

淡江大學法國語文學系碩士班

碩士論文

指導教授：梁蓉

共同指導教授：Catherine DESSINGES

燈光節：里昂城市公共行銷研究

La Fête des Lumières – Au Service de la
Communication Publique de la Ville de Lyon

研究生：黃信翰 撰

中華民國 107 年 6 月

REMERCIEMENT

Je tiens à adresser mes remerciements aux personnes qui m'ont aidé à réaliser ce mémoire.

Tout d'abord, je remercie **Madame Catherine DESSINGES**, professeur de l'Université Jean-Moulin (Lyon III), du département des sciences de l'information et de la communication et **Madame Zong LIANG**, professeur de l'Université Tamkang de Taïwan du département de français. Elles ont été toutes les deux mes directrices de mémoire qui m'ont soutenu, encouragé et m'ont consacré du temps au moment où j'avais le plus besoin de conseils.

J'accorde aussi ma reconnaissance **au CPU (Coup de Pouce Université)**, pour son soutien et ses cours de français, particulièrement **Madame Yvette BADÉRO** pour ses conseils, son écoute et son aide au mémoire.

Je souhaite aussi remercier **Monsieur Gilles FLOURET**, Chargé à la Ville de Lyon des Grands Projets de la Direction des Événements et de l'animation, pour son entretien qui m'a permis d'accéder à des données officielles et à de précieuses informations relatives au fonctionnement de l'organisation de cette fête.

Mes remerciements sont aussi adressés à **Monsieur Gilles SANDER**, prêtre de la Basilique de Fourvière, pour m'avoir permis d'être bénévole incontournable durant la Fête des Lumières et de distribuer le questionnaire devant le berceau de cette festivité et ainsi de m'approcher des participants.

J'exprime aussi mes reconnaissances à **Monsieur Victor THEVENIN**, étudiant en art appliqué au lycée la Martinière Diderot, pour son travail d'élaboration de l'affiche invitant les visiteurs à répondre à mon questionnaire de façon attractive.

Je voudrais également adresser mes remerciements à **Mademoiselle Miao-Chen YEN**, ma camarade et amie qui, tout au long de ce parcours d'études, m'a vu évoluer progressivement et avec laquelle nous avons toujours fait un très bon tandem face à de nombreux défis ; parallèlement, **ma famille** pour son soutien affectif sans limite tout au long de mon séjour en France. Sans eux, je n'aurais jamais achevé ce travail complexe.

Le 01 / 05 / 2018, fait à Lyon

HUANG, Hsin-Han

論文名稱：燈光節—里昂城市公共行銷研究

頁數：114

校系(所)組別：淡江大學 法國語文 學系碩士班

畢業時間及提要別： 106 學年度第 2 學期 碩士 學位論文提要

研究生：黃信翰 指導教授：(臺灣)梁蓉、(法國) CATHERINE DESSINGES

論文提要內容：

一直以來大家對於里昂的印象就是美食與古城，而讓里昂這座城市在國際發光發熱的其中原因之一，就是著名的「燈光節 (Fête des Lumières)」。這個節慶在 1852 年被創立時，原來只是一個屬於里昂人祭祀聖母瑪利亞(Vierge Marie)的地方節慶，卻在 1989 年市長米歇爾·諾爾(Michel Noir, 1989-1995)、雷蒙·德巴雷(Raymond Barre, 1995-2001)及傑哈·科隆(Gérard Collomb, 2001-2017)持續經營後，這個一年一度的節慶逐漸從地方性轉換為國際性的大節慶，也開始吸引全世界各個國家的旅客、贊助商及各國機構的關注；除此之外，裝置藝術及燈光表演活動也成為了燈光節不可或缺的因素。而根據里昂旅遊局的資料顯示，在 2017 年燈光節的觀光收入已經達到里昂總城市年收入的 10%。而在這中間的轉變過程，正是我們所感興趣的。

為了瞭解里昂燈光節的發展，本研究第一部分將運用公共行銷理論(Theory of Public Communication)了解燈光節的轉變過程中，說明公共行銷理論在燈光節中的重要性及策略性。第二部分，透過燈光節不同面向探討燈光節所面臨的不同挑戰，例如，政治面、媒體面、國際面…及城市面貌留給當地人及外國人的印象。第三部分則透過問卷及海報的製作與呈現，向參與 2017 年燈光節旅客做了完整性的問卷調查，問卷參與人數為 129 人，根據性別、國籍、動機、感覺、住宿、交通方式等…，進行量化交叉分析，經研究結果證實公共行銷理論與里昂燈光節的發展策略配合地很完善；但經由研究後也發現一些現今的燈光節需要面對的新挑戰，例如，社群網絡的興起及如何將傳統的燈光節及現今的燈光節做結合；最後，2015 年因巴黎恐怖攻擊事件而被迫取消一次的燈光節，導致後續的燈光節面對的公共安全問題，舉辦場地縮小的問題，國家緊急狀態的撤除及之後的回復原本範圍的制度也成為新的政治方面挑戰。

經由這份研究我們可以發現，里昂燈光節，奠定了里昂這座城市在國際，經濟、觀光及行銷方面，有一定的重要性，也讓這份論文更充滿了資料的完整性，而里昂燈光節每年所呈現的內容是具有豐富的多樣性，也讓往後研究的人員更有探討的空間。

關鍵字：公共行銷理論、里昂城市、燈光節

*依本校個人資料管理規範，本表單各項個人資料僅作為業務處理使用，並於保存限屆滿後，逕行銷毀。

表單編號：ATRX-Q03-001-FM030-03

Title of Thesis :

La Fête des Lumières – Au Service de la Communication Publique de la Ville de Lyon

Total pages: 114**Key words:** Theory of Public Communication, City of Lyon, la Fête des Lumières**Name of Institute:** Master Program, Department of French, Tamkang University**Graduate date:** June 2018**Degree conferred:** Master**Name of student:** HUANG, Hsin-Han 黃信翰**Advisors:** (Taiwan) LIANG, Zhong 梁蓉 / (France) CATHERINE DESSINGES**Abstract:**

For Lyon, the first impression that we have is the gastronomy and the ancient architecture. One of the reasons why Lyon shines internationally is for his Fête des Lumières. Once this festival was founded in 1852, it was just a local ceremony reserved for people lived at Lyon to worship Virgin Mary. However, from 1989 Mayor Michel Noir (1989-1995) and his successors, Raymond Barre (1995-2001) and Gérard Collomb (2001-2017) continued to operate this annual festival which has gradually changed from local to international festival, and has attracted the attention of travelers, sponsors and national institutions from all over the world. In addition, installation art and lighting performance activities have become an indispensable factor in the festival. According to the Lyon Tourism Bureau, the tourism revenue of the 2017 Fêtes des Lumières has reached 10% of the annual income of the city of Lyon. And the process of transformation in this middle is exactly what we are interested in.

In order to understand the development of the Lyon's Fête des Lumières, the first part of this study will use the Theory of Public Communication to understand the importance and strategy of theory of Public Communication in Fête des Lumières. In the second part, through the different perspectives of Fête des Lumières, explores the different challenges faced by the festival, such as political, media, international... and the impression that the city is left for locals and foreigners. In the third part, through the production and presentation of the questionnaire and the poster, 129 participants in the 2017 Fête des Lumières helped us complete the survey according to gender, nationality, motivation, feeling, accommodation, transportation, etc... With quantitative cross-analysis, the results of the study confirmed that the theory of Public Communication and Fête des Lumières of Lyon's development strategy is well-coordinated.

But after this study, we also found some new challenges that the current Fête des Lumières needs to face, such as the rise of social networks and how to combine traditional Fête des Lumières with today's Fête des Lumières. Finally, because of the forced cancellation of the Fête des Lumières in 2015 for the reason of terrorist attack taken place at Paris caused several problems. Security issue, shrinking of venues, withdrawal of national emergency situations and the subsequent restoration of the original space of Fête des Lumières are massively emphasized for subsequent Fête des Lumières. Therefore, they have become new challenges for political aspect.

Through this study, we can find that the Fête des Lumières of Lyon has established a certain importance for Lyon in terms of international aspect, economy, tourism and marketing. It also

makes this dissertation with more completed information. Every year, the program and the content of the Fête des Lumières of Lyon is rich in diversity, thus, it also allows researchers who are willing to take the same subject to have a more profound aspect to discover.



According to “TKU Personal Information Management Policy Declaration”, the personal information collected on this form is limited to this application only. This form will be destroyed directly over the deadline of reservations.

表單編號：ATRX-Q03-001-FM031-02

Table de matières

INTRODUCTION.....	1
I- LA COMMUNICATION PUBLIQUE DE LA FÊTE DES LUMIÈRES	3
1.1- Le Concept de la Communication publique.....	3
1.1.1- Les principaux types de communication publique	4
1.1.2- L'historique du développement de cette théorie	7
1.2- La Fête des Lumières et sa communication publique	17
1.2.1- L'historique de la Fête des Lumières	17
1.2.2- Les organismes d'exécution et leurs fonctionnements	24
1.3- L'édition 2017 de la Fête des Lumières	28
1.3.1 Applications technologiques et contraintes de sécurité	28
1.3.2 Les programmes au regard de l'identité de la ville	31
II- LES ENJEUX DE LA COMMUNICATION PUBLIQUE DE LA FÊTE DES LUMIÈRES POUR LA VILLE DE LYON	34
2.1 Enjeux politiques de la Fête des Lumières	34
2.1.1-Aperçu du premier grand changement du 8 décembre avec Michel Noir, Maire (1989-1995)	34
2.1.2- Mises en valeur de la Fête des Lumières avec Gérard Collomb, Maire (2001-2017)	36
2.2- Enjeux médiatiques de la Fête des Lumières	40
2.2.1- Diffusions médiatiques	40
2.2.2- Regard sur les fréquentations des médias sociaux	42
2.3- Image actuelle de la Fête des Lumières	46
2.3.1- Image de la Fête des Lumières pour les Lyonnais	46
2.3.2- Image de la Fête des Lumières pour les touristes.....	48
2.4- Enjeux économiques de la Fête des Lumières	51
2.4.1- Données statistiques de fréquentation	51
2.4.2- Budget et Mécénats	55
2.4.3- Retombées financières.....	60
2.5- Rayonnement de cette fête à l'international	67
2.5.1- L'exportation du concept des jeux de lumière dans le monde	67
2.5.2- L'exportation du savoir-faire lyonnais.....	69
III - PAROLE DONNÉE AUX EXÉCUTANTS ET AU PUBLIC.....	73
3.1-Entretien avec l'exécutant.....	73
3.2- Utilisation d'un questionnaire.....	76
3.2.1- Méthodes appliquées	76
3.2.2- Analyse du questionnaire	78
CONCLUSION	91
BIBLIOGRAPHIE	93
ANNEXES	97
I- Images de l'Envergure de la Fête des Lumières (édition 2014 2016 2017).....	97
II- Exemple de questionnaire	99
III- Transcription de l'enregistrement d'interview	101
IV- Lois mentionnées	113

INTRODUCTION

La ville de Lyon est la deuxième grande ville de France, située au centre sud-est dans la région historique Rhône-Alpes entre les deux fameux fleuves – le Rhône et la Saône, connue pour sa ville culturelle riche, sa gastronomie fine et son économie dynamique. De plus, cette ville a environ 2 000 ans d'histoire et a été la capitale des Gaules fondée par les Romains au Ier siècle avant J.-C. Qui plus est, en 1998, le 5 décembre, cette ville a été classée par l'UNESCO dans la liste des patrimoines mondiaux pour **ses quartiers du Vieux Lyon, sa colline de Fourvière, celle de la Croix-Rousse** ainsi que **son centre-ville et sa Presqu'île**. Dès lors, de plus en plus de touristes commencent à venir dans cette ville réputée par sa culture, son paysage, ses traditions et sa modernité. En conséquence, la fréquentation touristique a doublé en vingt ans, elle est passée de 2,5 millions de touristes par an, à 5 millions, selon Caroline Girardon.¹ De plus, avec les touristes de plus en plus peuplés, l'Office du Tourisme de Lyon évoque les retombées économiques pour Lyon ce qui représente un milliard d'euros par an, cependant la Fête des Lumières ne représente que 10% du chiffre d'affaire du tourisme de l'année à savoir 100 millions d'euros.

