon*

Lors de mon premier séjour à Gaillac, je n'y suis restée qu'une semaine à la fin d'avril 2019. J'ai loué une chambre juste en face du parc où se déroulait le festival des lanternes, ce qui me donnait la possibilité d'observer en temps voulu toute l'organisation en cours. Ma propriétaire a converti la chambre de son fils en Airbnb. Elle était chaleureuse, bavarde et expliquait que de nombreux habitants locaux avaient également transformé leur maison en Airbnb en raison de la tenue du festival en hiver.

On a discuté du graffiti représentant le dragon sur le mur :

> « Ce graffiti semble représenter un souhait positif, je suppose. On peut y voir un dragon de feu qui tournoie autour d'un iceberg. Ce symbole illustre peut-être l'idée que la Chine est en train de redresser l'économie de Gaillac. »
>
> *—Marie-Claire, le 30 avril 2019 à Gaillac*

Ensuite, elle m'a montré le bilan de la deuxième édition qui a été publié dans le numéro 101 du *Magazine municipal Gaillac & Vous* . On y explique que le festival a attiré un total de 371 111 visiteurs, générant des recettes totales de 4 815 627 euros, dont 2 275 479,2 euros pour la municipalité. Selon les chiffres de la ville, 85% des commerçants de Gaillac se sont montrés très satisfaits des revenus générés par cet événement. [1]. Sur la base de ces données, le festival des lanternes apparaît comme un grand succès sur le plan économique. Cela a éveillé ma curiosité quant à la perception des habitants locaux.

Le propriétaire m'a également informé que, pendant les réunions du Conseil Municipal, les conseillers avaient fait part au maire de toutes sortes de soupçons concernant le festival des lanternes. Le principal problème est le manque de transparence de la part du maire dans ses

1. Magazine municipal Gaillac & Vous, numéro 101 Mars-Avril 2019

contacts avec la partie chinoise. Par exemple, lorsque le maire a signé le contrat avec la société chinoise des lanternes, il ne l'a pas montré à l'avance aux conseillers municipaux. En outre, il y a eu un manque de transparence concernant les dépenses pour le festival des lanternes. J'ai ainsi retrouvé des vidéos des réunions sur YouTube qui retranscrivent les questions posées sur le manque de clarté du contrat :

> Ce contrat que nous avons enfin vu depuis quelques jours, qui avait été signé avec l'entreprise chinoise, est daté du 12 juin. Quand a-t-il été reçu à la mairie et enregistré ? Le 6 juillet, vous avez demandé un vote au conseil municipal sans communiquer les clauses du contrat : il n'y avait pas de contrat. Autrement dit, vous avez présenté aux élus un chèque en blanc. Notre groupe vous a demandé par courrier ce contrat ; votre réponse écrite en date du 20 juillet a été que « vous ne pouvez pas nous le communiquer car il n'est pas entièrement finalisé ». Or, aujourd'hui, nous constatons que vous avez signé le contrat le 7 juillet. Pouvez-vous nous parler de l'exemplaire que nous avons demandé ? Vous avez menti au conseil municipal, vous avez menti aux élus et vous avez menti aux Gaillacois en disant que le contrat n'était pas finalisé.
>
> Ce contrat, nous l'avons découvert le 13 septembre, ne comporte aucune donnée chiffrée ; pas d'appel d'offres, pas de mise en concurrence. Nous n'avons aucun chiffre. Cela signifie que les dépenses peuvent être illimitées. D'autre part, vous parlez de confidentialité dans ce contrat. Le conseil municipal, puisque vous avez signé au nom du conseil municipal, est le contractant de ce contrat. En tant qu'élus, nous avons le droit de connaître les termes du contrat, ainsi que toutes les annexes et les termes de confidentialité qui ne concernent pas les élus. [2]

Cette réunion s'est centrée sur la question de la transparence du contrat. Selon les conseillers municipaux, le maire a adopté une approche opaque en ce qui concerne la date de signature et le contenu du contrat, ce qui a suscité des doutes parmi les conseillers municipaux sur les modalités de coopération entre la société de lanternes et le maire. Cette confusion a conduit à une incompréhension et à une insatisfaction quant à l'initiative du maire d'organiser le festival chinois des lanternes. Plus tard, j'apprends que même si le festival des lanternes s'est déroulé avec succès, les habitants de Gaillac ignoraient les détails du festival, détails que seul le maire détenait. Par exemple, à quoi ressemble un festival des lanternes, combien d'éditions doivent être organisées, comment assembler les lanternes, combien d'investissement est nécessaire et comment organiser le tout.

En tant que personne visiblement d'origine asiatique, je m'enquiers des habitants sur le festival des lanternes lors de mon séjour dans des cafés locaux. Ils étaient intéressés par l'authenticité du festival des lanternes et voulaient savoir s'il représente réellement la culture chinoise

2. Source : La transcription de Conseil municipal du 19 septembre 2017 https://www.youtube.com/watch?v=8sBohfa0sc4

traditionnelle. Ils voulaient surtout savoir si le festival des lanternes organisé en Chine était le même que celui organisé ici.

Étant dans un pays étranger, mes pensées se sont développées à travers cet grand événement chinois (Lors de mes entretiens, les habitants locaux ont continuellement utilisé des mots comme énorme et immense pour décrire ce festival des lanternes. Ainsi, le terme grand ne se réfère pas simplement à la taille du festival lui-même, mais souligne plutôt l'impact considérable perçu par les habitants. Pour une petite ville de quinze mille habitants, organiser un festival qui dure deux mois chaque année et qui attire 620 000 visiteurs sur deux ans est effectivement d'une envergure impressionnante.)

Avant de choisir ce sujet, je n'avais jamais entendu parler de la ville de Zigong et je n'avais jamais assisté à un festival des lanternes. Bien que les Chinois associent toujours les lanternes à *Yuan Xiao Jie* 元宵节 [la fête de Yuan Xiao] [3] ; pour moi, cette dernière n'est que le quinzième jour de la fête du printemps. Les seules choses que j'ai vues dans la petite ville où j'ai grandi étaient des défilés de chars des entreprises et des institutions organisés par le gouvernement. [4] Le soir de la fête de Yuan Xiao, la famille se réunit au dîner pour déguster des Yuan Xiao et regarder l'émission traditionnelle de devinettes aux lanternes diffusée sur CCTV, [5] Après la fête de Yuan Xiao, la fête du printemps est terminée.

Pour moi, le festival des lanternes organisé à Gaillac est donc tout nouveau. J'étais ainsi impatiente d'en savoir plus sur l'histoire du festival des lanternes de Zigong, sur la façon dont il a évolué dans la culture traditionnelle chinoise et s'est ensuite répandu en France. La question que je me posais alors est : comment cette ville de seulement 15 000 habitants a-t-elle réussi à accueillir plus de 300 000 visiteurs en seulement deux mois ?

En parallèle des discussions avec les habitants dans les cafés et aux abords de la rue, je me suis également rendue à l'office du tourisme. Le personnel m'a expliqué qu'avant le festival des lanternes, Gaillac était très calme et presque dépourvu de touristes, en particulier pendant l'hiver, qui est une saison morte pour les touristes et où toute la ville demeure silencieuse. Cependant, depuis que le festival des lanternes est organisé, Gaillac est devenu vivant en hiver et a également attiré plus de touristes en été. En effet, de nombreux touristes venus pour les lanternes en hiver décident de revenir en été pour assister au festival du vin de Gaillac.

Il m'a également été indiqué qu'une exposition de peintures chinoises de la dynastie *Qing* de Pékin, organisée au musée de Gaillac en juillet 2018, a attiré des visiteurs de toute la région de

---

3. , C'est une fête traditionnelle chinoise célébrée lors de la première pleine lune de l'année, soit le quinzième jour du Nouvel An lunaire. En mandarin, cela s'appelle *Yuan Xiao Jie* 元宵节. 元 (Yuan) 宵 (Xiao) est un gâteau spécifique fait de farine de riz gluant avec une garniture sucrée au nord ou salée au sud de la Chine. La manière de célébrer la fête de Yuan Xiao consiste à organiser un dîner en famille, à manger des Yuan Xiao, puis à participer à des activités folkloriques locales. En général, la visite du festival des lanternes en famille fait partie intégrante de la fête de Yuan Xiao.

4. En chinois, She Huo 社火 est un carnaval organisé dans le nord-ouest de la Chine pour célébrer le Nouvel An chinois. Il est généralement organisé par les masses elles-mêmes. Mais dans ma ville natale, il est organisé par le gouvernement municipal.

5. la Télévision centrale de Chine, un réseau de télévision principal d'état de la Chine.

France. Les lanternes attirent principalement des visiteurs de la région, dont seulement environ 10% viennent d'autres régions. Cependant, cette exposition de peintures et de calligraphies de la dynastie *Qing* a attiré de nombreuses personnes du nord, comme Paris ou, par exemple, la Normandie, qui sont venues spécialement pour voir cette exposition.

En fin de conversation avec l'employé d'office de tourisme, il m'a également dit que la mairie recherchait une personne pour un poste administratif sur le troisième festival des lanternes, et m'a encouragée à essayer d'y candidater. Je me suis donc rendue à la mairie, où l'accueil est par ailleurs très chaleureux, mais l'on m'a indiqué que la procédure de candidature se faisait exclusivement sur le site web de la mairie de Gaillac. J'ai ensuite consacré beaucoup d'efforts à parfaire mon CV et ma lettre de motivation en faisant appel à un professionnel spécialisé pour m'aider sur le plan de la logique du recrutement. J'ai également trouvé une étudiante chinoise qui prépare une thèse en linguistique française et qui m'a fait les dernières corrections.

Le résultat a été décevant : une lettre de refus écrite m'a été envoyée par le maire lui-même.

Je raconte ici cette expérience pour faire allusion à la mauvaise communication que j'ai eue par la suite avec le maire. (Presque toutes les phrases qu'il m'a parlées, je les ai trouvées dans des journaux.) De même, au cours de cette semaine, j'ai entendu de nombreux Gaillacois mécontents que la ville accueille le festival des lanternes dans un parc public qui est important pour leur vie quotidienne. Ils ont soulevé un certain nombre de questions concernant la durée d'occupation de l'espace public par le festival, le manque de transparence concernant les dépenses et les soupçons quant aux motivations du maire, entre autres. Un homme m'a dit qu'il avait refusé d'acheter un billet pour entrer dans le parc pour aller voir les lanternes parce qu'il avait l'impression que la mairie le privait du jardin où il avait l'habitude de passer ses journées avec ses enfants :

> « Je n'ai pas de mauvaise volonté envers la culture chinoise, je ne suis simplement pas content de ce que fait le maire. » —*Un client gaillacois dans une pizzería à Gaillac à côté de parc Foucaud,le 29 avril 2019*

Des Gaillacois sont ainsi contrariés par la gestion publique de l'espace utilisé pour le festival des lanternes. Les parcs publics s'avèrent être des espaces précieux pour la communauté locale, où les gens peuvent se détendre, s'amuser et se rassembler. Outre le fait qu'ils sont privés du droit d'utiliser le parc, les festivals attirent souvent de grandes foules, ce qui peut entraîner des nuisances sonores, des problèmes de circulation et une augmentation du nombre de piétons dans la zone. Les témoignages des personnes rencontrées montrent que la tranquillité d'esprit et la vie quotidienne des résidents locaux sont perturbées. Ils évoquent les déchets laissés par les festivals qui polluent l'environnement et diverses nuisances.

Avant d'arriver à Gaillac, ces points de vue m'étaient alors inconnus. Pendant cette semaine sur place, j'ai recueilli une quantité impressionnante d'informations sur le festival des lanternes. Cela inclut l'enthousiasme de certains habitants, l'incompréhension d'autres, des tensions entre le maire et les conseillers municipaux, ainsi que des comparaisons entre l'exposition de calligraphie chinoise et le festival des lanternes, deux expressions culturelles distinctes de la Chine. Tout cela a éveillé de plus en plus mon intérêt pour ce festival.

Ces considérations m'ont amené à réfléchir aux raisons pour lesquelles le maire a introduit le festival des lanternes. Selon lui, cet événement permet de revitaliser l'économie locale, mais la question qui se pose est de savoir si le mécontentement et le scepticisme du public sont dirigés uniquement vers la prise de décision du maire ou bien s'ils recèlent des critiques d'une autre nature ?

Avec toutes ces interrogations en tête, j'ai d'abord voulu comprendre ce qu'était réellement le festival des lanternes.

2 L'évolution de l'industrie des lanternes à Zigong : entre tradition et commerce

Je me suis d'abord interrogée sur l'organisation concrète du festival des lanternes : s'agissait-il d'une invention récente ou bien d'une tradition culturelle ancienne, née dans l'Antiquité et encore vivante aujourd'hui ?

En août 2019, je suis retournée en Chine et j'ai commencé mon voyage vers Zigong, située au sud-ouest de la ville de Chengdu, dans la province du Sichuan, à environ 260 kilomètres de distance entre Chengdu et Zigong. Mes beaux-parents m'ont accompagnée et se sont occupés de ma fille pendant mon séjour. Après deux heures et demie de route, nous sommes arrivés à Zigong. Avant l'ouverture de l'autoroute cette même année, il fallait plus de quatre heures pour y parvenir en voiture. L'objectif de ce voyage était d'explorer l'histoire des festivals des lanternes et de comprendre leur déroulement à Zigong. J'ai donc choisi de mener des recherches et des entretiens au Musée chinois des lanternes, à la bibliothèque municipale de Zigong et auprès de l'entreprise *Deng Cai Ji Tuan* 灯彩集团 [Les Groupes Des Lanternes], l'entreprise qui organise le festival des lanternes à Gaillac.

À mon arrivée à Zigong, j'ai pris conscience d'un certain décalage dans mes réflexes de chercheuse de terrain en Chine. Reproduisant instinctivement les gestes adoptés à Gaillac, je me suis rendue directement à l'entrée de l'administration municipale, supposant qu'un accueil formel y serait prévu. Pourtant, à peine arrivée, le vigile m'a immédiatement arrêtée en m'adressant une série de questions protocolaires, révélant l'impossibilité d'un accès spontané à ce type d'institution.

> « Qui êtes-vous ? Avez-vous un rendez-vous ? Avez-vous apporté votre carte d'identité ? Ici, c'est le gouvernement, ce n'est pas un endroit où l'on peut entrer comme ça. Que voulez-vous faire ? » —*Un gardien devant le portail du gouvernement municipal de Zigong,le 3 septembre 2019*

Je réponds que je vois sur internet que le service responsable de la gestion du festival des lanternes se trouve au sein de l'administration municipale et que je souhaite donc entrer pour me renseigner. Il me refuse l'entrée, puis me suggère d'appeler le personnel pour qu'il vienne à ma rencontre avant d'entrer. Je me suis soudain rendu compte qu'il s'agissait peut-être d'un choc

culturel de mon retour en Chine. J'avais oublié qu'en Chine, les citoyens ne se rendent pas à l'administration municipale pour demander des conseils directement et n'y vont que lorsqu'ils ont besoin de régler des affaires ou d'obtenir des documents. Cette interaction m'a rappelé que les normes administratives en Chine diffèrent fondamentalement de celles rencontrées en France. Face à ce refus d'accès, j'ai décidé d'explorer d'autres voies pour mener mon enquête.

2.1 Musée des lanternes chinoises : découvrir son histoire

Je suis arrivée au musée des lanternes chinoises après avoir été découragée par l'agent municipal. Le musée est niché au cœur du parc des lanternes de Zigong, dans le centre-ville, qui a accueilli traditionnellement le festival local des lanternes de Zigong jusqu'en 2019. Celui-ci a été créé en 1994. La structure du bâtiment du musée est assemblée à partir de plusieurs formes des anciennes lanternes (Figure I.3). Ses façades reflètent aussi des fenêtres en forme de lanternes rondes et s'étendent sur deux étages au total. À l'approche du 1er octobre, date symbolique marquant le 70ee anniversaire de la fondation de la République populaire de Chine, l'entrée du musée se pare de lanternes rouges, ajoutant ainsi à l'atmosphère festive qui caractérise cet endroit une touche de couleur. L'entrée coûte 25 yuans [6] (environ 3 euros), et à l'intérieur, il fait



Figure I.3 – *Musée des lanternes chinois*

sombre. C'est dans la matinée, il n'y a pas de visiteurs. Le musée comporte toutefois deux étages, mais il semble très délabré. Ce n'est qu'après avoir acheté mon billet qu'un employé du musée a allumé les lanternes. Il me rejoint pour m'accompagner, puis se met à me parler de l'histoire du musée des lanternes et de l'histoire du festival des lanternes de Zigong. Il m'explique ainsi que le rez-de-chaussée du musée est consacré à l'histoire de la culture des lanternes en Chine, exposant de nombreux anciens chandeliers et une stèle appelée *Wu Huang Deng Hui* 五皇灯会 [Le festival des lanternes de cinq princes] (Figure I.4). Il m'explique :

6. Lorsque j'y suis retourné en 2023, c'était gratuit. Le musée des lanternes a été visité par un grand nombre d'organisations scolaires avec des enfants de l'école primaire.



Figure I.4 – *Stèle de Wu huang Deng hui*

« Cette stèle marque le début du festival des lanternes de Zigong, qui se trouve au *Wu Huang Miao* 五皇庙 [temple des cinq princes] dans le district *Gong Jing* 贡井[7] Les détails sur la stèle sont invisibles, on ne peut voir que les quatre caractères 五皇灯会. Il poursuit avec d'autres explications : Le temple des Cinq fils d'empereur a été construit par les habitants locaux pour honorer les cinq fils légendaires de *Yu Huang Da di* 玉皇大帝 [l'Empereur de Jade]. Selon la légende, ces cinq fils d'empereur se sont déguisés en voleurs et ont dérobé les riches pour donner aux pauvres. C'est pour cet esprit d'égalité qu'il y a beaucoup de gens qui viennent prier les Cinq fils d'empereur lors du festival des lanternes. »

—L'employé Wang au musée de lanternes chinois à Zigong, le 09/09/2019

Dans la salle d'histoire, j'aperçois également une lanterne en forme d'arbre appelée *Bai Zhi Deng Shu* 百枝灯树 (Figure I.5) [Lanterne en forme d'arbre de cent branches] Il m'a dit :



Figure I.5 – *Bai Zhi Deng Shu* 百枝灯树

« C'est une reproduction des lanternes de la dynastie Tang. De nombreux étrangers qui visitent le musée trouvent que cette lanterne a une forme unique. Je leur récite alors le poème le plus célèbre de la dynastie Tang.

Huo Shu Yin Hua He, 火树银花合,
Xing Qiao Tie Suo Kai. 星桥铁锁开。
An Chen Sui Ma Qu, 暗尘随马去,
Ming Yue Zhu Ren Lai. 明月逐人来。[8]

7. Une des six subdivisions de Zigong, 4 districts : *Zi Liu* 自流,*Gong Jing* 贡井,*Da An* 大安,*Yan Tan* 沿滩,et deux *Xian* 县 : *Rong* 荣 et *Fu Shun* 富顺.

8. Le titre de ce poème est *Zheng Yue ShiWu Ye* 正月十五夜 [Le Quinzième jour du premier mois du nouvel an lunaire] écrit par *Su Weidao* 苏味道 pendant la dynastie Tang. Le poème décrit la scène joyeuse des citoyens de la ville de *Chang'an* 长安 lors de la nuit du festival des lanternes. Traduit par Lin ziyu

[Les lumières se reflètent dans les profondeurs des jardins nocturnes, comme des fleurs délicates ; les serrures en fer des portes de la ville s'ouvrent, car elles sont praticables dans toutes les directions. La foule déferlait et la poussière volait sous les sabots des chevaux ; le clair de lune éclairait tous les coins, et les gens pouvaient voir la lune brillante au-dessus de leur tête partout.]

Je crois que ce poème peut les aider à voir que ce festival des lanternes existe depuis très longtemps. »

— L'employé Wang au musée des lanternes chinoises à Zigong, le 09/09/2019

La légende raconte aussi que, sous la dynastie Tang, les gens allumaient un immense arbre de lanternes colorées au sommet de la colline pour que les habitants de la ville en bas puissent le voir. La forme de cet arbre correspond à ce que l'on appelait à l'époque un arbre à feu. L'espace qui décrit l'histoire du festival des lanternes de Zigong se trouve au rez-de-chaussée. Le deuxième étage raconte plutôt la fabrication des lanternes de couleur par certaines entreprises. Ces lumières ont des caractéristiques uniques ou ont été primées dans des festivals de lanternes. Même s'il affirme le contraire, son pas léger semble m'indiquer que ce qui est exposé au rez-de-chaussée est ce qui a réellement du sens. Je l'ai donc suivi jusqu'au premier étage. Dans le hall se trouve un mur entier qui retrace l'histoire du festival des lanternes de Zigong. Il me raconte :

« En fait, ce que nous appelons aujourd'hui le festival des lanternes de Zigong a commencé en 1964. Le précédent de ce festival était connu sous le nom de *Tian Deng Hui* 天灯会[9] [festival des lanternes du ciel]. Une *Tian Deng* 天灯 [lanterne de ciel] est une lanterne rouge suspendue à un grand mât. Dans les temps anciens, Zigong était une région d'extraction du sel, et le sel de puits produit était transporté dans les environs par la rivière *Fu Xi* 釜溪. Les marchands qui vendaient le sel de puits formaient différents clans qui avaient leurs propres règles et qui, certains jours, allumaient des lanternes pour obtenir des bénédictions. La fête de Yuan Xiao et la fête de la mi-automne sont les moments de l'année où tous les clans allument leurs lanternes, en plus de quelques jours spéciaux fixés par les règles internes de chaque clan. Cependant, la fête de Yuan Xiao était riche en d'autres activités : il existait également des coutumes telles que le lâcher de lanternes dans la rivière et le fait de faire voler les lanternes *Kong Ming* 孔明[10]Kong Ming 孔明 est le nom social de *Zhuge Liang* 诸葛亮, le célèbre commandant militaire de la période des Trois Royaumes. Le lâcher de lanternes *Kong Ming* est une cérémonie au cours de laquelle les habitants locaux les placent dans le ciel en l'honneur de *Zhuge Liang*. Cette cérémonie s'est progressivement transformée en une activité de souhait et de

9. Le quinzième jour du huitième mois lunaire est également une nuit de pleine lune. Pour les Chinois, il y a deux jours dans l'année qui exigent la réunion familiale : l'un est la Fête des Lanternes, l'autre est la Fête de la Mi-Automne. Ce jour-là, les familles se réunissent pour manger des gâteaux de lune, admirer la lune et allumer les lanternes.

10.

> bénédiction.. L'année dernière, mes collègues ont trouvé beaucoup de stèles sur le *Tian Deng Hui* 天灯会 autour de Zigong, ce qui est très significatif et équivaut à trouver la preuve de l'origine du festival des lanternes de Zigong. »

En m'appuyant sur son témoignage ainsi que sur les contenus affichés sur les murs explicatifs du musée, j'ai pu reconstituer l'évolution du festival des lanternes. De nos jours, pendant la fête de *Yuan Xiao*, le *Tian Deng Hui* est désigné par le terme de *Ying Shen Sai Hui* 迎神赛会 [une procession rituelle d'accueil des divinités locales]. À Zigong, ces activités sont habituellement organisées par des *Yan Bang* 盐帮 [clan du sel]. Ces derniers ne relèvent pas de l'État, mais leurs évènements attirent spontanément la foule.

Le *Tian Deng Hui* est donc très grandiose. L'une des cérémonies de sacrifice les plus célèbres est le *Man Tian Guo Hai* 瞒天过海. Cette scène consiste à lever des structures en bois de chaque côté de la route, sur lesquelles est attachée une toile blanche recouvrant entièrement la voie. Différentes lanternes sont alors suspendues sous la toile, devant les magasins le long de la route. Lorsque les passants traversent sous la toile, ils ne voient pas le ciel, symbolisant ainsi que *Yu Huang Da Di* 玉皇大帝 [l'Empereur de Jade]. Lorsqu'une personne très respectée décède, elle est transportée jusqu'au cimetière dans un cercueil de cette manière, exprimant ainsi le souhait de ne pas la laisser partir.

En plus de ces activités, il y a aussi le *Ti Deng Hui* 提灯会 [un festival des lanternes portées sur les mains]. À ce jour, tous les habitants se promènent dans les rues en portant des lanternes, se comparant les uns aux autres pour voir qui a la plus belle. Certaines grandes familles de marchands de sel fabriquent également des chars à fleurs, des chars à lanternes, etc., pour participer aux défilés dans les rues.

Cependant, le festival des lanternes tel que nous le connaissons aujourd'hui ne remonte qu'à 1964. À cette époque, le pays avait besoin d'activités culturelles pour inspirer les gens. Différentes régions se sont mises à élaborer et à encourager des activités folkloriques. Personne n'aurait imaginé, à cette époque, que deux ans plus tard, la Révolution culturelle éclaterait, interrompant ainsi sporadiquement le festival des lanternes de Zigong. Ce n'est qu'en 1987 que ce festival reprend ses activités de manière régulière, devenant ainsi un événement culturel et économique majeur de la région.

Le fonctionnaire du musée me donne ensuite un aperçu général de l'histoire du festival des lanternes de Zigong, qui commence en 1964. J'organise sa chronologie à travers le stand du musée puis le résume comme suit : En 1987, le site du groupe de fossiles de dinosaures de *Da Shan Pu* 大山铺, situé sur le site du musée des dinosaures de Zigong, est inauguré. La ville de Zigong commence à attirer des touristes avec des objectifs différents. Le gouvernement municipal décide de modifier le nom du festival des lanternes de printemps de Zigong en le nommant la *Zigong Guoji Konglong Denghui Jingmao Jiaoyi Hui* 自贡国际恐龙灯会经贸交易会 [Foire économique et commerciale du festival international des lanternes de dinosaures de Zigong] dans le but de *revitaliser l'économie en utilisant les lanternes comme moyen de communication*. Les lanternes passent du modèle divertissant en outil politique pour finir par devenir un

marché économique et commercial. Ce modèle du festival des lanternes et du commerce s'est maintenu jusqu'à aujourd'hui, apportant de nombreux avantages à l'économie locale.

L'année 1988 figure comme la dixième année de la réforme et de l'ouverture de la Chine. Pékin accueille la même année la première édition de l'exposition internationale du tourisme et invite le festival des lanternes de Zigong à organiser un festival des lanternes d'un mois à Pékin dans le parc *Bei Hai* 北海. À cette occasion, de nombreux chefs d'État de l'époque visitent le festival des lanternes. La photo de Deng Xiaoping visitant le festival des lanternes est acquise par le musée des lanternes (Figure I.6). Presque tous les livres sur les lanternes contiennent cette photo.

Cette année-là, le comité de gestion du commerce des lanternes de Zigong est créé, ayant pour principale responsabilité d'organiser et de gérer le festival des lanternes de Zigong. Ce dernier est ainsi placé sous contrôle officiel, facilitant un développement plus normalisé et rationnel, au-delà du simple sens général des activités culturelles locales.

Grâce au festival des lanternes du parc Beihai, le gouvernement municipal de Zigong reçoit des demandes de gouvernements des villes de Chine pour organiser des festivals de lanternes. De ce fait, le festival devient la carte de visite de Zigong. Pour le gouvernement local, la création d'un département spécial peut permettre une gestion plus standardisée et favoriser un développement à long terme. Après l'exposition de Pékin, le festival des lanternes de Zigong commence à être invité à s'exposer dans diverses villes du pays. Lors du festival du printemps 1989, le festival des lanternes organisé à Guangzhou attire l'attention d'un homme d'affaires singapourien et, dans la soirée du 20 septembre 1990, le festival des lanternes de Zigong illumine le Royal Garden de Singapour.

Les organisateurs singapouriens offrent au groupe des lanternes une bannière portant cinq grands mots *Tian Xia Di Yi Deng* 天下第一灯 [la meilleure lanterne du monde] (Figure I.7).

Cette bannière est récupérée par le musée des lanternes de Zigong. Pour Singapour, c'est la quinzième année consécutive que le Royal Garden de Singapour organise le festival des lanternes. Le président de Singapour de l'époque, Wee Kim Wee, 黄金辉[11] Il pense que cette année-là est la plus grande, la plus adaptée au public et la plus rentable. (Z. Y. Mei 2016)

Pour la ville de Zigong, c'est la première fois que le festival des lanternes sort de la Chine. Depuis lors, le festival des lanternes de Zigong est présenté dans divers pays. Son passage de l'échelle locale à l'échelle globale a eu lieu à partir de 1990. À ce jour, 90% des festivals de lanternes dans le monde entier sont originaires de Zigong[12] [13].

Après la publication par le gouvernement municipal du *Zigong Shi Caideng Hangye Guanli Guiding* 自贡市彩灯行业管理规定 [Règlement sur la gestion de l'industrie des lanternes à Zi-

11. , est le 4e président de la république de Singapour, en fonction de 1985 à 1993.

12. The Paper, 迎神赛会热闹登场, 群众欢度元宵佳节, 6 mars 2022, consulté le 28 mai 2025,https://m.thepaper.cn/newsDetail_forward_16686472.

13. Xinhua, 福建漳州举行元宵迎神赛会, 26 février 2024, consulté le 28 mai 2025, http://www.news.cn/local/20240226/4cd6b0117176414dbdd9e272fc8dd4dd/c.html.



Figure I.6 – *Deng Xiao Ping dans le festival des lanternes au Parc Beihai en 1988*



Figure I.7 – *Tian Xia Di Yi Deng* 天下第一灯 *[la meilleure lanterne du monde]*

gong] [14] en 2000, des entreprises privées [15] commencent à participer à la production de lanternes. Entre-temps, avec le développement des entreprises privées, de plus en plus de lanternes de Zigong fleurissent dans le monde. En 2008, le festival des lanternes de Zigong est inscrit par le Conseil d'État sur la deuxième liste du patrimoine culturel immatériel national, marquant la protection juridique du festival des lanternes de Zigong dans toute la Chine. [16] . Cette année est également celle de l'innovation pour les lanternes. Le stand du musée baptise « l'année de l'essor », signifiant la transformation réussie des lanternes. Les festivals de lanternes organisés par le gouvernement ont souvent une fonction politique, par exemple en exposant des lanternes liées à l'idéologie ou en présentant des lampes qui reflètent les réalisations du gouvernement au service du peuple. Ces installations visent principalement à raconter des histoires à travers des images.

Cependant, avec l'implication des entreprises privées dans la conception et la fabrication des lanternes, l'accent se déplace vers la satisfaction des goûts esthétiques modernes des spectateurs et l'intégration des technologies contemporaines dans les installations traditionnelles, mettant en avant l'impact visuel des lanternes. Par exemple, le 14ê festival international des lanternes de dinosaures de Zigong en 2008 est la première fois que des dinosaures animatroniques sont utilisés, avec des effets sonores et des mouvements intégrés. Cela crée un impact visuel très fort. On peut dire que cette année-la, le festival des lanternes transforme l'ancienne présentation narrative en une présentation plus visuelle. (Chuan 2016 ; H. Mei et Yanling 2020)

En 1964, lorsque le gouvernement municipal de Zigong décide d'organiser le festival des lanternes de printemps. Ce festival est inscrit au patrimoine culturel immatériel de la Chine en 2008. Nous pouvons observer comment le festival des lanternes est progressivement traditionnalisé. Comme l'a déclaré Éric Hobsbawm : *l'invention des traditions est essentiellement un processus de formalisation et de ritualisation caractérisé par la référence au passé, ne serait-ce que par le biais d'une répétition imposée.* (Hobsbawm et Ranger 2012[p. 30]).

Le jour du Nouvel An 2017, avec l'aide du Département de la propagande du Comité central du Parti communiste chinois et de l'Association du peuple chinois pour l'amitié avec les pays étrangers, Zigong lance officiellement *Shuang Bai Xing Dong* 双百行动 [l'Action Double cent] du festival des lanternes de Zigong. C'est-à-dire qu jusqu'en 2022, le festival des lanternes de Zigong se donne ainsi pour objectif d'organiser au moins 100 spectacles de lanternes dans 100 villes du pays et de l'étranger. [17] Grâce aux efforts de toutes les parties, le festival des lan-

14. Voir « 四川自贡"借灯出海"促文化产业走出去 连续 7 年年均增长 42% », https://www.yidaiyilu.gov.cn/p/76336.html.

15. En Chine, l'expression « entreprises privées » renvoie aux sociétés créées et détenues par des acteurs individuels ou familiaux. Elles se distinguent des entreprises publiques (*guoyou qiye* 国有企业), contrôlées par l'État. Toutefois, dans le langage courant et dans les documents officiels, on emploie plus souvent le terme « entreprises non étatiques » (*minying qiye* 民营企业), qui englobe un spectre plus large de sociétés non contrôlées par l'État.

16. Voir le site officiel du patrimoine culturel immatériel de la Chine https://www.ihchina.cn/art/detail/id/15112.html

17. Des rapports détaillés peuvent être consultés sur le site web du gouvernement populaire de la province de Sichuan, à l'adresse suivante : https://www.sc.gov.cn/10462/10464/10465/10595/2017/1/11/10410668.

ternes de Zigong peut ainsi être considéré comme un véritable festival mondial des lanternes. La promotion au niveau national montre que le festival des lanternes de Zigong est une activité culturelle du costume populaire local qui s'inscrit dans la culture chinoise pour raconter l'histoire chinoise, diffuser la voix chinoise, transmettre la culture traditionnelle excellente et d'autres stratégies culturelles nationales. C'est grâce à ce soutien national que la commune de Gaillac peut organiser depuis 2017 le festival des lanternes de Zigong, appelé « Féerie de la Chine ».

Avec le guide du musée, nous parcourons jusqu'au bout le mur retraçant l'histoire du festival des lanternes de Zigong. Ensuite, nous montons au deuxième étage du musée. Il me présente les étapes de fabrication des lanternes ainsi que les particularités de cette industrie à Zigong :

> « La concurrence dans l'industrie des lanternes de Zigong est très forte, et plus de 900 entreprises de lanternes sont enregistrées cette année. [18]Permettez-moi de vous donner un exemple, comme ça vous savez à quel point la concurrence est terrible. Supposons qu'un client descende d'un avion et qu'il ait contacté une entreprise de lanternes avant de venir. Il veut organiser un festival dans sa ville. Dès qu'il quitte l'aéroport, il faut que quelqu'un de cette entreprise le suive tout le temps, même s'il va aux toilettes et séjourne à l'hôtel, pour s'assurer qu'il n'y a pas d'autres personnes autour de lui qui lui parlent. Il faut garder un œil sur lui tout le temps. Lorsqu'il y a une faille qui n'est pas protégée, les employés d'une autre entreprise peuvent profiter de la situation. Ce client peut changer de côté. Vous venez de voir ces lanternes. En réalité, ce qui est conçu par ces différentes entreprises se ressemble beaucoup. De plus, les clients n'ont pas d'exigences aussi élevées en matière de qualité des lanternes que pour d'autres produits de la vie quotidienne. À ce stade, le prix devient donc le critère de comparaison clé. Souvent, les clients optent pour une entreprise proposant des prix plus bas. Ou si une entreprise ne peut pas offrir un avantage compétitif en termes de prix, elle pourrait promettre à ses clients certains avantages personnels supplémentaires. » —*Le guide de musée de lanternes à Zigong le 16 septembre 2019*

À ce stade, je me pose des questions sur le festival des lanternes de Zigong et sur les festivals de lanternes organisés dans le monde entier. Les documents du musée et l'introduction du guide semblent confondre ces deux événements. Bien que le festival des lanternes de Zigong, qui se tient localement à Zigong, et celui de Gaillac présentent des similitudes, des différences notables existent. Le festival de Zigong a toujours été dirigé par le gouvernement, tandis que celui de Gaillac est organisé par des entreprises privées. J'ai l'intention de continuer à visiter les organisations publiques et privées qui mettent en place ces festivals de lanternes afin d'ap-

---

shtml.

18. Des rapports détaillés peuvent être consultés sur le site web du gouvernement populaire de la province de Sichuan, à l'adresse suivante : https://www.sc.gov.cn/10462/10464/10465/10595/2017/1/11/10410668.shtml

profondir ma compréhension. Cette visite au musée me permet non seulement de retracer les origines locales du festival, mais aussi de comprendre comment l'histoire officielle est aujourd'hui scénarisée dans un cadre institutionnel. Elle me pousse également à interroger les écarts entre cette mémoire construite et les logiques commerciales contemporaines que j'allais explorer par la suite.

2.2 L'entreprise d'Etat

Après avoir quitté le Musée, je me rends à la *Zigong Cai Deng Wen Hua Chuan Bo Yun Ying You Xian Gong Si* 自贡彩灯文化传播运营有限公司 [Société de diffusion et d'exploitation de la culture des lanternes colorées de Zigong]. Cette société est créée en avril 2018, transformée à partir du *Zigong Deng Hui Zhi Hui Bu* 自贡灯会指挥部 [bureau de coordination du festival des lanternes de Zigong], puis elle devient une entreprise d'État. Actuellement, elle est principalement chargée de l'organisation du festival des lanternes local de Zigong, de la gestion de la marque du festival des lanternes de Zigong, ainsi que de la planification du développement de l'industrie des lanternes locale.

Lorsque j'arrive au siège de cette entreprise, qui est en cours de rénovation. La directrice adjointe m'accepte pour une interview.

Elle me dit qu'en général, à cette période (en l'occurrence en septembre 2019, lorsqu'ils commencent à préparer le festival des lanternes de Zigong en février 2020), ils commencent à préparer le festival de l'année suivante. Cependant, aujourd'hui, elle doit rester pour superviser l'avancement des travaux, mais elle a justement du temps pour répondre à mes questions.

Une heure de discussion me permet de mieux comprendre l'ensemble du festival des lanternes. Elle m'explique que cette entreprise est à l'origine un département gouvernemental. La municipalité décide de le transformer en une entreprise d'État indépendante afin de se concentrer davantage sur l'organisation du festival des lanternes de Zigong et sur la création de sa propre marque.

Les objectifs de l'entreprise et du gouvernement dans l'organisation du festival des lanternes sont différents : le gouvernement accorde plus d'importance à la diffusion de l'idéologie derrière le festival, tandis que l'entreprise place les bénéfices économiques du festival au premier plan. De plus, les conceptions de lanternes sont principalement axées sur la mise en valeur de la culture traditionnelle, mais les couleurs sont considérées comme trop vives et souvent décrites par des habitants comme vulgaires, ressemblant à un plat typiquement chinois, « l'omelette aux tomates avec des ciboulettes » (Figure I.8a I.8) (Min 2019). Cependant, depuis la création de cette entreprise, elle commence à suivre de près les tendances esthétiques de l'époque.

Pendant l'entrevue, elle me présente également les différents types de festivals de lanternes :

> « En ce qui concerne les modèles de festival des lanternes, il existe essentiellement deux types. Nous appelons l'un le modèle de *Cai Deng Jia* 彩灯+ [festival des lan-



(a) l'omelette aux tomates avec des ciboulettes



(b) le combo classique : rouge-jaune-vert

Figure I.8 – *les couleurs des lanternes*

ternes plus quelque chose], qui combine le festival des lanternes avec des éléments tels que l'opéra du Sichuan et les produits caractéristiques du Sichuan pour créer un modèle de festival des lanternes commerciales. L'autre est le modèle *Jia Cai Deng* + 彩灯 [quelque chose de plus festival des lanternes], qui consiste à organiser des événements majeurs dans certaines régions, tels que le sommet du G20 de 2017 au sein duquel on organise un festival des lanternes pour enrichir l'événement.[19] » —*L'entretien de la directrice adjointe Qian de la Société de diffusion et d'exploitation de la culture des lanternes colorées de Zigong le 17 septembre à Zigong*.

Table I.1 – *Comparaison des modèles 'Cai Deng +' et '+ Cai Deng'*

Critère	**Modèle "彩灯+" (*Cai deng*+)**	**Modèle "+彩灯" (+ *Cai deng*)**
Position	Lanterne comme élément principal	Lanterne comme élément supplémentaire
Fonction	Valorisation économique par la culture	Amélioration de l'expérience culturelle
Méthode	Intégration active d'éléments locaux	Insertion dans des activités existantes
Exemples	— Fête des lanternes + marché local — Fête des lanternes + promotion touristique	— Soirée d'entreprise + exposition de lanternes — Conférence internationale + exposition de lanternes
Objectif	Créer de nouvelles synergies économiques	Enrichir des événements existants

19. Voir le tableau I.1 pour la comparaison de ces deux modèles.

Ensuite, elle m'a donné un résumé de l'industrie des lanternes de Zigong. Grâce à ces informations, j'ai pu accéder à une compréhension plus globale de ce secteur :

> « Le secteur des lanternes est une industrie à faible investissement. En anglais, on l'appelle *asset-light*. À partir de 2006, de plus en plus de personnes ont commencé à créer des entreprises de lanternes. En 2017, il y avait environ 700 entreprises, mais en seulement deux ans, ce nombre est passé à plus de 900. En raison de leur modèle opérationnel très simple, ces entreprises de lanternes jouent un rôle d'intermédiaires. Elles doivent simplement comprendre les procédures pour organiser un festival de lanternes et être capables de contacter différents groupes de participants. En d'autres termes, les lanternes sont une affaire qui implique le gouvernement (G) et les entreprises (B). Les prix d'un festival peuvent varier de quelques milliers à des dizaines de millions de yuans, et il n'y a pas de marge bénéficiaire fixe. La plupart du temps, ces lanternes ne sont utilisées qu'une seule fois. Seul un petit nombre d'entre elles est déplacé vers d'autres endroits pour être exposé à nouveau. Les commandes dépendent souvent des contacts établis, et les bénéfices dépendent de la capacité de négociation des vendeurs et de l'aptitude des entreprises à maîtriser les coûts. »

Il a ensuite donné un exemple :

> « Si une personne est déjà en contact avec des clients, il est très simple pour elle de faire ce type de commerce. Il lui suffit de contacter une société de design pour concevoir les formes des lanternes ; de contacter un chef de chantier pour lui dire combien d'ouvriers et de temps il lui faut ; puis de contacter différentes compagnies de divertissement et d'échanges commerciaux en fonction des besoins du client. Il n'a pas du tout besoin d'embaucher de personnel, voire même d'un ordinateur ; il lui suffit d'ouvrir son téléphone et d'utiliser WeChat. »
>
> *—L'entretien de la directrice adjointe Qian de la Société de diffusion et d'exploitation de la culture des lanternes colorées de Zigong le 17 septembre à Zigong*

Elle m'a aussi dit que la tâche principale de cette entreprise est d'organiser correctement le festival des lanternes local à Zigong. Dans les années à venir, à partir de 2020, la durée, le lieu et le style des lanternes du festival seront largement modifiés. Chaque édition du festival verra différentes entreprises privées concevoir et exposer les lanternes, avec une évaluation à la clé. Cette approche vise à renforcer la compétitivité des entreprises et à stimuler l'innovation, ainsi qu'à améliorer la qualité.

En effet, lorsque je suis retourné à Zigong en 2023, j'ai constaté que de nombreuses lanternes avaient adopté une esthétique beaucoup plus contemporaine. Certaines s'inspiraient d'univers populaires comme les jeux vidéo ; d'autres incorporaient des effets de lumière synchronisés à la musique, ou encore des installations interactives permettant aux visiteurs de déclencher eux-mêmes les illuminations (Figure I.9 et I.10).



Figure I.9 – *Installation lumineuse en forme de lapin géant portant un casque de réalité virtuelle, exposée à Zigong en 2023. Ce mélange entre esthétique traditionnelle et symboles technologiques exprime une volonté de rendre les lanternes plus attrayantes pour les jeunes générations.*



Figure I.10 – *Lanterne inspirée du jeu vidéo League of Legends, vue au festival des lanternes de Zigong en 2023. Cette installation spectaculaire combine des personnages numériques avec un langage visuel lumineux et dynamique, illustrant l'intégration de la culture pop mondiale dans les lanternes traditionnelles.*

Cet entretien m'a permis de saisir la complexité du passage d'un dispositif culturel à une logique de marché : en se détachant de l'administration, le festival des lanternes de Zigong devient à la fois un produit concurrentiel et un support de politiques symboliques. Ce glissement vers une gouvernance mixte entre l'État et l'entreprise privée illustre les nouvelles modalités de production culturelle à l'ère de la mondialisation.

2.3　Le Groupe de Lanternes

Deng Cai Ji Tuan 灯彩集团 [Le Groupe de Lanternes], est l'un des organisateurs du festival des lanternes de Gaillac depuis 2017. Lorsque je suis arrivée dans cette entreprise pour la première fois, j'ai également rencontré quelques obstacles à l'enquête. La société est située dans la zone de haute technologie des entreprises de Zigong. Comparée au centre de Zigong, cette zone se caractérise par son calme et des entreprises assez éloignées les unes des autres. En entrant dans le bâtiment principal du Groupe de Lanternes, je remarque une grande cour remplie de lanternes de différentes formes. Je rentre directement dans le bâtiment consacré aux bureaux sans être arrêtée par qui que ce soit. Dans le bureau administratif, je me présente à un groupe d'employé · es. Après une brève introduction, je leur pose la question suivante :

> « Je voudrais interviewer quelqu'un pendant une demi-heure à une heure. Y a-t-il quelqu'un qui aurait du temps pour répondre à mes questions ? »

Une jeune personne travaillant au bureau m'a répondu en disant :

> « Si vous avez des questions, vous pouvez les rechercher directement en ligne ou les poser sur notre site web. »

J'ai alors demandé :

> « Sinon, pourriez-vous me fournir des documents sur votre entreprise ? Les autres entreprises ont généralement des documents comme des présentations de l'entreprise, etc. Avez-vous quelque chose de similaire ? »

Elle continue :

> « Si vous pouvez trouver quelque chose en ligne, cela signifie que ce sont des informations ouvertes. En ce qui nous concerne, nous pouvons vous montrer la même chose. Mais si vous ne trouvez aucune réponse à vos questions en ligne, cela signifie qu'il s'agit d'informations que vous ne pouvez pas connaître, car elles relèvent du secret industriel. »

.

Je quitte donc cet endroit.

Bien que ma première visite ne se soit pas déroulée sans accroc, lors de ma deuxième visite, je suis accueillie par un autre membre du personnel administratif plus âgé. J'apprends alors que le groupe de lanternes était en réalité une fusion de plus de 20 entreprises spécialisées dans la fabrication de lanternes. La première du genre est la société de lanternes *Xin Ya* 新亚彩灯,

fondée en 2005. Bien que cette fusion a lieu en 2016, ce dernier acquiert rapidement une position dominante et est désormais le plus grand groupe de lanternes de Zigong.

Depuis 2006, l'entreprise lance le projet ambitieux du festival des lanternes chinoises, qui consiste à vendre et exposer des lanternes à travers le monde. Par exemple, il est exposé durant trois années consécutives dans la province de l'Ontario, au Canada, attirant des milliers de visiteurs. Chaque année, le groupe organise une dizaine d'expositions de lanternes à l'étranger, mettant en avant l'habileté artistique et l'ingéniosité technique chinoises à l'instar du festival des lanternes à Longleat, un territoire anglais à côté de la ville de Warminster, en Angleterre. Les autres pays et villes, comme Madrid（Espagne), Lisbonne（Portugal), Göteborg (Suède) et Santiago (Chili), organisent tous un ou plusieurs festivals des lanternes. Outre ce projet, l'entreprise gère également deux grandes marques mondiales enregistrées : *Zhongguo Xiongmao Jie* 中国熊猫节 [le Festival du panda chinois] et *Huan Qiu Deng Hui* 环球灯会 [le Festival mondial des lanternes][20]. Ces projets qui visent à promouvoir la culture chinoise sur la scène mondiale sont menés à bien avec le soutien du gouvernement local.

Le jour de l'entretien avec cette personne[21] m'explique que les ouvriers destinés à Gaillac partent généralement au cours de la première semaine de septembre pour se préparer minutieusement à l'installation du festival. Toutefois, ces ouvriers ne se rendent pas toujours aux mêmes endroits, car les délais d'installation et les effectifs nécessaires changent en fonction des caractéristiques et de l'ampleur de chaque site d'accueil. Le groupe dispose d'un effectif impressionnant de plus de cinq cents ouvriers spécialisés, et chaque projet en cours répartit ses ouvriers selon un système de rotation. Cette méthode permet non seulement une flexibilité accrue dans la gestion des expositions à l'étranger, mais offre également aux travailleurs la possibilité de découvrir et d'interagir avec différentes cultures lorsqu'ils sont hors de Chine. Les ouvriers ont d'ailleurs le choix de ne pas revenir systématiquement au même endroit, utilisant ces rotations comme une chance unique de s'enrichir de diverses expériences culturelles à travers le globe.[22]

Elle me mentionne que le contingent de travailleurs affecté à Gaillac est actuellement l'un des plus importants jamais enregistrés, avec environ 80 à 90 personnes déployées sur le site. Cette forte présence dépend non seulement des exigences logistiques inhérentes à l'organisation d'un événement de cette envergure, mais aussi de la coopération des autorités locales à l'étranger, qui jouent un rôle crucial en facilitant l'obtention des visas nécessaires pour un si large groupe de travailleurs. Cette collaboration internationale est essentielle pour garantir le succès et la sécurité des installations de ce festival lumineux et culturel. Enfin, elle me présente une initiative innovante coorganisée par l'entreprise et le gouvernement municipal à la fin de 2018 : l'Académie de lanternes. Cette académie vise à former la nouvelle génération dans les arts de la conception et de la fabrication de lanternes, veillant ainsi à ce que la culture tradition-

20. Voir aussi sur son site officiel `http://www.zglanterngroup.com/?Company`

21. , le 19/09/2019, l'entretien avec une madame qui travaille dans Le Groupe de Lanternes

22. J'ai confirmé cette information auprès des travailleurs en janvier 2020. Il est vrai qu'ils ne se rendent pas à un seul endroit à la fois. L'un dépend de leur emploi du temps et l'autre de leur intérêt.

nelle chinoise continue de prospérer et de s'adapter à l'évolution des temps. En mettant l'accent sur l'éducation et l'innovation, l'académie cherche à préserver cet héritage tout en inspirant de nouvelles formes d'expression artistique, assurant ainsi que l'art des lanternes reste une source de fierté culturelle et un élément vital du patrimoine vivant chinois.

D'après sa présentation de l'entreprise, je constate le rôle crucial du gouvernement dans le soutien à l'exposition internationale des lanternes colorées. Depuis 2015, l'entreprise est désignée par le gouvernement chinois comme une entreprise clé dans l'exportation culturelle nationale. [23] . Cette dernière résulte de l'évaluation de l'entreprise par le ministère du Commerce de Chine, visant à mettre en œuvre la stratégie *Zou Chu Qu* 走出去 [Go Global]. Pour être éligible, une entreprise doit atteindre un seuil minimum d'exportation de 350 000 dollars américains et posséder de bons canaux de diffusion à l'étranger ou avoir un impact significatif sur l'exportation culturelle chinoise. Une fois sélectionnée, l'entreprise bénéficie d'un soutien financier aux industries culturelles nationales, et certains départements locaux offrent également des subventions financières. Les politiques fiscales incluent un impôt sur les sociétés de seulement 15% avec un taux de remboursement de la TVA à l'exportation de 16%, ainsi qu'un taux de TVA zéro et des aides financières et de crédit. [24]

Cette enquête auprès du Groupe de Lanternes montre que l'internationalisation des festivals n'est pas simplement le fruit d'un marché culturel globalisé, mais résulte d'une stratégie étatique intentionnelle visant à transformer les objets festifs en vecteurs d'image nationale. L'imbrication étroite entre entreprises, ouvriers, gouvernements locaux et logiques d'exportation illustre ainsi la manière dont la culture populaire est mobilisée comme levier de diplomatie culturelle.

2.4 Racines et réinventions

La visite des lieux mentionnés ci-dessus m'a permis d'accéder à une compréhension préliminaire et générale de l'industrie des lanternes à Zigong.

Au cours des jours suivants, je mène de nombreux entretiens avec les habitants locaux [25] et je découvre deux phénomènes intéressants. Premièrement, je remarque que de nombreux jeunes âgés de 20 à 30 ans ne visitent le festival des lanternes de Zigong que pendant leur enfance, avec leur famille, et n'y participent plus depuis leur adolescence. Cela reflète une baisse de l'engagement des jeunes générations dans les activités culturelles traditionnelles, en raison des changements de l'époque et des modes de vie. Deuxièmement, je constate que de nombreuses personnes âgées de 40 à 50 ans travaillent au moins une fois comme ouvriers dans la fabrication de lanternes. Ces deux phénomènes reflètent les défis et les changements auxquels est confrontée

23. En 2021, 369 entreprises en Chine ont été désignées comme entreprises clés pour l'exportation culturelle nationale. Pour plus de détails, vous pouvez consulter le site web du ministère du Commerce de Chine à l'adresse suivante `http://file.mofcom.gov.cn/article/gztz/202107/20210703180727.shtml`

24. Ces données proviennent de l'interprétation des politiques sur le site web d'un cabinet d'avocats. Voici le lien : `https://www.fieldfisher.com/zh-cn/locations/china/`

25. J'enquête sur 62 personnes au total, dans les marchés alimentaires, les supermarchés, les restaurants, les centres commerciaux et dans les taxis,

l'industrie des lanternes.

Mais comme je n'assiste pas encore au festival des lanternes de Zigong, je ne peux pas vraiment me faire une idée du type de culture chinoise et de l'image de la Chine que les décideurs choisissent de représenter. Je tente ainsi de compléter ces informations par des recherches en archives. Je me rends donc à la bibliothèque de Zigong. Là-bas, je rencontre une étudiante en gestion artistique qui recherche des documents pour son mémoire de master. Son sujet principal est la conception d'un logo de marque pour le festival des lanternes de Zigong.

Elle pense que la politique de la Chine consiste désormais à faire sortir la culture traditionnelle de Chine pour que les autres puissent la reconnaître. Elle estime que le festival des lanternes de Zigong a toujours une atmosphère rustique qui, bien que très proche de la culture traditionnelle pour le grand public, le rend peu attrayant. Ensemble, nous consultons les archives de *Rong Xian* 荣县[26], mais malheureusement, nous n'avons pas trouvé de documents sur les origines des festivals des lanternes. Seules quelques phrases décrivent *Tian Deng Hui* 天灯会 [le festival des lanternes du ciel]. De plus, il y a peu de livres sur le festival des lanternes de Zigong, les plus célèbres étant *Nan Guo Deng Cheng* 南国灯城 [La cité des lanternes du sud de la Chine][27] et *Zhong Guo Deng Wen Hua* 中国灯文化[28] [La culture des lanternes chinoises] de *Song Liang Xi* 宋良曦[29].

Le premier explique principalement la formation du festival des lanternes local de Zigong ainsi que sa structure et son contenu. Le second est le premier ouvrage académique sur la culture des lanternes en Chine, qui répertorie une grande variété de types de lanternes anciennes, de poèmes sur les lanternes, de festivals et de fêtes des lanternes. De plus, il décrit les scènes des festivals de lanternes de *Yuan Xiao* dans tout le pays. En 2018, *Zigong Deng Hui Pin Ping* 自贡灯会品评[30] [Évaluation du festival des lanternes de Zigong] écrit par *Wang Yu et Zhang Fanglai* retrace non seulement l'histoire du festival des lanternes de Zigong, mais commente également certains designs de groupes de lanternes célèbres et résume les méthodes de fabrication des lanternes colorées de Zigong.

Tous ces livres ont en commun de commencer leur histoire du festival des lanternes à partir de l'utilisation généralisée du feu, puis de raconter comment le festival des lanternes de Zigong évolua à partir des Tian Deng Hui et des Wu Huang Deng Hui pour être rétabli en 1964. Ces informations historiques sont essentiellement les mêmes que celles du musée des lanternes chinoises. Le rôle et l'organisation du festival des lanternes modernes ne peuvent être retracés

26. Un district sous la juridiction de la ville de Zigong.

27. 宋良曦. 南国灯城. 四川人民出版社 (2002) : 110. Song Liangxi. La ville des lanternes du sud. Chengdu : Éditions du Peuple du Sichuan, 2002 : 110.

28. 宋良曦, 宋岸雷. 中国灯文化 [J]. M. 成都 : 四川人民出版社, 1996. Song Liangxi, Song Anlei. La culture des lanternes en Chine [J]. M. Chengdu : Éditions du Peuple du Sichuan, 1996.

29. Song Liangxi (1944 - 19 novembre 2017) est une célébrité culturelle de Zigong, un collaborateur du journal de Zigong, un chercheur au Centre de recherche sur la culture du sel de Chine, un directeur adjoint du comité académique. Il est également chercheur au musée historique de l'industrie du sel de Zigong.

30. 王余, 张芳来. 品评自贡灯会. 科学出版社 ; 第 1 版 2018 年 11 月 Wang Yu, Zhang Fanglai. Évaluation du festival des lanternes de Zigong. Beijing : Presses scientifiques ; 1ère édition, 1er novembre 2018

qu'à partir de 1964, créant ainsi un hiatus important dans l'histoire.

En 1994, le Comité de gestion du commerce des lanternes de Zigong compile le *Zigong Deng Hui Zhi* 自贡灯会志[31] [Journal du festival des lanternes de Zigong], qui passe en revue les types de festivals des lanternes, ainsi que leur gestion et leur organisation de 1964 à 1993. De plus, en 2018, le Comité de rédaction des festivals chinois a retracé l'origine et l'évolution du festival des lanternes de Zigong, reliant ainsi le passé et le présent du festival. Ce sont en fait les seules sources d'information sur le festival des lanternes de Zigong que j'ai trouvées sur place.

En somme, bien que les archives locales et les ouvrages disponibles permettent d'esquisser une histoire partielle du festival, elles laissent dans l'ombre de nombreux aspects liés à ses origines anciennes et à son développement moderne. Ces limites documentaires renforcent mon intérêt pour l'observation directe du festival afin d'en comprendre les logiques actuelles de mise en scène culturelle.

3 D'une localité à l'autre : les lanternes de Zigong dans le contexte du sud-ouest de la France

En février 2021, contrairement aux deux premières fois où j 'arrive à Gaillac, c'est une journée ensoleillée. Mon train est sur le point d'entrer en gare lorsque j'aperçois sur le bord de la route une petite lanterne en forme d'éléphant. Elle n'est plus qu'un squelette de fil de fer, ses tissus en satin ayant disparu, ne laissant que quelques brins de tissu illisible flottant au vent. À côté d'elle se trouvent plusieurs autres lanternes, toutes défigurées. Comparé aux périodes des festivals précédents, il y a moins de monde dans les rues. L'impression d'un « accès festival » est à peine visible sur le sol du centre-ville. Une année n'est pas suffisante pour effacer les traces laissées par la présence du festival. Cette fois, je m'y installe durant trois mois. En repensant à toutes les fois où la pluie m'a accueillie à mon arrivée, je sens que le soleil d'aujourd'hui est un bon présage pour ce terrain à Gaillac.

Près de toutes les personnes à qui je demande entre 2019 et 2020, qu'il s'agisse d'employés municipaux, de bénévoles ou d'habitants, m'affirment qu'elles ne sont au courant de rien concernant le festival des lanternes ; seul le maire semble informé. Comme je n'ai pas réussi à parler tranquillement au maire auparavant, j'ai tout de suite voulu organiser une rencontre en arrivant à Gaillac cette fois-ci.

En septembre 2020, il est condamné par le tribunal pour corruption passive et interdit d'exercer toute fonction politique pendant cinq ans. À partir de ce jour, il n'est plus maire de Gaillac. Selon lui, cet épisode constitue un coup dur, et il soulève également des doutes quant au maintien d'une quatrième édition du festival des lanternes dans la région. Cependant, dès

31. 自贡灯会志, 自贡市灯贸管理委员会, 四川人民出版社;1994 年 12 月 Zigong Lantern Festival Chronicles. Auteur : Comité de gestion des échanges de lanternes de Zigong. Éditeur : Éditions du Peuple du Sichuan. Date de publication : décembre 1994.

2021, il crée une société appelée Magconseil, jouant le rôle d'intermédiaire entre le festival et les municipalités de Blagnac puis de Montauban, ce qui permet l'organisation réussie de trois nouvelles éditions. À partir de 2024, il commence à préparer son retour en politique, en vue de l'élection municipale de 2026.

Contexte : la trajectoire politique de P. Gausserand

En 2014, Patrice Gausserand est élu maire de Gaillac. En 2015, il s'associe avec Pierre-Yves Olivier et son épouse Jing Olivier pour créer la société Le Comptoir des Bastides. En 2017, la société acquiert un immeuble dans le centre-ville. Le gérant d'un établissement, Didier Bressolles, exploitant la Bodéga, y est locataire. Le 15 mai 2017, une réunion a lieu entre Patrice Gausserand, Pierre-Yves Olivier et Didier Bressolles. Au cours de cette rencontre, une conversation est enregistrée. Dans cet enregistrement, le maire et son associé demandent à Bressolles de quitter les lieux et lui proposent des contreparties pour libérer l'immeuble (La Dépêche 2021). Cet enregistrement est transmis à la justice. Le parquet d'Albi ouvre une enquête préliminaire en novembre 2017. Le 18 décembre 2019, le tribunal correctionnel d'Albi condamne Patrice Gausserand à six mois de prison avec sursis et deux ans d'inéligibilité pour prise illégale d'intérêts (La Dépêche 2019). Le 28 juin 2020, Patrice Gausserand est réélu maire de Gaillac avec 52,8% des suffrages (La Dépêche 2020b). Le 17 septembre 2020, une nouvelle décision du tribunal correctionnel d'Albi le condamne à dix mois de prison avec sursis et cinq ans d'inéligibilité, retenant les infractions de prise illégale d'intérêts et de corruption passive. L'affaire implique également son associé et ami au sein de la société Comptoir des Bastides, condamné à une amende de 50 000 euros (La Dépêche 2020a). Le 22 septembre 2020, à la suite de ce jugement, il démissionne de ses fonctions de maire (La Dépêche 2020c). Le 13 avril 2021, la cour d'appel de Toulouse confirme en appel la condamnation de Patrice Gausserand (La Dépêche 2021).

Lors de mon séjour, je choisis de m'installer dans un camping qui accueille des ouvriers depuis trois ans. Étant donné que c'est la basse saison, je paie un faible loyer de 450 euros par mois. Malheureusement, deux semaines après mon arrivée, la France est entrée dans sa troisième période de confinement suite à la pandémie mondiale du Covid-19, m'entravant ainsi la possibilité d'observer la vie quotidienne de la ville. Le café que je fréquente souvent ferme, mais je parviens à mener plusieurs entretiens dans le parc et dans ma cabane avec des personnes rencontrées lors de ma première expérience de bénévolat, comme j'écris dans l'introduction.

Mon premier entretien a eu lieu avec Patrice Gausserand en mars 2021. Après lui avoir envoyé un courriel exprimant mes regrets pour son incapacité à continuer de servir Gaillac, il répond immédiatement et me propose de venir me chercher en voiture pour m'emmener chez lui. Il conduit une voiture neuve. Le vernis noir, éclatant de nouveauté, lorsqu'il s'immobilise devant le camping, relègue les autres voitures à une grisaille effacée.

