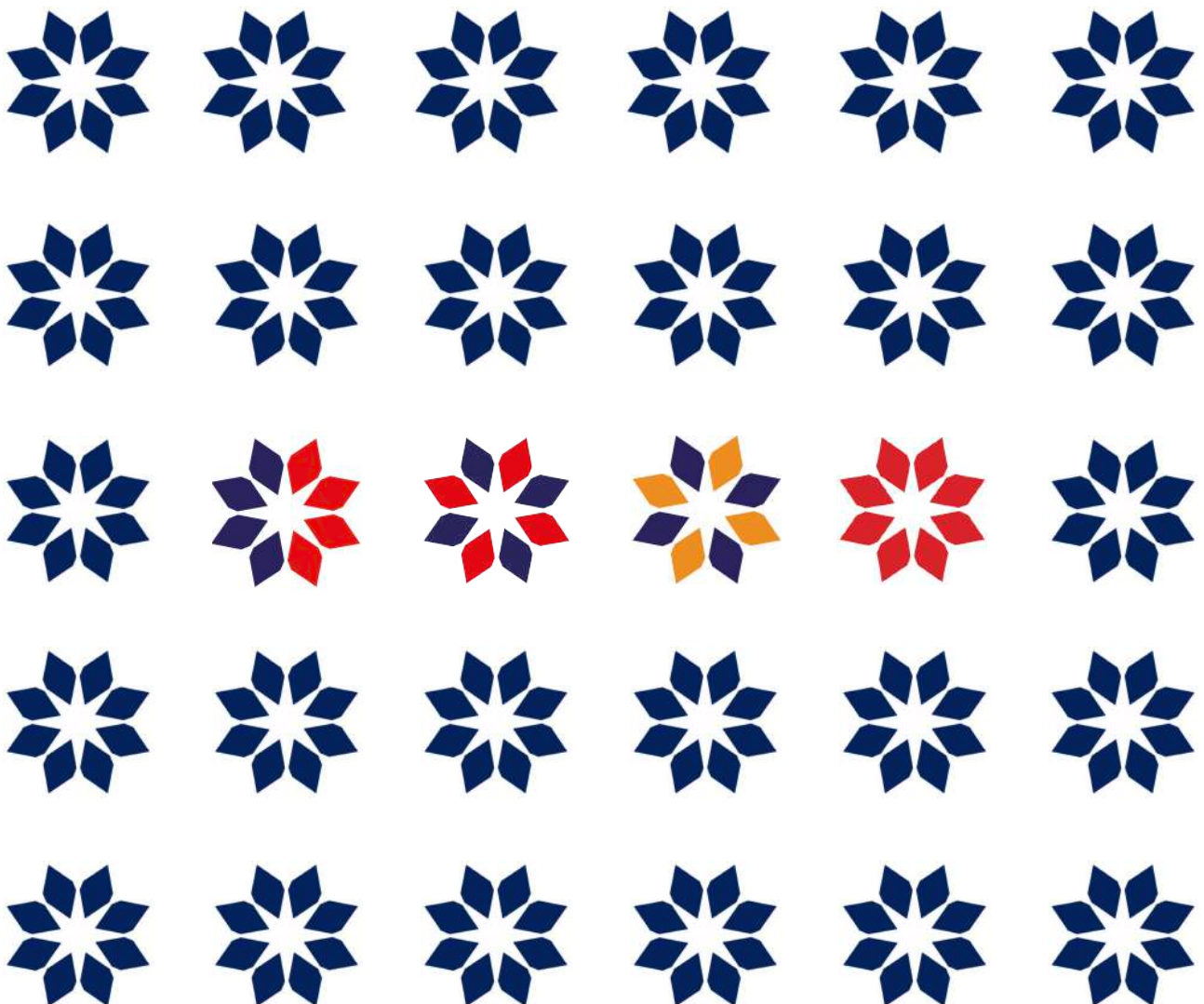




FONDATION
FRANCE-ASIE

Fonds de préfiguration

NOUVEAUX REGARDS SUR L'ASIE



Une perspective nouvelle sur l'Asie et la diversité de ses enjeux
et de ses cultures, mêlant regards d'experts et d'acteurs de haut niveau.

SOMMAIRE

p.4 **Éditorial.**

par Jean-Raphaël Peytregnet,
Directeur de la publication et ancien
diplomate.

p.7 **Actualités asiatiques.**

par Pierre Haski,
Journaliste pour France Inter.

p.8 **Luxe en Asie : l'ère du storytelling augmenté ?**

par Alexis Bonhomme,
CEO Trinity Asia & Young Leader
France-Chine 2024.

p. 20 **Pour un humanisme du XXème siècle, à travers l'étude des langues dites « orientales ».**

par Nicolas Boin Principato,
Docteur en langue et littérature hindi et
enseignant de civilisation indienne.

p.25 **Népal : les élections ont eu lieu.**

par Yves Carmona,
Ancien diplomate.

p.29 **Un espoir dans un petit pays : Timor-Leste.**

par Yves Carmona,
Ancien diplomate.

p.32 **Le nomadisme au Kazakhstan, entre identité et tourisme.**

par Olivier Arifon,
Professeur à l'Université Côte d'Azur.

AGENDA

24 avril

Événement France India Foundation
à Paris

28 mai- 1er juin

Séminaire Young Leaders
France-Chine 2026

17 juin

Dîner de Gala de la
Fondation France-Asie

Bibliothèque Richelieu (BnF)
5 rue Vivienne, 75002 Paris

2- 5 juillet

Séminaire Young Leaders
France-Inde 2026

5- 8 novembre

Séminaire Young Leaders
France-Japon 2026

Plus d'information sur le site de la
Fondation France-Asie
fondationfranceasie.org

Pour participer aux événements, écrire à
contact@fondationfranceasie.org



LA FONDATION FRANCE-ASIE
est heureuse d'annoncer la tenue de son
DÎNER DE GALA

Mercredi 17 JUIN 2026 à 19h00

Bibliothèque Richelieu (BnF)
5 rue Vivienne, 75002 Paris

RÉSERVATION

Moment phare de la Fondation France-Asie, notre Dîner de Gala réunit chaque année des personnalités de premier plan et la communauté de « Young Leaders » dans un lieu emblématique de Paris.

Mettant à l'honneur des invités de renommée internationale, cet événement convivial renforce les liens entre la France et les grands pays d'Asie et favorise la réflexion sur les grands enjeux contemporains.

Pour toute information, écrire à gala@fondationfranceasie.org



Jean-Raphaël Peytregnet

Directeur de la publication, ancien diplomate

ÉDITORIAL

Quatre années après : l'Asie face à une guerre russo-ukrainienne qui s'enlise et un ordre mondial qui se fissure. Quatre années après l'invasion de l'Ukraine par la Fédération de Russie, force est de constater que la guerre piétine. À ce jour, celle-ci ne s'est ni transformée en victoire rapide pour Moscou (comme en rêvait Poutine), ni résolue par une négociation menée tambour battant (comme s'en vantait Trump).

Nul ne peut dire aujourd'hui si le conflit trouvera une issue militaire, diplomatique, ou si celui-ci se figera en ligne de front durable (issue la plus probable ?). Une chose est cependant certaine, cette guerre longue (ainsi qu'à présent celle avec l'Iran et qui s'étend désormais à tout le Moyen-Orient) est en train de redessiner en profondeur les équilibres mondiaux, y compris sur le continent asiatique qui en ressent lui aussi pleinement les secousses.

En 2022, l'invasion déclenchée par Moscou avait provoqué une onde de choc à la fois morale et stratégique. En 2026, l'invasion est devenue un tournant structurel de la géopolitique mondiale. Ce glissement a profondément influencé la manière dont les pays asiatiques se positionnent aujourd'hui.

Au fil des années, la prolongation du conflit a confirmé aux capitales asiatiques qu'il ne s'agissait pas d'un épisode isolé mais symptomatique d'une recomposition de l'ordre international.

Pour beaucoup d'États asiatiques, la priorité n'est plus de réagir à un événement mais de gérer un

environnement durablement instable. L'énergie, les chaînes d'approvisionnement, les marchés agricoles et les flux financiers ont été reconfigurés : gaz naturel liquéfié depuis le Qatar, l'Australie et les États-Unis ; pétrole depuis le Moyen-Orient et l'Afrique ; développement de réserves stratégiques et infrastructures d'importation (terminal GNL, pipelines) ; accélération des investissements dans les énergies renouvelables (solaire, éolien offshore et nucléaire civil pour le Japon et la Corée du Sud notamment ; stratégies de mitigation (relocalisation et diversification des fournisseurs) ; paiements en devises alternatives ou via des mécanismes bilatéraux avec la Chine et la Russie. Cette dernière, sous sanctions occidentales, a redirigé une part croissante de ses exportations énergétiques vers l'Asie (81 % du total des exportations de pétrole brut russe, contre environ 41 % en 2021).

Cette réorientation a ainsi créé des opportunités économiques pour certains pays. Allant en s'enlisant, cette guerre a aussi renforcé un réflexe central en Asie, à savoir celui de ne pas s'enfermer dans des logiques de blocs.

La République populaire de Chine demeure l'acteur clé de cette équation. Quatre ans après le début du conflit, Pékin observe une Russie affaiblie militairement et isolée d'une grande partie de l'Occident, même si la capitale moscovite demeure encore capable de nuisance stratégique.

Pour la Chine, la situation actuelle présente un double avantage : celui d'avoir en face d'elle un partenaire quasi-allié russe plus dépendant et donc plus malléable, et en même temps de bénéficier d'une distraction durable pour les États-Unis et l'Europe qui ne peut que lui profiter



dans son aspiration à une hégémonie planétaire.

Mais une Russie devenue instable ou trop affaiblie ne serait pas aussi sans avoir des conséquences imprévisibles aux frontières nord de la Chine.

Ce scénario toujours possible oblige Pékin à poursuivre sur la ligne que la capitale chinoise a adoptée dès le début du conflit et qui repose sur un soutien politique mesuré à son « allié de circonstance », via une coopération économique mais aussi militaire renforcée (exportation de biens à double usage) tout en étant prudente pour s'épargner des sanctions secondaires occidentales.

Dans le même temps, la guerre offre à la Chine un observatoire grandeur nature des conflits modernes qui se traduit par une résilience ukrainienne inattendue permise notamment par l'efficacité du soutien financier et militaire occidental, et du rôle des technologies émergentes (IA, drones, robots, réseaux et big data intégrés, etc.). Autant d'enseignements qui dépassent le théâtre ukrainien et qui sont susceptibles d'influer sur ses choix stratégiques vis-à-vis par exemple de Taïwan, dans son entreprise de conquêtes.

On relèvera que Pékin a très mollement réagi aux agressions américaines de ses pays partenaires (Venezuela, Iran), sans doute pour ne pas compromettre la venue officielle à Pékin du président Trump annoncée du 31 mars au 2 avril depuis reportée au 14 et 15 mai en raison du conflit israélo-américain avec l'Iran.

Pour l'Inde, l'enlisement du conflit a confirmé la pertinence de sa stratégie d'autonomie. Si New Delhi affirme en 2026 qu'elle souhaite développer et renforcer ses liens avec la Russie, notamment en matière économique, énergétique et diplomatique, certains observateurs notent que la relation enregistre un déclin relatif, devenue moins exclusive qu'auparavant, en se repositionnant vers d'autres partenaires (politique dite de « multi-alignement » ou d'équilibre), via l'approfondissement de partenariats stratégiques avec les puissances occidentales dans l'Indopacifique (initiative Pax Silica sécurisant les chaînes d'approvisionnement en technologies critiques, Initiative on Critical and Emerging Technology ou iCET avec les États-Unis ; dialogues de haut niveau avec l'Union Européenne sur la croissance verte, les technologies numériques, les investissements, la connectivité et la sécurité ; consolidation du Comprehensive Strategic Partnership avec

l'Australie, QUAD ou Quadrilateral Security Dialogue avec les États-Unis, le Japon et l'Australie, etc.). S'ajoutent l'accord de libre-échange Inde-Union européenne (FTA), le Comprehensive Economic and Trade Agreement (CETA) avec le Royaume-Uni, l'accord commercial « provisoire » Inde-États-Unis (Trade Deal), et bien d'autres encore.

Ces quatre années de guerre ont démontré qu'aucune pression internationale n'a véritablement contraint l'Inde à modifier sa ligne. Bien au contraire, la fragmentation du système international a renforcé sa marge de manœuvre, faisant que New Delhi apparaît aujourd'hui comme l'une des bénéficiaires indirectes d'un monde moins structuré par une seule hégémonie.

La capitale indienne craignant de se voir privée de pétrole du Moyen-Orient avec le blocage du détroit d'Ormuz, a commencé à récupérer des cargaisons de pétrole russe, bénéficiant d'une dérogation temporaire de l'administration Trump.

Le Japon et la Corée du Sud, qui avaient rapidement condamné l'invasion russe et adopté des sanctions en direction de Moscou, maintiennent leur alignement avec les puissances occidentales dont elles font pleinement partie.

Mais l'enlisement du conflit, voire sa toujours possible extension, nourrit chez ces deux pays une réflexion plus large, celle de la préparation à un monde où les conflits de haute intensité ne sont plus impensables. Cela s'est vérifié avec l'élection de la Première ministre japonaise et ses déclarations engageant son pays aux côtés de l'île de Taïwan au cas où cette dernière se verrait agressée par son grand voisin.

Le débat sur l'augmentation des budgets de défense, sur les capacités de dissuasion (arme nucléaire), et sur l'intégration des alliances (Japon / Corée du Sud / Philippines / États-Unis), s'est intensifié. La guerre en Ukraine devenue un conflit d'usure agit comme un avertissement stratégique. Ce conflit rappelle à tous que la stabilité n'est jamais acquise pour de bon, la guerre avec l'Iran et son extension à tout le Moyen-Orient en fournissant une preuve supplémentaire.

En Asie du Sud-Est la guerre prolongée a continué d'alimenter des tensions sur les marchés énergétiques et alimentaires. Pour les désormais 11 pays de l'ASEAN (+ Timor-Leste)



l'objectif prioritaire demeure la stabilité économique et la neutralité diplomatique.

Le conflit renforce leur détermination à éviter toute dépendance excessive à une grande puissance.