Cette fête est à la base une cérémonie ayant lieu au 8 décembre pour rendre hommage à la Vierge Marie après son aide miraculeuse d'avoir sauvé la ville entière de la malédiction de l'épidémie. À cette époque, pendant ce jour, les habitants lyonnais mettaient les lumignons au bord de la fenêtre pour illuminer la ville entière, et cette tradition a donné une image de lumière à la ville. Dès 1989, Michel Noir alors maire de Lyon a mis en valeur cette fête qui a ensuite était développé par ses successeurs pour devenir la Fête des lumières connue dans le monde. Gérard Collomb mentionne à l'entête du Nouveau Plan Lumière : « *Véritable vitrine de cette excellence, la Fête des Lumières – 8 décembre, attire chaque année des millions de visiteurs pendant quatre jours avec des artistes du monde entier qui transforment notre agglomération en un laboratoire de création pour les villes de demain.* »² C'est ainsi que la ville de Lyon s'est servie et se sert encore des moyens de communication pour que cet événement devienne connu et soit attractif non seulement sur le plan national et aussi international. C'est la raison pour laquelle nous avons pris la fête des lumières comme exemple pour mieux comprendre et voir comment la théorie de la Communication publique a pu être non seulement appliquée au long des années mais aussi comment elle a évolué grâce à son application.

1 Caroline Girardon, *Tout le monde s'est mis à bomber le torse*, 20 minutes, 03 / 2018

2 Ville de Lyon, *le Nouveau Plan Lumière*, 2005.

Nous allons donc dans un premier temps aborder la théorie de la communication publique pour parler de son développement de principe et de son application diversifiée et évolutive ; ensuite, dans le même chapitre, nous avons pris comme exemple et appui : le sujet de l'histoire de la Fête des Lumières avec tous les intervenants, les institutions publiques mais aussi les organismes privés et publics intervenant dans cette manifestation et réalisation d'une ville de France comme Lyon. Dans un deuxième temps, nous verrons les enjeux dans la Fête des Lumières qu'est la communication publique particulièrement de la politique, sa diffusion médiatique, mais aussi son implication économique. Pour finir, dans un troisième temps, nous analyserons nos applications pratiques et nos moyens d'investigation employés pour vérifier autrement les résultats de notre étude : à savoir comment la Fête des Lumières est un exemple pertinent de l'application de la Théorie de la Communication Publique.

Mot clé : la théorie de la communication publique, la Ville de Lyon, la Fête des Lumières



I- LA COMMUNICATION PUBLIQUE DE LA FÊTE DES LUMIÈRES

1.1- Le Concept de la Communication publique

Ce mot 'Communication' « porte à la fois les valeurs utilitaires de la rencontre des individus ou de l'échange et la valeur communautaire du partage ».³ Elle comprend de nombreux supports : des personnes, des lieux, des équipements diffusés, la diffusion médiatique, la circulation des données, des transmissions d'informations, des liens d'échanges et des interactivités... Le concept de communication apparaît tout d'abord dans les langages voire les langages corporels (les gestes, les mimiques, les intonations). Les hommes comme les animaux ont des manières de communiquer pour avoir du lien social ou pour vivre en société. La communication est donc omniprésente dans la vie quotidienne entre les humains ; la parole, les informations émises et reçues font partie de la base de la communication. La communication publique va donc s'appuyer sur un public précis par l'intermédiaire de plusieurs vecteurs que sont les institutions : les collectivités locales (Régions, départements, communautés, communes...), les organismes étatiques ou gouvernementaux (L'État, le Gouvernement, les Ministères, le Parlement, les collectivités territoriales...), les services administratifs et publics (établissements publics, sociétés d'économie mixte, entreprises nationales, associations...). De plus, la communication publique s'accompagne d'application de règles, de déroulement de procédures, d'élaboration de décisions. *Les messages sont, dans leur principe, émis, reçus, traités par les institutions publiques « au nom du peuple », comme sont votées les lois ou prononcés les jugements*⁴. La communication publique est une façon de transmettre des informations dites révélées, annoncées... pour faire face, si besoin, à des changements éventuels tout en favorisant le maintien de la relation sociale, et en rassurant l'opinion publique. En somme, la communication publique cherche à trouver une position d'équilibre et d'intermédiaire entre le public et les acteurs sociaux, pour maintenir le dialogue et les échanges entre les deux.

Il existe aussi une autre notion importante à prendre en compte dans la communication publique, c'est l'Espace public'. La conception classique de cette notion est évoquée et beaucoup utilisée par Jürgen Habermas⁵ dans sa thèse intitulée *L'espace public : archéologie de la publicité comme dimension constitutive de la société bourgeoise (1962)*. L'Espace public' est ouvert à tous et ne peut être utilisé et manipulé pour n'importe quelle raison, et par n'importe quelle collectivité ou

³ Pierre Zémor, *Le champ de la communication publique*, Presses Universitaires de France « La communication publique », 2008, p. 3

⁴ *Ibid*, p. 4

⁵ **Jürgen Habermas** (18 juin 1929, Düsseldorf) est un théoricien allemand en philosophie et en sciences sociales. Il a établi la conception classique de l'Espace Public pour la société occidentale.

personne conformément à la Déclaration des Droits de l'Homme à savoir « *La libre communication de ses pensées et de ses opinions est un des droits les plus précieux de l'homme* »⁶, elle doit s'adapter à la légitimité étatique. Cette notion d'Espace Public présente plusieurs aspects : des lieux géographiques accessibles à tout public, des espaces de discussion, mais aussi des forums sur les réseaux sociaux dans l'objectif de communiquer et d'un vivre ensemble dans une parole libre.

Par conséquent, il y a parfois conflit entre la notion de communication publique et celle d'Espace Public. D'un côté, la communication publique doit tenir compte de plusieurs éléments restrictifs : le contexte politique, le public ciblé, les acteurs engagés et les informations ; d'un autre côté, l'espace public, lui, cherche à être accessible à tout public tout en étant obligé de respecter le droit et les coutumes. Cela crée donc parfois une contradiction entre ces deux notions au niveau des non-dits. Dans ce cas, il est nécessaire de trouver un juste équilibre et des moyens de conciliation s'il y a divergences ou conflits.

1.1.1- Les principaux types de communication publique

Dans le domaine de la communication publique, divers secteurs sont mobilisés en fonction des acteurs et des groupes publics. C'est dans la théorie de la communication publique qu'ils sont classés en plusieurs types principaux.

Communication commerciale :

La communication commerciale est une notion plus mercantile, s'appuyant sur l'idée d'attirer l'œil du public dans un but de consommation et de participation, pour faire accroître les retombées économiques et aussi sa bonne renommée, celle-ci joue un rôle important sur le marketing territorial et le développement touristique. Elle met l'accent sur deux objectifs bien précis, l'un est marchand, l'autre promotionnel. L'Objectif marchand repose sur des méthodes commerciales visant à favoriser la vente d'un produit ou d'une image réputée pouvant être exercés par des groupes collectifs (entreprises, institutions...) vis-à-vis de son public. L'autre objectif est nommé promotionnel, il met l'accent sur les manières de promouvoir un service, un lieu, une marque, un site, un produit ou un territoire. Il consiste à trouver des références relatives à leurs services, à leurs marques, à leurs produits, en les transformant en symbole s'appuyant sur une augmentation correspondant aux besoins et aux regards sociaux.

⁶ Déclaration de 1789, art. 11.

Communication institutionnelle / corporate:

La communication institutionnelle est porteuse de concepts différents de la communication commerciale, car elle met l'accent sur la promotion d'une identité et de valeurs et non pas uniquement sur la vente de produits commerciaux. Elle vise surtout à rassembler des idées relatives aux actions faites par les institutions publiques, les entreprises, les organismes face à leur clientèle ainsi qu'à leurs partenaires. Ce type de communication cherche non seulement à provoquer l'adhésion du public éprouvant de la fierté à appartenir à tels ou tels lieux ; mais aussi à promouvoir indirectement ses produits ou services. Avec ses moyens divers commerciaux, cette communication est largement utilisée dans le domaine médiatique : journaux, publicités, expositions, activités, salons... pour créer une image promotionnelle pouvant immédiatement s'approcher du public visé.

Communication managériale :

L'idée de la communication managériale ressemble au concept de la Gestion des Ressources Humaines (GRH) reposant sur l'esprit d'équipe et sur l'implication administrative, mobilisée et développée au cœur des institutions collectives. Cette notion de communication a alors pour but de motiver en interne (employés, cadres...), de regrouper et de faire intégrer de nouveaux venus, de façon managériale. Tout cela afin de permettre de nouveaux changements dans les équipes en place : applications de stratégies par l'entreprise en vue de favoriser la coopération et l'obtention de mise en œuvre. Cette communication s'appuie sur des idées de discussions lancées par des managers aux équipes, pour que celles-ci coopèrent et collaborent au projet. Il s'agit donc, dans la communication managériale, de mettre ces managers comme acteurs et relais pour les équipes.

Communication politique :

La communication politique est une forme dédiée particulièrement aux affaires politiques, c'est-à-dire toute communication ayant pour objectif le politique. La définition de cette communication a été, pour la première fois, mentionnée dans l'une des revues d'*Hermès*⁷ de Dominique Wolton en 1989. Elle a pour vocation d'aider dans tous les événements électoraux à « distribuer » les discours des hommes politiques qu'ils soient convergents ou divergents, pour attirer l'attention du public et obtenir de bons résultats lors des périodes électorales. Au départ,

⁷ À savoir « *espace où s'échangent les discours des trois acteurs qui ont la légitimité à s'exprimer publiquement sur la politique et qui sont les hommes politiques, les journalistes et l'opinion publique au travers des sondages* » (Wolton, 1989, p. 39)

cette communication n'était réservée qu'à certains groupes « autorisés » en raison des restrictions de diffusion médiatique. Cependant, dès que les médias ont commencé à prendre un rôle important dans la communication publique, le concept de communication politique devient de plus en plus présent et pénètre dans tous les milieux. En conséquence, ce concept devient de plus en plus flou. Pour que cette notion soit plus claire, il est proposé de classer cette dernière en deux catégories à savoir la **Communication électorale** et la **Communication gouvernementale**.

1. Communication électorale :

La communication électorale a une durée assez précise, elle se situe uniquement pendant les périodes de propagandes électorales. Cette branche communicative s'appuie plutôt sur la conquête du pouvoir, sur les manières de persuader les électeurs (public), mais aussi sur la valorisation des analyses des résultats. Par ailleurs, il existe quelques consignes de droit et de justice : « *Il est interdit à tout candidat de porter à la connaissance du public un élément nouveau de polémique électorale à un moment tel que ses adversaires n'aient pas la possibilité d'y répondre utilement avant la fin de la campagne électorale.* »⁸ C'est la raison pour laquelle durant les périodes électorales, la communication est davantage censurée pour qu'il y ait égalité entre les concurrents et pour que les électeurs ne soient pas trop « perdus » par les discours, les affiches, les propagandes.