Environ dix minutes de route plus tard, nous arrivons chez lui. Il explique qu'il vit seul, bien

que sa compagne et sa fille viennent parfois lui rendre visite. Il me fait visiter sa maison.Dans la cour avant s'entassent des bûches, ainsi que quelques matériaux de rénovation épars. Dès l'entrée, le vestibule s'ouvre sur la cuisine et la salle à manger : près de l'évier reposent quelques assiettes et bols en train de sécher, tandis que des magnets décorent la porte du réfrigérateur. À gauche, un salon en contrebas s'étend, aménagé de canapés et dominé par une grande bibliothèque. Outre les livres, il y a de nombreux rouleaux et quantité de thés finement emballés. Il en déroula quelques-uns à la hâte, les laissant entrouverts avant de les ranger précipitamment dans la bibliothèque, en me promettant qu'une autre fois il me les montrerait. Puis, sans transition, il me demanda quel thé je voulais. J'ai répondu que du jasmin suffirait. À l'opposé de la cour avant, l'arrière-cour offre un tout autre tableau. Des tables et des chaises sont disposées sous un parasol, le soleil inonde doucement l'espace, tandis qu'une brise légère soulève le rideau voisin. L'ensemble compose une scène paisible et belle. Il prend ensuite son iPad et met une musique au rythme léger. Puis il attrape une tasse, place un filtre à thé et me laisse ajouter moi-même du jasmin. J'en mets trop, l'infusion dure un peu trop longtemps. Il sourit : Tu n'en as pas mis un peu trop ? Je retire le filtre et sors mon carnet. Les pages sont blanches, aucune question n'est notée. Il jette un regard rapide, puis c'est lui qui me demande ce que je veux savoir.

Je demande s'il continue d'organiser le festival des lanternes à Gaillac. Sa réponse est négative, expliquant que le budget de la préparation du festival, qui s'élève à 1,3 million d'euros, ne le lui permet plus. Le maire actuel peut trouver 800 000 euros, mais la moitié manquante peut entraîner un changement de ville pour le festival. Il mentionne alors quelques villes voisines pressenties, mais n'a pas encore décidé laquelle précisément.

Lorsque je le questionne sur comment il a entendu parler du festival des lanternes de Zigong et les raisons pour lesquelles il a choisi celui-ci en particulier,il répond :

> « Mais comment aurais-je pu savoir de quel festival il s'agissait ? Je n'en avais aucune idée. Ce sont les gens de l'APCAE qui m'ont contacté. Quand je suis arrivé à Zigong, c'était justement le moment du festival, en février 2017. Et là, en le découvrant, je l'ai trouvé vraiment magnifique. Le maire de Zigong m'a alors présenté une entreprise, le Groupe de lanternes, et c'est comme ça que tout a commencé. »
> *—L'entretien du maire de Gaillac, Patrice Gausserand, entretien du 21 mars 2021, à Gaillac*

L'entretien avec le maire n'est pas fluide. Je peux ressentir son impatience. Quand les questions se font difficiles ou gênantes, il change immédiatement de sujet. Quand je lui demande comment il trouve les sponsors, il se lève soudainement en me demandant quel type de musique je souhaite écouter, puis il sort son iPad et change la musique. Lorsque je demande comment il est entré en contact avec la société du festival des Lanternes, il me répond que son avocat est un homme chinois. [32] Il commence tout de suite à passer un appel vidéo à son avocat, me

32. Il s'appelle Jianan Wu, docteur en droit (Université d'Aix-Marseille, 2015).Il est l'avocat-conseil du Groupe des lanternes de Zigong pour ses expositions internationales, chargé des questions contractuelles, de conformité et de règlement des litiges transnationaux.

laissant lui parler en chinois. La première phrase de l'avocat en décrochant est : Nous n'avons pas déjà parlé ce matin ? Vous savez qu'il est dix heures du soir en Chine, j'ai aussi besoin de me reposer. Ce commentaire me convainc que l'avocat ne veut pas vraiment échanger avec moi, alors je décide de ne plus aborder le contenu du festival des lanternes.

Souhaitant orienter la discussion sur son travail en tant que maire de Gaillac, je lui demande pourquoi tant de Gaillacois affirment ne pas être au courant des détails concernant le festival des lanternes. Il explique :

> « Je n'ai pas à leur donner tous les détails. Ils n'ont qu'à voir les résultats. T'as vu Gaillac en hiver ? Sans le festival des lanternes, cette ville est morte. C'est moi qui ai dynamisé cette ville. Les Gaillacois me remercient bien sûr. Tous les commerçants du centre-ville sont très contents. As-tu demandé à eux ? Ils soutiennent tous ce festival. » *—L'entretien du maire de Gaillac, Patrice Gausserand, entretien du 21 mars 2021, à Gaillac*

Tout en se satisfaisant des retombées du festival, Gausserand reste flou sur sa genèse et son fonctionnement. Au fil de ma collecte d'informations, je parviens par la suite à obtenir trois versions différentes de l'histoire.

Dans les médias, l'ancien maire de Gaillac fait référence à une personne qui m'est restée, jusque-là, inconnue. Il déclare lors du premier festival des lanternes de Gaillac : « Sans elle, il n'y aurait pas eu le festival des lanternes à Gaillac » (France 3 Occitanie 2020). *Elle*fait référence à une femme chinoise nommée Jing Olivier, anciennement Jing Liu.

Récit ethnographique : la trajectoire de Liu Jing avant 2015

Au début des années 2000, Liu Jing (née Jin Yueyi) est active dans les cercles politico-économiques en Chine. Elle se présente comme la « fille illégitime d'un dirigeant central » et utilise cette identité pour tisser des liens avec des responsables politiques et des entrepreneurs.

En 2004, elle acquiert progressivement une participation majoritaire dans la société Shandong Sheng'ao Chemical, jusqu'à détenir environ 51% des actions et devenir actionnaire de contrôle (China News Service 2009).

En 2007, dans le cadre d'un litige de propriété intellectuelle entre Sheng'ao et la société américaine Flexsys, une enquête privée révèle que Liu Jing possède deux cartes d'identité différentes : l'une au Shandong (1973), l'autre au Shandong/Jinan (1971). L'une d'elles est même enregistrée comme « décédée » dans les bases administratives (Time Weekly 2009 ; Zhejiang Daily 2009). Cette révélation alimente les doutes sur l'authenticité de son identité.

En 2008, de retour de Singapour, elle est contrôlée par la police à l'aéroport de Shanghai Pudong et placée en résidence surveillée. En mai 2009, la police de Nanjing la place officiellement en détention pour fraude économique (Yicai 2009).

En 2015, installée en France, elle épouse Pierre-Yves Olivier et, avec lui et le maire de

Gaillac, Patrice Gausserand, fonde la société *Le Comptoir des Bastides*, spécialisée dans le négoce de vins de Gaillac et l'immobilier (*Statuts de la société Le Comptoir des Bastides* 2015).

Entre 2015 et 2020, Jing Olivier reste très présente dans les projets liés à la ville de Gaillac. Elle apparaît aux côtés de son mari Pierre-Yves Olivier dans la gestion de la société *Le Comptoir des Bastides* et de la SCI *La Maîtrise*, structures au cœur des échanges économiques et immobiliers. Dans la presse locale, son nom est associé à l'organisation du festival des lanternes et aux relations avec les partenaires chinois. C'est dans ce contexte qu'elle gagne une visibilité en tant qu'actrice des relations franco-chinoises à l'échelle locale.

Cette femme a fait un don de masques à Gaillac pendant la pandémie. De plus, après la pandémie, elle a épousé un sénateur du Tarn, Philippe Folliot Libre Jugement 2020. Il y a beaucoup de rumeurs à son sujet, mais elle n'est jamais apparue dans mes observations. Le reportage indique également qu'elle a déménagé à Paris en 2017.

Récit ethnographique : Liu Jing et Philippe Folliot après 2020

Au printemps 2020, au moment de la pandémie de Covid-19, Liu Jing — alors connue sous le nom de Jing Olivier — fait don d'environ 580 000 masques au département du Tarn. L'événement est largement relayé dans la presse locale, présenté comme un geste d'amitié franco-chinoise (France 3 Occitanie 2021).

Quelques mois plus tard, elle apparaît dans les médias aux côtés du sénateur tarnais Philippe Folliot, dont elle est décrite comme la compagne (Libre Jugement 2020). La relation suscite une forte attention médiatique, notamment en raison du parcours de Folliot. En effet, quelques années auparavant, il avait accueilli publiquement le Dalaï Lama au Parlement, un geste qui lui avait valu des critiques de la part des autorités chinoises.

À partir de 2021, plusieurs articles de presse mentionnent Liu Jing dans des affaires liées à des projets économiques et immobiliers. Un reportage affirme que Philippe Folliot aurait facilité des gains importants pour son « amie chinoise » (Le Journal d' Ici 2021).

Parallèrement, des initiatives communes en Chine sont également évoquées. Des médias locaux rapportent la création d'un centre de formation en lien avec la province du Yunnan, présenté comme un projet de coopération éducative et culturelle.

Après la fin de son mandat sénatorial en septembre 2020, Philippe Folliot reste actif dans la vie politique locale et les projets transnationaux. Liu Jing, désormais identifiée comme son épouse ou compagne, continue d'apparaître dans les récits médiatiques français autour des échanges franco-chinois.

L'histoire de Liu Jing est principalement reconstituée à partir de récits médiatiques chinois et français. Elle n'est jamais apparue directement dans mon terrain : je n'ai mené aucun entretien

avec elle, je ne l'ai jamais croisée dans les coulisses du festival. Pourtant, son nom surgit sans cesse — dans les propos du maire, dans les archives d'enregistrement des sociétés et dans les articles de presse locaux et nationaux. Son existence prend ainsi une forme paradoxale : absente, et pourtant omniprésente. Elle agit comme une main invisible, animant la préparation du festival et les coopérations transnationales, tout en restant en arrière-scène. Pour reprendre les termes de Goffman, elle appartient au registre du « backstage » : ses actions n'apparaissent pas sur le devant de la scène festive, mais elles influencent profondément ce qui s'y joue. Cet état de « présence-absence » rappelle que, dans les événements culturels transnationaux, les ouvriers, commerçants, responsables politiques ou visiteurs visibles au premier plan en constituent les protagonistes. Mais il existe aussi des acteurs dissimulés dans les coulisses : à travers des réseaux relationnels, des flux de capitaux et des narrations identitaires, ils façonnent le cadre de l'événement, tout en échappant souvent à l'observation ethnographique directe.

Selon une version relatée par le site Saxifrage, le festival des lanternes aurait vu le jour grâce au photographe gaillacois Dominique Laugé, invité à exposer ses clichés du désert du Taklamakan à Pékin. Cette rencontre aurait marqué, selon ce récit, le début d'une « histoire d'amour » entre la Chine et Gaillac. Alain Jouffray, directeur de la société ICE (Intermédiaire Europe-Chine Économie Culture), basée à Couffouleux et spécialisée dans les échanges culturels, aurait joué ici le rôle d'intermédiaire (Saxifrage 2017).

Cette trajectoire s'inscrit ensuite dans une série de visites officielles et culturelles. Le 10 novembre 2016, Dominique Laugé, accompagné d'Alain Jouffray et de Bertrand de Viviès (conservateur du musée de Gaillac), se rend au Beijing Art Museum pour discuter d'une éventuelle exposition, rencontre organisée avec la médiation de l'Association du peuple chinois pour l'amitié avec l'étranger (APCAE).

En février 2017, une délégation conduite par le maire de Gaillac, Patrice Gausserand, retourne en Chine, de nouveau accueillie par l'APCAE. La visite comprend Pékin et surtout Zigong, où un mémorandum d'entente est signé entre Gaillac et Zigong, portant sur les lanternes, les fossiles de dinosaures, l'acrobatie, la viticulture et la gastronomie.

En juillet 2017, Patrice Gausserand se rend à nouveau à Zigong. Lors de cette mission, il visite le Groupe de lanterniers et le festival des lanternes. À l'issue du séjour, un accord est conclu pour organiser un festival de lanternes chinoises à Gaillac. (La Dépêche 2017c) Ces deux versions ne sont pas nécessairement contradictoires. Il est vraisemblable que plusieurs fils se soient entremêlés. D'un côté, Liu Jing aurait suggéré à Patrice Gausserand l'idée d'utiliser un festival chinois pour stimuler l'économie locale, orientant ainsi ses réflexions dans cette direction. De l'autre, Dominique Laugé, désireux d'exposer ses photographies en Chine, apprend lors de discussions avec le musée d'art de Pékin que, pour qu'une exposition de peintures chinoises de la dynastie *Qing* puisse voyager en France, il faut disposer d'un cadre institutionnel légitime — celui d'un jumelage entre villes. C'est dans ce contexte que s'inscrit la visite de Gausserand à Zigong en février 2017, présentée comme l'acte fondateur d'une relation de coopération officielle entre les deux cités.

La dernière version me vient de l'équipe chinoise. En tentant de reconstituer l'histoire du festival à Gaillac à partir des conversations disjointes des ouvriers, j'apprends par le biais d'une conversation que :

> « Le maire a gagné pas mal d'argent avec ce festival. Il a même changé de voiture. Tout cela grâce à notre entreprise.Toi aussi, tu peux faire la même chose et gagner beaucoup d'argent. »
>
> *—Le Chef Zhang, entretien du 30 décembre 2021, A Blagnac*

Pour illustrer cela, il a pris le festival de Gaillac comme exemple. C'est le *Groupe de lanternes* qui a rencontré le Musée royal de l'Ontario par l'intermédiaire d'un Chinois, ce qui a permis d'organiser un festival à Toronto. Par la suite, ce Chinois a présenté un avocat au *Groupe de lanternes*, un avocat diplômé en France qui a ensuite travaillé à Pékin (Il est fort probable que cet avocat soit Wu Jian'an, que j'ai évoqué précédemment.) C'est lui qui a établi le contact avec Gaillac, ce qui a permis l'organisation du festival.

Selon Gausserand lui-même, le festival a été recommandé par l'APCAE. Alors, la question qui se pose est : qui a présenté l'APCAE à Gausserand ? Les trois versions qui m'ont été présentées divergent sans que j'en puisse vérifier la véracité. Cela dit, il semble néanmoins que l'APCAE joue un rôle déterminant pour connecter la Chine aux villes organisatrices du festival et dans le succès de son organisation en France en particulier.

Quelques années plus tard, en 2024, grâce à l'entremise d'un ouvrier chinois, je suis sollicitée par *Teng Da Cai Deng* 腾达彩灯 [Teng Da Lanterne], la deuxième plus grande entreprise de lanternes de Zigong, pour les aider à identifier un site adapté à l'organisation d'un festival dans la région de Marseille. Dans le cadre de cette recherche, l'entreprise me suggère de prendre contact avec des associations locales reconnues afin de faciliter les démarches d'accès.

J'ai alors approché le Conseil des affaires franco-chinois, qui a rapidement accepté de m'assister dans la recherche du lieu. Ce processus met en lumière le rôle crucial joué par les associations et la société civile en tant qu'intermédiaires transnationaux dans la mise en œuvre concrète de ces projets.

À ce sujet, Christina Maags observe que *le gouvernement chinois applique une approche générale pour organiser des événements à l'étranger en s'appuyant sur des institutions locales* (Maags 2014a), ce qui semble se vérifier dans le cas présent.

Dans mon étude, grâce à l'implication de l'APCAE et aux efforts de Patrice Gausserand, le festival des lanternes a pu se tenir sept fois dans le sud-ouest de la France. Cette analyse montre que le festival des lanternes est né de la rencontre entre deux intérêts locaux divergents. D'un côté, les institutions chinoises cherchent à exploiter le festival comme un vecteur d'image et un outil de rayonnement international. De l'autre, la municipalité de Gaillac souhaite importer une nouvelle ressource festive afin de dynamiser son économie locale et renforcer son attractivité touristique. C'est précisément de cette convergence asymétrique que résulte l'implantation du festival en France, révélant les logiques croisées d'une stratégie de *soft power* et d'un projet de développement territorial.

L'événement à Gaillac peut donc être interprété comme un laboratoire de cette régulation culturelle à l'échelle internationale : la Chine choisit où, quand et comment elle diffuse ses symboles culturels, dans une logique de sécurisation de son image et de contrôle des conditions de réception. Ce modèle s'inscrit pleinement dans la logique d'un État régulateur tel que décrit par Hsueh, où l'État façonne les conditions de globalisation plutôt que de simplement s'y adapter ou s'y soumettre (Hsueh 2011).

Ainsi, loin d'être le fruit d'un simple hasard ou d'un engouement culturel, l'implantation du festival s'insère dans une stratégie plus vaste de projection étatique maîtrisée. Mais dans un dispositif aussi structuré, quelles marges restent-elles pour les pratiques individuelles, les initiatives locales ou les détournements symboliques ? C'est à cette tension entre planification étatique et agentivité périphérique que nous nous tournerons désormais.

4 Réécriture des traditions populaires par le gouvernement

Dans ce chapitre, j'ai examiné les raisons pour lesquelles le festival des lanternes chinoises est organisé en France, en retraçant l'histoire de cet événement. Tout d'abord, à Gaillac, j'ai découvert les points de contradiction du festival : il attire un grand nombre de visiteurs mais suscite également des interrogations parmi les gaillacois. Cela m'a ensuite conduit à me rendre à Zigong pour explorer son histoire à partir de son lieu de naissance. Grâce à des entretiens avec les habitants de Zigong, à des informations recueillies au Musée des lanternes chinoises et à des entretiens avec deux entreprises organisatrices, dont l'une est publique et l'autre privée, j'ai pu rassembler une quantité importante d'informations. Ces recherches ont révélé que la continuité de la longue histoire du festival des lanternes de Zigong a été rendue possible grâce au soutien et à l'impulsion du gouvernement. Celui-ci a joué un rôle clé dans la renaissance et la promotion du festival, lui permettant de prospérer non seulement en Chine, mais aussi sur la scène internationale. La réinterprétation des traditions populaires par le gouvernement chinois, illustrée par l'évolution du festival des lanternes de Zigong, offre une perspective intéressante sur la manière dont les coutumes peuvent être façonnées et transformées par des dynamiques sociopolitiques. Lorsque je consulte les actualités en ligne sur le festival des lanternes de Zigong, presque chaque article mentionne que le festival a débuté sous la dynastie des Han et s'est épanoui sous les dynasties Tang et Song [33]

Si l'on se promène dans les rues de Zigong et que l'on demande au hasard à un passant quelle est l'origine du festival des lanternes, on s'entendra souvent répondre qu'il s'agit d'une tradition ancestrale, remontant à plusieurs centaines, voire milliers d'années. Pourtant, les premières traces historiques du festival des lanternes de Zigong datent de sa création officielle en

33. Par exemple : un article sur la vulgarisation du festival des lanternes peut être consulté à l'adresse suivante `http://www.zgdenghui.cn/about.asp?bid=197&cid=317` ou la page de présentation des coutumes impériales chinoises anciennes du Musée du Palais impérial de Chine à l'adresse suivante : `https://www.dpm.org.cn/court/culture/156216`.

1964, sous le nom de *Ying Chun Deng Hui* 迎春灯会 festival des lanternes pour accueillir le printemps , organisé pour célébrer le Nouvel An chinois. Quant au Festival des dinosaures et des lanternes de Zigong, il a vu le jour en 1987 et a célébré sa trentième édition en 2024. En observant la dichotomie entre la perception actuelle du festival comme une ancienne tradition et sa véritable origine au XXème siècle,nous pouvons comprendre comment la culture est façonnée et comprise de nouvelles manières. Ce phénomène de réinvention des traditions fait écho aux travaux d'Eric Hobsbawm qui explique que *les « traditions » qui semblent ou prétendent être anciennes sont souvent d'origine très récente et parfois inventées.* (Hobsbawm et Ranger 2012)

Le festival des lanternes de Zigong, bien qu'il ne trouve pas ses racines dans l'Antiquité, a été progressivement intégré dans la conscience collective comme une coutume ancestrale grâce à des efforts intentionnels de revitalisation culturelle par le gouvernement. Le travail doctoral de Yuanbo Chen [34], qui en a minutieusement documenté la périodicité, montre que sur une période de cent ans, de 1914 à 2016, le Nouvel An lunaire chinois a été inventé pour devenir une tradition. Il explique comment de nouvelles coutumes se sont entrelacées avec les anciennes pour devenir progressivement les vieilles traditions dans l'esprit du peuple et comment elles sont utilisées comme un outil pour le Parti communiste chinois afin de rassembler les gens. Cela renforce ma conviction que le festival des lanternes, qui est étroitement lié au Nouvel An lunaire chinois, partage également cette relation ou a été rétabli en tant que tradition.

Comme le souligne Eric Hobsbawm,

> *La tradition inventée est entendue comme un ensemble de pratiques, normalement régies par des règles explicitement ou tacitement acceptées et de nature rituelle ou symbolique, qui cherchent à inculquer certaines valeurs et normes de comportement par répétition, ce qui implique automatiquement une continuité avec le passé. En fait, là où c'est possible, elles tentent normalement d'établir une continuité avec un passé historique approprié.* (Hobsbawm et Ranger 2012)

La forme passée du festival des lanternes s'est poursuivie, puis a été redéfinie comme une tradition tout en modifiant sa signification. En 1964, pour le Chinois qui venait de sortir de trois années de famine, il était impératif de se remettre sur pied. La municipalité a décidé de relancer le festival des lanternes pour remonter le moral de la population. Dans une Chine qui s'ouvre au monde depuis les réformes de Deng Xiaoping en 1978, la redéfinition de telles traditions devient un vecteur de renforcement du *soft power* culturel. Depuis le 8 novembre 2012, lors du 18e Congrès du Parti communiste chinois, *Xi Jinping* a souligné à plusieurs reprises le lien entre le *renforcement du soft power* culturel du pays et son image internationale. Il est notamment revenu sur l'importance de raconter l'histoire de la Chine à l'échelle mondiale, dans le but de renforcer l'influence culturelle du pays. Le festival des lanternes se révèle être un outil efficace dans cette stratégie, sa cérémonie et sa présence internationale jouant un rôle dans la diffusion de l'image d'une Chine à la fois moderne et profondément attachée à ses racines culturelles.

34. Chen Y. La Fête du Printemps (1914-2016) : imaginaire national et invention de la tradition[D]. Lyon, 2019.

Depuis lors, de nombreux chercheurs chinois ont commencé à se concentrer sur l'étude de la culture chinoise traditionnelle. Par exemple, Zhang Xiaoli [35] a réalisé une étude très détaillée du festival des lanternes au Palais impérial des *Qing* présentant la fête de Yuan Xiao avant la dynastie *Qing*. Elle donne également une description détaillée des coutumes, des divertissements, des types de lanternes, ainsi que des costumes, des banquets et des systèmes de la fête de Yuan Xiao dans les palais de la dynastie *Qing*. Outre l'évaluation du festival des lanternes de Zigong, déjà mentionnée auparavant, il s'agit d'un projet de sciences sociales dans la province du Sichuan. Il existe également une réalisation intitulée *Zigong Tian Deng Hui Min Su Kao* 自贡天灯会民俗考 [Recherche sur les origines du festival des lanternes de Zigong : étude des coutumes folkloriques] [36].

De juin à octobre 2020, en tant qu'unités de conservation du projet de patrimoine culturel immatériel du *Zi Gong Deng Hui* 自贡灯会 [festival des lanternes de Zigong] le Musée des lanternes de Chine a organisé une étude archéologique sur le terrain des monuments en pierre et autres reliques dans la région de Zigong depuis la dynastie *Qing* (1636-1912). Les auteurs ont découvert 26 monuments du Festival dans 14 endroits, y compris les pierres des mâts de lanterne et 11 monuments en pierre. Grâce à l'estampage, l'auteur Dai Yanlin souligne d'abord que le *Tian Deng Hui* et la fête des lanternes étaient deux cultures et coutumes populaires parallèles et mutuellement influentes. Avec la transformation du système économique féodal, le festival des lanternes s'est transformé en une partie importante du festival traditionnel des lanternes à Zigong. Dans ses recherches, il s'est penché sur les origines et le contexte historique du *ZiGong Tian Deng Hui* et du festival des lanternes de Zigong, comblant ainsi une lacune dans l'étude de ces festivals d'un point de vue de costume populaire.

En d'autres termes, jusqu'à présent, les chercheurs chinois ont historiquement établi la coutume d'allumer des lanternes lors de la fête de Yuan Xiao et l'ont reliée au festival des lanternes actuel. De plus, le festival des lanternes de Zigong a été associé avec succès au Tian Deng Hui.

Cependant, mes recherches indiquent que le festival des lanternes local à Zigong et ceux organisés ailleurs par des entreprises privées de lanternes de Zigong représentent deux concepts distincts. Le festival organisé par les entreprises d'État locales à Zigong est appelé le festival des lanternes de Zigong. Bien qu'il ait traversé un processus de réinvention culturelle, il est toujours considéré par le gouvernement chinois comme un événement ayant une fonction de préservation du patrimoine immatériel et des savoir-faire. En revanche, les festivals organisés par des entreprises privées de Zigong à travers le monde sont simplement appelés festivals des lanternes. Dans un certain sens, ces événements ont pour tâche de contribuer à l'exécution des objectifs stratégiques nationaux. Nous aborderons plus en détail ce sujet dans les chapitres suivants.

35. 张小李. 清宫上元节节俗研究. 人民日报出版社,2016,298 页. Zhang Xiaoli. Étude des coutumes du festival des lanternes à la cour des *Qing*. Éditions du Quotidien du Peuple, 2016, 298 pages.

36. 戴燕灵、钟学惠、邓军、黄德春, 自贡天灯会民俗考, 文物出版社,2022 年 11 月. Dai Yanling, Zhong Xuehui, Deng Jun, Huang Dechun. Étude sur les coutumes folkloriques du festival des lanternes célestes de Zigong. Éditions des Reliques culturelles, novembre 2022.

En retraçant la genèse, la mutation et la diffusion du festival des lanternes de Zigong, ce chapitre a mis en lumière comment une pratique locale, portée par des dynamiques étatiques et commerciales, a pu acquérir une légitimité culturelle et une visibilité internationale. Derrière cette apparente continuité avec le passé se dessine en réalité un processus actif de réinvention, où les traditions sont redéfinies pour répondre aux attentes d'aujourd'hui, en Chine comme à l'étranger.

Mais au-delà des institutions, ce sont aussi les individus — ouvriers, petits commerçants, traducteurs — qui, en traversant les frontières et en s'adaptant aux contextes locaux, donnent chair à cette tradition exportée. Ce sont leurs voix, leurs gestes et leurs ajustements quotidiens qui feront l'objet des chapitres suivants.

Chapitre II　Scénographie d'une Chine exportée : entre symboles choisis et imaginaires projetés

Lorsque je reviens à Gaillac à la fin octobre 2019, quelques jours après mon retour de Zigong, je me rends immédiatement au parc Foucaud. Le ciel est bas, la pluie vient de s'arrêter. L'humidité colle aux pierres, et l'air sent la verdure mouillée et la mousse des vieux arbres.

À l'entrée du parc, je découvre une grande porte de lanternes rouge vif, faite de satin et de fil de fer. Les caractères chinois « 贺新禧 » (en pinyin*He Xin Xi*)attirent mon regard : ils souhaitent la bonne année. Juste au-dessus, l'inscription « festival des lanternes Gaillac 2019 » s'étale en lettres dorées. Les couleurs éclatent contre le ciel gris, et l'ensemble semble flotter dans une étrange lumière hivernale.Vu de loin, depuis le rond-point, le contraste saute aux yeux : d'un côté, le rouge criard de l'enseigne lumineuse du tabac ; de l'autre, le rouge festif et satiné du portail du parc. Cette juxtaposition crée une dissonance visuelle inattendue dans le calme de la petite ville (Figure II.1).

Des visiteurs arrivent, attirés comme moi par cette mise en scène inachevée. J'échange quelques mots avec un homme venu d'Albi, appareil photo à la main (Figure II.2). Il veut montrer l'avancée de l'installation à sa famille et les convaincre de revenir ensemble à Noël. Une dame de Bordeaux me confie qu'elle fait partie d'un club de Qi Gong ; elle repère les lieux pour préparer la visite de son groupe en fin d'année.

Ces rencontres me frappent : ce festival, encore en montage, suscite déjà des projections, des attentes, des récits. Les lanternes n'ont pas encore été allumées, mais elles illuminent déjà les imaginaires. Ces dynamiques d'intégration et de tension entre acteurs chinois et institutions locales rappellent d'autres formes de présence économique et culturelle chinoise en France. Par exemple, Crenn analyse la manière dont les investisseurs étrangers négocient leur position et leur identité dans l'espace viticole français (Crenn 2021). Ce cas illustre, tout comme le festival des lanternes, la complexité des relations entre "l'étranger" et "le local" , entre circulation globale du capital et inscription territoriale. Le 30 novembre, je suis invité, avec d'autres bénévoles et membres de l'organisation, à assister à la cérémonie d'ouverture du festival des lanternes. À ce moment-là, la plupart des ouvriers chinois sont déjà repartis en Chine. Seuls six d'entre eux restent sur place pour surveiller le bon fonctionnement des installations pendant toute la durée



Figure II.1 – *Le petit rond point devant l'entrée de parc Foucaud*



Figure II.2 – *Un homme devant le portail de l'entrée*

de l'événement.

Lors de la soirée, ils sont assis au premier rang aux côtés du président de l'Association chinoise pour l'amitié avec l'étranger et de quelques Français, tandis que les autres bénévoles et les journalistes restent debout. Une telle configuration spatiale révèle-t-elle une hiérarchie symbolique entre invités d'honneur, travailleurs et bénévoles ? Qui est placé au centre de la représentation nationale, et qui reste en marge ? C'est aussi la première fois que je croise les acteurs et les commerciaux : ils se tiennent à l'écart, calmes, presque discrets. Je ne m'approche pas, mais je ressens, au fond de moi, une forme de jugement émanant de leur regard.

La cérémonie se tient dans un hall situé près de la sortie principale, avec de larges baies vitrées qui donnent directement sur les lanternes illuminées. Un buffet froid très français est proposé : foie gras local, fromages variés, vin rouge de Gaillac. En voyant ces mets, une question me traverse l'esprit : pourquoi n'y a-t-il rien de chinois à manger ? N'est-ce pas un festival chinois ?

Après le discours du maire, nous avons l'autorisation de visiter le festival. Je suis frappé par l'omniprésence des éléments chinois : des personnages de l'opéra du Sichuan, des pandas dans une forêt de bambous, des dragons scintillants et des scènes folkloriques reconstituées en lanternes.

En entrant par le grand portail lumineux, le visiteur se retrouve aussitôt plongé dans un univers de bambous et de pandas, un décor verdoyant et rassurant. En avançant, surgit un immense vase façonné de milliers de porcelaines assemblées, qui marque l'ouverture vers une série de tableaux monumentaux. Là se dresse un grand Bouddha, flanqué d'une armée de soldats et d'un dragon, une composition qui évoque la grandeur de Pékin. Un peu plus loin, des éléphants et des figures d'hommes et de femmes dai représentent le Yunnan. Sous ce tableau, les haut-parleurs diffusent une mélodie jouée au hulusi, la flûte en calebasse, dont les sonorités s'accordent harmonieusement aux images lumineuses. Puis, le visiteur découvre un ensemble de dix mètres de long consacré au *Hong Lou Meng* 红楼梦 [Le Rêve dans le pavillon rouge] [1], où

1. *Hong Lou Meng* 红楼梦 est l'un des quatre grands classiques de la littérature chinoise, décrivant principa-

les scènes emblématiques du roman sont minutieusement reproduites. Non loin, un autre tableau illustre la célèbre expédition de Zhang Qian vers l'Ouest, symbole de l'ouverture de la Chine ancienne. En franchissant la section de la Grande Muraille, apparaît soudain une immense dragonne étincelante qui ondule dans la nuit. Le parcours mène ensuite vers des lanternes inspirées de Gaillac, représentant le vin et la vigne, établissant un lien entre le patrimoine local et les symboles chinois. Enfin, au bas du parc, une zone entière est occupée par des dinosaures lumineux d'un réalisme saisissant. Leurs silhouettes animées s'accompagnent de rugissements amplifiés, plongeant le visiteur dans une ambiance presque préhistorique.

Et pourtant, à la fin de la visite, je me sens vide. Assis seul sur un banc du parc, je me perds dans mes pensées. Les explications sont bien traduites en français, les références culturelles sont visibles. mais j'ai l'impression que quelque chose m'échappe. Que cette profusion de symboles n'arrive pas à traduire la complexité et la profondeur de la culture chinoise.

Je me demande : est-ce que le festival se limite à cela ? Un simple parcours lumineux ? Comment vais-je écrire mon mémoire ? Par quoi commencer mes entretiens ? Je pousse un long soupir.

Ce soupir attire l'attention de deux habitants assis non loin. Ils viennent me parler. En apprenant que je suis chinoise, ils me demandent : « Et vous, est-ce que ça ressemble à ce qu'on fait en Chine, ce festival ? » Je ne sais pas quoi leur répondre. Moi-même, j'ai encore trop de questions.

Carnet de terrain

30 Novembre 2019

Oui, je l'admets, tous les éléments se retrouvent dans la culture chinoise. Chaque ensemble de lanternes me parle et je comprends le message qu'il veut transmettre. Cependant, je ressens une étrange impression. En particulier lorsque j'ai vu les personnages de l'opéra du Sichuan dont les visages étaient imprimés. Ne devraient-ils pas être faits à la main ? Cela me donne une impression de négligence. J'ai remarqué des scènes du *Rêve dans le pavillon rouge* placées dans un groupe de lampes présentant la province du Zhejiang. Mais les Français peuvent-ils vraiment en comprendre la signification ?

Ces deux personnes me disent que, bien que le maire affirme à plusieurs reprises avoir transplanté intégralement le festival des lanternes chinoises en France, et qu'elles voient de leurs propres yeux les ouvriers chinois passer des mois à fabriquer ces lanternes, elles restent perplexes. Elles estiment que, même si toutes les lanternes présentent des éléments chinois,

lement l'ascension et la chute d'une famille aristocratique.

ce qu'on voit en Chine doit être encore plus authentique. Ces lanternes peuvent-elles vraiment ouvrir une porte vers la Chine pour les Français ? Je me souviens que mon directeur me dit, après avoir visité la deuxième édition du festival des lanternes de Gaillac en 2018, que c'était vraiment nul. Quels éléments du festival peuvent bien susciter une telle réaction ? Peut-être que ce fossé entre l'intention de transmettre et la réception perçue tient à autre chose qu'à l'esthétique des lanternes. Est-ce l'absence de médiation ? De contextualisation ? Ou tout simplement le fait que l'image d'une culture ne se laisse pas empaqueter, même dans la plus belle des lumières ? En mai 2024, la société Tengda 腾达 lanternes de Zigong m'invite à les aider à organiser un festival de lanternes aux alentours de Marseille. Ils m'expliquent en détail les étapes d'organisation d'un festival à l'étranger.

« Alors, selon vous, que représente ce festival de lanternes pour la Chine ? »

— « C'est une fenêtre, une fenêtre que la Chine a elle-même ouverte. Ou plutôt, c'est une scène, une scène que la Chine a elle-même créée. La Chine dispose de divers types de scènes culturelles, et le festival de lanternes de Zigong en est une. Nous avons déplacé cette scène culturelle de Zigong vers le monde entier. Le festival illustre chaque facette de la culture chinoise. En fait, les lanternes servent de médium. Dans les années 90, nous disions souvent que la culture construit la scène, l'économie joue la comédie, ce qui signifie que le développement de l'économie locale nécessite de puiser des ressources culturelles. À l'époque, de nombreuses villes organisaient des festivals artistiques et culturels pour promouvoir leurs produits et développer leur économie. Cependant, avec la mise en œuvre de la stratégie de grande nation culturelle, cette scène culturelle, initialement conçue pour revitaliser l'économie, est maintenant adoptée par d'autres pays, comme le festival de lanternes de Gaillac, introduit pour revitaliser l'économie locale. Mais pour la Chine, cela signifie maintenant que le gouvernement construit la scène, la culture joue la comédie. »

—L'entretien avec le directeur Luo de l'entreprise Tengda, échange sur WeChat, mai 2024.

Son concept de « scène » m'a éclairé. Si la stratégie de *« go global »* de la Chine est une pièce de théâtre et que les Chinois sont les acteurs, alors tous les éléments du festival des lanternes constituent le décor de la scène. Les Chinois qui participent à la production choisissent et présentent les éléments et symboles culturels, et le comportement quotidien des Chinois lors du festival des lanternes exprime la société chinoise à ce moment-là.

Donc, dans ce chapitre, en nous basant sur la logique du chapitre précédent, nous examinons comment la Chine utilise activement le festival des lanternes comme une carte de visite pour présenter son image internationale. Le festival est considéré comme une scène de démonstration de la puissance douce de la Chine. Comment cette scène est-elle mise en place dans d'autres pays

pour présenter cette image ? Je vais introduire les différents composants du festival des lanternes et expliquer comment chaque partie est façonnée par la contribution de différents participants. J'explorerai l'impact de l'exposition des lanternes chinoises en France sur la diffusion de l'image chinoise, en mettant l'accent sur les types de lanternes, les types de performances des acteurs du festival et la variété des produits proposés par les petits commerçants.

Dans un festival de lanternes il y a trois composantes : les types de lanternes, le spectacle et le marché du Sichuan. En général, les entreprises de lanternes vendent ces trois parties comme un ensemble groupé. Il s'agit de trois types de personnes : les ouvriers qui fabriquent des lanternes, les acteurs qui jouent dans des spectacles et les artisans-commerçants qui vendent de petits articles. Pour les entreprises de lanternes, la priorité est toujours de savoir comment contrôler les coûts et augmenter les revenus. En ce qui concerne les coûts, les coûts de fabrication des lanternes ainsi que les coûts de main-d'œuvre sont indispensables. La performance implique principalement les frais de salaire des acteurs, avec en général 4 à 10 acteurs par festival de lanternes. Les artisans-commerçants vendant de petits produits sur le marché du Sichuan n'ont généralement pas de salaire fixe et doivent même payer leurs billets d'avion, les repas pendant le festival et aussi des frais de gestion. Ces derniers qu'ils paient peuvent justement couvrir les salaires des acteurs.

Dans ce contexte, pour l'entreprise, les coûts n'ont pas augmenté, mais cela a enrichi le contenu du festival des lanternes, le rendant ainsi plus attrayant. Ces trois éléments constituent donc les principales composantes du festival des lanternes. Par ailleurs, dans les festivals des lanternes que j'ai observés, une autre partie du festival qui peut augmenter les recettes est le forfait VIP pour visiter les lanternes et la restauration.

1 La fabrique des symboles : l'art de transformer la culture en lumière

Il est nécessaire de comprendre le processus et les différents types de lanternes afin d'expliquer clairement au lecteur comment elles sont utilisées en tant que moyen de*soft power* culturel.

1.1 Timeline de construction d'un festival

En Chine, la plupart des festivals des lanternes se déroulent pendant la période du Nouvel An lunaire. Par conséquent, la logique ici est que le festival des lanternes est étroitement lié aux fêtes, tandis que les plus grandes célébrations dans les pays occidentaux sont Noël et le Nouvel An. Ainsi, les festivals des lanternes commencent dans d'autres pays en décembre. D'un point de vue économique, c'est le mois où les écoliers ont leurs vacances, et le principal public pour admirer les lanternes est constitué d'enfants. L'hiver est froid, les nuits sont longues et il y a peu d'activités en extérieur, ce qui fait que la tenue du festival des lanternes arrive à point nommé.

Lors de ma visite à Gaillac, j'entendais souvent cette phrase : « Sans le festival des lanternes, l'hiver à Gaillac est mort.»

> « Oui, sans le festival des lanternes, l'hiver à Gaillac retombe dans son calme mortel. Le festival nous manque tellement. »
>
> *—Un bénévole, Bernard, dans le parc Foucaud à Gaillac, le 30 mars 2021*

Si une ville décide d'organiser un festival de lanternes en décembre, à partir du mois de mai, les concepteurs de lanternes se rendent sur les lieux des événements prévus en France pour une inspection. Ils analysent l'espace disponible et déterminent comment mieux utiliser les reliefs et les objets existants pour concevoir les lanternes. Par exemple, lors de la détermination des plans de conception, il faut tenir compte de la répartition et de la forme des arbres, des bâtiments et des étangs sur place. Cette considération vise non seulement à l'esthétique, mais aussi à assurer que l'agencement des lanternes soit harmonieux avec l'environnement environnant, créant ainsi un effet visuel optimal. En même temps, ils tiennent également compte du thème de l'événement et des éléments culturels pour garantir que la conception des lanternes soit en accord avec l'ambiance générale de l'événement. Une fois le plan établi, les ouvriers fabriquent les grandes lanternes en Chine, généralement de juin à août. Les lanternes finies et les matériaux sont expédiés en août et arrivent après environ 40 jours de transport par bateau. En septembre, les ouvriers arrivent sur place pour fabriquer des lanternes de petite taille localement, les intégrant avec les grandes lanternes arrivées au port pour former différents décors. Vers la fin novembre, toutes les lanternes sont installées, la plupart des travailleurs retournent en Chine en avion, laissant seulement 6 ouvriers pour assurer l'entretien quotidien et le démontage des lanternes. Pendant ce temps, les acteurs et les artisans commerçants arrivent en France. La cérémonie d'ouverture de la lanterne a normalement lieu le 30 novembre, et la lanterne se déroule du 1er décembre au 1er février. Vers la fin février, tous les travaux de démontage sont terminés. La fabrication d'une lanterne est un processus méticuleux et collaboratif, composé d'une armature en fil de fer, de lanternes et de tissu coloré. Voici les étapes détaillées de la fabrication d'une lanterne :

1.2 Étapes de fabrication des lanternes

Phase de conception La première étape de la fabrication d'une lanterne est la conception. Le concepteur réalise une cartographie détaillée du site du festival des lanternes après une enquête sur place. Ensuite, le designer commence à créer des modèles pour chaque lanterne avec des formes uniques. Ces modèles de lanternes sont souvent déjà fixés dans l'esprit des designers. Ils peuvent assembler des éléments de la culture chinoise et les intégrer dans n'importe quel décor de lanternes.

> « Les designers ont l'habitude de transformer les éléments culturels chinois en modèles de lanternes. Cependant, cela donne souvent lieu à des formes et des couleurs jugées trop kitsch, peu attrayantes pour le jeune public et aussi pour les personnes éloignées de la culture chinoise. Depuis quelques années, le festival des lanternes

de Zigong organise des concours de design, encourageant une nouvelle génération de créateurs à intégrer les éléments culturels chinois dans des esthétiques contemporaines. Ainsi, de plus en plus de jeunes, parfois venus de loin, viennent à Zigong pour admirer les lanternes. »

—Entretien avec la codirectrice d'une société d'exploitation et de diffusion de la culture des lanternes de Zigong, août 2019

« Après avoir suivi le festival des lanternes pendant si longtemps, j'ai réalisé que nous avions négligé un problème majeur. Les designers tendent à créer des designs basés sur leur propre imagination de ce que les étrangers aimeraient de la culture chinoise. Cependant, il y a un grand écart entre cette imagination et ce que les étrangers veulent réellement voir. De plus, les designers ne possèdent parfois pas une connaissance suffisamment approfondie de la culture chinoise pour l'exprimer correctement à travers les lanternes. À Longleat, les designers ont créé diverses lanternes de style contes de fées qui ont été très appréciées par le public local, car ces histoires sont celles qu'ils connaissent depuis leur enfance à travers des livres et des bandes dessinées. » *—L'entretien avec l'interprète DongNi en février 2022 à Blagnac*

Mise en place Une fois que le dessin de la lanterne est finalisé sur ordinateur, l'artiste le reproduit à l'échelle réelle sur le sol. L'objectif est d'obtenir une représentation concrète de la forme bidimensionnelle de la lanterne, qui servira de référence pour les étapes suivantes. À l'aide de craie, l'artiste trace les coordonnées sur le sol et relie les points pour former un plan précis.

« Il est très rare de trouver un excellent artiste. Il peut immédiatement comprendre ce que le designer veut exprimer et peut dessiner avec précision la vision du designer, que ce soit pour les scènes ou les couleurs. Le design des lanternes, la construction de la structure, le choix des tissus, ainsi que chaque étape de l'assemblage nécessitent l'implication directe de l'artiste. Celui-ci doit également intégrer sa propre compréhension esthétique des lanternes dans le processus de création. Cependant, le design de ce festival de lanternes en France n'est pas à la hauteur. Je me souviens qu'au festival des lanternes de Longleat, les designers et les artistes ont dû redessiner plusieurs fois les vêtements et les couleurs de la fourrure d'une lanterne en forme de souris. »

—L'entretien avec l'interprète DongNi en février 2022 à Blagnac

Soudage Une fois que la forme est définie, les soudeurs entrent en jeu. Au cours de cette étape, une collaboration étroite entre les artistes et les soudeurs est cruciale. Un soudeur astucieux peut comprendre comment souder l'armature de la lanterne en regardant simplement le dessin. Les artistes ajustent ensuite l'armature soudée pour assurer le meilleur résultat esthétique.

Installation du circuit électrique Après la soudure de l'armature, les électriciens entrent en action. Ils disposent d'abord les fils électriques dans l'armature, puis installent les lanternes. Bien que cette étape puisse sembler simple, toute erreur pourrait rendre difficile la modification du circuit plus tard.

> « Il faut être prudent lors de l'installation de la lampe. Si la lampe est placée trop près du fil de fer, la lumière révélera les contours du fil de fer. Imaginez une lanterne en forme de personnage dont le visage reflète les fils : est-ce esthétique ? Mais si elle est trop éloignée, l'éclairage sera inégal et la luminosité sera insuffisante. Dans ce cas, il sera difficile de mettre en valeur ce que les concepteurs veulent montrer. »
>
> *—L'entretien avec l'électricien Zhang Yi en février 2022 à Blagnac*

Collage Ensuite vient l'étape de collage, où le tissu coloré est collé sur l'armature. Le choix des couleurs du tissu est crucial, donc un artiste est toujours présent pour garantir que chaque étape correspond au dessin de conception. L'absence d'un artiste peut parfois conduire à des erreurs dans la distinction des couleurs similaires par les travailleurs.

> « De nombreuses femmes travaillent comme artistes de collage car elles sont plus méticuleuses. De plus, le processus de collage n'étant pas très complexe, elles aiment discuter tout en travaillant. Cependant, de nombreuses femmes sont également serrurières, et elles ne sont pas moins compétentes que les hommes. »
>
> *—L'entretien avec l'ouvrier Yang en février 2022 à Blagnac*

Peinture L'ajout de couleurs et la peinture à la main, comme les yeux des personnages ou les illustrations sur les lanternes, nécessite des artistes compétents capables de réaliser ces détails avec précision. La peinture joue un rôle crucial car elle détermine l'esthétique finale des lanternes.

Assemblage L'assemblage des grandes lanternes nécessite une collaboration étroite. Après que l'électricien a connecté les fils de chaque lanterne, le soudeur utilise une grue pour les assembler, et l'artisan colle les joints avec de la colle. Ainsi, des lanternes de toutes tailles s'assemblent pour former une image complète. Cette série d'étapes requiert à la fois une compétence artisanale raffinée et une coopération harmonieuse entre les membres de l'équipe. Cela garantit que chaque lanterne brille de manière unique lors du festival, offrant ainsi aux spectateurs une expérience visuelle éblouissante et colorée.

> « La compacité de ces étapes dépend principalement de la compétence de chaque travailleur. De plus, il est essentiel que les travailleurs aient une vision globale du processus afin de savoir quelle est l'étape précédente et la suivante du travail qu'ils effectuent, ainsi que le produit final qui sera obtenu. Cela nous permet d'assurer à la fois la qualité et la rapidité. »
>
> *—L'entretien avec l'ouvrier Huang en février 2022 à Blagnac*

1.3 Coordination et logistique de production

La fabrication des lanternes n'est en rien une simple activité artisanale : elle mobilise un ensemble complexe de logistique transnationale et de coordination entre plusieurs acteurs. À Zigong, les entreprises de lanternes fonctionnent selon un calendrier rigoureux où chaque étape est planifiée plusieurs mois à l'avance. Bien que le processus de fabrication d'une lanterne suive des étapes relativement standardisées, pour gagner du temps et réduire les coûts, la majorité des lanternes sont fabriquées en Chine. Ce n'est qu'au moment de l'installation qu'elles sont expédiées sur le site, où les ouvriers peuvent encore modifier ou déplacer certains ensembles de lanternes en fonction des conditions locales.

Ainsi, dès la fin du mois de juillet ou le début du mois d'août, la plupart des lanternes sont terminées à Zigong, prêtes à être envoyées par voie maritime vers la France. Une partie de l'équipe technique précède le matériel pour préparer le terrain et organiser l'arrivée des conteneurs.

> « Nous devons nous adapter aux réglementations de chaque pays. Beaucoup de détails doivent être anticipés pour avoir le temps de réagir aux imprévus. Par exemple : les normes de sécurité incendie, les installations électriques, ou encore l'usage de l'espace public. Ce sont les imprévus qui sont les plus difficiles à gérer. Une fois, nous n'avions pas prévu un arbre qui bloquait les visiteurs. Il a fallu l'intégrer dans la scène. Ou encore, une parcelle de terrain était bombée ou creusée. Ce genre de choses, pour nous, les ouvriers, ce n'est pas facile. »
>
> *—L'entretien avec Monsieur Luo, directeur de la société de Tengda Lanterne, via WeChat, mai 2024*

En somme, la fabrication d'un festival de lanternes ne se limite pas à une série d'opérations techniques ; elle repose sur une coordination millimétrée entre différents corps de métier, un timing précis et une grande capacité d'adaptation aux contextes locaux. Cette chaîne transnationale de production, à la fois industrielle et artisanale, témoigne de la manière dont une tradition culturelle s'inscrit désormais dans une logique globale de circulation, de négociation et de réinterprétation.

2 Lanternes et *soft power* : la sélection des symboles culturels

Les différents types de lanternes représentent souvent des tableaux que les concepteurs chinois imaginent susceptibles de plaire au public français. Autrement dit, ils projettent, à travers leurs créations, une vision anticipée de la Chine telle qu'ils pensent que les Français la conçoivent. Or, au cours de mon bénévolat au festival, j'ai constaté que la perception et l'appréciation de nombreux visiteurs français divergeaient sensiblement de ces attentes. Cet écart

révèle un phénomène de « malentendu interculturel » : les lanternes ne renvoient pas uniquement à la Chine telle qu'elle veut se montrer, mais aussi à la manière dont elle se représente le regard de l'Autre.

Après avoir décrit la diversité des formes et des mises en scène des lanternes, il convient désormais d'examiner la logique de sélection des symboles culturels qui leur confèrent sens. Ces choix ne sont jamais neutres : ils traduisent une volonté de projeter à l'étranger une image spécifique de la Chine, en mobilisant un registre symbolique immédiatement reconnaissable et valorisable. Le festival fonctionne ainsi comme un dispositif de *soft power* où la culture n'est pas seulement donnée à voir, mais instrumentalisée comme outil stratégique de représentation nationale.

Nous savons déjà que la conception des festivals des lanternes varie selon le parc qui les accueille. Le nombre et la typologie des lanternes ne dépendent pas seulement de la configuration spatiale, mais aussi du budget alloué. Ainsi, le parc Foucaud de Gaillac comptait environ 1500 lanternes réparties en 45 tableaux ; le parc du Ritouret à Blagnac rassemblait 2500 lanternes formant 80 tableaux ; tandis qu'à Montauban, en 2023, le Cours Foucault présentait près de 2000 lanternes organisées en 40 tableaux. Dans mon analyse, je me réfère aux appellations de ces différents *tableaux* telles qu'elles sont désignées par Patrice Gausserand. [2]

2.1 Les coutumes et les cultures chinoises

La culture traditionnelle chinoise a toujours été une source de fierté pour les Chinois. Cependant, exprimer cette culture dynamique à travers des lanternes n'est pas une tâche facile. À travers les formes des lanternes, les visiteurs peuvent voir des personnes jouant d'instruments de musique anciens, des personnages de l'opéra de Pékin, ou même d'immenses rouleaux de peinture, ainsi que d'énormes vases en porcelaine de style bleu et blanc fabriqués sous forme de lanternes. Cette section est généralement considérée comme un embellissement des autres tableaux.

Pendant les trois éditions du festival des lanternes à Gaillac, la culture traditionnelle et les coutumes chinoises sont principalement présentées à travers des lanternes provenant de différentes provinces, telles que *Sichuan* 四川, *Yunnan* 云南, *Shaanxi* 陕西, *Zhejiang* 浙江 et *Beijing* 北京 en 2019.

Les douze animaux du zodiaque chinois sont associés aux douze branches terrestres dans l'astrologie chinoise. Dans la culture chinoise, ils jouent un rôle très important, et chaque personne sait à quel animal elle appartient. Ces animaux sont le rat, le bœuf, le tigre, le lapin, le dragon, le serpent, le cheval, la chèvre, le singe, le coq, le chien et le cochon.

Lors du festival des lanternes, chaque édition présente des lanternes représentant les douze animaux du zodiaque, avec des informations sur l'année de naissance ainsi que des caracté-

2. Voir le site de son entreprise : `https://magconseil.com/festival-des-lanternes-gaillac-3/#presse`

ristiques de personnalité, de mariage et de chance associées à chaque animal. De nombreux Français sont curieux de connaître leur animal du zodiaque, et les lanternes représentant les signes astrologiques deviennent ainsi une attraction prisée des visiteurs. Ils se tiennent devant la lanterne de leur signe pour prendre des photos. Sous chaque animal, on indique les années correspondant à ce signe zodiacal au cours des 100 dernières années. Par exemple, comme cette photo montre (Figure II.3), c'était un signe du lapin dans le festival des lanternes de Montauban en 2023. On pouvait voir les années 1927, 1939, 1951, 1963, 1975, 1987, 1999, 2011 et 2023. En plus, il y a des descriptions de la personnalité, de l'horoscope, de l'amour, de la carrière et des finances liées à ce signe.



Figure II.3 – *Signe du lapin*

2.2 Les monuments des styles chinois

Ce sont des monuments qui existent déjà en Chine, plutôt des sites historiques, tels que la Grande Muraille, le Grand Bouddha de *Le Shan* 乐山 (Figure II.5), la Tour de la Grue Jaune ou la Tour J*iu Tian* 九天 (Figure II.4). Ces lanternes en forme de monuments sont très grandioses. Les gens peuvent les voir depuis l'extérieur du parc. Autour d'eux se trouvent de petites lanternes en forme de personnages. Les grandes et les petites lanternes créent ensemble une image vivante

racontant une histoire. Par exemple, *le Bouddha géant de Leshan* 乐山 mesure 18 mètres de haut, et à ses pieds, des gens vêtus de costumes chinois anciens sont assis autour d'une table ronde, sirotant du *Baijiu* 白酒. À côté, un tableau reconstitue l'ancien processus de brassage du *Baijiu* en Chine (Figure II.6). Pour les concepteurs, le fait que le Bouddha géant de Leshan soit situé dans le Sichuan, célèbre pour ses *Baijiu*, *Wu Liang Ye* 五粮液 et *Luzhou Laojiao* 泸州老窖, donne une image très régionale. Cependant, il est regrettable que les touristes ne soient généralement attirés que par l'énorme statue de Bouddha. En revanche, dans la mise en lumière du col de Jiayuguan 嘉峪关, un énorme dragon se faufile entre eux et d'anciens soldats se dressent majestueusement sous le col, créant ainsi une image vivante et narrative.

> « Je dois calculer la hauteur réelle de ce grand Bouddha, car cette lanterne mesure apparemment 18 mètres. Quel est le ratio déjà ? 1 : 4 ? Oh là là, c'est géant. Si j'en ai la chance, j'aimerais vraiment aller voir ce Bouddha. C'est la lanterne qui m'a le plus impressionnée, après tout, elle est vraiment immense. »
>
> *—L'entretien avec Bénédict, ma colocataire, au 25 décembre 2019 à Gaillac*



Figure II.4 – *Le Grand Bouddha de Leshan*

2.3 Les littératures et les légendes

Si l'on parle des éléments les plus caractéristiques de la culture traditionnelle chinoise, on pensera inévitablement au dragon.[3] **Le dragon** occupe une place irremplaçable dans la culture traditionnelle chinoise (Birrell 1999 ; Chevalier et Gheerbrant 1982).

À chaque festival des lanternes, on peut voir différents types de dragons, tels que des lanternes en porcelaine représentant des dragons, des dragons géants fabriqués à partir de disques compacts, ainsi que des lanternes de dragons crachant de l'eau, des têtes de dragons sur des

3. Dans la culture occidentale, le dragon est généralement associé à une force destructrice, tandis que dans la culture chinoise, il incarne une puissance protectrice et bénéfique.



Figure II.5 – *La tour de Jiu tian à Blagnac*



Figure II.6 – *Fabrication et dégustation du Baijiu*

bateaux, etc. Le dragon est un symbole important de l'esprit de la nation chinoise et l'un des symboles culturels les plus partagés (Figure II.7). Il symbolise généralement une force puissante. Aujourd'hui, dans de nombreuses manifestations culturelles, la Chine mobilise l'esprit du dragon comme symbole central pour renforcer l'identité nationale. (Chevalier et Gheerbrant 1982) Cette mobilisation s'inscrit dans une logique de *soft power* culturel, visant à promouvoir une image de puissance enracinée dans la tradition (Callahan 2019 ; Schneider 2018 ; Hien et Tho 2023). Les différentes formes de lanternes de dragons suscitent d'innombrables imaginations chez les visiteurs. Une lycéenne locale m'a dit que sa plus grande impression lors du festival des lanternes était le dragon, ce qui lui donnait vraiment envie de visiter la Chine.

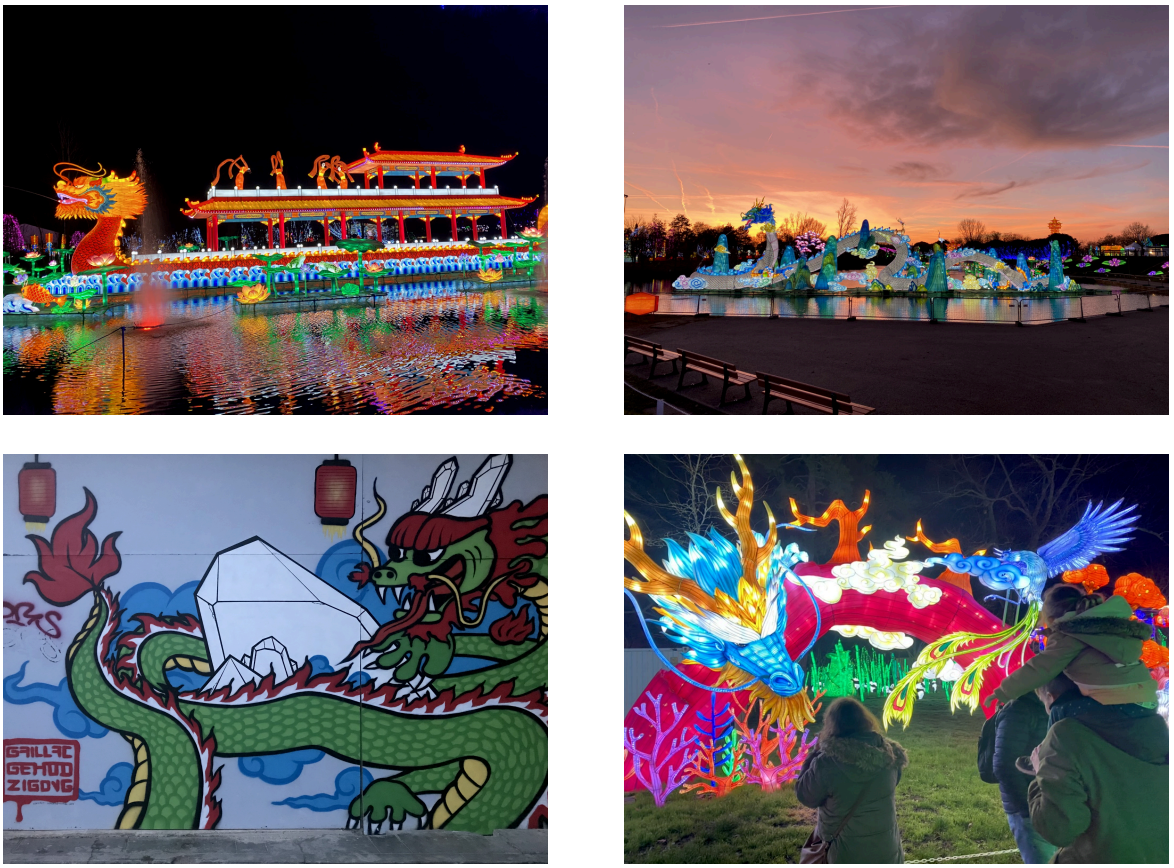

Figure II.7 – *Différents types de lanternes dragon*

Cependant, certaines lanternes de dragons laissent les visiteurs perplexes. Lors du festival des lanternes de Montauban en 2022, une série de lanternes présentait le sport local du rugby, avec cinq dragons et l'image des joueurs de rugby créant un match de rugby homme-dragon (Figure II.8). Certains visiteurs étaient très perplexes, se demandant s'il n'y avait pas de rugby en Chine. Pourquoi ne pas faire des lanternes montrant un match entre Chinois et Français ? La traductrice chinoise m'a expliqué que les concepteurs avaient combiné le totem chinois traditionnel de la chance *Er Long Xi Zhu* 二龙戏珠[4] (deux dragons jouant avec une perle) avec la

4. « Er Long Xi Zhu », un motif traditionnel chinois symbolisant la chance imminente. On le retrouve souvent dans les sculptures de bâtiments et les broderies de vêtements. Ici, le designer a choisi d'utiliser un ballon de rugby pour représenter la perle avec laquelle les dragons jouent.

compétition intense du rugby local pour montrer que les matchs de rugby locaux étaient très disputés. En même temps, cela exprimait aussi la chance et la prospérité.

> « Ça me fait bizarre quand j'ai vu ça. Je ne comprends pas, franchement, qu'est-ce que c'est ? Est-ce que ce sont des joueurs qui s'agenouillent devant les dragons ? Si c'était un match de rugby, qui a gagné ? Quand j'en ai discuté avec mes copines, elles ont ressenti la même chose que moi. C'est un ensemble de lanternes qui met vraiment mal à l'aise. Nous avons eu des frissons, pour dire les choses simplement. »
> — *L'entretien avec une habitante de Montauban, le 21 novembre 2023, à Montauban*



Figure II.8 – *Les dragons jouent au rugby avec des joueurs*

Outre le dragon, il y a aussi de grandes lanternes représentant le roi des oiseaux de la mythologie chinoise - *fenghuang* 凤凰 [**le phénix**]. Par exemple, lors du festival des lanternes de Montauban en 2022, un immense phénix jaune traversait différentes lanternes, créant une atmosphère particulièrement mystérieuse. Dans la mythologie chinoise, le phénix (*fenghuang*) est considéré comme un oiseau auspicieux, dont l'apparition est généralement interprétée comme le signe d'un changement de dynastie ou d'une ère de paix sous le ciel. Il combine des éléments de *yin* 阴 et de *yang* 阳, et symbolise l'harmonie, la prospérité et la vertu. Contrairement au « Phoenix » occidental, qui met l'accent sur la renaissance religieuse ou la résurrection à partir des cendres, dans la culture chinoise, l'accent est davantage mis sur la vertu et l'ordre social (Encyclopaedia Britannica, Inc. 2008, Dong, Gu et J.-F. Hong 2022).

De plus, ***Fu Zhu* 夫诸** est l'une des créatures mythiques de l'ancienne mythologie chinoise, décrite dans le *Shan Hai Jing* 山海经. Il ressemble à un cerf doté de quatre cornes et est réputé pour sa capacité à prédire les inondations. [5] (Figure II.9).

***Kunpeng* 鲲鹏** (Figure II.10) est un immense poisson divin mentionné dans les mythes, initialement cité dans le texte taoïste *Zhuang Zi Xiao Yao You* 庄子逍遥游. *Kun* 鲲 est un gros poisson vivant dans la mer du Nord, et après sa transformation en *Peng* 鹏, il migre vers le Sud.