Diversification des partenaires, multiplication des accords commerciaux, prudence dans les déclarations politiques, il s'agit pour l'Asie du Sud-Est de poursuivre une diplomatie d'équilibre méthodique répondant à la « pragmatism practice theory » à laquelle elle adhère et

s'appuyant sur des concepts comme la Zone de Paix, de Liberté et de Neutralité (ZOPFAN).

Quatre années après, la guerre en Ukraine agit comme un révélateur d'un monde entré dans une ère d'instabilité structurelle. Face à cette réalité, l'Asie semble avancer avec la conviction que dans un système international incertain, la survie et l'influence appartiennent à ceux qui savent préserver leurs options.

Et c'est peut-être là, plus encore que sur les champs de bataille européens, que se joue une part décisive du XXIème siècle.

Jean-Raphaël Peytregnet

Diplomate de carrière après s'être consacré à la sinologie en France puis à l'aide au développement au titre d'expert international de l'UNESCO au Laos (1988-1991), Jean-Raphaël PEYTREGNET a, entre autres, occupé les fonctions de consul général de France à Canton (2007-2011) et à Pékin (2014-2018) ainsi qu'à Mumbai/Bombay de 2011 à 2014. Il était responsable de l'Asie au Centre d'Analyse, de Prospective et de Stratégie (CAPS) rattaché au cabinet du ministre de l'Europe et des Affaires étrangères (2018-2021) puis enfin Conseiller spécial du directeur d'Asie-Océanie (2021-2023).



Pierre Haski
Journaliste

Actualités asiatiques

Géopolitique, un podcast offrant un regard sur l'actualité internationale.

Par Pierre Haski sur France Inter

27 février - L'Afghanistan, cimetière des droits des femmes.

Alors qu'une nouvelle guerre démarre entre Pakistan et Afghanistan, une autre forme de guerre s'immisce dans l'intimité des foyers afghans. Un nouveau code pénal étrille encore un peu plus les droits des femmes.

▶ [Écouter le podcast](#)

16 mars - L'invitation piège de Trump à la France et à la Chine pour qu'ils sécurisent le détroit d'Ormuz.

Dans un commentaire sur les réseaux sociaux, Donald Trump a appelé la France, la Chine ou encore le Royaume-Uni à envoyer des navires sécuriser le détroit d'Ormuz bloqué par l'Iran : mais ces pays ne veulent pas rejoindre les États-Unis

dans une guerre mal conçue et sans cadre légal, même s'ils veulent voir le détroit débloqué.

▶ [Écouter le podcast](#)

19 mars - Comme au début du siècle, les États-Unis font la guerre et la Chine travaille.

Les États-Unis s'enlisent dans un nouveau conflit au Moyen-Orient, mobilisant leurs ressources et affaiblissant leur position. Pendant ce temps, la Chine avance discrètement en misant sur l'économie, la technologie et l'intelligence artificielle, notamment avec des outils comme OpenClaw. Ce contraste illustre un basculement de la puissance mondiale, où l'innovation prime désormais sur la guerre.

▶ [Écouter le podcast](#)

Pierre Haski

Journaliste français, ancien correspondant en Afrique du Sud, au Moyen-Orient et en Chine pour l'Agence France Presse (AFP) puis pour le journal *Libération*, cofondateur du site d'information *Rue89*, Pierre HASKI est président depuis 2017 de l'association Reporters sans frontières. Depuis 2018, il pose un regard sur la politique internationale au travers de son émission matinale "Géopolitique" diffusée sur France Inter.



Alexis Bonhomme CEO Trinity Asia Young Leader France-Chine 2024

Article Nouveaux Regards

Luxe en Asie : l'ère du storytelling augmenté.

Par Alexis Bonhomme

Drones dans le ciel de Shenzhen, hôtels éphémères à Bangkok, ateliers artisanaux à Tokyo : en 2026, le luxe en Asie ne se contente plus de séduire, il met en scène. Portées par une exigence croissante d'expérience et de sens, les marques déploient des activations spectaculaires et culturellement ancrées, révélant une nouvelle grammaire du désir.

Le meilleur de la Chine

En Chine, le luxe confirme son rôle de laboratoire stratégique pour les marques internationales. À l'occasion du Nouvel An lunaire 2026, celles-ci ont déployé des activations mêlant ancrage culturel, innovation technologique et expériences immersives, traduisant une compréhension toujours plus fine des attentes locales et des dynamiques générationnelles.

Ralph Lauren | Spectacle "In Pursuit of Dreams" à Shenzhen

« En février dernier, le ciel de Shenzhen est devenu notre toile alors que nous célébrions l'Année du Cheval avec un spectaculaire spectacle de drones. Donner vie au Polo Pony, symbole le plus durable et emblématique de notre marque, sous forme d'œuvre en mouvement grâce à des

milliers de drones synchronisés fut une magnifique façon d'unir tradition, innovation et storytelling, tout en créant un lien avec des publics à travers le monde. » David Lauren, Chief Branding and Innovation Officer, Ralph Lauren Corporation.



© Ralph Lauren

Aperçu :

En février 2026, Ralph Lauren a illuminé la skyline de Shenzhen avec un spectacle de drones de grande envergure intitulé "In Pursuit of Dreams", mêlant technologie et récit équestre pour célébrer l'Année du Cheval.



© Ralph Lauren

Le ciel comme toile narrative :

Plus de 5 000 drones ont formé des scènes aériennes, dont un cheval au bord de l'eau, un cheval au galop et un cavalier de polo, traduisant l'ADN équestre de Ralph Lauren en images monumentales.

Quand la technologie rencontre l'héritage :

Le Polo Pony est apparu sous forme d'œuvre dynamique dans le ciel, donnant vie au symbole le plus iconique de Ralph Lauren grâce à une mise en scène technologique immersive.

Amplification par les célébrités :

Les célébrités chinoises Li Bingbing et Li Naiwen ont assisté au spectacle et l'ont partagé en ligne, élargissant la portée de l'activation sur les réseaux sociaux.

Message aspirational :

Le spectacle s'est conclu par une citation de Ralph Lauren "*Je crée des rêves pour aujourd'hui et pour demain*", transformant la skyline en une déclaration d'aspiration et d'imagination

Moon Boot | Campagne du Nouvel An Lunaire et Activations

Aperçu :

Pour le Nouvel An lunaire 2026, Moon Boot a lancé une campagne dédiée célébrant l'Année du Cheval, prolongeant une série d'activations ayant renforcé la visibilité de la marque en Chine. S'appuyant sur des pop-ups, collaborations et storytelling, l'initiative a combiné concepts retail immersifs et design adapté culturellement pour positionner Moon Boot à la croisée des sports d'hiver, du streetwear et de la mode lifestyle auprès de la Gen Z chinoise.

Campagne du Nouvel An lunaire ancrée dans un récit local :

L'initiative a intégré la symbolique du cheval et des visuels hivernaux, reliant l'identité alpine de Moon Boot à un storytelling culturel local tout en renforçant la résonance croissante de la marque dans le paysage mode chinois.



© Moon Boot



© Moon Boot



Pop-ups et activations expérientielles avec ENG :

Des installations récentes, comme l'espace éphémère « 踏雪逐马 » (poursuite des chevaux dans la neige) à Shanghai, ont recréé des environnements enneigés immersifs, traduisant l'esthétique alpine de Moon Boot en expériences retail pour les consommateurs chinois.

Collaborations stratégiques et éditions limitées :

Les partenariats avec le retailer multimarques chinois ENG et des accessoires en édition limitée liés à l'Année du Cheval ont créé un sentiment d'exclusivité localisée, mêlant héritage du design italien et références culturelles chinoises contemporaines.

Dynamique digitale auprès de la Gen Z :

Soutenue par un storytelling constant sur les réseaux sociaux et une présence croissante sur Xiaohongshu, Moon Boot a développé un fort engagement auprès des jeunes audiences mode, renforçant son repositionnement d'équipement fonctionnel pour la neige vers une pièce lifestyle.

Bottega Veneta | Campagne "Sweet Honey" et activations florales



© Bottega Veneta

Aperçu :

Pour le Nouvel An lunaire 2026, Bottega Veneta a lancé la campagne "Sweet Honey", portée par un film cinématographique célébrant les retrouvailles et les rituels du quotidien à travers la chanson nostalgique Sweet Honey. Prolongeant ce récit

hors ligne, la marque s'est associée à plusieurs fleuristes sélectionnés à Shanghai et Pékin, invitant les consommateurs à accueillir la nouvelle année à travers la symbolique florale tout en découvrant la collection du Nouvel An lunaire.



© Bottega Veneta

Film de campagne centré sur l'émotion :

Réalisé par Dorothy Zhang, le film met en scène des personnalités telles que Sylvia Chang, Zhang Kang Le, Fan Zhanle et Qu Yuyu dans des scènes intimes de cuisine, de vélo, de karaoké et de réunions familiales, évoquant la nostalgie à travers la mélodie emblématique Sweet Honey.

Storytelling culturel à travers les rituels du quotidien :

Plutôt que de s'appuyer sur une imagerie festive évidente, le film se concentre sur des moments ordinaires comme acheter des fleurs, préparer des repas ou enfiler de nouveaux vêtements, créant un portrait émotionnel et relatable des traditions du Nouvel An chinois.

Collaborations florales dans les principales villes :

Du 31 janvier au 8 février, Bottega Veneta s'est associé à des fleuristes indépendants tels que Wilde Flower et UNIFLORIST à Shanghai ainsi que Rolling Rose et Mizu Flos à Pékin, transformant les boutiques de fleurs en véritables points de contact pour la campagne.



Adidas | Activation VIP Lounge "Premium Lux", Chine



© Adidas



© Adidas

Aperçu :

Adidas a organisé un événement VIP exclusif pour lancer sa collection Premium Lux « 柔自贵 », co-créée avec la marque de designer chinoise Samuel Gui Yang. Présentée comme un rassemblement du Nouvel An lunaire, l'activation a réuni influenceurs, médias et invités dans un lounge intimiste mêlant sport, mode et esthétique chinoise contemporaine, positionnant Adidas dans le segment en pleine croissance de l'athlisure premium en Chine.

Collaboration avec un designer pour élever le sportswear :

La collection a été développée avec la marque de designer chinois Samuel Gui Yang, associant l'héritage sportif d'Adidas à l'esthétique contemporaine du "New Chinese Style", et renforçant l'évolution de la marque vers un territoire mode plus premium.

Un VIP Lounge pensé comme un rassemblement culturel :

L'activation a recréé un élégant "salon du Nouvel An" où influenceurs et invités se sont réunis pour des discussions, présentations et découvertes produits, inscrivant la collection dans un univers lifestyle et de storytelling culturel.

Narratif esthétique chinois :

L'événement s'articulait autour de la couleur symbolique rouge, reliant la collection aux codes du Nouvel An lunaire tout en mettant en avant des interprétations modernes de l'élégance orientale et de la féminité chinoise contemporaine.

Amplification digitale portée par les influenceurs :

Les créateurs invités ont partagé l'expérience sur les réseaux sociaux, transformant l'événement en activation éditoriale et prolongeant la visibilité de la collection Premium Lux au-delà de l'espace physique.

Hermès | Collaboration autour du patrimoine culturel immatériel

Aperçu :

En février 2026, Hermès s'est associé à Wallpaper China pour lancer une initiative autour du patrimoine culturel immatériel réinterprétant l'imagerie équestre de la marque à travers l'artisanat traditionnel chinois. Réunissant des artisans issus de disciplines comme le découpage de papier, le théâtre d'ombres et la céramique, le projet a transformé les motifs de chevaux des carrés de soie Hermès en nouvelles expressions artistiques, illustrant le dialogue entre artisanat patrimonial et storytelling du luxe contemporain en Chine.

Héritage équestre réinterprété à travers l'artisanat :

Des artisans ont été invités à réinterpréter les motifs iconiques du cheval d'Hermès à travers leur propre savoir-faire plutôt que de reproduire les designs existants, transformant l'ADN équestre de la marque en œuvres contemporaines ancrées dans des techniques traditionnelles chinoises.



© Hermès

Valorisation du patrimoine culturel immatériel :

Des praticiens tels que l'artiste de découpage de papier He Xia, le maître du théâtre d'ombres Li Jian et des céramistes de Jingdezhen ont intégré leurs traditions artisanales régionales au projet, positionnant le patrimoine immatériel comme un système culturel vivant et en évolution.

Dialogue entre luxe et artisanat traditionnel :

L'initiative relie l'héritage d'Hermès en tant que sellier à des traditions artisanales chinoises, montrant comment les maisons de luxe internationales peuvent engager les savoir-faire culturels locaux tout en renforçant authenticité et profondeur culturelle.

Continuité de l'engagement artistique en Chine :

Dans la continuité de précédentes collaborations et de projets à la Maison Hermès Shanghai, l'initiative prolonge la stratégie de la marque visant à encourager les échanges artistiques et la créativité culturelle en Chine.



© Hermès

Burberry | Boutique alpine éphémère à Chongli / Zhangjiakou

Aperçu :

Burberry a ouvert une boutique pop-up hivernale à Chongli, l'une des principales destinations alpines de Chine, renforçant son héritage dans l'outerwear et l'exploration. Conçu comme un refuge face au climat de montagne, l'espace présentait manteaux iconiques, écharpes et la collection du Nouvel An lunaire 2026, tout en inscrivant la marque dans la culture croissante du ski et du lifestyle hivernal en Chine.

Symbole patrimonial réinterprété :

Le pop-up s'articule autour d'une version restaurée de l'historique horloge Burberry, initialement installée sur la façade du flagship londonien de Haymarket. Cet artefact emblématique ancre l'installation en reliant l'héritage britannique de la marque à un décor alpin contemporain.

Quand le luxe rencontre la culture du ski :

Située à Chongli, un pôle majeur des sports d'hiver en plein essor depuis les Jeux olympiques d'hiver de Pékin, l'activation associe l'expertise outerwear de Burberry à l'écosystème



en expansion du tourisme de ski et du lifestyle hivernal en Chine.



© Burberry



© Burberry

L'outerwear au cœur du récit de marque :

L'espace met en avant les manteaux iconiques de Burberry aux côtés d'écharpes et de collections saisonnières, renforçant l'identité de

la Maison comme pionnière du luxe fonctionnel dédié à l'exploration et à la protection face aux éléments.