2. Communication gouvernementale :

« *La communication gouvernementale peut être définie comme l'échange d'informations entre les institutions de l'Etat et le public* ». ⁹ Cette communication est la base d'une opération qui fonctionne entre l'Etat (les dirigeants) et le public (les citoyens) avec l'utilisation de moyens variés planifiés par l'Etat comme émetteur (les discours politiques, les programmes gouvernementaux...), le public étant le récepteur. Par la suite, le gouvernement va persuader son public afin de mettre en œuvre des décisions. Cette communication a donc pour but de montrer au public la manière d'agir du pouvoir, de le convaincre pour faire des choix déterminés et effectuer des programmes.

Les points traités ont montré les principaux types existant dans la communication publique, et celle-ci ne cesse de se démultiplier au fil du temps et en fonction de l'évolution des technologies dans l'espace public : dans les domaines de la communication interne, de la communication

⁸ Conformément à l'article L. 48-2 du Code électoral.

⁹ INRIC, *Rapport général de l'instance nationale pour la Réforme de l'information et de la communication 2012*, 2012, p. 145

externe, de la communication de crise, de la communication web, de la communication audiovisuelle... Pour cela, il est nécessaire d'aborder l'historique de la théorie de la communication publique tout en ayant un regard sur son développement et son évolution.

1.1.2- L'historique du développement de cette théorie

La communication publique a toujours été une théorie assez complexe en raison de la variabilité de son évolution depuis la communauté sociale et de base, aussi, il est difficile et risqué de la détailler en raison de l'imprécision de pouvoir dater des pratiques dans le domaine de la communication publique à travers le monde ; par contre, dans le cadre de la recherche de l'étude de cette théorie, nous pouvons oser dire que son point de départ peut être les lois de décentralisation en France de 1982. Dans cette théorie peuvent s'ajouter plusieurs modifications tout en s'adaptant au public au fil du temps et en fonction des changements des contextes environnementaux. C'est-à-dire que les émetteurs (l'Etat, l'entreprise...) échangent toujours avec les récepteurs (les citoyens, les employés), mais aussi en fonction des informations issues des différentes pratiques et des sujets en discussion émanant de la société. Il doit toujours y avoir un juste équilibre entre ces deux pôles. Les liens créés sont si complexes qu'ils peuvent devenir unidirectionnels et c'est un risque. L'objectif est qu'ils restent toujours bidirectionnels tout en analysant les informations, leurs provenances, leurs destinations. Cependant, nous pouvons « décortiquer » cette théorie en nous appuyant sur des périodes clefs ciblées par les études actuelles de trois chercheurs : Pierre Zémor, Martial Pasquier, Dominique Mégard. Pour que le développement de cette théorie soit clair, nous allons faire cette analyse de façon chronologique. Tout d'abord, il y a la phase de propagande avant les années 70 ; avec les années 70, nous trouvons la période de la liberté d'expression ; avec les années 80, c'est la période de l'essor des publicités, des pensées du marketing territorial et de l'importance de la construction de l'image ; avec les années 90, des dérives et des démesures apparaissent dans le domaine de la communication publique, particulièrement, dans le domaine du politique ; avec les années 2000, on tient moins compte du public, comme le prouvent certaines promulgations de lois, la communication de « proximité » s'introduit dans la vie publique ; avec les années 2010, la compétitivité devient de plus en plus évidente entre les collectivités entraînant un changement de mode de communication publique pour s'adapter à la nouvelle génération qui est plus compétitive et technologique.

La période de propagande : Pouvoir des émetteurs mais phase tombée dans l'oubli :

Tout d'abord dans l'historique de la théorie de la communication publique, la propagande est dominante. Elle a pour objectif de manipuler la communication, sans erreur ou presque, de la part de l'émetteur vers le récepteur. Le mot « Propagande » est tout d'abord apparu en France au XVII^e siècle, avec sa francisation correspondant au nom latin de la structure ecclésiastique de « congregatio de propaganda fide »¹⁰ (congrégation pour la propagation de la foi). C'est la raison pour laquelle son influence peut être bien repérée aux époques où existaient de nombreuses croyances : les guerres de religions, les régimes absolus ou totalitaires comme pendant la Première ou la Deuxième Guerre Mondiale avec le Nazisme. Durant ces époques, les messages étaient entièrement transmis uniquement par l'émetteur vers le récepteur. Les informations s'imposaient au récepteur, sans tenir compte de sa volonté, sous diverses formes : icônes, symboles, idées, projets... L'émetteur détenait tous les supports de communication dans ses mains (l'usage des espaces publics, le droit d'organisations d'événements, le dogme de livres sacrés, le commandement sur les champs de guerres...) dans le but de contrôler le public. Pour cela, la sphère de propagande n'était qu'unidirectionnelle. Cependant, cette phase a pris fin au moment où *les événements de mai 68* ont eu lieu lorsque le peuple a réagi en posant des questions sur la qualité de la vie, la liberté d'expression et la démocratie.

Années 1970 : Période de participation et de liberté d'expression

Après le temps de la propagande, un événement déclencheur a totalement changé la donne. Le public s'est emparé de l'espace du public et de la pensée : Mai 1968¹¹. Auparavant, la communication partait de l'émetteur vers le récepteur de façon unilatérale, ne permettant pas au public d'exprimer son propos ou de discuter avec ceux qui étaient en charge de la vie publique. Pendant ces événements, la participation du public était très importante, elle touchait presque tous les étudiants et de nombreux ouvriers. Toute cette jeunesse s'est appropriée les moyens de communication de l'époque pour faire valoir leurs idées sur la vie quotidienne et aussi sur l'importance de la liberté d'expression. Par la suite, le public commence à concevoir de nouvelles formes de participation de démocratie directe : association de quartier, éducation populaire et autogérée, revendications pour un accès aux décisions politiques, transparence des informations données, plus grande liberté de presse...

10 Francis Combes et Patricia Latour, *De la propagande à la communication* (chronique), *l'Humanité*, 10, 2017
<https://humanite.fr/de-la-propagande-la-communication-644040>

11 Événements de mai-juin 1968, désignent une période durant laquelle se déroulent, en France, des manifestations étudiantes et ouvrières, ainsi que des grèves générales et sauvages. Ayant but pour aller contre le capitalisme, le consumérisme, l'impérialisme américain ainsi que contre le pouvoir gaulliste en charge.

C'est la raison pour laquelle, avec ce genre de revendications, naissent de nombreuses campagnes. Par exemple, suite à la période de la crise pétrolière de 1973, on commence à voir apparaître une campagne sur les économies d'énergie par l'État. Le slogan officiel d'une campagne de communication publique en est la preuve : « *En France, on n'a pas de pétrole mais on a des idées* ». Ce slogan a été annoncé et diffusé massivement, en 1976, par les radios et les chaînes de télévision, pour expliquer notamment la nécessité du changement d'horaire durant les saisons hivernales et de faire des économies d'énergie. C'était la première fois, que l'Etat se servait de ces moyens de communication pour argumenter sa décision face à un public insuffisamment conscient.

« *Ces nouvelles revendications en matière de qualité de vie entraînent une demande d'information et de transparence aux collectivités locales*¹² ». La démocratie locale devient de plus en plus évidente et est mise en avant avec les élections municipales de 1971 et de 1977. Elle permettait aux acteurs locaux de s'investir dans la municipalité en mettant en place des initiatives et en favorisant ainsi le développement de la liberté d'expression écrite via les journaux ou les magazines.

Le 6 janvier 1978 entrait en vigueur une loi qui crée la *Commission nationale de l'informatique et des libertés (CNIL)*, ainsi tout usager a le droit de consulter librement et gratuitement tout document administratif, sous réserve des informations privées. Tout citoyen a un droit de contrôle et de rectification possible des informations. Progressivement, toute information concernant l'administration peut être révélée voire transparente vis-à-vis du public. Pour cela, le lien communicatif entre l'émetteur et le récepteur devient de plus en plus bilatéral. Au fil du temps, ce moyen a été trop valorisé par le public et son usage est devenu abusif. C'est la raison pour laquelle a été créée la Commission d'accès aux documents administratifs (CADA) qui est en mesure de refuser certaines consultations. En France, les documents administratifs ouverts au public sont très nombreux, quelques organisations ont été développées en vue de simplifier les formulaires des démarches administratives : AFNOR (Association française de normalisation), CERFA (Centre d'enregistrement et de révision des formulaires administratifs), COSLA (Comité d'orientation pour la simplification du langage administratif).

C'est donc pendant les années 70 que les acteurs locaux commencent à s'immerger dans le secteur politique ; mais aussi le public qui peut désormais accéder gratuitement aux informations administratives des collectivités locales, et participer au développement des actions municipales.

12 Dominique MEGARD, *La communication publique et territoriale*, DUNOD, p.27, 2012,

Année 1980 : Publicité, marketing territorial et image identitaire

Pendant les années 70, le socle de la communication publique a progressivement été bien établi. En 1982, apparaissent les lois de la décentralisation *Loi n° 82-213 du 2 mars 1982*¹³ *relative aux droits et libertés des communes, des départements et des régions* (article originel) et *Loi n° 82-623 du 22 juillet 1982*¹⁴ *modifiant et complétant la loi n° 82-213 du 2 mars 1982 en précisant les nouvelles conditions d'exercice du contrôle administratif sur les actes des autorités communales, départementales et régionales* (article modifié). Elles visaient l'augmentation des pouvoirs des acteurs locaux : les communes, les départements et les régions. Cette nouvelle législation introduisait de nouveaux besoins de communication et de connaissances entre acteurs locaux mais elle a révélé de la concurrence entre eux. Chacun a essayé de faire valoir ses propres territoires et de pouvoir fabriquer une image identitaire : « *les nouvelles régions rivalisent entre elles pour apparaître comme la meilleure terre d'accueil pour les entreprises comme pour les touristes* »¹⁵.

Les années 80 sont aussi la période de l'explosion des publicités. Après que cet élément qu'est la « publicité » est apparu, tous les acteurs, surtout des entreprises ou du secteur politique, commencent à s'en servir à l'occasion des élections (régionales, présidentielles, départementales), des annonces médiatiques diffusées (la prévention routière, l'utilisation de préservatif...), dans le but d'être plus pertinent et attirant. La publicité commence donc à jouer un rôle important dans le domaine de la communication publique en introduisant certaines manières de penser et de vivre, par les émetteurs, dans la vie des récepteurs. Aussi, la médiatisation systématique est mise en marche aidée des anciens supports : journaux, magazines, télévisions, radios..., avec de nouvelles formules telles que la Presse quotidienne régionale (PQR...). Dans le cadre d'une campagne publicitaire, le choix des supports s'impose ainsi que la date de diffusion.

De plus, avec les lois de la décentralisation attribuant une somme budgétaire, les acteurs locaux vont développer les services publicitaires dans leur service de communication. Pour cela, « *En 1988, 95% des communes de plus de 30 000 habitants disposent d'un service de communication, et plus d'un tiers l'ont doté d'un budget spécifique* »¹⁶. Dans ce cas, la création d'une « image » par les collectivités locales, de slogans, de logos, d'affiches, de schémas graphiques... devient un moyen de communication publique, adaptée à la vie des citoyens. Il est aussi utilisé énormément par les entreprises pour promouvoir et construire des images identitaires incontournables.