5. Dans la mythologie chinoise, le *Fu Zhu* 夫诸 est considéré comme un animal de bon augure, associé à la prévention des désastres et à la protection des communautés



Figure II.9 – *Fuzhu*



Figure II.10 – *Kunpeng*

En 2021, lors du festival des lanternes de Blagnac, deux scènes des lanternes ont présenté *Fu Zhu* 夫诸 et *Kunpeng* 鲲鹏. De nombreux visiteurs qui avaient assisté à plusieurs éditions du festival m'ont dit que cette année, le festival des lanternes a une atmosphère plus française, tandis que les lanternes de Gaillac des années précédentes étaient vraiment de style chinois. Il s'agit en fait de formes animales issues de la mythologie chinoise.

***Qi Lin* 麒麟** (Figure II.11) est une créature mythologique chinoise, à moitié dragon, à moitié cheval, apportant l'harmonie. Dans les festivals des lanternes, la lanterne *Qi Lin* 麒麟 est souvent exposée et utilisée, car elle est fabriquée en attachant des bouteilles de médicaments vides remplies d'eau colorée, ce qui la rend très difficile à démonter et à déplacer. De plus, en raison de sa signification positive, elle occupe souvent une place importante dans les festivals des lanternes.



Figure II.11 – *Qilin*

***Hong Lou Meng* 红楼梦 [Le Rêve dans le pavillon rouge]** (Figure II.12) : Lors des festivals des lanternes auxquels j'ai participé, en raison de contraintes budgétaires inévitables, les lanternes représentant des scènes célèbres du livre sont fréquemment réutilisées. En 2021, une touriste chinoise a fondu en larmes après avoir traversé le long corridor représentant des tableaux lors du festival de Blagnac. Elle m'explique :

> « Ce festival des lanternes m'a donné des frissons. Pendant la pandémie, je n'ai pas pu retourner en Chine pour célébrer le Nouvel An avec ma famille, et participer à ce festival m'a procuré un sentiment de fête. Tout au long de ce chemin, j'ai vu des scènes du'Rêve dans le pavillon rouge'. J'adore ce livre, je connais ces scènes par cœur, et les voir ainsi recréées m'a beaucoup émue. Je trouve qu'ils ont fait un travail remarquable. »
>
> *— L'entretien avec une visiteuse chinoise, Yu, et ses deux enfants en décembre 2021 à Blagnac*

Un autre touriste chinois a exprimé son incompréhension en disant :



Figure II.12 – *Hong Lou Meng*

> « Je pense qu'il est impossible de comprendre la signification profonde de ce livre à travers juste des lanternes. Les visiteurs ne pourront jamais saisir ce que le designer a voulu exprimer. Je ne comprends pas non plus pourquoi ils ont choisi de représenter ces scènes. C'est incroyable que les Français puissent comprendre cela. »
> *— entretien avec une visiteuse chinoise Xu lu au 17 décembre 2021 à Blagnac*

Pour les autres touristes non chinois, j'ai demandé à quelques personnes qui s'arrêtaient pour prendre des photos pourquoi cette série de lanternes les attirait. La réponse était :

> « —Ces pavillons et ponts de style chinois sont très beaux. » « —Je ne connais pas ce livre. J'ai lu le panneau plus tôt. Les lanternes de personnages et les petites constructions m'ont donné une impression de la Chine ancienne. »
> *—L'entretien avec des visiteurs en décembre 2021 à Blagnac*

Ces extraits mettent en évidence la pluralité des interprétations suscitées par la mise en scène du *Hong Lou Meng*. Pour les visiteurs chinois, cette œuvre littéraire convoque une charge émotionnelle et mémorielle forte, qui peut se transformer en une expérience de nostalgie, voire en une forme de réconfort face à l'éloignement et à la pandémie. À l'inverse, pour les visiteurs français, l'intérêt réside davantage dans l'esthétique exotique des lanternes, qui fonctionnent comme une fenêtre visuelle sur une « Chine ancienne » généralisée, sans référence au contenu littéraire. Cette juxtaposition illustre la distance entre la signification intentionnelle des organisateurs et la réception effective du public. Elle révèle également la manière dont un objet culturel canonique, mobilisé dans un dispositif de *soft power* peut se transformer en un décor symbolique dont les usages sociaux et affectifs divergent selon les contextes de réception.

2.4 Les faunes et les flores

Les grands tableaux de lanternes représentant des groupes d'animaux, ainsi que les lanternes en forme de fleur, enrichissent le festival. Les animaux qui représentent la Chine, tels que les lanternes en forme de **panda**, sont regroupés et apparaissent à chaque festival des lanternes. On les voit gambader et jouer dans une forêt de bambous (Figure II.13).



Figure II.13 – *Les pandas*

Carnet de terrain

28 février 2022

L'année dernière, Gausserand m'a expliqué que chaque année, les pandas sont recréés sous différentes formes afin d'éviter que les touristes ne s'ennuient. Cependant, j'ai remarqué que de nombreuses lanternes avaient des lumières d'intensités différentes, ce qui suggère qu'elles avaient été utilisées précédemment au lieu d'être récemment fabriquées. Je suppose

que cela est fait dans un souci d'économie. Ce n'est qu'en démontant les lanternes aujourd'hui que j'ai réalisé que la plupart d'entre elles étaient stockées en vue d'une réutilisation ultérieure.

Les lanternes en forme de **paon** sont également très remarquables, car elles sont considérées comme l'un des prototypes du phénix selon les anciennes légendes chinoises. Dans l'histoire de la littérature chinoise, il existe un long poème narratif intitulé *Kong Que Dong Nan Fei* 孔雀东南飞[6] [Le vol du paon vers le sud-est]. Sous la dynastie *Qing*, les fonctionnaires portaient des plumes de paon pour afficher leur rang officiel. Les paons sont donc extrêmement importants dans la culture chinoise. Les lanternes ayant la forme de l'écran d'ouverture d'un paon sont également admirées. Sur le plan botanique, **la pivoine** (Figure II.14) a toujours été l'une des fleurs les plus vénérées en Chine et a été désignée comme fleur nationale sous la dynastie *Qing*. Les pivoines sont d'une beauté saisissante dans les lanternes.



Figure II.14 – *Les pivoines*

Le pêcher (Figure II.15), soulève de nombreuses questions. Comme le montre la photo, de nombreux visiteurs se demandent quelle sorte de plante sont ces énormes fleurs en forme d'os. Pourquoi y a-t-il des singes sous les arbres, certains d'entre eux cueillant les os des fleurs ? En tant que bénévole, j'ai expliqué aux touristes que le pêcher a une symbolique folklorique importante en Chine : la pêche est synonyme de longévité, et la jeune génération offre généralement un gâteau en forme de pêche aux personnes âgées à l'occasion de leur anniversaire. Les branches du pêcher ont pour symbole d'éloigner les mauvais esprits, et de nombreux Chinois aiment placer des épées en bois de pêcher dans leur maison pour faire peur aux choses invisibles malveillantes. La fleur de pêcher, quant à elle, symbolise l'amour, et les gens d'aujourd'hui utilisent *Tao Hua*

6. , qui est le premier poème narratif chinois ; voir la traduction en français `https://www.chineancienne.fr/traductions/le-paon-trad-tchang-fong/LePaon,trad.TchangFong,Jouve&Cie,1924`

Yun 桃花运 [la chance de la fleur de pêcher pour indiquer qu'une personne a de la chance en amour.]



Figure II.15 – *Les pêchers*

En plus de ces significations symboliques, l'un des quatre grands chefs-d'œuvre, ***Xi You Ji* 西游记 [La Pérégrination vers l'Ouest]**, raconte l'histoire du moine *Tang Sanzang* 唐三藏 et de ses disciples : *Sun Wukong* 孙悟空, *Zhu Bajie* 猪八戒 et *Sha Wujing* 沙悟净, qui partent en quête de sutras vers l'ouest. Parmi eux, *Sun Wukong* est un singe capable de se transformer, et son fruit préféré est la pêche. Par conséquent, la signification symbolique de la pêche est très répandue pour les Chinois. Cependant, une fois la pêcherie transformée en lanterne, elle ne parvient malheureusement pas à refléter sa signification culturelle. Contrairement au paon ou à la pivoine, bien qu'elle ne puisse pas transmettre de signification culturelle, elle reste au moins esthétiquement plaisante, ce qui n'éveille pas de doutes chez les visiteurs.

2.5 Mise en scène de la specialité des villes hotes

Pour les habitants locaux, le festival des lanternes constitue bien plus qu'un simple événement festif : il devient une véritable scène d'expression identitaire, offrant une plateforme privilégiée pour mettre en valeur les caractéristiques distinctives de leur territoire et renforcer leur sentiment d'appartenance. À Gaillac, par exemple, les lanternes célèbrent **l'histoire viticole** pluriséculaire de la région, transformant cette tradition agricole en un symbole culturel accessible à un public international (Figure II.16).

À Blagnac, ce sont les origines de l'aviation civile qui sont mises en lumière : des lanternes représentant **les premiers avions** évoquent la richesse du patrimoine aéronautique local (Figure II.17). À Montauban, le festival célèbre l'attachement populaire au **rugby**, un marqueur fort de l'identité locale, représenté notamment par un tableau où des joueurs de rugby affrontent un dragon chinois (Figure II.8).



Figure II.16 – *Les lanternes de vin de Gaillac*



Figure II.17 – *Lanterne de l'avion à Blagnac en 2021*

Les habitants ne manquent pas d'exprimer leur fierté à travers ces mises en scène, et les comparaisons entre villes révèlent des perceptions croisées teintées d'identités territoriales. Un résident de Gaillac m'a confié :

> « L'histoire du vin rouge à Gaillac est très ancienne. Je suis fier de pouvoir la présenter au monde entier grâce au festival. »

En contrepoint, certains habitants de Blagnac perçoivent les Gaillacois comme plus fermés, une impression qu'ils attribuent à la prédominance de l'agriculture dans la région et au manque relatif d'ouverture industrielle. À l'inverse, la présence du site Airbus à Blagnac favoriserait, selon eux, une plus grande ouverture au monde, du fait des échanges fréquents avec des visiteurs internationaux.

Ces contrastes soulignent comment chaque ville mobilise le festival comme une opportunité d'expression de soi, de différenciation et parfois même de compétition symbolique. Le festival devient ainsi un espace d'interaction interurbaine, où les récits locaux sont projetés sur une scène mondiale, tout en cultivant un sentiment d'appartenance enraciné. Face à certaines incompréhensions du public concernant la scène du rugby à Montauban — certains spectateurs se demandant, par exemple, s'il ne serait pas plus logique de représenter un match entre Français et Chinois —, l'interprète Chunna, impliquée dans la médiation interculturelle du projet, m'a fourni une lecture complémentaire de cette mise en scène :

> « Je n'ai pas entendu de commentaires négatifs. Mais tu ne trouves pas que le match de rugby est très explicite ? C'est pour montrer que l'équipe de Montauban est très forte, assez forte pour jouer au rugby avec un dragon. Tu sais, dans la culture chinoise, le dragon est une créature suprême. Donc le message du designer, c'est que si une équipe peut rivaliser avec un dragon, alors elle est vraiment exceptionnelle. Et puis, comme le rugby est très peu pratiqué en Chine, il était impossible de mettre une équipe chinoise en face de celle de Montauban. »
> *— L'entretien avec l'interprète Chunna, en janvier 2023, via WeChat*

Ce commentaire révèle les intentions du concepteur : il ne s'agissait pas de créer une opposition culturelle, mais bien une mise en valeur symbolique de la ville hôte, en réinterprétant les codes culturels chinois à travers un prisme local. Ce type d'interprétation croisée souligne les tensions, mais aussi les potentialités créatives de la rencontre interculturelle.

2.6 Les dinosaures

Depuis l'ouverture du musée des dinosaures de Zigong en 1987, le gouvernement municipal a progressivement intégré le mot « dinosaures » dans l'intitulé officiel du festival des lanternes local, afin de souligner le statut de la ville comme site paléontologique d'envergure. Aujourd'hui, presque toutes les entreprises de lanternes de Zigong développent parallèlement une activité de fabrication de dinosaures animatroniques. On estime que 85% des dinosaures

simulés dans le monde sont produits à Zigong. Conçus à partir de mousse, de structures métalliques et de mécanismes motorisés, ces dinosaures se distinguent par un réalisme saisissant, renforcé par l'ajout de rugissements diffusés par haut-parleurs, qui accentuent leur pouvoir d'attraction auprès du public.

Le succès commercial de ces figures spectaculaires a entraîné leur intégration dans les éditions internationales du festival des lanternes. À Gaillac, les dinosaures ont été introduits dès la troisième édition, puis repris dans les éditions de Blagnac et de Montauban, où ils constituent aujourd'hui un élément central du parcours d'exposition (Figure II.18.



Figure II.18 – *Les Dinosaures à Gaillac en 2019*

En décembre 2021, pendant mon enquête ethnographique à Blagnac, j'ai interrogé des enfants de manière ciblée pendant deux soirées consécutives, tout en procédant à un comptage du nombre de visiteurs à la sortie principale du festival. À la question « Quelles sont vos lanternes préférées ? », la majorité des enfants a spontanément répondu : les dinosaures.

Cependant, cette popularité enfantine contraste avec les commentaires de nombreux visiteurs adultes, qui s'interrogent sur la cohérence thématique de la présence de ces créatures préhistoriques. Pour eux, les dinosaures semblent relever davantage du registre du divertissement que de celui de la culture chinoise traditionnelle, et leur présence dans un festival censé valoriser cette dernière paraît à la fois incohérente et purement commerciale, déconnectée de toute signification culturelle profonde.

Au-delà de leur apparence spectaculaire, ces lanternes de dinosaures sont souvent équipées de dispositifs mécaniques interactifs : hochements de tête, salutations, mouvements synchronisés avec une bande sonore adaptée. Ces effets dynamiques offrent au public une expérience immersive, oscillant entre attraction de parc à thème et spectacle de lumières.

Pour comprendre cette présence, il convient d'examiner la manière dont les dinosaures sont perçus dans le contexte culturel chinois. En chinois, le mot « dinosaure » se dit *Kong Long* 恐龙, [littéralement dragon terrifiant]. Cette proximité lexicale et phonétique avec le mot *Long*

龙, désignant le dragon traditionnel chinois, crée une zone de flou sémantique qui n'est pas sans conséquences dans les processus de représentation symbolique. Comme je l'ai montré précédemment, le dragon chinois est une créature mythique, bienveillante et puissante, symbole impérial de sagesse et de prospérité. À l'inverse, le dinosaure renvoie à un animal préhistorique disparu, perçu comme menaçant, primitif ou monstrueux.

Au festival des lanternes de Zigong en 2023, que j'ai eu l'occasion d'observer sur place, la frontière entre dragon et dinosaure s'est matérialisée : d'imposants dinosaures animatroniques, rugissants et hyperréalistes, coexistaient avec des dragons traditionnels dans un même espace visuel, brouillant les limites entre mythe et science, entre imaginaire culturel et reconstitution paléontologique. Pourtant, dans le contexte chinois, cette juxtaposition ne provoque guère de confusion. D'une part, le partage du caractère *Long* 龙 dans les deux mots établit un lien symbolique immédiat. D'autre part, Zigong étant un haut lieu de la paléontologie chinoise, son musée des dinosaures confère à ces créatures une légitimité scientifique et territoriale. Dès lors, l'association entre dragons mythiques et dinosaures préhistoriques apparaît comme une mise en scène cohérente, renforçant leur double fonction de symboles de puissance et de fascination.

Ce décalage d'interprétation entre les publics chinois et français illustre un cas typique de recontextualisation culturelle : un symbole hybride, culturellement pertinent dans son contexte d'origine, subit un déplacement de sens lorsqu'il est transposé dans un espace culturel différent. Ce déplacement met en lumière les limites du partage symbolique globalisé, ainsi que les tensions persistantes entre la logique de consommation visuelle internationale et la cohérence des référents culturels locaux.

3 Les spectacles : un aperçu immersif de la culture

Dans la présentation du festival des lanternes, bien que les lanternes soient le point focal, si ce n'était que pour les lanternes, l'ambiance générale pourrait sembler monotone et il manquerait une interprétation plus complète de la culture chinoise. Par conséquent, le site du festival des lanternes est généralement équipé d'une scène et d'un marché de petits produits pour enrichir l'expérience des visiteurs. Les spectacles sont une partie indispensable du festival des lanternes, et les acteurs se divisent principalement en trois catégories : les acrobaties, les danses et le *Bian Lian* 变脸 (Changement de masque). Il y a trois représentations chaque soir, à 19h30, 20h30 et 21h30. Pendant le festival des lanternes à Gaillac, des danses des différentes minorités ethniques de Chine, telles que les Ouïghours, les Tibétains, etc., sont également programmées, en coordination avec les lanternes représentant les minorités ethniques et les régions de Chine pour présenter aux spectateurs le charme de la diversité culturelle. Dans cette partie, il est nécessaire de présenter le *Bian Lian* 变脸.

Carnet de terrain

28 décembre 2021

Cette jeune fille, experte en l'art du Bianlian, a commencé sa formation en acrobatie dès l'âge de neuf ans. C'est toutefois en découvrant le fascinant art du Bianlian qu'elle a trouvé sa véritable passion, ce qui l'a menée en Chine pour apprendre cet art traditionnel auprès d'un maître du Sichuan. Elle monte sur scène vêtue d'une robe noire et d'une cape assortie, ce qui lui confère une présence imposante et mystérieuse. Son numéro, l'un des moments forts du spectacle, est généralement présenté en avant-dernière position. Elle captive le public non seulement par sa maîtrise technique mais aussi par ses interactions pleines de charme avec les spectateurs. Tout en évoluant au rythme de la musique, elle change de visage avec une habileté déconcertante, passant d'un masque à l'autre en un clin d'œil. Après avoir dévoilé une douzaine de masques, elle descend lentement dans la foule, se dirigeant vers les enfants et les aînés, leur offrant un instant de magie en révélant ses visages colorés, un à un. Finalement, alors que la chanson touche à sa fin, elle retourne sur scène pour enlever son dernier masque, révélant son véritable visage au public qui la salue par une ovation chaleureuse.

Après trois éditions du festival à Gaillac, de nombreux bénévoles et Gaillacois m'ont demandé comment trouver la musique utilisée lors du changement de masque dont *Bian Lian*. C'est toujours incontournable pendant le festival des lanternes qui vient de Zigong. En effet, cette forme d'art de performance unique trouve ses origines dans la région du Sichuan et est l'une des compétences typiques des théâtres du Sichuan. Habituellement, les acteurs superposent des masques peints de différentes couleurs et motifs. Pendant la performance, ils changent rapidement de masques pour exprimer les variations d'émotions des personnages et leur monde intérieur. Comparé à d'autres spectacles, le changement de visage est particulièrement amusant, et les artistes interagissent avec les visiteurs. Profitant de l'inattention des spectateurs, ils changent rapidement de masque à une vitesse incroyable, ce qui suscite souvent des applaudissements de l'audience. Ces artistes sont très assidus et s'entraînent quotidiennement. Grâce à leur dévouement, ils ont gagné l'admiration et le respect de l'équipe française.

4 Le marché de souvenir : entre artisanat et stratégies de diffusion culturelle

À proximité de la scène principale, on installe un espace appelé « Marché du Sichuan » ou « Marché de souvenirs » (Figure II.19), composé de plusieurs stands et d'une caisse centrale. Le nombre de stands varie selon les contraintes logistiques : type de festival, approbation des

visas des artisans, ou encore superficie disponible. Lors des trois éditions auxquelles j'ai assisté, on comptait six stands à Gaillac, cinq à Blagnac et quatre à Montauban. Les ventes y sont principalement réalisées après les spectacles, quand l'afflux de visiteurs est à son maximum.



Figure II.19 – *Marché de Sichuan à Gaillac en 2019*

Dans cette section, je décris les formes visuelles et commerciales observables au sein du marché : les types de produits présentés, ainsi que les principales stratégies de vente. L'analyse plus fine des trajectoires et des comportements des artisans fera l'objet de chapitres ultérieurs.

4.1 Choix des marchandises et réajustement empirique

Les revenus des artisans dépendent fortement de la fréquentation quotidienne, ce qui rend leur chiffre d'affaires instable. Pour optimiser leurs bénéfices, ils combinent deux stratégies : un choix méticuleux de produits — selon le volume, la qualité, la variété et les coûts — et une attention portée à la complémentarité entre les stands. En effet, l'entreprise organisatrice répartit les catégories de produits de manière rigide : textiles (écharpes, nappes), objets décoratifs, bijoux, etc. Les contrevenants risquent le retrait des produits redondants ou un déplacement en zone périphérique.

Les artisans novices, souvent en voyage à l'étranger pour la première fois, se fient à des recherches subjectives ou à des sites chinois recensant les souvenirs chinois les plus achetés pour les étrangers, ce qui les amène parfois à importer des articles liés à la culture occidentale (des bijoux astrologiques, des décorations de Noël) — souvent invendus. À l'inverse, les produits liés à la culture chinoise (comme les bijoux des douze signes du zodiaque) rencontrent plus de succès. Les commerçants y inscrivent l'année associée à chaque animal, permettant aux clients de s'identifier facilement.

Parmi les produits les plus lucratifs figurent les jouets lumineux (épées, bâtons, ballons).

Le plus emblématique est la *Fei Jian* 飞箭[7] : son coût de fabrication est de 0,18 yuan (0,025 €), mais elle est vendue jusqu'à 3 € l'unité ou 10 € les quatre. Le stand de Monsieur Wu, qui détient le monopole de ce produit avec sa famille, réalise ainsi les plus grosses ventes — aussi bien en France qu'aux États-Unis, en Australie ou au Chili (Figure II.20).



Figure II.20 – *La femme de Monsieur Wu vendant des flèches de flache à Gaillac, 2019*

D'autres articles suscitent de l'intérêt mais ne trouvent pas toujours l'usage escompté. Les pièces des « Cinq Empereurs »[8] (Figure II.21), censées favoriser la prospérité selon les principes du Feng Shui, sont davantage achetées pour leur valeur décorative ou leur exotisme culturel. Certains objets véhiculent également une charge politique, comme des porte-clés à l'effigie de *Mao Zedong* ou de *Xi Jinping* (Figure II.22), observés à Blagnac en 2021. Leur succès, notamment celui de *Mao*, invite à interroger les formes de réappropriation symbolique ou de nostalgie projetée par certains visiteurs.

7. En chinois*Fei Jian* 飞箭,Les petits commerçants appellent ce jouet « Flèche de flache ». Il ressemble à un lance-pierres, avec une fourchette et un produit en plastique en forme de flèche. Lorsque la *Fei Jian* 飞箭 est lancée dans les airs avec le lance-pierres, la lumière attachée à celle-ci clignote en bleu, ce qui est très attirant pour les enfants.

8. Il s'agit d' anciennes pièces de monnaie chinoises en cuivre, de forme ronde et percées d' un trou carré, ainsi que d' un pendentif imitant celles émises sous cinq empereurs de la dynastie *Qing* (1644-1912).



Figure II.21 – *Les pièces de monnaie des Cinq Empereurs*



Figure II.22 – *Porte-clés à l'effigie de Mao Zedong et Xi Jinping*

Avant le début du festival des lanternes à Blagnac, lors de la réunion entre le groupe de lanternes chinoises et la municipalité de Blagnac, il a été dit :

> « À Blagnac, les organisateurs français souhaitaient introduire des statues religieuses (comme des statues de Bouddha et de Confucius), mais les partenaires chinois ont rejeté cette proposition, invoquant des restrictions administratives liées à l'exportation de symboles religieux. »
> *—Un entretien avec l'interprète Chunna et Mei, en décembre 2021, à Blagnac*

4.2 Mise en scène commerciale et circulation performative

Au-delà de la simple vente, les artisans transforment leur stand en mini-scène. Habillés en costume traditionnel han, ils réalisent des démonstrations : peinture au sucre, tissage de feuilles de palmier, broderie du Sichuan, ou encore fabrication de barbe à papa. Ces performances renforcent l'attractivité visuelle et stimulent l'achat spontané, notamment chez les enfants.

Certains produits sont intégrés à des démonstrations mobiles : *Fei Jian* 飞箭 sont lancées dans le ciel par les ouvriers du parc, créant ainsi une publicité vivante et immersive. Dès leur arrivée, les enfants sont captivés par ce spectacle. Cette stratégie virale est orchestrée par Monsieur Wu, qui distribue des *Fei Jian* 飞箭 aux ouvriers après leur ronde quotidienne. [9] D'autres articles, comme les ballons lumineux ou les barbes à papa, sont portés par des bénévoles pour circuler dans la foule. Les vendeurs eux-mêmes portent parfois les produits (chapeaux lumineux, accessoires) afin de susciter l'intérêt au passage des visiteurs.

Ces mises en scène témoignent d'une hybridation entre démonstration artisanale et tactiques commerciales modernes. Le marché devient ainsi un théâtre de circulation culturelle, où objets, gestes et lumières composent une grammaire sensorielle du spectacle marchand.

5 Un espace privilégé

En plus des trois éléments indispensables du festival des lanternes, les partenaires français ont également mis en place plusieurs sites pour augmenter les revenus. Ceux-ci comprennent une salle à manger locale, un hall d'accueil VIP et des food trucks. Bien que ces sites ne relèvent pas de la responsabilité de la Chine, ils font également partie intégrante du festival des lanternes, c'est pourquoi je les mentionne ici. À l'entrée du site, il y a trois points d'accès : l'entrée principale, l'entrée PMR et l'entrée VIP. Ce dernier est principalement destiné aux visiteurs munis de billets d'équipe ou de billets combinant repas et visite du festival des lanternes. Ils peuvent entrer directement dans le hall d'accueil VIP pour dîner, puis visiter le festival. La salle à manger locale présente une variété de plats, notamment du fromage, du jambon, des huîtres, du vin rouge, de la

9. La ronde désigne la tournée des ouvriers après l'allumage des lanternes chaque soirée, durant laquelle ils vérifient l'état des lanternes et effectuent les réparations nécessaires. Une fois leur tâche terminée, ils aident Monsieur Wu à lancer les *Fei Jian* 飞箭 dans les airs, transformant l'activité en un jeu captivant pour les enfants.

bière de Gaillac, et d'autres. Les autres services de food trucks installés dans le parc proposent principalement des sandwiches et des frites. Ces installations offrent aux commerçants locaux l'opportunité de réaliser des bénéfices, mais pour le festival des lanternes lui-même, elles n'ont pas pour objectif de favoriser une meilleure connaissance de la culture chinoise. Bien que la salle à manger locale, le hall d'accueil VIP et le service de food trucks proposent aux visiteurs une variété de choix, leur objectif principal est d'accroître l'attrait de l'événement et d'augmenter les revenus. Dans les festivals en France, ces installations complémentaires sont courantes, visant à offrir une expérience plus confortable et plus diversifiée pour répondre aux besoins des différents visiteurs. Cependant, pour les visiteurs qui souhaitent approfondir leur connaissance de la culture chinoise, ces services peuvent ne pas être suffisants. Une Française passionnée par la culture chinoise, qui est venue spécialement en tant que volontaire au festival des lanternes de Blagnac depuis l'île de Corse, m'a dit :

> « Tu sais quoi ? En regardant ce festival des lanternes, il manque les éléments principaux. Cette année, c'est l'année du Tigre, et ils n'ont même pas une lanterne de tigre évidente. Et surtout, il n'y a pas de nourriture chinoise. Comment peut-on offrir une expérience immersive de la culture chinoise dans ce cas ? Je me retrouve dans un décor rempli de culture chinoise, avec des frites et un sandwich à la main. Je n'ai absolument aucune sensation. »
>
> *— L'entretien avec Christienne, le 30 novembre 2021, à Blagnac*

De même, une touriste chinoise m'a confié qu'elle avait très hâte de goûter des plats chinois tout en se promenant parmi les lanternes.

> « Si c'était le cas, ce festival serait parfait. Mais mes fils mangent des frites en nageant dans la mer de la culture chinoise. Ils découvraient une culture qui est si proche de moi, mais si éloignée d'eux. Je suis sûre que l'expérience culturelle aurait été beaucoup plus riche pour eux s'ils avaient pu manger des en-cas chinois, comme les barbecues de bord de route que nous mangeons souvent en Chine. »
>
> *—Une mère chinoise dans le festival de Blagnac le 1er janvier 2021*

Dehors, l'entrée du festival des lanternes de Blagnac, il y a une place gourmande, où, en plus des camions vendant du vin chaud, des sandwiches et des gaufres, un couple franco-chinois vend des *Baozi* 包子[10] Ils espéraient réaliser de bons profits pendant la période, mais à cause de l'emplacement isolé et des frais de stand très élevés perçus par la mairie, leurs revenus n'ont pas été à la hauteur des attentes. Shishi, l'interprète de Montauban, m'a raconté qu'au festival de 2022, Patrice Gausserand avait ajouté un plat de nêm dans le stand d'huîtres et de bière. Il ne se souciait pas de savoir si le plat avait une véritable saveur chinoise. Elle m'a expliqué que six petits nêms surgelés, frits jusqu'à être très secs, coûtaient 9 euros. C'est cher et affreux. Les touristes les verront et penseront que tout ce qui intéresse les Chinois, c'est de gagner de l'argent.

10. Les baozi sont des boulettes préparées avec une pâte fermentée ou non fermentée qui enveloppe différentes sortes de farces. Ils sont généralement cuits à la vapeur ou frits dans une poêle. Dans le nord de la Chine, les *Baozi* ont tendance à être salés, tandis que dans le sud, ils sont souvent plus sucrés.

Dans ce dispositif culturel centré sur le visuel et l'ambiance, les espaces de restauration, bien qu'ils ne soient pas directement pris en charge par la partie chinoise, font partie intégrante de l'expérience globale. Qu'il s'agisse des stands de gastronomie locale mis en place par les autorités françaises ou des tentatives ponctuelles d'introduire de la cuisine chinoise, ces choix reflètent une stratégie d'équilibre entre mise en scène culturelle et logique commerciale. Les attentes variées des visiteurs en matière de nourriture révèlent par ailleurs la pluralité des interprétations de l'immersion culturelle dans un contexte interculturel.

6 Une scène standardisée, une réception différenciée

Ce chapitre a décrit le processus de construction des festivals de lanternes ainsi que leurs principales composantes – lanternes, spectacles et marchés – qui, à travers une scénographie soigneusement orchestrée, visent à condenser et à transmettre les symboles de la culture chinoise. Ce modèle, largement reproductible, s'exporte aujourd'hui dans divers contextes internationaux, avec une structure narrative de plus en plus codifiée.

Dans le cadre d'un projet de diffusion culturelle à vocation nationale, la standardisation de cette scène festive permet, comme le suggère James C. Scott (Scott et Ruchet 2021b), une lisibilité accrue et un contrôle centralisé des signes. Les lanternes deviennent des supports de visibilité culturelle, tandis que les artisans, vendeurs et interprètes endossent le rôle d'acteurs sur une scène culturelle transnationale. Toutefois, ces symboles, aussi soigneusement sélectionnés soient-ils, n'acquièrent de sens qu'à travers leur réception.

L'observation ethnographique révèle que cette réception est loin d'être homogène. Derrière l'apparente unité scénographique se dessinent des appropriations multiples, parfois inattendues, et des dissonances. La mise en circulation culturelle de ces objets et symboles, dans un espace de contact interculturel, donne lieu à des négociations de sens : entre ce que les organisateurs veulent transmettre et ce que les publics perçoivent, entre l'image souhaitée de la Chine et ses reformulations locales.

Dans cette dynamique, les festivals des lanternes participent à ce qu'Arjun Appadurai appelle les paysages de flux (scapes) (Appadurai 1996), ces configurations mouvantes où circulent à travers le monde non seulement les personnes, les capitaux et les technologies, mais aussi les imaginaires culturels. Les symboles projetés dans les festivals se trouvent ainsi recontextualisés dans des territoires autres, où leur réception n'est jamais entièrement prévisible. Ce processus souligne que la diffusion culturelle, loin d'être un transfert unidirectionnel, est toujours prise dans des logiques de reformulation, d'appropriation et parfois de détournement. Dans son ouvrage devenu classique, Salmon 2007 définit le *storytelling* comme une « machine à fabriquer des histoires et à formater les esprits ». Autrement dit, les récits ne sont pas de simples narrations culturelles, mais des outils stratégiques mobilisés par les institutions politiques et économiques pour orienter les perceptions. Appliqué au cas du festival des lanternes, cela signifie que celui-ci fonctionne comme un dispositif de *storytelling* national : il met en scène une histoire de la Chine

à travers des symboles visuels, des traditions reconfigurées et des dispositifs spectaculaires, tout en cherchant à influencer le regard du public étranger. Mais une fois confronté aux contextes locaux et aux publics, ce récit se fragmente, se recompose et révèle ainsi les limites de toute narration maîtrisée.

Chapitre III Superposition, privation, flottement : les territoires vécus du festival des lanternes

J'aborde un autre aspect fondamental : la manière dont les espaces du festival sont investis, vécus et transformés par ceux qui y travaillent — ouvriers, petits commerçants et artistes. Lors des entretiens, leurs descriptions récurrentes des espaces ont attiré mon attention, révélant une dynamique où pratiques concrètes, représentations culturelles et ancrages sociaux s'entrecroisent. Selon Yi-Fu Tuan (Tuan 1977), spécialiste des relations entre espace et expérience humaine, toute activité prend forme dans l'espace ; mais ce n'est que lorsque l'espace reçoit une signification que celui-ci devient un « lieu ». Les différents arrière-plans culturels influencent ainsi la manière dont les individus segmentent leur environnement et attribuent des valeurs aux lieux qu'ils habitent. Cette dynamique des valeurs — qui ne se limite pas à des perceptions individuelles mais relève aussi de constructions collectives (Baroin, Warnier et Beaujard 2006) — constitue une clé de lecture essentielle pour comprendre la reconfiguration spatiale opérée par les participants au festival. Le festival des lanternes n'est pas seulement une entreprise à visée politique ou économique ; il s'inscrit aussi dans une pratique sociale concrète, intégrée à des espaces de vie quotidiens. Lorsque l'espace culturel chinois s'insère dans l'espace de loisir local, une superposition complexe de significations émerge, créant un terrain propice pour interroger les effets de cette hybridation culturelle sur les dynamiques locales.

À partir de mes observations ethnographiques, ce chapitre explore donc comment un festival de lanternes chinois, installé en France, redéfinit les rapports entre espace et lieu. Il s'agit d'interroger non seulement comment les participants créent et recréent leur espace de vie à travers ces événements, mais aussi comment ces dispositifs éphémères maintiennent un lien avec leur pays d'origine tout en transformant l'environnement local. À Gaillac, l'installation lumineuse du festival s'impose dès la nuit tombée, attirant les passants par son éclat singulier. Cet espace nocturne n'est pas assimilable à celui des parcs à thème classiques comme Disneyland, ni à celui des festivals de musique ou des illuminations urbaines de Noël. Il évoque plutôt l'ambiance intime d'une veilleuse projetant des étoiles au plafond d'une chambre d'enfant — une reconfiguration sensorielle et émotionnelle de l'espace vécu. À travers ce processus, le festival des lanternes transforme temporairement un parc en un espace créatif qui attire les visiteurs par

son pouvoir immersif (Richards et Wilson 2006).

Dans la nuit illuminée par les lanternes, le paysage ordinaire disparaît, immergeant les visiteurs dans une expérience d'altérité culturelle. Derrière cette féerie, les travailleurs chinois naviguent dans un espace qui, pour eux, n'est pas seulement un lieu de production économique, mais aussi un espace de reterritorialisation symbolique. En créant et habitant ces espaces, ils recréent une sorte de « petite Chine », à la fois géographique et affective, où s'entrelacent sentiment d'appartenance culturelle, mémoire du pays d'origine et adaptation à un contexte étranger. Cette dynamique produit également des formes particulières de privation, de flottement et d'hybridation culturelle, qui seront explorées tout au long de ce chapitre.

1 Quand la ville se transforme : espaces hybrides et mobilisations culturelles au festival des lanternes

Pendant le festival des lanternes, toute la ville de Gaillac est imprégnée de symboles culturels chinois. En sortant de la gare, on peut constater que les lumières initialement décorées pour Noël ont été agrémentées de lanternes rouges. Les vitrines des bureaux de tabac sont décorées de lanternes et de caractères chinois tels que *Fu* 福 [bonheur] et *Cai* 财 [richesse]. Les vitrines des laveries sont ornées de motifs chinois, et celles des librairies sont remplies de livres sur la Chine (Figure III.1). J'ai même trouvé une tasse dans un tabac avec l'inscription en chinois : 法



Figure III.1 – *Les décorations pendant le festival des lanternes à Gaillac en 2019*

国盖亚克 (France Gaillac). Ces observations ont été rapportées dans les journaux locaux de la manière suivante :

> « Sur les balcons privés, les vitrines des magasins, de coiffeurs, de bars, et dans les supermarchés. la « chinese touch » avec ses lanternes rouges et ses dragons apparaît partout, éclipsant guirlandes et pères Noël. Même la librairie à l'entrée de Gaillac a consacré toute sa vitrine aux oeuvres, romans, BD ou guides touristiques sur la Chine. [1] »

1. https://www.lexpress.fr/societe/voyage-au-coeur-des-lanternes-chinoises-dans-le-sud-ouest-de-l
2054770.html

En outre, certaines lanternes utilisées l'année précédente ont été dispersées dans toute la ville. À l'entrée du supermarché E. Leclerc à Gaillac, on trouve une immense lanterne en forme d'éléphant en porcelaine. Sur un rond-point se trouve une lanterne représentant une fée tournante, des lanternes en forme d' animaux parfois disposées le long de la route, ainsi qu'une lanterne en forme de monument chinois. (Figure III.2)



Figure III.2 – *Réutilisation des lanternes dans l' espace urbain : à gauche, une lanterne d'éléphant devant E.Leclerc ; à droite, une lanterne de fée tournante au rond-point*

Ces décorations indiquent aux habitants et visiteurs qu'il y a des activités « inhabituelles » ici, mais elles semblent néanmoins un peu forcées. Une fois, en faisant le chemin de Gaillac à Toulouse, le chauffeur de mon covoiturage me dit :

> « Voilà, ces lanternes semblent en décalage total avec le style architectural de la ville. Tu vois cette lampe en forme de fée qui tourne dans le rond-point. Ce n'est pas ridicule ? Pendant cette période, les actualités locales, le conseil municipal, les cafés, et tous les Gaillacois discutent de la Chine. Faut-il vraiment que Gaillac, en devenant ville amie avec Zigong et en organisant un festival des lanternes, soit lié à la Chine dans tous les aspects et chaque détail ? Cela me donne l'impression que ce n'est plus ma ville. Je suppose que le maire veut que les touristes, en entrant à Gaillac, aient l'impression d'entrer en Chine. »
>
> *—Le chauffeur de covoiturage du 21 décembre 2019 à Gaillac*

Ce visiteur souligne que ces lanternes décoratives dans l'espace urbain remplissent le rôle publicitaire que leur attribue la municipalité. Même si le conducteur ne fait que passer, son discours démontre que les usagers de la ville se font une opinion – voire un jugement – sur cet événement particulier. D'autres villes présentent également des phénomènes similaires. Dans le tramway de Toulouse en direction de Blagnac, un immense dragon sert d'affichage pour le festival des lanternes. Sur tous les ronds-points autour de Blagnac, de petites lampes anciennes, utilisées lors des trois précédentes éditions du festival de Gaillac, ont été installées. La décoration de l'espace urbain où se tient le festival des lanternes fait également la promotion de l'événement. Ensemble avec le festival, cela crée un espace en couches, rendant le festival moins déconcertant. En effet, dans le parc où se tient le festival des lanternes, l'espace subit une superposition progressive. Comme mentionné précédemment, lors de l'installation des lanternes,

l'espace du parc commence à se différencier en plusieurs couches, en fonction de l'avancement des travaux. À la phase initiale de création de l'événement, en septembre, lorsque le parc est fermé au public, il devient essentiellement un espace de travail réservé aux ouvriers. Pendant la journée, ceux-ci assemblent les grandes lanternes importées de Chine et fabriquent des structures plus petites sur des terrains vacants. Bien que l'accès soit interdit aux visiteurs, l'apparence générale du parc reste encore conforme à sa fonction initiale de lieu de promenade, et l'intervention culturelle n'est pas encore perceptible pour l'observateur extérieur. Au fil des semaines, ce projet de transformation fusionne progressivement avec le tissu culturel local à travers l'installation d'éléments matériels étrangers, jusqu'à atteindre son aboutissement en décembre, lorsque les lanternes sont illuminées à la nuit tombée. À ce moment-là, les représentations chinoises investissent visuellement l'espace, remplaçant temporairement les scènes familières du parc et produisant ainsi une superposition tangible de deux univers culturels. Après la fin du festival, le parc retrouve progressivement son apparence et sa fonction d'origine, entraînant par là même la disparition de cette stratification spatiale temporaire. Tous les soirs à 17h30, avant que le parc rouvre pour accueillir les touristes à 18h00, les lanternes sont déjà illuminées depuis le crépuscule. À ce moment-là, bien qu'il ne fasse pas complètement nuit, la lumière des lanternes commence à dessiner un autre paysage culturel. À mesure que la nuit s'intensifie, les marques du jour disparaissent progressivement, ne laissant que le récit culturel tridimensionnel créé par les lanternes (Figure III.3).



Figure III.3 – *La transformation de l'espace : du parc au monde des lanternes*

Ce phénomène invite à la réflexion : comment un espace familier peut-il être temporairement investi par des éléments culturels extérieurs, créant ainsi une expérience sensorielle inédite par la superposition de symboles et de valeurs rarement visibles dans la vie quotidienne ? Bien que ces deux ordres culturels semblent, à première vue, entrer en tension, ils coexistent de manière relativement harmonieuse pendant la durée du festival des lanternes. Pendant la journée, le parc conserve son apparence habituelle, tandis qu'à la nuit tombée, il est métamorphosé par la présence de lanternes lumineuses et de motifs visuels chinois, offrant aux visiteurs une expérience d'altérité culturelle profonde. Ce processus de transformation temporaire est courant dans de nombreux festivals urbains, notamment lors des carnavals ou des marchés de Noël, où les espaces emblématiques des villes deviennent des supports d'expression culturelle collective.

La métamorphose nocturne du parc génère chez les visiteurs un sentiment d'émerveillement, renforcé par l'écart entre leur mémoire habituelle du lieu et sa réinterprétation festive. Selon plusieurs entretiens menés avec des visiteurs (notamment des bénévoles et des habitants locaux rencontrés lors des éditions 2019 et 2021), cette expérience, bien qu'éphémère, laisse des impressions durables, associant la fête à une sensation de dépaysement joyeux. À ce moment-là, lorsque les visiteurs pénètrent dans l'espace du festival, ils deviennent également une partie de cette pratique culturelle, rendant ainsi leurs actions et leurs discours tout aussi essentiels. À Gaillac en 2019, un passage gaillacois m'a dit :

> « Ce sentiment est tellement irréel ! J'ai l'impression d'être dans un pays étranger, loin du parc que je fréquente chaque jour ! Nous traversions la forêt de bambous et passions sous les lanternes en forme de panda. Afin de paraître réalistes, elles sont également dotées de dispositifs mécaniques qui leur permettent de bouger les bras et les jambes. Le chemin tout coloré nous amène à un monde féérique. Je me perds complètement, ne sachant plus où je suis. On dirait que je suis dans un autre monde. »
>
> *—Un passage gaillacois,le 2 décembre 2019, dans le parc Foucaud de Gaillac*

En 2022, alors que j'étais bénévole au festival des lanternes de Blagnac, un autre bénévole m'a confié le plaisir qu'il éprouvait à se promener dans ces nouvelles ambiances.

> « J'adore me tenir en hauteur pour admirer tout le festival des lanternes. À ce moment-là, je sens vraiment que je suis en Chine. D'ici, je peux voir le dragon et le dragon-boat sur le lac, ainsi que la tour—c'est tout simplement spectaculaire. »
>
> *— Une Conversation avec Bénévolat Claudie, le 9 décembre 2021 à Blagnac*

Cet extrait d'entretien démontre que l'effet souhaité, celui d'importer une ambiance chinoise dans le cadre du festival, permet effectivement aux visiteurs et aux bénévoles d'éprouver le sentiment d'être transportés ailleurs. Un autre couple de bénévoles le confirme :

> « Nous habitons juste à côté du parc, mais je n'ai jamais pensé qu'il pourrait devenir ainsi. Ce parc, nous y venons tous les jours, et par la fenêtre de chez moi, je peux voir tout le parc. Pendant la journée, les lumières sont éteintes et ces lanternes ne semblent rien changer. Mais la nuit, lorsque les lumières s'allument, c'est un autre monde. »
>
> *— Une conversation avec un couple de bénévoles, le 17 décembre 2021 à Blagnac*.

La transformation nocturne, comme une volonté de dévoilement progressive, rend ainsi la mise en scène d'autant plus réelle au point qu'un visiteur s'extasie de ce tour de force :

> « Je vais montrer ces photos de lanternes à mes grands-parents. Ils pourraient penser que je suis allé en Chine. Mais qui aurait pu imaginer que tout cela se trouve dans un parc à cinq kilomètres de chez moi ! »
>
> *—Un lycéen, le 18 décembre 2021 à Blagnac*

À Montauban en 2023, un visiteur m'a dit :

> « Je ne sais pas à quoi ressemblait le Cours Foucault à l'origine, mais en marchant dans cet océan de lumières, en voyant les silhouettes de personnages chinois anciens et les phénix, je comprends pourquoi ce festival des lanternes ressemble à une promenade sur le Yangtsé. Parce qu'en marchant ici, on a l'impression d'être sur un bateau, avec les paysages des deux rives qui s'offrent à nous. Je suis complètement immergé dans les éléments chinois. »
> *—Un visiteur, le 05 janvier 2023 à Montauban*

Ce témoignage met en évidence la capacité du festival à recréer une expérience d'immersion culturelle, où l'espace local est reconfiguré à travers des références visuelles étrangères. La métaphore du fleuve Yangtsé utilisée par l'interviewé traduit une appropriation imaginative de l'espace : le visiteur ne perçoit plus le parc comme un simple lieu de promenade, mais comme un tableau culturel mobile, traversé par des symboles chinois. Cette interprétation spontanée révèle l'efficacité des dispositifs visuels du festival pour transporter symboliquement les visiteurs dans un autre univers culturel, tout en soulignant la transformation temporaire de l'espace public en espace narratif. En plus des perceptions spatiales recueillies lors de mes échanges avec les visiteurs et les bénévoles, les ouvriers et la traductrice m'ont également décrit leurs expériences du festival des lanternes dans différents contextes. Comme évoqué précédemment, si les parcs constituent des lieux privilégiés pour accueillir ces festivals, d'autres espaces tels que des domaines privés ou des parcs zoologiques peuvent également être investis. Un ouvrier m'a ainsi raconté son expérience en Angleterre, à Longleat, un vaste domaine britannique où, selon lui, l'ampleur de l'espace confère au festival une dimension presque intemporelle une fois les lanternes illuminées. Il décrit comment, à la nuit tombée, le vieux manoir situé au cœur du parc semble se dissoudre dans l'obscurité, cédant la place à un paysage entièrement recomposé par la lumière des lanternes. Cette description souligne comment le contexte spatial influence fortement la réception sensorielle et symbolique du festival : l'environnement architectural historique de Longleat amplifie la sensation de déconnexion temporelle, créant une expérience d'immersion différente de celle vécue dans des espaces urbains modernes. En somme, organiser un festival des lanternes dans un zoo enrichit l'expérience sensorielle des visiteurs, mais de manière partielle. Un ouvrier ayant travaillé au festival des lanternes d'Amnéville, une commune située dans la région Grand-Est, m'a ainsi confié que le principal point de convergence entre le zoo et le festival réside dans les lanternes représentant divers animaux. Au-delà de cet aspect, la fusion entre les deux univers reste largement artificielle : la nuit, les animaux dorment, et une fois les lanternes allumées, le site devient essentiellement un décor lumineux, exploitant l'infrastructure du zoo pour créer une nouvelle expérience spatiale. En étendant la décoration de la ville avec divers symboles chinois, l'ensemble du tissu urbain se connecte symboliquement au festival. L'espace du festival superpose alors son propre ordre symbolique sur l'espace existant, produisant une relecture temporaire des lieux familiers. À l'intérieur des parcs, la structure de loisir initiale est momentanément reconstruite à travers les pratiques spatiales induites par le fes-

tival. Ces transformations génèrent un espace hybride et temporaire, où les références culturelles chinoises redéfinissent l'usage et la perception des lieux pendant toute la durée de l'événement.

2 La privation de l'espace public au quotidien

La perception de l'espace générée par le festival des lanternes varie fortement selon les individus. Du côté des visiteurs, leur manière d'appréhender et de vivre l'espace est profondément influencée par leurs goûts personnels, leurs connaissances culturelles, leur histoire individuelle et leurs expériences antérieures. Cette diversité d'approches engendre une grande variété d'expériences touristiques, rendant impossible toute généralisation unique des profils de visiteurs. En revanche, pour une partie des résidents locaux, l'arrivée du festival est perçue comme une forme de dépossession spatiale. À Gaillac, le seul grand parc du centre-ville — espace essentiel pour les loisirs quotidiens — est intégralement réquisitionné pendant plusieurs mois pour accueillir le festival des lanternes. Au cours de mes échanges avec des habitants qui n'ont jamais participé à l'événement, beaucoup ont exprimé leur refus d'y assister précisément en raison de cette occupation prolongée. Pour eux, ce parc représente un espace semi-privé, un jardin personnel où ils ont l'habitude de promener leurs chiens, de jouer avec leurs enfants ou simplement de se détendre. La privation de cet espace pendant trois hivers consécutifs a ainsi nourri un sentiment de frustration et d'aliénation, cristallisant un malaise diffus vis-à-vis des autorités locales et du projet lui-même. Comme en témoignent les images précédentes, cette reconfiguration temporaire de l'espace public est loin d'être perçue de manière univoque et révèle des tensions souterraines entre les objectifs culturels et touristiques du festival et les usages quotidiens de l'espace par les habitants.



Figure III.4 – *La privation du parc public*

> « Je n'ai pas pu entrer dans ce parc pendant six mois, alors que septembre et octobre sont mes mois préférés. En comparaison, cela ressemble davantage à un festival chinois. C'est très déconcertant pour nous. Parce que cela s'éloigne de ma vie quotidienne, je ne suis pas intéressé. C'est pourquoi je refuse de payer pour entrer dans

> un parc qui devrait être ouvert gratuitement. »
> *— Un gaillacois avec son chien, le 27 mars 2021 à Gaillac*
>
> Je pense qu'il y a eu un énorme changement dans notre petite ville depuis le début de la pandémie, et c'était vraiment génial. J'ai retrouvé ma vie tranquille d'autrefois. Regarde le parc maintenant : là-bas, des personnes âgées jouent à la pétanque, là-bas, des enfants font du vélo, et nous avons différentes expositions dans le musée, même dans le parc. Pendant les jours de confinement, je pouvais encore profiter du soleil ici. Si le festival des lanternes doit continuer, puis-je profiter du soleil ici ? Je ne sais pas.
> *—Un Gaillacois, le 27 mars 2021 à Gaillac, Parc Foucaud*

À Blagnac en 2021, les tensions autour de l'occupation du parc Littré sont également perceptibles. Ce parc couvre une superficie totale de 12 hectares, dont 8 sont réservés au festival des lanternes, la mairie ayant aménagé 4 hectares restants pour les loisirs des résidents. Bien qu'un autre parc soit situé à proximité, cela n'a pas empêché l'émergence de mécontentements. Pendant le festival, un graffiti inscrit sur la clôture du parc proclamait : « Rendez-nous notre parc » (Figure III.4), signalant une contestation ouverte de la réappropriation temporaire de l'espace public. Lors de mes échanges sur place, une personne chargée de l'entretien du parc m'a confié que l'occupation massive des places de stationnement exacerbait l'irritation des riverains, sans qu'aucun mécanisme de recours ne soit mis en place. Le ressentiment est d'autant plus fort que, selon plusieurs employés, bien que le festival ait été perçu comme un « signe de reprise » après les restrictions liées à la pandémie, il a aussi amplifié les inégalités d'accès à l'espace public. Cette ambivalence est palpable dans les observations quotidiennes : la fermeture du parking du supermarché Carrefour voisin (Figure III.4) a généré des scènes de tension, certains clients découvrant à leur sortie que leur véhicule avait été enlevé par les services municipaux, suscitant colère et incompréhension. À la fin du festival, malgré l'annonce officielle de la réouverture du parc prévue pour le 25 février 2022, de nombreux habitants se rendaient fréquemment sur place pour suivre l'avancement du démontage, témoignant à la fois d'une impatience collective et d'une inquiétude quant au devenir de leur espace quotidien. Alors que je me trouve aux abords du site avec le traducteur, observant les ouvriers en plein travail, une résidente nous interpelle. Elle nous demande pourquoi nous ne participons pas nous-mêmes au démontage, jugeant la progression des six ouvriers trop lente. Elle suggère que d'autres Chinois — notamment des artistes et des petits commerçants restés en France en raison de la pandémie — devraient être mobilisés pour renforcer l'équipe. Elle nous explique que, selon elle, les Chinois sont tous ensemble et qu'ils devraient donc se soutenir mutuellement et travailler collectivement.

Cette remarque révèle une certaine essentialisation culturelle, où les individus d'une même origine sont perçus comme un groupe homogène, solidaire par nature et sans distinction de rôles ou de statuts. Lors d'une autre scène, une dame âgée filme le processus de démontage avec son téléphone portable, dénonçant dans sa vidéo la pollution générée par les déchets laissés sur place. Ces situations révèlent à quel point l'usage et la préservation des espaces publics consti-

tuent une source majeure d'attachement et de vigilance pour les résidents locaux. Cependant, lors de l'édition suivante organisée à Montauban en septembre 2022, les organisateurs — en collaboration avec la municipalité — semblent avoir tiré des leçons des expériences passées et cherché à atténuer les tensions. Ainsi, le sentiment de privation d'espace public y est apparu beaucoup moins marqué. Pour la première phase de préparation, la mairie a mis à disposition un vaste entrepôt pour le montage des structures (Figure III.5), réduisant la perturbation de l'espace public. Le parc Cours Foucault, destiné à accueillir le festival, n'a été fermé qu'à partir du mois de novembre. Lorsque je suis arrivée à Montauban début septembre, le parc restait pleinement accessible, animé par diverses activités locales, sans aucune trace encore visible du festival à venir.

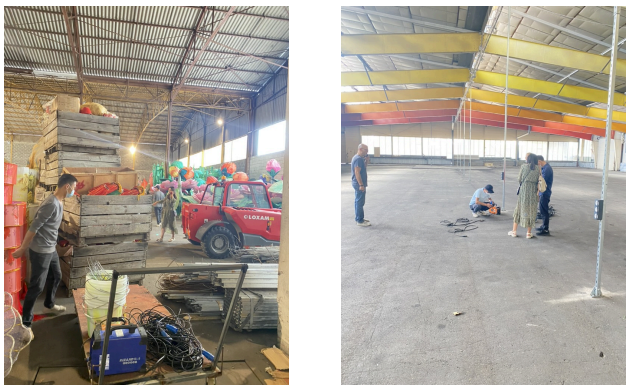

Figure III.5 – *Le 8 septembre 2022, à Montauban, le montage est dans un entrepôt.*

Ainsi, l'installation et le démontage du festival à Montauban n'ont requis qu'une vingtaine de jours chacun, ce qui signifie que l'occupation du parc s'est limitée à environ quatre mois. Cette solution plus souple a contribué à réduire la pression sur l'utilisation de l'espace public, facilitant une meilleure acceptation de la privatisation temporaire du parc par la population locale. Les trois villes étudiées — Gaillac, Blagnac et Montauban — illustrent des approches contrastées dans la gestion des espaces publics en contexte festif. À Gaillac, la municipalité a organisé le festival sans véritable prise en compte des usages quotidiens du parc par les habitants, générant un fort sentiment de dépossession. À Blagnac, bien que la mairie ait réservé une partie de l'espace aux résidents, le sentiment de privation persiste, révélant les limites de la compensation spatiale. Montauban, en revanche, semble avoir mieux intégré les attentes locales en limitant la durée de l'occupation et en différant le début des travaux, ce qui a permis de maintenir un usage quotidien de l'espace jusqu'à une date tardive. Il est également notable que les trois éditions du festival à Gaillac se sont déroulées avant la pandémie de COVID-19, une période durant laquelle les enjeux de cohabitation dans les espaces publics étaient perçus différemment. La pandémie a renforcé, dans de nombreuses sociétés, l'importance symbolique et pratique des espaces de proximité dans la vie quotidienne, rendant plus sensibles les tensions autour de leur privatisation temporaire. Lors de l'organisation du festival des lanternes à Blagnac, le pic de la pandémie de COVID-19 était atteint, et le parc représentait pour les habitants un rare espace extérieur de respiration. Éprouvés par les vagues successives de confinement, les résidents ma-

nifestaient une sensibilité accrue aux questions d'accès à l'espace public. En revanche, lorsque le festival s'est installé à Montauban, la pandémie avait reculé et les préoccupations locales portaient davantage sur la reprise économique. Interrogés sur leur faible fréquentation du festival, les habitants évoquent principalement deux raisons : d'une part, le tarif d'entrée jugé excessif — malgré une réduction locale de 3 euros, le coût restait à 16 euros par personne ; d'autre part, les intempéries répétées qui avaient rendu le parc difficilement praticable. Le parc s'inscrit normalement dans l'espace de vie quotidien, contribuant à l'ancrage identitaire des habitants. Comme le souligne Berdoulay (Berdoulay 1997), les rapports entre identité, altérité et territorialité multiple structurent la construction symbolique des lieux par leurs usagers. Or, avec le festival des lanternes, ce lieu familier subit une transformation profonde : il cesse d'être un espace de pratiques quotidiennes pour devenir un espace thématisé et temporairement dédié à une culture exogène. Cette reconfiguration correspond au concept d'hétérotopie formulé par Michel Foucault : un espace réel, distinct, qui juxtapose en un seul lieu plusieurs emplacements incompatibles (Foucault 2004). Le festival agit ainsi comme une hétérotopie festive, où coexistent un parc municipal ordinaire et un espace événementiel chinois spectaculaire. Cette superposition génère un décalage perceptif pour les habitants, altérant leur rapport identitaire au lieu. De plus, dans cette configuration, les pouvoirs publics locaux — en orchestrant cette transformation pour des raisons économiques et touristiques — apparaissent comme les « détenteurs du pouvoir » sur la redéfinition des usages de l'espace public. Cette redéfinition, opérée sans concertation directe avec les usagers quotidiens du parc, peut susciter un sentiment d'expropriation symbolique, nourrissant un malaise latent autour de l'appropriation de l'espace commun.

3 Bulles flottantes : expériences collectives et anthropologie des sens

[2]

Lorsque je suis arrivée pour la première fois au camping où vivaient des ouvriers chinois à Gaillac, une impression étrange m'a traversée, semblable à celle que j'ai ressentie en voyant pour la première fois des lampions et des lanternes coexister dans le même espace.

Après avoir vécu en France pendant cinq ans, j'ai souvent profité de mes vacances pour faire du camping avec des amis. De cette expérience, un camping illustre, selon moi, une ambiance typiquement française puisqu'il n'existe pas de dispositifs touristiques similaires en Chine. Cependant, en me tenant devant la porte du camping de Gaillac, j'ai soudainement été envahie par une forte odeur de riz cuit à la vapeur. Que ce soit lors du démontage des lanternes à Blagnac, lorsque les ouvriers rentraient à l'hôtel à Gaillac, ou même lors de l'installation des lanternes dans l'entrepôt de Montauban (où ils travaillent et vivent), cette odeur m'a accompagnée.

En tant que Chinoise qui consomme fréquemment du riz, cette odeur est celle de la maison.

2. Sur l'anthropologie des sens, voir notamment Classen 1997 et Gélard 2016.

Pourtant, étant dans un pays étranger, ma vue et mon odorat ne parviennent pas à transmettre la même information à mon cerveau. Ma vue me dit que c'est un camping que je n'ai vu qu'en arrivant en France, tandis que mon odorat et mon goût me disent que je suis rentré chez moi. Cette dissonance me procure une sensation que je ne m'explique pas. Plus tard, en éprouvant le terrain, je comprends que lorsque les ouvriers chinois organisent des festivals des lanternes dans différentes villes, ils forment un système spatial unique.

Leur attention est concentrée sur deux espaces indépendants : le parc et la résidence. Pendant la journée, ils installent des lanternes dans le parc, un espace qui n'est pas ouvert au public, où les lanternes sont isolées du monde extérieur. Après le travail, les autorités municipales organisent un bus pour les ramener au camping. Bien qu'il y ait d'autres résidents dans le camping, les ouvriers se sentent spirituellement et culturellement isolés du monde extérieur.

Les zones de vie et de travail à Gaillac, Blagnac et Montauban sont ainsi disposées différemment, mais elles partagent une caractéristique commune : un espace interculturel qui est isolé de la culture locale. Je les désigne de manière figurative comme des « bulles flottantes ». L'appellation « bulles » souligne leur caractère temporaire.

Pour les ouvriers chinois, leur espace de travail renouvelle leur mémoire collective et exhibe des symboles de la culture chinoise à travers les lanternes. Leur espace de vie et de repos reflète également leur mémoire collective. La nourriture est, selon eux, le meilleur moyen d'exprimer ce sentiment d'appartenance collective. Leurs habitudes alimentaires et leur mode de vie, respectant pleinement les traditions chinoises, peu importe où ils fabriquent des lanternes, restent inchangés. Leur cuisine est mobile : à Gaillac, lorsqu'ils installent les lanternes, la cuisine est située dans un coin du parc, et au début du festival, elle est déplacée au camping. À Blagnac et Montauban, la cuisine est plus proche des lieux de résidence, donc elle ne peut pas être déplacée avant le démontage. Un chef spécialisé est responsable de la préparation des trois repas pour les ouvriers. Tout le matériel de cuisine a été importé de Chine. À Gaillac et Blagnac, ils achètent des fournitures dans une épicerie chinoise appelée *BaLi Shiduo* 巴黎士多 [Paristore] à Toulouse. En revanche, à Montauban, il y a trois supermarchés chinois au centre-ville, ce qui facilite l'achat d'ingrédients. Pour des ingrédients spéciaux comme les pieds de porc et les lapins, ils commandent chez un boucher français, achetant chaque fois quarante ou cinquante pieds de porc et sept ou huit lapins entiers. Les horaires des repas sont également fixes : petit déjeuner à 7h du matin, déjeuner à 11h30, dîner entre 16h30 et 17h, puis un plat de reste après être rentrés dans leur logement le soir. Le petit déjeuner est généralement composé de porridge, d'œufs durs, de pain ou de crêpes chinoises. Le déjeuner et le dîner consistent généralement en du riz accompagné d'un plat de viande et d'un plat de légumes. Les plats de viande sont souvent épicés, tandis que les légumes sont principalement des légumes cuits à l'eau, assaisonnés de sauce soja et de piments.