COS | Capsule Année du Cheval et pop-up du Nouvel An



© COS



© COS

Aperçu :

COS a lancé une capsule en édition limitée pour l'Année du Cheval accompagnée d'un pop-up immersif du Nouvel An lunaire au Tianhou Palace historique de Shanghai. Mêlant minimalisme contemporain et symbolisme festif subtil, l'activation a invité célébrités et influenceurs à découvrir la collection dans un espace expérientiel apaisé inspiré de la culture traditionnelle des maisons de thé chinoises,



combinant présentation mode, activités culturelles et storytelling interactif.

Interprétation minimaliste des codes du Nouvel An lunaire :

Plutôt que des esthétiques audacieuses, COS a abordé la saison avec retenue. Des tons rouges signature apparaissent aux côtés de palettes crème et noires, tandis que des motifs de chevaux fluides évoquaient le zodiaque à travers des détails subtils et des accessoires.

Un lieu historique au service du design contemporain :

Le lancement a transformé le Tianhou Palace en un showroom immersif où l'architecture historique encadrait les silhouettes modernes de COS, créant un dialogue entre espaces culturels traditionnels et design de mode contemporain.

Programmation culturelle expérientielle :

Les visiteurs ont participé à des ateliers de thé, à la création de sachets parfumés artisanaux et à une installation d'arbre à vœux, renforçant une atmosphère lente et contemplative alignée avec la philosophie de luxe discret et de design réfléchi de COS.

Amplification sociale portée par les influenceurs :

Des influenceurs et prescripteurs chinois ont été invités à découvrir l'espace et à présenter la collection, générant du contenu organique sur les réseaux sociaux et positionnant la capsule comme une interprétation moderne et raffinée du style du Nouvel An lunaire.

CRAFT | Ouverture du premier concept flagship à Shanghai



© CRAFT

Aperçu :

CRAFT a officiellement ouvert son premier concept flagship en Chine continentale au HKRI Taikoo Hui à Shanghai, après une phase d'essai d'un an à Zhangyuan. Marquant une transition stratégique du test de marché vers une présence retail permanente, la marque suédoise d'endurance introduit un concept d'expérience

d'endurance à 360° tout en affirmant ses ambitions dans le paysage en pleine croissance du sportswear et de l'athleisure en Chine.



© CRAFT

Du test du flagship :

Après avoir testé la réponse des consommateurs avec un espace temporaire à Zhangyuan, CRAFT a transformé les enseignements sur le fit, l'adaptation au climat et le mix produit en un concept store permanent, signalant sa confiance dans la demande locale pour un sportswear axé sur la performance.

Positionnement autour de l'endurance :

Le flagship intègre course, cyclisme, entraînement et ski dans un espace scandinave minimaliste, positionnant CRAFT non pas comme une marque technique de niche mais comme un écosystème complet dédié à l'endurance, en phase avec la montée de la culture *athleisure* en Chine.

Localisation d'un héritage global :

Tout en restant ancrée dans son héritage suédois de performance, la marque développe des coupes adaptées au marché asiatique et ajuste ses matériaux aux conditions climatiques locales, illustrant une stratégie de localisation pragmatique à mesure qu'elle étend son réseau retail en Chine.

Borsalino | Expansion stratégique en Chine

Aperçu :

Le chapelier italien Borsalino a annoncé son entrée officielle sur le marché chinois via un partenariat de long terme avec le groupe shanghaien Essence Group, accompagné d'un plan de développement sur cinq ans combinant retail et e-commerce. La stratégie débutera avec la première boutique en Chine continentale à Shanghai, qui servira de modèle pour de futures ouvertures en Grande Chine tout en construisant une présence omnicanale structurée.



© Borsalino

Une entrée structurée via un partenariat local :

Plutôt que de viser une expansion rapide, Borsalino entre sur le marché à travers une alliance stratégique avec Essence Group, s'appuyant sur son expertise dans la gestion de marques de luxe afin d'assurer un déploiement retail maîtrisé et un positionnement culturellement pertinent.

Shanghai comme porte d'entrée du marché :

La première boutique opérée directement à Shanghai servira de magasin référence, définissant les standards pour de futures implantations mono-marque en Chine continentale, à Hong Kong, Macao et à Taïwan, à mesure que la marque développe sa visibilité physique dans la région.

Une stratégie de croissance omnicanale :

En parallèle du retail physique, le partenariat prévoit le lancement d'un flagship en ligne chinois et d'un storytelling digital sur RED, Douyin et WeChat, créant un écosystème coordonné pour présenter la maison italienne historique à une nouvelle génération de consommateurs.

Le meilleur de l'Asie

À l'échelle asiatique, le luxe déploie des stratégies de plus en plus nuancées, entre cohérence globale et adaptations locales. Des activations culturelles au Japon aux expériences retail en Asie du Sud-Est, les marques composent avec des marchés aux identités fortes, faisant de la région un terrain d'expression privilégié pour un luxe à la fois global et profondément contextualisé.

Asie | Campagne Hennessy "Gallop Towards Bright Perspectives"



© Hennessy



© Hennessy

Aperçu :

Pour le Nouvel An lunaire 2026, Hennessy a activé le thème de l'Année du Cheval de Feu à travers une stratégie coordonnée couvrant la Chine continentale, Hong Kong, Singapour, la Malaisie et les principaux hubs de travel retail en Asie-Pacifique. Entre packagings zodiacaux en édition limitée, installations monumentales, activations digitales avec célébrités et programmations culturelles musicales, la Maison a renforcé son positionnement dans le gifting premium tout en s'inscrivant dans les rituels festifs.

Le Cheval de Feu comme ancrage expérientiel :

Le motif zodiacal sculptural a structuré la campagne visuellement et spatialement, des pop-ups immersifs à l'aéroport de Singapour Changi et à la House of Hennessy à Hainan jusqu'aux éditions limitées V.S.O.P, X.O et Paradis conçues pour la collection et l'exposition festive.



Le travel retail comme plateforme de célébration :

À Singapour, Hong Kong et Macao, dégustations, formats cocktail-on-tap, accords mets et spiritueux et dispositifs gamifiés ont transformé les espaces duty free en scènes culturelles, faisant du gifting une expérience ritualisée durant les périodes de voyage.

Célébrités et musique pour la résonance culturelle :

En Chine continentale, Jackson Wang et Dylan Wang ont stimulé l'engagement social et les collaborations de marque, tandis que la Malaisie a lancé un single original pour le Nouvel An lunaire, prolongeant le lien historique d'Hennessy avec la musique dans une expression festive et tournée vers la jeunesse.

Cohérence pan-asiatique, nuances locales :

Bien que réunie sous la narration du Cheval de Feu, chaque marché a exprimé ses propres codes culturels, des expériences gastronomiques étoilées Michelin à Hong Kong aux activations spectaculaires de travel retail à Singapour.

Hong Kong | Miu Miu lance "Manifeste" et agrandit son flagship



© Miu Miu



© Miu Miu

Aperçu :

En février 2026, Miu Miu a déployé son concept de pop-up "Manifeste" à Hong Kong et Hangzhou, présentant la collection SS26 à travers des environnements retail immersifs mêlant

scénographie ludique et découverte produit. En parallèle de ces activations temporaires, la marque a également agrandi et rouvert sa boutique flagship au Landmark Atrium à Hong Kong, réaffirmant son engagement à long terme envers la ville comme hub majeur du luxe en Asie.

Concept de pop-up "Manifeste" en Asie :

La série de pop-ups a débuté à Hong Kong avant de se rendre à Hangzhou, proposant une garde-robe SS26 soigneusement curatée dans des espaces immersifs conçus pour exprimer les codes de Miu Miu autour de l'irrévérence féminine, de l'élégance et de la liberté d'expression.

Design spatial ludique et retail immersif :

Les installations présentaient des environnements bleu pâle ponctués de rideaux roses, créant des espaces intimes où mannequins et présentations produits dialoguent entre eux, transformant l'espace en un parcours exploratoire composé de plusieurs pièces.

Amplification par célébrités et influenceurs :

Les événements d'ouverture à Hong Kong ont accueilli des personnalités telles que la star de Cantopop Joey Yung et l'acteur Will Or, tandis que célébrités locales et influenceurs ont généré une forte visibilité sur des plateformes comme Weibo et Xiaohongshu.

Expansion du flagship à Hong Kong :

Miu Miu a simultanément rouvert sa boutique du Landmark Atrium sous la forme d'un flagship de deux étages et 220 m², introduisant le nouveau concept global de la marque ainsi qu'un salon VIP privé dédié aux rendez-vous personnalisés.

Japon | Exposition "The Magic of Cartier's Artisans" à Tokyo



© The Magic of Cartier's Artisans



© The Magic of Cartier's Artisans

Aperçu :

Du 7 au 23 février 2026, Cartier a transformé sa boutique Ginza 2-chome à Tokyo en une exposition immersive intitulée "The Magic of Cartier's Artisans". Conçue comme le chapitre final de la série Maison de Panthère, l'expérience dévoilait le savoir-faire derrière la haute joaillerie de Cartier à travers photographie, démonstrations en direct et ateliers, faisant entrer l'excellence artisanale de la Maison au cœur de l'espace retail.

Le savoir-faire comme storytelling expérientiel :

L'exposition mettait en lumière les artisans derrière les créations de Cartier plutôt que les produits finis, déplaçant l'attention des objets de luxe vers la maîtrise technique et l'artisanat qui définissent la Maison.

Un parcours immersif sur trois étages :

Les visiteurs découvraient des espaces scénographiés présentant des photographies de l'artiste japonaise Rinko Kawauchi, des installations célébrant les femmes artisanes et des démonstrations en direct par des maîtres joailliers issus de différentes disciplines.

Démonstrations en direct et ateliers artisanaux :

Sept artisans invités ont présenté leurs techniques sur place, tandis que des ateliers animés par le Cartier Jewellery Institute permettaient aux visiteurs d'explorer des procédés tels que la sculpture sur cire ou le sciage du métal.

Le retail comme plateforme culturelle :

Accueillie au sein de la boutique Maison de Panthère, l'exposition a positionné le magasin comme un lieu culturel dédié à l'échange artistique et à la transmission du patrimoine.

Thaïlande | Pop-up "Hotel Bangkok" de Louis Vuitton

Aperçu :

En février 2026, Louis Vuitton a déployé son concept LV Hotel à Bangkok dans le cadre des célébrations mondiales du 130e anniversaire du Monogram. Après des étapes précédentes comme l'activation inspirée d'un hôtel sur Wukang Road à Shanghai, l'édition de Bangkok a transformé une résidence historique en un espace expérientiel de quatre étages. Pensé comme un hôtel symbolique plutôt qu'un espace retail, le pop-up invite les visiteurs à explorer l'héritage culturel du Monogram à travers un storytelling immersif.



© Hotel Bangkok Louis Vuitton



© Hotel Bangkok Louis Vuitton

Le récit de l'hôtel comme storytelling du voyage :

Le format "hôtel" fait écho au lien historique de Louis Vuitton avec le voyage. Chaque espace fonctionne comme un chapitre de l'histoire du Monogram, guidant les visiteurs à travers des salles scénographiées où héritage et design se dévoilent progressivement.

Un parcours expérientiel sur quatre étages :

Installée dans la résidence centenaire Baan Trok Tua Ngork, l'activation propose plusieurs espaces immersifs, dont le Keepall Lobby, le Neverfull Gym, le Noé Bar et la Speedy Room 1930, chacun dédié à une icône majeure du Monogram.



Célébration des "Fab Five" du Monogram :

Cinq sacs légendaires Louis Vuitton, Keepall, Speedy, Alma, Neverfull et Noé, sont présentés comme des artefacts culturels au sein de l'expérience, illustrant leur évolution de bagages fonctionnels à symboles durables du luxe.

Une destination stratégique en Asie du Sud-Est :

Seule étape de la série LV Hotel en Asie du Sud-Est, l'activation de Bangkok ancre les célébrations du Monogram dans l'un des hubs touristiques de luxe à la croissance la plus rapide de la région.

Corée | Seoul Fashion Week Automne/Hiver 2026



© Seoul Fashion Week Automne/Hiver 2026

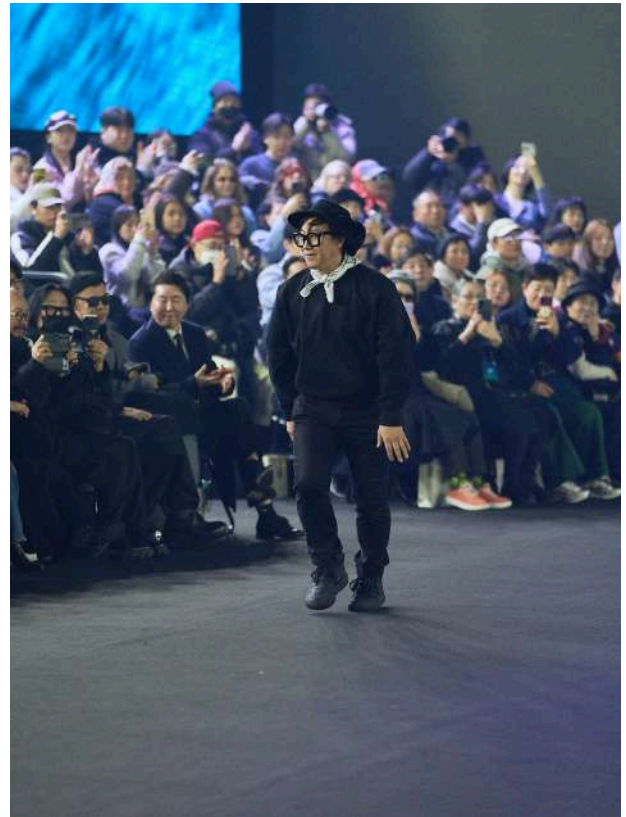
Aperçu :

Organisée du 3 au 8 février 2026 au Dongdaemun Design Plaza (DDP), l'édition Automne/Hiver de la Seoul Fashion Week a mis en lumière l'évolution de l'identité de la K-fashion à travers défilés, présentations et forums professionnels. Réunissant 15 designers et des dizaines de marques participantes, l'événement a valorisé la scène créative coréenne tout en renforçant l'influence croissante de Séoul dans la mode mondiale.

Affirmer la voix globale de la K-fashion :

À travers les collections, les designers ont exploré la tension entre expérimentation avant-gardiste et mode fonctionnelle. Des marques comme Munn et MMAM ont montré comment tailleurs conceptuels, silhouettes superposées et

matériaux innovants peuvent se traduire en garde-robes contemporaines portables.