13 Consultez l'annexe- **IV lois mentionnées** pour le contenu complet.

14 *Ibid.*

15 Cap'Com, *histoire de la communication publique locale*, source: <http://capcom.cap-com.org/sites/default/files/ckfinder/files/DocsElus%2020%20histoire.pdf> (consulté le 06-02-2018).

16 *Ibid.*

Exemples, le culte d'un slogan d'une marque de yaourt « *Tout le monde se lève pour Danette* », la publicité d'une marque de préservatif « *Durex, pour faire durer le plaisir* », etc...

Pendant les années 80, l'influence de l'essor fulgurant des publicités et des lois de décentralisation, devient très évidente et laisse des traces assez remarquables dans le domaine de la communication publique. Les journalistes commencent donc à être embauchés par les collectivités locales dans leurs services de communications pour promouvoir leur territoire. De ce fait les acteurs locaux ne sont plus dans le cadre réglementaire, autoritaire ou régalien mais dans la communication bilatérale qui prend en compte le va et vient de la communication publique et l'opinion du peuple.

Année 1990 : Dérives et Démesures

En 1991, le monde a été touché par une crise économique sans précédent qui a eu un impact sur la communication publique. Un changement économique et social se produit : certaines collectivités connaissent un endettement relatif à la récession budgétaire, les recettes stagnent « *l'ambiance n'est plus à la dépense inutile* »¹⁷. Les acteurs locaux ne se concentrent plus sur l'image identitaire mais beaucoup plus sur la communication de proximité. C'est-à-dire que les collectivités locales doivent rendre compte de leur fonctionnement au public, notamment de faire en sorte que les messages transmis au public soient plus lisibles. Parce que durant cette période, sont apparus de nombreux événements scandaleux relatifs à la corruption de certaines personnalités politiques qui mettaient le doute pour le public sur les informations transmises dans le domaine de la communication publique. Par exemple avec le Maire de Grenoble, Alain Carignon (1983-1995) qui, lors de son mandat, a commis un acte grave de fraude fiscale sous couvert de la Société de distribution des eaux intercommunales (SDEI), dans une affaire de marché de la distribution des eaux de Grenoble, en échange de quelques 20 millions d'avantages financiers. Il a fini par une condamnation de 10 ans de prison. « *Il y a l'élu, le corrompu, Alain Carignon, qui a le pouvoir en tant que maire de concéder un marché. Il exerce ce pouvoir seul, les garanties éventuelles (vote et contrôle par le conseil municipal, recours administratifs) n'existent pas compte tenu de la toute-puissance politique d'Alain Carignon.* »¹⁸ C'est la raison pour laquelle plusieurs lois sont entrées en vigueur ayant pour but la lutte contre la corruption politique et la clarification du pouvoir du politique et celles des collectivités. *La loi du 15 janvier*

¹⁷ Ibid.

¹⁸ Mireille DEBARD (Lyon correspondant), « *Carignon condamné à trois ans de prison ferme Jugé pour corruption, l'ancien maire RPR de Grenoble a annoncé qu'il allait faire appel* », Libération, 17 novembre 1995

1990¹⁹ s'appuie sur la distinction radicale entre la communication institutionnelle des collectivités et la communication électorale des candidats. Dans ce contexte est née la communication en matière de finances (*la loi du 6 février 1992*²⁰) forçant les collectivités locales à produire un rapport financier et à publier par écrit leurs comptes afin d'expliquer au public les attributions budgétaires. Ces premiers problèmes financiers des collectivités révélés au public ont permis une réflexion sur la nécessité de la transparence des données financières, ce qui a conduit à *la loi Sapin du 29 janvier 1993*²¹ ayant pour objectif *la prévention de la corruption et la protection de la vie économique et des procédures publiques*. En 1994, la *Loi n° 94-1134 du 27 décembre 1994*²² est entrée en vigueur, elle a pour objectif de définir le statut des personnels chargés de la communication territoriale, pour éviter la confusion entre les personnels des collectivités et les élus, seuls responsables des politiques.

À la fin des années 90, les nouvelles technologies de l'information et de la communication (NTIC) ont fait surgir de nouveaux systèmes (chaînes télévisées multiples, apparition d'Internet...) importants dans le domaine de la communication. Les chaînes de télévision locale deviennent de plus en plus nombreuses, entre autres, en 1999, elles ont atteint le niveau d'*une centaine*²³, elles ont un cadre législatif et une mission de service au public. Par ailleurs, un nouveau support a vu le jour « Internet ». Cette nouvelle technologie s'est vite implantée au sein des collectivités du fait de sa facilité et de la rapidité de transmission des messages et de l'accession à des informations et des connaissances très étendues. La plupart de collectivités commencent donc à se servir de ce nouvel outil communicatif en créant leur propre site internet pour faire passer leurs informations dans ce monde numérique.

En conclusion dans ces années-là, du fait de la corruption de certains responsables politiques, la communication publique qui, jusqu'à présent était réservée aux collectivités locales et aux politiques, va entrer dans une nouvelle ère de changement concomitant à l'arrivée de nouvelles technologies de transmission. De ce fait sont apparues des lois de protection du domaine public.

Année 2000 : Proximité et interactivité

Du fait de tous ces événements des années 90, la communication publique commence à s'ancrer dans les collectivités locales via certains acteurs : des émetteurs qualifiés (les communicants...),

19 Consultez l'annexe- **IV lois mentionnées** pour le contenu complet.

20 *Ibid.*

21 *Ibid.*

22 *Ibid.*

23 Cap'Com, *histoire de la communication publique locale*, consulté le 09/02/2018, source : <http://capcom.capcom.org/sites/default/files/ckfinder/files/DocsElus%202%20histoire.pdf>

des supports de meilleure qualité et de plus grand impact (la diffusion médiatique...) ainsi que de nouvelles technologies appliquées (Internet). A travers l'usage d'Internet (terrain de débats, de polémiques, de feed-back...), le public, lui aussi, prend de plus en plus conscience de son propre savoir et pouvoir et veut faire entendre sa voix, et ne veut plus uniquement jouer le rôle de récepteur. Ainsi, on a pu voir l'accroissement de plans de communication et l'investissement financier des collectivités locales pour offrir des services en ligne, pour créer des pôles informatiques en raison du développement d'Internet. Particulièrement après *la loi relative à la démocratie de proximité* promulguée le 27 février 2002, n° 2002-276²⁴ qui s'appuie sur 2 points importants : La création de conseils de quartiers dans les communes de 20.000 habitants et plus devient obligatoire au-delà de 80.000 habitants. Les collectivités ayant plus de 50.000 membres doivent procéder à la nomination d'une commission consultative...

En 2003, le gouvernement Raffarin adopte plusieurs textes relatifs à la décentralisation, nommés donc l'Acte II de la décentralisation, ayant pour but d'élargir les responsabilités des collectivités et leur reconnaît notamment un droit à expérimentation²⁵. Cet Acte, lui, renforce l'autonomie financière des collectivités locales et détermine le cadre du droit octroyé aux collectivités locales pour organiser des référendums déterminés et le droit de pétition des électeurs. Pour cela, les collectivités locales commencent à repenser la promotion de leur territoire et construisent des stratégies de développement, pas seulement pour mettre l'accent sur l'image identitaire, comme l'exprimait alors le Maire de Paris, Bertrand Delanoë, « *Ce que j'ai appris dans la communication c'est qu'on ne vend que ce qu'on a* ». ²⁶ Et vu que la communication des territoires a un lien inséparable avec le développement durable, les collectivités locales cherchent donc à solliciter les émotions des habitants au sujet de la réorientation de leurs politiques. La nécessité des collectivités locales prend donc une place au sein du développement durable tout en privilégiant le travail en réseau entre différents acteurs, mais aussi en partageant le nouveau mode de vie du public.

En 2008, après les élections municipales, on a enregistré un record d'abstention des électeurs (33% au premier tour)²⁷. Les élus se sont donc rendus compte que le taux de participation publique (le désengagement civique) à la politique a baissé, ils ont donc fait appel à la communication publique afin de favoriser le lien entre les citoyens et les politiques en termes de « proximité ». Avec cette communication de proximité qui a souvent saturé la vie citoyenne,

24 Consultez l'annexe- **IV lois mentionnées** pour le contenu complet.

25 Cap'Com, *Qu'est-ce que la communication publique*, consulté le 10/02/2018 source : [http://www.cap-com.org/content/quest-ce-que-la-communication-publique#javascript:void\(0\)](http://www.cap-com.org/content/quest-ce-que-la-communication-publique#javascript:void(0))

26 *Ibid.*

27 *Ibid.*

s'est installée une nouvelle pensée publique. Cependant, ce mode de communication de proximité n'a fait que renforcer le pouvoir des responsables locaux en leur permettant de transmettre directement des messages au public. La communication jouait alors un rôle utile qui était d'impliquer les citoyens dans les choix locaux et ainsi de les introduire dans la vie publique mais aussi de favoriser le lien social en transmettant les messages provenant du pouvoir public. Cependant comme les paroles transmises restaient réservées aux pouvoirs locaux, la communication dite de proximité s'est donc limitée aux messages émis par les élus. C'est ainsi que l'on a vu arriver la crise de la représentativité politique dans le domaine de la communication du fait des barrières créées entre les citoyens et les pouvoirs locaux qui faisaient que le public ne redevenait à nouveau qu'un récepteur absolu vis-à-vis des pouvoirs locaux. C'est la raison pour laquelle les Forums Cap'Com de Saint Etienne en 2009 et de Reims en 2010, ont abordé la question de la confiance en ces termes : *« Il faut inventer une nouvelle forme de démocratie plus interactive. En ce sens, la communication ne doit pas se limiter à la transmission d'un message mais doit s'attacher à faire remonter de manière permanente les attentes des citoyens. La démocratie se construit comme un mouvement permanent qui s'affirme moins dans la perfection du processus électoral que dans la démultiplication des formes d'expression des citoyens »*.²⁸

Pendant les années 2000, cette conception de la communication a bien pénétré la vie publique, avec le développement progressif de nouvelles technologies, mobilisant les collectivités locales pour mettre en relation les divers acteurs et faire évoluer leurs interactions. Ce qui n'a pas pu toujours être effectué. Le public perd donc sa confiance dans les élus ce qui est révélé par le faible taux de participation aux élections législatives, transformant tout d'un coup la communication en une « monocratie » de type unilatéral. C'est la raison pour laquelle la « démocratie interactive » a été évoquée dans l'interview de Pierre Rosanvallon dans la **Conférence** d'ouverture proposée le 1er décembre 2010 à l'ouverture du **Forum Cap'Com** à Reims : *« [...] Elle (la communication) ne doit pas se limiter à la transmission d'un message des élus aux citoyens. Elle doit s'attacher à faire remonter de manière permanente les attentes des citoyens. Les élus doivent être à l'écoute, ce qui est naturellement plus facile à l'échelon local qu'à l'échelon national. La démocratie se construit comme un mouvement permanent qui ne s'affirmera pas tant dans la perfection du processus électoral que dans la démultiplication des*

28 Cap'Com, Carte blanche à Pierre Rosanvallon - Conférence d'ouverture Cap'Com 2010, 17 mars 2011, consulté le 10/02/2018, Source: <http://www.cap-com.org/content/carte-blanche-%C3%A0-pierre-rosanvallon-conf%C3%A9rence-douverture-capcom-2010>

formes d'expression des citoyens. »²⁹ Donc, cette nouvelle forme de démocratie est apparue en cherchant à trouver l'équilibre entre la démocratie participative et représentative dans le domaine de la communication publique.