Les plats locaux de Zigong sont célèbres en Chine pour leur goût unique et leur histoire ancienne. Ces plats sont connus sous le nom de *Yan Bang Cai* 盐帮菜, inventés par les marchands de sel et transmis jusqu'à nos jours. L'un des plats les plus emblématiques est le *Leng*



Figure III.6 – *Un repas pour un groupe chinois de 6 à 10 personnes*

Chi Tu 冷吃兔 [lapin froid]. Cette spécialité consiste à découper la viande de lapin en morceaux de moins d'un centimètre, puis à la faire sauter avec beaucoup de piments, du gingembre, de l'ail et du poivre de Sichuan. Une méthode de cuisson similaire est souvent utilisée pour le poulet. Normalement, plus les morceaux de viande sont petits, plus la saveur est intense. J'ai eu la chance de goûter à cette spécialité, et le chef m'a expliqué que c'est le goût de la famille que les habitants de Zigong chérissent, où qu'ils soient. De plus, les travailleurs du festival des lanternes ont besoin de cette matérialité des sens et de cette expérience olfactive pour créer un espace leur appartenant durant leur mission. Par ailleurs, les festivals de lanternes ont généralement lieu en hiver, coïncidant avec le Nouvel An chinois qui est considéré en Chine comme une l'occasion de réunions familiales. Mais puisque de nombreux travailleurs passent toute l'année à l'étranger et ne peuvent pas être avec leur famille pour fêter le Nouvel An, cuisiner et manger chinois leur permet d'éprouver cette expérience sensorielle partagée outre-territoire. Ainsi, mon terrain ethnographique s'entoure de sensorialité car j'observe sa prégnance dans les pratiques des ouvriers. La veille du Nouvel An, ils lavent tous leurs vêtements sales, prennent une douche et nettoient la maison. Lors du troisième festival des lanternes à Gaillac, un ouvrier qui était coiffeur à l'origine, a rasé la tête de tous ses collègues, suivant la croyance partagée qu'il est de mauvais augure de se faire couper les cheveux avant le 2e jour du deuxième mois lunaire. Tous ces gestes représentent un minimum du sens du rituel qu'ils peuvent maintenir.

Après un déjeuner un peu plus copieux pour le Réveillon, ils doivent continuer à travailler pour le festival des lanternes le soir. L'entreprise alloue spécialement des fonds pour permettre aux travailleurs de profiter de repas plus copieux ce jour-là. Les chefs préparent des plats supplémentaires, soit 5 à 6 plats (Figure III.7). Contrairement aux travailleurs, les acteurs et les commerçants ne participent pas à tous les festivals des lanternes à l'étranger ; donc, leur expérience du Nouvel An est encore plus significative, surtout pour ceux originaires du nord de la Chine, pour qui le Nouvel An signifie consommer des raviolis. Ainsi, si les acteurs et les

commerçants viennent du nord de la Chine, ils organisent une séance de fabrication de raviolis pour tout le monde. Ils mélangent de la viande hachée, des légumes et des épices ensemble, les enveloppent dans de la pâte pour former des raviolis en forme de lingots d'or, symbolisant une nouvelle année prospère.

Cependant, s'il n'y a pas de gens du nord dans l'équipe, personne ne fera de raviolis. Par exemple, lors du festival de lanternes de Blagnac en 2022, le jour du Nouvel An chinois, le chef a ajouté deux plats de viande, et la traductrice a acheté du vin rouge et des bonbons, suivant ainsi la tradition festive des travailleurs (Figure III.8).



Figure III.7 – *Le Nouvel An chinois 2020 à Gaillac*



Figure III.8 – *Le Nouvel An chinois 2022 à Blagnac*

En dehors du Nouvel An, les ouvriers cherchent également à recréer les saveurs typiquement chinoises en fonction de leurs propres habitudes alimentaires. Une fois, ils m'ont invité à déguster des *Pao Cai* 泡菜 du Sichuan, qui sont normalement préparés en faisant mariner des carottes, du chou chinois, des haricots verts et d'autres légumes dans de l'eau salée épicée pendant trois jours avant de les déguster. Ils sont servis avec une généreuse portion d'huile de piment, selon la tradition culinaire du Sichuan. Une autre fois, une commerciale a trouvé beaucoup d'oignons sauvages dans l'herbe d'un parc et les a utilisés pour préparer une salade. Elle nous explique qu'en Chine, elle a l'habitude de chercher des légumes sauvages dans la nature. Un jour, le chef m'a raconté qu'en Chine, à cette époque de l'année, il commençait déjà à préparer des saucisses.

> « Dans les villages de Sichuan, on tue le cochon le matin, puis on prépare un repas avec la viande la plus fraîche. On l'appelle *Sha zhu cai* 杀猪菜 [le plat du cochon abattu] [3] Une partie de la viande est conservée pour être mangée pendant le Nouvel An, et l'autre est transformée en saucisses. Les saucisses faites à partir du cochon abattu à ce moment-là sont les meilleures. Malheureusement, à cause du travail à

3. . Le *Sha zhu cai* 杀猪菜, littéralement le plat du cochon abattu, est un mets traditionnel de la campagne de la Chine, composé de chou fermenté, de sang coagulé, d'abats et de viande de porc bouillis ensemble. Il est généralement consommé en hiver après l'abattage du cochon à la campagne.

l'étranger, nous n'en avons pas mangé depuis des années. »

—Rong, le 20 Janvier 2022 à Blagnac

En dehors du maintien de leurs habitudes alimentaires, leur mode de vie n'a pas changé non plus. Fumer est quelque chose de tout à fait ordinaire, mais en l'absence de directives claires sur les endroits et les façons de fumer, ils choisissent librement. Après la fin du festival des lanternes de Gaillac, lorsque j'ai interviewé l'employée du camping, elle m'a dit qu'au cours de la première année du festival, elle avait seulement spécifié l'interdiction de fumer à l'intérieur. Les travailleurs ne respectant pas cette consigne continuaient à fumer à l'intérieur, appuyés contre les fenêtres, et jetaient leurs mégots par les fenêtres, ce qui présentait non seulement un risque pour la sécurité, mais augmentait également sa charge de travail. Elle a également remarqué que les ouvriers ne faisaient pas beaucoup attention à l'hygiène ; après leur départ, les salles de bains étaient très sales et il fallait beaucoup de temps pour les nettoyer. De plus, les ouvriers parlaient souvent à voix haute, ce qui troublait le calme du camping pourtant situé en pleine nature. L'année suivante, la gestionnaire a rédigé un règlement de résidence traduit en chinois par les interprètes, affiché à l'entrée de chaque chalet, afin de mieux encadrer les comportements et d'améliorer la cohabitation. À la fin du festival des lanternes de Blagnac, lors de la réunion de départ, le maire a rappelé aux ouvriers que le respect des espaces communs était essentiel : il était interdit de fumer à l'intérieur de l'hôtel, seules les zones proches des poubelles étaient autorisées ; de même, un comportement discret était exigé pour ne pas déranger les autres clients. À ce sujet, un ouvrier m'a confié qu'il s'était senti mal à l'aise, comparant ce rappel à une réprimande d'enseignant envers ses élèves. Selon lui, cette manière de s'adresser aux ouvriers laissait entendre une hiérarchisation implicite, difficile à accepter. Leur traductrice m'explique :

> « Ah, pour nous, nous sommes aussi impuissants. Tant que nous avons clairement défini les endroits et les conditions de fumer pour les ouvriers, ils respectent les règles. Mais en ce qui concerne le bruit des conversations, le ton du dialecte du Sichuan semble être disputé non seulement par les Français mais aussi par les autres Chinois. C'est précisément la particularité de ce dialecte. Tu sais, le Sichuan est une région montagneuse, autrefois, les gens se tenaient sur une montagne et criaient vers une autre montagne pour communiquer ; seule une voix forte peut transmettre l'information, n'est-ce pas ? Ce dialecte ne peut pas être murmuré. Cela rend les choses particulièrement difficiles pour les travailleurs. »
>
> *— L'entretien avec Dongni, le 25 février 2022 à Blagnac*

L'observation de ces différentes scènes, à la fois culinaires, d'usage des lieux et de pratiques sociales, démontre ainsi que l'espace de vie et de travail des ouvriers ressemble à une grande bulle, déplacée de la Chine vers la France. Dans cette bulle, ils peuvent voir les gens à l'extérieur, et les gens à l'extérieur peuvent aussi les voir. Cependant, les interactions et les échanges restent limités. Entrer en contact avec les ouvriers suppose de franchir cette bulle sociale, un geste qui peut nécessiter du courage en raison des barrières linguistiques, des différences culturelles et d'une certaine asymétrie perçue dans les positions sociales. Bien que je sois

chinoise et que je ne souffre d'aucune barrière linguistique avec les ouvriers, j'éprouve souvent une impression d'isolement et d'incompréhension dans de nombreuses situations. La première fois, c'est lorsque je rencontre le responsable des ouvriers dans un supermarché pendant qu'il aide un ancien ouvrier à choisir des lunettes de vue tout en passant un appel pour connaître la puissance exacte dont l'ouvrier a besoin. Cependant, les lunettes nécessaires ne sont pas disponibles sur les étagères. Je me tiens à côté de lui et je propose plusieurs fois en chinois d'aller demander de l'aide aux employés. Il me jette un regard rapide, mais ne répond pas, comme si j'étais transparente, comme s'il ne me voyait pas. Par la suite, il continue son appel pour dire à l'ancien ouvrier qu'il n'a pas trouvé les bonnes lunettes. Puis, il s'en va sans dire un mot. Bien que je réussisse finalement à l'interviewer plus tard, il me dit qu'il est un peu surpris d'entendre une voix chinoise et qu'il est pressé à ce moment-là, ce qui l'empêche de discuter avec moi. Lors d'une autre situation quelque peu loufoque, j'observe les ouvriers travailler dans l'entrepôt. Aucun traducteur n'est présent cette fois-ci. Un employé français me demande de l'aide pour traduire quelques phrases. Il souhaite dire aux ouvriers que la tension électrique dans l'entrepôt est trop basse (220V), car des cuiseurs à vapeur (de riz) qui fonctionnent sous 380V ne peuvent pas être utilisés. Quand les ouvriers écoutent ma traduction en chinois, l'un d'eux propose en dialecte du Sichuan de débrancher la prise utilisée pour les lanternes et d'y brancher à la place le cuiseur à vapeur. Il s'y attèle immédiatement et la débranche. L'employé français me regarde, attendant mon explication. Sur le point de traduire, l'ouvrier coupe sans attendre un fil du cuiseur à vapeur. Quand je lui demande quel fil il a coupé, il répond que c'est le fil de phase. Il m'explique qu'un seul fil de phase suffit, car le 380V est du courant triphasé, avec deux fils de phase, et l'autre n'est pas utilisé. Il me dit de ne pas traduire cela pour l'employé français, car il ne le comprendrait pas de toute façon. Je tourne donc simplement le dos à l'employé français et lui dis :

> « Il dit qu'il va s'en occuper, donc le cuiseur à vapeur devrait fonctionner d'ici peu pour cuire le riz. »

Cette scène révèle la position ambivalente que j'occupais entre les ouvriers chinois et les organisateurs français. Sollicitée comme traductrice, j'aurais dû théoriquement relayer fidèlement les propos techniques. Cependant, face à l'insistance de l'ouvrier et à son refus explicite de transmettre l'information exacte, j'ai choisi de ne pas tout traduire. Ce geste, qui pourrait être interprété comme une complicité tacite, traduit en réalité mon intégration progressive dans la « bulle » culturelle des ouvriers. En acceptant leur manière de faire, en omettant certains détails, je me suis alignée sur leur logique pratique et leur mode de communication. Mais cette décision m'a aussi éloignée du référentiel français de transparence et de conformité aux règles. Cette situation a généré chez moi un sentiment d'isolement : n'étant plus strictement traductrice ni pleinement ouvrière, je me retrouvais dans un entre-deux inconfortable, porteuse d'une parole partielle, engagée sans être complètement intégrée. Cela illustre la tension vécue par les acteurs situés à la frontière de deux systèmes culturels, où chaque interaction exige un positionnement délicat entre loyautés croisées.

Pendant la période d'installation du festival des lanternes — surnommée par les ouvriers « heure de pointe » en raison de l'intensité extrême de leur travail — leur quotidien se limite strictement aux trajets entre le parc et leur résidence, sans activités de loisirs extérieures. Après la fin de l'installation, ils bénéficient d'un ou deux jours de répit avant leur retour en Chine. C'est alors que l'achat de souvenirs, notamment du vin rouge, devient un rituel collectif. À leur demande, je les accompagne pour choisir des bouteilles abordables dans un supermarché. Un jour, quelques ouvrières m'informent qu'un magasin spécialisé en vin se trouve sur la route reliant leur résidence au parc, et me demandent de les accompagner pour faciliter la communication et prendre quelques photos. Craignant d'enfreindre des règles implicites dans le magasin, elles préfèrent se faire discrètes. Cependant, arrivées sur place et trouvant le magasin fermé, elles décident collectivement et instantanément de rebrousser chemin. Lorsque je propose d'explorer d'autres magasins à proximité, elles déclinent sans hésitation. Ce comportement révèle la forte cohésion du groupe : bien que l'achat de vin soit une démarche individuelle, elles préfèrent agir de manière unifiée. Leur synchronisation spontanée illustre ce que Victor Turner a désigné comme communitas : une solidarité intense et égalitaire née d'une expérience partagée. Ce jour-là, j'ai eu l'impression qu'elles évoluaient à l'intérieur d'une bulle translucide — un espace social semi-visible et fragile, qui protège les membres du groupe tout en créant une frontière douce avec l'extérieur. Cette bulle, légère mais cohésive, symbolise leur manière de recréer, dans un environnement étranger, un microcosme social fidèle aux normes et aux réflexes collectifs de leur terre natale. Dans cette bulle, tout est implicite : l'accord sur la décision, la solidarité dans l'action, et la méfiance instinctive envers l'inconnu. Traverser cette bulle, pour un regard extérieur, nécessiterait non seulement une communication linguistique mais aussi une capacité à comprendre leur logique interne — une logique façonnée par l'expérience migratoire et la mémoire collective. Les situations décrites décrivent les interactions et les contextes dans lesquels émergent cet effet de « bulle ». Cette formule métaphorique renvoie à ce que j'ai observé à la fois comme un « entre-soi » et un désir de récréer un « chez soi » à l'étranger. Le déplacement qu'implique la migration de travail, même temporaire, conduit à un resserrement des réseaux sociaux et nationaux sur la base d'affinité élective (Weber, 1964). Langue, cuisine, shopping, gestion du collectif, plusieurs exemples dessinent les pratiques collectives des ouvriers chinois à l'étranger.

4 Espaces superposés, frontières visibles

Dans ce chapitre, j'ai décrit la relation entre les lanternes et l'espace. J'ai exploré en profondeur les croisements et les influences entre différentes cultures et espaces, ainsi que leur superposition dans la vie quotidienne des ouvriers chinois pendant le festival des lanternes en France. Il ne s'agit pas seulement d'une superposition d'espaces physiques, mais aussi d'une fusion de cultures, de coutumes et de modes de vie. En installant et fabriquant des lanternes dans les parcs français, les travailleurs chinois créent un espace culturel condensé qui illustre

de manière vivante la coexistence de deux univers : d'un côté, l'espace public local français, et de l'autre, le paysage des lanternes érigé par ces ouvriers. Ces espaces appartiennent aux habitants locaux, et le festival des lanternes n'est qu'une présence temporaire ; lorsque les lanternes s'illuminent, ces lieux sont investis par une autre culture, les rendant ainsi fascinants. La transformation des parcs en espaces remplis d'éléments culturels chinois représente un succès pour les organisateurs, devenant des lieux clés pour la diffusion de l'image de la Chine en France. Cependant, la tenue du festival des lanternes engendre aussi des désagréments pour les habitants locaux, en particulier pour ceux qui ont l'habitude de se détendre ou de se divertir dans ces espaces. L'occupation prolongée des parcs est ressentie comme une dépossession de leur cadre de vie quotidien. Différentes villes ont tenté d'adopter des stratégies pour atténuer ce problème, mais le conflit reste manifeste, notamment à Gaillac et à Blagnac, où le mécontentement des résidents est particulièrement perceptible. Pendant leur séjour en France, les ouvriers chinois conservent leurs habitudes de vie et leur culture culinaire, telles que la cuisine traditionnelle du Sichuan ou les repas de fêtes. Ces pratiques, constitutives de leur mémoire collective, participent aussi indirectement à l'image de la Chine. Même si ces modes de vie ne sont pas directement mis en avant, ils sont perçus à travers des échanges ponctuels avec les habitants locaux. Toutefois, les ouvriers restent relativement isolés sur le plan culturel. Cet isolement, reflet des différences culturelles, limite non seulement les interactions mais influence également la réception locale de l'image de la Chine. Faute d'échanges approfondis, l'expérience du festival peut se réduire pour les visiteurs à une simple consommation visuelle et sensorielle, sans nécessairement déboucher sur une compréhension culturelle plus fine. Les interactions entre ouvriers et habitants restent ainsi souvent entravées par la barrière linguistique et les écarts culturels, restreignant la portée du message culturel porté par le festival des lanternes.

Chapitre IV Des pratiques micro-sociales entre don et échange pendant le festival entre français et chinois

En tant que forme de présentation culturelle, le festival des lanternes de Zigong n'est pas seulement une scène de collision entre les cultures chinoise et française, il est aussi un espace de dialogue pour les individus au sujet des symboles culturels, des structures sociales et des pratiques quotidiennes. Les travailleurs chinois, les acteurs et les petits commerçants présents dans le festival ne sont pas simplement des outils de diffusion culturelle. Leur interaction avec un environnement social inconnu et nouveau pour eux donne lieu à la création de liens avec les locaux et à la construction de ponts à travers leurs pratiques sociales. Enfin, leur communication est non seulement un processus de transaction commerciale, mais aussi une manifestation de la circulation des symboles culturels et des pratiques incarnées.

Dans ce chapitre, je vais à présent me concentrer sur les interactions entre les Chinois et les locaux pendant le festival des lanternes, en montrant comment, dans le processus de communication interculturelle, les individus, à travers des stratégies sociales telles que « offrir des cadeaux » ou « se faire des amis », brisent le modèle de diffusion culturelle et participent de manière pluraliste et flexible aux échanges culturels dans un contexte de mondialisation. En observant ces interactions, ce chapitre analyse comment les individus, malgré les contraintes structurelles, dialoguent avec les structures sociales environnantes à travers la circulation transnationale des symboles culturels et des pratiques incarnées. Dans cet espace unique où les affaires et la culture se croisent, le comportement des petits commerçants chinois nous offre un exemple vivant qui révèle comment les individus construisent la société grâce à leur agentivité dans un contexte globalisé. À travers ces petits commerçants, nous voyons aussi comment les dynamiques de représentation culturelle se construisent au quotidien, non pas par l'entremise des institutions officielles, mais à travers des interactions concrètes, des dons échangés et des stratégies relationnelles. Ce sont ces pratiques ordinaires qui, peu à peu, redéfinissent l'image du pays et influencent en douceur la perception des publics locaux. À travers une série d'interactions, je vais explorer comment les individus, sous l'effet combiné des contraintes structurelles et des vagues de mondialisation, réalisent une identification de soi à travers la circulation des symboles culturels et des pratiques incarnées, tout en façonnant la compréhension et la perception

de la culture chinoise chez les autres. Ce n'est pas seulement une tentative de diffusion culturelle, mais un entrelacement complexe entre l'agentivité des individus et les forces structurelles dans l'identité culturelle et les interactions sociales. Bien que dans le chapitre précédent, il ait été mentionné que ces Chinois présents dans le festival des lanternes semblent vivre dans une bulle transparente, où la barrière de la langue et de la culture devenait une frontière avec les locaux français, il est indéniable qu'il existe néanmoins une certaine interaction entre eux et les locaux. Dans le contexte spécifique de ce festival, ces interactions varient selon les groupes concernés — travailleurs, acteurs et commerçants — chacun mobilisant des formes d'engagement et de communication interculturelle distinctes.

1 Les modes d'interaction interculturelle entre les acteurs et les ouvriers

Dans la réalité, l'interaction des ouvriers avec les locaux est généralement passive. Ils acceptent silencieusement les limitations imposées par la barrière de la langue et ne cherchent pas souvent à établir des liens de manière proactive. Par rapport aux acteurs de spectacle et aux commerçants, leurs interactions sociales adoptent un modèle relativement fermé et temporaire. Cette interaction n'est pas seulement due aux différences linguistiques, mais aussi à leur manque d'engagement à consacrer du temps et de l'énergie pour élargir leur réseau social. Leur manière d'accepter et de répondre aux cadeaux est également différente de celle des autres groupes : après avoir reçu un cadeau d'un local, les ouvriers le remettent souvent rapidement dans leurs chambres et le rangent dans leur valise en tant que souvenir, plutôt que de l'utiliser ou de le conserver à long terme.

Le 23 décembre 2019, j'observe une scène révélatrice des modes d'interaction entre les ouvriers chinois et les habitants. Ce jour-là, des bénévoles gaillacois viennent offrir des chocolats aux ouvriers présents sur le site, en guise de salutations pour les fêtes. Les ouvriers acceptent les cadeaux avec un sourire, un hochement de tête, et un « merci » prononcé en français. En retour, ils tendent immédiatement une cigarette à chacun des visiteurs — un geste de réciprocité sobre, qui marque aussi la fin implicite de l'interaction. Les chocolats ne sont pas ouverts ni partagés sur place. Sans commentaire, les ouvriers les glissent intacts dans leur poche, avec l'intention de les conserver comme souvenir. Pour eux, ces cadeaux ne représentent pas une ouverture relationnelle, mais une forme de politesse symbolique, dénuée de volonté de prolonger l'échange. Ce comportement reflète la spécificité des interactions interculturelles entre les ouvriers et les locaux. Comparées aux interactions continues des commerçants et aux échanges rapides des acteurs, les interactions des ouvriers relèvent d'une logique transactionnelle : ils acceptent les cadeaux, les rendent poliment, puis l'interaction se termine rapidement. Ce type d'échange empêche les ouvriers de s'impliquer dans des cercles sociaux complexes et les conduit à considérer ces gestes comme des actes rituels, évitant ainsi la création de réseaux relationnels

durables dans un pays étranger. Ce comportement manifeste la spécificité d'un régime d'interaction interculturelle structuré par une logique transactionnelle et minimale. Tandis que les commerçants s'inscrivent dans des dynamiques relationnelles continues, et que les acteurs privilégient des échanges expressifs et ponctuels, les ouvriers mobilisent une forme d'échange ritualisé, marquée par la brièveté, la réciprocité immédiate et la clôture rapide de la relation. Dans cette configuration, le don n'ouvre pas à une chaîne relationnelle, mais agit comme un acte performatif à fonction sociale réduite, visant à remplir une norme interactionnelle sans engagement dans le temps(Mauss 2021). Cette stratégie d'évitement relationnel, que Goffman qualifierait de « rituel de désengagement »(Goffman 1974), protège les ouvriers de l'investissement affectif et social dans un contexte perçu comme temporaire et étranger. Le don devient ainsi un dispositif liminaire, à la frontière entre reconnaissance sociale et mise à distance pragmatique, révélant une forme de participation symbolique sans inscription dans un tissu social élargi(V. W. Turner 2017). Ce type d'interaction, où le registre de la générosité se teinte d'ambiguïtés, ne constitue pas une exception. Ce type d'interaction, où le registre de la générosité se teinte d'ambiguïtés, ne constitue pas une exception. Quand je lui demande s'il envisage un geste en retour, il sourit et répond simplement :

> « Rien, je ne pourrais même pas le reconnaître s'il se tenait devant moi. Il y a quatre ou cinq personnes qui lui ressemblent beaucoup. »
>
> — *Un entretien avec ouvrier Liu, décembre 2019 à Gaillac*

Il ajoute ensuite avoir revendu le parfum à un ami en Chine pour 400 RMB (environ 50 euros).

Cette scène révèle une économie morale du don marquée par l'asymétrie, la fluidité des identités relationnelles, et une logique de réappropriation matérielle. Le parfum circule ainsi d'un univers d'interaction franco-chinois vers un autre espace social, celui du marché parallèle en Chine, en changeant de valeur d'usage et de signification symbolique. Le flou sur l'identité du donateur (il y a quatre ou cinq personnes qui lui ressemblent.) suggère une dilution de la relation : le don ne crée pas de mémoire ni d'engagement, mais glisse vers l'oubli et la transaction. La relation, éphémère et anonyme, n'ouvre aucune continuité sociale, même si l'objet offert possède une forte valeur symbolique dans la culture locale.

À l'occasion du Nouvel An chinois 2022, je tente un geste de réciprocité symbolique. J'achète six bouteilles de vin rouge, que je souhaite offrir à trois groupes – les ouvriers, les acteurs et les commerçants – à raison de deux bouteilles pour chacun, dans l'idée de marquer cette célébration collective.

Au pied de l'immeuble, je croise un ouvrier à qui je demande de l'aide pour transporter les bouteilles, en précisant qu'il s'agit d'un cadeau collectif pour le Nouvel An. Il me remercie, prend les bouteilles et les monte directement dans sa propre chambre.

Le lendemain, en discutant avec les acteurs et les commerçants, je constate qu'aucun d'eux n'a reçu le vin que je pensais leur avoir offert. Après quelques vérifications, il apparaît que l'ouvrier à qui j'avais confié les bouteilles les a toutes entreposées dans sa chambre, sans les redistribuer.

En réaction, Ran, l'un des acteurs, ironise :

> « Ces ouvriers sont des cons, tu leur donnes quelque chose, ils ne le partagent jamais avec les autres, ils le cachent pour le ramener en Chine. »

Cet épisode met en lumière des dynamiques de malentendus autour des dons, mais aussi des tensions sociales latentes entre les différents groupes. L'appropriation individuelle du cadeau est perçue comme une trahison du geste collectif et comme une transgression des normes de partage.

Dans le régime de valeurs implicite des acteurs ou commerçants, le don est censé activer un circuit d'échange social, fondé sur la circulation et la réciprocité. À l'inverse, l'ouvrier mobilise ici une logique d'appropriation immédiate et silencieuse, dans laquelle l'objet devient un capital personnel à préserver, non un vecteur de lien.

Cette divergence d'interprétation souligne l'existence de régimes moraux différenciés du don (Mauss 2021Boltanski et Thévenot 2006a), et témoigne des fractures relationnelles entre groupes, même lorsqu'ils partagent un même espace de vie temporaire.

À la suite de la clôture du festival des lanternes de Blagnac en 2021, plusieurs ouvriers se sont retrouvés coincés en France, leur retour étant retardé. Grâce à l'intervention de Patrice Gausserand, ils ont été relogés provisoirement dans un hôtel en banlieue de Gaillac. Durant cette période de latence marquée par l'inactivité et les restrictions sanitaires dues au Covid-19, le maire a organisé un barbecue à son domicile, invitant les ouvriers à y participer. Quelques jours auparavant, il leur avait demandé de l'aide pour des travaux électriques dans sa maison, notamment la réparation de câbles.

Quand je demande sur les raisons de leur participation à une tâche domestique chez le maire, un ouvrier m'explique :

> « On s'ennuie à l'hôtel. Avec les mesures de Covid-19, on ne peut rien faire. Et puis, cela fait quatre ans qu'on travaille avec le maire pour le festival des lanternes, on l'aide un peu, ce n'est pas grave. »

Son discours révèle une attitude de tolérance résignée face à une situation d'attente contrainte, où l'ennui et l'inaction pèsent plus que le déséquilibre du service rendu. Les ouvriers n'attendent pas de contrepartie explicite, mais perçoivent l'invitation à un barbecue comme une forme implicite de remerciement, ce qui évoque le modèle du don différé et asymétrique analysé par Mauss (Mauss 2021).

Lors d'un autre échange, Zhang, un des ouvriers, me confie :

> « On l'aide à réparer ses électriques, il nous invite à un barbecue, c'est normal. On lui fait économiser beaucoup d'argent. »

Ce commentaire traduit un réalisme pragmatique : malgré le déséquilibre entre le service technique fourni et la contrepartie symbolique reçue, les ouvriers n'expriment aucun ressentiment. Cette absence de revendication explicite souligne leur position subalterne et reflète une économie morale du don caractérisée par une asymétrie normalisée.

Cette scène révèle une zone d'indistinction entre le registre du don et celui de la gestion du travail. Le barbecue, en apparence convivial, fonctionne comme un dispositif symbolique permettant au maire de rééquilibrer — du moins en surface — la relation, tout en masquant une dynamique d'exploitation douce. Le repas tient lieu de contrepartie pour un service technique substantiel (réparation de câbles), mais dans un langage socialement acceptable : celui de l'hospitalité et de la reconnaissance.

Cette ambivalence entre geste amical et service rendu neutralise la possibilité d'un rapport de force explicite. Le travail ne se nomme pas comme tel, et la compensation ne se négocie jamais. En ce sens, le maire mobilise une forme de *don inversé* qui dissimule une logique d'obligation unilatérale derrière un acte de convivialité symbolique — une stratégie que Mauss identifie déjà dans les sociétés où le don implique toujours une dette, même quand celle-ci ne se dit pas(Mauss 2021).

La relation asymétrique s'inscrit ici dans une économie morale du non-dit, où l'absence de contrepartie monétaire explicite est compensée par une forme de reconnaissance symbolique, réduite mais socialement légitime. Comme l'analyse Graeber, certaines dettes sont entretenues dans la durée précisément parce qu'elles ne sont jamais officiellement reconnues ni clôturées (Graeber 2011).

Par ce biais, le maire consolide son réseau de relations avec les ouvriers et exerce une forme de pouvoir relationnel sans passer par une reconnaissance formelle de leur contribution. Le cadeau offert – ici un barbecue – fonctionne comme un instrument de gouvernance informelle, qui permet de mobiliser la main-d'œuvre disponible tout en maintenant une image de bienveillance. Ce mécanisme de réciprocité asymétrique camoufle une logique d'exploitation douce, où le service rendu – la réparation de câbles électriques – se traduit en une contrepartie conviviale mais économiquement disproportionnée. Le travail n'est jamais nommé comme tel, la compensation n'est jamais négociée. Cela rejoint ce que David Graeber appelle une *zone grise entre le don et la dette*. (Graeber 2011).

Face à ces formes de dons, les ouvriers adoptent un mode d'interaction fermé et transactionnel. Bien qu'ils acceptent les cadeaux des locaux, ils ne cherchent pas à prolonger la relation. Les objets reçus – parfums, chocolats, bouteilles de vin – sont perçus comme des biens à rapporter dans leur pays d'origine plutôt que comme des éléments destinés à une consommation partagée sur place.

Ce comportement révèle leur position marginalisée et leur retrait des circuits d'interaction interculturelle. En tant que travailleurs transnationaux temporaires, ils se situent dans un état de suspension relationnelle, sachant que les liens tissés avec les locaux se rompent dès la fin du festival. Leur capital social se maintient surtout au sein du réseau diasporique des compatriotes.

Ces objets de don deviennent ainsi des souvenirs transnationaux, reconfigurés en capital symbolique ou économique. Ils témoignent d'un passage temporaire en France et acquièrent de la valeur une fois exhibés ou échangés dans leur communauté d'origine. Ces objets fonctionnent comme des marqueurs de distinction sociale différée, bien plus que comme des vecteurs d'inté-

gration dans la société d'accueil.

Ce déplacement du sens du don – d'un lien intersubjectif local vers une stratégie de reconnaissance externe – reflète la manière dont les migrants naviguent entre plusieurs régimes de valeur, en tirant de leur mobilité non pas des alliances pérennes, mais des ressources transférables (Mauss 2021 ; Boltanski et Thévenot 2006b ; Pétric 2022).

Leur sensibilité aux biens matériels se manifeste également dans leur attitude envers la revente ou la réaffectation des cadeaux. Plutôt que de participer à un cycle d'échange avec les locaux, ils préfèrent emporter des objets comme des chocolats dans leurs bagages et les offrir à leur cercle social en Chine. Ces biens sont perçus comme des capitaux mobiles, valorisés dans une logique de distinction transnationale, et non comme des vecteurs d'ancrage relationnel ici. Le don, dans cette perspective, n'ouvre pas un espace d'interaction, mais constitue un avantage symbolique à réinvestir ailleurs, dans un autre régime de reconnaissance.

Dans le secteur spécifique des lanternes, les ouvriers perçoivent leurs revenus comme exceptionnels, saisonniers et non reproductibles. Leurs compétences techniques, bien que hautement spécialisées, ne donnent lieu à aucune reconnaissance sociale durable ni à une valorisation au-delà du cadre contractuel temporaire. Une fois le festival terminé, ils entrent dans un congé passif, ou l'on peut le dire, temps suspendu, entre l'attente du vol retour et l'inactivité imposée. Bien qu'ils soient encore rémunérés, ils ne considèrent pas cette période comme un vrai travail. Leur conception du travail reste associée à une activité concrète, visible, productive, où l'utilité est immédiatement lisible.

Durant cette phase d'attente, leur temps devient une ressource socialement captée — une disponibilité contrainte que les figures locales de pouvoir peuvent mobiliser pour d'autres usages : aide domestique, tâches informelles, présence symbolique. Ce phénomène illustre ce que Pierre Bourdieu décrit comme une forme de domination temporelle, où le temps des dominés ne leur appartient plus entièrement, mais est redéfini par les exigences de ceux qui contrôlent l'espace institutionnel et logistique (Bourdieu 1997). Le temps rémunéré n'est plus un droit, mais une zone grise, propice à l'exploitation douce, dans laquelle les marges de négociation sont quasi nulles.

Les interactions des ouvriers reflètent les logiques culturelles du *Mianzi* 面子 (la face) et du *Guanxi* 关系 (les relations), notions clés en Chine (Tsang 1998, Buckley, Clegg et Tan 2006, Pétric 2022). Les ouvriers sont conscients des opportunités et des contreparties que leurs compétences peuvent leur apporter. Dans ce cadre, les dons sous forme de cadeaux sont perçus comme un capital social permettant d'améliorer leur statut au sein de leur réseau de compatriotes. Ces cadeaux ne représentent pas une dépense financière directe : ils sont envisagés comme des ressources rares, stratégiquement conservées pour alimenter le cycle des dons auquel ils aspirent à participer une fois de retour en Chine.

En contraste avec les ouvriers, les acteurs adoptent un mode d'interaction plus spontané et détendu avec les habitants des villes hôtes. Leur emploi du temps, rythmé par trois représentations quotidiennes, leur laisse des plages de repos significatives, durant lesquelles ils cir-

culent librement, explorent la ville et tissent des liens avec les locaux. Cette disponibilité temporelle est facilitée par leur maîtrise de l'anglais, compétence désormais indispensable pour leur tournée mondiale, qui leur confère un capital linguistique et relationnel décisif. Grâce à cette compétence, les acteurs se positionnent comme des médiateurs culturels, capables d'entrer en conversation avec des publics variés, ce qui facilite leur intégration sociale temporaire dans les environnements traversés.

Lors du festival de Gaillac, une Gaillacoise nommée Aurélie développe une amitié forte avec l'équipe chinoise. Passionnée par la culture chinoise, elle contribue régulièrement à l'ambiance collective en apportant des spécialités locales à partager. En retour, les membres de l'équipe chinoise lui offrent des repas sur leur lieu de travail. Cette relation s'approfondit au fil du temps, notamment avec les actrices du spectacle, avec qui elle reste en contact via WeChat. Lors d'un voyage en Chine en 2019, elle est hébergée chez l'une d'entre elles, une expérience qu'elle décrit comme un échange culturel dense et enrichissant, marqué par la générosité et l'hospitalité chinoises, la découverte des plats locaux et la convivialité du quotidien partagé.

Un autre exemple de cette hospitalité réciproque se manifeste lors du festival de Blagnac en 2021. Un ingénieur du son local noue une relation d'amitié avec trois actrices, les invite à visiter Toulouse et à dîner ensemble. Ces moments de rencontre permettent l'émergence de liens transitoires mais égalitaires, fondés sur la convivialité et le respect mutuel. En retour, les actrices perpétuent le principe de réciprocité symbolique en conviant leurs hôtes à des repas qu'elles préparent elles-mêmes. À la fin du festival, elles prennent soin de choisir des cadeaux personnalisés pour remercier les membres de l'équipe technique, qui leur répondent par de petits présents en retour – parmi lesquels une rose, emblème délicat de reconnaissance.

Dans le cadre de mes observations, je tisse également des liens personnels avec les actrices. Un jour, je les accompagne dans un centre commercial près de Toulouse. Lors du déjeuner, elles tiennent à payer mon repas. Ce geste, bien que prenant la forme d'un simple remerciement, dépasse la logique d'un retour immédiat : il s'inscrit dans une dynamique plus large de réciprocité symbolique, destinée à équilibrer la relation. Ce comportement illustre le modèle tripartite du don maussien – donner, accepter, rendre – qui structure les interactions sociales en produisant non seulement des échanges de biens ou de services, mais aussi des relations de confiance et de reconnaissance mutuelle. Chaque interaction devient ainsi une invitation à prolonger la relation, un espace d'ouverture où l'autre est reconnu comme un partenaire digne d'échange.

Contrairement aux ouvriers, dont les interactions sociales relèvent principalement d'une logique d'échange matériel immédiat, les acteurs développent des formes de réciprocité qui participent activement à la construction de relations durables et à l'émergence d'un véritable cercle d'échange culturel. Leurs gestes – qu'il s'agisse d'invitations, de cadeaux ou de partages de repas – ne visent pas uniquement à répondre à une dette ponctuelle, mais à entretenir des relations interculturelles dans le temps, souvent prolongées par le maintien de liens à distance (via WeChat, par exemple), ou par des invitations transnationales.

À l'inverse, les ouvriers, pris dans des logiques de mobilité contrainte et de précarité écono-

mique, tendent à privilégier des formes d'appropriation individuelle à court terme, où les objets reçus sont réinterprétés comme des ressources personnelles, et non comme des vecteurs de lien à entretenir. Cela ne reflète pas un déficit de volonté relationnelle, mais un rapport différent aux temporalités sociales, façonné par des trajectoires migratoires marquées par l'instabilité, l'absence de reconnaissance et la discontinuité des relations.

Les interactions entre les acteurs et les locaux se révèlent plus fluides, ce qui s'explique largement par deux facteurs : d'une part, leur maîtrise de l'anglais leur permet de dialoguer aisément avec une partie des habitants et des organisateurs ; cette maîtrise de l'anglais fonctionne comme un capital linguistique (Bourdieu 1982), qui confère aux acteurs un avantage symbolique dans le marché interactionnel. D'autre part, leur expérience internationale les dote d'une capacité d'adaptation à des contextes culturels variés. Dans nos échanges prolongés via WeChat, je constate que les acteurs sont nettement plus enclins à partager des récits personnels, des impressions de voyage ou des émotions liées à leur séjour en France. À l'inverse, les ouvriers se montrent plus réservés : leurs réponses se limitent souvent à des messages brefs tels que « oui » ou « d'accord », ce qui rend difficile l'amorce d'une conversation. Même lorsqu'ils possèdent une compétence minimale en anglais ou en français, leurs propos restent utilitaires, rarement propices à un échange personnel. Cette économie de la parole traduit non seulement des barrières linguistiques, mais aussi des barrières sociales et affectives, liées à leur précarité, à la fatigue quotidienne, et à une moindre exposition aux situations d'interaction interculturelle.

Les différences entre acteurs et ouvriers ne se manifestent pas uniquement dans leurs compétences linguistiques ou leurs styles d'interaction, mais se prolongent aussi dans leurs pratiques numériques, notamment dans leur usage contrasté des réseaux sociaux comme espace d'expression de soi. Les acteurs, souvent familiers des circuits internationaux de la performance, publient régulièrement des contenus visuellement élaborés, mêlant esthétique culturelle et cosmopolitisme : clichés en habits traditionnels chinois devant des monuments européens, autoportraits avec des interlocuteurs d'autres nationalités, ou encore scènes de spectacle soigneusement stylisées. Ces publications participent à une mise en scène de leur mobilité culturelle, renforcent leur visibilité, suscitent des commentaires et construisent leur légitimité dans un espace numérique transnational.

À l'opposé, les ouvriers partagent des contenus plus fonctionnels et contextuels, centrés sur les conditions de travail et d'hébergement pendant le festival. Leurs publications se limitent souvent à quelques images de dortoirs, d'échafaudages ou d'installations lumineuses, accompagnées de commentaires succincts. Cette économie visuelle témoigne d'un usage pragmatique des réseaux sociaux, davantage tourné vers l'archivage personnel que vers la scénographie de soi. Contrairement aux acteurs, ils n'utilisent pas ces espaces pour se mettre en scène ou générer des interactions externes : leurs publications restent cantonnées à leur cercle proche, recevant peu de réactions ou de reconnaissance symbolique.

Ce contraste révèle une asymétrie structurelle dans l'accès à la visibilité numérique. Tandis que les acteurs mobilisent les réseaux sociaux comme un espace de « capitalisation culturelle »

(Marwick 2013), où la mobilité, l'esthétique et l'exotisme deviennent des ressources de distinction, les ouvriers y occupent une place marginale, limitée par leur capital symbolique restreint et leur familiarité réduite avec les codes de visibilité transnationale. En termes bourdieusiens, les acteurs transforment leur trajectoire migratoire en capital social et culturel convertible, alors que les ouvriers restent confinés à une « économie de la survie numérique » (Cardon 2010), dans laquelle l'expression de soi ne vise ni l'accumulation de prestige ni l'élargissement du réseau.

Il ne s'agit donc pas seulement d'une différence d'intention ou de goût, mais bien d'un accès inégal à la scénographie de soi (Goffman 1959) dans un espace numérique profondément hiérarchisé, où seuls certains récits, certains corps, certaines esthétiques sont jugés « montrables » et « commentables ». Dans cette division du travail numérique, les acteurs incarnent les figures d'ambassadeurs culturels, tandis que les ouvriers restent dans l'ombre, réduits à des producteurs invisibles du spectacle. Ce contraste prolonge les logiques d'inégalité sociale dans les sphères numériques, révélant comment les dispositifs techniques reconduisent, voire amplifient, les hiérarchies sociales et culturelles préexistantes.

Ainsi, malgré certaines similitudes liées au cadre du travail transnational, les modalités d'interaction et de représentation sociale des acteurs et des ouvriers divergent profondément, tant dans l'espace physique que dans les arènes numériques.

2 Petits commerçants chinois : entre sociabilités rurales et mobilité transnationale

Les petits commerçants chinois présents lors des festivals se distinguent nettement des autres groupes que sont les artistes et les travailleurs. Alors que les artistes sont issus de formations professionnelles dès leur plus jeune âge, souvent orientées vers les arts du spectacle et les circuits culturels transnationaux, et que les ouvriers proviennent majoritairement de la ville de Zigong, partageant des parcours similaires façonnés par l'expérience industrielle et artisanale, les commerçants forment un groupe social plus hétérogène, à la fois dans leurs origines géographiques et dans leurs trajectoires. Issus principalement des zones rurales situées dans diverses provinces de Chines, ces commerçants n'ont, pour la plupart, pas suivi de formation universitaire, et leur insertion dans le circuit des festivals relève souvent d'une mobilité entrepreneuriale informelle, marquée par la recherche d'opportunités économiques à l'étranger. Leur présence sur les sites festivaliers – où ils tiennent des stands de nourriture, de souvenirs ou d'objets artisanaux – s'inscrit dans une logique de micro-entrepreneuriat transnational, souvent familiale, où les savoir-faire mobilisés sont acquis sur le tas, au fil des expériences migratoires. Pour diverses raisons, de nombreux commerçants ont quitté leur village natal pour tenter leur chance en ville, rejoignant ainsi les rangs d'un groupe socioéconomique caractérisé par des revenus précaires et instables. Certains proposent à la vente des barbes à papa ou de la peinture

au sucre [1] dans les centres commerciaux, d'autres animent des ateliers de fabrication artisanale dans les marchés nocturnes *Ye Shi* 夜市 [marché de nuit] [2], tandis que d'autres encore tiennent des boutiques de souvenirs dans les parcs à thème ou les lieux touristiques. Leurs revenus reposent sur une forte dépendance touristique et aux variations saisonnnières, ce qui rend leurs revenus particulièrement instables. Ces dernières années, la Chine a progressivement revalorisé l'artisanat traditionnel en l'intégrant dans les politiques de patrimoine culturel immatériel (Facheng 2016), conférant ainsi un nouveau cadre symbolique et institutionnel à des savoir-faire longtemps perçus comme marginaux ou relevant de l'économie informelle. Ce processus a entraîné une transformation significative du statut social des artisans : ceux qui étaient autrefois considérés comme des simples travailleurs indépendants sont désormais reconnus comme des transmetteurs de la culture traditionnelle, porteur d'un héritage national. Cette reconnaissance a contribué à redéfinir leur rapport à leur métier, tout en reconfiguyrant leur place au sein de la société.

Parallèlement, avec l'approfondissement de la politique de réforme et d'ouverture, la mobilité internationale s'est imposée comme horizon désirable pour de nombreux citoyens chinois. Le fait de travailler à l'étranger est devenu, au fil du temps, un marqueur d'ascension sociale, presque un rêve partagé à l'échelle nationale. Dans ce contexte, le lancement par l'État chinois, au début du 21e siècle d'une stratégie de diffusion et de promotion de la culture chinoise à l'étranger (Hua 2012) a ouvert de nouvelles opportunités pour les artisans : en participant à des festivals, expositions ou événements culturels à l'étranger, ils deviennent des ambassadeurs culturels officiels ou officieux. Cette expérience migratoire temporaire représente pour eux une forme de distinction symbolique, qui les différencie de ceux restés en Chine. Le voyage à l'international est ainsi capitalisé comme ressource sociale, et exhibé à travers récits, images et objets rapportés. Il élargit leur horizon, mais surtout, il transforme leur identité : l'artisan n'est plus seulement un producteur, il devient un acteur de la diplomatie culturelle, valorisé à la fois par l'État et par sa communauté d'origine, dans un processus où le déplacement géographique devient vecteur de mobilité sociale. Le voyage à l'international se capitalise comme une ressource sociale, et s'exhibe à travers récits, images et objets rapportés. Il élargit l'horizon de ceux qui y participent, mais surtout, il transforme leur identité : l'artisan ne se définit plus seulement comme un producteur, mais devient un acteur de la diplomatie culturelle, valorisé à la fois par l'État et par sa communauté d'origine. Le déplacement géographique agit ainsi comme vecteur de mobilité sociale.

Cependant, en raison d'un capital culturel limité, les commerçants issus des zones rurales chinoises peinent souvent à accéder à l'information. Leur quotidien, rythmé par la nécessité de

1. Il s'agit d'une forme d'art populaire traditionnel chinois qui consiste à utiliser du sucre liquide très chaud pour créer des peintures comestibles sur des surfaces en marbre ou en métal. Il a été classé au patrimoine culturel immatériel national par la Chine en 2018.

2. Un marché de nuit est un marché de rue qui fonctionne la nuit et qui est généralement un marché en plein air, utilisé généralement pour flâner, faire des achats et manger de manière plus détendue que les marchés de jour plus commerciaux.

subvenir à leurs besoins par des activités commerciales intensives, laisse peu de place à l'ouverture vers des réseaux extérieurs. Leur isolement relatif – à la fois géographique, économique et social – restreint leurs possibilités de connexion avec le monde international.

Ce n'est qu'à partir de 2012, avec la généralisation des smartphones, la diffusion massive des réseaux sociaux en Chine, et surtout l'apparition de WeChat [3], que ces barrières commencent à se fissurer. La plateforme devient un outil central d'accès à l'information, de mise en réseau et de circulation des opportunités professionnelles. Pour ces commerçants souvent exclus des circuits institutionnels ou formels du recrutement international, WeChat permet d'établir des contacts directs avec les équipes commerciales des festivals de lanternes, ouvrant ainsi une porte d'entrée inédite vers l'internationalisation de leur activité. Pendant le festival des lanternes, les commerçants arrivent généralement un jour avant le début de l'événement et repartent le jour après sa fin. Bien qu'ils ne restent en France que pour une courte période, cela représente pour eux une expérience professionnelle unique. Dans cet environnement étranger, ils doivent non seulement s'adapter à un nouveau cadre de vie, mais aussi interagir et s'intégrer à la culture française. Pour ces personnes, souvent dépourvues d'éducation supérieure, l'expérience de l'échange interculturel revêt une importance particulièrement forte, tant sur le plan symbolique que subjectif. Comparés à d'autres groupes, les petits commerçants sont particulièrement actifs dans les interactions sociales : ils sont généreux et prennent souvent l'initiative d'offrir des cadeaux aux visiteurs et aux habitants de Gaillac. Ils sont l'un des groupes les plus vivants des lanternes, se distinguant des autres groupes par leur enthousiasme quotidien. Bien que le festival des lanternes et la communauté chinoise qui y participe puissent sembler être une bulle isolée du reste du monde, ces petits commerçants osent en sortir, motivés par leurs propres raisons. Dans le cadre du marché traditionnel de l'artisanat, le festival constitue pour les commerçants une scène élargie où exhiber leurs compétences. Cependant, cet échange interculturel comporte également des défis : les obstacles linguistiques, les malentendus culturels et le manque de connaissance du marché local compliquent leur adaptation. Ce processus transforme aussi leur mentalité. Participer à des événements internationaux et voyager à l'étranger est souvent perçu comme une opportunité de franchir les barrières sociales et de vivre des expériences inaccessibles dans leur environnement habituel.

Comme le souligne Fei Xiaotong, la société chinoise se structure historiquement comme une société rurale à relations diffuses, où les liens sociaux s'organisent selon des cercles concentriques de proximité et de familiarité(X. Fei 2021a). Dans ce modèle relationnel fondé sur les réseaux interpersonnels, les interactions en face à face constituent la norme, et la cohésion sociale repose sur la connaissance mutuelle, la réciprocité implicite et le respect des normes locales de conduite. Les petits commerçants issus des zones rurales peuvent ainsi être compris comme

3. WeChat a été lancé en 2011 par la société chinoise Tencent et, en septembre 2012, il était déjà utilisé par 200 millions de Chinois. En septembre 2024, il est utilisé par 1,3 milliard de personnes dans le monde. Voire `https://www.chyxx.com/industry/1196774.html`. L'année 2012 correspond ici au moment où Wu a été interviewé. C'est à partir de cette date qu'il a commencé à rassembler des artisans pour qu'ils vendent leurs produits lors des festivals de lanternes organisés dans le monde entier.

des représentants de cette base sociale traditionnelle, qui continue de modeler leurs manières d'être et d'interagir, y compris dans des contextes transnationaux. Ayant grandi dans des environnements où la sociabilité repose sur la confiance, l'interconnaissance et les règles tacites de l'honneur et de l'obligation, ils transposent souvent ces logiques dans leurs expériences migratoires, bien que ces dernières se déploient dans des contextes marqués par l'anonymat, la mobilité et la fragmentation. Ils apportent cette manière de socialiser basée sur des réseaux de connaissances dans un environnement étranger, espérant établir de nouveaux réseaux sociaux familiers dans ce nouveau pays. Ce changement de mode social ne reflète pas seulement leur adaptation à un nouvel environnement, mais fait également partie de leur identité culturelle.

3 Une économie encadrée : trajectoires, contraintes et stratégies des petits commerçants chinois

Les activités commerciales interculturelles qui se déploient pendant le festival des lanternes suivent une dynamique séquencée, que l'on peut analyser en plusieurs étapes clés. Chaque phase révèle des enjeux spécifiques, à la fois économiques, relationnels et culturels, dans lesquels se croisent les trajectoires des petits commerçants chinois, les attentes des organisateurs locaux et les pratiques de consommation du public. Ces étapes sont autant de moments d'ajustement, de négociation et de mise en visibilité dans le cadre d'un dispositif festif transnational.

On peut ainsi distinguer :

1. **Établir des contacts :** Les petits commerçants ajoutent le chef comme amis sur WeChat grâce à des liens d'amitié des amis ou des membres de leur famille.
2. **Rejoindre un groupe :** Le chef rassemble les petits commerçants dans un groupe commun pour les affaires du festival des lanternes qu'il a créé.
3. **Organisation du groupe commercial :** Le chef collabore avec des entreprises de lanternes de Zigong pour gérer le marché des produits du festival. Lors de l'organisation du festival, les entreprises de lanternes contactent le chef, qui informe les membres du groupe des dates, lieux et nombre de personnes nécessaires pour le festival.
4. **Inscription :** Les artisans exposent leurs produits et s'inscrivent. Le chef sélectionne les participants selon des critères et collecte des frais de dépôt et de visa.
5. **Soumission des documents :** Après avoir collecté les informations des passeports, le chef soumet la liste aux entreprises de lanternes et aux agences de visa.
6. **Attribution des stands :** Le chef attribue à chaque stand les principaux types de produits artisanaux à vendre.
7. **Participation aux festivals de lanternes à l'étranger :** Les petits commerçants participent à des festivals de lanternes à travers le monde et mènent des activités commerciales interculturelles.

Une fois arrivés en France, ils logent dans les mêmes endroits où les anciens travailleurs résidaient, sans payer de loyer. Toutefois, ils doivent s'acquitter des frais de gestion et des taxes, ainsi que des frais de billet d'avion aller-retour, des frais de visa et une indemnité de 10 euros par jour pour les repas. Selon le contrat, les frais de gestion sont de 35% des revenus totaux, dont 20% en France, 12% en Chine, et 3% pour d'autres frais. La taxe sur les produits est de 16,67%, et les frais de gestion sont déduits après impôt. Par conséquent, le revenu réel des petits commerçants ne représente que 54% des revenus totaux.

Projet	Wu Longyong	Zhang Ying	Ran Maolin	Wu Lirong	Total
1. Montant des ventes commerciales (EUR)	32,764.00	18,741.00	20,096.00	17,441.00	89,042.00
2. Correction erreur enregistrement caisse (EUR)	94.00	0.00	0.00	0.00	94.00
3. Ventes individuelles totales (TTC) (EUR)	32,670.00	18,741.00	20,096.00	17,441.00	88,948.00
4. Taux d'imposition	0.17	0.17	0.17	0.17	
5. Montant d'impôt déduit (EUR)	5,444.98	3,123.49	3,349.32	2,906.82	14,824.61
6. Revenus après déduction de 16.67% de TVA (EUR)	27,225.02	15,617.51	16,746.68	14,534.18	74,123.39
7. Taux de frais de gestion	0.20	0.20	0.20	0.20	
8. Déduction frais gestion partenaire étranger (EUR)	5,445.00	3,123.50	3,349.34	2,906.84	14,824.68
9. Revenus après gestion partenaire (EUR)	21,780.02	12,494.01	13,397.34	11,627.34	59,298.71
10. Taux frais de gestion Lanternes Zigong	0.12	0.12	0.12	0.12	
11. Frais de gestion Zigong (EUR)	3,267.00	1,874.10	2,009.60	1,744.10	8,894.81
12. 3% de prime pour Wu Longyong	0.03	0.03	0.03	0.03	
13. Part de Wu Longyong (EUR)	816.75	468.53	502.40	436.03	2,223.70
14. Déduction avance	0.00	0.00	0.00	0.00	
15. Déduction frais repas (10 EUR/jour)	760.00	1,380.00	1,380.00	1,380.00	4,900.00
16. Frais de prolongation de visa (EUR)	0.00	146.90	146.90	146.90	440.70
17. Test PCR/antigène retour (EUR)	0.00	123.71	123.71	123.71	371.13
18. *Sous-total (1)* (EUR)	16,936.26	8,500.77	9,234.73	7,796.61	42,468.38
19. + *Part Wu Longyong* (EUR)	2,223.70				2,223.70
20. *Sous-total (2)* (EUR)	19,159.97	8,500.77	9,234.73	7,796.61	44,692.08
21. Taux de change	7.00	7.00	7.00	7.00	7.00
22. En RMB (conversion)	134,119.76	59,505.41	64,643.12	54,576.24	312,844.54
23. Déduction avance billet Wu Longyong (RMB)	120,000.00	0.00	0.00	0.00	120,000.00
24. *Sous-total (3)* (RMB)	14,119.76	59,505.41	64,643.12	54,576.24	192,844.54
25. + Dépôt transmis par Wu Longyong (RMB)	12,000.00	0.00	0.00	0.00	12,000.00
26. Montant réellement versé (RMB)	26,119.76	59,505.41	64,643.12	54,576.24	204,844.54

Table IV.1 – *Traduit de Figure 4.1 —Tableau récapitulatif des recettes commerciales – festival des lanternes à Blagnac (2021)*

Projet	Zhang - Gravure	Dong - Sculpture	Dan - Coton	Zeng - Finances	Liang - Peinture	Liu - Broderie	Total
Montant des ventes	45834.00	8278.00	24501.00	8424.00	32488.00	16476.00	136001.00
Correction caisse	10.11	1.83	5.40	1.86	7.17	3.63	30.00
Total ventes (TTC)	**45844.11**	**8279.83**	**24506.40**	**8425.86**	**32495.17**	**16479.63**	**136031.00**
Taux de TVA	16.67%	16.67%	16.67%	16.67%	16.67%	16.67%	-
Montant TVA	7642.21	1380.25	4085.22	1404.59	5416.94	2747.15	22676.37
Ventes HT	**38201.90**	**6899.58**	**20421.18**	**7021.27**	**27078.23**	**13732.48**	**113354.63**
Frais de gestion (35%)	13370.67	2414.85	7147.41	2757.44	9477.38	480.72	35345.47
Remboursements	0.00	0.00	0.00	0.00	0.00	0.00	0.00
Frais de repas (10€/j)	640.00	640.00	640.00	640.00	640.00	640.00	3840.00
Revenu net réel	**24191.23**	**3844.73**	**12633.77**	**3923.82**	**16960.85**	**8286.11**	**69840.51**

Table IV.2 – *Traduit de Figure 4.2 —Tableau récapitulatif des revenus du commerce artisanal pendant le Festival de Gaillac 2019 (en euros)*

Si l'on prend en compte les frais des billets d'avion et le coût des marchandises, le profit est bien inférieur à leurs attentes. Bien que les commerçants perçoivent ces frais de gestion et de participation aux festivals comme excessifs – et qu'ils ne manquent pas de s'en plaindre dans les échanges informels – , ces critiques coexistent avec une reconnaissance explicite de la valeur

2021年法国布拉尼亚克商贸决算统计表					
项目	吴龙勇	张英	冉茂林	吴利蓉	小计
商贸销售金额（欧元）	32,764.00	18,741.00	20,096.00	17,441.00	89,042.00
外方收银台入账错误更正（欧元）	94.00	0.00	0.00	0.00	94.00
个人销售合计（含税费）（欧元）	**32,670.00**	**18,741.00**	**20,096.00**	**17,441.00**	**88,948.00**
税率	0.17	0.17	0.17	0.17	
扣税款（欧元）	5,444.98	3,123.49	3,349.32	2,906.82	14,824.61
扣除16.67%销售税后（欧元）	**27,225.02**	**15,617.51**	**16,746.68**	**14,534.18**	**74,123.39**
	0.20	0.20	0.20	0.20	
扣除20%外方管理费（欧元）	5,445.00	3,123.50	3,349.34	2,906.84	14,824.68
扣除以上管理费后收入（欧元）	**21,780.02**	**12,494.01**	**13,397.34**	**11,627.34**	**59,298.71**
	0.12	0.12	0.12	0.12	
扣除12%灯彩集团管理费（欧元）	**3,267.00**	**1,874.10**	**2,009.60**	**1,744.10**	**8,894.81**
3%奖励商贸公司（吴龙勇）	**0.03**	**0.03**	**0.03**	**0.03**	
吴龙勇分成款（欧元）	**816.75**	**468.53**	**502.40**	**436.03**	**2,223.70**
扣除借款	0.00	0.00	0.00	0.00	
扣除每天10欧元伙食费	760.00	1,380.00	1,380.00	1,380.00	4,900.00
扣减办理签证延期费用（欧元）	0.00	146.90	146.90	146.90	440.70
扣减回国前在法国做核酸检测、抗原检测费用（欧元）	0.00	123.71	123.71	123.71	371.13
(1)小计	**16,936.26**	**8,500.77**	**9,234.73**	**7,796.61**	**42,468.38**
加上：吴龙勇分成款（欧元）	2,223.70				2,223.70
(2)小计	**19,159.97**	**8,500.77**	**9,234.73**	**7,796.61**	**44,692.08**
汇率	7.00	7.00	7.00	7.00	7.00
欧元折算人民币	**134,119.76**	**59,505.41**	**64,643.12**	**54,576.24**	**312,844.54**
扣减:吴龙勇借款机票款（人民币）	120,000.00	0.00	0.00	0.00	120,000.00
(3)小计：	**14,119.76**	**59,505.41**	**64,643.12**	**54,576.24**	**192,844.54**
加：吴龙勇交给自贡灯彩集团公司财务收到押金（人民币）	12,000.00	0.00	0.00	0.00	12,000.00
实际汇款给商贸人员款项（人民币）	**26,119.76**	**59,505.41**	**64,643.12**	**54,576.24**	**204,844.54**

说明：1、办理签证延期费用：139欧元/1人，照片：110.60÷14人=7.9欧元/1人，小计：146.90欧元
2、法方报回国前做核酸检测、抗原检测费用总金额：1732欧元÷14人=123.71欧元/1人

3、说明：	天数	标准欧元/天	等于	商贸人员
伙食费（2021.12.4-2022.2.17）	76.00	10.00	760.00	吴龙勇
伙食费（2021.12.4-2022.4.20）	138.00	10.00	1,380.00	商贸其他3人

Figure IV.1 – *Tableau récapitulatif des recettes commerciales – festival des lanternes à Blagnac (2021)*



2019年盖亚克商贸收入统计表（欧元）							
项目	张蓉-棕编及水晶刻字	董学彪-人体像画	冉茂林-棉花糖及糖画	董兆财-国画	梁庆凯-内画	刘丽-蜀绣	小计
商贸销售金额	45834.00	8278.00	24501.00	8424.00	32488.00	16476.00	136001.00
盖亚克方收银台入账错误更正	10.11	1.83	5.40	1.86	7.17	3.63	30.00
个人销售合计（含税费）	**45844.11**	**8279.83**	**24506.40**	**8425.86**	**32495.17**	**16479.63**	136031.00
税率	16.67%	16.67%	16.67%	16.67%	16.67%	16.67%	
扣税款	7642.21	1380.25	4085.22	1404.59	5416.94	2747.15	22676.37
扣除16.67%销售税后	**38201.90**	**6899.58**	**20421.18**	**7021.27**	**27078.23**	**13732.48**	**113354.63**
扣除法方和灯彩集团35%管理费	13370.67	2414.85	7147.41	2757.44	9477.38	480.72	35345.47
扣除借款	0.00	0.00	0.00	0.00	0.00	0.00	0.00
扣除每天10欧元伙食费	640.00	640.00	640.00	640.00	640.00	640.00	3840.00
商贸人员实际收入	**24191.23**	**3844.73**	**12633.77**	**3923.82**	**16960.85**	**8286.11**	**69840.51**
汇给商贸公司金额合计							
汇率							7.35
折算人民币							513327.75

说明：	天数	标准欧元/天	等于
伙食费	64.00	10.00	640.00

11月28日晚上到达法国

Figure IV.2 – *Tableau récapitulatif des revenus du commerce artisanal pendant le Festival de Gaillac 2019 (en euros)*

symbolique et sociale du travail à l'étranger. Ainsi, les plaintes exprimées ne remettent pas fondamentalement en question la légitimité du système, mais en marquent plutôt les limites vécues. Elles s'inscrivent dans une grammaire morale de la résignation active, où l'effort consenti est intégré comme le prix à payer pour une mobilité jugée socialement transformatrice. Ce rapport ambivalent à la contrainte — à la fois critiquée et acceptée — constitue une dimension essentielle de l'expérience migratoire marchande contemporaine. En plus de la vente de produits artisanaux, les commerçants doivent aussi créer des produits sur place dans le cadre d'une démonstration. À travers la fabrication de produits artisanaux, ils présentent la culture chinoise aux visiteurs. Le programme de travail quotidien est le suivant : de 20 h à 22 h est la période la plus chargée, en particulier après les spectacles de 19 h 30, 20 h 30 et 21 h 30, lorsque les clients affluent. À ce moment-là, ils arrêtent de fabriquer les produits artisanaux et commencent à vendre. Derrière chaque stand se trouve un panneau en français présentant les produits artisanaux. Beaucoup de ces produits sont classés comme patrimoine culturel immatériel national ou provincial chinois, tels que les peintures intérieures *Nei Hua* 内画 [peinture intérieure][4], la broderie de Suzhou, les nœuds chinois, et les peintures en sucre. Ces étiquettes renforcent leur sentiment d'identité culturelle et leur confiance. Chaque produit a un prix clairement indiqué, et lorsque le client effectue un achat, le commerçant inscrit le prix sur le reçu et oriente la clientèle vers la caisse pour payer. Ce modèle commercial fixe, tel qu'il se déploie dans les festivals mondiaux de lanternes de Zigong, représente une structure standardisée et institutionalisée qui encadre l'activité des commerçants. En choisissant cette voie professionnelle, ces derniers anticipent dès le départ les normes et les conditions prédéfinies du système. Cette prévoyance se traduit par l'ajustement de leurs stratégies dans un environnement culturel et économique qui leur est initialement inconnu, tout en leur permettant de faire face aux défis inhérents à l'adaptation à un nouveau contexte. Par cette anticipation, ils parviennent à réduire les frictions culturelles et à développer leur capacité d'intégration, ce qui se traduit par une gestion de leurs activités qui, de manière générale, se déroule relativement bien.