© Seoul Fashion Week Automne/Hiver 2026

Une plateforme pour les designers émergents :

Sur six jours, l'événement a proposé 15 défilés ainsi que des présentations et événements hors calendrier, offrant aux labels coréens une scène internationale tout en attirant médias et acteurs de l'industrie vers la scène créative de Séoul.

Innovation, durabilité et expérimentation des matières :

Les collections ont mis en avant des constructions non conventionnelles et des matériaux durables, notamment des vêtements réalisés à partir de bannières recyclées, de tricots en papier et de techniques textiles expérimentales, reflétant l'importance croissante du design responsable dans la K-fashion.

La Fashion Week comme écosystème culturel :

Au-delà des défilés, le Seoul Fashion Forum et la culture street-style autour du DDP ont positionné l'événement comme à la fois une plateforme industrielle et un lieu de rencontre créatif, soulignant le rôle croissant de Séoul comme hub mondial de la mode.

Australie | Premier pop-up pour Hourglass en Australie

Aperçu :

Fin février 2026, Hourglass a lancé sa première



expérience de marque en Australie avec un pop-up de quatre jours à Sydney, en parallèle de son lancement direct-to-consumer et de son arrivée prochaine chez Sephora Australia. Installée dans un bâtiment patrimonial en grès, l'activation a traduit le positionnement design de la marque en un espace immersif centré sur l'expertise du teint, la personnalisation et l'accès anticipé aux nouveautés, renforçant son image premium et son attrait auprès des collectionneurs.

Retour sur le marché porté par le DTC et Sephora :

Le pop-up a marqué le retour officiel d'Hourglass via sa propre boutique en ligne avant le déploiement chez Sephora, positionnant l'activation comme un signal d'engagement renouvelé envers le marché australien.



© Hourglass

Un luxe de service centré sur la consultation :

Matching de teintes en tête-à-tête, masterclasses animées par des maquilleurs et parcours découverte dédiés au teint ont structuré l'expérience autour de l'expertise et de la précision, transformant l'essai produit en une approche de clienteling sur rendez-vous.

Activation VIP sur yacht pour talents et influenceurs :

Pour célébrer ce relancement, Hourglass a organisé un événement exclusif à bord d'un

yacht de luxe sur le port de Sydney, réunissant mannequins, maquilleurs, créateurs de contenu et célébrités autour d'expériences produits, consultations et animations.

Personnalisation et accès anticipé pour stimuler l'engagement :

Sydney a accueilli l'expérience de personnalisation Ambient Lighting Edit ainsi qu'un accès anticipé à l'Unreal Liquid Highlighter, créant un sentiment d'exclusivité et encourageant l'engagement à la fois en ligne et en boutique.



© Hourglass

Rédigé par Alexis Bonhomme, cet article est issu des travaux de veille et d'analyse de Trinity Asia, agence spécialisée dans les stratégies digitales pour le luxe en Asie. Forte de son ancrage en Chine, au Japon et en Corée, l'agence accompagne les plus grandes marques dans leur développement en Asie.

Alexis Bonhomme

Alexis Bonhomme est un entrepreneur à la croisée du luxe, de la stratégie et de la technologie. Après avoir commencé sa carrière chez Tencent en 2011, Alexis a fondé CuriosityChina en 2013 et a cédé avec succès l'entreprise à Farfetch en 2018. Jusqu'en 2024, il a occupé le poste de vice-président mondial des partenariats industriels chez Farfetch, pilotant également la croissance de l'entreprise en Chine et dans la région Asie-Pacifique, où il a géré un chiffre d'affaires dépassant le milliard de dollars et une équipe de 700 collaborateurs. De retour à l'entrepreneuriat en 2024, Alexis est aujourd'hui fondateur et PDG de Trinity Asia, une entreprise spécialisée dans le numérique et les données qui aide les marques internationales à se développer en Chine et en Asie. L'équipe de Trinity, forte de 50 collaborateurs, travaille en partenariat avec des maisons de premier plan dans les domaines de la mode, du luxe et de la beauté. Basé à Shanghai, Alexis est également conférencier invité à l'Institut Français de la Mode (IFM), membre de la Fondation France-Asie, membre du YPO et ancien élève de l'INSEAD et de l'université Tsinghua. INFOS : <https://www.linkedin.com/in/alexisbonhomme/>.



Nicolas Boin Principato

Docteur en langue et littérature hindi enseignant de civilisation indienne

Article Nouveaux Regards

Pour un humanisme du XXème siècle, à travers l'étude des langues dites « orientales ».

Par Nicolas Boin Principato

Dans son ouvrage récent *L'Art de la Paix*, Bertrand Badie, spécialiste de Relations Internationales, rappelle que la paix a longtemps été pensée comme la simple "non-guerre", comme un état négatif, défini par défaut, par l'absence de conflits plutôt que par la culture de relations humaines durables. Pourquoi, en définitive, avons-nous si souvent réduit la paix à ce vide entre deux affrontements, à cette parenthèse fragile dans l'histoire des nations et des hommes?

Et surtout, comment bâtir une paix durable ? Quel est cet art – ou cette science – qui nous permettrait enfin de dépasser la logique de la force pour entrer dans celle de la relation ? Sans prétendre résumer l'ouvrage de Badie à cela, une partie de la réponse réside dans l'apprentissage du « respect de l'autre ». Respecter l'autre est un art : cela s'apprend et se cultive ; nous disposons aujourd'hui de tous les moyens pour le faire. Nous devons simplement accepter d'en faire une priorité.

Alors, comment y parvenir ? Sans doute en commençant par un geste simple : retrouver un

peu de curiosité. Oser franchir ce premier seuil qui consiste à dépasser la peur instinctive de l'autre, à s'intéresser à lui – qu'il soit notre voisin, un nouveau collègue, ou cette personne « étrangère » croisée au détour d'une soirée, d'un événement, d'une conversation... Au cœur de cet art de la paix se trouve la construction patiente d'une relation qui ne considère plus les différences comme des menaces, mais comme des ressources, des miroirs capables de nous éclairer sur nous-mêmes.

Car c'est bien à travers les langues, les littératures, les philosophies, les histoires et les imaginaires de l'autre que nous apprenons à mieux comprendre notre propre manière d'habiter le monde. Cultiver cette ouverture, c'est déjà faire un pas vers la paix.

Nous l'avons oublié, mais la culture joue un rôle considérable dans la manière dont nous entrons en relation avec autrui. Elle façonne notre regard, élargit notre horizon, nous apprend à reconnaître la dignité de ce qui nous est



étranger. Or, cette tradition d'étudier l'autre – qui fut longtemps l'une des forces de la culture française – semble aujourd'hui s'effriter. Dans la course effrénée du monde moderne où nous sommes tous entraînés, vers quoi courons-nous, et pour quoi faire ?

La norme contemporaine voudrait que la réussite se mesure à l'aune des revenus, du statut, de la visibilité sociale. Mais tout cela nous rend-il véritablement plus humains, plus attentifs, ou plus capables d'empathie à l'égard d'autrui ? Ou tout l'inverse ? Quel type de société-monde avons-nous contribué à façonner en érigeant l'efficacité et la performance en valeurs suprêmes ? Et surtout, que sommes-nous prêts à sacrifier, de notre sensibilité, parfois même de notre humanité, pour atteindre ces objectifs ?

Ce constat ne s'arrête pas là : nos universités, nos écoles, notre système éducatif tout entier en subissent aujourd'hui les conséquences. Nous n'étudions plus – ou très peu – pour devenir plus humains, plus conscients du monde, plus capables de le comprendre et de le transformer.

Nous étudions pour gravir une échelle sociale, sécuriser un revenu élevé, appartenir à une élite qui, trop souvent, s'abstrait des problématiques collectives. Que l'on ne me méprenne pas : l'argent n'est pas un mal, il est nécessaire. Mais en faire l'unique horizon d'une existence revient à réduire la vie humaine à une logique comptable, à une accumulation de signes extérieurs de réussite qui ne disent rien de la qualité de nos relations, de notre sensibilité ou de notre capacité à vivre ensemble.

Il est pourtant urgent de rappeler combien la connaissance de l'autre est vitale si nous voulons espérer une paix durable. Chercher à connaître l'autre, à comprendre ce qui nous distingue de lui, c'est déjà lui tendre la main. C'est lui signifier que nous avons fait un pas vers lui, que nous l'acceptons tel qu'il est, et que nos différences peuvent devenir des sources d'enrichissement mutuel plutôt que des motifs de méfiance ou de repli. La paix ne se décrète pas : elle se construit dans ces petits gestes, dans cette volonté de comprendre avant de juger, dans cette capacité à accueillir ce qui nous « désoriente ».

La France a été pionnière dans cette prise de conscience. Les premiers « orientalistes » ont ouvert la voie à la connaissance de l'autre en étudiant des langues, des textes et des civilisations jusque-là largement ignorés en Europe. Certes, cette entreprise ne fut pas exempte de biais, comme l'ont montré Edward Saïd et, après lui, les

études postcoloniales [1]. Mais elle a aussi permis une découverte sans précédent de l'existence d'un Autre : d'autres cultures, d'autres philosophies, d'autres manières de penser et d'habiter le monde, dont la richesse fut immense pour l'Europe et, plus largement, pour l'Occident, comme l'avait déjà souligné Raymond Schwab dans les années 1950. [2]

Cet intérêt pour l'autre, souvent nourri d'enjeux économiques ou géopolitiques, donna naissance à une institution unique en Europe et probablement au monde à l'époque de sa création : l'École spéciale des langues orientales, fondée en 1795 par la Convention nationale, héritière de l'École des jeunes de langues créée en 1669 par Colbert, ministre et principal administrateur de Louis XIV. Cette école, devenue aujourd'hui l'Inalco (Institut National des Langues et Civilisations Orientales), incarne cette conviction que la paix, la diplomatie et la compréhension du monde passent par la connaissance des langues, des cultures et des imaginaires de l'autre.

Les études indiennes

Ne prétendant pas dresser ici l'historique complet des langues enseignées à l'Inalco, j'aimerais néanmoins dire un mot de l'étude du hind [3], qui me concerne plus directement.

Le premier poste officiel consacré à cette langue au sein de l'École spéciale des langues orientales fut créé en 1828 par son premier directeur, Antoine-Isaac Silvestre de Sacy (1758-1838). Fait remarquable : la France fut alors le premier pays d'Europe à ouvrir une chaire dédiée à l'enseignement du hindi, avant même l'empire britannique, pourtant présent en Inde depuis plus d'un siècle. On parlait alors de chaire d'hindoustani, car le mot « hindi » n'était pas encore d'usage ; hindoustani était le terme plus courant pour désigner la langue du nord de l'Inde [4], englobant à la fois ce que nous appelons aujourd'hui le hindi et l'ourdou [5].

Le premier titulaire de cette chaire fut Joseph Héliodore Sagesse Vertu Garcin de Tassy (1794-1875). Son nom singulier, chargé de symbolique, reflète l'époque révolutionnaire dans laquelle il naquit. Élève particulièrement estimé de Silvestre de Sacy, il fut choisi par ce dernier pour fonder un département entièrement consacré aux langues de l'Inde. Bien que de Sacy fût avant tout un immense spécialiste de l'arabe et du persan, il nourrissait un intérêt profond pour les cultures indiennes, intérêt suffisamment fort pour qu'il décide d'ouvrir cette nouvelle chaire, malgré les résistances.



Car ce projet suscita de vives oppositions dans le paysage savant de l'époque. Certains affirmaient que l'*hindoustani* – ou *khari boli* – [6] n'était pas une « vraie » langue, que la littérature ourdoue n'avait guère d'importance (alors même que des poètes majeurs comme Taqi Mir (1723-1781), Khwaja Mir Soz (vers 1720-1798) ou Mirza Muhammad Rafi Sauda (vers 1713-1781) avaient déjà produit des œuvres considérables), et que la littérature hindi n'existait tout simplement pas. Les objections furent nombreuses, parfois virulentes, mais Silvestre de Sacy tint bon, et Garcin de Tassy put commencer son enseignement.

Dans les décennies qui suivirent, Garcin de Tassy produisit une œuvre immense : trente-cinq ouvrages, dont une grammaire du hindi, une méthode d'apprentissage et deux recueils majeurs de textes hindoustanis. Ses *Rudiments de la langue hindoustanie*, publiés en 1829, furent plusieurs fois réédités. Dans la seconde partie, parue en 1833, il ajouta de véritables lettres – certaines manuscrites, d'autres imprimées – présentées dans les deux écritures, accompagnées de leurs traductions.

Sa méthode pratique comportait un vocabulaire utile et des exercices, rédigés en ourdou. En revanche, son recueil de poésie et de prose hindvi [7], publié en 1849, était entièrement en devanagari [8], témoignant déjà des réalités culturelles qui allaient conduire, un siècle plus tard, à la formation des littératures hindi et ourdoue modernes.

Garcin de Tassy réalisa également plusieurs traductions, principalement de littérature ourdoue. Parmi elles figure la première traduction française du *Bāgh o Bahār* (Le Jardin et le Printemps) de Mir Amman (1748-1806), texte fondateur de la prose ourdoue moderne. Le plus surprenant c'est que Garcin de Tassy ne se rendit jamais en Inde. Il n'en avait ni les moyens ni le temps, à une époque où un tel voyage demandait des mois. Il lisait tout ce qui lui tombait sous la main, échangeait avec les savants de passage à Paris, et travaillait sans relâche. Sans jamais avoir posé le pied sur le sol indien, il parvint à accomplir une œuvre pionnière qui demeure l'un des fondements des études hindoustanies en France.

Depuis, l'Inalco et, à travers elle, la France, n'a jamais cessé d'œuvrer pour améliorer l'enseignement du hindi et, plus largement, pour approfondir la connaissance des langues et des cultures de l'Inde. La liste des noms qui ont contribué à cet effort serait longue ; mais dans le domaine des études culturelles menées par

les savants français, certains méritent une mention particulière tant est leur héritage continue de nourrir notre compréhension du monde indien.