Année 2010 : Temps de mutations

Pendant les années 2010, on voit apparaître une nouvelle conception et une nouvelle réalité administrative « L'intercommunalité ». Cette notion née dans les années 2000, commence à prendre de l'ampleur durant cette période. Les mises en vigueur de deux lois : *la loi du 25 juin 1999 d'orientation pour l'aménagement et le développement durable du territoire (LOADDT)* dite la loi Voynet, et *la loi no 99-586 du 12 juillet 1999 relative au renforcement et à la simplification de la coopération intercommunale* dite loi Chevènement ont eu un impact très important sur les collectivités communales et ont permis de faire naître un très grand nombre de nouvelles organisations intercommunales. *Dès 2007, les 2 500 groupements à fiscalité propre regroupent 90 % des communes et rassemblent 55 millions d'habitants*³⁰. Dès le gouvernement Fillon, cette réforme a été enfin lancée et a été ensuite conduite par le gouvernement Ayrault. Après ce lancement, on voit les intercommunalités se développer, les zones d'influence croître, les compétences se renforcer ; les intercommunalités deviennent les acteurs essentiels des territoires. C'est la raison pour laquelle avec la complexification de l'intercommunalité, de nombreuses communautés locales changent leurs noms pour mutualiser leurs services de communication et changer leurs stratégies de communication.

Une telle compétitivité apparaît donc après le développement de l'intercommunalité, et entraîne la communication de nouveau vers le marketing territorial. Cependant, celui-ci n'est pas du même ordre que dans les années 80 qui incitait à la promotion publicitaire, mais il va plutôt s'appuyer sur l'attractivité et prôner l'objectif économique en valorisant les atouts des territoires. En outre, l'augmentation du pouvoir de la communication interne dans les collectivités publiques ne peut être ignorée. Il y a de plus en plus de collectivités qui abandonnent le poste de directeur des ressources humaines (DRH) pour un poste de service à la communication pour faire face aux nouveaux défis mais aussi aux nouvelles attentes des nouvelles générations en matière de communication, au développement fulgurant des nouvelles technologies et à l'usage des réseaux sociaux... Ce qui entraîne aussi un changement dans le fonctionnement des collectivités locales et de sa communication interne avec les transferts, le perfectionnement des compétences, les

²⁹ *Ibid.*

³⁰ Cap'Com, *Qu'est-ce que la communication publique*, consulté le 11/02/2018 source : [http://www.cap-com.org/content/quest-ce-que-la-communication-publique#javascript:void\(0\)](http://www.cap-com.org/content/quest-ce-que-la-communication-publique#javascript:void(0))

mutualisations de services...etc.

En conclusion, nous pouvons dire que l'étude de l'historique de la théorie de la communication publique nous a permis de l'analyser mais surtout de repérer son évolution en fonction de l'histoire certes mais aussi des modifications des réalités géographiques, administratives mais aussi en fonction des grands événements culturels et technologiques entraînant des changements de mentalités et de ce fait de nouvelles formes d'applications de la communication publique.



1.2- La Fête des Lumières et sa communication publique

1.2.1- L'historique de la Fête des Lumières

La Fête des Lumières a toujours été une fête attirante pour les habitants, les touristes nationaux voire internationaux avec ses illuminations fabuleuses, ses installations lumineuses artistiques sur certaines façades. Elles sont décorées par des lumières colorées racontant des histoires inoubliables. Elles racontent des histoires marquantes de tel ou tel bâtiment, monument ou établissement culturel, tout en se mêlant à celles de la Fête des Lumières qui est à l'origine d'une fête religieuse nommée *Le 8 Décembre*. Chaque année, cette ville est illuminée pendant 4 jours et attire environ 3 millions de personnes qui viennent à chaque édition, quels que soient leur nationalité, leur profession ou leur âge. De nos jours, elle n'a pas qu'une renommée artistique et commerciale, elle essaie de garder son sens religieux en rendant hommage à la Vierge Marie. Elle tente de se transformer dans la modernité afin d'accroître le taux de participation des visiteurs et de faire connaître cet événement festif et d'augmenter les retombées économiques pour la Ville de Lyon.

Cependant, dans toute fête populaire, réputée (religieuse ou pas), il existe beaucoup de légendes différentes, ce qui est aussi le cas pour la Fête des Lumières. Normalement, les informations reçues ou conçues, ne sont pas toujours crédibles. Le lien avec la religion renforce son caractère fabuleux et mystérieux d'où l'importance de la statue de la Vierge. Pour cela, il est nécessaire de connaître la véritable histoire du développement de cette fête des Lumières.

Légende du 8 décembre

Cette fête est, une cérémonie religieuse pour prier la Vierge Marie pour qu'une épidémie grave, qui cause du XII^e siècle au XVIII^e siècle presque 6,5 millions de morts, arrête de s'étendre. Pour cela, le Sud de la France ne peut être épargné par cette maladie fatale. Mais l'influence la plus importante faite par cette épidémie ne se passe pourtant pas pendant le Moyen-Âge, mais plutôt pendant la période de la Renaissance où le ravage de l'épidémie envahit gravement cette ville. C'est mathématique que de 1550 à 1643, il y a de nombreuses morts à Lyon, par conséquent, cette maladie grave pose un chiffre de perte de population importante. Et cela attire l'attention des personnes habitant Lyon, que ce soient les nobles, les échevins et le Prévost **Alexandre Mascary** (équivalent du maire de nos jours). Ils prennent la décision, en 1643, d'aller faire un vœu pour rendre hommage à la Vierge Marie tous les 8 septembre si la peste s'arrêtait. À la suite,

tout Lyonnais assiste à un événement miraculeux – la peste disparaît, mais elle continue de sévir dans les autres régions en France et ailleurs, seule la ville de Lyon est épargnée. Les échevins tiennent bien leur parole ainsi que le peuple lyonnais, pour remercier la protection de la Vierge Marie, et lui rendre hommage chaque année à Fourvière, en mettant décidément la cérémonie au jour où est née la Vierge Marie : le 8 septembre, autrement dit **la Nativité de Marie** ou **la Nativité de Bienheureuse Vierge Marie**, tout en alignant les cires blanches et les écus d'or autour de Fourvière.

Il existe encore une autre légende relative à la lutte contre l'invasion des Prussiens, celle-là est moins connue comparée à celle de la peste. En 1870, a eu lieu la guerre franco-allemande pendant laquelle les Prussiens envahissent la France. Les Lyonnais se tournent donc, pour la deuxième fois vers la Vierge Marie pour la prier de faire partir les Prussiens. L'évêque de la ville, au nom des lyonnais, invoque la Vierge Marie et lui fait cette promesse : « *une Basilique sera édifiée à la place de la petite église, si Lyon échappe à la fureur des allemands* ». ³¹ Les Prussiens s'arrêtent juste avant d'entrer sur le territoire de Lyon, les Lyonnais veulent tenir leurs promesses et engagent le projet de la construction d'une Basilique à la Vierge Marie dont les travaux commenceront deux ans plus tard. Cette légende révèle à son tour une erreur de date. Dans la véritable histoire, la date de fondation présente une erreur de deux ans puisque l'ouvrage (installation du clocher, et mise en place de la statue de la Vierge Marie) ne sera fini que 18 ans après au lieu de 20 donnée comme date officielle. Ce qui est sûr, c'est que, pendant la guerre contre les prussiens, les Lyonnais se tournent à nouveau vers la Vierge Marie pour que les Prussiens n'attaquent pas leur ville.

La tradition des Lumignons

Avant de se lancer dans l'histoire véridique, il existe une très grande tradition dans cette fête, c'est celle des Lumignons. Certains disent que cette tradition remonte à 200 ans, en 1643, date où l'échevin fait son premier vœu à la Vierge Marie. C'est à partir de là que les Lyonnais commencent à prendre l'habitude d'allumer les bougies en hommage à la Vierge Marie, une fois par an, pour le 8 Décembre. Cette coutume des « illuminations » devient symbolique pour le cœur des habitants ; mais on pense que cette tradition d'orner la ville avec des bougies allumées sur le bord des fenêtres, est beaucoup plus ancienne et remonterait à plus mille ans. Il semblerait

31 LYON Web le guide de Lyon, *Les légendes et l'histoire vraie des Illuminations ou de la Fête des lumières*, consulté le 16/02/2018. Source : <http://www.lyonweb.net/agenda/e/771/Les-legendes-et-l-histoire-vraie-des-Illuminations-ou-de-la-Fete-des-lumieres.htm>

que c'était le symbole du rassemblement et de la victoire datant de l'Antiquité (avant la disparition de l'Empire Romain d'Occident, c'est-à-dire avant l'année 476) où tout le monde s'unissait autour d'un feu pour se chauffer mais aussi pour que l'ennemi ne vienne pas. C'est pour cela que déjà dans l'Antiquité, on allumait des lampes au bord des fenêtres. De plus, depuis le Moyen-Âge jusqu'à la Renaissance, lorsque des personnalités ou des personnes de grande réputation venaient à Lyon, toute la ville s'illuminait entièrement pour les accueillir, se servant de flambeaux, de lumignons, et des feux d'artifice, en leur honneur. En 1600, lors du mariage du Roi Henri IV et de Marie de Médicis, ses majestés ont reçu un immense accueil avec des illuminations abondantes. En outre, ces coutumes deviennent importantes lors d'événements marquants de la vie publique : *inauguration de statue, naissance d'un héritier royal, signature d'un traité de paix, victoire militaire, entrée royale*.³² Cette tradition lyonnaise d'illuminer est très ancrée et enracinée dans l'esprit des Lyonnais, même avant que la fête du 8 décembre soit apparue.

La vraie histoire de la Fête des Lumières

C'est le vœu des échevins en 1643 pour la protection de la ville lyonnaise qui va véritablement lancer cet événement. Bien évidemment, à cette période-là, le moyen de la communication reste encore au sein de la religion, c'est la raison pour laquelle le public s'incline vers les paroles émises par les personnels cléricaux. Depuis ce premier vœu, les habitants lyonnais prennent l'habitude d'aller rendre hommage à la Vierge Marie chaque année. En 1850, la reconstruction du clocher de la chapelle de la Fourvière est envisagée, un concours est lancé ayant pour but de choisir un des meilleurs sculpteurs pour créer une statue de Marie en vue de dominer ce lieu sacré et visible depuis toute la ville. C'est donc le sculpteur, Joseph-Hugues Fabisch (1812-1886), qui va remporter le prix et commence à entreprendre cette mission. Les responsables lyonnais prennent donc la décision d'inaugurer cette statue le 8 septembre 1852. Or, quelques jours avant l'inauguration, la Saône déborde et provoque une inondation sans précédent à Lyon. Néanmoins, les habitants ne veulent pas annuler cette cérémonie. Le Maire de Lyon reporte l'inauguration au 8 décembre afin de la célébrer en même temps que la fête de **l'Immaculée Conception**³³. La Fête des Lumières a lieu pour la première fois à Lyon cette année-là.