4 L'esthétique de la vie des petits commerçants

Les commerçants accordent une grande importance à leur apparence. Comme mentionné précédemment, chacun d'eux adopte une esthétique vestimentaire explicitement chinoise, devenue une norme implicite dans leur manière d'occuper l'espace public des festivals. Li souligne fréquemment que les commerçants ne se représentent pas seulement eux-mêmes, mais incarnent l'image collective de la Chine. Dans cette logique, l'apparence devient un élément central de la représentation nationale à l'étranger. Ce souci de présentation peut être lu à travers la notion de mise en scène de soi développée par Erving Goffman, selon laquelle les individus ajustent leur

4. Il s'agit de bouteilles en verre sur lesquelles sont peintes des images et souvent de la calligraphie sur la surface intérieure du verre. Les bouteilles sont produites en manipulant un pinceau spécialisé à travers le goulot de la bouteille. En décembre 2018, il a été inscrit sur la liste du patrimoine culturel immatériel national par la Chine.

comportement et leur apparence comme s'ils jouaient un rôle sur une scène sociale (Goffman 1959). Le corps, l'habit, la posture deviennent alors les éléments constitutifs d'un costume symbolique, destiné à convaincre un public – local comme institutionnel – de la respectabilité et de l'authenticité du représentant chinois.

Cependant, cette attention à l'apparence signifie aussi une certaine conscience de l'image personnelle comme vecteur de représentation collective. Un épisode survenu lors du marché des lanternes de Gaillac en 2019 illustre cette tension entre esthétique individuelle et image collective contrôlée. L'un des artistes présents – un peintre – porte un béret, une veste en cuir, et arbore de longs cheveux, construisant ainsi une figure d'artiste conforme à son propre imaginaire esthétique. Cependant, son apparence néglige certaines normes d'hygiène personnelle : il dégage souvent une forte odeur corporelle, suscitant malaise et remarques. À l'approche du Nouvel An chinois, Li, soucieux de l'image renvoyée aux autorités locales, l'avertit en ces termes :

> « Pendant le Nouvel An chinois,le 25, le maire va venir manger. Il faut que tu te prépares un peu : lave-toi, coiffe-toi, brosse-toi les dents, mets des vêtements propres surtout, et montre une bonne image de la Chine. »

Mais le jour du dîner officiel, le peintre est exclu de l'évènement par le traducteur sous prétexte que son apparence « fait honte à la Chine ». Cette exclusion révèle un processus de discipline esthétique au sein même du groupe migrant, où les normes de présentation corporelle deviennent objets de surveillance mutuelle et d'ajustement stratégique, en fonction du public et des enjeux de visibilité politique. Les remarques de bénévoles locaux sur l'odeur corporelle de certains participants viennent renforcer une lecture hygiéniste et culturalisée des corps migrants, où les pratiques d'hygiène deviennent, à leur tour, des marqueurs d'altérité négative.

Lors du festival des lanternes de Blagnac, Rong, une commerçante installée au stand n°3, adopte quotidiennement une robe qu'elle considère comme très chinoise. Malgré le climat froid de Blagnac, elle persiste à porter cette robe, superposée à un épais manteau en duvet, ce qui lui donne une silhouette volumineuse. Mais pour elle, cette apparence n'est pas un simple choix esthétique : elle la perçoit comme un uniforme symbolique, une manière visible de transmettre l'atmosphère et les codes de la culture chinoise dans un contexte international.

Ce souci de présentation, partagé par nombre de petits commerçants, révèle une gestion minutieuse de soi en tant que représentant culturel. L'attention portée à l'apparence ne vise pas uniquement à séduire le public ou à répondre aux attentes esthétiques de l'événement : elle constitue une mise en scène de l'identité nationale, à la fois offerte au regard extérieur et intériorisée comme devoir moral. Le vêtement devient ici un vecteur de reconnaissance, de respectabilité et de fierté, qui matérialise une double loyauté : envers la culture chinoise, et envers soi-même en tant que médiateur de cette culture.

On doit faire honneur à la Chine, résume cette tension entre l'individuel et le collectif, entre l'apparence personnelle et la mission symbolique de représentation. Elle incarne une forme de confiance culturelle performée, fondée sur la conviction que l'image renvoyée à l'étranger a des implications au-delà de la personne, et qu'elle engage la dignité collective. Cette posture

souligne également une responsabilité diffuse mais fortement intériorisée, où la mise en forme du corps et du vêtement devient un mode d'expression politique silencieux, ancré dans les pratiques ordinaires des travailleurs migrants culturels.

Le cas de Rong constitue une autre forme d'expression. Bien qu'elle porte des vêtements traditionnels chinois, son apparence semble décalée à cause des conditions climatiques. Cela montre comment, dans un échange interculturel, les individus cherchent à trouver un équilibre entre les vêtements traditionnels et les conditions de vie modernes. Dans ce cas, l'insistance de Rong à porter sa tenue reflète son identité culturelle et son engagement envers la préservation de la culture, même face aux défis imposés par l'environnement réel.

Cette focalisation sur l'apparence, loin d'être anecdotique, traduit une tension entre subjectivité individuelle et normes collectives de représentation. Les commerçants chinois, dans le contexte des festivals internationaux, intègrent des logiques de discipline du corps, de capitalisation symbolique et de performance culturelle, où l'habit devient non seulement une enveloppe identitaire, mais aussi une scène politique silencieuse.

5 Quand le sens s'efface : circulations, malentendus et performativité des objets culturels chinois

Les produits proposés à la vente par les petits commerçants chinois sont presque systématiquement chargés de significations symboliques liées à la chance, à la prospérité ou à la protection, en cohérence avec les valeurs traditionnelles du registre culturel chinois. Ces objets – porte-clés, décorations pour voitures, figurines, éventails ou talismans – ne relèvent pas seulement d'une esthétique chinoise : ils sont conçus comme des vecteurs de sens, porteurs d'un message favorable à transmettre à celui ou celle qui les reçoit. Pour ces commerçants, il est crucial que les visiteurs comprennent le sens profond de ces objets pour en percevoir la valeur réelle. La vente ne repose pas uniquement sur l'objet lui-même, mais sur la narration symbolique qui l'accompagne.

Les explications données par les commerçants sur les objets qu'ils vendent, bien qu'accessibles en surface, sont souvent formulées en chinois ou traduites littéralement, ce qui révèle l'influence profonde de la tradition pictographique-idiomatique des caractères chinois sur la conception même des objets. Ces objets sont bien plus que des marchandises décoratives : ils incarnent une transformation matérielle de la pensée chinoise, où la signification découle autant de la forme que de l'association phonétique ou visuelle entre mots, sons et concepts.

Par exemple, les porte-bonheur en forme de cercle ne sont pas choisis au hasard : le cercle symbolise dans la culture chinoise la réunion familiale *Tuan Yuan* 团圆, un idéal profondément enraciné dans les structures sociales et affectives. La famille constitue une valeur centrale dans l'imaginaire chinois, comme le montre Francis L.K. Hsu avec sa conceptualisation des relations père-fils comme fondement moral de la société (Hsu 1953) ; Maurice Freedman à travers l'ana-

lyse de la logique clanique et lignagère dans les sociétés rurales (Freedman 1958) ; ou encore Yan Yunxiang, qui insiste sur la dépendance émotionnelle à la famille dans la Chine contemporaine, même dans les trajectoires de mobilité (Yan 2009).

De même, des objets comme les sacs ou les porte-monnaie sont associés symboliquement à la richesse, non pas seulement comme contenant matériel, mais comme vecteur métaphorique de prospérité. Cette représentation renvoie à une aspiration généralisée à l'enrichissement, qui s'intensifie avec l'ouverture économique des années 1980 et la montée du consumérisme. Ces symboles portent ainsi une mémoire collective internalisée, constituant une esthétique de l'espoir économique inscrite dans les objets du quotidien.

Toutefois, ces significations, fortement enracinées dans des référentiels culturels chinois, ne résonnent pas toujours auprès des visiteurs issus d'autres cultures. La littéralité des traductions, la polysémie des symboles ou l'absence de médiation contextuelle rendent ces objets parfois opaques, voire purement décoratifs aux yeux des publics occidentaux. Cela révèle les limites de la traduction interculturelle par les objets, et interroge la capacité de ces artefacts à fonctionner comme des ponts symboliques dans des environnements transnationaux.

Lorsque les commerçants estiment qu'il est nécessaire de décrire leurs produits plus précisément en français, ils sollicitent l'aide des bénévoles du festival. Par exemple, lorsque Li vend ses broderies de *Shu* 蜀, elle considère qu'une explication détaillée du sens de chaque œuvre favorise la vente. Elle utilise un traducteur automatique, puis demande aux bénévoles d'écrire la signification en français sur chaque peinture. Bien que la traduction automatique ne soit pas entièrement fiable, les bénévoles en saisissent l'idée générale.

Ainsi, pour une peinture représentant dix poissons rouges, Li explique que cela signifie : avoir un excédent chaque année. En réalité, il s'agit d'un jeu de mots en chinois : *Yu* 鱼 [poisson] et *Yu* 余 [excédent] se prononcent de manière identique. Accrocher un tel tableau symbolise donc l'abondance au sein du foyer. Le chiffre dix, dans ce contexte, renforce l'idée de perfection complète. Si ce contexte culturel est mieux explicité, la compréhension des clients s'approfondit. Mais en pratique, Li se contente d'écrire *Nian nian you yu* 年年有余 en caractères chinois et demande aux bénévoles d'en noter la traduction en français sur un papier (Figure IV.3). Un autre exemple similaire concerne des objets artisanaux liés à l'année du Rat en 2019. Cet objet combine la figure du rat avec des pièces de monnaie chinoises pour en faire une décoration pour voiture. À la demande d'une vendeuse, je suis sollicité pour rédiger une explication contextualisée à l'attention des visiteurs non sinophones. L'objet en question représente un rat portant de l'argent, une décoration typique de l'année du Rat dans le calendrier lunaire. L'explication que je formule met en lumière un jeu de mots fondé sur l'homophonie chinoise : les caractères *shu* 鼠 [rat] et *shu* 数 [compter] se prononcent de manière identique, de sorte que l'image du rat tenant de l'argent devient, symboliquement, l'incarnation du souhait de compter l'argent et d'attirer la richesse (Figure IV.4). L'objet, initialement opaque pour les publics non familiers avec ces subtilités linguistiques, acquiert ainsi une lisibilité symbolique nouvelle grâce à cette médiation. L'effet de cette traduction culturelle est immédiat : après deux jours de ventes nulles,



Figure IV.3 – *Un bénévole écrit en français comment expliquer cette broderie « 年年有余 ».*



Figure IV.4 – *Porte-bonheurs en forme de rat avec des pièces de monnaie*

tous les objets sont écoulés en une semaine. Ce changement souligne la dimension performative de l'explication symbolique : ce n'est pas uniquement l'objet qui fait sens, mais le discours qui l'accompagne, qui permet au visiteur d'entrer dans une logique culturelle étrangère et d'y projeter de la valeur. En d'autres termes, la signification, une fois rendue explicite, devient un argument marchand, transformant un artefact décoratif en objet porteur de chance aux yeux de l'acheteur.

Pour Wei, spécialisée dans la peinture intérieure sur verre, je l'aide également à formuler une explication symbolique destinée aux visiteurs du festival. Son travail met en scène des motifs traditionnels chinois, tels que la pivoine – associée à la richesse et à la prospérité – et le dragon, symbole de succès et de pouvoir dans l'imaginaire chinois. L'objectif est de donner sens aux représentations, en transmettant aux publics non sinophones les valeurs culturelles incorporées dans l'iconographie.

Toutefois, je constate rapidement un décalage entre cette volonté de médiation culturelle et la réception effective par les clients. Pour la plupart des acheteurs, l'intérêt ne réside pas tant dans le sens symbolique des motifs que dans leur pouvoir visuel et leur caractère exotique. Les objets sont perçus comme singuliers, décoratifs, rares – surtout dans un contexte français où ce type d'artisanat demeure peu accessible – mais peu d'acheteurs manifestent un désir réel de comprendre les références culturelles sous-jacentes (Figure IV.5a,IV.5b).



(a) Wei réalise une peinture à l' intérieur d' un verre



(b) Un client de Wei exprime son enthousiasme en disant adorer le dragon chinois

Les petits commerçants tentent de restaurer le sens culturel de leurs produits en ajoutant des notes de traduction écrites à la main, mais cela accélère paradoxalement leur transformation en objets d'exposition : ces notes en français deviennent des descriptions muséales, réduisant les

symboles culturels vivants à de simples spécimens figés. Lorsque les commerçants s'efforcent de préserver le sens profond des symboles, ceux-ci ont souvent déjà commencé à s'échapper dans le processus de circulation interculturelle, se détachant de leur contexte originel et de leur signification culturelle. Ce constat met en lumière une tension récurrente dans les échanges culturels marchands : la dissociation entre l'intention de transmettre une signification et l'usage esthétique, voire décoratif, que le public en fait. Le motif perd ainsi partiellement sa charge symbolique pour devenir un signe de différence visuelle, intégré dans une logique d'appropriation consumériste où l'altérité culturelle est valorisée pour sa forme, mais neutralisée dans son contenu.

Cette situation illustre une forme d'exotisation douce, où les objets culturels sont consommés comme symboles d'ailleurs, sans que leurs codes de lecture ne soient véritablement activés ni recherchés. Elle demande aussi la place ambivalente des artisans migrants dans les dispositifs de diplomatie culturelle informelle : médiateurs d'une culture que l'on regarde mais que l'on n'écoute pas vraiment, ils ajustent sans cesse leur production entre authenticité intentionnelle et adaptation au goût local.

Ces expériences mettent en évidence l'importance cruciale de la médiation linguistique et culturelle dans la circulation des objets symboliques. Elles révèlent aussi combien les malentendus interculturels peuvent affecter la valeur marchande d'un produit, non en raison de son esthétique ou de sa qualité intrinsèque, mais à cause de l'absence de lisibilité symbolique. Dans ce contexte, le rôle d'intermédiaire – parfois assumé par des chercheurs, des bénévoles ou des traducteurs – devient un élément stratégique dans l'économie festive transnationale, capable de réactiver la performativité culturelle latente d'un objet en le rendant compréhensible au marché local.

Cette dynamique rejoint l'analyse d'Arjun Appadurai sur *la vie sociale des objets*, selon laquelle les objets culturels ne possèdent pas une signification intrinsèque et stable, mais acquièrent différentes valeurs selon les contextes de circulation, les régimes de traduction et les regards qui les investissent (Appadurai 1986). Dans les festivals transnationaux, ces objets migrent entre des logiques symboliques hétérogènes, révélant les tensions entre production intentionnelle et réception locale.

6 De la position vulnérable à la position dominante : stratégies linguistiques des petits commerçants

En déambulant entre les stands, j'observe à plusieurs reprises des échanges langagiers brefs mais chargés de sens entre les petits commerçants chinois et les visiteurs locaux. Ces interactions sont souvent marquées par un usage approximatif mais stratégique du français de la part des commerçants, qui cherchent ainsi à établir un contact de base susceptible de faciliter la vente. En réponse, les touristes, parfois amusés, répondent en chinois, utilisant quelques expressions

élémentaires telles que *ni hao* 你好 [bonjour], *xiexie* 谢谢 [merci] ou *zaijian* 再见 [au revoir]. Ces échanges, bien que fragmentaires, participent d'un rituel de convivialité interculturelle, où chaque partie mobilise les quelques mots de l'autre comme gestes symboliques de reconnaissance mutuelle.

Pour la plupart des adultes chinois qui n'ont pas reçu d'éducation formelle en anglais ou en français, ils substituent souvent les sons des caractères chinois aux lettres étrangères. Cette approche les aide à mieux retenir la signification des mots étrangers. En utilisant des caractères chinois ayant des sons similaires, ils peuvent facilement mémoriser la prononciation des mots étrangers. J'observe des pratiques similaires dans les stands des petits commerçants, où ils écrivent des caractères chinois qui ressemblent phonétiquement aux mots français qu'ils entendent. Par exemple :

bonjour est écrit comme *ben zhu* 本竹
merci comme *mai he xi* 卖喝西
cinq euros comme *san ke ou* 三颗欧
coton comme *gudu* 孤独
cachemire comme *kashimila* 喀什米拉
soldes comme *sou le de* 馊了的
bonsoir comme *men shua* 门刷

Parfois, après avoir entendu un mot français, ils vont demander à des Chinois francophones de leur en expliquer le sens. Ainsi, après avoir entendu le mot « caisse », plusieurs commerçants me demandent s'il désigne bien « l'endroit où l'on paie ». Une fois confirmé, ils tentent de l'associer à un mot chinois ayant une proximité phonétique, afin d'en faciliter la mémorisation. Ran, avec humour, propose :

« Est-ce que ça veut dire *gai si* 该死 [maudit] ? »

détournant l'homophonie à des fins mnémotechniques et ludiques.

Ce type d'association volontairement absurde ou comique n'est pas anodin : il témoigne d'une forme d'apprentissage informel fondée sur l'oralité, la mémorisation affective et l'humour, dans un contexte où les ressources pédagogiques sont absentes et où le temps d'apprentissage est contraint. Ces bricolages linguistiques participent à une stratégie de familiarisation subjective avec la langue étrangère, en rendant ses sons moins intimidants, plus accessibles.

Lors d'une conversation ultérieure, je leur raconte une anecdote sur la ressemblance phonétique entre le mot français salut et l'expression chinoise *sha lv* 傻驴 [âne stupide], ainsi qu'entre bonjour et *ben zhu* 笨猪 [cochon idiot]. Ce jeu de sons amuse beaucoup les commerçants, qui prennent dès lors plaisir à saluer certains Français en disant malicieusement « *sha lu* ! », en souriant. Ces glissements ludiques, tout en produisant une forme d'inversion affective, révèlent aussi un rapport désinvolte mais actif à la langue de l'autre, où le mot n'est pas seulement appris pour sa fonction, mais réinscrit dans un registre comique et relationnel. Bien que leur prononciation ne soit pas parfaite, cela ne les empêche pas de rester polis avec les clients. En règle générale, les touristes répondent par *ni hao* 你好 [bonjour] en chinois, puis par *xie xie* 谢谢

[merci] après avoir effectué leurs achats. Ces échanges simples améliorent considérablement l'interaction, la rendant fluide et amicale. Grâce à ces éléments de base, couplés à l'aide de traducteurs, ils laissent une meilleure impression aux visiteurs et contribuent ainsi à augmenter le taux de réussite de leurs ventes.

Les petits commerçants opèrent une transformation remarquable : partant d'une position initiale de vulnérabilité linguistique, marquée par une méconnaissance du français standard, ils parviennent à prendre l'initiative dans l'interaction, devenant des acteurs de premier plan dans la configuration des échanges langagiers sur le marché festif. Plutôt que de subir les normes linguistiques locales, ils instaurent leurs propres règles de transcription phonétique, encourageant les visiteurs à entrer dans un jeu d'intercompréhension ludique, souvent fondé sur l'imitation, l'humour et la créativité sonore.

À travers ces pratiques, ils contribuent à l'émergence d'un tiers espace linguistique – pour reprendre la notion de Homi Bhabha – *un espace hybride* (Bhabha 1994)où ni le chinois ni le français ne dominent entièrement, mais où chaque langue est partiellement déplacée, transformée par l'autre. Ce terrain d'interaction n'est pas seulement un compromis linguistique : il constitue un espace de négociation culturelle active, où la fluidité et l'efficacité communicationnelle priment sur la correction grammaticale ou la pureté linguistique.

Malgré l'absence d'une formation formelle en langue française, ces commerçants mobilisent des ressources vernaculaires – jeux de mots, rapprochements phonétiques, gestes, expressions faciales – pour instaurer des formes de communication pragmatique hautement fonctionnelles. Ce processus peut être lu comme une forme de déterritorialisation linguistique : les mots circulent et se recomposent, les langues s'hybrident, et les rapports de pouvoir dans la communication sont renégociés à partir de pratiques concrètes, situées, inventives. Cette capacité à générer un espace langagier propre, à la croisée de deux systèmes culturels, révèle aussi une forme de leadership interactif : les commerçants ne sont pas de simples imitateurs du français, mais des co-producteurs d'un idiome relationnel transitoire, où le message passe malgré – ou grâce à – l'imperfection formelle. Ce que l'on observe ici, c'est une performativité migrante de la langue, une politique des marges où la capacité à créer du lien prévaut sur la conformité aux standards.

Cette fusion linguistique donne lieu à un système de décodage local, élaboré de manière cohérente, bien que largement informel. Si, en surface, leur usage du français semble s'inscrire dans les normes de la langue locale, il repose en réalité sur un ensemble de règles autonomes, forgées dans l'usage, selon une logique propre à leur position sociale, économique et migratoire. Il s'agit moins d'une maîtrise grammaticale que d'une interprétation fonctionnelle du langage, orientée vers l'efficacité et la rentabilité des interactions.

Leur stratégie repose sur une compréhension fine de la rationalité économique de base : dans un contexte de mobilité temporaire et de ressources limitées, il est inutile – et peu rentable – d'investir dans une acquisition linguistique exhaustive. À la place, ils mobilisent un vocabulaire minimaliste mais hautement fonctionnel, centré sur les mots-clés de la transaction

(tels que *ni hao* 你好 [bonjour], *xiexie* 谢谢 [merci], les chiffres, les expressions de politesse), suffisant pour générer des interactions efficaces, conclure des ventes, et maintenir une atmosphère amicale.

Cette approche n'est pas réductible à une simple économie de moyens : elle traduit une forme de sagesse sociale, un savoir pratique de l'interaction, fondé sur l'observation, l'ajustement contextuel, et l'optimisation des ressources disponibles. Ce système linguistique alternatif, souvent invisibilisé dans les approches classiques de l'apprentissage des langues, fonctionne comme un idiome de la survie marchande transnationale, où l'adéquation à la situation prime sur la conformité aux normes.

En cela, ces pratiques langagières ne sont pas seulement des tactiques : elles constituent un mode d'habiter l'espace linguistique de l'autre, selon une rationalité située, où l'intercompréhension est construite à partir de l'expérience, du corps, du regard, du son – bien plus que du code formel.

7　Faire lien par le don

Pour ces petits commerçants présents lors des festivals des lanternes, l'interaction avec les habitants ne se réduit pas à un objectif strictement commercial. Elle s'inscrit dans un enchevêtrement de besoins sociaux, affectifs et symboliques, révélant l'importance du lien dans leur expérience migratoire, aussi temporaire soit-elle.

Le premier jour de mon bénévolat, une commerçante chinoise nommée Li m'accueille avec une chaleur saisissante. Après avoir appris que je suis chinoise, elle prend une écharpe en cachemire de son stand et me l'enroule autour du cou, en disant :

> « Il fait si froid, tu n'as même pas apporté d'écharpe. Prends bien soin de toi dehors, ne tombe pas malade, ta maman en Chine s'inquiéterait beaucoup pour toi. »

En évoquant ma mère, elle éveille en moi une émotion intime et partagée ; sa sollicitude me touche profondément. Elle poursuit en parlant de sa propre fille, du même âge que moi, et du fait que voir des enfants comme moi lui rappelle celle qu'elle a laissée en Chine :

> « Ma fille a à peu près ton âge. Chaque fois que je vois des enfants comme toi, loin de leurs parents, je pense à ma fille qui n'est pas auprès de moi. »

Ce moment d'attention bascule vers une autre forme de mise en relation : elle me montre fièrement une écharpe en laine rose, cadeau d'une amie gaillacoise (Figure IV.6).

> « C'est une femme d'ici qui me l'a offerte. Cela fait déjà trois ans que je suis ici, j'ai beaucoup d'amis. Je leur fais des cadeaux et ils me rendent la pareille. »

Plus tard, elle me montre une valise de 28 pouces, dissimulée sous son stand (Figure IV.7), remplie d'objets offerts : chapeaux, sacs à dos, gants, parfums. Témoignages matériels d'un réseau d'échanges affectifs construit au fil du temps, malgré la brièveté de son séjour.



Figure IV.6 – *Li lève le pouce en signe de fierté et me montre une écharpe offerte par un habitant de Gaillac, symbole des relations qu' il a tissées au fil des années.*



(a) Des chocolats reçus par Li



(b) Un parfum que Li a reçu en cadeau

Figure IV.7 – *Cadeaux reçus par Li et conservés dans sa valise*

Cette volonté d'entretenir des relations sociales au-delà de la sphère marchande peut paraître surprenante dans un contexte de résidence courte. Mais à travers mes observations, je comprends que l'acte d'offrir des cadeaux joue ici un rôle central dans la dynamique d'intégration sociale. Le modèle relationnel adopté par les commerçants suit une logique particulière : l'offre précède l'échange. Le don intervient souvent de manière unilatérale, sans attendre un retour immédiat, ni même la certitude qu'un retour aura lieu. Certains commerçants offrent plusieurs présents avant de recevoir une réponse ; d'autres voient leurs cadeaux refusés. Ce déséquilibre du don ne traduit pas un échec, mais une autre manière de fabriquer du lien.

Pour ces commerçants, offrir un cadeau n'est pas seulement un moyen d'obtenir une réciprocité, mais une stratégie relationnelle et existentielle : c'est une manière de marquer sa présence, de générer de la reconnaissance, d'exister dans l'espace social local. L'acte de don devient une mise en scène de soi, un vecteur d'émotions et de respectabilité. Il permet de créer une appartenance éphémère mais significative, une insertion affective dans un monde étranger. En ce sens, le don est performatif : il ne se contente pas de représenter une intention, il produit un monde relationnel, une mémoire, une reconnaissance mutuelle.

Ces gestes du quotidien participent à une diplomatie ordinaire, à travers laquelle les petits commerçants fabriquent une forme d'identité interculturelle – non pas imposée par des institutions, mais forgée dans les échanges intimes, dans la répétition des attentions et dans l'émotion partagée. À travers le don, ils inscrivent leur passage dans la mémoire locale, tissent des récits et redéfinissent ce que signifie être là, même brièvement, dans un territoire étranger.

7.1 Un intérêt bien placé : don sélectif et stratégie relationnelle

En règle générale, les petits commerçants ne parviennent pas à vendre l'ensemble de leur marchandise pendant la durée d'un seul festival. Après la première édition du festival des lanternes à Gaillac en 2018, ils choisissent de stocker les produits invendus, ainsi que certaines lanternes démontées par les ouvriers, dans un entrepôt municipal. Mais à leur retour l'année suivante, ils découvrent que l'ensemble des marchandises a disparu, ne laissant derrière que des boîtes vides. Incapables d'identifier un responsable – l'accès à l'entrepôt étant ouvert à de nombreuses personnes – ils doivent accepter cette perte comme un risque structurel, non sans tristesse.

Cet événement constitue une expérience fondatrice dans leur apprentissage du contexte local, transformant leur rapport aux logiques d'échange et de confiance. Lors de la première édition, il n'est pas rare que certains commerçants offrent spontanément des produits aux Français qu'ils croisent fréquemment, dans une dynamique d'ouverture et de sociabilité non préméditée. Toutefois, ce geste de don, affectivement motivé et non stratégique, ne permet pas de sécuriser leurs marchandises à long terme.

À partir de la deuxième édition, on observe une réorientation de leurs pratiques relationnelles : les commerçants commencent à cibler plus consciemment leurs liens sociaux, notam-

ment avec les bénévoles du festival, identifiés comme personnes de confiance. Ils mettent progressivement en place une stratégie de stockage décentralisé : confier leurs produits restants à des habitants locaux, parfois en échange d'un petit cadeau ou d'un service rendu, jusqu'à la tenue du festival suivant. Cette pratique, observée jusqu'à la quatrième édition, révèle une intelligence pratique du terrain, fondée sur l'observation, l'expérience et l'adaptation progressive aux aléas du contexte d'accueil.

Plus qu'une solution logistique, ce système de stockage repose sur une économie morale de la réciprocité, où le maintien de bonnes relations avec les habitants devient une forme de protection sociale dans un environnement incertain. Pour ces commerçants, créer des liens n'est pas un supplément affectif ni une tentative d'intégration cosmopolite : c'est une ressource vitale, un filet relationnel contre les imprévus, et une manière de négocier une place – temporaire mais reconnue – dans l'économie locale du festival.

En ce sens, leur trajectoire ne s'inscrit pas uniquement dans une logique marchande, mais dans une grammaire relationnelle et contextuelle, où la confiance se construit dans la répétition, le don et l'investissement affectif. Cette capacité à convertir l'expérience en capital social constitue une forme de compétence sociale précieuse, souvent invisibilisée mais cruciale dans les parcours migratoires précaires et mobiles.

L'observation attentive des interactions entre les petits commerçants chinois et les habitants locaux permet de dégager une logique relationnelle en trois temps, structurée autour de la pratique du don comme outil stratégique d'intégration sociale dans un contexte migratoire temporaire et linguistiquement contraint.

La première étape consiste à créer des contacts les plus larges possible avec tous les Français, en offrant des cadeaux de manière indifférenciée. Cette générosité initiale, loin d'être purement désintéressée, fonctionne comme un levier d'ouverture dans un environnement culturellement étranger. En raison de la barrière linguistique, il est difficile d'engager un dialogue direct. C'est pourquoi les commerçants utilisent leurs produits comme vecteurs de sociabilité, offrant sans distinction des objets à ceux qu'ils croisent fréquemment – bénévoles, organisateurs, passants. Ce don généralisé, dans les premiers jours du festival, permet de briser la glace, de neutraliser l'altérité et d'abaisser le seuil de l'interaction. Dans le contexte interculturel, le cadeau agit comme une médiation affective, capable de transmettre de la bienveillance, de la convivialité et un désir de reconnaissance mutuelle, même sans langage partagé.

Mais cette première ouverture s'accompagne rapidement d'un processus de sélection implicite, comme l'illustre le cas d'un bénévole que je rencontre. Pensant que je suis traductrice, il s'approche de moi avec enthousiasme, vantant la qualité des produits chinois qu'il porte (une veste chauffante, des chaussures thermiques), manifestement désireux de renforcer ses liens avec les commerçants. Il me demande de traduire une requête : obtenir un deuxième panda en peluche pour son petit-fils, après en avoir reçu un pour sa petite-fille. Mais la commerçante concernée refuse catégoriquement :

« Je lui ai déjà donné un panda. Il est resté à parler, je ne comprenais rien. Ces

produits ont une marge importante. Je ne veux plus donner gratuitement. Et en plus, il a un comportement déplacé avec les femmes. »

Cette réponse marque une rupture dans la dynamique du don. Le bénévole, bien qu'initialement intégré dans la première phase du cercle relationnel par le biais d'un cadeau, ne respecte pas les règles implicites de réciprocité ou de retenue attendues dans la suite de la relation. Son insistance, sa présence jugée intrusive et son comportement ambigu entraînent son exclusion discrète du cercle de confiance. La commerçante instaure alors une frontière économique explicite : le panda coûte désormais 5 euros, et le temps de la gratuité est clos.

Ce cas illustre un phénomène plus large : la générosité initiale des commerçants n'est pas inconditionnelle. Elle fonctionne comme un outil de mise à l'épreuve, permettant d'observer les comportements et d'identifier les personnes avec lesquelles une relation de confiance ou d'échange durable est envisageable. Après une première ronde de cadeaux, une sélection silencieuse s'opère : certains deviennent des amis durables, d'autres sont relégués hors du cercle, notamment en cas d'abus perçu, d'incompréhension persistante ou de manque de respect.

Cette logique relationnelle repose sur une intelligence sociale fine, où le don joue un double rôle : dispositif d'inclusion et outil d'évaluation morale. Même dans une situation précaire et temporaire, les petits commerçants construisent ainsi des espaces d'affiliation, de filtrage social et de régulation affective, leur permettant de sécuriser leur présence dans un contexte étranger.

Dans ce processus, la stratégie sociale des commerçants se révèle motivée par une rationalité relationnelle. La première étape consiste à établir un lien par l'offre de cadeaux. Bien qu'ils donnent à tous sans distinction, cela ne signifie pas que tous recevront une attention continue. L'objectif est d'initier le lien, mais seules les personnes jugées fiables et partageant un certain consensus culturel ou affectif peuvent accéder à un niveau plus profond de relation.

Après cette phase initiale de générosité indifférenciée, les commerçants entrent dans une seconde étape plus sélective, où le don devient un outil de tri relationnel. À ce stade, ils mobilisent leur expérience accumulée au fil des éditions pour observer, discriminer et identifier, parmi les habitants locaux, ceux qui manifestent des signes de fiabilité, de respect et d'ouverture sincère.

Ils affinent alors leur stratégie : les dons persistent, mais s'adressent à un cercle restreint composé de personnes jugées dignes de confiance. Les objets offerts changent également de nature : ils ne sont plus de simples articles à bas prix issus du stock, mais deviennent des cadeaux plus précieux, choisis pour leur symbolique, leur esthétique chinoise ou leur valeur affective — parfois même fabriqués à la main. À travers eux,les commerçants tentent de construire un échange plus significatif, fondé sur la reconnaissance mutuelle et la réciprocité affective. Le raffinement du don exprime à la fois la bienveillance des commerçants et leur capacité stratégique à gérer des ressources limitées, en évitant les relations coûteuses ou non réciproques. Il s'agit de construire un capital social de qualité, fondé sur des relations susceptibles d'avoir un impact concret dans la durée — qu'il s'agisse d'une aide logistique, d'une médiation locale ou d'un soutien émotionnel. Le choix des personnes avec qui tisser ces liens repose sur un processus d'observation continue, un tri social informel fondé sur l'intuition, l'expérience et les signes

d'investissement réciproque.

La consolidation de ces liens s'opère également au-delà de la sphère physique, à travers l'usage de la messagerie WeChat, devenue une véritable infrastructure relationnelle transnationale. Grâce à ses fonctions de traduction automatique et d'échange multimodal (voix, images, texte), WeChat permet de maintenir le lien entre les éditions du festival, d'échanger des marques d'attention régulières (vœux, nouvelles personnelles, photos) et, surtout, de transformer les relations éphémères en relations durables.

C'est dans cet entrelacs d'échanges différés que le don révèle toute sa force symbolique : souvent relancé, réciproqué dans le temps, il nourrit un sentiment de continuité affective, même en l'absence de coprésence physique. La relation se ritualise, devenant un canal d'information, d'anticipation et de soin mutuel, structuré autour d'une mémoire partagée.

Dans une troisième étape, les liens construits avec les habitants sont activés de manière ciblée pour résoudre des problèmes concrets, notamment celui du stockage des marchandises entre deux éditions du festival. Les commerçants enquêtent discrètement sur les capacités logistiques de leurs contacts locaux (espace disponible, fiabilité) et, s'ils jugent le contexte favorable, leur confient des produits pour une durée pouvant aller jusqu'à un an.

Ce geste dépasse la simple utilité : il repose sur une confiance solidement établie, entretenue par les interactions régulières via WeChat. Le stockage devient ainsi un indicateur de reconnaissance mutuelle, un marqueur de la solidité du lien, et un levier de sécurisation économique pour les commerçants, leur permettant de se projeter dans la durée.

Après la fin du festival des lanternes, certaines relations initiées avec les habitants se prolongent dans le temps grâce à WeChat. C'est le cas d'Aurélie, Gaillacoise investie depuis plusieurs éditions, qui prévoit de se rendre en Chine après la troisième édition du festival. Bien que la pandémie interrompe son projet, elle reste en contact avec plusieurs commerçants chinois, partageant régulièrement des nouvelles, des moments de vie, et des photos, maintenant ainsi un espace d'amitié numérique transnationale.

Après le festival de Blagnac en 2022, Aurélie passe régulièrement ses jours de repos chez les commerçants. Elle y apprend à réaliser des nœuds chinois, à manipuler les baguettes, et à découvrir des fragments de vie quotidienne. L'usage de WeChat ne relève pas seulement d'une continuité technique de la communication : il devient un dispositif de maintien relationnel, où les messages, les vœux, les réactions aux photos forment autant de micro-actes d'attention différée, contribuant à la construction d'une proximité affective transnationale.

Ce maintien du lien, facilité par les affordances numériques de l'application — traduction intégrée, multimodalité, faible coût — fonctionne comme une extension post-festival de la diplomatie informelle du don, prolongeant les échanges au-delà du temps festif, dans une temporalité relationnelle plus lente mais durable. À travers cette stratégie initialement motivée par des intérêts pratiques, les commerçants parviennent à établir des relations de coopération mutuellement bénéfiques dans les échanges interculturels. En sélectionnant avec soin leurs interlocuteurs, en cultivant la réciprocité dans la durée, et en adaptant leurs gestes relationnels au contexte culturel

français, ils ne résolvent pas seulement le problème du stockage : ils assurent aussi une forme de sécurité sociale en vue des éditions futures du festival.

Le succès de cette stratégie repose sur un subtil mélange d'intuition commerciale, de compréhension fine des règles sociales dans un environnement étranger, et de capacité d'adaptation culturelle. En mobilisant les logiques relationnelles héritées de leur propre culture, ils parviennent à négocier leur place dans un espace transnational, à convertir la précarité de leur séjour temporaire, et à obtenir reconnaissance et estime à travers une insertion relationnelle fluide.

7.2 La signification multiple des échanges informels

À Gaillac, j'observe une pratique révélatrice des dynamiques relationnelles implicites entre les petits commerçants chinois et certains membres du personnel local, notamment les caissiers du festival, souvent employés par la municipalité. Étant donné que ces derniers ne sont pas censés s'impliquer directement dans les transactions monétaires, les produits des commerçants se transforment, d'une certaine manière, en une monnaie relationnelle.

Selon plusieurs commerçants, ces caissiers se montrent généralement rigides, trop formels, peu attentifs aux enjeux concrets de leur commerce. Pour y remédier, ils développent une stratégie informelle d'attention : offrir de petits cadeaux — symboliques mais réguliers — aux caissiers. Bien que leur valeur marchande soit modeste, ces présents procurent un sentiment de reconnaissance, renforcent la sécurité perçue et incitent les caissiers à faire preuve de davantage de diligence.

Les commerçants constatent progressivement que l'absence de dons peut nuire au bon déroulement des transactions. En raison des divergences dans la graphie des chiffres entre la Chine et la France, des malentendus surviennent fréquemment — risquant d'occasionner des erreurs de montant lors des réconciliations journalières. Ils en viennent à considérer le cadeau comme un moyen d'huiler la mécanique relationnelle, et d'éviter les frictions scripturales ou comptables.

Le témoignage de Wei éclaire ce rapport différencié aux figures de l'institution :

> « Pourquoi est-ce toujours à nous de faire des cadeaux aux caissiers ? Ce sont des employés de la mairie, pas des bénévoles. Les bénévoles, eux, ils sont gentils, accueillants, toujours prêts à aider. Mais les caissiers, on dirait qu'ils sont juste là pour garder la caisse, sans se soucier de ce que nous faisons. »

Elle explique que, au début, ils écrivent le « 7 » selon l'usage chinois, mais les caissiers l'interprètent comme un « 1 ». Le chiffre « 5 »est également jugé illisible. En l'absence d'explication, ils perdent régulièrement de l'argent et ont parfois le sentiment que les caissiers en profitent.

Ces remarques traduisent une double fragilité — linguistique et graphique — mais aussi un ressentiment latent, nourri par une asymétrie interactionnelle où les commerçants se sentent à la fois incompris, peu assistés, et économiquement exposés.

Dans ce contexte, le don prend la forme d'une régulation informelle par le bas : un geste de compensation face à l'absence de médiation institutionnelle, une tentative d'obtenir une attention individualisée et de restaurer une forme de justice relationnelle. Wei l'exprime sans détour :

> « Ce qu'on donne, ça ne vaut pas grand-chose, mais quand on leur fait un petit cadeau, ils sont rassurés et ils bossent plus sérieusement. Pour nous, ça se voit directement. »

Le don agit ainsi comme une technologie morale de reconnaissance, requalifiant les rapports de pouvoir à travers la production d'un sentiment de réciprocité affective. Il constitue aussi un outil de sécurisation micro-politique, là où les dispositifs formels échouent à garantir la clarté communicationnelle et l'équité de traitement. En ce sens, les commerçants ne cherchent pas à contourner l'institution, mais à l'humaniser, à l'adapter à leur réalité pragmatique et langagière.

Lors de mes échanges avec les caissiers du festival, je constate une ambivalence dans leur perception des cadeaux offerts par les petits commerçants chinois. Si, du côté des commerçants, ces gestes s'inscrivent dans une logique relationnelle, pragmatique et affective, leur réception par les agents municipaux reste plus nuancée, parfois marquée par un sentiment de gêne ou d'inconfort. Une caissière confie par exemple :

> « Je ne sais pas pourquoi ils nous donnent tout ça. Ils sont super enthousiastes, parfois un peu trop même. Cette année, la dame du stand n°1 m'a donné plein de flèches fluo, elle les a posées comme ça sur notre table— en souriant, avec des gestes. C'est incroyable. Mais moi, franchement, j'étais mal à l'aise. Je n'en ai pas besoin, c'est du gaspillage. Pourquoi elle insiste pour qu'on les prenne ? »

Un autre employé, également chargé de caisse, évoque une gêne similaire :

> « Je voulais juste faire un petit tour avant que le festival commence, mais à chaque fois que je passais, ils essayaient encore de me filer quelque chose. Ils sont adorables, hein, mais au bout d'un moment, j'évitais carrément leurs stands. Une fois, ils m'ont même donné une déco de Noël, alors que Noël était déjà fini ! »

Ces témoignages soulignent que le don peut être perçu non pas comme un geste amical, mais comme une intrusion, un fardeau ou une tentative de proximité non sollicitée dans un contexte où la relation de travail repose sur la neutralité et la réserve.

Du point de vue des commerçants, cependant, le don s'inscrit dans une logique plus complexe. Il ne vise pas seulement à sécuriser la relation ou à susciter la bienveillance, mais aussi à gérer un stock de produits invendus, souvent encombrant en fin de saison. En offrant des objets à ceux qu'ils croisent fréquemment — caissiers, bénévoles, employés municipaux — ils cherchent aussi à éviter la saturation visuelle des stands, à renouveler l'intérêt des clients réguliers, et à fluidifier l'écoulement des marchandises avant leur retour en Chine.

Ainsi, le don remplit ici une double fonction : régulatrice et relationnelle. Il permet d'une part de réduire les surplus logistiques, et d'autre part de recycler les objets marchands dans des

circuits de sociabilité informelle, en espérant parfois un retour symbolique (comme un pourboire ou une reconnaissance accrue). Mais cette stratégie de circulation des objets ne tient pas toujours compte des cadres normatifs ou émotionnels des destinataires, en particulier dans un contexte institutionnel occidental où la distance fonctionnelle est perçue comme une protection professionnelle.

Un jour, alors qu'un homme vient d'acheter une peinture pour sa femme, il attend tranquillement près du stand, monnaie à la main. Rong, commerçante chinoise, observant la scène, lui tend une écharpe invendue depuis longtemps, en lui disant : *froid, froid, cold*. L'homme, surpris, refuse immédiatement. Rong insiste : *It's free, free, for you*. L'homme, visiblement gêné, rougit et finit par déposer toute sa monnaie — sept euros — sur la table en précisant qu'il s'agit d'un pourboire. Ce n'est qu'après son départ que Rong constate que la somme reçue dépasse le prix habituel de l'écharpe, qu'elle cherche simplement à écouler.

Cette interaction révèle une asymétrie interprétative typique des contextes interculturels, où les actes ne sont jamais perçus dans leur seule matérialité, mais comme porteurs de significations implicites. Le don, même modeste ou intéressé, reste rarement neutre. Ici, l'intention pragmatique de Rong — écouler un surplus de stock tout en entretenant une atmosphère de cordialité — est interprétée par l'homme comme un acte de générosité désintéressée, voire comme une forme de politesse orientale, justifiant une réciprocité monétaire symbolique.

Pour le visiteur, refuser le cadeau semble impoli, mais l'accepter sans retour le place en position de dette non réglée. D'où son geste ambigu : un pourboire, tentative de résolution d'un déséquilibre perçu, alors même que le cadre marchand n'appelle pas formellement à cette réponse. Ce malentendu relationnel, producteur d'un excès (le don involontaire de 7 euros), montre bien comment les pratiques du don, même modestes, réactivent des logiques symboliques de réciprocité, parfois au-delà de la volonté des acteurs.

En miroir, les caissiers — eux aussi exposés à ces formes de don — apprennent à s'en protéger, non parce qu'ils refusent la convivialité, mais parce qu'ils en perçoivent le potentiel d'ambiguïté relationnelle. N'étant ni amis, ni clients, ni bénéficiaires explicites d'une dette sociale, ils rejettent le don comme intrusion dans un cadre fonctionnel, où la neutralité et la distance protègent d'un engagement implicite.

> « Tu peux lui dire que je lui donne ces chocolats sans rien attendre en retour. Je ne veux rien d'elle, je veux juste qu'elle goûte ces chocolats ; ils sont vraiment délicieux. »

De plus, comme mentionné précédemment, ces interactions fondées sur les cadeaux impliquent également d'autres pratiques. En 2019, une bénévole disposée à aider les Chinois à mieux comprendre la culture française apporte souvent des sucreries à partager. Pendant les fêtes de Noël, elle prépare une bûche, et le 6 janvier, elle propose une galette des rois, expliquant aux commerçants chinois que celui qui trouve la fève doit porter une couronne (Figure IV.8). Peu avant la fin du festival, un autre bénévole se présente avec une grande boîte de chocolats qu'il souhaite offrir spontanément à Li, une commerçante chinoise. En voyant le geste, Li

prend immédiatement un tableau de son stand pour le lui offrir en retour. Le bénévole, cependant, refuse vivement et me confie que je peux lui dire qu'il donne ces chocolats sans rien attendre en retour, qu'il ne veut rien d'elle, juste qu'elle goûte ces chocolats parce qu'ils sont vraiment délicieux. Ces scènes cristallisent une rencontre entre deux régimes culturels du don, fondés



Figure IV.8 – *Une bénévole explique aux petits commerçants comment on mange la galette des rois*

sur des conceptions différentes de la réciprocité et du sens de l'échange. Du côté de Li, le don appelle naturellement un contre-don, conformément à une norme profondément enracinée dans les relations sociales en Chine, où la circularité du don — donner, recevoir, rendre — constitue une obligation morale et sociale (Mauss 2021). Refuser de rendre peut être perçu comme une rupture de lien, voire comme une forme d'ingratitude ou de perte. L'offre de cadeaux sert ainsi à établir des relations sociales et à garantir la bonne marche des transactions. Elle constitue une stratégie relationnelle consciente, visant à établir, maintenir et réguler des relations sociales fonctionnelles avec les différents acteurs présents : employés municipaux, bénévoles.

Dans ce contexte, le don remplit une double fonction : il active la sociabilité dans un environnement institutionnel souvent perçu comme distant ou rigide, et il sécurise les opérations commerciales en réduisant les risques d'erreurs ou de malentendus dans les transactions. Le comportement des commerçants révèle une véritable stratégie d'adaptation culturelle, fondée sur une sélection minutieuse des relations à entretenir et sur la consolidation de ces liens par la répétition des dons. Les échanges ne se limitent pas à une logique utilitaire d'écoulement de stock : ils participent à un investissement patient dans la construction d'un capital social localisé.

Par ailleurs, les petites réciprocités inattendues (comme les pourboires) et les malentendus affectifs (comme celui de l'homme confus face à un cadeau gratuit) rappellent combien les interactions interculturelles sont traversées par la complexité des émotions, des projections et des lectures croisées de l'intention, qui peuvent générer de la générosité comme de la gêne. En somme, à travers ces interactions quotidiennes, les commerçants construisent bien plus qu'un

circuit de vente : ils bâtissent une présence sociale, une identité relationnelle mobile et un réseau translocal de soutien, essentiel à la réussite de leur trajectoire économique. Le don, ici, est à la fois outil, langage et lieu — un moyen d'exister, d'interagir et de s'ancrer temporairement dans un monde étranger.

8 Tisser des liens, façonner une image

Ce chapitre explore les formes différenciées d'interaction entre les travailleurs, artistes et petits commerçants chinois présents au festival international des lanternes de Zigong, et les habitants locaux. Il analyse les stratégies interculturelles qu'ils mobilisent dans leurs échanges quotidiens, que ce soit à travers le don, l'usage tactique des langues, les gestes d'hospitalité ou la sélection fine des interlocuteurs. Ces pratiques relationnelles ne relèvent pas seulement de styles individuels ou de besoins circonstanciés : elles participent activement à la fabrique symbolique de la Chine à l'étranger, dans le regard et l'expérience des publics locaux. En ce sens, les acteurs chinois présents dans ces festivals opèrent comme des micro-concepteurs de l'image nationale, produisant à travers leurs interactions quotidiennes une forme d'individualisme chinois situé. Cette perspective invite à dépasser une lecture étatique ou médiatique de l'image de la Chine à l'international. Elle montre que l'image nationale se coproduit par des acteurs ordinaires, dans des micro-situations de contact culturel, où se jouent des formes de reconnaissance mutuelle, de malentendus symboliques, de réciprocités inégales mais aussi d'affirmations identitaires inventives. À travers ces pratiques, l'image de la Chine ne se stabilise jamais totalement : elle se rejoue, se négocie, et se recompose continuellement, dans l'espace feutré mais puissant de la relation interpersonnelle.

Les modes d'interaction des travailleurs et des artistes chinois se distinguent par leur caractère immédiat, fonctionnel et peu prolongé dans le temps. Lorsqu'ils reçoivent des cadeaux de la part de Français, les travailleurs se contentent souvent d'un retour minimal et ponctuel — une cigarette, un petit objet — sans chercher à maintenir l'interaction ni à instaurer une relation durable. Du côté des artistes, les interactions restent également marquées par une temporalité éphémère : elles se produisent dans l'instant de la représentation, de la rencontre ou de la pause, mais ne s'inscrivent pas dans un processus de construction relationnelle au long cours. Cette absence de continuité entrave leur capacité à tisser des liens sociaux durables avec les habitants locaux et limite, de ce fait, leur rôle dans la production sociale de l'image de la Chine.

À la différence des ouvriers et des artistes, les petits commerçants chinois adoptent un mode d'interaction plus stratégique, sélectif et durable. Leur approche repose sur une logique relationnelle cumulative, dans laquelle l'offre répétée de cadeaux agit comme un outil de sélection, de stabilisation et de fidélisation. À travers ces échanges réguliers — structurés autour de gestes symboliques, d'attentions quotidiennes et de petites réciprocités —, les commerçants se constituent un réseau social local ancré, capable de soutenir leur activité économique (stockage de marchandises, coopération logistique, médiation avec les caissiers ou les bénévoles),

mais aussi de renforcer leur intégration sociale temporaire. Ce réseau n'est pas seulement fonctionnel : il devient un espace d'ancrage relationnel, dans lequel le commerçant migrant acquiert reconnaissance, visibilité et respectabilité.

Ce faisant, les commerçants dépassent leur statut de simples vendeurs temporaires pour devenir des acteurs sociaux reconnus dans l'espace local, capables de produire une mémoire positive de la présence chinoise dans la région. À travers ces relations interpersonnelles patientes et incarnées, ils contribuent activement à façonner l'image de la Chine auprès des habitants, non par le biais d'un discours officiel, mais à travers les affects, les échanges et les gestes du quotidien. Leur rôle dans la construction symbolique de la présence chinoise en France s'appuie ainsi sur une diplomatie informelle du lien, fondée sur le soin, la régularité et la réciprocité différée.

Yang 2009 souligne que le concept de *Guanxi* 关系 [relations] constitue une hypothèse culturelle partagée, profondément ancrée dans les pratiques sociales des Chinois de chaque région. Dans le contexte commercial du festival de lanternes, les petits commerçants comprennent qu'il est crucial de maintenir de bonnes relations avec des figures clés — comme le montre le chapitre précédent avec Wu — pour continuer à avoir un accès ouvert aux festivals. Les cas analysés dans ce chapitre montrent qu'ils savent également qu'établir des relations sociales solides avec les habitants locaux leur permet de garantir le stockage approprié de leurs marchandises entre deux éditions, de réduire les incertitudes logistiques et d'accéder à des ressources ou à des soutiens difficiles à obtenir autrement. En tissant patiemment ces relations, ils acquièrent un avantage concurrentiel sur le marché.

La théorie de l'interaction des images suggère que les individus jouent des rôles spécifiques lors de leurs échanges et tentent de comprendre comment les autres perçoivent cette interaction. Lorsque les petits commerçants présents aux festivals des lanternes établissent des relations avec les Français en tant que commerçants chinois, leurs stratégies sociales influencent non seulement leurs intérêts commerciaux personnels, mais aussi la manière dont la société française perçoit les Chinois. Il apparaît donc que l'image nationale ne constitue pas un concept fixe, diffusé unilatéralement par l'État, mais qu'elle se construit et s'ajuste constamment à travers les interactions sociales à un niveau micro. Bien que le festival de lanternes de Zigong fonctionne comme une plateforme de diffusion culturelle dirigée par les autorités, l'image nationale qu'il transmet reste, en fin de compte, profondément influencée par les comportements sociaux individuels.

Chapitre V　Entre boss, courtier et *xiangshen* : les multiples figures de l'agentivité de Monsieur Wu

Dans ce chapitre, j'explore les incohérences de l'image d'un *Xiang Shen* 乡绅 — un gentilhomme campagnard chinois — nommé Wu. J'éclaire son rôle en tant que représentant d'un certain type d'intermédiaire chinois inséré dans le marché des lanternes. Sa force réside dans sa capacité à saisir les opportunités et à façonner sa compétitivité. Bien qu'il n'occupe aucun poste officiel, Wu détient un certain pouvoir. Il s'adapte avec souplesse aux opportunités offertes par les politiques nationales, tout en restant fidèle à ses valeurs et à son éthique personnelle.

Je présente ses « scénarios publics » et « scénarios cachés » au sens de James C. Scott (Scott 1990), à travers différentes scènes et récits, ainsi que le processus de stigmatisation dont il fait l'objet. Dans le contexte chinois, la figure du *Xiang Shen*CU2 renvoie à une ambivalence sociale : il s'agit de personnes occupant une position intermédiaire — proches du pouvoir sans y appartenir, actives localement tout en dialoguant avec le centre.

Je mobilise ici la définition proposée par Xiang Biao (Xiang et Wu 2023) : les *Xiang Shen* gardent une certaine distance avec l'appareil institutionnel, s'appuient sur leurs réseaux locaux, comprennent les logiques du pouvoir central et savent communiquer avec le système dominant. Maîtrisant l'art de la coopération, ils savent établir des alliances fondées sur des intérêts mutuels. Ils représentent les revendications de leurs partenaires tout en restant capables de négocier avec les autorités. Cependant, ils ne défendent pas des principes universalistes, ne se positionnent pas comme critiques du système, et n'ont ni grandes ambitions morales ni volontés de réforme. Ils interprètent avant tout les intérêts de leur propre communauté.

Lors du troisième festival des lanternes de Gaillac en 2019, je n'ai pas encore rencontré M. Wu. Pourtant, son nom revient sans cesse. Les petits commerçants l'appellent « Boss Wu ». Chaque fois qu'ils parlent de lui, une forme d'admiration mêlée de crainte transparaît dans leur voix. Cela me conduit d'abord à croire — à tort — que les stands lui appartiennent et que les commerçants sont en réalité ses employés.

> « Nous ne pouvons pas vendre des articles à notre guise, le type de produit vendu à chaque stand est décidé par Boss Wu. »

—Li me confie, du stand numéro six

« Nous ne pouvons pas changer de place sans la permission de Boss Wu. »

—Wen affirme, du stand numéro cinq.

« Boss Wu m'a envoyé à Las Vegas l'année dernière, aux États-Unis, et cette année, il m'assigne ici. Je préfère retourner là-bas : il y a moins de monde ici. »

— Ran parle, un autre commerçant. Lorsque je tente d'en savoir plus sur Wu, personne ne souhaite me donner de détails. Je découvre plus tard que la femme du stand numéro un est son épouse,ce qui expliquerait peut-être pourquoi les autres commerçants évitent d'en parler devant elle.

Même en son absence, Wu exerce un contrôle à distance sur les petits commerçants. En janvier 2020, le festival est à mi-parcours. Bien qu'il leur reste encore beaucoup de marchandises, les commerçants reçoivent soudainement un nouvel envoi en provenance de Chine. Un soir, alors qu'ils discutent de la répartition de ces marchandises entre les stands, j'aperçois un joli bonnet en forme de lapin et je tends la main pour le toucher. Li m'arrête immédiatement :

« Ce chapeau ne m'appartient pas, c'est Boss Wu qui m'a demandé de le vendre pour lui. Si tu le veux, tu dois l'acheter. »

Il est clair que mon geste l'amène à penser que j'apprécie ce bonnet. Mais elle ne peut pas me l'offrir comme si c'était un article à elle.

Une fois le malentendu levé, je lui demande :

« Pourquoi aides-tu Boss Wu à vendre ses produits ? Cela ne nuit-il pas à ton propre stock ? »

Elle répond sans hésitation :

« Nous n'avons pas le choix : Wu est notre chef. Ce qu'il nous demande, nous devons le faire. On ne met que quelques-uns de ses produits dans chaque stand ; donc cela ne nuit pas à nos affaires. Au contraire, cela enrichit notre offre. »

À travers ces interactions successives, je commence à percevoir peu à peu l'image que projette Wu : celle d'un homme de pouvoir, capable d'exercer une autorité sur l'ensemble des petits commerçants, même en étant physiquement absent. Son autorité ne repose pas uniquement sur des ordres explicites, mais sur une combinaison subtile de confiance, de dette implicite et de gestion relationnelle — autant de leviers qui lui permettent de maintenir son influence au sein du groupe.

1 Un artisan devenu chef : la fabrique d'un scénario public

Je le rencontre pour la première fois lors du festival des lanternes de Blagnac en 2021. Il semble avoir entre cinquante et soixante ans. Sa silhouette est légèrement voûtée, et il porte des

lunettes aux verres mal nettoyés. Les coins de ses yeux tombent vers le bas, dessinant une forme triangulaire qui accentue une impression de fatigue ou de gravité.

Il s'habille d'un long manteau en peau de mouton brun, assorti à un pantalon noir et à des chaussures noires dont la surface est sérieusement usée, presque râpée, ce qui lui donne une allure un peu négligée. Sur sa tête trône pourtant une casquette à l'effigie d'un panda, comme un objet publicitaire, en complet décalage avec le reste de son apparence (Figure V.1). Ce contraste attire immédiatement mon attention. Son apparence est monnaie courante dans les rues de Chine ; il



Figure V.1 – *Wu et son stand*

ne ressemble pas à un chef. Je me présente ainsi à lui avec enthousiasme, exprimant que j'ai entendu parler de lui depuis longtemps. Il se présente à son tour :

> « Je suis responsable du commerce des lanternes, et plus de vingt grandes entreprises de lanternes à Zigong collaborent avec moi. J'ai sous ma direction entre 1 000 et 2 000 personnes. » — *Wu, le 1er décembre 2021 à Blagnac*

Ensuite, il sort fièrement son téléphone pour me montrer des photos d'articles publiés dans des journaux chinois aux États-Unis et au Canada, relatant son histoire. Il découpe soigneusement ces reportages, puis les encadre (Figure V.2) manifestement désireux de me montrer qu'il n'est pas quelqu'un d'ordinaire, mais plutôt un artisan remarquable.

En croisant les articles le concernant et les récits qu'il fait de lui, j'ai résumé son histoire : Wu est né dans un village rural du Sichuan. Enfant, il suit ses parents paysans pour ramasser des feuilles de palmier, qu'ils sèchent et transforment en objets d'artisanat pour les vendre sur le marché local. Grâce à cette socialisation et cette transmission, Wu maîtrise progressivement les techniques de tissage. Il accompagne ses parents au marché pour vendre les produits en feuilles de palmier depuis son jeune âge, et à 16 ans, il commence à apprendre officiellement l'art du tissage. En 1991, il tisse un dragon chinois (Figure V.3) qui remporte le premier prix au troisième festival des arts populaires de Chengdu. En 1992, il réalise sa première exposition en Malaisie et, depuis lors, il vit en tant qu'artiste de vannerie. Après avoir consulté ces articles,



Figure V.2 – *Wu encadre des articles de presse*



Figure V.3 – *Dragon en vannerie réalisé par Wu*

j'exprime mon admiration à son égard. Il commence alors à partager ses expériences. Wu me raconte qu'entre 2006 et 2007, il participe pour la première fois au festival des lanternes de Zigong au Canada, où il expose ses œuvres en vannerie et reçoit une invitation pour enseigner cet art dans des écoles locales. À partir de 2012, année où l'art de la vannerie est inscrit sur la liste du patrimoine culturel immatériel de la Chine, il commence à rassembler différents artisans pour organiser des expositions de métiers traditionnels dans plusieurs villes du monde lors des festivals de lanternes de Zigong.

Aujourd'hui, Wu collabore avec une vingtaine d'entreprises de lanternes à Zigong, organisant une équipe commerciale pour vendre de petites marchandises à l'étranger pendant le festival des lanternes. Il est responsable de la gestion de ces activités et prélève une commission de 3% sur chaque contrat.

Il se présente comme un artiste en vannerie et non simplement comme un petit commerçant. Il mentionne souvent les prix d'artisanat qu'il obtient. Plus important encore, il insiste sur le fait que la création et le fonctionnement de cette équipe d'artisans au festival des lanternes reposent entièrement sur ses efforts personnels et que, sans lui, il n'y aurait pas l'équipe actuelle. Il me montre également des photos de dîners avec le président du groupe des lanternes, affirmant qu'ils sont de vieux amis. Voici deux photos partagées par Wu sur WeChat : l'une avec le président du groupe des lanternes, l'autre avec Gausserand (voir Figure V.4 et Figure V.5).

Actuellement, Wu profite de son temps libre pour se rendre dans les champs aux alentours de Chengdu pour ramasser des feuilles de palmier. Une fois séchées naturellement, il les expédie à travers le monde, accompagnées d'autres petits objets. Étant légères et exemptes de graines ou d'autres articles interdits, les feuilles ne sont généralement pas soumises à des contrôles douaniers. Ces feuilles sèches sont ensuite transformées par les mains habiles de M. Wu en petits animaux vivants, révélant son talent en tissage. Sur son stand, on trouve beaucoup de petits animaux tissés en feuilles de palmier, vivants et magnifiques. Un jour, j'observe une mère et son fils hésiter entre un dragon et un criquet. La mère me dit qu'elle a acheté un criquet lors du festival des lanternes de Gaillac. Son fils l'aime beaucoup, mais malheureusement, il a déjà été démonté. Le garçon semble vouloir un autre criquet identique. Cependant, la mère préfère acheter un dragon, car cet objet fait à la main est très rare et serait un ajout magnifique à leur salon. C'est alors qu'un autre client demande comment est fabriqué un coq en feuilles de palmier. Lorsque je traduis ses propos, Wu désigne les palmiers dans le parc en affirmant :

« C'est fait avec ces feuilles. »

Cependant, le client ne semble pas comprendre ses paroles. Wu me demande alors d'expliquer :

« C'est fait avec ces feuilles séchées. Regardez là-bas. »

Il me presse :

« Dépêche-toi et explique-leur. Je n'ai pas le temps, je dois vendre ce dragon. »

À ce moment-là, il semble avoir mis de côté son identité d'artiste, se concentrant principalement sur les ventes, car ce dragon est affiché au prix de 99 euros.