Parmi eux, Charlotte Vaudeville (1918-2006) occupe une place essentielle. Spécialiste de la littérature *bhakti* (centrée sur la dévotion personnelle à Dieu), elle a consacré sa vie à l'étude de Tulsidas, (vers 1532-1623) [9], Kabir (vers 1440-1518) [10], Surdas (vers 1478-1583) [11] et de nombreuses traditions dévotionnelles du nord de l'Inde. Son œuvre a profondément renouvelé la compréhension de ces corpus, longtemps considérés comme « populaires » ou « mineurs » par les orientalistes classiques (plutôt sanskritistes).

En matière de pédagogie, plusieurs méthodes modernes d'apprentissage du hindi ont vu le jour en français : celles de Nicole Balbir et Raj Bhan Singh d'abord, puis celles d'Annie Montaut, qui demeure encore aujourd'hui une figure centrale de la discipline. Avec d'autres enseignants et en collaboration avec des collègues indiens, elle a contribué à élaborer des outils d'apprentissage plus adaptés aux besoins contemporains.

Au cours des vingt dernières années, l'édition française a également joué un rôle décisif dans la diffusion des littératures en hindi. Des traductions importantes ont été publiées : les principaux romans de Nirmal Verma, Premchand, Jainendra Kumar, Alka Saraogi, Vinod Kumar Shukla, Krishna Baldev Vaid, Geetanjali Shree, ainsi que des essais majeurs d'Anupam Mishra, de Gandhi, et de nombreux autres auteurs. Plusieurs maisons d'édition ont contribué à cet effort : Les Belles Lettres, L'Asiathèque, Actes Sud, Albin Michel, Banyan, mais aussi d'autres éditeurs qui ont permis à des textes rares d'être traduits.

Néanmoins, un paradoxe demeure : plus les traductions se multiplient, plus elles semblent s'effacer. Dans les librairies, elles sont rarement mises en évidence.

Dans les salons littéraires, si l'on demande à un lecteur ou à un amateur de littérature de citer un auteur hindi, il évoquera le plus souvent un écrivain anglophone comme Rushdie, Arundhati Roy, ou d'autres encore. Les œuvres traduites du hindi, elles, restent en marge, reléguées à des rayons spécialisés ou à des catalogues que seuls les initiés consultent.

Pourquoi cette situation persiste-t-elle ? Est-ce parce que le marché éditorial français privilégie les langues dites « dominantes » ? Parce que les



littératures non anglophones souffrent d'un déficit structurel de visibilité ? Parce que l'Inde elle-même est trop souvent perçue à travers le prisme de l'anglais, langue de l'élite et de la mondialisation ? Ou parce que notre imaginaire collectif peine encore à reconnaître la pluralité linguistique et culturelle de ce pays-continent ?

Quelles qu'en soient les raisons, ce paradoxe révèle quelque chose qui n'a pas beaucoup changé depuis des décennies : alors même que la France dispose d'une tradition ancienne et prestigieuse d'études indiennes, les voix littéraires venues du hindi (et des autres langues indiennes) peinent encore à trouver leur place dans l'espace public.

C'est un défi, mais aussi une responsabilité : celle de continuer à traduire, à enseigner, à transmettre pour que ces œuvres, ces langues et ces imaginaires cessent d'être invisibles et puissent enfin dialoguer pleinement avec le monde francophone, car c'est en connaissant la vision du monde portée par les auteurs qui ont écrit dans ces langues que nous accèderons encore plus en profondeur à leur culture, et que nous pourrons, en définitive, tenter de mieux les comprendre.

Conclusion

Nous vivons dans un monde globalisé, et pourtant notre connaissance des autres cultures demeure étonnamment parcellaire. Dès lors, il n'est guère surprenant que nous peinions encore à trouver un véritable terrain d'entente pour poursuivre le travail amorcé par nos prédécesseurs.

L'exemple des études indiennes en France – de l'enthousiasme des chercheurs aux efforts constants de traduction, en passant par l'intérêt réel mais fragile du public – révèle une tendance plus large, qui concerne tout autant la Chine, l'Iran, le monde arabe ou l'Afrique : malgré l'intensification des échanges, l'altérité reste souvent perçue à distance.

Dire que la culture permet de rencontrer l'autre, de comprendre ses imaginaires, de désamorcer les peurs et de forger une paix plus durable peut sembler extrêmement banal, mais transformer cette évidence en action, en politique publique, en choix éducatif, en engagement personnel, l'est beaucoup moins. La paix ne se construit pas seulement dans les chancelleries diplomatiques ou dans les accords commerciaux : elle se tisse

dans les bibliothèques, dans les salles de classe, dans les traductions patientes, dans les gestes de curiosité et d'attention qui nous relient à ce qui nous est étranger.

Si nous voulons réellement bâtir un monde plus apaisé, il nous faudra réapprendre à regarder l'autre non comme une menace ou une abstraction, mais comme un partenaire de pensée, un détenteur de savoirs, un miroir qui nous aide à mieux comprendre notre propre humanité. C'est là un défi immense, mais aussi une chance : celle de renouer avec ce que la France a su faire de mieux lorsqu'elle était fidèle à sa vocation humaniste – ouvrir des chemins vers l'autre, et par là même, ouvrir des chemins vers nous-mêmes.

À ce titre, dans ma thèse consacrée à une approche de l'humanisme en Inde, j'ai entrepris d'explorer ce que les traditions intellectuelles, philosophiques et spirituelles de ce pays pouvaient nous apprendre sur le sens de la vie et sur les conditions pour bâtir une société globalisée plus juste. L'Inde, par la pluralité de ses langues, de ses cultures et par conséquent par la diversité de ses visions du monde, offre un laboratoire unique pour repenser ce que signifie « vivre ensemble » à l'échelle de la planète. J'ai voulu comprendre comment cette culture plurielle pouvait nourrir une réflexion contemporaine sur notre manière d'être au monde, sur notre rapport à l'autre, sur la responsabilité que nous avons les uns envers les autres.

En d'autres termes, ma démarche visait à comprendre ce que signifie être un « citoyen du monde » au XXI^e siècle. Comment ignorer aujourd'hui les enjeux qui traversent tous les peuples, qu'ils soient écologiques, sociaux, culturels, spirituels et comment y répondre avec lucidité, empathie et discernement ? Il semble assez évident aujourd'hui que la paix de demain ne pourra plus dépendre uniquement des décisions des hommes d'État ou des grandes institutions internationales. Elle dépendra aussi, et peut-être surtout, de l'implication de chacun d'entre nous : de notre capacité à nous informer, à nous décentrer, à écouter, à comprendre, à tisser des liens là où d'autres dressent des frontières.

À mon humble mesure, j'ai voulu contribuer à cette dynamique : montrer que la connaissance de l'autre n'est pas un simple exercice d'érudition, mais une nécessité vitale ; que l'humanisme n'est pas un héritage figé, mais une tâche à poursuivre ; et que la paix, pour être durable, doit devenir l'affaire de tous, dans la constance discrète de nos engagements, de



nos lectures, de nos rencontres et de nos choix quotidiens.

[1] Edward W. Said, *L'Orientalisme. L'Orient créé par l'Occident*, trad. Catherine Malamoud, préf. Tzvetan Todorov, Paris, Le Seuil, 1980 ; rééd. augm., 2002.

[2] Raymond Schwab, *La Renaissance orientale*, Paris, Payot, 1950 ; rééd., 2014 ; rééd., Paris, Les Belles Lettres, coll. « Classiques favoris », introd. Thibaut Matrat, 464 p., 2024.

[3] Langue officielle de l'Inde (à côté de l'anglais) le hindi – qui appartient à la famille des langues indo-aryennes, est parlé par plus de 400 millions de locuteurs en Inde ; il est également présent sur les autres continents grâce aux nombreuses communautés immigrées de plus ou moins longue date. Il possède une abondante et ancienne littérature dans divers dialectes et, sous une forme standardisée à partir de la seconde moitié du 19^e siècle, il s'enrichit d'une littérature moderne très variée dans ses genres et dans ses thèmes, sert de langue d'enseignement dans de nombreuses écoles ou de langue de communication dans les médias et le cinéma (sources : Inalco).

[4] L'hindoustani est une forme standardisée des parlers du nord de l'Inde, issue du hindvi médiéval, caractérisée par une base grammaticale commune, mais pouvant s'écrire en deux systèmes (*devanagari* pour le hindi et alphabet persan-arabe pour l'ourdou) et intégrer des vocabulaires différents selon le contexte culturel.

[5] L'ourdou est la langue nationale du Pakistan (environ 109 millions de locuteurs) et c'est aussi l'une des langues officielles de l'Union indienne qui sont au nombre de 22. Elle est principalement parlée dans le nord de l'Inde mais aussi dans certains États indiens comme le Telangana et le Maharashtra. Elle jouit du statut de langue officielle ou co-officielle dans 5 États indiens et sur le territoire de Delhi. En Inde, l'ourdou est parlée par à peu près 50 millions d'habitants. Selon *Ethnologue 2018*, dans le monde entier, il y aurait 163 millions locuteurs d'ourdou (sources : Inalco).

[6] Le *khari boli* aussi appelé *dehlavi*, *kauravi*, et « hindoustani vernaculaire », est un dialecte hindi originaire de la région de Delhi. Il est parlé principalement dans les zones rurales de Delhi, dans l'ouest de l'Uttar Pradesh et au sud de l'Uttarakhand. Ce dialecte constitue la base linguistique moderne du hindi standard et de l'ourdou standard, dont il a fourni la structure grammaticale et une grande partie du vocabulaire courant.

[7] Le hindvi est un terme générique médiéval employé par les locuteurs persanophones et indo-musulmans pour désigner la langue locale de l'Inde du Nord, issue du *sanskrit* et de ses évolutions (*prakrits* et *apabhramsha*), sans correspondre à une langue standardisée unique.

[8] La *devanagari*, du *sanskrit* (*devanāgarī*), est une écriture alphasyllabaire utilisée pour le *sanskrit*, le *prākrit*, le hindi, le népalais, le marathi et plusieurs autres langues indiennes. C'est une des écritures les plus employées en Inde du Nord et au Népal.

[9] Tulsidas (1532-1623) est un poète et saint hindou majeur, célèbre pour avoir composé en langue vernaculaire *awadhi* une version accessible du *Rāmāyaṇa*, le *Rāmcaritmānas*. Son œuvre a profondément marqué les pratiques dévotionnelles dans la religion hindoue et contribué à diffuser les récits sacrés auprès des populations non *sanskritisées*.

[10] Kabir (XV^e siècle) est un poète mystique et réformateur religieux, figure centrale de la tradition de la *bhakti*. Ses poèmes, souvent critiques envers les rituels et les élites religieuses, prônent une spiritualité directe, intérieure et universelle. Il est vénéré à la fois par des hindous, des musulmans et des sikhs, ce qui en fait l'un des symboles les plus puissants du pluralisme spirituel indien.

[11] Surdas (XV^e-XVI^e siècle) est un poète mystique et saint hindou, célèbre pour ses chants dévotionnels dédiés à Krishna, en particulier à l'enfant divin (*Bālakṛṣṇa*). Auteur présumé du *Sūrsāgar*, il est l'une des grandes voix de la *bhakti* du nord de l'Inde, et ses compositions ont joué un rôle essentiel dans la diffusion de la dévotion *krishnaïte* en langue vernaculaire.

Nicolas Boin Principato

Nicolas Boin Principato est un spécialiste du monde indien, formé à l'Inalco où il a soutenu en 2026 une thèse consacrée à l'humanisme moderne en Inde à travers l'œuvre du poète Kunwar Narain et le concept esthétique de *sahridayatā* (capacité du lecteur ou du spectateur à entrer en résonance émotionnelle avec une œuvre artistique). Son parcours académique, marqué par un double master entre Paris et l'Université Mahatma Gandhi de Wardha (où se trouve Sevagram, l'ashram du Mahatma Gandhi), l'a conduit à explorer la littérature hindi, les traditions philosophiques de l'Inde, ainsi que les théories esthétiques *sanskrites* et leurs réinterprétations contemporaines.

Ses recherches actuelles portent sur : l'humanisme indien, la vernacularisation de la pensée socialiste à travers l'œuvre de Narendra Deva, les relectures modernes des théories esthétiques indiennes, ainsi que les formes contemporaines de la *bhakti* dans la culture populaire, en collaboration avec des chercheurs de Cambridge et de Katmandou. En parallèle, il enseigne la civilisation de l'Inde, l'histoire des religions et la langue hindi à l'Inalco et à l'Institut Catholique de Paris, tout en poursuivant un travail actif de traduction littéraire, notamment de Kunwar Narain et Jaishankar Prasad. Son approche articule littérature, philosophie, histoire intellectuelle et esthétique pour éclairer les formes indiennes du dialogue interculturel et de la pensée humaniste.



Yves Carmona Ancien diplomate

Article Nouveaux Regards

Népal, les élections ont eu lieu.

Par Yves Carmona

NDA. : merci aux amis Népalais qui ont permis cette rédaction au plus près du réel, notamment Sujeev Shakya, Kunda Dixit fondateur et éditorialiste de l'hebdomadaire Nepali Times, et la revue de presse de l'ambassade de France.

Des élections ont eu lieu, n'est-ce pas habituel ? L'auteur de ces lignes se permet de le rappeler à ceux qui ont la mémoire courte : la semaine du 8 septembre, le Népal n'était, dans la presse, que feu et sang, la génération Z prenait le pouvoir et toute révolution éclatant dans le monde, à Madagascar ou au Sri Lanka, était marquée du même sceau. La police a effectivement tué des dizaines de manifestants, mais était-elle en mesure de maintenir l'ordre avec des armes datant de la Seconde Guerre mondiale et des troupes recrutées par copinage, sans formation ?

Or celle qui est devenue Première ministre intérimaire (12 septembre) en accord avec des représentants de cette génération, ce que certains ont jugé inconstitutionnel, Madame Sushila Karki avait alors 73 ans, âge très éloigné de celui de cette « génération Z » pourtant représentative d'un pays où l'âge médian se situe à environ 25 ans.

Mais la différence avec les autres gérontes qui ont organisé leur tour de rôle pour se succéder au pouvoir, dont le plus dangereux, le féroce

Prachanda qui est le seul membre du club des leaders traditionnels à avoir remporté les élections au scrutin majoritaire uninominal, c'est que Madame Karki va céder la place car elle a accepté depuis le début d'être intérimaire de n'être que provisoirement nommée à la tête du gouvernement dans l'attente des élections.