32 Karine PHILIBERT, *Pourquoi mettons-nous des lumignons à Lyon le 8 décembre ?*, Manoir Tourieux, consulté le 16/02/2018, Source : <http://www.manoirtourieux.com/pourquoi-des-illuminations-a-lyon-le-8-decembre/>

33 Jour de la fête de l'immaculée Conception, fut considéré comme une fête officielle le 8 décembre, 1854 par l'échevin Pie IX. Cependant, ce jour fut fêté lors du début du Moyen Âge.

Cependant, avant que cette fête devienne celle que nous connaissons aujourd'hui, elle a subi de nombreux changements et des évolutions progressives. Ces modifications sont dues surtout aux souhaits des responsables politiques particulièrement des Maires qui poussent les organisateurs à métamorphoser cette fête populaire et locale en une manifestation publique qui doit aller au-delà des frontières. Il est donc nécessaire de changer d'objectif pour changer aussi de public à savoir des touristes du monde entier, d'utiliser de nouvelles formes de communication publique pour mettre en œuvre des politiques adaptées et mettre en valeur la culture particulière et originale de Lyon. Celle-ci ne sera plus réservée qu'aux seuls lyonnais et offrira au monde une occasion de communiquer avec la ville de Lyon en fournissant des idées au sujet du développement de la lumière. De ce fait sont nés de nombreux plans de développements, peu important que ce soit avec telle ou telle association ou partenaires, l'essentiel était dans la transformation de la Fête des Lumières.

Pendant les années 80, après avoir promulgué les lois concernant la décentralisation, d'autant plus que la France est entrée dans la période de communication où toute région cherchait sa propre identité et à établir son image de ville pour se faire connaître. Pour cela, jusqu'en 1989, les Lyonnais ne fêtaient le 8 décembre que sur un seul jour ; cependant, avec l'arrivée en charge du Maire Michel NOIR³⁴, celui-ci promulgue **le Plan Lumière** pour instaurer officiellement cette fête après s'être rendu compte de l'importance de combiner la culture au tourisme pour obtenir de meilleures retombées économiques et assurer ainsi une position irremplaçable et emblématique pour Lyon dans le monde entier. Aussi, à travers ce plan significatif, la ville de Lyon commence à mettre en lumière ses bâtiments historiques et symboliques, ses paysages de fleuves et de collines, ses rues, ses immeubles anciens de la ville. Presque 300 monuments emblématiques sont mis en lumière temporairement durant la soirée donnant une beauté nocturne à la ville de Lyon. De plus, avec ce plan, la ville de Lyon choisit un ou deux bâtiments comme les incontournables de l'année, tels qu'une bibliothèque, un musée, un tunnel.....etc., en les illuminant pendant la fête. En outre, ceux qui ont été choisis vont être sur **la liste des bâtiments mise en lumière pérenne**, cela veut dire qu'au-delà de la durée de la fête, ils seront illuminés à des heures différentes tous les jours. Pour cela, Lyon devient progressivement l'une des villes spécialisées pour son éclairage urbain au monde.

En 1999, le successeur de Michel NOIR, Raymond Barre³⁵, met en place le « Festival Lyon Lumière » pour continuer le projet ambitieux du maire précédent ayant voulu transformer la ville

34 Maire de Lyon de 1989 à 1995.

35 Maire de Lyon de 1995 à 2001.

de Lyon en une « ville lumière ». Cet événement du 8 décembre va ensuite s'étaler sur 4 jours, et ouvrir la voie à l'international pour faire connaître cette activité culturelle lyonnaise. Aussi, un thème est donné pour la première fois, il est dit « Lumière spiritualité ». En outre, la ville de Lyon commence à inviter des artistes à donner des spectacles et des réalisations artistiques sur le thème choisi pour l'année. Soixante-dix manifestations ont pour objectif de mettre en valeur les infrastructures de manière à ce qu'elles soient visibles du ciel depuis le sol : « *des portes de lumière ouvertes sur l'Europe et le monde* » comme il est précisé dans le programme³⁶, quarante-neuf manifestations respectent le code festif traditionnel du 8 décembre en faisant des animations dans les quartiers ; Vingt et une d'entre elles célèbrent cette fête en estampillant le thème annuel et en mettant en lumière non seulement le cadre lyonnais, mais aussi l'agglomération urbaine particulièrement les entrées de la ville. Par exemple, il est évident que la basilique de Fourvière doit être illuminée, mais aussi cette année-là, l'accès aérien entre la ville Lyon et l'aéroport Saint-Exupéry (à l'époque aéroport de Satolas) est mis en éclairage de façon exceptionnelle ; de plus, les tympans des entrées du tunnel situé entre le centre-ville et Fourvière sont aussi mis en lumière. Pour cela, sous le mandat de Raymond Barre en tant que Maire, Lyon ouvre encore plus ses portes à tout public international ou national. On voit aussi l'augmentation des zones éclairées dans l'agglomération urbaine. La réputation de cette fête n'a plus de retentissement uniquement sur la ville mais aussi sur les villes voisines voire les régions proches, entraînant des retombées économiques et commerciales dans toute la métropole lyonnaise et ses alentours.

En 2002, après le changement de l'équipe municipale, arrive celle de Gérard Collomb³⁷ qui, impacte cette fête avec une autre initiative et lui donne un nom frappant et évolutif « *Lyon 8 décembre Fête des Lumières* ». Pendant cette période-là, la communication publique met l'accent sur la proximité tout en cherchant des occasions de se connecter avec les autres dans le but de promouvoir sa spécialité et de créer une zone interactive pour s'échanger les idées et traverser des feed-back pour encore mieux améliorer ses savoir-faire. Gérard Collomb met donc en place une association relative à la Fête des Lumières nommé LUCI (Lighting Urban Community International), s'appuyant sur trois objectifs principaux : **Échanger** : faciliter l'échange entre les membres en organisant des visites de terrain, des conférences internationales... ; **Promouvoir** : mettre en évidence les meilleures pratiques et les projets exemplaires ; **Progresser** : participer à une vision prospective de l'éclairage urbain (projets de recherche, actions de coopération décentralisée...). Après la création de LUCI, un réseau international se met en place pour

36 Loréline Goudard, *La fête du 8 décembre à Lyon : nouveau marqueur d'enjeux d'une métropole [1999-2006]*, Institut d'études Politiques de Lyon, 2007

37 Maire de Lyon de 2002 à 2017.

rassembler les villes du monde entier qui s'engagent à avoir un rôle essentiel dans la promotion des jeux de la lumière dans le développement urbain, économique et social. De plus, dans le cadre de LUCI au moment de sa fondation, Gérard Collomb réussit à rassembler plus de 100 membres à travers le monde dont 70 villes ainsi que plus de 40 membres associés (entreprises internationales, architectes et designers professionnels de la lumière, universités, professionnels indépendants de la lumière)³⁸. En 2017, plus de 110 membres mondiaux sont accueillis dont 65 villes et 51 membres associés³⁹. L'augmentation des partenaires prouve l'évidence que cette fête devient de plus en plus internationale, des entraides s'organisent dans le développement technologique des éclairages.

Au fil du temps, encore sous la municipalité de Gérard Collomb, en 2005, le nouveau Plan Lumières est mis en œuvre, ayant pour but d'ouvrir le champ de la création, d'intégrer les nouvelles possibilités techniques, de mieux utiliser la lumière dans un souci de développement urbain et social, de prévenir les risques de cacophonie lumineuse, de réduire les consommations énergétiques des lampes et les pollutions nocturnes⁴⁰. Ce nouveau plan a, tout d'abord, comme perspective pour les années à venir la transformation du cœur de la ville de Lyon et de son agglomération au niveau du développement urbain, économique et culturel et de son image pour les visiteurs du monde. Avec les nouvelles technologies, on peut élargir l'espace de création et faire appel à divers concepteurs (artistes, designers...) qui s'appuient sur les expériences des fêtes passées, qui vont au-delà de l'éclairage ordinaire, mais aujourd'hui jouent davantage sur le rythme harmonieux des lumières et de l'espace à travers les spectacles artistiques. En outre, cette ville a des paysages divers (les collines, les fleuves, les ponts...) l'objectif est de les transformer en un panorama illuminé pour révéler les caractéristiques n'appartenant qu'à cette ville.

Concernant les choix du programme artistique, l'association officielle de la Fête des Lumières choisit des groupes artistiques et des professionnels qualifiés dans le domaine des projections de lumière pour créer une atmosphère différente chaque année, en utilisant comme outils des systèmes de projection de plus en plus sophistiqués, de même dans le domaine musical et artistique. Les artistes invités peuvent donc créer librement. De ce fait, cela permet aux visiteurs de voir des créations artistiques diverses et nouvelles à chacune des Fêtes des Lumières. De plus, ce plan s'appuie sur le « regard écologique » qui s'inquiète du gaspillage énergétique et de la

38 Traduit du site officiel de l'association de LUCI. Consulté le 16/02/2018. Source :

<http://www.luciassociation.org/about-luci/>

39 Données de l'association officielle de la Fête des Lumières. Consulté le 16/02/2018. Source :

<http://www.fetedeslumieres.lyon.fr/fr/page/lyon-specialiste-de-la-lumiere>

40 Ville de Lyon, *le nouveau Plan des Lumières*, 2005

nuisance sur l'environnement, le Nouveau Plan Lumières cherche à créer un environnement durable.

Son exigence progressive, par exemple, impose la diminution de la consommation de matériaux jetables, la baisse de la pollution électrique en nocturne et l'utilisation de sources lumineuses vertes et recyclées : le plan propose de supprimer les lampes énergivores et de les remplacer par des lampes de même efficacité d'éclairage et de moindre consommation (LED). De plus, chaque année depuis 2009 s'impose la réduction de l'impression du programme papier : 20 tonnes de papier économisées ; de même durant la fête, les transports en Commun Lyonnais (TCL) coopèrent à cet événement festif en fournissant un tarif réduit à 50% pour éviter la pollution de l'air par les véhicules.

De plus, depuis 2010, le trophée Récylum des Lumières Durables⁴¹ est mis à l'honneur pour féliciter l'artiste le plus écoresponsable et encourager les artistes à créer des œuvres plus innovantes, particulièrement en matière de développement durable. Avec plusieurs années de célébrations de la Fête des Lumières, la municipalité avec les collectivités locales concernées s'enrichit d'expériences relatives à certains savoir-faire qui leur permettent des expérimentations nouvelles adaptées à la réalité d'aujourd'hui.

Aussi, il s'agit de créer un pôle de compétence, ayant pour but de regrouper les villes lumières, à l'image de LUCI, pour rassembler non seulement des partenaires internationaux mais aussi régionaux.

En cette même année, la naissance de l'activité, « *Lumignons du cœur* », dans l'esprit de la Fête des Lumières, commence à jouer un rôle non négligeable dans le cadre de la Fête des Lumières. Cette opération a pour objectif de faire appel aux visiteurs à faire un don aux associations caritatives en vendant les lumignons au prix de 2 euros chaque année comme le résume si bien Bernard Devers, président fondateur d'Habitat et humanisme : « *Il s'agit de mettre en lumière, à cette occasion, les personnes en difficultés* »⁴². C'est la raison pour laquelle lors de chaque édition, une association caritative différente est choisie et coopère avec la Fête des Lumières et ainsi elle bénéficie d'un don important pour ses activités. À travers cette activité, on renforce l'image de la Fête des Lumières dans la tradition de charité ancrée dans cet événement symbolique et religieux qui est un autre aspect de la Fête des Lumières.