Figure V.4 – *Photo de Wu avec le président du groupe des lanternes, publiée sur WeChat.*
Traduction : « Chaque fois que je viens à Zigong, je reçois un accueil chaleureux de la part de M. Huang, le président du groupe des lanternes. Cela fait presque vingt ans que je le connais. Le président Huang m'a non seulement accordé une grande reconnaissance, mais il est aussi un mentor et un ami précieux dans ma vie. Sa bienveillance et sa générosité resteront gravées dans mon cœur pour toujours ».



Figure V.5 – *Photo de Wu avec Patrice Gausserand, publiée sur WeChat.*
Traduction : « Une photo amicale et chaleureuse de moi avec le maire de Gaillac. Merci, Monsieur le Maire, pour votre soutien et votre aide précieux. Nous ferons de notre mieux ».

Ces objets en vannerie sont coûteux. Wu m'explique que les feuilles elles-mêmes ne valent pas grand-chose, mais c'est son savoir-faire qui leur procure une valeur. Cela éclaire l'importance qu'il accorde à ses propres créations artisanales. Wu choisit ce qu'il va tisser en fonction du profil des visiteurs : leur nombre, leur intérêt apparent et leur pouvoir d'achat. Au festival de Blagnac, il produit relativement peu d'articles. À mi-parcours, tous ses objets sont déjà vendus. Intriguée, je lui demande pourquoi il ne continue pas à tisser. Il me répond alors :

> « Les gens ici ne s'y intéressent pas, les ventes ne vont pas bien. Plutôt que de perdre mon temps à tisser, je préfère dormir. Tisser un coq prend deux ou trois heures. Même si je le mets en vente cinq soirées, je ne suis pas sûr de le vendre. S'il reste invendu, je dois dépenser de l'argent pour le ramener en Chine. Pourquoi devrais-je faire ça ? Je peux vendre d'autres marchandises. Comme ça, en rentrant de la Chine, je n'ai plus de stock. » *— Wu, le 10 décembre 2021 à Blagnac*

Il a cette facilité à endosser tour à tour les rôles d'artiste et de commerçant en quête de gain. Bien qu'il attache une grande importance à son savoir-faire, j'observe que dans certaines situations, il néglige le travail des autres. Le dernier jour du festival de Blagnac, par exemple, alors que tout le monde est occupé à ranger les stands et qu'il ne reste presque plus de marchandises au stand de M. Wu, je le vois offrir les deux dernières lanternes de son stand à un enfant, puis commencer à flâner entre les autres stands. Au même moment, il prend un nœud chinois que Ying (une autre commerçante) était en train de ranger, et l'offre à une employée française se tenant à côté. Ying réagit avec colère et l'interpelle :

> « Pourquoi agit-il ainsi ? Pourquoi ne pas offrir plutôt ses propres créations ? » — *Ying, le 2 février 2022 à Blagnac*

Wu lui répond calmement, mais fermement :

> « Mes œuvres, même si je devais les jeter, je ne les donnerai jamais facilement. Mais un ou deux nœuds chinois comme les tiens, tu peux toujours en refaire facilement. Et puis, si tu dois les ramener avec toi, tu dois encore payer le transport. » —*Wu, le 2 Février 2022 à Blagnac*

Cet échange révèle des conceptions très différentes de la valeur du travail artisanal. Pour Wu, ses créations sont porteuses d'un statut particulier, indissociables de sa position d'autorité et de sa stratégie de distinction. À l'inverse, les objets produits par Ying, bien qu'inscrits dans un patrimoine culturel, sont perçus par lui comme facilement remplaçables, voire comme des marchandises légères dont l'intérêt est avant tout fonctionnel ou promotionnel. Ce moment de tension éclaire les hiérarchies implicites entre artisans et la manière dont les objets deviennent des instruments de pouvoir, de distinction et de négociation dans l'espace du festival. Ying, toujours furieuse, me raconte un autre épisode de la même nature : alors qu'ils prenaient un vol ensemble à Pékin, Wu s'aperçoit que sa valise à main est trop lourde pour embarquer. Il en profite alors que Ying est aux toilettes pour ouvrir sa valise et y jeter discrètement la plupart des articles d'artisanat d'elle, tout en ajoutant ses propres affaires. Ce n'est que lorsqu'ils arrivent

en France que Ying découvre que la moitié des objets de sa valise ne lui appartiennent pas ; ces nœuds chinois finement tissés ont été jetés à la poubelle de l'aéroport de Pékin. Bien qu'elle soit très en colère, elle ne peut rien faire et doit se résoudre à la situation.

Je constate ainsi que l'image de Wu ne correspond plus à celle d'un artiste tisseur de paniers, ni à celle d'un gestionnaire. Je commence à porter une attention particulière aux comportements de Wu. Son image évolue de manière significative : de paysan, il devient artisan tisseur, puis artiste du tissage, pour finalement muer en commerçant transnational. À travers ses mutations, c'est aussi son espace de vie qui se reconfigure : d'abord ancré dans la campagne, il s'étend à la ville, avant de s'ouvrir à une scène globale. Ces trois déplacements – identitaires, professionnels et spatiaux – sont étroitement liés à l'émergence du mouvement de sauvegarde du patrimoine culturel immatériel en Chine. Ce mouvement a profondément modifié la place des artisans dans la société : autrefois marginalisés ou invisibilisés, ils bénéficient désormais d'une reconnaissance officielle qui leur permet de revaloriser leur savoir-faire, mais aussi de redéfinir leur statut social par rapport à la société traditionnelle. (Cheng 2015). Wu incarne cette trajectoire ascendante. Il mobilise cette légitimité patrimoniale non seulement comme ressource identitaire, mais aussi comme capital symbolique au service des stratégies économiques. Après avoir participé à plusieurs compétitions d'artisanat et remporté des prix, Wu prend conscience de l'importance stratégique de la reconnaissance médiatique. Celle-ci ne se limite pas à la visibilité : elle lui permet d'acquérir des preuves formelles de sa légitimité — articles de presse, certificats de récompense, photographies officielles — qui instaurent une claire distinction entre lui et les artisans dits ordinaires. Dans cette perspective, il choisit de matérialiser et de mettre en scène ces signes de reconnaissance : il fait encadrer les articles qui lui sont consacrés, les expose publiquement et les mobilise comme autant de supports de narration de soi. Ces accomplissements, inscrits dans un dispositif de reconnaissance externe, deviennent les éléments d'un scénario public soigneusement construit, où Wu se donne à voir non seulement comme artisan, mais comme figure d'autorité légitimée par l'institution. Cette mise en récit participe activement à la construction de son identité sociale, dans un contexte où la distinction passe par la capacité à s'approprier les codes de la reconnaissance officielle. Au fur et à mesure de ces reconnaissances, Wu commence à pouvoir présenter d'autres artisans aux festivals de lanternes pour vendre des objets artisanaux, devenant ainsi un intermédiaire précieux. En collaborant avec différents patrons de festivals, il développe un goût pour les transactions avec les puissants, ce qui constitue son deuxième scénario public — celui de fondateur et de gestionnaire d'une équipe commerciale. Dans ce processus de mise en scène de soi, Wu met en avant ses deux atouts majeurs : d'une part, son statut d'artiste primé, dont les réalisations ont été publiées dans la presse, et d'autre part, son rôle de responsable du stand commercial au sein du festival des lanternes. Ces deux dimensions – la reconnaissance symbolique et la position d'autorité économique – constituent les piliers de sa légitimité. Toutefois, cette double valorisation s'accompagne d'attitudes plus ambivalentes. Sa condescendance vis-à-vis du savoir-faire des autres artisans, ainsi que son insistance sur la valeur marchande des œuvres, révèlent une facette plus stratégique,

voire instrumentale de sa personnalité. Derrière l'image de l'artiste reconnu se dessine celle d'un acteur soucieux de rentabiliser son art, parfois au détriment de la reconnaissance mutuelle entre pairs. Cette tension entre posture artistique et logique commerciale souligne les enjeux de pouvoir et de hiérarchisation implicite qui traversent les relations au sein du groupe.

2 Entre méfiance et contrôle : la mise en scène discrète de Wu

Au cours du festival des lanternes de Blagnac, trois semaines d'immersion quotidienne aux côtés des petits commerçants — marquées par des échanges dans leurs logements en journée et une participation active à leurs stands en soirée, notamment pour assurer la traduction — favorisent l'émergence de relations de proximité que je qualifierais d'amicales. Ces interactions prolongées instaurent progressivement un climat de confiance, propice à l'observation participante.

Le 20 décembre 2021, Ran, le commerçant qui fabrique les barbes à papa du festival, me fait remarquer que la température devient de plus en plus fraîche et que les commerçants manquent de vêtements chauds. Il souhaite donc que je les accompagne pour en acheter quelques-uns. Le lendemain, devant l'arrêt de bus, Wu sort un tas de pièces de 2 euros de sa poche, indiquant qu'il souhaite payer les frais de transport. Je leur montre comment acheter des tickets, et Wu utilise ce tas de pièces pour acheter 12 tickets qu'il distribue ensuite aux petits commerçants. En recevant leurs tickets, ils l'applaudissent en déclarant :

« —Boss Wu est vraiment généreux. » !
« —Suivre Boss Wu, c'est toujours un bon choix ! »
« —Merci au Boss Wu pour le transport. »

Lorsque Wu remet les pièces restantes dans sa poche, j'ai la vague impression qu'elle est pleine de monnaies.

C'est à ce moment-là que je remarque l'état de ses chaussures : des souliers en cuir visiblement usés jusqu'à la trame, sur le point de se déchirer. Ses chaussettes, trouées, laissent entrevoir la peau. À chaque pas, la semelle et le dessus de la chaussure s'écartent et se referment. Pourtant, Wu ne semble pas s'en préoccuper. Il continue à marcher dans les rues de Toulouse, discutant bruyamment en dialecte du Sichuan avec les petits commerçants.

Par moments, il sort son téléphone pour appeler sa famille en Chine. Il filme les rues, les vitrines, les façades toulousaines, les commentant à haute voix pour l'autre côté de l'écran. Même en entrant dans un magasin, il ne raccroche pas. Je me sens obligée de lui rappeler de baisser un peu la voix, mais il ne tient pas compte de ma remarque.

« Oh, je montre juste à ma femme. Elle aime bien voir où je vais. »

Cette scène révèle une tension discrète mais frappante entre l'image de réussite qu'il projette, notamment à travers les vidéos adressées à ses proches, et les signes matériels de sa précarité, visibles dans l'usure de ses vêtements. Elle illustre aussi une forme d'indifférence à certaines normes locales, ou peut-être une stratégie de détachement, où la projection de soi vers là-bas (la Chine) prend le pas sur l'attention portée à l'ici.

Après avoir flâné un moment dans la rue, Wu me demande de l'accompagner pour acheter une nouvelle paire de chaussures. Ses cheveux sont en désordre, une odeur de négligence l'entoure, et sa voix, forte et résonnante, tranche avec l'ambiance feutrée des rues commerçantes. À ses côtés, je ressens un certain mal à l'aise, difficile à surmonter sur le moment.

Pour accomplir cette tâche, nous entrons dans une boutique de chaussures située sur la rue piétonne. Les prix affichés pour les chaussures en cuir dépassent 150 euros. Le cadre est élégant, presque solennel, et le vendeur, vêtu d'une chemise bien repassée et une cravate, affiche une tenue et une posture soignées, qui tranchent nettement avec l'apparence de Wu. Pour sa part, il continue à se promener lentement entre les rayons, observant attentivement les chaussures exposées. Le vendeur s'approche et, d'un ton professionnel, lui pose quelques questions simples :

> « Quelle pointure faites-vous ? Avez-vous besoin de chaussures décontractées ou de chaussures habillées ? »

Je traduis ces questions à Wu, qui ne répond pas immédiatement mais saisit une paire de chaussures. Il en pince la semelle, comme pour en vérifier la souplesse, puis glisse ses doigts à l'intérieur pour en évaluer la texture. Après ce rapide examen tactile, il repose la chaussure — mais jamais exactement à sa place. À mesure qu'il enchaîne les essayages visuels, sans intention claire d'achat immédiat, Ran l'interpelle avec une certaine exubérance, louant son bon goût. Tandis qu'il l'encourage, il s'affaire discrètement à remettre les chaussures déplacées à leur place. Cette scène révèle une dynamique presque chorégraphiée entre Wu et Ran, faite de rôles implicites : l'un incarne la figure centrale, celle qui choisit et impose un rythme, l'autre l'assistant qui valorise et répare, presque sans que cela ne soit dit.

Je traduis les questions du vendeur pour Wu, qui désigne une paire de chaussures et demande avec sérieux :

> « Est-ce du cuir de première qualité ? Où sont-elles fabriquées ? »

Le vendeur, toujours courtois, répond :

> « Oui, ce sont des cuirs de première qualité, fabriqués en Italie. »

En traduisant, je prends le temps d'expliquer au vendeur que Wu et ses collègues travaillent pour le festival des lanternes de Blagnac et qu'ils cherchent à remplacer des chaussures abîmées par plusieurs semaines d'usage intensif. Le vendeur acquiesce, comprenant le contexte. C'est alors que Wu ajoute :

« Je sais bien que ce sont des chaussures italiennes, du véritable cuir de première qualité. La qualité est bonne. Que ce soit du cuir véritable ou non, je reconnais la vérité quand je la touche. »

Pendant ce temps-là, Ran continue de s'extasier :

« Seules de bonnes chaussures conviennent à Boss Wu. Je n'ai jamais porté de cuir de première qualité. Pour nous, une simple paire de baskets suffit. »

Peu à peu, les autres artisans se rapprochent, attirés par la scène, d'autres lançant des compliments à mi-voix. L'ambiance est presque cérémonielle : le moment de l'achat se transforme en scène publique où se rejoue la place centrale de Wu au sein du groupe.

« —Boss Wu a acheté une paire de chaussures très chères ! »

« —Boss Wu est vraiment riche ; il achète sans réfléchir ! »
« —Boss Wu s'y connaît vraiment, je ne savais même pas que c'était du cuir italien ! »

« —Boss Wu porte une veste en cuir de première qualité, assortie à des chaussures de première qualité. À côté de nous, les pauvres, c'est évident, c'est vraiment l'allure d'un patron ! »

Ces éloges collectifs renforcent sa position de figure d'autorité, mais ils révèlent aussi, en creux, les écarts de statut et de ressources au sein de cette micro-communauté. L'acte d'achat devient alors bien plus qu'un simple geste de consommation : il devient un acte performatif, à travers lequel Wu affirme son rôle, son goût et son pouvoir, sous le regard approbateur — et peut-être un peu résigné — de ceux qui l'entourent. Cette mise en scène publique, fondée sur la consommation visible, fonctionne comme un *scénario public*(Scott 1990) : elle légitime la hiérarchie interne du groupe et rejoue symboliquement l'ordre social existant. Derrière les apparences d'une adhésion collective joyeuse, on peut également percevoir une forme de résignation implicite, où les écarts de pouvoir sont reconnus mais non contestés. L'acte de louer Wu n'est donc pas seulement spontané ; il est aussi une pratique de maintien de l'équilibre social au sein d'une structure temporaire de migration et de travail.

Wu finit par trouver la paire de chaussures qui lui convient. Entouré des autres artisans, il se dirige vers la caisse dans une sorte de petite procession, au centre de l'attention. Le prix affiché est de 185 euros. Il sort alors de ses poches plusieurs liasses de billets en petites coupures — des billets de 5, 10 et 20 euros, soigneusement regroupés avec des élastiques selon leur valeur. Après avoir compté son argent en silence, il remet une liasse de billets de 5 euros dans sa poche et tend le reste au vendeur. Celui-ci emballe ses vieilles chaussures dans une boîte, mais Wu lui fait un petit signe de la main, presque désinvolte, pour lui signifier qu'il peut les garder ou les jeter. Il quitte le magasin avec ses nouvelles chaussures aux pieds, entouré par les regards approbateurs de ses compagnons.

Ce geste de paiement, à la fois concret et symbolique, marque un moment d'affirmation : Wu affiche sa capacité à acheter du cuir de qualité, en liquide, avec l'argent accumulé au fil des semaines. Le fait de classer ses billets, d'en garder une partie de côté, tout en se séparant ostensiblement de ses vieilles chaussures, donne à cette scène une dimension presque théâtrale, où la consommation devient un rituel de légitimation sociale.

Une autre commerçante, Rong, achète dans un magasin de vêtements à côté une veste et un pantalon pour un total de 80 euros, et elle sort également une liasse de billets de 5 euros pour payer. Avant de les quitter, je les accompagne jusqu'à l'arrêt de tramway du centre-ville. Cependant, Wu dit :

> « Il est encore tôt pour rentrer. Pourquoi ne pas marcher et profiter des paysages le long du chemin ? »

Ce geste de paiement en petites coupures, anodin en apparence, mérite toutefois d'être relevé : il ouvre une piste d'interprétation sur les dynamiques économiques centrées sur l'usage du liquide, qui seront approfondies plus loin.

De même, la proposition de Wu de prolonger la promenade, plutôt que de prendre le tramway, peut être comprise non seulement comme un désir de flânerie, mais aussi comme une stratégie discrète pour éviter d'engager une dépense supplémentaire.

Mes premières interactions avec Boss Wu révèlent combien son attitude peut déstabiliser les personnes novices — à commencer par moi — peu préparées à ce type de rapport social. Pendant le festival des lanternes, tous les Chinois, travailleurs et commerçants, finissent généralement leur dîner vers 16h30 ou 17h. Après le repas, les petits commerçants arrivent habituellement à leurs stands vers 17h30. Lors du festival des lanternes de Blagnac, les bénévoles partagent une tente avec l'équipe chinoise, séparée par un paravent. Vers 17h, les bénévoles, dont je fais partie, se rassemblent pour organiser les tâches de la soirée, ce qui coïncide avec le dîner de l'équipe chinoise. Au début, j'arrive souvent vers 16h au dortoir de l'équipe chinoise pour profiter d'un repas chinois avec eux avant de contourner le paravent pour participer à la réunion des bénévoles. Mon statut de bénévole me donne accès à une carte qui me permet d'entrer directement dans le parc et de dîner vers 20h. De ce fait, je ne suis pas tenue de partager le repas avec les commerçants. Dans ma volonté de me rapprocher d'eux, je ne perçois pas immédiatement que cette absence au moment du repas peut être mal interprétée ou créer une forme de distance.

Le 13 décembre, après avoir reçu ma tâche du jour, je me rends comme à l'accoutumée à mon poste de bénévole, chargée de compter les visiteurs à la sortie principale. C'est alors que Wu, revenant du dîner et passant près de moi pour regagner son stand, me lance soudain :

> « Un ouvrier a mentionné qu'il soupçonne certains bénévoles d'aider les Français à les surveiller. »

Je m'attends à ce qu'il ajoute quelque chose, mais il se retourne brusquement et s'éloigne, me laissant dans un état de perplexité.

Dès le lendemain, à peine m'aperçoit-il qu'il déclare :

« La Chine m'a appelé pour me dire de ne pas laisser d'autres personnes entrer dans le parc. En raison de la COVID, c'est une période spéciale ; nous ne pouvons pas être en contact avec des étrangers hors de notre équipe. »

Je lui réponds :

« J'ai une carte de bénévole qui me permet d'entrer librement dans le parc. Je veux juste discuter un peu avec vous avant de commencer à travailler. »

Il répond rapidement :

« On est toujours contents de t'avoir avec nous, et ça nous fait plaisir de partager à manger, c'est pas une question d'argent. Mais franchement, les consignes de la Chine sont claires : à cause du Covid, les gens qui ne sont pas de notre équipe ne doivent pas trop nous approcher. Et tu sais quoi ? Ce sont les Français qui ont commencé à en parler, même avant que la Chine me dise quelque chose. Franchement, ce genre de truc, ça me fout toujours la pression. »

Ensuite, il ajoute :

« Je veux juste parler un peu avec toi, comme un ami. Je ne dis pas que tu n'as pas le droit de faire des trucs, hein. C'est juste que, ici, c'est super compliqué, les relations entre les gens aussi. Quoi qu'on fasse, il y a toujours quelqu'un qui nous observe et qui finit par tout raconter à la Chine. »

Quelques jours plus tard, le 18 décembre, un samedi, je n'ai pas de tâche de bénévolat mais je me rends quand même au festival des lanternes. Je n'avertis pas à l'avance les commerçants via WeChat, puis j'entre directement dans le parc. À ce moment-là, le stand de Wu attire déjà de nombreux clients. À peine arrivée, un visiteur me demande comment fonctionne le jeu de *Fei Jian* 飞箭 et quel en est le prix. Après avoir donné des explications, l'un d'eux se décide à en acheter un. Comme Wu est occupé avec d'autres clients à ce moment-là, je prends l'initiative de l'aider en remplissant un reçu, afin que les clients devant moi puissent directement aller régler à la caisse. C'est un geste que j'ai l'habitude de faire pour d'autres stands. Mais à ma grande surprise, en me voyant faire, Wu s'approche et me retire aussitôt les reçus des mains en disant :

« Merci, tu peux y aller. Je parle français, je n'ai pas besoin d'aide. »

Je réponds :

« Il me pose une question, je réponds, je n'ai pas dit autre chose. »

Il dit :

« Je sais, je voulais juste te faire savoir que je parle la langue française. Tu peux aller aider aux stands 4 et 5 ; ils ont besoin de plus d'aide que moi. »

Je laisse échapper un rire, puis je lui précise :

« Il y a quelques jours, tu voulais que je traduise, et maintenant tu comprends soudainement le français ? »

Il sourit, puis répond :

« Oui, je comprends le français, mais cela ne veut pas dire que je peux parler. »

Peu après, alors que je ne reste pas longtemps au stand 4, Wu vient vers moi et dit :

« Tu vois, notre groupe, c'est vraiment compliqué, tout le monde est à cran. Dès que tu arrives, les ouvriers me demandent directement si je t'ai envoyée pour surveiller les stands 4 et 5. Et juste parce que je montre du doigt vers le stand 4, ils croient que je t'ai missionnée pour les espionner ! »

La répétition du comportement suspicieux de Wu me questionne souvent. Une autre fois, après Noël, j'offre à cette occasion deux verres de vin chaud aux ouvriers et aux commerçants. Je leur fais remarquer qu'actuellement, c'est la saison du vin chaud, dont le goût est introuvable en Chine et qui est une spécialité française. Tout le monde est ravi et chacun reçoit un verre. Cependant, lorsque Wu apprend que chaque verre coûte 2,5 euros, soit près de 20 yuans, il refuse ma bonne intention en disant :

« Quoi ? 2,5 euros ? Je ne le bois pas, je ne veux pas être redevable envers toi. »

Je lui réitère que c'est juste pour leur faire goûter une spécialité d'hiver, et il répond :

« Tu peux leur faire goûter, c'est sympa, c'est ton choix. Merci pour l'intention. Moi, j'en ai déjà goûté une fois. Franchement, je n'aime pas trop. »

Wu me tient souvent des propos énigmatiques, révélateurs d'une certaine méfiance à mon égard. Il semble chercher à maintenir une frontière entre eux et moi, refusant que je m'intègre trop au groupe. À ses yeux, ma proximité n'apporte aucune valeur ajoutée, et mon statut de bénévole suscite peut-être chez lui la suspicion : il pourrait me percevoir comme une observatrice envoyée par l'organisation française, susceptible de rapporter certains comportements jugés inappropriés. Ainsi, à travers des remarques indirectes, il me rappelle subtilement de garder mes distances.

En réalité, Wu construit devant moi un scénario public soigneusement contrôlé : il se montre accueillant mais distant, reconnaissant mais indépendant, cultivant l'image d'un leader communautaire loyal envers son groupe mais méfiant envers toute influence extérieure.

Son attitude illustre bien ce que Scott appelle la gestion stratégique de l'apparence publique : il façonne la perception de lui-même en fonction de ce qu'il veut rendre visible, tout en dissimulant ses vulnérabilités et ses incertitudes derrière une posture de protection collective (Scott 1990).

3 Le masque fissuré : tensions entre scène publique et pratiques cachées

Jusqu'ici, Wu parvient à maintenir une image publique soigneusement contrôlée, façonnée par la distance, la retenue et la mise en scène d'une loyauté communautaire. Cependant, au fil des interactions quotidiennes, certaines fissures commencent à apparaître dans ce dispositif. Un incident précis, autour d'une transaction non déclarée et de la demande ambivalente d'aide qu'il m'adresse, met au jour les tensions latentes entre les apparences soigneusement construites et les pratiques informelles sous-jacentes. C'est à partir de ce moment que le masque de Wu se fissure, révélant une autre face de sa position dans l'économie et la dynamique sociale du festival.

Wu est appelé par certains Français monsieur con. La compagne de Patrice Gausserand lui dit même directement en face :

« Bonjour, monsieur con. »

Mei, au stand numéro 1, traduit alors pour Wu :

« Ils pensent que tu es vraiment une bonne personne, un bon monsieur. »

Wu me demande aussitôt :

« C'est-à-dire quoi ? Je sais qu'ils me traitent de con, ils disent que je suis un cochon, n'est-ce pas ? Mais ça ne me dérange pas. Comment elle veut. »

Dans un contexte de barrière linguistique, que fait Wu pour que les autres éprouvent autant de mépris à son égard ? Au début du mois de janvier, une situation éveille mes soupçons. Ce jour-là, Wu m'appelle et me demande d'expliquer certaines circonstances au maire. Il raconte :

> « Hier soir, il pleuvait, il n'y avait pas beaucoup de visiteurs. Une cliente au stand numéro 4 a acheté un chapeau avec un prix affiché. Elle a simplement laissé 15 euros sur la table du stand. À ce moment-là, la commerçante du stand numéro 4 était aux toilettes et n'a pas réalisé qu'elle avait vendu un chapeau. Cependant, lorsque la cliente est passée à la caisse avec le chapeau, la caissière a remarqué que le stand numéro 4 n'avait pas émis de reçu et a donc supposé qu'il s'agissait d'une transaction non déclarée. »

Wu espère que je pourrai expliquer la situation à Gausserand. Étant donné son attitude à mon égard jusque-là, je trouve sa demande étrange. Pourquoi moi, alors qu'il y a deux interprètes dans leur groupe ? La vérité pourrait bien différer de ce qu'il affirme, et il se pourrait même qu'il cherche à me faire taire. Je choisis donc de temporiser, en lui répondant que je verrai le maire plus tard dans la journée. Dans l'après-midi, je me rends dans leur dortoir afin de mieux comprendre. Wu explique qu'à leur arrivée à Blagnac, Gausserand a convoqué les commerçants pour leur interdire de reproduire les pratiques observées à Gaillac, notamment les ventes sans reçu. Selon lui, ils n'encaissent jamais d'argent hors du système officiel ; les soupçons français viendraient seulement des écarts comptables fréquents entre reçus et caisse. Il conclut :

> « Chaque fois que le nombre de reçus ne correspond pas à la somme d'argent, les Français pensent que nous avons encaissé de l'argent illicitement. En réalité, ce sont eux qui se trompent toujours dans leurs comptes. Ils sont vraiment nuls. »

Quelques jours plus tard, j'apprends la vérité grâce à Ying : ce soir-là, Rong, vendeuse au stand 4, a bel et bien vendu un chapeau sans reçu et gardé l'argent sur elle. Comme le client ne s'est pas rendu à la caisse — tenue ce soir-là par la compagne de Gausserand —, la transaction est restée invisible. Deux jours après, le maire, accompagné d'un traducteur, convoque Wu pour le prévenir qu'en cas de nouvel incident, il mettrait fin à toute collaboration. Wu continue de défendre son équipe et me demande d'élaborer avec lui une version arrangée des faits à transmettre au maire. Je refuse, consciente qu'accepter de traduire m'exposerait au risque d'être perçue comme complice. Avec le recul, je comprends que cette demande témoigne d'une forme de confiance à mon égard, mais aussi d'une stratégie : elle fissure le masque que Wu s'efforce de maintenir, révélant une facette plus vulnérable et plus calculatrice de sa position. Lors du festival de Montauban, à la fin de l'année 2022, les petits commerçants chinois disparaissent du marché. Les quatre stands passent sous la responsabilité directe de Gausserand, qui recrute des Chinois déjà installés en France, choisis notamment pour leur faible maîtrise du français — paradoxe qui semble faire partie de la stratégie. À ma demande, ces vendeurs ne savent pas expliquer pourquoi le maire n'a pas la même crainte qu'avec les petits commerçants venus de Chine. Avec le recul, il me semble que cette confiance repose sur un élément clé : contrairement aux commerçants qui importaient eux-mêmes leurs produits sans documentation, Gausserand dispose désormais d'un inventaire précis des articles et de leurs coûts. Ce contrôle renforcé contraste fortement avec les pratiques informelles observées auparavant, où la circulation des biens et de l'argent échappait largement aux logiques comptables.

En comprenant finalement la vérité sur l'incident du chapeau, de nombreux comportements jusque-là énigmatiques de Wu prennent un sens nouveau : la quantité inhabituelle de petites monnaies transportées, sa volonté de garder une certaine distance avec moi, et certains sujets systématiquement éludés. Ce que j'interprétais d'abord comme des singularités culturelles s'éclaire désormais comme l'expression d'un univers de contrôle, de méfiance et de gestion informelle qui traverse tout le dispositif.

4 La peur accélère la révélation de la vérité

Au moment où l'équipe chinoise commence à acheter des billets de retour, le festival des lanternes de Blagnac est sur le point de se terminer. Les billets des travailleurs et des artistes sont entièrement couverts par l'entreprise chinoise, tandis que les petits commerçants doivent assumer leurs propres frais de vol.

À cette période, la Chine applique les mesures de contrôle les plus strictes en raison de la pandémie de COVID-19, réduisant le nombre de vols à une seule liaison par semaine et mettant en place des procédures d'annulation strictes. Si un vol compte cinq cas d'infection, celui-ci est

suspendu pendant une semaine ; si le nombre d'infectés dépasse dix, la suspension est prolongée de deux semaines. Cependant, presque chaque vol en provenance de France enregistre plus d'une dizaine de cas de contamination. Dans ce contexte, tous les vols sont suspendus jusqu'en avril, contraignant les commerçants à prolonger leur séjour en France, faute de possibilité de retour.

Pour les travailleurs et les artistes, cette situation reste relativement stable : l'entreprise prend en charge leurs besoins en logement et assure le versement régulier de leur salaire. En revanche, pour l'équipe de commerçants, la situation est bien plus précaire. Ils sont confrontés à de nombreuses incertitudes, à commencer par une chute brutale de leurs revenus une fois le festival terminé. Plus encore, ils ignorent s'ils pourront continuer à cohabiter avec les travailleurs, ce qui accroît leur vulnérabilité. L'accès à la nourriture devient une source d'inquiétude quotidienne, sans parler des incertitudes administratives liées aux permis de travail qui conditionnent leur droit de séjour en France. Cette instabilité génère un sentiment de panique grandissant, entraînant chez eux des réactions de plus en plus impulsives et désorganisées.

À l'approche de la fin du festival, le nombre de visiteurs augmente sensiblement, mais paradoxalement, les revenus à la caisse du marché diminuent considérablement. La caisse se retrouve fréquemment à court de monnaie pour rendre la monnaie aux clients, ce qui accentue les tensions. Mei, vendeuse au stand numéro 1, m'explique que l'équipe française a plusieurs fois rappelé aux petits commerçants qu'ils ne doivent plus accepter d'argent liquide en dehors du circuit officiel, soulignant le caractère illégal de ces pratiques. Ce rappel à l'ordre témoigne à la fois d'une volonté de contrôle renforcé et d'une défiance persistante à l'égard des commerçants, soupçonnés de détourner une partie des ventes. Cependant, dans un contexte où même leur survie n'est plus assurée, la peur cède progressivement la place à une forme d'indifférence face aux normes, qu'elles soient morales ou légales. Cette perte de repères conduit certains commerçants à transgresser ouvertement les règles, ce qui fragilise durablement la relation de confiance avec le maire et compromet toute possibilité de collaboration future entre celui-ci et l'équipe commerciale.

Un jour, la caisse se retrouve à court de monnaie, et Mei me demande si je peux l'aider à échanger un billet de 10 euros. N'ayant pas de pièces sur moi, je me tourne vers d'autres petits commerçants pour solliciter leur aide. Certains me demandent si c'est le caissier qui m'a envoyé – manifestement, Mei les avait déjà sollicités. Je réponds que non.

> « Ran, le vendeur du stand numéro 5, me dit qu'il a quelques pièces dans sa poche. Occupé à préparer des barbes à papa, il n'a pas le temps de s'en occuper et me demande de me servir moi-même. »

En glissant la main dans sa poche, je découvre qu'elle est remplie de pièces lourdes. Je laisse donc un billet de 10 euros à l'intérieur et prends cinq pièces de 2 euros que je remets à Mei.

Je pense que l'affaire est close, mais un peu plus tard, Ran revient vers moi, visiblement furieux.

> « Avant que tu viennes chercher de la monnaie, ils étaient déjà venus nous demander plusieurs fois. Personne ne leur a donné de pièces. Je croyais que c'était toi qui en avais besoin, alors j'ai voulu t'aider. Tu me compliques vraiment la vie, pourquoi n'es-tu pas allée voir le stand 4 ? Elle a pris bien plus de pièces que moi. »

Sa réaction me surprend et révèle à quel point les tensions autour de la circulation de la monnaie peuvent cristalliser des enjeux de méfiance, d'accusations implicites et de répartition inégale des ressources.

La colère de Ran traduit une inquiétude bien réelle : ils doivent constamment veiller — à ne laisser aucune trace qui pourrait servir de preuve aux autorités françaises. Même si ces dernières semblent déjà bien conscientes des pratiques en cours, elles choisissent de ne pas dissiper complètement le flou qui les entoure. Pour ces petits commerçants, ce flou constitue une forme de protection fragile. Être démasqué signifie une rupture immédiate du compromis tacite et potentiellement une expulsion rapide vers la Chine. Dans ce contexte, chaque geste, chaque échange monétaire devient un risque, une zone grise où la peur du contrôle administratif conditionne les comportements.

À partir de ce moment-là, je constate un changement d'attitude notable : les commerçants commencent à accepter les paiements en euros sans plus aucune gêne, et certains vont jusqu'à me demander comment gagner leur vie en France. Ce glissement reflète une adaptation pragmatique à la réalité locale, mais aussi une forme d'appropriation des opportunités.

Parmi eux, Ying occupe une place particulière. Jean, le responsable français de l'exploitation du parc de Blagnac, ne la considère d'ailleurs pas comme une simple commerçante, mais comme une artiste. Selon lui, Ying incarne un rôle de médiatrice culturelle : elle se sent investie d'une mission de transmission du patrimoine culturel immatériel chinois. À son stand, elle se consacre presque exclusivement à la démonstration du nœud chinois, une technique artisanale traditionnelle. Cette performance attire l'attention des touristes, qui s'arrêtent volontiers pour observer, interagir et prendre des photos — conférant ainsi à son activité une dimension à la fois esthétique, pédagogique et identitaire.

Cependant, au fil des jours, sous l'influence des explications répétées de Wu — qui lui rappelle qu'après la fin du festival des lanternes, ils n'ont aucune source de revenu et qu'il leur faut conserver un peu d'euros pour subsister — Ying commence elle aussi à accepter discrètement de l'argent. Ce glissement progressif vers une logique de rentabilité, bien qu'initialement en tension avec sa posture de transmission culturelle, témoigne des compromis imposés par la précarité économique et les incertitudes liées à leur séjour en France.

Un jour, un couple français achète deux nœuds chinois pour un total de 50 euros et remet l'argent directement à Ying. Elle regarde les billets, puis me désigne du doigt, avant de se désigner elle-même. Je pense d'abord qu'elle souhaite que je remette l'argent dans la caisse, mais elle me dit en chinois, à voix basse :

> « Je ne peux pas prendre l'argent devant les clients, tu sais, comme ça, garde-le pour l'instant, et tu me le redonneras discrètement plus tard, d'accord ? Je dois commen-

cer à penser à moi. Je ne peux pas dire non à cet argent. Si jamais je reste en France, je ne sais pas ce qui va se passer, mais avoir un peu d'euros sur moi, ça me rassure. »

Ce moment marque une inflexion discrète mais significative dans son positionnement. À travers cette décision, Ying articule un renversement subtil de priorités : entre l'engagement pour la transmission culturelle et les exigences d'une survie incertaine, elle choisit, comme beaucoup dans sa situation, de s'assurer un minimum de ressources, quitte à contourner les règles établies.

Finalement, j'apprends les montants que chacun a perçus : Wu empoche plus de 4 000 euros, Ying un peu plus de 1 000 euros, Rong environ 3 300 euros, et Ran 2 000 euros.

Le sentiment de crise qui pèse sur les petits commerçants commence à s'atténuer environ deux semaines après la fin du festival. Le 16 février, ils parviennent enfin à réserver des billets d'avion pour un vol prévu le 21 avril, ce qui leur permet de rentrer en Chine en même temps que les ouvriers. Par ailleurs, le groupe des lanternes les informe qu'ils peuvent continuer à partager leur hébergement avec les travailleurs chinois jusqu'à leur départ de France. Cette annonce, en leur offrant un peu de visibilité sur les semaines à venir, apaise temporairement l'angoisse liée à leur situation d'attente.

À ce moment-là, ils réalisent que l'argent qu'ils ont patiemment cumulé devient en partie inutile. Dans les semaines suivantes, leurs dépenses chutent brusquement : le logement et les repas étant désormais assurés, ils n'ont plus besoin de puiser dans leurs économies pour assurer leur quotidien. Mais une nouvelle difficulté se profile : le coût élevé de la conversion des euros en yuans une fois de retour en Chine. En parallèle, les politiques sanitaires strictes imposent une quarantaine de 28 jours avant même d'embarquer sur le vol retour.

La société des lanternes, de son côté, continue d'envoyer à distance des rappels et des messages d'avertissement, limitant ainsi leurs déplacements. Cette surveillance prolongée, si elle permet de freiner leurs dépenses, s'exerce au prix d'un contrôle renforcé et d'un sentiment de liberté étouffé.

À l'approche de son départ, Wu commence à me solliciter pour l'aider à acheter des souvenirs coûteux, qu'il souhaite offrir à sa famille ou éventuellement revendre. Il s'intéresse à des produits emblématiques du luxe français : des parfums, des lunettes de soleil et des montres. Chez un bijoutier, il achète une montre Longines à 2000 euros pour son frère, qui lui transfère l'équivalent en yuans depuis la Chine. Il choisit également deux paires de lunettes de soleil, à partir de 150 euros chacune, pour son fils et sa belle-fille. Concernant le parfum, il opte pour trois flacons de Chanel N°5, vendus à 167 euros l'unité. Ayant appris que je peux obtenir des réductions de 30% grâce à ma carte de membre, il me demande de faire les achats à sa place. À chaque paiement, il sort une grande quantité de pièces et de billets, témoignant de l'argent accumulé au fil des semaines.

Parallèlement à ces achats, il me questionne sur la possibilité de trouver des étudiants chinois vivant en France avec qui il pourrait échanger ses euros contre des yuans, évitant ainsi les frais bancaires liés à la conversion officielle.

Par ailleurs, Wu nourrit déjà de nouveaux projets. Si le festival des lanternes de Blagnac

touche à sa fin, celui de Santiago, au Chili, vient à peine de commencer. Son fils y est chargé d'installer un stand de fabrication artisanale de barbes à papa, et Wu prévoit de le rejoindre sur place pour participer à l'événement. Détenteur d'un visa de travail états-unien, il peut voyager directement de la France au Chili sans passer par la Chine.

Une fois son départ décidé, Wu commence à organiser son déplacement : il met en place son propre stand et se procure les documents nécessaires au voyage. Parallèlement, il me sollicite à plusieurs reprises pour l'aider dans ses démarches administratives. Il prépare également le matériel nécessaire à la fabrication des barbes à papa et enseigne la technique à Ran, dans une logique de transmission rapide mais ciblée.

À la clôture du festival de Blagnac, Wu et son équipe demandent à une amie de Gaillac de conserver les matériaux restants chez elle, y compris la machine à barbe à papa, en attendant leur transfert. Il contacte cette amie via WeChat, et elle accepte de livrer le matériel à Blagnac le weekend suivant. En signe de reconnaissance, Wu donne à Ran 50 euros pour les lui transmettre, mais l'amie refuse catégoriquement. Pour elle, s'entraider entre amis est une évidence, et elle ne comprend pas pourquoi Wu insiste pour payer un service qu'elle considère comme naturel.

Wu, de son côté, justifie son geste envers l'amie de Gaillac :

> « Il faut aussi payer l'essence pour faire l'aller-retour entre Gaillac et Blagnac. Nous appelons quelqu'un, il vient, puis il repart. Ces 50 euros, c'est simplement un tarif raisonnable pour le service rendu. »

Après que je l'aide à remplir de nombreux formulaires pour son départ au Chili, Wu m'invite à l'accompagner au supermarché afin de choisir des chocolats, du vin et d'autres petits souvenirs qu'il souhaite ramener en Chine pour ses amis. J'en profite pour acheter moi-même quelques produits de première nécessité. Au moment de payer, Wu se tient derrière moi, mais au moment de l'encaissement, il glisse rapidement ses articles parmi les miens et règle l'ensemble. Surpris, je lui demande :

> « Pourquoi m'aides-tu à payer ? »

Il répond :

> « Tu n'achètes pas grand-chose. Je paie ton addition. Vivre en France n'est pas facile pour toi, je le sais bien, et je dois te remercier d'avoir rempli tous ces formulaires d'entrée au Chili aussi. »

Je lui réponds, un peu déconcertée :

> « Remplir ces formulaires m'a pris deux jours. Sais-tu combien cela vaut en tenant compte du taux horaire ? Ces articles ne coûtent au total que 20 euros. Si j'avais besoin que tu paies pour mes services, je te l'aurais fait savoir à l'avance. Je te considère simplement comme un ami. »

Il répond :

> « Je sais, nous sommes amis. Je ne fais donc que t'acheter quelques produits de première nécessité. »

Cet échange met en lumière un malentendu subtil autour du don et de la reconnaissance. Là où Wu pense exprimer sa gratitude à travers un geste concret, j'y perçois une confusion des registres entre entraide, paiement symbolique et reconnaissance professionnelle. Ce flottement révèle à la fois la fragilité des équilibres relationnels et les tensions qui peuvent naître entre différentes conceptions de la réciprocité.

En offrant 50 euros à l'amie qui l'aide à récupérer les machines, puis en réglant mes achats pour me remercier de mon aide, Wu mobilise l'argent comme un vecteur de reconnaissance. Ces gestes ne relèvent pas seulement de la transaction : ils traduisent une volonté explicite de valoriser les relations interpersonnelles et de maintenir un certain équilibre dans les échanges. Pourtant, cet argent provient de revenus informels, issus d'activités non déclarées — ce qui confère à ces dons une double portée.

Dans un environnement économique informel, l'argent ne sert pas seulement de moyen de transaction marchande : il devient un outil relationnel, un moyen de consolider des alliances, de montrer sa loyauté ou de compenser une dette symbolique. Cette forme de rétribution, à la fois discrète et chargée d'intentions, illustre la manière dont, dans des contextes précaires, les logiques économiques et sociales s'entrelacent étroitement, redéfinissant les frontières entre service, don et reconnaissance.

Dans ce réseau social complexe, Wu ne cherche pas seulement à consolider sa position sociale, il mobilise chaque petite dépense comme levier pour renforcer les liens avec son entourage, assurant ainsi son influence et son espace de vie au sein de ce petit cercle relationnel. Dans son usage de l'argent, il ne s'agit pas de gestes de gratitude ou de générosité spontanée, mais d'une stratégie fine d'entretien des relations sociales dans un environnement économique informel, où les garanties juridiques et institutionnelles font parfois défaut. Son rapport à l'argent conjugue deux logiques : le retour d'ascenseur — c'est-à-dire le fait de reconnaître concrètement l'aide reçue — et l'investissement relationnel, indispensable pour maintenir sa position et assurer la viabilité de ses projets. Wu semble avoir parfaitement intégré que, dans un contexte dépourvu de protections formelles, la réussite repose avant tout sur la densité et la fiabilité du réseau social. C'est pourquoi il choisit de passer par des gestes monétaires pour exprimer sa reconnaissance, dans une logique de réciprocité enracinée dans un référentiel culturel où l'argent peut aussi être un langage des liens.

Cette méthode de remerciement rémunéré ne fait qu'augmenter son capital social personnel et, dans une certaine mesure, lui permet de continuer à s'appuyer sur ces relations interpersonnelles pour faire face aux incertitudes économiques futures. À travers ces petites transactions financières, Wu trace en réalité une voie plus solide pour sa survie.

La veille de son départ, je découvre soudain que le certificat de vaccination de Wu contient une erreur typographique : son nom y est inscrit comme « Wulongrong » au lieu de « Wulongyong ». Cette faute suscite chez lui une vive inquiétude. Il demande immédiatement au tra-

ducteur de l'équipe de rédiger une lettre adressée au laboratoire, dans l'espoir de faire corriger son nom à temps. Mais, redoutant que la procédure administrative prenne trop de temps, il me sollicite également pour l'accompagner à se faire administrer une nouvelle dose de vaccin.

Alors que nous nous apprêtons à partir, Patrice Gausserand dans sa voiture, posté de l'autre côté de la rue, me fait signe. Il me demande de transmettre un message à Wu :

> « Se faire vacciner deux fois en si peu de temps représente un risque important pour la santé. »

Lorsque je lui rapporte ses mots, Wu répond avec obstination :

> « Même si le ciel me tombe sur la tête, je vais y aller. »

Pourtant, après un moment de silence, il renonce. Plus tard, il me confie que ce n'est pas tant la mise en garde du maire qui le fait changer d'avis, mais la crainte que cet entêtement altère l'image que le maire pourrait avoir de lui.

Peu avant son départ, Wu sort une importante somme d'euros et me demande de la convertir en yuans, puis de lui faire un virement via WeChat. En apercevant la liasse, je lui demande :

> « C'est l'argent de caisse que tu gardes pour toi ? Au total, tu as encaissé combien ? »

Il me répond, son corps, alangui sur la chaise, se redresse soudainement :

> « Quel argent ? Je n'ai rien pris. »

> « Ces euros, ce n'est pas toi qui les as encaissés discrètement pendant le festival ? Je veux simplement connaître un chiffre précis. »

Wu explique avec détachement :

> « Je n'ai pas pris d'argent. Cet argent, je l'ai amené de Chine, et maintenant je n'en ai pas besoin, alors je veux le convertir en yuan. »

Cet échange révèle l'ambivalence constante de Wu dans la gestion de l'opacité : entre protection de ses intérêts, contrôle de l'image de soi et refus de toute transparence complète, il active un scénario public soigneusement maîtrisé — celui d'un homme intègre, autonome, détaché des soupçons. Mais cette posture, précisément, rend plus perceptible le scénario caché : celui d'une économie parallèle, informelle, dissimulée sous des gestes de normalité.

Je lui réponds d'un ton sec :

> « Tu plaisantes, là ? Tu crois vraiment que je ne sais pas quels types d'euros on peut obtenir en les échangeant dans une banque en Chine ? En Chine, on ne manipule pas ce genre de billets. Les banques donnent uniquement des billets neufs — rarement en dessous de 50 euros, le plus souvent des billets de 100 ou 200. Et toi, tu as une liasse de billets de 20, tous usés, froissés. Tu sais aussi bien que moi d'où vient cet argent. »

J'enchaîne, plus fermement encore :

> « Je suis juste une étudiante, une enquêtrice. Je cherche à comprendre, c'est tout. Mais même avec une question aussi simple, je n'obtiens rien de clair de ta part. C'est absurde. Si tu refuses d'être honnête, alors il est inutile qu'on continue à se parler. À partir de maintenant, je préfère qu'on en reste là. »

Ce moment marque une rupture nette dans notre relation. Ma réaction, à la fois émotionnelle et éthique, met en lumière les limites de l'enquête de terrain lorsqu'elle confronte des logiques de dissimulation, de méfiance, ou simplement des systèmes de valeurs incompatibles. Ici, la recherche de vérité se heurte au silence stratégique d'un acteur qui maîtrise parfaitement les zones grises dans lesquelles il évolue. Cette scène ne révèle pas seulement les logiques de dissimulation ou de protection mobilisées par Wu, mais aussi mon propre rôle d'anthropologue dans l'interaction. En posant des questions insistantes, en contestant la cohérence de ses explications et en exprimant une forme d'indignation morale, je ne reste pas une observatrice neutre. Mon intervention produit un déplacement dans la relation : de l'échange de confiance vers la confrontation, de l'observation participante vers une implication directe et émotionnelle. Cette rupture illustre la fragilité des relations de terrain, toujours susceptibles de basculer lorsque le chercheur franchit la frontière entre compréhension et jugement. Elle met également en lumière l'impossibilité d'une posture totalement transparente : l'anthropologue est toujours pris dans un rôle mouvant, entre enquêteur, interlocuteur et acteur engagé, et c'est précisément dans ces tensions que se dévoilent les logiques de pouvoir et les valeurs implicites qui structurent le terrain.

Wu devient alors visiblement très mal à l'aise et me dit d'un ton plus conciliant :

> « Il y a certaines choses que tu n'as pas besoin de savoir aussi clairement. Ce n'est pas juste pour ton enquête, c'est aussi pour protéger les autres. Parce que nous, ce groupe de personnes, traversons des périodes très difficiles. Et aujourd'hui encore, pour nous, gagner de l'argent en Chine, c'est loin d'être facile. C'est moi qui les amène ici, et j'ai une responsabilité envers eux. Je dois les protéger. Il vaut mieux éviter de dire ce qui ne devrait pas être dit. Je sais que ce n'est pas facile pour toi. Tu es une bonne personne, tu m'aides tant, sans rien attendre en retour. Si tu as d'autres questions, je suis prêt à tout te dire. »

En baissant la garde, Wu révèle la profondeur de son rôle d'intermédiaire, de chef de groupe, de protecteur. Il justifie son silence non pas comme un refus de collaboration, mais comme un devoir moral envers les siens. Son discours bascule de la défiance à l'ouverture, tout en maintenant un cadre implicite : celui d'un équilibre fragile entre vérité, loyauté et stratégie de survie. Cette scène met en évidence l'épaisseur éthique de ses décisions et rappelle combien, dans un contexte de migration précaire et d'économie informelle, les mots eux-mêmes deviennent des objets à manier avec prudence. Plus tard, peut-être pour apaiser la tension entre nous, Wu m'envoie un exemple de contrat qu'il signe habituellement avec les autres commerçants – un document qu'il refuse toujours de me montrer jusqu'alors.

De son côté, Ran me confie qu'au festival de Gaillac, c'est Wu lui-même qui initie la pra-

tique des ventes non autorisées. Il laisse entendre que ce mode de transaction, effectué hors du circuit officiel, passe inaperçu aux yeux des organisateurs français. Peu à peu, cette méthode se généralise parmi les commerçants, et une règle tacite s'installe : tant que tout le monde s'y conforme, personne n'est isolément responsable. Mais cette solidarité implicite repose aussi sur une loi du silence : une fois qu'un acte est verbalement reconnu, il devient un fait, susceptible d'être sanctionné. Pour cette raison, même en cas de suspicion ou d'enquête, chacun s'efforce de nier toute implication. Ce système fonctionne comme une forme de pacte informel — un compromis collectif entre survie économique, loyauté au groupe, et protection contre les sanctions externes.

C'est l'interruption prolongée des vols entre la Chine et la France qui crée une situation d'espace liminaire, au sens où l'entend Victor Turner (1969) : une période de suspension des cadres habituels, d'incertitude et de réorganisation temporaire des rôles sociaux. Cet entre-deux m'offre une fenêtre précieuse pour observer de près le fonctionnement de leur économie informelle et les trajectoires que suivent les fonds collectés.

Une fois accumulé, l'argent se redistribue selon plusieurs logiques : une partie sert à l'achat de cadeaux destinés aux proches restés en Chine, consolidant les liens familiaux et les obligations relationnelles ; une autre entretient les interactions sociales en France, sous forme de petits dons, d'achats visibles ou de gestes de reconnaissance ; enfin, une fraction se convertit discrètement en yuans par le biais de réseaux informels — soit par des commissionnaires à l'achat, soit par des étudiants ou contacts locaux acceptant l'échange d'espèces.

Durant cette période, j'aide Wu à remplir plusieurs formulaires qu'il ne peut pas compléter seul. Ce geste, bien qu'anodin en apparence, crée chez lui un sentiment de dette. Pour compenser immédiatement ce qu'il perçoit comme un déséquilibre dans notre relation, il choisit de m'aider à la caisse du supermarché, pensant qu'en réglant mes achats, il rembourse ainsi symboliquement le service rendu — une logique de réciprocité directe, presque contractuelle. Plus tard, lorsqu'il a besoin que je contacte des étudiants chinois locaux pour faciliter l'échange de ses euros en yuans, il finit par admettre qu'il a bien effectué des encaissements non autorisés. Dans un geste rare de confiance — ou peut-être de transaction symbolique —, il accepte de me transmettre une copie d'un contrat qu'il garde toujours confidentiel jusqu'alors. Cet échange, à la fois révélateur et stratégique, marque un tournant dans notre relation : il repose sur un équilibre subtil entre reconnaissance, utilité mutuelle et dévoilement partiel, encadré par une forme de contrôle sur ce qui peut ou ne peut pas être dit.

Grâce à ce mode de fonctionnement, Wu parvient à mobiliser des ressources auprès des présidents de plusieurs entreprises de lanternes. Il transforme ainsi des relations initialement asymétriques — comme en témoigne son surnom donné par ses partenaires français — en opportunités concrètes. En d'autres termes, il convertit les liens interpersonnels en avantages stratégiques, reconfigurant progressivement sa position dans l'économie relationnelle du festival.

La décision de Wu de partir pour le Chili ne suscite pourtant pas la colère des autres petits commerçants. Tout le monde semble l'accepter. À l'exception de Ran, qui me demande sans

cesse comment il pourrait se rendre au Chili, car son beau-frère possède également un stand au festival de lanternes. Les autres attendent patiemment leur vol de retour vers la Chine.

Je demande à Wu :

« Tu ne t'inquiètes pas du tout pour eux ? »

Il répond :

> « D'abord, je m'assure qu'ils aient un logement et à manger avant de monter dans l'avion. Ensuite, je sais qu'ils ont tous perdu de l'argent cette année. Je vais continuer à les aider, et l'année prochaine ou celle d'après, ils pourront certainement récupérer. J'aimerais bien les emmener, mais ils ne peuvent pas y aller. »

Bien que son départ puisse être perçu comme empreint d'un certain égoïsme, Wu révèle également une autre facette de lui-même — celle de *Xiangshen*, figure rurale traditionnelle associée à l'autorité locale, au sens des responsabilités et à la médiation entre le peuple et les instances supérieures. Il incarne ici une forme de sensibilité morale, assumant une charge protectrice vis-à-vis de son groupe. Sa capacité à formuler clairement les besoins collectifs et à les porter dans l'arène des négociations témoigne d'un sens aigu de la responsabilité, qui va bien au-delà de ses seuls intérêts personnels.

5 La fabrication stratégique des apparences : entre camouflage identitaire et pouvoir relationnel

Comme mentionné précédemment, Wu utilise WeChat pour contacter différents types d'artisans, qu'il répartit sur divers festivals de lanternes à travers le monde. Parmi eux, il désigne une femme artisan à qui il confie un rôle particulier : dans les deux mois précédant leur départ, elle se consacre à l'apprentissage de compétences manuelles simples, telles que la gravure sur pierre à l'aide d'un outil électrique ou la broderie.

Le comportement de cette femme artisan se distingue nettement de celui des autres artisans ordinaires répartis sur les autres stands. Elle ne semble pas préoccupée par la réception de ses œuvres ni par leur capacité à générer des ventes. Son attention se porte ailleurs : elle cultive activement de bonnes relations avec l'ensemble des commerçants chinois. Cette posture, en apparence désintéressée, traduit une autre forme de stratégie — fondée non sur la rentabilité immédiate, mais sur le capital relationnel et la stabilité de sa place au sein du groupe. Elle incarne ainsi un modèle de participation plus affectif et diplomatique que productif ou marchand, en résonance avec les dynamiques invisibles de reconnaissance au sein du collectif.

Avant le début du festival des lanternes de 2022 à Blagnac, j'échange sur WeChat avec une petite commerçante nommée Li, qui participe déjà aux éditions précédentes à Gaillac. Lors de notre conversation, elle me demande combien de stands sont prévus cette année et qui accompagne Boss Wu. Lorsque je mentionne le nom de Rong, sa réaction est immédiate :

« Oh, c'est la maîtresse de Wu. »

Intriguée, je lui demande sur quoi elle se base pour affirmer cela. Elle répond simplement :

« C'est un secret de Polichinelle. »

Selon elle, Wu n'emmène jamais sa femme sur les mêmes festivals, ce qui lui permet d'être accompagné, à chaque édition, par différentes amantes.

Au début, je ne prends pas ses paroles au sérieux, n'ayant rien observé de tel. Mais peu à peu, certains détails sur le terrain éveillent mon attention. Rong semble peu investie dans la gestion directe de son stand : elle passe la plupart de ses journées à circuler entre les autres stands, à bavarder avec les commerçants.

Lorsqu'un visiteur s'approche, c'est Wu qui réagit immédiatement, élevant la voix en dialecte du Sichuan :

« Vite, les spectacles ont fini ! Les clients vont venir ! Les ballons lumineux, alors ! Retourne à ton stand et fais briller les ballons ! Vite ! »

Par ce ton directif, il garde le contrôle à distance sur l'organisation du groupe, réaffirmant implicitement sa position d'autorité. Il arrive aussi que Rong s'absente longuement pour discuter avec des artistes. Lorsqu'elle tarde à revenir et qu'elle ne répond pas aux appels de Wu, celui-ci fait alors signe à des ouvriers de stationner temporairement devant son stand — comme s'il était impensable qu'un point de vente reste vide, ne serait-ce que quelques minutes. Ces gestes répétitifs, ces injonctions informelles, dessinent en creux une hiérarchie implicite : Wu assume un rôle de coordination quasi permanente, tandis que Rong occupe une position ambivalente — ni pleinement commerçante, ni extérieure à l'organisation.

À travers cette gestion des corps et des regards dans l'espace, un mode de contrôle diffus se met en place, où même l'absence devient objet de régulation.

Ce n'est qu'en découvrant la disposition de leur dortoir que mes doutes s'installent plus durablement. Pendant le festival, les autres travailleurs, artistes et commerçants sont logés dans l'ancien hébergement des ouvriers chinois. Lors de la phase d'installation des lanternes, les chambres sont partagées à trois, avec des lits simples. Après leur départ, les chambres sont redistribuées : chacun · e bénéficie alors d'un espace personnel.

Je remarque cependant un détail : la plupart des chambres conservent les lits simples, mais celles de Rong et de Wu, situées au fond du couloir et placées face à face, présentent une configuration inhabituelle. Les lits simples sont déplacés, assemblés pour former un lit double. Certes, cela peut relever d'un simple souci de confort — une préférence pour plus d'espace. Mais dans le contexte, ce détail, combiné à d'autres observations accumulées au fil des jours, entretient un doute persistant, difficile à dissiper.

Avant le début du festival de 2022 à Blagnac, Ying me raconte un épisode remontant à 2019, alors qu'elle participe au festival organisé au château de Selles-sur-Cher avec Wu et d'autres artisans. Parmi eux, une femme nommée Ye propose des sculptures sur pierre et des produits

de broderie. Ying partage sa chambre avec Ye ; elles échangent souvent sur leurs parcours de vie en Chine. Pourtant, un détail trouble Ying : Ye reste extrêmement évasive sur son emploi ou ses activités professionnelles, à la différence des autres artisans qui parlent librement de leurs ateliers et expositions. À plusieurs reprises, en entendant Ye discuter avec sa sœur au téléphone, Ying relève des expressions typiques de professions dites particulières, renforçant son intuition d'un non-dit.

À Blagnac, Ying observe chez Rong des comportements étrangement similaires : même manière de rester floue sur son activité, même distance par rapport à son identité professionnelle. Rong affirme qu'elle travaille comme maquilleuse dans un bar, mais ne donne jamais de détails. Plus frappant encore, toutes deux apprennent à sculpter sur pierre seulement deux mois avant leur venue au festival, suggérant une initiation rapide, orientée vers la création d'un rôle d'artisane temporaire. Plus troublant encore : tous les articles que Rong vend à Blagnac sont en réalité des invendus que Ye n'a pas écoulés à Selles-sur-Cher. Or, les deux femmes ne se connaissent pas.

En réalité, Wu confie ces marchandises à Rong sans le consentement de Ye. Rong les vend pour un total d'environ 30 000 yuans (environ 4 000 euros), mais lorsque Ye lui demande à plusieurs reprises des comptes, elle ne reçoit que 1 000 yuans (environ 150 euros), avec l'explication que c'est la totalité des ventes. Choquée, Ye se confie à Ying, qui confronte alors Wu. Celui-ci minimise les faits, répondant :

> « Son argent ne vient pas d'elle. Ce sont d'autres hommes qui l'ont aidée à emporter les marchandises. C'est leur l'argent. Ne t'inquiète pas. »

Cette remarque énigmatique agit comme un déclic pour Ying, qui commence à confirmer ses soupçons sur l'identité et les activités parallèles de Ye.

À Selles-sur-Cher, Ying se rappelle que l'exposition se termine chaque soir vers 23 heures, mais que Ye ne rentre qu'aux alentours de deux heures du matin. À Blagnac, après la clôture des stands, les petits commerçants se retrouvent souvent pour boire et discuter. Un soir, Rong dit à Ying :

> « Si tu viens dans ma chambre après deux heures du matin, frappe trois fois. Je viendrai te chercher. Ne rentre pas directement. »

Ce détail intrigue profondément Ying. Pourquoi ne pas simplement ouvrir la porte ? Pourquoi devoir attendre que Rong vienne ? Cela laisse entendre que Rong n'est peut-être pas dans sa propre chambre à ces heures-là.

Ces relations, pour différentes raisons, doivent rester discrètes. Lorsque je demande directement à Rong quelle est sa relation avec Wu, elle me répond qu'ils sont simplement amis, qu'ils se sont rencontrés lors d'une fête. À Ying, en revanche, elle affirme que Wu est son oncle éloigné. Ces versions contradictoires ne permettent pas de trancher, mais renforcent la sensation d'une dissimulation organisée.

Il est notable que Rong a souvent accès à des informations exclusives, transmises directement par Wu, qu'elle redistribue ensuite de manière filtrée auprès des autres commerçants.

Ainsi, quelques jours avant la fin du festival de Blagnac, elle apprend que, selon les dirigeants du groupe des lanternes, Gausserand ne renouvellera pas sa collaboration avec Wu l'année suivante, en raison des ventes non autorisées. Pourtant, Rong rassure les autres petits commerçants en affirmant que Wu prévoit déjà de les emmener participer à un autre festival, cette fois aux États-Unis, pour compenser les pertes de Blagnac. À travers cette circulation sélective de l'information, Rong renforce son propre rôle de relais entre Wu et le reste du groupe.