Ces élections qui viennent d'avoir lieu – car elles ont eu lieu, solidement cadrées par la Commission électorale, les bulletins de vote au besoin transportés par l'armée et leurs résultats encore soumis au contrôle de la Cour suprême - étaient regardées de près par la communauté internationale.

Cette dernière a un peu aidé le Népal à les organiser, l'Inde en mettant plus de 300 véhicules à sa disposition, le Japon en accordant une subvention et le Programme des Nations Unis pour le Développement (PNUD) en luttant contre la désinformation électorale et les menaces cyber.

Elles ont été celles de la jeunesse, avec 800 000 nouveaux inscrits et ils ont massivement voté. Une mère dont le fils a été tué par la police le 8 septembre a été candidate au sein du Parti National Indépendant (RSP), seul en mesure,



selon elle, de porter le combat pour lequel il est mort : une gouvernance honnête et non des promesses démagogiques.

Pourtant, les obstacles ont été innombrables mais surmontés :

Le mouvement national « pacifique » (son leader était responsable de la mort de deux personnes en mars...) a lancé une action de désobéissance civile qui devait commencer le 23 novembre, on n'en a plus jamais entendu parler.

Des partis « communistes » se sont unifiés sous la férule de Prachanda « le féroce » sous le prétexte de l'inconstitutionnalité des élections, mais la Cour suprême a jugé celles-ci nécessaires.

D'aucuns ont voulu voir la main de l'étranger, soit de l'Inde ou soit de la Chine. La première étant supposée soutenir les efforts de l'ex-roi pour retrouver son pouvoir et reconstituer un État hindou, ce dont rêvent certains Népalais. Les élections ont fait disparaître cette éventualité. En réalité les deux grandes puissances ont pris soin de ne pas se mêler de la politique intérieure népalaise, très volatile.

Mais la domination de l'Inde sur certains barrages hydro-électriques, une des principales ressources du pays, s'est confirmée après que l'ex-Premier ministre Oli ait cherché sans résultat à jouer la « carte chinoise ».

Autres points délicats que la presse soulignait dès fin octobre : comment faire en sorte que les Népalais de l'étranger puissent voter ? La Cour suprême en avait pourtant enjoint le gouvernement dès 2018. Or au moins 5 millions, un quart de l'électorat, ont été privés du droit de vote, l'interruption du trafic aérien dans le Golfe où au moins deux millions ont émigré, ajoutant encore à l'impossibilité pratique de voter alors que leurs envois de fonds au pays représentent plus du quart de son PIB. À la différence du Bangladesh, on ne peut voter au Népal par correspondance.

L'une de ces ex-émigrées attire particulièrement l'attention car elle vient de concourir pour le scrutin législatif. Contre la volonté de ses parents, Bimala Lama avait appris le coréen, travaillé quelque temps en Corée du Sud et créé son entreprise de retour au pays, la voici candidate.

D'autre part, comment assurer la sécurité des bureaux de vote alors que nombre de détenus

étaient encore en fuite avec des armes volées ? « Pas de démocratie sans sécurité » rappellent certains quotidiens. Une « task force » a été formée avec des représentants de l'armée, la police, la police armée et la police judiciaire, en tout 314 000 personnels de sécurité y compris des temporaires que la police a recrutés sans tarder : les élections se sont déroulées sans violence.

Monsieur Kulman Ghising, vénéré comme un saint car il avait rendu la lumière confisquée par des cadres corrompus, a été ministre de l'Énergie sous l'autorité de Madame Karki jusqu'au 8 janvier et a démissionné pour se présenter aux élections. On a pensé qu'il allait s'allier avec d'autres personnalités très populaires, le rappeur et maire de Katmandou Balendra Shah dont le slogan est « bavarder moins, faire plus » et Rabi Lamichhane, présentateur de TV, mais cela ne s'est pas réalisé. Ce dernier est d'ailleurs accusé de détournement de fonds alors que Balendra Shah est sans tache : c'est donc lui qui incarne le mieux le changement.

Parallèlement, le Parti travailliste, héraut de la lutte contre la monarchie absolue, le plus grand et le plus ancien parti du Népal a procédé au nécessaire changement de génération, Gagan Thapa (49 ans) succédant à l'ex-Premier ministre (5 fois !) Sher Bahadur Deuba, 79 ans. Avec la chute de son contemporain Oli, c'est une nouvelle ère de la vie politique népalaise qui s'est ouverte.

Le débat a aussi fait rage sur des questions plus structurelles.

Jusqu'à présent, le Premier ministre est désigné de manière indirecte : c'est le Parlement qui vote, alors que certains préféreraient qu'il soit élu directement par les citoyens – mais d'autres y voient un risque d'autoritarisme. On en est loin puisqu'en un peu plus de quinze ans, le pays a vu se succéder au moins quatorze gouvernements, « aucun n'étant parvenu à achever son mandat » fait observer Madame Steinmann, anthropologue.

Le fédéralisme, inscrit dans la Constitution, ne fonctionne pas à la satisfaction générale, si bien que certains extrémistes prônent l'autonomie voire l'indépendance du Madhesh, région la plus méridionale et qui s'est de longue date sentie discriminée par rapport à la capitale, d'autant que l'ex-Premier ministre Oli a encore exprimé sur ses citoyens une opinion jugée raciste.



En janvier a eu lieu un renouvellement de la chambre haute et les vieux partis du travail (CPN - Maoist Centre) et UML (Communist party of Nepal - Unified Marxist-Leninist)s'y sont partagé 17 des 18 postes. Or le RSP (Rastriya Swatantra Party ou national indépendant), vainqueur des élections, devra composer avec eux pour faire voter la loi. Madame Karki, quant à elle, a pris soin de consulter les partis politiques pour pouvoir organiser coûte que coûte les élections.

120 partis se sont enregistrés pour les 165 circonscriptions à scrutin majoritaire, avec 3406 candidats (dont à peine 11 % de femmes), et 64 partis ont investi 3210 candidats pour le scrutin proportionnel. Le taux de participation, 59 %, est élevé, quoique en légère baisse par rapport aux législatives précédentes (2022), du fait qu'il faut parfois marcher plusieurs kilomètres dans la neige de la montagne pour pouvoir voter. En 2022, il a fallu trois semaines pour procéder au dépouillement, cette fois ça devrait aller plus vite.

L'auteur de ces lignes a assisté en 2017 aux premières élections législatives normales depuis 1999 ; une foule joyeuse, parée de ses plus beaux habits, se pressait vers les urnes, tant la mise en œuvre du droit de vote présentait d'importance dans ce pays.

Résultat le plus spectaculaire, la victoire de Balendra Shah contre l'ex-Premier ministre Oli dans la circonscription que celui-ci détenait de longue date à Jhapa. Le maire de Katmandou, 35 ans, est une personnalité plus complexe que ce qu'en disent les médias : "rappeur"... Originaire du Madhesh, il sera le premier Premier ministre bouddhiste dans un pays à majorité hindouiste, ce qui ne l'empêche pas d'être très populaire, bel exemple de tolérance.

De fait, les partis Madhesi de la plaine du Terai, au sud du Népal, (LSP, JSP, TMLP, etc.) qui jouaient de cette image pour asseoir leur pouvoir ont été éliminés.

Le RSP a mené une campagne exemplaire par son efficacité.

Shah prononçait un discours important tous les huit jours, laissant ainsi suffisamment de temps à une

équipe de 660 personnes chargée des réseaux sociaux pour amplifier chaque rassemblement. Le RSP organisait également des tournées de présentation dans cinq à sept districts chaque jour, accompagnées de brèves apparitions quotidiennes dans l'une des sept provinces du Népal, où Shah rencontrait les électeurs et nouait des liens avec eux.

« Si vous continuez à prononcer des discours, les gens finissent par être confus », a déclaré un responsable du parti, qui a demandé à rester anonyme. « Nous laissons les partis d'opposition soulever certaines questions, puis nous y répondons une seule fois. De cette façon, notre message reste clair. »

Le système de campagne centralisé et les grands événements ont été financés directement par le parti, qui a reçu d'importants dons de la part de Népalais vivant à l'étranger, en particulier aux États-Unis, selon deux responsables. Le RSP a ainsi pris la place, social-démocrate, du Parti travailliste et éliminé l'UML « communiste ». Plus prometteuse encore, la fin d'une vie politique fondée sur des cadres indébouillonnables au profit de la méritocratie. Enfin, la Constitution de 2015 a été revalidée alors qu'elle était contestée puisqu'elle permet de gouverner pleinement, au besoin avec la majorité des deux tiers.

Conclusion

À la suite de la large victoire du RSP lui apportant une majorité claire à la Chambre des représentants (197 sièges sur 275). Balendra Shah a été nommé Premier ministre et prêté serment le 27 mars. Son gouvernement était au moment où ces lignes sont écrites en cours de formation. Les discussions internes dans le parti suggèrent une volonté de sélectionner des ministres sur la base du mérite et de compétences techniques, plutôt que selon les pratiques partisans traditionnelles.

L'ex-Premier ministre Oli, reconduit par son parti dans une ambiance irréaliste mais sévèrement battu électoralement, n'occupe plus de fonction gouvernementale ni de rôle exécutif national, et ses perspectives politiques à très court terme apparaissent limitées en raison de sa défaite électorale cuisante. Il continue néanmoins d'être une figure influente au sein du CPN-UML (en tant que son ex-dirigeant), même si sa position s'en trouve affaiblie après le rejet populaire exprimé lors du scrutin.

Le Népal mérite que la corruption ne l'empêche plus de progresser, que sa jeunesse puisse vivre



et travailler au pays et non plus devoir partir de longues années à l'étranger et parfois y mourir. La presse parle de 3 à 4 morts par jour.

Il faut espérer que c'est à ces enjeux que vont se consacrer les vainqueurs. Alors que la Banque mondiale a revu à la baisse ses prévisions de croissance (sauf celle du déficit commercial), que le taux de prêts non performants est en hausse et que la dette, encore modérée, augmente : il est grand temps que le climat des affaires s'améliore.

Il lui faudra aussi continuer la lutte engagée par le gouvernement provisoire de Madame Karki contre le blanchiment et ainsi quitter la liste grise du Groupe d'Action Financière (GAFI). Le ministre des Finances a engagé les réformes requises et est conscient que la faiblesse relative des entrées d'investissements directs étrangers reflète avant tout un déficit de confiance dans le système financier national.

Les priorités portent sur le renforcement des enquêtes, des poursuites et des sanctions dans les affaires de blanchiment, avec des exigences accrues en matière de preuves et des mécanismes rapides de saisie des avoirs. Les enjeux de transparence concernent à la fois le système financier et le marché des capitaux.

Le secteur privé, à travers différentes instances, souhaite la stabilité politique et la sécurité des investissements : tout reste à faire dans ce domaine.

Un exemple particulièrement criant : le projet hydroélectrique de Budhi-Gandaki, 1200 MW, une ressource essentielle pour le Népal, est en panne depuis un quart de siècle. La société Tractebel en a prouvé la faisabilité en 2011 mais des projets de financement successifs ont été décidés puis annulés pour raison politique jusqu'à ce que la Commission nationale de planification, dont le vice-président Swarnim Wagle sera peut-être le prochain Ministre des Finances, préconise un financement étatique.

La campagne électorale a favorisé des comportements qui évoquent les « vieux » partis plus que l'exigence de dévouement de la génération Z. Dans un pays fortement balkanisé, la quête par chaque région, de son identité, en particulier celle de la région la plus peuplée du Népal, le Madhesh, va constituer des enjeux pour cette nouvelle direction politique. On ne peut que partager le vœu du Nepali Times après les élections :

« L'ajout de couches de bureaucratie, de comités et de politique partisane aux niveaux fédéral, provincial et local a entraîné une résistance à l'objectif simple de faciliter la vie des Népalais. »

Le Népal est en train de prendre un nouveau départ, et les prochains mois montreront si le pays est sur la bonne voie avec son gouvernement de nouvelle génération. »

Yves Carmona

Ancien élève de l'ENA et diplomate, Yves Carmona a passé la plus grande partie de sa carrière en Asie : conseiller des Affaires étrangères au Japon à deux reprises, premier conseiller à Singapour et ambassadeur au Laos puis au Népal (2012-2018). Dans ces postes comme dans ceux qu'il a occupés à Paris, il a concentré, y compris comme étudiant en japonais, son attention sur l'évolution très rapide des pays d'Asie et de leurs relations avec la France et l'Europe. Désormais retraité, il s'attache à mettre son expérience à disposition de ceux et celles à qui elle peut être utile.



Yves Carmona
Ancien diplomate

Article Nouveaux Regards

Un espoir dans un petit pays: **Timor-Leste.**

Par Yves Carmona

Pourquoi écrire sur ce petit pays perdu ? Il ne s'y passe rien, personne n'y va, il n'y a que peu d'habitants sur ce lointain morceau d'île plus près de l'Australie que de l'Asie du Sud-Est dont il est le pays le plus à l'est. Et les foucades du président des États-Unis, dont les commentateurs se demandent doctement quelle sera la prochaine, c'est quand même plus intéressant, non ? Eh bien, non, justement car voilà un pays dont le président est, lui, prix Nobel de la paix depuis longtemps alors que M. Trump attend toujours.

Le président Horta a obtenu cette distinction en 1996, non pas parce qu'il avait résolu des conflits extérieurs mais pour avoir vaillamment résisté à l'invasion de son pays par son gourmand voisin indonésien.

Ce qui vient de se passer, pratiquement sous silence, est l'admission de Timor-Leste au sein de l'ASEAN le 26 octobre 2025. Ce sera le onzième pays-membre et probablement le dernier.

Sous les applaudissements des chefs d'État et de gouvernements réunis comme de coutume en sommet, cette fois à Kuala Lumpur, capitale de la Malaisie, le président José Ramos-Horta et le Premier ministre Xanana Gusmao s'en sont

félicités, d'autant que Timor-Leste avait fait acte de candidature dès 2011.

Pourquoi un tel délai, inhabituel ? Parce que l'Indonésie et quelques autres s'y étaient constamment opposés, ne supportant pas que le pays qui avait été envahi par son grand voisin en 1975 et qui avait résisté, au prix de centaines de milliers de morts (sur une population d'environ 600 à 700 000 personnes), ait quand même obtenu l'indépendance en 2002.