Tous ces événements évoqués ci-dessus ont un poids important tout au long du développement

41 Le trophée Récylum des Lumières Durables, consulté le 19/02/2018 source:

<http://www.fetedeslumieres.lyon.fr/fr/page/le-trophee-recylum>

42 Nadine Micholin, *Avec les Lumignons du cœur, Lyon ravive la flamme*, le Progrès, 25/11/2016

de cette fête, peu importe les réformes imposées, la tradition religieuse ou la modernisation, la Fête des Lumières devient celle que l'on peut admirer de nos jours, bien que transformée d'une fête religieuse en une fête moderne et symbolique, on maintient cependant un aspect caritatif pour les visiteurs ce qui oblige celui-ci à avoir un autre regard sur cette fête.

1.2.2- Les organismes d'exécution et leurs fonctionnements

Comme cette fête des Lumières a de l'ampleur, il est nécessaire d'avoir des organismes pour s'occuper de la programmation annuelle, de bien octroyer à la bonne personne chargée de son exécution, ainsi que de la promotion de cet évènement que ce soit avant et après. Dans ce cas, nous devons tout d'abord inciter l'association officielle de la Fête des Lumières à respecter le calendrier annuel qui fait la programmation artistique en fonction de son déroulement de préparation sur l'année et mois par mois. En plus de cette association officielle, nous devons aussi mentionner le travail de l'Office du tourisme dans l'accueil des visiteurs et la promotion publicitaire pour cette fête.

Véritable exécuteur de la Fête des Lumières

La fête des Lumières est organisée certes par la ville de Lyon, mais confiée à une cellule discrète, elle reste sous les directives du service de la Direction des événements de la Ville de Lyon avec la cellule nommée « Fête des Lumières ». Cette cellule ne s'occupe que de ce qui concerne cette festivité tout en coopérant avec la Ville de Lyon au niveau de l'organisation. Cette cellule est toute l'année en étroite collaboration avec l'ensemble des services de la Ville de Lyon (éclairage public, communication, protocole, économie et commerce, internationalité, sécurité et prévention...) mais également avec des services externes à la Ville (Grand Lyon, Région, Préfecture, Office du Tourisme...).⁴³ Cependant, cette association ne peut représenter la ville de Lyon, c'est-à-dire qu'elle ne peut pas être le porte-parole, toute annonce ne doit être proclamée que par la Ville de Lyon. Si nous regardons cette cellule de la Fête des Lumières, nous voyons tout d'abord ses ressources humaines dans laquelle il existe 3 postes principaux dédiés à cet évènement dont le but est de chercher à améliorer les projets et à découvrir de nouvelles idées, elle s'occupe aussi de l'évaluation des programmes artistiques, se charge d'engendrer de nouveaux programmes pour chaque édition et s'engage à communiquer avec les professionnels tels que les techniciens et les artistes, et dresse la mobilisation de tous. Au-delà des missions

⁴³ Site officiel de la Fête des Lumières, *ORGANISATION DE LA FÊTE*, consulté le 20/02/2018, source : <http://www.fetedeslumieres.lyon.fr/fr/page/organisation-de-la-fete>

principales auxquelles ces postes principaux contribuent, on trouve aussi 30 personnes embauchées par la Ville en renfort, dont 15 régisseurs qui ont 300 personnes sous leurs ordres mobilisés au niveau de la sécurité, des transports et d'interventions urgentes pour que cette fête se déroule bien et se termine bien tout en étant sous surveillance. Par ailleurs, cette association prend en charge la matière artistique et le service de presse de la ville de Lyon qui est le service de communication de la ville tout au long de l'année. Un calendrier annuel est donc proposé pour s'adapter aux travaux différents en fonction des mois. Le tableau [Tableau 1.2.2.1] ci-dessus nous démontre les phases bien divisées.

[Tableau 1.2.2.1] L'emploi du temps annuel de l'association officielle de la Fête des Lumières⁴⁴



Dans ce calendrier, nous voyons que les missions essentielles de cette équipe sont classées en 4 phases. La première phase : aux mois de janvier et de février, après l'achèvement de la Fête, elle s'engage à faire le bilan au niveau du budget, des programmes et à analyser les stratégies employées ainsi que tous les chiffres de l'édition, après, elle transmet au public le bilan annuel. Ensuite, durant la deuxième phase, elle fait un appel aux artistes. À partir du mois de mars, des appels sont lancés aux artistes pour faire venir des créations artistiques pour orner les lieux incontournables de Lyon tels que la Place Bellecour, le Parc de la Tête d'Or, la Place des Terreaux... Chaque année, cet appel réussit à rassembler un grand nombre de candidatures, environs 300 ou 400 chaque année, qui seront étudiées et sélectionnées par l'association ; du mois de juin au mois d'août, le nombre sera restreint à 12. Enfin, on entre dans la phase la plus importante de toutes les étapes, nommée la phase opérationnelle, pour 4 mois, de septembre à décembre. Pendant cette période, commence la communication avec la presse, arrivent surtout de nombreuses chaînes ou journaux internationaux pour faire des reportages visuels relatifs à la nouvelle édition. Des visites sont organisées par l'association la veille de la fête aux journalistes pour qu'ils aient des images pour leurs journaux le premier jour de l'ouverture. Comme en 2016, les articles et les reportages concernant la Fête des Lumières s'est accrus de 1.000 dans le

⁴⁴ Site officiel de la Fête des Lumières, *ORGANISATION DE LA FÊTE*, consulté le 20/02/2018, source : <http://www.fetedeslumieres.lyon.fr/fr/page/organisation-de-la-fete>

domaine médiatique.⁴⁵ Également, la conférence de presse de 2016 qui a présenté la Fête des Lumières a été la plus importante de toutes ces dernières années car elle a rassemblé plus de 120 journalistes. Ce sont donc les correspondants des grandes chaînes les plus importantes qui viennent de la région. Après, un petit déjeuner de presse a lieu à Paris avec les correspondants des grands médias et ceux de l'étranger aussi. À travers ses engagements, cette cellule a pour but de faire connaître partout les informations sur la Fête des Lumières. De plus, pendant ces 4 mois de préparation effective, pour que cette fête soit remarquée par le public, cette association doit s'engager à projeter toute sorte de publicité concernant cette festivité pour attirer le plus d'attention possible.

Office du Tourisme

Il est certain que l'association chargée de cette fête a un rôle important au sein de cet événement festif au niveau de l'organisation et de l'exécution. Cependant, l'Office du Tourisme, qui a deux agences, une **Place Bellecour** et l'autre à **Saint-Jean**, est aussi incontournable pendant la durée de la fête, elle s'occupe des affaires touristiques, prend en charge la promotion publicitaire. Dans son fonctionnement, il y a 3 choses importantes : **les visites proposées au public, l'accueil pour les visiteurs et le relais d'informations.**

Cet office propose, d'emblée, pendant la fête, certaines visites qui ne sont pas forcément indiqués dans le programme, mais aussi pour éviter des surcharges dans certains lieux et favoriser la découverte des nouveaux projets de l'année. Pour réaliser ce plan, l'association de la Fête des Lumières entreprend la formation de guides qui, après avoir été bien entraînés et s'être emparés des informations consacrées à la fête, peuvent s'approprier à offrir des visites bien ciblées. Par exemple, en 2017, 316 visites⁴⁶ guidées ont été proposées durant les 4 jours de la fête.

En outre, l'Office du Tourisme organise aussi l'accueil tout en se mettant à disposition du public pour toute consultation d'informations relatives à la fête ainsi que pour toute autre question touristique. L'Office du Tourisme octroie donc une place importante à la communication pour que les visiteurs aient tous les détails sur cette fête, par exemple : en 2017, l'Office du Tourisme a accueilli 22.587 personnes. A l'occasion des passages, l'Office du Tourisme enregistre la nationalité des visiteurs étrangers pour pouvoir analyser l'effet mondial que peut donner cette fête ; ensuite, il fait des statistiques annuelles en fonction des enregistrements. En 2017, par exemple, 45% de visiteurs sont étrangers, la plupart viennent des pays frontaliers tels que : (Top

45 En savoir plus, consultez l'annexe **III- Transcription de l'enregistrement d'interview**

46 Ville de Lyon, *Bilan de la Fête des Lumières 2017*, 12/2017

5 des visiteurs étrangers) : Italie, Espagne, Suisse, Royaume-Uni et Allemagne.⁴⁷

Par ailleurs, pendant la fête, ces deux Offices du Tourisme sont les plus fréquentés par le public étant donné leur proximité avec les lieux de projections : celui sur la Place de Bellecour et celui qui se situe à Saint-Jean (on l'appelle aussi Vieux-Lyon.). Ils peuvent non seulement servir au public en tant qu'accueil touristique, à la disposition du public, mais aussi être un relais d'informations. C'est-à-dire que même s'ils ne font pas partie de l'organisation du programme dans l'association de la Fête des Lumières, ils ont en charge de distribuer les informations de la fête (publicités, prospectus, brochures-papiers, réseaux sociaux...) aux autres Offices du Tourisme de la France voire internationaux.

La Mairie de Lyon

Le rôle de la Mairie est d'organiser cet événement et d'être son propre porte-parole pour communiquer avec le public. Cependant, l'association de la Fête des Lumières reste l'organisateur principal et l'âme des réalisations de la fête. C'est-à-dire bien que les services municipaux soient indiqués sur n'importe quelles publicités ou réseaux sociaux en tant qu'organismes principaux ; la Mairie a en charge l'approbation des projets proposés par l'association. Pour cela, dans ce système, la Mairie de Lyon a la direction de cette activité festive, anticipe et résout des problèmes potentiels posés tout au long de l'organisation de la fête. Elle est elle-même responsable de l'image de sa ville. C'est pourquoi elle s'occupe, en tant qu'émetteur, d'annoncer les dernières nouvelles à tout public (récepteur) comme par exemple lors de l'annulation de cette festivité en 2015, à ce sujet, une interview a été donnée par le Maire, Gérard Collomb, qui était en charge à cette époque.

Les organismes, cités ci-dessus, sont les principaux réalisateurs de la fête annuelle des Lumières et de son évolution. Mais nous avons pu constater que l'Office du Tourisme et l'association de la Fête des Lumières sont sous « contrôle » de la Mairie bien qu'ils aient un rôle important dans cette fête. Pour cela, ils se présentent parfois aussi en tant que Ville de Lyon.

⁴⁷ Ville de Lyon, *Bilan de la Fête des Lumières 2017*, 12/2017

1.3- L'édition 2017 de la Fête des Lumières

1.3.1 Applications technologiques et contraintes de sécurité

Comparées aux années précédentes de 2015 et 2016, l'édition de 2017 (18ème) revient sur le « rail » normal, c'est-à-dire dans une durée de quatre jours ; cependant, la zone d'installation reste encore restreinte autour de la Presqu'île. En 2015, en raison des attentats du 13 novembre à Paris, en hommage aux victimes, la fête de 2015 a été exceptionnellement annulée. En 2016, du fait que la France était sous le régime de l'état d'urgence (11/2015 – 07/2017), l'espace de la fête a été réduite à la Presqu'île et au Vieux Lyon et pour seulement une durée de trois jours. Après un an d'annulation et deux ans d'espace restreint et de mise en sécurité de la Ville, certains groupes de public ne voulaient plus venir à cette fête. La participation a été sévèrement réduite : avant 2016, il y avait 3 millions de spectateurs environ ; en 2016, 2 millions ; en 2017, le chiffre est descendu jusqu'à 1,8 million. Malgré tout, *Jean-Yves Sécheresse, l'adjoint à la sécurité du maire de Lyon, dit vouloir que la Fête des lumières recouvre son aspect rassembleur. Et insiste sur la volonté de faire oublier le dispositif de sécurité aux participants.*⁴⁸ L'évolution de la Fête des Lumières n'a donc cessé de progresser pour lutter contre toute menace et a poursuivi cependant de nouveaux programmes artistiques sur place et consultables en ligne pour faciliter la visite, tout en créant une zone bien sécurisée pour le public.