Wu maîtrise habilement cette mécanique de pouvoir : il transforme une femme sans compétences artisanales apparentes en partenaire temporaire, dotée d'une identité d'artisane forgée à travers une formation express. Cette mise en scène fonctionne à la fois comme stratégie de camouflage, d'insertion économique et de légitimation sociale. La supercherie est efficace — elle profite à Wu, qui y gagne en souplesse opérationnelle, mais aussi à ces femmes, qui, en masquant leur véritable profession, accèdent à un espace de visibilité et de mobilité qu'elles n'auraient peut-être pas pu atteindre autrement.

Pour ces femmes, vraisemblablement issues des couches les plus précaires de la société, le festival constitue une opportunité rare : celle de voyager à l'étranger, de se doter d'une identité valorisée — celle d'artisane ou d'artiste —, et de pouvoir raconter cette expérience à leur entourage. Participer à une exposition à l'international devient une forme de capital symbolique, un récit qui redessine leur position sociale : d'une place périphérique, elles accèdent, au moins temporairement, à un rôle plus central, plus valorisé. C'est aussi cela, la fabrique silencieuse des apparences.

6 Scénarios parallèles : l'art de naviguer entre visibilité et opacité

Dans ce chapitre, je m'attache à décrire en détail la complexité du personnage de Wu. En tant qu'acteur ordinaire, son agentivité constitue un prisme précieux pour mieux comprendre certaines logiques sociales à l'œuvre dans la Chine contemporaine. J'appuie l'analyse de ses choix comportementaux et de ses positionnements idéologiques sur les concepts de scénario public (public transcript) et scénario caché (hidden transcript) développés par James C. Scott. Le scénario public désigne les interactions visibles entre dominants et subordonnés, façonnées par des rapports de pouvoir asymétriques ; le scénario caché, quant à lui, regroupe les discours, gestes et pratiques qui se déploient en arrière-plan, à l'abri du regard des dominants. Scott introduit également l'idée de dramaturgie secrète, conçue pour des publics spécifiques dans des contextes de pouvoir variés, permettant de décrypter les comportements politiques apparemment ambiguës des groupes subalternes.

À travers les chapitres précédents, où je décris les composantes du festival des lanternes et l'évolution du marché — notamment sa reconfiguration totale lors de l'édition de Montauban en 2023 —, il apparaît que Wu occupe une position à la fois substituable et centrale dans

l'organisation. Il incarne une pluralité d'identités : subordonné vis-à-vis des dirigeants des entreprises de lanternes, mais aussi figure dominante au sein du groupe des commerçants, dont il coordonne et encadre les activités. En tant qu'intermédiaire, il joue un rôle de médiateur entre les artisans-commerçants et les instances dirigeantes du festival, tout en cultivant une posture d'aristocrate artistique chargé de transmettre les doléances et besoins de ses pairs.

Wu tire parti de la visibilité, du pouvoir symbolique et des ressources matérielles offertes par sa participation aux festivals internationaux, grâce à des stratégies relationnelles patientes et calculées. Dans ce cadre, il déploie un scénario public calibré : celui de l'artiste-paysan, porteur d'un savoir-faire légitime et reconnu, répondant aux attentes des organisateurs et lui permettant d'accéder à des bénéfices matériels et symboliques. Un autre scénario public qu'il mobilise est celui d'organisateur, rôle qu'il exerce à la fois vis-à-vis des autorités et au sein même de son groupe. Face aux artisans qu'il considère comme de rang inférieur, il exprime un désir affirmé de pouvoir, révélant ainsi une hiérarchie interne.

En parallèle, Wu entretient un scénario caché, qui ne peut exister qu'à l'abri du regard des dominants. Il se déploie dans des espaces sécurisés, dans des relations de confiance, et dans une pluralité de pratiques discrètes, parfois en contradiction avec la dramaturgie publique affichée. Ces pratiques incluent notamment les arrangements autour des ventes informelles et les formes de solidarité discrète entre commerçants.

À travers l'étude de Wu, ce chapitre éclaire les tensions constitutives entre la fabrique de l'image nationale à l'étranger et les tactiques individuelles qui émergent dans l'ombre de cette mise en scène. Alors que l'État cherche à construire une projection culturelle homogène à travers des dispositifs comme les festivals des lanternes, des acteurs ordinaires comme Wu mobilisent leur propre agentivité pour naviguer entre les exigences officielles et les opportunités du marché. Le scénario public, soigneusement aligné avec les attentes institutionnelles, assure leur légitimité et leur survie dans un espace contrôlé. Le scénario caché, quant à lui, révèle une autre forme de rationalité pratique, marquée par l'adaptation, la négociation silencieuse et parfois la transgression discrète.

L'analyse de Wu montre que l'agentivité individuelle ne s'oppose pas frontalement aux structures étatiques ; elle se déploie dans des interstices, dans une dialectique permanente entre visibilité et invisibilité, entre conformité affichée et stratégies discrètes. Ainsi, derrière l'apparente uniformité des dispositifs culturels promus par l'État, se déploient de multiples micro-pratiques locales, où les individus redéfinissent sans cesse leur place et leur rapport au pouvoir. En définitive, l'étude de Wu révèle que les festivals culturels à visée diplomatique, loin d'être des vitrines univoques de la puissance douce de l'État, se construisent aussi dans les marges, par des négociations invisibles, des bricolages moraux et des formes d'autonomie relative. Ces pratiques individuelles, souvent invisibles dans les lectures institutionnelles, constituent pourtant le tissu réel de la circulation culturelle transnationale.

Chapitre VI　Regardé, nommé, traduit : petites scènes du pouvoir dans le festival des lanternes

Comment le pouvoir s'ancre-t-il dans les interactions ordinaires de l'échange interculturel, et comment se trouve-t-il perçu, négocié et reproduit dans les pratiques situées ?

Dans le contexte particulier du festival des lanternes de Zigong, le pouvoir ne se manifeste pas par la contrainte explicite ou la violence institutionnelle, mais circule à travers les usages du langage, les gestes, les postures et les relations intersubjectives. Il façonne les modalités d'engagement et d'interaction entre ouvriers, artistes, commerçants chinois et figures d'autorité locales, en recomposant les hiérarchies et les seuils de légitimité dans un espace relationnel traversé par des asymétries culturelles et institutionnelles. Ainsi, le glissement sémantique opéré par les ouvriers chinois lorsqu'ils passent de l'appellation officielle « Maire Gao » à l'expression ironique « sans cou » ne relève pas uniquement d'un registre moqueur ou subversif. Il constitue une forme de réajustement symbolique de la figure d'autorité, traduisant une reconfiguration discrète mais significative de leur rapport au pouvoir dans le contexte migratoire. Par ailleurs, les interactions interculturelles sont marquées par une forme diffuse de discipline sociale : les travailleurs chinois, souvent peu familiers des normes sociales locales, développent de manière générale une sensibilité accrue au regard extérieur. Cette intériorisation du regard de l'autre génère des formes de retenue, de prudence, voire d'auto-censure dans les comportements et les discours. Le pouvoir, ici, opère moins comme dispositif formel que comme une force diffuse inscrite dans les affects, les perceptions mutuelles et les ajustements du quotidien, révélant les logiques fines de subjectivation à l'œuvre dans un environnement étranger. Occupant une position stratégique au croisement des langues, des normes et des rapports d'autorité, les traducteurs assument non seulement un rôle de médiation linguistique, mais deviennent aussi des figures clés de la médiation interculturelle et des relais ambigus du pouvoir, dépassant leur fonction officielle. Ce chapitre, fondé sur une approche ethnographique des échanges quotidiens lors du festival des lanternes de Zigong, explore les modalités par lesquelles le pouvoir est perçu, vécu, négocié, interprété et parfois contesté par les individus impliqués. Loin de constituer une force univoque imposée d'en haut, le pouvoir se donne à voir dans les détails des interactions : il se négocie dans les silences, les reformulations, les gestes, les non-dits. Les pratiques individuelles

mises en lumière ici ne révèlent pas seulement comment les structures de pouvoir informent les comportements ; elles montrent aussi la capacité des acteurs à s'y adapter de manière stratégique, à les contourner ou à les infléchir. Ce faisant, les traducteurs — comme d'autres participants — deviennent co-producteurs d'une image plurielle et située de la Chine dans l'arène interculturelle, une image traversée par des dynamiques d'appropriation, de mise en scène et de résonances politiques implicites.

1 La transformation de l'autorité charismatique

Les ouvriers désignent Gausserand sous le nom de *Gao Shizhang* 高市长 [Maire Gao, *Shizhang*=Maire]. Ce surnom, construit à partir de son patronyme « Gausserand » et de sa fonction politique antérieure de maire de Gaillac, illustre à la fois un jeu de translittération phonétique en chinois et une forme de reconnaissance statutaire de la part des travailleurs chinois. Ce mode de désignation témoigne des processus d'appropriation linguistique et des dynamiques relationnelles qui se tissent dans l'espace interculturel du festival. Dans le contexte chinois, il est courant d'associer le nom de famille à la fonction officielle afin de marquer le respect. L'appellation « maire Gao » reflète avec précision la position de Patrice Gausserand en tant qu'élu français, tout en l'inscrivant dans les conventions de politesse chinoises. Pour les ouvriers, cette manière de le nommer s'appuie sur un mode de référence familier dans leur langue maternelle et contribue à instaurer un sentiment de proximité et de reconnaissance. La comparaison avec la France est éclairante : en Chine, le maire est considéré comme un fonctionnaire investi par l'État, son titre ne renvoie pas seulement à une fonction élective, mais incarne aussi un ensemble de responsabilités et un esprit de service public. Ainsi, en s'adressant à un responsable local étranger sous l'appellation de « maire Gao », les ouvriers ne se contentent pas de reconnaître sa fonction, mais participent également, dans une certaine mesure, à la valorisation de ses qualités personnelles et de son autorité.

Cependant, au fil des quatre éditions du festival, l'autorité de Patrice Gausserand a connu une transformation, marquée par la disparition progressive du pouvoir associé à son titre de maire. J'aborderai à présent plusieurs exemples permettant d'illustrer la manière dont le changement de statut de M. *Gao Shizhang* a contribué à reconfigurer les perceptions de l'autorité parmi les participants chinois. Par exemple, à l'occasion de son arrivée à Gaillac, Madame Li raconte :

> « C'est fichu, c'est trop désert ici. Cette année, je ne gagnerai sûrement pas d'argent. »

En se promenant dans les rues, elle ne voit personne — c'est fin novembre, l'hiver commence déjà, le vent souffle, la pluie tombe souvent. Beaucoup de maisons semblent abandonnées, sans fenêtres. Au centre-ville, un bâtiment lui donne l'impression d'être sur le point de s'effondrer, soutenu seulement par quelques planches de bois. Un chat noir, perché sur un encadrement de

fenêtre sombre, observe les passants d'en haut. Devant ce paysage, elle se sent découragée. En discutant avec les habitants, elle apprend que la population de cette petite ville équivaut à celle d'un quartier de Pékin. À ses yeux, organiser un festival de lanternes avec des billets d'entrée dans un endroit aussi isolé semble voué à l'échec. En tant que commerçante, sa première préoccupation est de savoir si elle réussira à vendre son stock. Et si les visiteurs ne sont pas au rendez-vous, que fera-t-elle de ses marchandises et des investissements engagés ? Mais après la première édition du festival, son opinion change radicalement.

> « Les habitants d'un si petit village ont vraiment de la chance d'avoir un maire aussi compétent. L'économie locale est manifestement en déclin. Comme dans les campagnes chinoises, il ne reste ici que des personnes âgées, les jeunes sont partis en ville. Sans lui, qui aurait lancé ce festival ? Il est très proche du peuple, supervise lui-même tout le déroulement du festival, toujours avec le sourire. En Chine, je n'ai jamais vu un maire pareil. Chez nous, les maires sont inaccessibles, ils sont là-haut, loin de nous. Comment un citoyen ordinaire comme moi pourrait-il les approcher ? Lui, il s'habille comme tout le monde, de façon décontractée. Il passe souvent nous voir le soir. Ce n'est qu'en réunion ou lors d'occasions spéciales qu'il porte un costume. Je suis très impressionnée par lui, d'après ce que j'ai observé. »
>
> *— Entretien avec la petite commerçante Li, Décembre 2019, à Gaillac*

À partir de ses propres observations et de sa compréhension du contexte local, Li m'a dressé un portrait très positif de ce maire. Un ouvrier m'a également confié :

> « Quand nous sommes arrivés à Gaillac, nous pensions que notre entreprise allait perdre de l'argent. Nous étions convaincus qu'un endroit pareil n'attirerait personne pour voir un festival des lanternes. C'était le tout premier festival de ce genre en France, et les lanternes avaient été transportées depuis Hambourg, en Allemagne. Au début de la première édition, il n'y avait presque aucun visiteur, mais peu à peu, le public est venu en masse. Une petite ville de dix mille habitants a attiré plus de 200 000 visiteurs la première année. Pour un maire, n'est-ce pas impressionnant ? »
>
> *— Entretien avec un ouvrier Zhu, Décembre 2019, à Gaillac*

En décembre 2019, Patrice Gausserand a subi une lourde opération. Un autre ouvrier m'a raconté :

> « Il a soulevé sa chemise pour me montrer la cicatrice laissée par l'intervention, c'était vraiment une très grande cicatrice. Malgré cela, dès sa sortie de l'hôpital, il est immédiatement retourné travailler. Le soir, il venait encore inspecter le site du festival, comme si c'était son devoir. C'était très touchant, nous le respections énormément. »
>
> *— Entretien avec un ouvrier Wang, Décembre 2019, à Gaillac*

Dans ce contexte, que ce soit en parlant de lui ou en interagissant avec lui, les ouvriers chinois manifestent une attitude de respect et d'admiration, similaire à celle qu'ils réservent

aux figures d'autorité en Chine. Les ouvriers font également l'expérience d'une reconnaissance sociale marquée de la part de la population locale pendant leur séjour à Gaillac, reconnaissance qu'ils attribuent en grande partie aux efforts déployés et à l'influence du maire. Cette dynamique de respect mutuel se manifeste tout particulièrement à l'occasion des repas organisés pour le Nouvel An chinois. Lors d'un entretien, un ouvrier me montre une vidéo enregistrée lors du deuxième festival des lanternes à Gaillac : on y voit des artistes se succéder au micro, tandis que des participants français et chinois échangent des toasts pour célébrer la nouvelle année. L'ambiance y apparaît chaleureuse et festive, empreinte d'une forme d'harmonie. L'ouvrier souligne que ce type de cérémonie correspond pleinement à l'image qu'ils se font d'un Nouvel An célébré en présence d'étrangers.

Je note dans mon carnet de terrain que, pour ces ouvriers chinois, le maire incarne une figure à la fois compétente et charismatique. Cette perception me surprend quelque peu. Spontanément, j'ai tendance à penser qu'un élu municipal établit difficilement, de sa propre initiative, des liens étroits avec un groupe de travailleurs chinois ; de telles interactions me semblent, a priori, davantage relever de considérations institutionnelles ou politiques. Pourtant, au fil de mes échanges, l'admiration et la reconnaissance que les ouvriers expriment à son égard apparaissent manifestes.

Comme je l'évoque dans le premier chapitre, le maire quitte ses fonctions à l'issue de la troisième édition du festival de Gaillac, en 2020. Dès 2021, il revient sur la scène organisationnelle, cette fois en qualité d'intermédiaire entre la municipalité de Blagnac et le groupe chinois, via une société nouvellement constituée. Il parvient ainsi à convaincre le maire de Blagnac d'accueillir à son tour le festival des lanternes dans sa commune.

Bien que Patrice Gausserand reste présent sur le site durant l'ensemble du projet – depuis l'installation initiale jusqu'à la fin du démontage – , la transformation de son statut institutionnel conduit néanmoins à la perte de certains appuis au sein de la municipalité, ce qui complexifie la gestion de plusieurs aspects logistiques et administratifs du festival.

Ce retrait progressif de certains soutiens municipaux se traduit par un renforcement des contrôles opérés par différents services locaux, ce qui suscite des plaintes croissantes de la part des ouvriers. En 2021, lors de l'édition du festival organisée à Blagnac, ces tensions se matérialisent notamment lors d'une inspection portant sur les droits d'auteur des musiques diffusées sur le site. Le 17 décembre, Ran me rapporte qu'en début de soirée, plusieurs personnes vêtues de manière formelle arrivent sur les lieux. Leur simple présence modifie immédiatement l'atmosphère ambiante. Elles procèdent ensuite à un contrôle minutieux, se déplaçant d'une enceinte à l'autre et écoutant chaque morceau avec attention afin d'en vérifier la conformité juridique.

Dans un premier temps, les ouvriers ne parviennent pas à identifier clairement ces agents, mais la tension palpable signale immédiatement l'autorité de leur position. Une artiste me confie que ces musiques sont utilisées à de nombreuses reprises lors des éditions précédentes, sans qu'aucune sanction ne soit jamais prononcée. C'est pourtant la première fois qu'une amende leur est infligée pour cause d'absence de droits d'auteur. Les frais liés à cette amende sont pris

en charge par la société chinoise, qui exprime néanmoins le sentiment que cette situation aurait pu être évitée si la partie française avait assuré une meilleure coordination en amont. Selon elle, Patrice Gausserand aurait dû anticiper de telles complications administratives.

Lors de la phase de démontage des lanternes, de nombreux habitants de Blagnac viennent sur le site afin de s'informer de l'avancée des travaux. Parallèlement, l'inspection du travail effectue une visite de routine, centrée sur la vérification du respect des conditions de travail des ouvriers chinois : paiement des salaires, enregistrement des heures supplémentaires et conformité des déclarations salariales. Ce jour-là, je suis également présente sur le site, sans percevoir immédiatement la portée de cette inspection. Les agents de contrôle m'interrogent sur ma présence et me demandent de leur présenter mes papiers d'identité.

Après cet échange, plusieurs ouvriers expriment leur mécontentement face à ces procédures de contrôle :

> « Pourquoi se préoccupent-ils de nos salaires ? Nous avons signé des contrats chinois, pas français. Même si je leur donne un chiffre ou un horaire de travail, ils ne peuvent pas le vérifier. Leurs questions nous font perdre du temps lors du démontage. Pourquoi Maire Gao ne les empêche-t-il pas d'intervenir ? »

Les ouvriers espèrent alors que le maire puisse mobiliser son autorité pour faire cesser ce qu'ils perçoivent comme des désagréments inutiles. Quelques jours plus tard, la traductrice m'informe qu'un rapport particulièrement détaillé est rédigé à l'issue de l'inspection, mentionnant également ma présence sur le site. Ce document place Patrice Gausserand dans une position délicate, l'obligeant à répondre de manière exhaustive à l'ensemble des observations formulées par les inspecteurs.

Durant cette même période, une habitante âgée filme une séquence du processus de démontage. Tout en enregistrant, elle me répète de manière insistante :

> « Pourquoi jetez-vous ces lanternes comme des déchets ? Ne pourriez-vous pas les donner à un parc ou à des personnes dans le besoin ? Ou même les laisser ici ? »
> *—Une habitante à Blagnac, Février 2022, à Blagnac*

Le lendemain, la traductrice de Patrice Gausserand, Chunna, m'informe que la vidéo est transmise à un média local. L'article qui en résulte critique le festival, l'accusant d'avoir abandonné les lanternes sur place et soulevant ainsi des soupçons de pollution environnementale.

Pour les ouvriers, le fait de recevoir de l'aide dans l'exécution de leur travail est interprété comme un indicateur du pouvoir d'intervention et de médiation du maire.

Un jour, alors que j'observe les opérations de démontage, une petite camionnette entre dans le parc. Après avoir circulé brièvement sur le site, le véhicule s'immobilise à proximité d'une lanterne composée de bols et de cuillères en porcelaine. Quatre agents d'entretien municipaux, reconnaissables à leurs uniformes verts, en descendent. Ils procèdent à la découpe des fils de nylon maintenant les éléments en céramique, qu'ils glissent dans des sacs de courses (Figure VI.1).



Figure VI.1 – *À gauche, des agents retirent des éléments en porcelaine ; à droite, une lanterne partiellement vidée.*

Je m'approche d'eux et leur demande ce qu'ils font. Sans me répondre de manière explicite, un homme me dit simplement :

> « On a entendu dire que ces pièces de porcelaine allaient être jetées. On voulait les récupérer pour éviter un gaspillage que l'on trouve regrettable, parce que ces objets peuvent encore servir. »
> — *Un agent des espaces verts, février 2022, à Blagnac*

Je leur précise que je ne sais pas le devenir des porcelaines à Blagnac, mais qu'à Gaillac, après le démontage, les assiettes et les bols utilisés pour fabriquer les structures — notamment les dragons ou les éléphants — sont distribués aux habitants. Après un bref sourire, les agents remontent rapidement dans leur camionnette et quittent les lieux.

Dongni regarde la camionnette et me dit : « Ils pourraient nous aider, ces gens de la mairie. Mais ils viennent et repartent comme ça, sans plus. » Lorsque je rejoins les ouvriers, le véhicule des agents est toujours garé à proximité. Eux aussi l'observent, tout comme moi. Ayant entendu que je parle français, ils s'approchent spontanément pour me confier plusieurs remarques :

> « Il faut absolument enlever tous les clous plantés dans la pelouse pour maintenir les lanternes. Sinon, les enfants risquent de trébucher lorsqu'ils viendront jouer ici. Vous devez aussi ramasser les déchets restés sur le gazon. »

Dongni s'approche pour s'enquérir de la teneur de notre échange. Après lui avoir relaté la conversation, elle commente

> « Eh nous n'y pouvons rien. Je sais que dans d'autres pays, pendant les phases de montage ou de démontage, certains ouvriers choisissent d'exprimer leur mécontentement en prenant des congés maladie ou en faisant grève. Mais cette année, nos ouvriers travaillent avec beaucoup de sérieux, sans jamais cesser le travail, pas un seul jour. Cela ne signifie pas pour autant qu'ils aient l'endurance nécessaire pour absorber un tel surcroît de tâches. Le festival de Blagnac est deux fois plus grand que celui de Gaillac, et pourtant la mairie nous accorde le même délai de démontage : 20 jours. Contrairement à Gaillac, il n'y a ici que cinq ouvriers pour démonter les structures : deux électriciens et trois mécaniciens. Sans aide locale, la charge de travail est extrêmement lourde pour eux. Regarde leurs visages fatigués : ils commencent à 7 h 30 et terminent rarement avant 17 ou 18 heures. Gausserand a également exigé que la majorité des lanternes soient démontées avec précaution, sans dommage, afin de pouvoir les réutiliser lors de prochaines éditions, ce qui allonge considérablement la durée et la complexité du travail. De plus, la mairie de Blagnac ne nous met à disposition que deux véhicules pour le transport des structures démontées : un gros camion et un petit véhicule normalement utilisé pour l'entretien du parc, mais sans personnel de chargement. Le chauffeur refuse même de participer au chargement. Résultat : les ouvriers doivent eux-mêmes assurer non seulement le démontage, mais aussi le déplacement et le chargement des lanternes. »
> *—Dongni, février 2022, à Blagnac*

Selon elle, cette situation s'explique par la perte, pour Patrice Gausserand, de sa capacité à mobiliser les ressources municipales. Dès lors qu'il n'est plus en position d'autorité au sein de la mairie, il lui devient difficile d'obtenir l'appui logistique qui avait pu être assuré lors des éditions précédentes. Par ailleurs, l'embauche de personnel supplémentaire représente un coût financier qu'il n'est pas disposé à assumer.

Le jour où Aurélie vient livrer la machine à barbe à papa à Wu, j'ai l'occasion de m'entretenir longuement avec elle. Elle me relate qu'au cours des éditions organisées à Gaillac, de nombreuses personnes participent aux opérations de démontage aux côtés des ouvriers chinois, ce qui favorise une ambiance de travail conviviale et permet d'accélérer le rythme des travaux. Elle reconnaît également que, dans le contexte de Blagnac, les ouvriers rencontrent d'importantes difficultés pendant le démontage, du fait de l'absence de soutien logistique équivalent.

Le 25 février, le démontage achevé, l'ensemble des ouvriers chinois quitte Blagnac pour être relogé dans un hôtel situé en périphérie de Gaillac, où ils résident jusqu'à leur départ de France. Avant ce déménagement, la traductrice Dongni m'informe que la mairie de Blagnac doit initialement fournir un autobus pour assurer leur déplacement.

Cependant, le jour du déménagement, ce sont finalement quatre véhicules privés qui sont mobilisés : la voiture personnelle de Gausserand, celle de sa traductrice, une petite camionnette appartenant à son entreprise ainsi qu'un véhicule prêté par l'un de ses amis, Laurant.

Lorsque je lui demande s'il reste une place pour moi, il me répond :

> « Avec quatre véhicules, nous avons juste assez de place pour les 14 Chinois. Si tu veux aller à Gaillac, il faudra te débrouiller par toi-même. »
> *—Patrice Gausserand, février 2022, à Blagnac*

L'hôtel se trouve à environ quatre kilomètres du centre-ville de Gaillac. Ne disposant pas de véhicules personnels, les ouvriers doivent parcourir cette distance à pied, soit près de 50 minutes de marche pour atteindre le centre-ville.

Avant leur déménagement, Gausserand organise une réunion au cours de laquelle il recommande expressément aux ouvriers de limiter leurs déplacements dans l'espace public et de demeurer, autant que possible, à l'hôtel. Il insiste notamment pour qu'ils évitent de circuler en portant les vêtements distribués durant le festival de Blagnac, sur lesquels est inscrit « festival des lanternes de Blagnac ». Selon lui, dans une petite ville comme Gaillac, la visibilité des visages chinois peut rapidement susciter des commentaires ou des interrogations parmi la population locale. Il craint manifestement que cette présence n'attire l'attention et ne relance des discussions autour du festival et de son propre rôle, désormais privé de fonction municipale. Bien qu'il dise cela, les travailleurs chinois portent quand même ce vêtement lorsqu'ils vont au centre-ville. Quand je les accompagne à Gaillac, nous sommes cinq Chinois à marcher ensemble dans les rues, et cela suffit à attirer les regards insistants des habitants. Une fois, Aurélie est avec nous. Elle éclate soudain de rire en désignant un homme sur une trottinette au loin :

> « C'est mon collègue. Il ne cesse de nous regarder. Il doit se demander pourquoi je suis ici, avec vous. »

À ce stade, bien que les ouvriers continuent de l'appeler « Maire Gao », son statut évolue clairement : il n'est plus une figure d'autorité publique, mais un simple intermédiaire entre les différents acteurs impliqués dans le festival. Les scènes évoquées précédemment montrent que son influence auprès des ouvriers s'affaiblit considérablement. Il ne semble plus en mesure de garantir de bonnes conditions de logement, ni d'alléger leur charge de travail. Peu à peu, le respect manifesté à son égard s'effrite, laissant place à des formes de mécontentement plus explicites. Les ouvriers se plaignent désormais de son impuissance :

> « Quand il y a un problème, il ne sert plus à rien. Pour nous, on ne sait pas comment faire du tout. »

Ce désajustement entre l'autorité perçue et l'autorité effective se cristallise de manière particulièrement éloquente lors du festival des lanternes de Montauban, en 2022. Lors d'échanges avec la traductrice Ling, les ouvriers cessent d'utiliser son titre honorifique pour le remplacer par un surnom moqueur : *Mei bo zi* 没脖子 [Sans-Cou]. Chaque soir, les ouvriers doivent rester en faction sous les tentes du parc du festival, prêts à intervenir en cas de panne. Un soir, une moitié des lanternes s'éteint soudainement. Tandis que les ouvriers expérimentés s'empressent de réparer la panne, deux plus jeunes continuent à jouer sur leur téléphone. Ling leur lance, sur un ton à la fois agacé et familier :

> « Allez, sortez tous voir ce qui se passe là-bas, sinon *Mei bo zi* va encore râler. »

Intriguée par cette appellation, je lui demande :

« C'est qui, *Mei bo zi* ? »

Elle sourit avant de me répondre, avec une pointe d'ironie :

« Devine qui pourrait mériter un tel surnom ? »

Je comprends immédiatement qu'il s'agit de Patrice Gausserand. À ma question sur l'origine de ce surnom, elle précise :

> « Si on continue à l'appeler *Gao shi zhang*, il comprendra qu'on parle de lui et il pourrait croire qu'on l'insulte en chinois. Mais si on change de surnom, il ne comprendra plus rien et on pourra parler librement. Il rentre toujours le cou dans les épaules, et quand il se retourne, il ne tourne pas la tête, mais tout le corps. C'est pour ça qu'on l'appelle *Mei bo zi*. »

Le glissement progressif d'un titre honorifique à un surnom moqueur illustre de manière saisissante les mécanismes de déconstruction d'une autorité charismatique lorsqu'elle ne repose plus sur des fondations institutionnelles solides. Dans un contexte marqué par l'intensification des tâches, la précarisation du soutien logistique et le désengagement des institutions locales, la figure de l'intermédiaire perd peu à peu sa légitimité et devient, pour les ouvriers, l'objet d'une forme de stigmatisation subtile mais révélatrice. Cette transformation des modalités de désignation — du respect formel à l'ironie quotidienne — témoigne d'un renversement de la reconnaissance statutaire et d'une reconfiguration des rapports hiérarchiques au sein du groupe.

Bien qu'en France, l'identité de Gausserand relève du registre officiel, les ouvriers chinois perçoivent surtout son autorité à Gaillac à travers ses actions concrètes durant le festival. Dans leur cadre cognitif, les fonctionnaires se distinguent fondamentalement des citoyens ordinaires. Ainsi, pendant le déroulement du festival, la position qu'il occupe lui confère une autorité formelle, fondée sur son rôle institutionnel. Toutefois, son implication directe dans l'organisation logistique, combinée à une posture relationnelle perçue comme accessible et bienveillante, lui permet d'incarner une forme d'autorité charismatique, au sens où l'entend Max Weber.

Selon la typologie classique de Max Weber, il existe trois types de légitimation de l'autorité : l'autorité traditionnelle, fondée sur les coutumes et les croyances héritées ; l'autorité rationnelle-légale, reposant sur des règles et un système juridique impersonnel ; et l'autorité charismatique, basée sur la croyance en les qualités exceptionnelles d'un individu (Weber 1964a). Patrice Gausserand, sur le terrain, obtient la reconnaissance des ouvriers chinois non pas à travers une fonction institutionnelle stable, mais grâce à son comportement et à son engagement personnel — caractéristiques typiques du charisme wébérien.

Cependant, cette forme de pouvoir ne s'institutionnalise jamais. Étroitement liée à son statut de maire, elle s'évanouit rapidement une fois son mandat terminé. Dès lors qu'il n'est plus qu'un entrepreneur, les ouvriers cessent de le considérer comme un représentant public. Son appellation passe alors de « Monsieur le Maire », empreinte de respect, à « Sans-Cou », un surnom péjoratif qui révèle un processus de désenchantement de l'autorité.

2 La méfiance et le regard invisible

Comme je l'évoque à plusieurs reprises, les ouvriers et commerçants chinois me recommandent souvent de limiter mes prises de parole, ou du moins de faire preuve d'une extrême prudence dans mes échanges. Leur mise en garde tient à une incertitude constante : ils ignorent si l'un des interlocuteurs présents peut rapporter nos propos à d'autres, avec des conséquences potentiellement dommageables pour eux-mêmes ou pour autrui.

Cette vigilance quotidienne se traduit par une forme de retenue collective, comme si chacun évoluait sous l'effet d'une surveillance diffuse, non localisable mais ressentie comme permanente. Ce sentiment d'être observé, voire contraint par une présence silencieuse mais omniprésente, s'apparente à un regard invisible structurant les comportements et les interactions au sein du groupe.

À plusieurs reprises, on me rappelle la complexité des relations interpersonnelles dans le cadre du festival des lanternes. Il semble impossible de savoir avec certitude qui est lié à qui, ni qui dispose d'un accès aux sphères de pouvoir — qu'elles soient locales, chinoises ou transnationales. Cette incertitude relationnelle se manifeste dès les premiers moments de l'enquête, comme en témoigne le chapitre 3 : les frontières tracées par les ouvriers à mon égard, la méfiance affichée par Lao Wu, ou encore le geste discret de Li, qui me touche le bras pour m'indiquer de cesser de poser des questions, participent tous d'une grammaire implicite de la réserve, de l'autocensure et du risque latent.

Dans le quotidien du chantier, le « regard invisible » ne renvoie pas à une instance unique, mais à l'entrecroisement de trois régimes de contrôle ordinaires : (1) un marché du travail transnational fondé sur la réputation, où chaque parole peut peser sur la probabilité d'être rappelé sur la prochaine mission ; (2) une gouvernance contractuelle de l'entreprise, qui externalise le risque sanitaire par des engagements écrits et des règles de circulation ; (3) la portabilité des normes pandémiques depuis la Chine, converties en routines d'autodiscipline (isolement, livraisons sans contact, désinfection). Ces régimes s'additionnent moins qu'ils ne se relayent, produisant une retenue pragmatique plutôt qu'une peur indifférenciée de « l'État ».

En réalité, eux-mêmes n'en ont pas une idée très claire. Ce qu'ils savent, en revanche, c'est qu'il vaut mieux se taire — selon le dicton chinois : *« plus on parle, plus on risque de faire une erreur » Yan duo bi shi* 言多必失. Parler excessivement, ou de manière imprudente, est perçu comme un risque majeur. Dans le contexte de travail transnational qui structure le festival des lanternes, la parole n'est jamais neutre : elle peut provoquer des tensions interpersonnelles, déclencher des conflits internes, ou encore compromettre des équilibres fragiles entre différents acteurs.

Plus encore, elle peut avoir des répercussions concrètes sur les trajectoires professionnelles des ouvriers et commerçants impliqués : une parole mal interprétée, ou attribuée à la mauvaise personne, peut entraîner l'exclusion d'un réseau, la perte d'une opportunité de mission à l'étranger, voire l'impossibilité de participer à de futurs festivals hors de Chine. Cette stratégie de pru-

dence verbale est souvent interprétée par les sociologues chinois comme une réponse à la structure duale urbain-rural. Dans un contexte marqué par une distribution profondément inégale des ressources, les groupes sociaux les plus précaires développent des tactiques de discrétion et d'évitement du risque, afin de préserver leurs maigres opportunités.

Pendant la pandémie de Covid-19, ce regard invisible se transforme en une modalité de contrôle encore plus manifeste, en s'appuyant sur des dispositifs étatiques de gestion sanitaire. Entre 2020 et 2023, la Chine met en œuvre des politiques de quarantaine particulièrement strictes,[1] Ces politiques sont articulées à des technologies de traçage, des systèmes de codification numérique (code QR de santé) et un encadrement spatial renforcé des mobilités. L'année 2022 marque un tournant, avec un durcissement notable des mesures de prévention, qui atteignent alors leur niveau le plus rigoureux. Ces politiques reconfigurent en profondeur les conditions de vie et de travail, y compris à l'étranger, pour les personnes issues de Chine continentale. Par exemple, le Plan de prévention du Covid-19 pour les fêtes du Nouvel An et du Nouvel An lunaire 2022, publié par le gouvernement chinois, stipule que chaque administration locale doit formuler ses mesures en fonction des directives nationales.

Ces politiques de contrôle comprennent, entre autres, l'obligation d'une quarantaine en hôtel à la charge des individus (durée variable de 7 à 21 jours), le confinement strict de quartiers résidentiels et parfois même le verrouillage complet de villes entières. Ce contexte politico-sanitaire a un impact direct sur la vie quotidienne de l'équipe chinoise mobilisée pour le festival des lanternes de Blagnac entre 2021 et 2022.

Conformément aux consignes émises par la société organisatrice chinoise, les membres de l'équipe reçoivent l'instruction de limiter strictement leurs déplacements hors du site du festival. En dehors des horaires d'ouverture au public (de 18 h à 23 h), ils sont fortement incités à rester confinés dans leur logement temporaire et à éviter toute interaction avec l'extérieur, dans une logique de précaution sanitaire inspirée des normes en vigueur en Chine.

Or, cette discipline sanitaire contraste fortement avec les pratiques françaises contemporaines. Si l'accès au parc reste conditionné par la présentation d'un pass vaccinal ou d'un test négatif, les cas positifs ne sont pas systématiquement confinés à domicile, ni surveillés de manière centralisée. Ce relâchement perçu des mesures de contrôle surprend profondément les membres de l'équipe chinoise, habitués à un encadrement beaucoup plus strict. Certains expriment leur choc face à ce qu'ils considèrent comme une forme de laxisme, voire d'irresponsabilité, dans la gestion locale de la pandémie.

Lorsqu'une actrice chinoise commence à se sentir mal, elle prend l'initiative de se rendre en pharmacie afin d'y effectuer un test de dépistage, qui s'avère positif au Covid-19. Sans attendre de directives extérieures, elle choisit de s'isoler volontairement dans son logement. Ce geste déclenche la mise en place d'un protocole d'entraide strictement codifié par les membres de

1. selon la Commission nationale de la santé et du bien-être de la Chine. Plan de prévention du Covid-19 pour les fêtes du Nouvel An et du Nouvel An lunaire 2022. Pékin : Secrétariat général de la CNS, 23 décembre 2021.

l'équipe : chaque jour, d'autres artistes lui déposent de la nourriture et de l'eau devant sa porte, frappent trois fois, puis s'éloignent à bonne distance pour lui permettre de récupérer les repas sans contact direct.

Les livraisons sont systématiquement suivies d'une désinfection à l'alcool des surfaces manipulées, et les personnes chargées des dépôts portent gants et masques. Ces gestes — minutieux, ritualisés, répétés — traduisent une rigueur disciplinaire auto-imposée. Ils témoignent de l'intériorisation, par les membres de l'équipe, des normes sanitaires strictes en vigueur en Chine à la même période, et de leur transposition dans le contexte français. Cette gestion collective, autonome et rigoureuse de l'isolement montre comment des logiques de prévention, fortement structurées par l'expérience de la surveillance sanitaire en Chine, continuent de régir les comportements, indépendamment des normes officielles du pays d'accueil.

À ce moment-là, l'ombre du Covid-19 plane sur l'ensemble du groupe chinois. Dès que la nouvelle du test positif se répand, une inquiétude diffuse mais palpable s'installe parmi les membres de l'équipe. Presque tous ont sur eux une boîte de *Lianhua Qingwen* 莲花清瘟[2], un médicament phytothérapeutique couramment utilisé en Chine pour prévenir ou traiter les symptômes viraux. Le réflexe est immédiat : chacun commence à en consommer de manière préventive, dans un geste mêlant pharmacopée traditionnelle, pratiques sanitaires informelles et stratégies d'autoprotection.

Ying, dont la chambre est adjacente à celle de l'actrice contaminée, me confie sa peur :

> « Sa chambre est juste à côté de la mienne. J'ai trop peur. Je dors même avec mon masque. Et si je suis contaminée ? On n'a même pas d'assurance maladie ici. c'est trop effrayant ! Dès que j'ai appris la nouvelle, j'ai commencé à prendre *Lianhua Qingwen* 莲花清瘟 pour me protéger. J'ai aussi de l'amoxicilline et du *Shuanghuanglian* 双黄连[3]. Si je tombe malade, je compte doubler les doses pour écraser le virus. »

Quand je lui fais remarquer que, moi aussi, je sors tous les jours, que je côtoie de nombreuses personnes et que nous nous voyons régulièrement, elle me répond :

> « Toi, c'est pas pareil. Tu n'as pas de symptômes, et tu as été vaccinée. Tu as moins de risques que nous d'être contaminée. »

La peur du virus, mêlée à la conscience aiguë d'une absence de protection sociale en France, nourrit un régime d'anticipation anxieuse, dans lequel la gestion du corps devient un enjeu central de contrôle individuel. L'usage préventif de*Lianhua Qingwen* 莲花清瘟 ou de *Shuanghuanglian* 双黄连 n'atteste pas d'une efficacité médicale ; il documente l'économie morale du soin telle qu'elle est comprise par les acteurs, au croisement de recommandations circulant depuis

2. *Lianhua Qingwen* est un médicament chinois à base de plantes traditionnellement utilisé pour soulager les symptômes grippaux et viraux. Il associe plusieurs ingrédients de la pharmacopée chinoise, comme le forsythia, le chèvrefeuille, et la rhubarbe.

3. *Shuanghuanglian* (*Shuānghuánglián*) est une solution orale à base de forsythia, de chèvrefeuille et de scutellaire, utilisée en médecine traditionnelle chinoise pour ses propriétés antivirales et anti-inflammatoires.

la Chine, d'expériences familiales et de pratiques de groupe. Le vol de retour vers la Chine est prévu pour le 21 avril 2022. En amont, l'entreprise envoie une note exigeant qu'à compter du 31 mars, tous les membres de l'équipe respectent une stricte politique d'auto-isolement de 21 jours. Ils doivent rester confinés dans l'hôtel, sans en sortir une seule fois, afin de répondre aux exigences sanitaires fixées pour l'embarquement.

Mais pour plusieurs d'entre eux, une telle consigne semble difficilement soutenable. Être en France représente une opportunité rare, perçue à la fois comme un privilège et comme un moment à ne pas gâcher. Malgré les consignes, certains choisissent de sortir discrètement : ils vont prendre des photos dans les champs de colza en fleurs, arpentent des routes de campagne désertes, et vont respirer l'air frais des vignobles où les premières feuilles apparaissent.

Ces escapades, discrètes mais déterminées, témoignent d'un désir de liberté face à l'encadrement strict de leurs mobilités — à la fois par les dispositifs de contrôle sanitaires transnationaux et par les injonctions internes à leur propre groupe.

Malgré leur désir de profiter de leur séjour en France, les membres de l'équipe chinoise évitent soigneusement les centres-villes et les lieux très fréquentés. Lorsqu'ils doivent se rendre au supermarché, ils privilégient des horaires discrets — souvent à l'heure du déjeuner ou du dîner — afin de laisser croire qu'ils sont restés à l'hôtel toute la journée, conformément aux consignes d'auto-isolement.

Durant cette période, j'accompagne Ying dans plusieurs écoles et associations locales, où elle anime des ateliers de nœuds chinois dans le cadre d'activités culturelles visant à faire connaître la culture festive chinoise. Un jour, un enseignant de l'Institut Confucius de Pau contacte Ying pour l'inviter à animer un atelier destiné à des étudiants en langue chinoise. Ne pouvant l'accompagner, elle effectue seule le trajet en train.

Or, cette sortie circule rapidement dans le réseau. On ignore qui informe l'entreprise, mais dès le lendemain, Ying est convoquée et sommée de signer une déclaration écrite. Dans ce document, elle doit attester que ce déplacement est entrepris de sa propre initiative et que, en cas de contamination au Covid-19, l'entreprise ne pourra être tenue pour responsable.

Lorsque Ying se rend seule à Pau pour un atelier, la réaction de l'entreprise — demande d'attestation écrite et désengagement de responsabilité — relève d'abord d'une logique d'assurance et de conformité : il s'agit de documenter l'écart à la règle et de circonscrire la responsabilité en cas d'infection. Dans le même temps, l'information circule par les réseaux de collègues et d'encadrants, où elle est interprétée à l'aune d'un marché de la réputation : initiative, prudence, « obéissance ». C'est dans cette double grammaire (contrat + réputation), plus que sous la seule menace d'une autorité lointaine, que s'explique la rapidité de la mise en conformité.

L'épisode met ainsi en lumière le contraste entre deux formes d'autorité légale dans la gestion de la pandémie. En France, la politique sanitaire repose largement sur la responsabilité individuelle : présentation d'un pass vaccinal, réalisation de tests PCR, isolement volontaire en cas de symptômes. Les mesures contraignantes sont relativement limitées, et la surveillance institutionnelle est peu intrusive.

À l'inverse, le modèle chinois s'appuie sur des dispositifs beaucoup plus coercitifs : quarantaine obligatoire pour les personnes en déplacement, confinement strict des zones résidentielles, codification numérique des statuts de santé via des applications contrôlées par l'État. Même à l'étranger, les membres de l'équipe chinoise restent soumis aux injonctions de leur pays d'origine, comme en témoigne l'application stricte d'une quarantaine de 21 jours avant le retour en Chine, exigée par l'entreprise elle-même.

Cet épisode révèle ainsi la capacité du pouvoir administratif chinois à exercer une forme d'autorité extraterritoriale, par l'intermédiaire de dispositifs de contrôle indirects — qu'il s'agisse des réseaux sociaux, des canaux internes de communication, ou de formes de surveillance informelle entre collègues. Cette influence à distance s'inscrit dans ce que certains auteurs qualifient de *souveraineté transnationale fragmentée*, où les normes et obligations édictées par un État continuent de façonner les comportements de ses ressortissants, même au-delà de ses frontières territoriales (Ong 2006 ; Kloet et al. 2020).

Mais au-delà des dimensions juridiques et administratives, le comportement des membres de l'équipe est également façonné par une autorité culturelle plus diffuse, issue de la circulation entre discours d'État, médecine traditionnelle et expérience partagée de la pandémie. Des affirmations telles que « il faut prendre de la médecine traditionnelle si l'on est malade » ou « *Lianhua Qingwen* 莲花清瘟 permet de prévenir le virus » ne relèvent pas uniquement de croyances personnelles : elles traduisent l'incorporation d'un régime de vérité élaboré à la croisée des savoirs biomédicaux, de la pharmacopée traditionnelle et du discours officiel promu par les autorités chinoises.

Même à des milliers de kilomètres de la Chine, les pratiques sanitaires de l'équipe — de la prise préventive de médicaments aux règles d'isolement auto-imposées — restent ainsi profondément orientées par une logique sanitaire sino-centrée, au sein de laquelle se combinent biopolitique d'État, normes collectives et gestuelles incorporées du soin. Sous le regard invisible qui semble constamment les accompagner, les gestes des membres de l'équipe chinoise relèvent d'une forme d'agentivité contrainte. En apparence, chacun dispose du choix de suivre ou non les règles édictées par l'entreprise ou les autorités chinoises. Mais dans les faits, toute transgression peut entraîner des conséquences graves : interdiction de retour en Chine, perte de contrat, voire exclusion durable des circuits professionnels transnationaux. Leur obéissance n'est donc pas entièrement volontaire : elle se trouve façonnée par une structure de contraintes imbriquant injonctions officielles, contrôle social et auto-discipline intériorisée.

Pour autant, cet espace normatif ne se referme pas totalement. À l'intérieur de ce champ restreint, les individus s'efforcent de préserver des marges de manœuvre, des interstices de liberté. Évitant les lieux bondés ou les centres urbains visibles, ils choisissent de se rendre ensemble dans les champs ou les vignes environnantes — des lieux périphériques, symboliquement en dehors des circuits de contrôle, où il devient possible de respirer, marcher, et se sentir momentanément libres. Ces pratiques, bien que modestes, constituent des formes de négociation avec le pouvoir : elles illustrent une agentivité située, où l'adaptation n'est jamais pure soumission, mais

fait place à des stratégies de contournement, de dissimulation, voire de subversion silencieuse.

Plus significatif encore, lorsqu'un écart se produit, une réaction peut survenir quasi immédiatement — émanant de la Chine ou relayée par des intermédiaires. Ces rétroactions à distance confirment que, malgré l'éloignement géographique, le pouvoir demeure actif : les écarts sont vus, signalés, et sanctionnés, souvent de manière symbolique mais suffisamment marquante pour réajuster les comportements. Face à cette surveillance fragmentée mais efficace, les membres de l'équipe redéfinissent sans cesse les contours du possible, en évaluant les risques, en observant les conséquences des actes d'autrui, et en ajustant progressivement leurs propres manières d'agir.

Dans ce cadre mouvant, incertain et traversé de rapports d'autorité dissymétriques, ils élaborent ainsi des formes d'adaptation dynamique, cherchant des compromis entre obéissance formelle et affirmation silencieuse d'une autonomie vécue. Comme le montre Michel Foucault, le pouvoir ne se résume pas à une instance souveraine, ni à une autorité centralisée détenant un monopole de la contrainte. Il circule à travers les relations sociales, s'inscrit dans les normes, les discours et les dispositifs du quotidien. Le cas analysé ici illustre avec clarté cette conception du pouvoir comme modalité diffuse, capillaire et incorporée. En l'absence de toute autorité policière ou de coercition directe, ce sont des injonctions administratives, des prescriptions culturelles, des obligations sanitaires codifiées, mais aussi des pratiques d'auto-surveillance et de vigilance mutuelle qui encadrent les comportements des membres de l'équipe chinoise.

On peut certes lire ces pratiques à la lumière de Foucault — non comme l'effet d'une surveillance centralisée, mais comme la normalisation de conduites prudentes activée par des dispositifs hétérogènes. Toutefois, dans ce cas, la chaîne des médiations (contrats, consignes, groupes WeChat, listes de rappel) importe davantage que la référence à une « souveraineté extraterritoriale » : elle montre comment la règle devient action, qui parle à qui, et avec quels effets sur l'accès aux missions. Il convient toutefois de souligner que ce climat de méfiance et de retenue ne se limite pas à la période pandémique. Comme de nombreux chercheurs l'ont montré, l'incertitude relationnelle et la faible confiance interpersonnelle constituent des traits structurels de la société chinoise contemporaine (Yan 2009 ; L. Sun 2014). La pandémie de Covid-19 n'a pas créé ex nihilo ce « regard invisible », mais elle en a renforcé les modalités, en les inscrivant dans des dispositifs sanitaires et administratifs plus contraignants.

Ainsi, le festival des lanternes en contexte transnational révèle à la fois une continuité — celle d'une culture de la prudence et de l'autocensure — et une intensification liée aux technologies et normes de la gestion pandémique. Dans cette configuration, le pouvoir ne se manifeste pas sous la forme d'une autorité centralisée, mais circule à travers les relations sociales, les dispositifs de surveillance et l'intériorisation des normes. Comme l'a montré Michel Foucault, le pouvoir agit moins par répression que par normalisation : il s'inscrit dans les corps, les gestes et les interactions quotidiennes, façonnant des conduites en apparence volontaires mais produites par un réseau diffus de contraintes. Le « regard invisible » que j'ai observé au sein de l'équipe chinoise s'inscrit pleinement dans cette logique foucaldienne d'une gouvernementalité capil-

laire, où la prudence et le silence deviennent des tactiques ordinaires de survie et d'adaptation.

3 Le privilège du traducteur

Dans le contexte interculturel du festival des lanternes, la figure du traducteur ou de la traductrice occupe une position bien plus stratégique que celle d'un simple relais linguistique. Il ou elle constitue souvent le seul point de contact stable entre l'équipe chinoise et les institutions françaises, assumant un rôle central dans la circulation des informations, leur sélection, leur reformulation ou leur rétention. Cette position d'intermédiaire ne se limite pas à la traduction des mots : elle engage des dynamiques de pouvoir, de représentation et parfois d'exclusion. Le traducteur devient ainsi un acteur-clé du dispositif organisationnel, à la fois interface, filtre et médiateur hiérarchique — un nœud névralgique dans l'architecture du pouvoir transnational.

J'ai pris la mesure de cette position privilégiée pour la première fois en décembre 2019, lors de ma première visite au campement des ouvriers chinois, alors que le festival a déjà commencé depuis plus de vingt jours. Le site d'hébergement consiste en une maisonnette prévue pour six personnes, comprenant deux chambres et un salon-cuisine. En général, les chambres sont partagées à deux, et deux autres résidents dorment dans le salon. Pourtant, dans la maisonnette attribuée à la traductrice Fey, la répartition de l'espace révèle une hiérarchie implicite : trois artistes partagent une petite chambre, deux commerçants dorment dans le salon, tandis que Fey occupe seule la chambre la plus grande, bénéficiant ainsi d'un espace individuel que personne d'autre ne possède.

Cette configuration spatiale, apparemment anodine, matérialise de façon tangible les inégalités de statut au sein du groupe. Elle signale la reconnaissance tacite — voire la naturalisation — d'un pouvoir décisionnel associé à la fonction de traducteur, qui dépasse de loin les seuls enjeux de communication linguistique.

Dès les premiers jours, Fey me donne l'impression d'être une figure à la fois centrale et distante. Bien qu'occupant une position-clé dans l'organisation du festival, elle maintient une forme de séparation marquée vis-à-vis du reste de l'équipe chinoise. Elle dispose de sa propre bouilloire, refuse d'utiliser la vaisselle commune, et prend ses repas avec ses propres ustensiles. Le chef cuisinier, selon les témoignages recueillis, prépare parfois des plats distincts spécialement pour elle. Je ne la vois jamais partager un repas avec les autres membres du groupe.

Hors du temps de travail, sa présence devient quasi invisible : elle passe la majeure partie de son temps dans sa chambre, dont la porte reste le plus souvent fermée. Lors de mes visites sur le campement, généralement en fin de matinée, elle est fréquemment encore couchée. Ailleurs dans le logement, la vie collective suit un autre rythme : trois artistes sont allongés sur leurs lits dans la petite chambre, tandis que les deux commerçants s'affairent silencieusement dans un salon encombré de marchandises et de lits d'appoint.

Cette disposition spatiale et comportementale révèle une forme de clivage statutaire au sein du groupe, signalant à la fois l'autonomie dont jouit Fey et la mise à distance, volontaire

ou imposée, qu'elle entretient avec les autres. Sa posture d'inaccessibilité — marquée par des pratiques de distinction matérielle et des formes de retrait relationnel — renforce l'asymétrie déjà évoquée entre la traductrice et les autres membres de l'équipe, tout en rendant visible, dans l'espace du quotidien, les hiérarchies implicites de la chaîne organisationnelle.

Un jour, alors que le cuisinier envoie un message vocal sur le groupe WeChat pour signaler que le déjeuner est prêt, la porte de la chambre de Fey s'ouvre. Je lui demande, sur un ton neutre :

« — Tu dors ? — Non, je joue sur mon téléphone. »

Il semble acquis, dans la maisonnette, que la porte fermée de Fey équivaut à une injonction au silence : tant qu'elle reste dans sa chambre, chacun parle à voix basse, comme si elle dort. Mais dès qu'elle entre dans la cuisine, les commerçants s'écartent instinctivement pour lui laisser la place. Un silence immédiat s'installe. Les mains continuent de s'activer — on plie des emballages, on gonfle des ballons, on assemble des jouets — mais les conversations s'interrompent brusquement. J'ai la nette impression que leur patronne vient d'entrer.

Intriguée, j'engage la conversation avec elle. Elle me raconte avoir étudié la direction d'orchestre en Allemagne et en Belgique. De retour à Chengdu, sa famille lui propose ce poste de traductrice pour faire une pause‘. À ma question sur son apprentissage du français, elle précise l'avoir étudié en Belgique, mais utilise principalement l'allemand. Ce détail me laisse perplexe : comment une entreprise chinoise peut-elle recruter comme traductrice une personne peu à l'aise en français, alors que la Chine compte de nombreux diplômés spécialisés dans cette langue ? Ce questionnement ne trouve réponse que plus tard.

Lors de ma seconde visite, le 31 décembre, Fey est absente. Sa porte, restée ouverte, son lit soigneusement fait, transforme l'atmosphère de la maisonnette. Les artistes parlent fort dans le couloir, les commerçantes rient en préparant leurs marchandises dans le salon. Un relâchement est perceptible : son absence semble desserrer momentanément la tension latente du lieu.

Revenue d'un aller-retour à Paris, Fey s'accoude au comptoir de la cuisine, occupée à traduire des tickets de caisse à l'aide d'une application sur son téléphone. Elle m'explique qu'elle doit retranscrire chaque article en chinois pour l'envoyer à la comptabilité. Elle prépare un dîner pour inviter des Français au campement à l'occasion du Nouvel An, ce qui me semble une opportunité précieuse pour observer un moment d'interaction interculturelle.

Peu après, deux ouvriers me lancent à demi-mot :

« Si on fait des raviolis pour le Nouvel An, on t'invite. »

Je m'en crois donc invitée. Mais rapidement, un autre ouvrier me prend à part, avec prudence :

« Je te le dis en secret, mais ne dis pas que c'est moi : tu ne peux pas venir. Ils t'ont interdit de participer. »

Li me suggère une solution :

« Demande à Fey. Si elle est d'accord, tu pourras venir. »

Je lui envoie donc un message sur WeChat :

> « — Je peux venir participer à votre dîner du Nouvel An ? — Non. Je ne peux pas l'expliquer à la société. C'est un repas interne, on ne peut pas inviter d'autres personnes. — Je ne veux pas manger avec vous, seulement observer vos échanges avec les invités français, pour ma thèse. — Non, non. C'est la règle de la société. — Je m'assois loin, je n'interfère avec personne. — Si tu continues, je te supprime de WeChat. — Je crois qu'on est amis. »

Et elle me supprime.

Ce soir-là est l'un des moments les plus douloureux de mon terrain. Je suis seule, avec mon enfant, dans un pays étranger, pendant ce qui constitue la fête la plus importante du calendrier chinois. Je mise tout sur cette invitation au repas du Nouvel An : je ne prévois rien d'autre, convaincue que ce moment partagé sera l'occasion à la fois d'un geste d'hospitalité et d'une scène d'observation ethnographique privilégiée. Au-delà de la déception personnelle, je réalise que je viens de perdre une opportunité rare d'observer une interaction interculturelle en situation festive.

Le lendemain, je demande aux ouvriers s'ils peuvent me partager quelques photos. En les consultant, je constate que le dîner est organisé de manière très formelle : les trois groupes constituant l'équipe chinoise — commerçants, ouvriers, artistes — sont assis séparément. Une table distincte dans le coin est ajoutée pour les invités français, à laquelle Fey prend place. Des raviolis et plusieurs plats chinois, vraisemblablement préparés à l'avance, sont servis. Aucune image ne laisse apparaître de réelle interaction entre les convives. Au bout d'une dizaine de minutes, chacun semble s'être retiré.

Un détail attire néanmoins mon attention : la présence d'un couple franco-chinois, très proche de l'équipe mais n'appartenant pas officiellement à la société organisatrice. Leur inclusion contraste avec l'exclusion d'autres acteurs. Pourquoi eux ? La réponse tient sans doute à leur utilité concrète et à l'ancienneté de leurs liens avec l'équipe. L'homme est photographe et fournit régulièrement des images valorisant le travail des artisans et du festival. La femme, de son côté, exerce comme acheteuse intermédiaire : dès la première édition à Gaillac, elle aide déjà les Chinois à se procurer des marchandises en marque française ou des cigarettes en Andorre. Leur participation repose donc moins sur un statut formel que sur une relation de confiance établie par des services rendus et des échanges récurrents, révélant l'importance des logiques relationnelles et de l'économie parallèle dans la structuration du projet.

Cet épisode me rappelle une vérité méthodologique fondamentale en anthropologie : l'accès ne dépend pas uniquement des statuts déclarés, mais se construit dans un régime de reconnaissance relationnelle fragile, instable, toujours réversible. La confiance ne se décrète pas, elle se négocie continuellement — et parfois, elle se refuse.

Ce n'est que plus tard que je comprends que Fey, comme Dongni, occupe une position structurellement privilégiée au sein du dispositif, non pas en raison de ses compétences linguistiques, mais en vertu de ses appartenances familiales. Toutes deux sont issues de familles influentes dans la fonction publique chinoise. Leur nomination à un poste de traductrice relève

moins d'un processus de sélection fondé sur les compétences que d'un échange d'intérêts croisés entre leurs familles et la direction de l'entreprise organisatrice du festival.

Dans le cadre des politiques de soutien à l'exportation culturelle menées par la Chine — telles que décrites dans le premier chapitre — certaines entreprises peuvent accéder à des incitations fiscales, à des financements publics ou à des lignes de crédit préférentielles. Les familles de Fey et Dongni sont en mesure de faciliter l'accès à ces ressources, ou du moins d'intercéder auprès des autorités compétentes. Ainsi, le poste de traductrice n'est que l'aspect visible d'un système relationnel plus vaste, où les fonctions officiellement attribuées servent de façade à des mécanismes de réciprocité politique, économique ou symbolique.

Dongni arrive en France en 2021, au plus fort de la pandémie. Elle me confie s'ennuyer en Chine et accepte ce poste pour changer d'air, à la place d'une amie ayant décliné l'offre par crainte du Covid-19. Elle étudie au Royaume-Uni et participe à plusieurs éditions précédentes du festival des lanternes, notamment à Longleat (Angleterre) et au zoo Safari de Thoiry (France). Mais cette fois-ci, sa fonction d'interprétation est largement fictive : ne parlant pas français, et Gausserand et la plupart des partenaires ne parlant pas anglais, elle ne peut en réalité assurer aucune médiation linguistique directe.

La plupart des traductions sont prises en charge par Chunna, une interprète sino-française employée par Gausserand. Lorsqu'un échange doit avoir lieu entre Gausserand et l'équipe chinoise, la chaîne de traduction se déploie en plusieurs étapes : Il s'adresse à Chunna en français, Chunna traduit en chinois pour Dongni, puis Dongni appelle par téléphone la direction de l'entreprise en Chine pour transmettre le message. Cette médiation multilocalisée illustre une forme de chaîne d'interprétation éclatée, révélatrice de l'asymétrie entre les rôles déclarés et les fonctions réellement assurées.

Je me demande souvent pourquoi l'entreprise n'engage pas de diplômés de langue française, alors que la Chine en compte beaucoup. Ce n'est qu'en observant le fonctionnement du réseau de relations que je comprends que le rôle de traductrice sert aussi de prétexte pour insérer certains individus dans les rouages du projet.

Dongni exprime souvent une forme de désengagement assumé à l'égard de sa mission :

> « Je suis ici, en France cette fois. c'est parce qu'en Chine, pendant le Covid, tu sais comment c'était : je m'ennuyais vraiment à la maison. J'avais envie de changer d'air. C'est dans ce contexte que le Groupe des lanternes m'a appelé. J'ai dit que je ne parle pas français. Ils m'ont dit :'T'as pas besoin de parler français, tu n'as qu'à jouer.' Alors j'en ai profité pour aller un peu en Suède, en Espagne, au Portugal. »

Loin d'incarner une figure de médiation engagée, elle semble occuper son poste sur un mode temporaire, léger, presque dilettante. Durant son séjour, elle multiplie les déplacements — en Suède, au Portugal, à Paris — profitant pleinement des opportunités offertes par sa présence en France. Je voyage moi-même avec elle à plusieurs reprises, notamment lors de son retour de Suède pendant le festival de Blagnac, ou encore lorsqu'elle vient me rendre visite à Marseille.

Ces moments de déplacement partagés me permettent d'observer plus finement les formes de privilèges associées à sa position, et la manière dont elle les habite sans jamais en revendiquer explicitement la légitimité.

Dans le train entre Toulouse et Marseille, Dongni me confie que le chef cuisinier de l'équipe prépare spécialement pour elle des côtelettes de porc à emporter, un plat traditionnel du Sichuan. Elle m'en offre une portion :

> « C'est super bon, il faut que tu goûtes. C'est un truc assez galère à faire, ça demande pas mal de sucre et d'huile, mais après ça se garde super bien. Et celle que fait le chef Zhang, elle est vraiment authentique du Sichuan. »

Elle précise que, lors de chacun de ses déplacements, le cuisinier lui concocte des provisions, ce qui lui permet à la fois de limiter ses dépenses et de maintenir un lien gustatif avec son quotidien culinaire chinois. Le plat, dense et généreux – près d'un kilo – est effectivement savoureux.