Voilà donc Timor-Leste enfin membre de l'ASEAN, mais qu'est-ce que cela va lui apporter ? Plus précisément :

1. Qui sont et que font les principaux bailleurs ?
2. Quels marchés vont s'ouvrir à lui ?
3. Que va-t-il gagner en termes de réputation internationale ?

Les informations pour répondre à ces questions sont fragmentaires mais on peut tenter d'y répondre.

1. Principaux bailleurs :

L'Australie, la Banque Asiatique de Développement, l'Union européenne et le Japon sont les principaux bailleurs, la Chine est en augmentation. Mais il faut constater, surtout à la lumière des palinodies américaines et du peu d'intérêt d'autres pays fortunés, que ce gouvernement fait de son mieux pour compter d'abord sur lui-même.



Il s'efforce de bâtir une économie plus résistante dans cette Asie des moussons et de réduire la dépendance vis-à-vis du pétrole : d'abord améliorer le sort de tous.

Le programme de développement du Timor-Leste s'appuie sur son Plan de développement stratégique 2011-2030, qui donne la priorité au capital social (santé, éducation, protection sociale), aux infrastructures de base et à la diversification au-delà du pétrole, tout en alignant les dépenses sur les Objectifs de Développement Durable (ODD) adoptés par les Nations Unies.

Les principaux investissements réalisés avec les partenaires de développement comprennent des routes résistantes au climat, des projets majeurs dans les domaines de l'eau, de l'assainissement, de l'énergie, de l'urbanisme, de l'éducation et de la santé, ainsi que l'agrandissement et la modernisation de l'aéroport de Dili afin d'améliorer la connectivité internationale nécessaire au tourisme et au commerce.

Ces efforts sont également financés par le gouvernement par le biais du Fonds pétrolier, un fonds souverain d'environ 19 milliards de dollars américains qui sépare les recettes pétrolières du budget et est destiné à soutenir à la fois le développement actuel et les générations futures, alors que certains avertissent qu'il pourrait être épuisé en 2038 sans une croissance non pétrolière plus forte et une discipline budgétaire.

Les gisements de Bayu-Undan étant désormais épuisés, le gouvernement cherche à faire avancer de nouveaux projets pétroliers et gaziers, notamment le projet Tasi Mane, le développement Greater Sunrise et la transition Bayu-Undan, en équilibrant leur potentiel avec la nécessité d'éviter une dépendance excessive aux hydrocarbures.

2. Ouverture de marchés :

C'est sans doute en ce domaine que ce petit pays, l'un des plus pauvres du Sud-est asiatique, a le plus à gagner. Faire partie de l'ASEAN, c'est accéder à une économie de 3800 milliards de dollars et 680 millions de personnes alors qu'il ne compte que 1,9 milliard de Produit Intérieur Brut (PIB) rapporté à 1 521 000 personnes. La centralité de l'ASEAN, obsession de ses membres, fait qu'en être membre donne l'occasion de côtoyer non seulement les dix autres membres alors que le Timor-Leste se situe à son extrémité orientale, plus près de

l'Australie que de l'Indonésie, de loin le membre démographiquement le plus important mais dont la capitale, Jakarta, se trouve à 4 500 kilomètres de Dili.

Cela signifie :

Davantage d'opportunités pour les entreprises locales de se développer et d'exporter, en particulier dans les domaines de l'agriculture (café, épices, horticulture), du tourisme et des services numériques.

Davantage d'investissements étrangers et d'emplois.

L'adhésion à l'ASEAN contribuera à attirer des investisseurs étrangers qui apporteront des capitaux, des technologies et un savoir-faire. Cela permettra de créer davantage d'emplois, en particulier pour les jeunes, et contribuera au développement de secteurs importants tels que le tourisme, les transports et les services numériques.

L'amélioration des infrastructures et de la connectivité. L'adhésion à l'ASEAN permettra au Timor-Leste d'améliorer plus facilement ses routes, ses ports, ses aéroports et son accès à Internet. Cela aidera les entreprises à fonctionner plus efficacement et facilitera la visite du pays par les touristes et les investisseurs.

Le soutien aux petites et moyennes entreprises (PME) va être amélioré par l'accès aux programmes de l'ASEAN qui offrent des formations, des compétences numériques et des moyens plus faciles pour commercer avec d'autres pays. Ce soutien peut aider les entrepreneurs locaux à se développer et à être compétitifs au niveau régional.

La commercialisation sera moins coûteuse et plus rapide grâce aux accords et systèmes commerciaux de l'ASEAN (tels que le guichet unique de l'ASEAN) : ceux-ci rendront l'importation et l'exportation de marchandises plus simples, moins coûteuses et plus rapides. Cela signifie que les entreprises pourront gagner du temps et de l'argent lorsqu'elles commenceront avec d'autres pays de l'ASEAN.

Les professionnels et les étudiants timorais auront davantage d'opportunités de travailler, d'étudier et de se former dans d'autres pays de l'ASEAN. Cela leur permettra d'acquérir des compétences et de l'expérience qu'ils pourront ensuite mettre à profit au Timor-Leste. L'adhésion à l'ASEAN permettra au Timor-Leste d'être davantage visible en tant que destination



touristique, la pratique montrant que beaucoup de voyages incluent le passage par d'autres destinations touristiques voisines bien connues comme Bali. Les campagnes touristiques régionales et la facilitation des déplacements au sein de l'ASEAN peuvent attirer davantage de visiteurs, ce qui stimulera les entreprises locales et créera des emplois dans les secteurs de l'hôtellerie et du tourisme.

3. Réputation internationale :

Le président et le Premier ministre ont profité du déplacement à Kuala Lumpur pour aller à Delhi rencontrer à nouveau le président de « la plus grande démocratie du monde ». Et pourtant Messieurs Horta et Gusmao sont très surveillés par leur opinion interne : il ne s'agit pas de dépenser l'argent public inconsidérément.

Au-delà de cet exemple, Timor-Leste va gagner une voix plus forte dans les discussions régionales et mondiales et une reconnaissance internationale. N'oublions pas à cet égard que chacune des désormais 11 présidences tournantes offre chaque année au pays qui accueille le sommet des chefs d'État et de gouvernement l'occasion d'accueillir bien entendu les autres membres de l'ASEAN mais

aussi des pays de plus en plus nombreux puisqu'on y trouve pour l'heure le Japon, la Chine et la Corée du Sud (ASEAN + 3) auxquels s'ajoutent l'Australie, l'Inde, la Chine, la Nouvelle-Zélande, la Russie et les États-Unis, etc, en format élargi (East Asia Summit).

Une des rares démocraties de la région, Timor-Leste contribue à y maintenir la paix et la stabilité.

Conclusion : petit, pauvre et lointain, voilà un pays qui ne menace personne et dont l'inclusion dans la société internationale offre un rare espoir de progrès à l'heure où les grands semblent privilégier l'autoritarisme.

Il est de bon ton ces derniers temps de charger de tous les maux la mondialisation. Timor-Leste ne montre-t-il pas au contraire qu'il est préférable de sortir avec ténacité de l'isolement et de s'intégrer à un ensemble plus vaste qui respecte les identités, particulièrement nombreuses et diverses dans l'ASEAN, qui lui permet à la fois de mieux exporter ses produits et de diversifier ses occasions de dialogue politique ?

Yves Carmona

Ancien élève de l'ENA et diplomate, Yves Carmona a passé la plus grande partie de sa carrière en Asie : conseiller des Affaires étrangères au Japon à deux reprises, premier conseiller à Singapour et ambassadeur au Laos puis au Népal (2012-2018). Dans ces postes comme dans ceux qu'il a occupés à Paris, il a concentré, y compris comme étudiant en japonais, son attention sur l'évolution très rapide des pays d'Asie et de leurs relations avec la France et l'Europe. Désormais retraité, il s'attache à mettre son expérience à disposition de ceux et celles à qui elle peut être utile.



Olivier Arifon Professeur à l'Université Côte d'Azur

Article Nouveaux Regards

Le nomadisme au Kazakhstan, entre identité et tourisme

Par Olivier Arifon

Ce papier explore deux facettes du nomadisme, que, faute de mieux, nous qualifions de « traditionnel » et de « néo nomade ». Ressort du nomadisme et de l'itinérance, les voyages et les rêves associés contiennent comme élément fondateur le départ, l'un des mots-clés de ce texte.

Les valeurs principales de ce nomadisme traditionnel comprennent le respect de la nature, le sens de la famille et de la communauté, le tout organisé pour les liens entre membres de la communauté et structuré par le courage et l'endurance.

Le mode de vie nomade implique un mouvement constant, moyen à la fois de justifier son attachement aux valeurs et de pratiquer avec souplesse ce mode de vie.

Il se divise en trois aspects : psychique, c'est-à-dire sans attente ni stagnation, le nomade développe ainsi une fluidité de l'esprit. Socio-économique, avec l'absence d'État et de nation et des relations reposant sur une économie d'échange, de dons et de contre-dons. Enfin, sous l'angle intellectuel et artistique, il s'analyse

en un langage de formes pures, hors de concepts figés [1].

L'ensemble est encore plus complexe lorsqu'on regarde les liens entre sédentaires et nomades et les logiques spatiales de ces derniers : « Le nomadisme ne se réduit pas au fait de se déplacer : en effet, les sédentaires occidentaux parcourent annuellement dans les transports de bien plus grandes distances que les pasteurs et chasseurs nomades [...]. La spécificité du rapport des nomades à leur territoire tient à cette tension entre, d'une part, un lien consubstantiel avec des lieux habités intimement connus et, d'autre part, une volonté de s'en retirer régulièrement et d'y laisser aussi peu de traces que possible, une absence d'appropriation individuelle de l'environnement. [2] »

En évoluant vers plus de développement et de prospérité, les sociétés abandonneraient certaines pratiques, dont le nomadisme. Or, des travaux récents montrent le contraire avec le retour à des pratiques et modes de vie nomades. Brousse (2020) identifie puis explore trois catégories de nouveaux nomades : voyageurs en van (vanlife), habitants de tiny houses et nomades numériques, et souligne



que « considérer ces formes comme héritières des premières n'aurait bien entendu aucun sens. [3] » Si tous ces acteurs partagent le mouvement, celui-ci est rarement contraint par le travail ou la recherche de ressources, comme c'est le cas des nomades traditionnels.

Le nomadisme et le néo nomadisme sous son angle touristique reposent sur des logiques identiques : « C'est ce qui distingue le nomadisme numérique des autres professions : alors que les avocats ou les professeurs ne bénéficient pas économiquement de la romantisation de leur profession, les DNL (digital nomad lifestyle promoters) tirent des revenus de la monétisation de leur mode de vie et favorisent ainsi la création d'une identité attendue à incarner et à réaliser par les nomades numériques en herbe. [4] »

Dans ce contexte, l'examen des World Nomad Games en 2024 à Astana, capitale du Kazakhstan, représente un bon exemple pour réfléchir à l'évolution des formes du nomadisme, dont trois aspects sont utiles pour notre propos. Le premier porte sur l'identité pour le pays et les peuples de tradition nomade de l'Asie centrale. Le deuxième tient à la mise en récit (communication et argumentation) des jeux à destination du reste du monde pour, au-delà du soviétisme, revendiquer cet héritage. L'articulation consciente de la part du gouvernement kazakh, du nomadisme entre tradition et patrimonialisation à des fins touristiques forme le troisième aspect.

Les World Nomad Games, sports, identité et néo-nomadisme [5].

Le nomadisme et les jeux qui y sont associés reflètent les traditions de la culture nomade dans l'immensité de la Grande Steppe. Originaires de l'époque des Mongols et de la Horde d'Or, ces jeux ont évolué pour devenir tout récemment les World Nomad Games, une compétition mondiale. Ils forment aujourd'hui un projet sportif, culturel et scientifique, d'abord développé par le Kirghizstan entre 2014 et 2020, puis organisé en 2024 par le Kazakhstan. Dans la région, le Kazakhstan et le Kirghizstan sont les deux principaux pays héritiers de ce mode de vie, avec la Mongolie, qui dispose du Naadam à la fois fête familiale, foire et olympiades nomades.

Les grands événements sportifs internationaux (GESI) — Jeux olympiques, Coupe du monde de football pour les plus connus — sont au cœur d'une diplomatie d'influence et d'image.

Thierry Côme et Marc Falcoz avancent que, « par nature, le GESI est un moment de rupture dans la régularité des épreuves sportives. Il sort de l'ordinaire, du quotidien, il rassemble les foules et leur fait partager une émotion commune propice au renforcement d'un sentiment d'appartenance, dans une quasi "célébration collective" [...] qui peut avoir des répercussions économiques et sociales positives ou négatives [6] ». Jeux olympiques, Jeux asiatiques ou World Nomad Games s'inscrivent clairement dans cette logique : rupture temporelle, rassemblement et partage. Une autre dimension est importante : « se retrouve aussi pour les États ou villes organisateurs, la volonté d'accéder ou de rester dans le club des nations capables d'organiser de tels événements. Caisse de résonance inégalée, ces grands événements planétaires sont sources d'intérêt et support de communication pour les pays hôtes pour montrer leur dynamisme, faire valoir leur savoir-faire et conforter politiquement leur place. [7] »

Les World Nomad Games, sous le patronage de l'UNESCO après leur inscription au patrimoine culturel immatériel par le Kirghizstan en 2021, peuvent offrir une reconnaissance internationale et un potentiel outil de rayonnement. Les World Nomad Games sont une compétition sportive internationale centrée sur des sports ethniques issus de la culture folklorique des nomades des steppes d'Asie centrale au sens large. Inconnus ou mal connus du reste du monde, ils s'inscrivent dans les traditions de la steppe.

Les principaux sports sont le tir à l'arc à pied et à cheval, les courses de chevaux, différentes formes de lutte, la chasse à l'aigle ou le Kokpar (tir-bouc [8]). Les organisateurs les nomment ethnosports et s'appuient sur leurs inscriptions sur la liste du Patrimoine immatériel de l'humanité. La République du Kazakhstan, la World Ethno Sports Confédération (fondée par la Turquie en 2015) et l'organisation des États turcs sont responsables de l'organisation de ces jeux.

Ces jeux ont attiré 2000 participants de plus de 89 pays. Vingt et un sports étaient en compétition et dix en démonstration, avec des délégations de France, du Nigéria ou d'Espagne... Ces Jeux comportaient également trois jours de sessions académiques divisées en « Histoire et culture », « Sciences du sport » et « Nutrition du nomade en Asie centrale ». Un ethnovillage à côté de l'hippodrome de la ville d'Astana et du centre de presse complétait l'ensemble. Fidèle à la forme des GESI, une cérémonie d'ouverture et une autre de clôture avec des athlètes en



costumes le plus souvent traditionnels encadraient les compétitions.

Les messages du président de la République du Kazakhstan et du ministre des Affaires étrangères sont centrés sur des thèmes tels que la solidarité, le respect mutuel, le pont entre les nations et l'identité nomade constitutive du Kazakhstan, plus largement des pays de la région. Lors de son discours à la cérémonie d'ouverture, le président emploie le terme « Eurasie », ce qui fait du Kazakhstan un pays partageant à la fois les valeurs européennes et asiatiques. Hormis ces derniers points, les arguments présentés sont communs à tous les événements de ce type. Lors de sa conférence de presse, le ministère du Tourisme souligne sa volonté d'attirer plus de touristes selon des segmentations touristiques, écotourisme, sports nature, cuisine et néo-nomadisme.

L'efficacité de la promotion des World Nomad Games par le Kazakhstan doit être pensée différemment selon les échelles. Dans les pays de la région, l'événement est suivi grâce à la popularité des sports représentés, car le plus souvent considéré comme « nationaux [9] ». Les citoyens des pays participants peuvent se reconnaître, car ces sports font partie de leur héritage nomade et sont moyen de connecter le présent avec le passé.

Et si ces sports restent traditionnels, ils peuvent évoluer vers un mode plus codifié afin d'être intégrés et visibles dans des compétitions. À l'international, le constat est plus mitigé, car, si le nombre de pays participants a augmenté lors de cette cinquième édition, la réception et la représentation de l'événement restent à évaluer plus finement.

Enfin, les médias numériques comme Instagram et X permettent de développer des discours, souvent organisés par le ministère des Affaires étrangères afin de toucher différents publics. Ce processus est à ce jour visible par le Kazakhstan avec son discours proactif qui montre que ce pays travaille son image, comme l'indique le compte X de l'ambassade à Bruxelles. En effet, celui-ci fera activement la promotion des World Nomad Games avant et pendant le déroulement avec des vidéos des préparatifs.

Ces World Nomad Games sont à voir comme une politique délibérée et une action décidée par le gouvernement et les institutions capables de façonner ces jeux, entre événement international et messages aux nationaux, plus largement au monde. Thomas Joly, le metteur

en scène des cérémonies d'ouverture et de clôture des Jeux Olympiques de Paris 2024, souligne une réflexion identique et une intention claire lors de l'écriture de ces cérémonies : « Saisir dans chaque cérémonie ce grand "nous" qui nous constitue. S'adresser au plus grand nombre, sans exclure personne : mon obsession depuis que je fais du théâtre. [10] »

Les World Nomad Games illustrent le développement de la diplomatie publique de ces pays d'Asie centrale et cette idée d'unir les peuples de culture nomade permet au Kazakhstan et au Kirghizstan (et à la Mongolie) de mettre en avant leur héritage culturel.

Même si le public occidental connaît peu la culture nomade, elle est visuellement attrayante avec des spectacles équestres peu communs, le tir à l'arc, les tenues colorées... Et plus les World Nomad Games auront cette légitimité « étatique », plus ils seront diffusés dans la presse internationale comme un événement majeur de la région, ce qui participera grandement à la médiatisation de ces pays.

Des éléments qui se succèdent de manière homogène, de valeurs intangibles autour d'une continuité de traditions patrimoniales montrent une culture néo-nomade émergente. C'est alors un moyen de valider les traditions culturelles des populations kazakhes dont les ancêtres font face à la mondialisation.

C'est également un moyen de s'ouvrir au tourisme, car cette dimension reste présente avec ses images, à la fois cliché et réalité. L'imaginaire de steppes, chevaux, yourtes, aigles et plus marginalement sports, parle aux touristes d'occident attirés par un mode de vie fondé sur l'itinérance.

Le Kazakhstan communique avec un récit cohérent, au-delà des relations diplomatiques traditionnelles, ce qui renforce une stratégie touristique, avec un ministère du Tourisme kazakh fondé seulement en 2020. Cependant, à la frontière entre communication touristique et communication politique, l'efficacité de ces efforts reste difficile à évaluer [11].

Toutefois, ces jeux nomades peuvent devenir une ressource pour la communication à l'intérieur comme à l'extérieur de ces pays avec ses réalisations en construction d'infrastructures



et les aspects culturels au service d'une reconnaissance internationale. Un discours volontariste, avec la construction d'une identité déterminée à s'extraire d'un passé colonial, constitue l'axe dominant de nos observations.

Toutefois des ambiguïtés subsistent. Selon Monsieur Laruelle, nomadisme et modernité paraissent toujours inconciliables. Elle souligne à quel point la revalorisation du nomadisme dans le Kazakhstan postsoviétique est « partielle, hésitante et problématique. [12] » Dans ce cadre, exposition et patrimoine du nomadisme restent anecdotiques, purement symboliques, au risque de se figer dans une muséification. La seconde ambiguïté porte sur les frontières, concept tardif et imposé par la Russie lors de la colonisation, car la création des frontières des pays d'Asie centrale est l'héritage de l'impérialisme russe et soviétique.

La zone a longtemps eu une forme imprécise, car les cartes se sont complétées fin du XIX^{ème} siècle, ce qui signe la fin de l'une des dernières zones blanches de la planète. Si l'on demande à des Occidentaux de placer sur la carte ces pays d'Asie centrale, une grande majorité en est incapable. La population se compose d'une multitude de peuples aux noms variés et changeants, la plupart étant nomades ou perçus comme tels. Cependant, comme une liste réduite d'éléments est nécessaire à la naissance d'un lieu imaginaire, un nom, une forme et une population, trois principes bien présents.

Les éléments constituant le nomadisme dans cette région, yourtes, chamans, chameaux, rennes, loups, aigles, nomades, sédentaires, milieux naturels, modes de sociabilité, empreinte minimisée sur la nature... sont porteurs d'un imaginaire qui fait rêver les occidentaux et sur lesquels reposent la communication touristique.

L'organisation et la communication du Kazakhstan sur les World Nomad Games sont bien une contribution à la fois directe et indirecte au tourisme, dont l'angle principal est un nomadisme, au choix réinventé ou marchandisé. La vérité semble se situer entre les deux. Ces jeux ont en effet mis en avant les traditions et les imaginaires du nomadisme et se révèlent le fruit d'un souhait gouvernemental. Devant des déstabilisations politiques et des changements écologiques et économiques, le clivage sédentaire-nomade évolue, le terme « nomade » devient métaphorique. Il rejoint l'itinérance.

Alors, relier le nomadisme avec le besoin de liberté dont dispose le voyageur et qu'il cultive soigneusement est intéressant : « (s') aménager un espace intérieur et géographique qui privilégie le temps long : le seul qui donne la permission d'éclaircir les souvenirs, de distinguer des parcelles de sens, et tout ce qui, dans l'absurdité qu'est la vie, importe ou non. [13] »

[1] D'après Jean Duvignaud, dans Brousse, (2020), p. 20.

[2] Roche, S. (2015). Stépanoff, Ferret, Lacaze et Thorez eds, Nomadismes d'Asie centrale et septentrionale, Paris, Armand Colin, 2013, 288 p. *Études Rurales*, 195, p. 5.

[3] Brousse, M., (2020), p. 21.

[4] "This is what distinguishes digital nomadism from other professions: while lawyers or professors do not benefit economically from the romanticisation of their professions, DNLs derive revenues from the monetisation of their lifestyle and thus foster the creation of an expected identity to be embodied and performed by aspiring digital nomads", Romanticisation and monetisation of the digital nomad lifestyle : The role played by online narratives in shaping professional identity work. *Organization*, 30(1), 65-88, p. 82, (notre traduction).

[5] Ce passage reprend une réflexion sur les World Nomad Games parue dans « La diplomatie par le récit », Arifon, éditions du cygne, 2024. Il est enrichi d'une réflexion sur les différents aspects du nomadisme, de l'identité et du tourisme.

[6] Côme T., Falcoz, M., « Les Grands événements sportifs internationaux, entre discours consensuels et réalité a-communicationnelle », in Peyre, N., Rouet, G., (2024). Sport, communication et politique. Les essentiels d'Hermès. Paris : CNRS éditions, p. 115.

[7] Idem, p. 118.

[8] « Le tire-bouc (kôkpar en kazakh, ou bouzkachi), sorte de rugby à cheval où les participants se disputent âprement une dépouille caprine, est pratiqué par des peuples turciques d'Asie centrale ». Source : Ferret, C. (2018). « Le kôkpar, un jeu sérieux. Démêlage d'une mêlée hippique centrasiatique ». ethnographiques.org, Numéro 36.

[9] Veille Google Alerte du 1er septembre au 15 octobre 2024, avec le terme World Nomad Games. Les principaux résultats proviennent des médias Kazakhs et Ouzbeks.

[10] Télérama n° 3896, septembre 2024, p. 3-6.

[11] Sur les éditions précédentes, Maksūdūnov, A., (2020). Economic and Socio-Cultural Impacts of the World Nomad Games. *Ekonomika*.

[12] Laruelle, M. (2008), Enjeux identitaires et nomadisme. *Le Courrier des pays de l'Est*, 1067, p. 14.

[13] Azéma, L. (2024), Nous avons besoin d'un ailleurs qui n'existe pas: réenchanter le voyage. Paris, Allary éditions, p. 173.

Références

Alicheva-Himy, B. (2005). Kazakhstan : le retour aux origines?. *Outre-Terre*, no 12, 253-268.

Ferret, C. (2016) Les ambiguïtés du patrimoine nomade des Kazakhs. *Nomadic Peoples*, 20 (1).

Augustin, J.-P., Gillon, G. et Terret, T. (2024). Les jeux

du monde, Malakoff : Dunod.

Arifon, O., (2021), « Le récit politique chinois : soft power, communication, influence ». Communication et civilisation. Paris : L'Harmattan.

Bonneau, C., Aroles, J., & Estagnasié, C. (2023). Romanticisation and monetisation of the digital nomad lifestyle : The role played by online narratives in shaping professional identity work. *Organization*, 30(1), 65-88.

Brousse, M. (2020). Les nouveaux nomades : Toujours ailleurs, partout chez eux. Paris, Arkhé.

Côme T., Falcoz, M., « Les Grands événements sportifs internationaux, entre discours consensuels et réalité a-communicationnelle », in Peyre, N., et Rouet. G. (2024). Sport, communication et politique. Les essentiels d'Hermès. Paris, CNRS éditions.

Fourniau, V. (2022), La civilisation nomade des Kazakhs, Bichkek – Paris : Petra IFEAC

Gorshenina, S., (2014) L'invention de l'Asie centrale : histoire du concept de la Tartarie à l'Eurasie. Genève (Suisse) : Droz.

Laruelle, M. (2008), Enjeux identitaires et nomadisme. Le Courrier des pays de l'Est, 1067, 14-18.

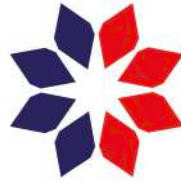
Rainoldi, M., Ladkin A., Buhalis, D. (2022): Blending work and leisure: a future digital worker hybrid lifestyle perspective, *Annals of Leisure Research*.

UNESCO, liste du patrimoine immatériel, <https://ich.unesco.org/fr/RL/connaissances-et-savoir-faire-traditionnels-lies-a-la-fabrication-des-yourtes-kirghizes-et-kazakhes-habitat-nomade-des-peuples-turciques-00998>

Weatherford, J., Devillers-Argouarc'h, M. (2022), Gengis Khan et les dynasties mongoles. Paris : Passés composés.

Olivier Arifon

Olivier Arifon est professeur, enseigne à l'université Catholique de Lille, assure ses recherches au SIB Lab Méditerranée de l'Université Côte d'Azur à Nice. Installé à Bruxelles, il est également auteur et consultant. Depuis 1997, ses vies multiples l'ont conduit à fonder son entreprise de communication « Les Fils d'Ariane » et à assurer la fonction d'Attaché de coopération universitaire à Munich pour le ministère des Affaires étrangères. Depuis 1987, il délivre des formations et conseille des organisations sur des questions de communication et est enseignant chercheur depuis 1997. Ses recherches portent sur communication et narration dans une perspective comparée entre Asie et Europe. Il a publié « le Récit politique chinois » (2021) sur la communication d'influence de la Chine et des contributions sur l'efficacité du lobbying et les effets de la manipulation de l'information. En 2024, « La diplomatie par le récit, les nouveaux soft power en Asie » traite des récits de la Chine, du Kazakhstan et du Pakistan. Il a été professeur invité à la Jawaharlal Nehru University, à la Jamia Millia University, à la Nalanda University (Inde), à l'Université de Campinas (2015, Brésil), à Kobe University (2016, Japon) et à JINAN University (Canton, 2016, 2017, 2018 et 2019). Olivier Arifon est titulaire d'un doctorat en sciences de l'information et de la communication de l'université Paris 8 (1997) et d'une habilitation à diriger les recherches (2008).



**FONDATION
FRANCE-ASIE**

Fonds de préfiguration

La Fondation France-Asie est une Fondation indépendante
consacrée aux relations entre la France et les pays d'Asie.

Créée en 2023, la Fondation France-Asie promeut les échanges entre les sociétés civiles française et asiatiques. Elle encourage le dialogue et le développement de nouveaux partenariats entre la France et les pays d'Asie, au service de valeurs partagées d'amitié entre les peuples, d'humanisme, de co-développement et de paix.

Président

Nicolas Macquin

Directeur Général

Thomas Mulhaupt

Directeur de la Publication

Jean-Raphaël Peytregnet

Édition

Agathe Gravière

Laura Pascal

15 rue de la Bûcherie
75005 Paris
France

www.fondationfranceasie.org

Devenir contributeur, contacter :

jean-raphael.peytregnet@fondationfranceasie.org

La présente publication exprime les points de vue et opinions des auteurs individuels. En notre qualité de plateforme dédiée au partage d'informations et d'idées, notre objectif est de mettre en avant une pluralité de perspectives. Ainsi, il convient de ne pas interpréter les opinions exprimées ici comme étant celles de la Fondation France-Asie ou de ses affiliés.

ISSN 3077-0556