Entre février et avril 2022, durant le démontage des lanternes, je croise Dongni presque quotidiennement. Un jour, alors que nous faisons des courses ensemble, elle achète plusieurs boissons. Je lui demande si ces achats sont remboursés par l'entreprise. Elle me répond avec désinvolture :

> « Je prends ce que j'ai envie de boire ou de manger. Ce que je veux me faire rembourser, je le fais. »

Puis, elle ajoute :

> « J'en ai plein dans ma chambre. Des boissons, des gâteaux, si tu veux en prendre, vas-y. Emporte-en pour ta fille. »

Cette remarque me rappelle une scène survenue quelques semaines plus tôt avec Ran. Après que je l'ai aidé à traduire un échange, il me tend un grand sac à dos rempli de biscuits en disant :

> « C'est pour ta fille. Quand tu finis, viens m'en demander d'autres. »

Ces gestes de générosité, parfois intéressés, parfois sincères, traduisent des logiques relationnelles complexes, où la distribution de biens alimentaires fonctionne à la fois comme mode de réciprocité, de distinction et de reconnaissance implicite d'un statut. Qu'ils soient marqueurs de pouvoir, signes d'attachement ou simples pratiques de socialisation, ces dons participent à l'économie morale du groupe, façonnant subtilement les hiérarchies et les alliances. Fey, quant à elle, revendique toujours le titre de traductrice. Elle parle peu, mais sa posture corporelle, son isolement volontaire et les privilèges matériels dont elle bénéficie lui confèrent une autorité discrète mais incontestable. À Gaillac, sa position semble d'autant plus stable que le contexte local — un maire influent, un dispositif institutionnel bien huilé — contribue à structurer une hiérarchie relativement claire. Son niveau de français, bien que limité, suffit à gérer les interactions ordinaires, et l'équilibre des rapports de pouvoir ne semble alors guère remis en question.

Mais en 2021, le contexte se transforme sensiblement. Le festival est transféré à Blagnac, dans un climat d'incertitude marqué par la pandémie et le départ de l'ancien maire. Dans ce nouvel environnement, Dongni endosse à son tour le rôle de traductrice. Officiellement, elle n'est qu'un maillon fonctionnel du dispositif, mais en réalité, son positionnement est bien plus ambivalent. Elle ne revendique jamais explicitement une quelconque influence, et se décrit volontiers comme une accompagnatrice de circonstance. Pourtant, son aisance, ses privilèges visibles et sa capacité à refuser certaines consignes indiquent clairement qu'elle opère dans un espace de pouvoir informel, adossé à des ressources relationnelles dont elle maîtrise les codes.

Un épisode survenu durant le démontage à Blagnac illustre bien les tensions liées à la position ambivalente de Dongni. Face au retard pris par les opérations, le maire sollicite son aide pour transmettre aux artistes et commerçants chinois une demande d'assistance manuelle. Dongni oppose un refus catégorique :

> « Ce n'est pas leur travail. Ils ne sont pas venus en France pour démonter des lanternes. »

Le ton monte. Le maire, agacé, lui rétorque :

> « Ce n'est pas une question de vouloir ou pas. Je veux juste que tu leur transmettes la consigne. Sinon, nous n'y arriverons pas. »

Dongni maintient sa position :

> « Je ne suis qu'une traductrice, je n'ai pas le pouvoir de leur ordonner quoi que ce soit. »

Devant son refus persistant, le maire demande à Chunna, l'interprète française de la municipalité, de contacter directement la direction chinoise. Mais même après cet appel, Dongni s'abstient de relayer la demande, déplaçant la responsabilité sur les carences organisationnelles françaises :

> « Ce n'est pas notre faute. C'est parce que le côté français n'a pas prévu assez de monde et que nos ouvriers ont déjà fait trop d'efforts. Ce n'est pas à moi de les forcer. Si vous voulez leur dire, faites-le vous-mêmes. »

Face à cette impasse, c'est finalement la direction en Chine qui doit intervenir directement auprès des équipes. L'épisode révèle les limites du rôle formel de traductrice : loin d'être une simple exécutante, Dongni détient une capacité d'arbitrage — ou de blocage — dont les effets vont bien au-delà de la traduction linguistique. Son refus d'obtempérer met à nu les frictions entre niveaux de pouvoir, mais aussi les jeux de responsabilités dans un espace transnational où les hiérarchies se redéfinissent sans cesse.

Au cours de mes terrains d'enquête, je rencontre six traducteurs, répartis entre les deux versants du projet. Du côté français, les interprètes remplissent un rôle clairement défini, proche de celui d'assistants administratifs : ils se contentent de transmettre les messages, sans initiative,

dans un cadre d'intervention strictement balisé. À l'inverse, les traducteurs chinois occupent une position beaucoup plus ambivalente. Officiellement interprètes, ils endossent aussi des fonctions de coordination, de représentation, voire de décision, tout en jouissant de privilèges matériels visibles. Leur rôle dépasse largement la médiation linguistique : il s'inscrit dans un faisceau complexe d'alliances, de relations familiales et d'enjeux stratégiques.

Dans un dispositif comme celui du festival des lanternes, adossé aux politiques d'exportation culturelle chinoise, le mot traducteur devient un euphémisme. Derrière cette désignation se cache un pouvoir diffus, à la croisée des échelles nationale et locale, des logiques bureaucratiques et familiales. Traduire ne relève plus simplement d'une compétence linguistique, mais constitue un acte éminemment politique — capable d'inclure ou d'exclure, de hiérarchiser les voix, de filtrer l'accès à l'information ou de l'instrumentaliser.

Ce constat invite à reconsidérer la place structurelle des métiers dits périphériques dans les dispositifs d'échange interculturel. Loin d'être de simples relais techniques, les traducteurs apparaissent comme des figures centrales du pouvoir, opérant à la jonction entre stratégie d'État et pratique de terrain. Ils sont mandatés par des autorités invisibles, sollicités par des équipes en tension, tout en occupant une zone grise de l'organisation. Leur autorité n'est pas toujours institutionnalisée, mais elle s'exerce à travers des signes discrets : positionnement spatial, langage corporel, style relationnel et accès différentiel aux ressources. Dans ce cadre, les traducteurs deviennent des médiateurs gris — ni tout à fait représentants de l'État, ni pleinement intégrés à l'équipe — dont l'agentivité repose précisément sur cette ambiguïté. Leur pouvoir est fait de négociation permanente, d'opacité stratégique et de capacité à rester à la frontière du visible. C'est peut-être cette posture d'entre-deux qui leur permet d'être à la fois passeurs interculturels et figures de tension dans l'économie politique de l'exportation culturelle.

4 Les scènes du pouvoir en mouvement : micro-politiques de l'interaction interculturelle

À travers trois scènes ethnographiques, ce chapitre a décrit la manière dont le pouvoir est perçu, négocié et mis en œuvre dans les interactions quotidiennes au sein d'un projet interculturel tel que le festival des lanternes. La transformation du statut d'un élu local, les effets d'un regard invisible sur les comportements, ou encore les positions ambiguës des traducteurs illustrent ainsi comment les acteurs dits périphériques jouent un rôle central dans le déploiement de la stratégie culturelle nationale à l'étranger.

Ces individus ne sont ni de simples exécutants d'une volonté d'État, ni de neutres facilitateurs de communication. Ils opèrent à l'intersection des injonctions politiques, des pratiques locales et des relations interpersonnelles, et c'est à travers leurs jugements situés que les logiques institutionnelles prennent forme, se déforment ou s'adaptent. Comme l'a souligné Veena Das, l'État se manifeste moins par ses institutions officielles que par les jugements et les micro-

pratiques qui traversent la vie ordinaire. Et pour reprendre la théorie des flux culturels mondiaux formulée par Arjun Appadurai, des dispositifs comme les festivals de lanternes s'inscrivent dans des croisements complexes entre ethnoscape, ideoscape et mediascape, où l'image de la Chine est constamment redéfinie à travers les pratiques locales. Le festival des lanternes illustre cette logique composite : l'action étatique dépend de l'ancrage local, et les médiateurs – traducteurs, commerçants, ouvriers, figures politiques locales – deviennent les véritables agents de la circulation culturelle. Par leurs pratiques situées, ils assurent non seulement la continuité du dispositif, mais participent aussi à redéfinir la forme concrète que prend la communication interculturelle. L'image de la Chine à l'étranger ne se construit pas seulement à travers les lanternes ou les discours officiels, mais par l'entremise de ces acteurs de l'ombre qui traduisent, ajustent ou détournent les logiques structurelles à travers leurs gestes ordinaires.

Conclusion générale

Le monde dans lequel j'ai grandi — la Chine — cherche aujourd'hui à raconter son histoire au reste du monde, à sa manière. J'ai pris conscience de cette tentative en 2019, au cœur de l'hiver, en arpentant les allées du festival des lanternes à Gaillac. Ce n'était pas simplement la beauté lumineuse des dragons et des pagodes, ni l'émerveillement des visiteurs français. C'était cette sensation étrange que mon monde d'origine se donnait à voir ailleurs — dans une langue lumineuse, parfois mal comprise, parfois réappropriée.

Cette thèse est née de ce trouble : comment la Chine façonne-t-elle son image nationale à travers un dispositif aussi spectaculaire qu'un festival ? Et comment cette image est-elle réellement incarnée, déplacée, modifiée par ceux qui, sur le terrain, la portent, la négocient ou la contournent ?

Pour le comprendre, j'ai mené une enquête ethnographique entre la Chine (Zigong) et la France (Gaillac, Blagnac, Montauban), observant les circulations, les interactions, les tensions et les silences. Mon approche croise les théories du *soft power* (Joseph Nye), de l'image nationale (Kenneth Boulding), de la mise en scène sociale (Erving Goffman), des tactiques discrètes (James Scott) et les perspectives anthropologiques chinoises portées par Fei Xiaotong ou Xiang Biao. J'ai ainsi tenté de saisir ce que l'on voit rarement : comment un récit officiel s'actualise dans la matière mouvante des gestes ordinaires et des espaces partagés.

Le festival des lanternes que nous observons aujourd'hui en France ne peut être compris sans retracer sa trajectoire depuis ses racines locales à Zigong. Loin d'être une tradition immuable, il s'agit d'une construction historique, façonnée par des choix politiques, des intérêts économiques et des opérations symboliques. Comme l'a montré Eric Hobsbawm, les traditions sont parfois inventées pour répondre à des besoins contemporains de légitimation. Dans ce cas, le festival est passé d'un carnaval local à un instrument de rayonnement national, voire international.

En suivant son exportation vers le sud-ouest de la France, cette recherche a révélé la multiplicité des récits d'origine : selon les interlocuteurs, l'initiative vient d'un maire curieux, d'une association diplomatique chinoise, ou d'acteurs économiques. Ce flou narratif n'est pas un défaut, mais une caractéristique du processus de circulation culturelle : il met en lumière les zones d'incertitude où les récits se réécrivent selon les intérêts des uns et des autres.

À travers cette première étape, le festival apparaît déjà comme un espace d'intermédiation transnationale, dans lequel les intentions officielles rencontrent des négociations locales, et où

l'État est présent non pas comme une entité homogène et toute-puissante, mais comme un acteur fragmenté, représenté par des dispositifs, des fonctionnaires et des partenariats souvent discrets. Cette tension structurelle entre centralisation et ajustements périphériques constitue l'un des fils rouges de l'ensemble de la thèse.

Si le festival des lanternes repose sur une infrastructure matérielle imposante – des arches lumineuses, des dragons géants, des mises en scène de contes classiques –, il constitue avant tout un dispositif visuel et symbolique destiné à projeter une certaine image de la Chine. Ce que cette thèse a montré, à travers l'analyse du dispositif scénique, c'est que cette image n'est pas seulement esthétique : elle est stratégiquement construite à travers une sélection de symboles, une narration visuelle standardisée et une synchronisation orchestrée entre spectacles, objets à vendre et discours officiels.

Le festival fonctionne ainsi comme une scène de *soft power*, où la culture joue le rôle de façade rayonnante, tandis que les logiques économiques – notamment la vente de produits du Sichuan – s'intègrent dans le décor. Cette dynamique de la culture installe la scène, et l'économie illustre bien une hybridation entre performance nationale et marché transnational.

Mais cette scénographie de la Chine à l'étranger n'est ni neutre ni univoque. Les malentendus culturels, les réinterprétations locales, les réactions sceptiques ou enthousiastes des publics révèlent les limites d'une communication unilatérale. Le festival devient alors un espace de traduction imparfaite, où les symboles circulent mais ne signifient pas toujours ce que l'on espérait. Cette tension entre le sens émis et le sens reçu constitue l'un des enjeux centraux de la fabrication contemporaine de l'image nationale.

L'installation du festival des lanternes dans l'espace urbain français ne va pas sans produire des effets de redéfinition spatiale. En recouvrant les parcs municipaux de structures lumineuses, le festival superpose un imaginaire chinois à un espace local quotidien, créant ce que l'on pourrait appeler une hétérotopie temporaire. Cette occupation symbolique n'est pas sans conséquences : elle suscite chez certains habitants un sentiment d'expropriation culturelle, une impression que leur ville leur échappe pendant plusieurs semaines au profit d'un univers étranger.

À cette réaction locale s'ajoute une autre forme de marginalité : celle des ouvriers chinois, installés de manière précaire dans des containers ou des espaces provisoires à la périphérie du festival. Leur présence est discrète, parfois invisible, mais leur rôle est essentiel. En reconstituant entre eux un monde fait d'habitudes, de repas partagés et de souvenirs transportés, ils tissent une forme de vie flottante, en marge de la ville mais aussi du récit officiel. Ce chapitre montre ainsi que le festival n'est pas seulement un objet de projection nationale, mais aussi un révélateur de frictions spatiales et sociales. Il donne à voir les limites de l'hospitalité culturelle, les hiérarchies de visibilité, et les conditions dans lesquelles une culture venue d'ailleurs tente de se rendre présente sans toujours s'intégrer.

Au-delà des dispositifs officiels de mise en scène, les pratiques des petits commerçants chinois révèlent une autre manière de construire l'image nationale. Ces vendeurs, souvent issus

de milieux populaires et peu institutionnalisés, déploient sur le terrain une palette de stratégies relationnelles : dons spontanés, sourires maîtrisés, apprentissage empirique de la langue, humour contextuel. Leur présence n'est ni marginale ni passive ; au contraire, elle joue un rôle crucial dans la médiation culturelle du festival.

À travers ces interactions micro-sociales, se dessine une Chine plus incarnée, plus accessible, moins figée que celle des discours ou des lanternes. Les visiteurs français entrent en contact avec un pays non pas à travers des symboles, mais à travers des gestes, des voix, des regards. Dans ces échanges, l'image nationale cesse d'être un récit imposé : elle devient une relation, un espace négocié, souvent fragile mais profondément humain. Ce chapitre met en évidence que la construction de l'image d'un pays ne relève pas uniquement des appareils de pouvoir, mais aussi d'une pratique quotidienne du lien, où chaque commerçant, à sa manière, contribue à faire exister la Chine dans les imaginaires locaux – non pas comme une abstraction, mais comme une présence vécue.

L'étude des pratiques de Monsieur Wu met en lumière la manière dont un individu, sans mandat officiel, parvient à faire tenir un dispositif transnational par des actes concrets, des ajustements quotidiens et une intelligence situationnelle. À travers l'analyse de ses gestes, décisions et ajustements, ce chapitre met en lumière comment un individu, sans mandat officiel, parvient à faire tenir un système complexe d'acteurs, de temporalités et d'intérêts divergents. C'est moins son statut que ses pratiques quotidiennes – organiser les arrivées, gérer les conflits, acheter le calme, anticiper les imprévus – qui lui confèrent un pouvoir réel dans l'espace du festival.

Monsieur Wu agit comme un metteur en scène discret : il ne parle pas au nom de l'État, mais il rend possible son image. Il négocie avec les ouvriers, rassure les partenaires français, amortit les tensions, tout en maintenant une façade de fluidité. Sa pratique repose sur un équilibre fragile entre visibilité minimale et efficacité maximale. À travers lui, le festival prend forme, se maintient, s'adapte.

Cette ethnographie d'un acteur singulier montre que l'image nationale ne se construit pas seulement dans les lanternes et les slogans, mais dans l'art de faire avec : avec les contraintes, avec les autres, avec l'incertain. Monsieur Wu ne théorise pas la Chine, il l'organise, la rend viable, la rend possible, scène après scène.

Le festival, dans ses coulisses, révèle une grammaire du pouvoir plus subtile que celle des dispositifs officiels. Trois scènes ethnographiques permettent de penser cette micro politique du quotidien : le maire honoré puis moqué, les normes sanitaires imposées à distance pendant la pandémie, et les traducteurs devenus maîtres invisibles des échanges.

D'un côté, la figure de Patrice Gausserand incarne cette autorité charismatique qui, dans le passage d'un pays à l'autre, perd de sa stabilité : adulé en Chine, rebaptisé le maire sans cou par les ouvriers, il devient un personnage flottant, respecté en façade, réinterprété en coulisse. Le pouvoir ici n'est pas imposé : il est regardé, renommé, parfois détourné.

D'un autre côté, la période du Covid met en lumière une gouvernementalité sans présence : les règles sanitaires sont transmises depuis la Chine, les travailleurs intègrent des logiques de

discipline, de surveillance mutuelle, voire d'autocensure, sans qu'aucune autorité physique ne soit là. Le pouvoir devient une norme intériorisée.

Enfin, la position du traducteur se révèle stratégique : il n'est pas un simple passeur de mots, mais un gardien des circulations. Il filtre, oriente, déforme parfois ; il choisit ce qui est dit, et à qui. Par ce biais, il contrôle discrètement les relations, les tensions et les accès à l'information.

Ces trois scènes révèlent que le pouvoir ne s'exerce pas uniquement par décret ou autorité visible, mais à travers des formes diffuses, relationnelles et incorporées. Il se joue dans les regards, les silences, les gestes. Il se pratique dans les interstices, et c'est là que l'ethnographie lui donne toute sa visibilité.

À la lumière de ces observations, une conclusion s'impose : l'image nationale ne se décrète pas, elle se compose, se pratique, se négocie. Loin d'être un simple objet de communication conçu par l'État, elle émerge dans des scènes concrètes, où des individus – travailleurs, commerçants, traducteurs, élus, visiteurs – mobilisent leurs propres stratégies, affects, contraintes. La Chine, dans le cadre du festival des lanternes, ne se donne pas uniquement à voir : elle se fabrique au quotidien.

Ce travail montre que le *soft power* ne repose pas uniquement sur la projection de symboles, mais sur leur réception, leur adaptation et leur détournement. La circulation transnationale d'un dispositif culturel n'entraîne pas automatiquement son adhésion. Entre le récit souhaité et les pratiques effectives, une distance persiste – parfois comblée par l'humour, parfois creusée par le malentendu.

En croisant les perspectives de Joseph Nye, Kenneth Boulding, Erving Goffman, James Scott et d'anthropologues chinois comme Fei Xiaotong et Xiang Biao, cette recherche propose de penser la fabrique de l'image nationale non pas comme une transmission verticale, mais comme une coproduction asymétrique. Le festival devient une arène où l'État est certes présent, mais éclaté en fragments d'interfaces, de normes et de symboles. Et face à lui, des sujets en mouvement qui n'illustrent pas simplement la Chine, mais qui l'interprètent, l'ajustent et parfois la détournent à leur manière.

Ce n'est donc pas une histoire de représentation fidèle. C'est une ethnographie des écarts, des tensions, des interprétations – bref, de la manière dont un pays se rend visible ailleurs, non pas comme entité close, mais comme pratique relationnelle en devenir.

À ce titre, ma propre position de terrain est tout aussi significative. En tant que volontaire, traductrice et interprète culturelle, je ne suis pas restée une observatrice extérieure, mais j'ai été constamment entraînée dans l'action par les relations de terrain. Cette *intervention située* a non seulement transformé les scènes observées, mais aussi ma manière de les appréhender : en aidant à traduire, à échanger de l'argent, à expliquer la culture chinoise, je participais, souvent malgré moi, à la fabrication de « l'image de la Chine ». Comme l'a souligné Zuiderent-Jerak, l'intervention du chercheur n'est pas accessoire, elle fait partie intégrante de la production du savoir. (Zuiderent-Jerak 2015) L'ethnographie présentée ici s'inscrit précisément dans cet entre-deux, entre intervention et observation.

Cette recherche est née d'un double déplacement : non seulement celui d'une transposition culturelle, de la Chine vers la France, mais aussi celui de ma propre position — passant de l'observée à l'observante, de fille d'un monde à narratrice de ce monde en terre étrangère. Mon regard s'est construit dans cette tension constante entre intimité culturelle et distance analytique. C'est précisément cette position qui m'a permis d'accéder à des scènes souvent négligées ; mais elle a aussi engendré des angles morts. Je ne vois pas tout, je ne comprends pas toujours tout, et je ne peux garantir que mes traductions de ce que j'ai perçu et ressenti soient toujours pleinement fidèles.

Mon terrain s'est déployé dans des limites concrètes : géographiquement circonscrit à trois villes du sud de la France, temporellement centré sur la période de 2019 à 2023. Il ne saurait prétendre épuiser toutes les formes que prennent les festivals des lanternes à l'étranger, ni rendre compte de l'ensemble des versions de l'image nationale en circulation mondiale. Par ailleurs, l'irruption de la pandémie de Covid-19 a non seulement interrompu les festivités elles-mêmes, mais elle a aussi creusé des lacunes, des fissures et des silences que je n'ai parfois pu qu'effleurer.

Au-delà de cela, la sensibilité géopolitique et l'opacité des logiques commerciales ont rendu difficile la reconstitution précise des mécanismes d'implantation du festival à Gaillac. Les voix des associations pro-chinoises, des partenaires locaux, des médias ou des figures culturelles, bien que précieuses, ne sauraient à elles seules refléter la diversité des représentations françaises de la Chine. J'ai donc choisi de centrer mon enquête sur les participants chinois afin d'apporter une annotation ethnographique micro-sociale à la question macroscopique de l'image nationale. Les gestes des ouvriers, les intonations des traducteurs, les micro-expressions des marchands ou les improvisations des organisateurs composent ensemble ces petites scènes qui tissent une version incarnée, partielle et située de l'imaginaire d'État. L'image nationale n'est jamais un simple concept abstrait porté par les discours médiatiques : elle vit aussi dans les corps, dans les relations, dans les détails concrets du travail quotidien.

Je suis toutefois pleinement consciente que cette recherche ne touche qu'à une partie des dynamiques à l'œuvre. La réalisation d'un festival des lanternes n'est jamais une simple exportation chinoise : elle résulte d'une collaboration transnationale impliquant des acteurs issus des deux pays.Les recherches futures devront dépasser ce regard monoculturel pour s'intéresser à la manière dont les participants français — maires, bénévoles, spectateurs, critiques, soutiens — perçoivent, modulent ou réinterprètent cette fête de l'Autre.

Ce travail est loin d'être achevé. Durant la pandémie, j'ai été contrainte de mener une partie du terrain à distance. Le Festival du Printemps constitue une pratique sociale essentielle du peuple chinois pour célébrer le Nouvel An traditionnel, et le festival des lanternes prolonge certains imaginaires visuels et collectifs. Les traces numériques peuvent être envisagées comme une nouvelle forme d'archive ethnographique, venant compléter ou prolonger l'observation en présence. Les plateformes numériques — *Weibo* 微博, *Xiaohongshu* 小红书, TikTok, Facebook — ne recommandent pas les mêmes images ni les mêmes récits. La diffusion de l'image nationale dans l'espace numérique est-elle aussi modulée par les logiques algorithmiques de ces

plateformes ? Les participants en ligne imaginent-ils la Chine différemment de ceux qui vivent l'expérience sur place ? Ces questions m'accompagnent désormais, et je souhaite les explorer plus avant.

En refermant cette phase de terrain, je pense à ce proverbe largement partagé : Il faut tout un village pour élever un enfant. Cette thèse, comme un enfant porté pas à pas par d'innombrables mains, est faite de fragments, de rencontres, de silences et d'aléas. Elle ne prétend pas tout dire, mais tente de montrer — comment une nation, une image, une relation se fabriquent, se transforment, et parfois, à l'écart des projecteurs, se préservent en silence.

Bibliographie

Bibliographie

Abélès, Marc (2008). « Foucault and Political Anthropology ». In : *International Social Science Journal* 59.191, p. 59-68.

— (2011). *Pékin 798*. Stock.

— (2014). *Penser au-delà de l'État*. Belin.

Anholt, Simon (2007). « Competitive Identity and Development ». In : *Competitive Identity : The New Brand Management for Nations, Cities and Regions*. London : Palgrave Macmillan UK, p. 113-128.

Appadurai, Arjun, éd. (1986). *The Social Life of Things : Commodities in Cultural Perspective*. Cambridge University Press.

— (1996). *Modernity at Large : Cultural Dimensions of Globalization*. Minneapolis : University of Minnesota Press.

Aronczyk, Melissa (2013). *Branding the Nation : The Global Business of National Identity*. Oxford : Oxford University Press.

Augé, Marc (1992). *Non-Lieux : Introduction à une anthropologie de la surmodernité*. Paris : Éditions du Seuil.

Baroin, Catherine, Jean-Pierre Warnier et Philippe Beaujard (2006). *Pour une anthropologie de la valeur*. `https://halshs.archives-ouvertes.fr/halshs-04008156`. No. halshs-04008156.

Barr, Michael D. (2011). *Who's Afraid of China ?: The Challenge of Chinese Soft Power*. Bloomsbury Publishing.

Berdoulay, Vincent (1997). « Le lieu et l' espace public ». In : *Cahiers de géographie du Québec* 41.114, p. 301-309.

Berkowitz, P., G. Gjermano, L. Gomez et al. (2007). « Brand China : using the 2008 Olympic Games to enhance China's image ». In : *Place Branding and Public Diplomacy* 3, p. 164-178.

Bhabha, Homi K. (1994). *The Location of Culture*. London : Routledge.

Biao, Xiang (2010). « 普通人的“国家”理论 ». In : 开放时代 10, p. 117-132.

Birrell, Anne (1999). *Chinese Mythology : An Introduction*. Baltimore : Johns Hopkins University Press. isbn : 9780801861833.

Blundo, Giorgio (2023). « Sur la piste des motos entre la Chine et l'Afrique. Ethnographier une chaîne globale de marchandises ». In : *Anthropologie & développement* 54, p. 29-48. doi : 10.4000/anthropodev.1988. url : https://doi.org/10.4000/anthropodev.1988.

Bo, Huang Jian (2002). « 作为“他者”研究的人类学 ». In : 广西民族研究 4, p. 11-16.

Bo, Liang Xiao (2014). « 中国国家形象的跨文化建构与传播 ». In : 武汉大学学报 *(*哲学社会科学版*)* 1, p. 107-111.

Bodolec, Caroline (2012). « The Paper-Cut of Shaanxi Province : From Local Invention to UNESCO Intangible Cultural Heritage ». In : *UNESCO on the Ground : Local Perspectives on Intangible Cultural Heritage*. Sous la dir. de Christina Maags et Marina Svensson. New York : Berghahn Books, p. 49-68.

— (2014). « Le patrimoine culturel immatériel en Chine : enjeux politiques et pratiques sociales ». In : *Études chinoises* 33.2, p. 45-67.

— (2017). « Intangible Cultural Heritage, a Vehicle for Development ? The Case of the Safeguarding of Traditional Handicrafts in China ». In : *Between Imagined Communities and Communities of Practice : Participation, Territory and the Making of Heritage*. Sous la dir. de Nicolette Makovicky et Marko Zivkovic. Oxford : Sean Kingston Publishing, p. 101-122.

Boltanski, Luc et Laurent Thévenot (2006a). *De la justification : Les économies de la grandeur*. 2e éd. augmentée. Paris : Gallimard.

— (2006b). *On Justification : Economies of Worth*. Traduit du français : *De la justification : les économies de la grandeur*, 1991. Princeton : Princeton University Press.

Boulding, Kenneth E. (1956). *The Image : Knowledge in Life and Society*. Ann Arbor : University of Michigan Press.

— (1959). « National Images and International Systems ». In : *Journal of Conflict Resolution* 3.2, p. 120-131. doi : 10.1177/002200275900300204.

Bourdieu, Pierre (1982). *Ce que parler veut dire : L'économie des échanges linguistiques*. Fayard.

— (1997). *Méditations pascaliennes*. Paris : Éditions du Seuil.

Braukmann, Fabienne et al. (2017). *Being a Parent in the Field : Impacts and Challenges*. Transcript Verlag. url : https://www.transcript-verlag.de/978-3-8376-3905-8/being-a-parent-in-the-field/.

Buckley, Peter J., Jeremy Clegg et Hsuan-Chih Tan (2006). « Cultural awareness in knowledge transfer to China : The role of guanxi and mianzi ». In : *Journal of World Business* 41.3, p. 275-288.

Butler, Judith (1990). *Gender Trouble : Feminism and the Subversion of Identity*. New York : Routledge.

Callahan, William A. (2019). *Staging China : The Politics of Mass Spectacle*. Leiden : Leiden University Press.

Cardon, Dominique (2010). *La démocratie Internet : Promesses et limites*. Seuil.

Cheng, Sun Fa (2015). « 当代语境下民间手工艺人的身份转向与群体特征 *[La transformation identitaire et les caractéristiques des artisans populaires dans le contexte contemporain]* ». chinese. In : 民族艺术 2. Article en chinois avec titre traduit en français, p. 61-65.

Chevalier, Jean et Alain Gheerbrant (1982). *Dictionnaire des symboles : mythes, rêves, coutumes, gestes, formes, figures, couleurs, nombres*. Paris : Robert Laffont.

China News Service (mars 2009). 南京警方证实“刘婧案”. Consulté en 2025. url : http://www.chinanews.com/cj/kong/news/2009/03-26/1619679.shtml.

Chuan, Liang (2013). « “自贡灯会”与城市新民俗建构 ». In : 中华文化论坛 5.

— (2016). « 民俗文化传统的政府书写——以非遗“自贡灯会”为例 ». In : 河南教育学院学报 : 哲学社会科学版 35.6, p. 22-31.

— (2020). « Analysis of the International Development of Zigong Colorful Lantern Culture Enterprises ». In : *Scientific Journal of Humanities and Social Sciences* 2.6.

— (2022). « 节庆文化产业发展与创意——以自贡彩灯和自贡灯会为例 ». In : 贵州大学学报（艺术版）.

Chun, Wang (2012). « 自贡艺术与盐文化——一种对自贡彩灯, 会馆, 碑刻的历史考察 ». In : 新西部 : 中旬 · 理论 4, p. 26-26.

Classen, Constance (1997). « Foundations for an Anthropology of the Senses ». In : *International Social Science Journal* 49.153, p. 401-412.

Clifford, James et George E. Marcus, éd. (1986). *Writing Culture : The Poetics and Politics of Ethnography*. Berkeley : University of California Press.

Crapanzano, Vincent (1980). *Tuhami : Portrait of a Moroccan*. Chicago : University of Chicago Press.

Crenn, Chantal (2021). « Chinese investors' itineraries in the vineyards of Bordeaux, or the reversal of the figure of the "foreigner" ». In : *Ethnologie française* LI.3. Disponible sur https://shs.cairn.info/journal-ethnologie-francaise-2021-3-page-549, p. 549-562. doi : 10.3917/ethn.213.0549.

Csordas, Thomas J., éd. (1994). *Embodiment and Experience : The Existential Ground of Culture and Self*. Cambridge : Cambridge University Press.

Doe, J. (2021). « Article Title ». In : *Journal Name* 12, p. 34-56.

Dong, Minghui, Yanhui Gu et Jia-Fei Hong, éd. (2022). *Chinese Lexical Semantics : 22nd Workshop, CLSW 2021, Singapore, May 10–12, 2021, Revised Selected Papers*. T. 13180. Lecture Notes in Computer Science. Cham : Springer. doi : 10.1007/978-3-031-06025-6.

Dong Sheng, Chen Xiu Lian et (2016). 上元之期：元宵节（文化之美）. 人民日报出版社, p. 298.

Duara, Prasenjit (1997). *Rescuing History from the Nation : Questioning Narratives of Modern China*. University of Chicago Press.

Eberhard, Wolfram (1986). *A Dictionary of Chinese Symbols : Hidden Symbols in Chinese Life and Thought*. London : Routledge & Kegan Paul.

Encyclopaedia Britannica, Inc. (2008). *Britannica Concise Encyclopedia*. Chicago : Encyclopaedia Britannica, Inc. isbn : 9781593394929.

Facheng, Sun (21 oct. 2016). 非遗保护中传统手工艺人的蜕变. 来源：中国社会科学报. url : https://www.ihchina.cn/luntan_details/7767.html (visité le 17/06/2025).

Falassi, Alessandro (1987). *Time Out of Time : Essays on the Festival*. Albuquerque : University of New Mexico Press.

Fan, Hong et Yu Hu (2015). « 如何认识国家形象 ». In : 全球传媒学刊 4, p. 32-40.

Fan, Li et Wu Xiaodong (2023). « 地方与国家的 "合奏" : 中国文化符号海外传播突围路径 ». In : 编辑之友 8, p. 43-49.

Fassin, Didier (2010). *La raison humanitaire : Une histoire morale du temps présent*. Paris : Éditions de l'École des hautes études en sciences sociales.

Fei, Sun Xiang (2017). 中国形象：历史演进及跨文化传播路径. 社会科学文献出版社, p. 237.

Fei, Xiaotong (2021a). *Aux racines de la société chinoise*. Trad. par Yann Varc ' h Thorel et Hong Huang. Presses de l ' Inalco. doi : 10.4000/books.pressesinalco.44120. url : https://doi.org/10.4000/books.pressesinalco.44120.

— (2021b). « Préface ». In : *Aux racines de la Société chinoise*. Préface. Éditions de l'Aube, p. 7-15.

Foucault, Michel (2004). « Des espaces autres ». In : *Empan* 54.2, p. 12-19.

France 3 Occitanie (jan. 2020). *Révélations sur une riche femme d ' affaires chinoise sans qui le festival des lanternes de Gaillac n ' aurait pas eu lieu*. Consulté en 2025. url : https://france3-regions.franceinfo.fr/occitanie/tarn/albi/revelations-riche-femme-affaires-chinoise-qui-festival-lanternes-gaillac-n-aurait-pas-eu-lieu-1774185.html.

— (jan. 2021). *Député et sa compagne chinoise : 580 000 masques offerts au Tarn durant l ' épidémie de Covid*. Consulté en 2025. url : https://france3-regions.francetvinfo.fr/occitanie/tarn/albi/depute-sa-compagne-chine-enquete-580-000-masques-offerts-au-tarn-durant-epidemie-covid-1917400.html.

Freedman, Maurice (1958). *Lineage Organization in Southeastern China*. Athlone Press.

Geertz, Clifford (1988). *Works and Lives : The Anthropologist as Author*. Stanford : Stanford University Press.

Gélard, Marie-Luce (2016). « L'anthropologie sensorielle en France : un champ en devenir ? » In : *L'Homme* 217, p. 91-108.

Getz, Donald (1997). *Event Management & Event Tourism*. New York : Cognizant Communication Corporation.

— (2007). *Event Studies : Theory, Research and Policy for Planned Events*. Oxford : Butterworth-Heinemann.

Gibson, Lorena (2018). *Doing Fieldwork with Kids Part II*. https://anthropod.net/2018/01/16/doing-fieldwork-with-kids-part-ii/.

Glaser, Bonnie S. et Melissa E. Murphy (2009). « Soft Power with Chinese Characteristics ». In : *Chinese Soft Power and its Implications for the United States*, p. 10-26.

Gledhill, John (2000). *Power and Its Disguises : Anthropological Perspectives on Politics*. Pluto Press.

Godelier, M. (2014). *L'énigme du don*. Fayard.

— (2019). *Fondamentaux de la vie sociale*. CNRS éditions.

Goffman, Erving (1959). *The Presentation of Self in Everyday Life*. Anchor Books.

— (1974). *Les rites d'interaction*. Le Sens Commun. Traduction par Alain Kihm. Paris : Éditions de Minuit. isbn : 9782707300225.

Gordon, Tamar (1998). « Cultural politics of global spectacle : A case from Indonesia ». In : *Anthropology Today* 14.4, p. 7-10.

Graeber, David (2011). *Debt : The First 5000 Years*. Melville House.

HaiYan, Cheng et Wu ChangQing (2022). « 中国形象的文化符号国际传播路径——基于土耳其 "我想象的中国" 绘画作品的实证研究 ». In : 西安外国语大学学报, p. 124-128.

Haiyan, Cheng et Wu Changqing (2022). « 中国形象的文化符号国际传播路径——基于土耳其 "我想象的中国" 绘画作品的实证研究 ». In : 西安外国语大学学报, p. 124-128.

Han, Gao (2020). « 文化符号与国家形象：中国国家形象对外传播的困境与策略研究 ». In : 新闻春秋 06, p. 33-38.

Han, Sohee (2018). « La festivalisation : approche du Festival d'Avignon par l'anthropologie de la communication ». Thèse de doctorat. Thèse de doct. Université d'Avignon.

Hao, Aiwei W. et al. (2021). « Two Decades of Research on Nation Branding : A Review and Future Research Agenda ». In : *International Marketing Review* 38.1. Consulté en ligne, p. 46-69. url : https://eclass.aegean.gr/modules/document/file.php/511420/%CF%80%CE%B5%CF%81%CE%B9%20%CE%B5%CF%81%CE%B5%CF%85%CE%BD%CE%B7%CF%84%CE%B9%CE%BA%CE%AE%CF%82%20%CE%BC%CE%B5%CE%B8%CE%BF%CE%B4%CE%BF%CE%BB%CE%BF%CE%B3%CE%AF%CE%B1%CF%82%20%CE%BA%CE%B1%CE%B9%20%CE%AD%CF%81%CE%B5%CF%85%CE%BD%CE%B1%CF%82/Two%20decades%20of%20research%20on%20nation%20branding_NEW%20NEW.pdf.

Hien, Phan Thi Thu et Nguyen Ngoc Tho (2023). « Molding the East Asian Dragons : The Creation and Transformation of Various Ecological and Political Discourses ». In : *Journal of Daesoon Thought and the Religions of East Asia* 2.2, p. 73-99. doi : 10.25050/JDTREA.2023.2.2.73.

Hobsbawm, Éric et Terence Ranger, éd. (2012). *L'Invention de la tradition*. Trad. par Christine Vivier. Traduit de l'anglais, p. 30. Paris : Éditions Amsterdam.

Hong, Fan (2013a). « 国家形象的多维塑造与传播策略 ». In : 清华大学学报 *(哲学社会科学版)* 2.

— (2013b). « 国家形象的多维塑造与传播策略 ». In : 清华大学学报 *(哲学社会科学版)* 2013.2, p. 141-152, 161.

Hong, Fan et Su Xiao (2022). « 国家形象与文化符号体系的战略传播——基于日本文化符号传播实践的考察 ». In : 现代传播 (中国传媒大学学报), p. 77-86.

Hsu, Francis L.K. (1953). *American and Chinese : Two Ways of Life*. University of California Press.

Hsueh, Roselyn (2011). *China's Regulatory State : A New Strategy for Globalization*. Ithaca, NY : Cornell University Press.

Hua, Jian (2012). « 中国文化地缘战略和中国文化 "走出去" 的新格局 ». In : 东岳论丛 1.

Huang, Wei (2010). « 法国民众眼中的中国形象 ». In : 湖南人文科技学院学报 2, p. 134-137.

Hui, Meng Jing (2023). « Chinese Cultural Symbols and the Spread of Chinese Culture ». In : *Education and Teaching Research* 2, p. 22-28.

Hunter, Alice (2009). « Soft Power : China on the Global Stage ». In : *Chinese Journal of International Politics* 2.3, p. 373-398.

Jianbo, Huang (2002). « 作为 "他者" 研究的人类学 ». chinese. In : 广西民族研究 4, p. 11-16.

Jilin, Xu (2017). 家国天下：现代中国的个人、国家与世界认同. 上海 : 上海人民出版社, p. 476. isbn : 9787208141964.

Jin, Zhengkun et Qingchao Xu (2010). « 国家形象的塑造 : 中国外交新课题 ». In : 中国人民大学学报 2, p. 119-127.

Jinping, Xi (2017). *Extraits des discours de Xi Jinping sur la construction culturelle socialiste*. Central Literature Press.

Jr., Joseph S. Nye (2004). *Soft Power : The Means to Success in World Politics*. New York : PublicAffairs.

Julienne, Marc (avr. 2023). *Visite d'Emmanuel Macron en Chine : "c'est un échec sur la scène diplomatique, coûteux en termes d'image", juge le chercheur Marc Julienne*. Consulté le 12 septembre 2025. France Info. url : `https://www.francetvinfo.fr/monde/chine/visite-d-emmanuel-macron-en-chine-c-est-un-echec-sur-la-scene-diplomatique-couteux-en-termes-d-image-juge-le-chercheur-marc-julienne_5757488.html`.

Kirshenblatt-Gimblett, Barbara (1998). *Destination Culture : Tourism, Museums, and Heritage*. Berkeley : University of California Press.

Kleinman, Arthur et al. (2011). *Deep China : The Moral Life of the Person*. University of California Press.

Kloet, Jeroen de et al. (2020). « “We are doing better” : Biopolitical nationalism and the COVID□19 virus in East Asia ». In : *European Journal of Cultural Studies* 23.4. 分析中国疫情治理模式对外扩散的跨国效应, p. 635-640.

Kunczik, Michael (1997). *Images of Nations and International Public Relations*. Mahwah, NJ : Lawrence Erlbaum Associates.

La Dépêche (sept. 2017a). *Chine : les relations du maire de Gaillac posent question*. Consulté en 2025. url : https://www.ladepeche.fr/article/2017/09/16/2646633-chine-les-relations-du-maire-de-gaillac-posent-question.html.

— (nov. 2017b). *Comptoir des Bastides : enquête préliminaire ouverte*. Consulté en 2025. url : https://www.ladepeche.fr/article/2017/11/10/2682150-comptoir-des-bastides-enquete-preliminaire-ouverte.html.

— (sept. 2017c). *La Chine et le festival des Lanternes vont faire briller Gaillac*. Consulté le 12 septembre 2025. url : https://www.ladepeche.fr/article/2017/09/06/2639617-chine-festival-lanternes-vont-faire-briller-gaillac.html.

— (sept. 2017d). *P. Gausserand : pas de conflit d’ intérêts*. Consulté en 2025. url : https://www.ladepeche.fr/article/2017/09/16/2646635-p-gausserand-pas-de-conflit-d-interets.html.

— (déc. 2019). *Patrice Gausserand condamné à six mois de prison avec sursis*. Consulté en 2025. url : https://www.ladepeche.fr/2019/12/18/patrice-gausserand-condamne-a-six-mois-de-prison-avec-sursis,8612513.php.

— (sept. 2020a). *Cinq ans d’ inéligibilité pour le maire de Gaillac*. Consulté en 2025. url : https://www.ladepeche.fr/2020/09/18/cinq-ans-dineligibilite-pour-le-maire-de-gaillac-9079310.php.

— (juin 2020b). *Élections municipales 2020 à Gaillac : Patrice Gausserand élu pour un nouveau mandat*. Consulté en 2025. url : https://www.ladepeche.fr/2020/06/28/elections-municipales-2020-a-gaillac-patrice-gausserand-elu-pour-un-nouveau-mandat,8954426.php.

— (sept. 2020c). *Le maire de Gaillac Patrice Gausserand démissionne à la suite d’ une décision de justice*. Consulté en 2025. url : https://www.ladepeche.fr/2020/09/22/le-maire-de-gaillac-patrice-gausserand-demissionne-a-la-suite-dune-decision-de-justice-9087437.php.

— (avr. 2021). *Gaillac : la condamnation de Patrice Gausserand confirmée en appel*. Consulté en 2025. url : https://www.ladepeche.fr/2021/04/13/gaillac-condamnation-de-patrice-gausserand-confirmee-en-appel-9485705.php.

Lams, L. (2016). « China : Economic Magnet or Rival? Framing of China in the Dutch- and French-Language Elite Press in Belgium and the Netherlands ». In : *International Communication Gazette* 78.1–2, p. 137-156. doi : 10.1177/1748048515619878.

Le Journal d'Ici (avr. 2021). *Philippe Folliot aurait fait gagner 250 millions à son amie chinoise*. Consulté en 2025. url : https://www.lejournaldici.com/actualite/a-la-une/philippe-folliot-aurait-fait-gagner-250-millions-%C3%A0-son-amie-chinoise.

Le Monde (déc. 2018). *La « révolution culturelle » des lanternes chinoises*. Consulté le 12 septembre 2025. Le Monde. url : https://www.lemonde.fr/culture/article/2018/12/05/la-revolution-culturelle-des-lanternes-chinoises_5392737_3246.html.

Li, Zhang Xiao (2016). 清宫上元节节俗研究. 人民日报出版社, p. 298.

Liang, Xiaobo (2014). « 中国国家形象的跨文化建构与传播 ». In : 武汉大学学报（哲学社会科学版）1, p. 107-111.

Libre Jugement (déc. 2020). *Sénateur Folliot et compagne*. Consulté en 2025. url : https://librejugement.org/2020/12/05/senateur-folliot-et-compagne/.

Lin, Xu Zheng (2018). 中国文化影响力研究报告. 上海交通大学出版社, p. 263.

Ling, Zhang Jin (2007). « "法" 眼看中国 ». Mém. de mast. 中央民族大学.

— (2008). « 文化想象中的 "中国" ——基于法国里昂民族志调查的思考 ». In : 欧洲研究 5, p. 125-141.

— (mai 2018). 法国人文化想象中的 "他者" 建构 基于里昂的一项民族志研究. 社会科学文献出版社.

Liu, S. (2022). « The Origins and Developments of Dragon and Phoenix ... » In :（会议/期刊名称待查）. Étude de l'évolution symbolique du dragon et du phoenix en Chine.

Maags, Christina (2014a). « Enhancing China's National Image Through Culture Festivals : A Case Study of China Culture Years in Europe ». In : *Journal of Current Chinese Affairs* 43.1, p. 111-139.

— (2014b). « Enhancing China's national image through culture festivals : A case study of China culture years in Europe ». In : *Fudan Journal of the Humanities and Social Sciences* 7.1, p. 33-55.

MacCannell, Dean (1976). *The Tourist : A New Theory of the Leisure Class*. Berkeley : University of California Press.

Marcus, George E. et Michael M. J. Fischer (1986). *Anthropology as Cultural Critique : An Experimental Moment in the Human Sciences*. Chicago : University of Chicago Press.

Marwick, Alice E. (2013). *Status Update : Celebrity, Publicity, and Branding in the Social Media Age*. Yale University Press.

Mauss, Marcel (2021). *Essai sur le don*. Nouvelle édition. Champs classiques. Première publication en 1925. Paris : Flammarion. isbn : 9782080256225.

Mei, Hou (fév. 2020). « 自贡灯会发展的历史及对彩灯文化产业发展的影响 ». In : 山西青年, p. 89-95.

Mei, Hou et Dai Yanling (2020). « 自贡市彩灯文化产业发展现状及思考 ». In : 才智.

Mei, Zhu Yu (2016). « "自贡灯会" 跨文化传播的路径比较研究 ». In : 中国民族博览 11, p. 19-20.

Men, Honghua (2016). 中国与世界关系的逻辑建构：理论、战略与对策. 北京大学出版社.

Men, Honghua et Houhu Zhou (2012). « 中国国家形象的建构及其传播途径 ». In : 国际观察 1.

Meng, Jinghui (2023). « Chinese Cultural Symbols and the Spread of Chinese Culture ». In : *Education and Teaching Research* 2, p. 22-24.

Min, Rui (2019). « 自贡灯会与自贡城市形象塑造研究 ». 硕士学位论文. 西安 : 西北大学.

Mingming, Wang (2000). « 他者的意义─论现代人类学的 "后现代性" ». chinese. In : 广西民族学院学报（哲学社会科学版）2.

— (2007). « 关于国家的人类学 ». chinese. In : 中国农业大学学报（社会科学版）1.

Négrier, Emmanuel, Aurélien Djakouane et Philippe Teillet (2010). *La fin des territoires culturels ? Politiques culturelles et gouvernance*. Paris : La Documentation française.

Négrier, Emmanuel, Jean-Louis Fabiani et Philippe Teillet (2010). *La fin des cultures politiques ?* Presses Universitaires de France.

Ning, Zhou (2008). « 在西方现代性想象中研究中国形象 ». Mém. de mast. 填补填补填补填补填补.

Nye, Joseph S. (1990). « Soft Power ». In : *Foreign Policy* 80, p. 153-171.

— (2011). *The Future of Power*. New York : PublicAffairs.

— (2017). « Soft power : the origins and political progress of a concept ». In : *Palgrave Communications* 3.17008. doi : 10.1057/palcomms.2017.8.

— (2023). *Soft Power and Great-Power Competition : Shifting Sands in the Balance of Power Between the United States and China*. Springer Nature.

Nye, Joseph S. Jr. (2020). « The Rise of China ». In : *The Struggle for Power : US-China Relations in the 21st Century*. Washington, DC : The Aspen Institute, p. 133-141.

Ong, Aihwa (2006). *Neoliberalism as Exception : Mutations in Citizenship and Sovereignty*. Includes discussions of "zoning technologies" and "graduated sovereignty" . Durham, NC : Duke University Press.

Ortner, Sherry B. (2006). *Anthropology and Social Theory : Culture, Power, and the Acting Subject*. Durham : Duke University Press.

Ouroussoff, Alexandra (2003). « Branding the nation : China's international trade fairs ». In : *Critique of Anthropology* 23.3, p. 265-288.

Pétric, Boris (mai 2022). *Château Pékin : la France, le vin, la Chine*. France : Le bruit du monde, p. 304. isbn : 9782493206244.

Ramo, Joshua Cooper (2006). 中国形象：外国学者眼里的中国 = *China's image : the country in the eyes of foreign scholars*. Trad. par Xiaolei Shen et al. 社会科学文献出版社, p. 344.

— (2020). *BRAND CHINA*. London : Foreign Policy Centre.

Richards, Greg et Julie Wilson (2006). « Developing creativity in tourist experiences : A solution to the serial reproduction of culture ? » In : *Tourism Management* 27.6, p. 1209-1223. doi : 10.1016/j.tourman.2005.06.002.

Rui, Wang Yi (2020). « 自贡彩灯的情感文化研究 ». In : 汉字文化.

Salmon, Christian (2007). *Storytelling : La machine à fabriquer des histoires et à formater les esprits*. Paris : La Découverte.

Sanjuan, T. (2007). « Comprendre la Chine contemporaine par les mots des sciences sociales ». In : *Hérodote* 125.2, p. 7-10.

Saxifrage (2017). *Une histoire d' amour entre Gaillac et la Chine*. Consulté en 2025. url : https://www.saxifrage.fr/lire_article.php?id=86.

Scheper-Hughes, Nancy (1992). *Death without Weeping : The Violence of Everyday Life in Brazil*. Berkeley : University of California Press.

Schneider, Florian (2018). *China's Digital Nationalism*. Oxford : Oxford University Press.

SCI La Maîtrise (2017). Consulté en 2025. url : https://www.pappers.fr/entreprise/la-maitrise-831881040.

Scott, James C. (1985). *Weapons of the Weak : Everyday Forms of Peasant Resistance*. New Haven : Yale University Press.

— (1990). *Domination and the Arts of Resistance : Hidden Transcripts*. New Haven : Yale University Press. isbn : 9780300056693.

Scott, James C. et Olivier Ruchet (2021a). *L'œil de l'État : moderniser, uniformiser, détruire*. La découverte.

— (2021b). *L'œil de l'État : moderniser, uniformiser, détruire*. La Découverte, p. 26.

Shambaugh, David (2015). « China's Soft-Power Push : The Search for Respect ». In : *Foreign Affairs* 94.4, p. 99-107.

ShaoJie, Liu et Cheng ShiQiang (2020). 西方空间社会学理论评析. 中国人民大学出版社, p. 414.

Song An Lei, Song Liang Xi et (1996). 中国灯文化. 成都 : 四川人民出版社.

Spivak, Gayatri Chakravorty (1988). « Can the Subaltern Speak ? » In : *Marxism and the Interpretation of Culture*. Sous la dir. de Cary Nelson et Lawrence Grossberg. Urbana : University of Illinois Press, p. 271-313.

Statuts de la société Le Comptoir des Bastides (2015). Consulté en 2025. url : https://www.pappers.fr/entreprise/le-comptoir-des-bastides-812256642/documents/LE%20COMPTOIR%20DES%20BASTIDES%20-%20Statuts%20mis%20%C3%A0%20jour%2012-11-2018.pdf.

Sun, Liping (2014). « The Crisis of Trust in Contemporary China ». In : *Social Sciences in China* 35.2, p. 5-25. doi : 10.1080/02529203.2014.900140.

Sun, Xiangfei (2017a). 中国形象：历史演进及跨文化传播路径. 社会科学文献出版社, p. 237.

— (jan. 2017b). 中国形象：历史演进及跨文化传播路径. 社会科学文献出版社, p. 237.

Sun, Yingchun (2010). « 中国国家形象的文化建构 ». In : 教学与研究 11, p. 33.

Swystun, John, Fred Burt et Alice Ly (2005). *The Strategy for Chinese Brands : Part 1 – The Perception Challenge*. Consulted 15 January 2021. Interbrand. url : http://www.interbrand.com.

Taunay, Benjamin et Christophe Guibert (2021). *Les Chinois à la plage en Chine*. Recherches Asiatiques. ISBN 978-2-343-24155-2. Paris : L'Harmattan.

Time Weekly (2009). 圣奥“刘婧案”调查. Consulté en 2025. url : https://www.time-weekly.com/post/2608.

Toivanen, Reetta (2017). « Being a Parent in the Field : Impacts and Challenges ». In : *Being a Parent in the Field : Impacts and Challenges*. Sous la dir. de Domenica Gisella Calabrò et Andrea Zinn. Transcript Verlag. url : https://allegralaboratory.net/fieldwork-with-children/.

Tsang, Eric W. K. (mai 1998). « Can guanxi Be a Source of Sustained Competitive Advantage for Doing Business in China ? » In : *The Academy of Management Executive* 12.2, p. 64-73.

Tsing, Anna Lowenhaupt (2015). *The Mushroom at the End of the World : On the Possibility of Life in Capitalist Ruins*. Princeton : Princeton University Press.

Tuan, Yi-Fu (1977). *Space and Place : The Perspective of Experience*. Minneapolis : University of Minnesota Press.

Turner, Victor (1967). *The Forest of Symbols : Aspects of Ndembu Ritual*. Cornell University Press. url : https://books.google.com/books?id=FlkwDwAAQBAJ.

Turner, Victor W. (2017). *The Ritual Process : Structure and Anti-Structure*. Reprint. Original publié en 1969. London : Routledge. isbn : 9781138538320.

Weber, Max (1964a). *Économie et société : Esquisse d'une sociologie compréhensive*. T. 1. Traduit de l'allemand par Julien Freund. Paris : Plon.

— (1964b). *L'éthique protestante et l'esprit du capitalisme*. Trad. par Jacques Chavy. Paris : Plon.

Wedeen, Lisa (2008). *Peripheral Visions : Publics, Power, and Performance in Yemen*. Chicago : University of Chicago Press.

Wei, Huang (2010). « 法国民众眼中的中国形象 ». In : 湖南人文科技学院学报 2, p. 134-137.

Xi, Song Liang (2002). 南国灯城. 四川人民出版社, p. 110.

Xiang, Biao (2016). « "You' ve Got to Rely on Yourself ⋯ and the State !" : A Structural Chasm in the Chinese Political Moral Order ». In : *Ghost Protocol : Development and Displacement in Global*

China. Sous la dir. de Carlos Rojas et Ralph Litzinger. New York : Duke University Press, p. 131-149. doi : 10.1515/9780822374022-008. url : https://doi.org/10.1515/9780822374022-008.

Xiang, Biao et Qi Wu (2023). *Self as Method : Thinking Through China and the World*. Springer Nature.

Xie, T. et B. I. Page (2013). « What affects China's national image ? A cross-national study of public opinion ». In : *Journal of Contemporary China* 22.83, p. 850-867.

Xu, Zhenglin (2018). 中国文化影响力研究报告. 上海交通大学出版社, p. 263.

Xu Qing Chao, Jin Zheng Kun et (2010). « 国家形象的塑造 : 中国外交新课题 ». In : 中国人民大学学报 2, p. 119-127.

Yan, Yunxiang (2009). *The Individualization of Chinese Society*. Berg.

— (2021). « The Politics of Moral Crisis in Contemporary China ». In : *The China Journal* 85.1, p. 96-120.

Yang, Mayfair Mei-hui (1999). *Spaces of Their Own : Women's Public Sphere in Transnational China*. Minneapolis : University of Minnesota Press.

— (2009). 礼物、关系学与国家：中国人际关系与主体性建构. Trad. par 赵旭东 et 孙珉. "海外中国研究丛书" 之一，原著出版于 1994 年. 南京 : 江苏人民出版社.

Yeh, Emily T. (2013). *Taming Tibet : Landscape Transformation and the Gift of Chinese Development*. Ithaca : Cornell University Press.

Yicai (mai 2009). 刘婧因涉嫌经济诈骗被刑事拘留. Consulté en 2025. url : https://www.yicai.com/news/1866659.html.

Ying, Sun Chun (2010). « 中国国家形象的文化建构 ». In : 教学与研究 11, p. 33.

Yonghua, Liu (2018). « 从国家中心论到国家人类学——对国家与社会关系的一个历史考察 ». chinese. In : 江海学刊.

Zhang, Jinling (2007). « "法" 眼看中国 ». Thèse de doct. 中央民族大学.

— (2008). « 文化想象中的 "中国" ——基于法国里昂民族志调查的思考 ». In : 欧洲研究 5, p. 125-141.

— (mai 2018). 法国人文化想象中的 "他者" 建构：基于里昂的一项民族志研究. 社会科学文献出版社.

Zhang, Li (2023). *China in European Narratives : Policy, Identity, and Image*. Consulté en ligne. Routledge. url : https://www.researchgate.net/profile/Li-Zhang-239/publication/373227780_China_in_European_Narratives_Policy_Identity_and_Image/links/653cf56d0426ef6369e7575a/China-in-European-Narratives-Policy-Identity-and-Image.pdf.

Zhang, Xiping et Yongqian Guan (2016). 中国文化“走出去”研究总论. BEIJING BOOK CO. INC.

Zhang Fang Lai, Wang Yu et (nov. 2018). 品评自贡灯会. 科学出版社.

Zhao, P. (2020). « Research on the Development Path of Culture and Tourism Integration in Zigong Section of Tuojiang River Basin ». In : *Proceedings of the 4th International Seminar on Education, Management and Social Sciences (ISEMSS 2020)*. Atlantis Press, p. 713-718.

Zhejiang Daily (mai 2009). 圣奥大股东举报董事长刘婧涉嫌诈骗. Consulté en 2025. url : http://jrzb.zjol.com.cn/html/2009-05/20/content_4834321.htm.

Zhen, Sun Yu (2003). «《山海经》研究综述 ». In : 山东理工大学学报 : 社会科学版 19.1, p. 109-112.

Zhong Xue Hui et Deng Jun et Huang De Chun, Dai Yan Ling et (nov. 2022). 自贡天灯会民俗考. 文物出版社.

Zhou, Ning (2006). 天朝遥远 : 西方的中国形象研究 (全两册). BEIJING BOOK CO. INC.

— (2008). « 在西方现代性想象中研究中国形象 ». 博士论文. Thèse de doct.

Zhou Hou Hu, Men Hong Hua et (2012). « 中国国家形象的建构及其传播途径 ». In : 国际观察 1.

Zhu, J. (2020). « The Possibility of Development and Transformation of Folk Culture in Contemporary Context–A Case Study of the Lantern Culture in Zigong City, Sichuan Province, China ». In : *International Core Journal of Engineering* 6.7.

Zuiderent-Jerak, Teun (2015). *Situated Intervention : Sociological Experiments in Healthcare*. Cambridge, MA : MIT Press.

自贡市灯贸管理委员会 (déc. 1994). 自贡灯会志. 四川人民出版社.

陈麦池 et 洪流 (2011). « 初论中华龙及中国形象跨文化传播 ». Chinese. In : 东方论坛 5.5, p. 44-47.

Annexe 1 Photos prises en tant que bénévole



Figure VI.2 – *Carte de bénévoles de Gaillac en 2019*



Figure VI.3 – *Un repas pour les bénévoles à Blagnac en 2022*



Figure VI.4 – *Cadeaux de bénévoles de Gaillac 2019 reçu en 2021*



Figure VI.5 – *Les vêtements des bénévoles à Blagnac*



Figure VI.6 – *Réunion de sécurité pendant la pandémie de COVID-19*



Figure VI.7 – *1er réunion bénévole avec Patrice Gausserand en Novembre 2021 à Blagnac*



Figure VI.8 – *Les bénévoles en mission le jour de Noël 2021*

Annexe 2 – Portraits des participant · e · s chinois · es

Ce chapitre dresse un aperçu des acteur · rice · s chinois · e · s rencontrés dans le cadre des festivals des lanternes, principalement entre 2019 et 2024, en France. Ces portraits sont organisés par catégorie : artisan · e · s/commerçant · e · s, ouvrier · ère · s, informateur · rice · s clés et artistes de spectacle.

Artisan · e · s et commerçant · e · s

— **Li** : vendeuse de broderie de Suzhou (sans démonstration en direct) au stand n°6 de Gaillac 2019. Elle travaille souvent avec son mari, qui réalise des peintures en direct dans différents festivals internationaux. Elle affirme entretenir de bonnes relations avec Patrice Gausserand et continue à lui fournir des produits à distance entre 2021 et 2024.
— **Zhang** : épouse actuelle de Wu, stand n°1 à Gaillac 2019. Ne propose pas de performance sur place.
— **Dong et son père** : stands n°2 et 4 à Gaillac 2019. Réalisation de portraits au crayon en direct.
— **Ran** : artiste de barbe à papa. Stand n°3 à Gaillac 2019, puis stand n°5 à Blagnac 2021. Plusieurs membres de sa famille (frère, sœur, beau-frère) travaillent dans différents festivals comme artistes de barbe à papa.
— **Wei** : stand n°5 à Gaillac 2019. Spécialiste de la peinture intérieure de bouteilles (“nei-hua”).
— **Ying** : stand n°3 à Blagnac 2021. Démonstration de broderie au point de croix.
— **Rong** : stand n°4 à Blagnac 2021. Gravure de caractères sur pierres.
— **Mei** : stand n°1 à Blagnac 2021. D’origine chinoise, recrutée localement à Toulouse, rémunérée 3000€ pour deux mois de présence par Patrice Gausserand.

Ouvriers

— **Chef Zhang** : ouvrier chaudronnier chargé de la cuisine collective à Blagnac. Informateur principal parmi les ouvriers.
— **Zhangyi** : électricien originaire de Zigong, rencontré sur le terrain depuis Gaillac. Il m'a raconté de nombreuses anecdotes liées aux festivals des lanternes organisés dans divers pays par des équipes de Zigong.
— Cinq autres ouvriers anonymes, rencontrés en lien avec Chef Zhang. Interactions brèves avec la majorité des ouvriers, notamment durant les phases de montage des lanternes.

Informateurs et relais à distance

— **Wu** : principal interlocuteur du groupe commercial de Zigong. Présent au stand n°2 à Blagnac 2021. Fournisseur régulier d'informations jusqu'en 2024.
— **Yong, Fey, Dongni, Chunna, Ling** : contacté · e · s pendant le terrain. **Dongni** et **Chunna** ont fourni les informations les plus riches et détaillées.

Artistes de spectacle

— **Yang** : acrobate spécialisé dans les jonglages multiples (couteaux, balles, etc.).
— **Xianjie** : artiste de l'opéra du Sichuan, connu pour la performance de changement de visage ("bian lian").
— **Xianlin** : artiste de hula hoop.
— **Lin** : joueur de diabolo (kongzhu).
— **Hao** : danseur spécialisé en danse folklorique chinoise.