Applications technologiques

Avec les nouveaux moyens technologiques, le public est de plus en plus devant les écrans. C'est la raison pour laquelle la Ville de Lyon a, pour la première fois, en 2013, lancé une application sur smartphone, pour rendre la visite encore plus efficace et plus visuelle ; le public a pu immédiatement consulter de nouvelles informations relatives à la fête, planifié son parcours préféré. Sur cette application, le public trouve l'ensemble des programmes, les lieux d'installations et leurs localisations très précises. L'application s'appuie sur trois temps du calendrier officiel et annuel : **Avant la Fête** : *l'application permet de s'organiser pour venir à Lyon, de préparer son agenda, de découvrir la ville...* **Pendant la Fête** : *la programmation artistique offre une vue détaillée des œuvres présentées. Les informations qui facilitent les déplacements (plan, horaires des transports en commun, positionnement des parkings...) sont*

⁴⁸ Lucas Larcher, *Fête des lumières 2017 : la sécurité ne doit pas nuire à la fête*, Lyon Capitale, 02/12/2017

*mises en avant. Après la Fête : c'est l'heure de revivre l'événement en photos et vidéos.*⁴⁹

De plus, avec la parution de cette application, le nombre de brochures-papiers s'est réduit favorisant ainsi l'écologie environnementale. En 2016, pendant la fête, les téléchargements de l'application ont été de 29 570 ; en 2017, de 48 376. Cependant, on continue à réaliser chaque année un programme-papier pour toucher tout public ; celui-ci sert aussi sur internet, mais s'adresse à un public plus averti : cette application numérique est plus pratique et détaillée.

Qui plus est, pour la Fête des Lumières, la Ville de Lyon a ses propres comptes sur les réseaux sociaux : Twitter, Facebook, Instagram et son propre site officiel... Pour attirer davantage l'attention du public avant, pendant et après la Fête des Lumières, la ville poste une vidéo d'extrait des animations, inclut des articles dans ses revues, dans son site, communique avec les pages des réseaux sociaux du fait de leur commodité et de leur accessibilité. Cependant, les mises à jour des informations sur ce genre de sites très « cliqués » sont vite noyées. C'est pourquoi la Ville de Lyon se charge elle-même des messages essentiels qu'elle passe soit avec des « spots, soit des vidéos en direct ; des informations plus détaillées sont mises sur le site officiel. Pour cela, le site officiel écrème l'essentiel pour les archives sous le nom de rétrospectives précisant des critères valables pour toute édition : enregistrements des installations, actualités, programmes précis... A travers ces réseaux sociaux se créent un lien interactif entre le public et la Ville de Lyon pour solliciter des idées, des opinions sous forme de commentaires ainsi la ville pourra rectifier et développer progressivement une meilleure édition.

Contraintes de sécurité

Après les attentats du 13 novembre 2015 à Paris, toute la France commence à vivre dans une atmosphère tendue avec le déclenchement de l'état d'urgence, le public devient plus stressé et ne veut plus participer à de grandes manifestations pour sa sécurité personnelle, ce qui va retentir sur la Fête des Lumières. En 2015, le Maire de Lyon, **Gérard Collomb** a annoncé « [...]J'ai échangé mardi avec Manuel Valls et Bernard Cazeneuve sur la question du maintien ou du report de la Fête des Lumières. Les faits nouveaux qui sont apparus hier confirment que la menace persiste à un niveau élevé. Nous avons décidé que la Fête des Lumières ne pouvait se dérouler sous sa forme habituelle, festive, poétique, légère. Nous allons donc transformer la Fête

⁴⁹ Description de l'application de la Fête de Lumières 2017, <https://play.google.com/store/apps/details?id=com.micropole.android.fdl>, consulté 06 /03/2018

*des Lumières en un hommage aux victimes des attentats de Paris[...] ».*⁵⁰ Cette fête a donc été annulée pour deux raisons principales : pour rendre hommage à toutes les victimes des attentats ; pour sécuriser les touristes, la fête catholique avec sa procession et rassemblements peut devenir la cible d'attentats. C'est ce qui était dit dans le programme de l'édition de 2016 : *L'an dernier, les tragiques attentats de Paris nous avaient conduits à transformer la Fête des Lumières en un hommage aux victimes. Nous tenions cette année à réaffirmer notre fidélité à cette tradition emblématique de notre métropole et à renouer avec sa dimension festive tout en protégeant nos concitoyens. C'est la raison pour laquelle nous avons décidé de limiter le périmètre de cette édition, afin de pouvoir mettre en place des dispositifs de sécurité renforcés, indispensables dans le contexte actuel.*⁵¹ Pour cela, l'espace de la fête a été restreinte et mise sous contrôle dans une zone précise : la Presqu'île.

Avant les attentats, la Fête des Lumières se déroulait sur toute l'agglomération et les illuminations étaient davantage concentrées sur le Ville de Lyon bien au-delà de la Presqu'île, **(Voir Annexe : Images de l'Envergure de la Fête des Lumières : édition 2014 2016 2017)**. À travers les plans de la fête de 2014, nous remarquons que les lieux choisis pour les installations illuminées ne sont pas limités, s'étendent à chaque coin de la Ville de Lyon : Parc de la tête d'or, quartier des Confluences... Ceux qui permettaient aux artistes d'avoir plus de d'espaces pour réaliser leurs créations. On peut déjà constater la préoccupation sécuritaire de la Mairie de Lyon car dès 2016 elle décide de restreindre la zone festive dans le centre de Lyon pour des raisons de sécurité : vigilance facilitée, mobilisation doublée de la police et de l'armée... Avant les attentats de 2015, il n'y avait que 600 policiers pour la sécurité ; en 2017, le nombre de policiers, gendarmes et militaires a été doublé et a atteint 1 300 personnes, ainsi que 250 pompiers de 8 casernes et 4 équipes médicales. De plus, un drone Reaper de l'armée de l'air circulait au-dessus de la ville en soutien aux hélicoptères de surveillance aérienne. En plus, une société privée de sécurité a travaillé pour la ville de Lyon dans laquelle 350 personnes ont été embauchées. Avec un tel renforcement sécuritaire, toutes les sorties et entrées étaient strictement surveillées. Auprès de chaque installation, il y avait des bornes pour faciliter la circulation de la foule tout en la contrôlant et éviter de mettre les participants en danger. Ainsi les attentats ont mis un frein à la participation des visiteurs surtout étrangers. Avant l'événement sanglant, chaque année, cette fête prévoyait en moyenne 3 millions voire 4 millions de participants. Pendant l'état d'urgence, les compagnies d'assurance ne couvrent plus les séjours des visiteurs étrangers ce qui a arrêté les

50 P-a Triollet, *Lyon : la Fête des Lumières annulée ...*, FocuSur, 11/ 2015

51 Programme de la Fête des Lumières l'édition 2016, Édito, 2016

déplacements notamment des visiteurs asiatiques en France. Quant aux touristes européens, ceux-ci continuent à se déplacer car ils s'habituent progressivement à ces nouveaux risques. L'état d'urgence a été retiré en septembre 2017, c'est la raison pour laquelle cette fête arrive de nouveau à envisager avec la 18ème édition, le retour des visiteurs étrangers. Nous pouvons constater que le pourcentage des participants étrangers a fait une hausse légère de de 40% à 45% entre 2016 et 2017 ce qui prouve que cette fête a encore de l'influence dans le cœur du public malgré tout.

1.3.2 Les programmes au regard de l'identité de la ville

La Fête des Lumières a une histoire datant d'au moins 200 ans à partir de l'inauguration de la statue de la Vierge en 1852. Non seulement le rayonnement de cette fête a un poids très significatif pour cette ville, mais aussi le lieu où elle se situe géographiquement octroie une autre image identitaire pour cette ville. Ainsi, à travers la religion et les lieux d'installations sont donc décidés les programmes toujours en termes de « **Lumières** ».

Lyon est traversé par deux cours d'eau : le Rhône (fleuve) et la Saône (affluent). En raison de leurs configurations, la Ville de Lyon se donne à voir en trois parties : la rive droite de la Saône, la Presqu'île (entre la Saône et le Rhône) et la rive gauche du Rhône. Du côté de la rive droite de la Saône se trouve la colline de Fourvière et de la Croix-Rousse sur lesquelles s'est implantée au tout début la colonie romaine et où se situent les sites patrimoniaux : l'ancienne Lugdunum, les théâtres romains... Aussi, sur une de ces collines se trouve la basilique de la Fourvière où la Fête des Lumières se déroulait avec son histoire avec la Vierge. En raison de la domination romaine mais aussi de son caractère religieux, ce quartier a été en premier développé. Ensuite, entre ces deux rivières se situe la Presqu'île, qui, elle, est considérée comme le centre de Lyon. Sur la Presqu'île s'installent les monuments classiques les plus admirables qui embellissent la silhouette et l'ornement de la ville : Hôtel de Ville, Palais de la Bourse, le théâtre des Célestins... En outre, environ 300 bâtiments dans cette zone sont préservés grâce à la loi des « *immeubles ou parties d'immeubles publics et privés qui, sans justifier une demande de classement immédiat, présentent un intérêt historique et artistique suffisant rendre recevable leur présentation.* »⁵² Qui plus est, à partir de 1999, la Presqu'île et le quartier du Vieux Lyon sont évoqués et cités dans le cadre du Patrimoine Mondial par l'UNESCO. Enfin, sur la gauche du Rhône est situé le quartier de la Part-Dieu qui est le dernier projet dans l'urbanisation lyonnaise. Dans cette zone bien modernisée, ces bâtiments innovants en matière d'architecture et de « technologies » engendrent une autre

52 Art. L621-25 du code du patrimoine.

image pour cette ville : Tour de la Part-Dieu, Cité internationale, le musée contemporain...

Ces trois lieux géographiques mentionnés ci-dessus communiquent déjà avec le public l'idée générale de choisir où doivent être mises les installations pour l'organisation de programme de chaque édition, et donne un regard identitaire pour la ville de Lyon. Cependant, les lieux choisis par la Ville de Lyon pour mettre bien en valeur les installations et qu'elles soient vues par le plus de monde possible, auront un impact sur le public quant à ses opinions sur les programmes. D'après **Gilles FLOURET (Chargé des Grands Projets, Direction des Evènements et de l'animation de la Ville de Lyon)**, *le choix et la décision des lieux d'installations est pourtant très facile à prendre*⁵³. En fonction de sa taille et de sa disposition, un lieu peut être l'ultime choix : par exemple, pour **la Place Bellecour**, qui n'a pas de murs, il est nécessaire de mettre des objets ; c'est pourquoi la place de Bellecour a été transformée en un grand jardin. Contrairement à celle-ci, **la Place des Terreaux**, cernée par des immeubles, va être le lieu de projections sur leurs façades. Ainsi il y aura aussi des installations artistiques tout au long du parcours prévu par exemple, on a pu installer entre **le théâtre romain** et **la Gare de Saint-Paul** une projection, dans l'édition 2017, sur la façade du **lycée Jean-Moulin**. Il y a aussi des lieux emblématiques et incontournables comme **la Basilique de Fourvière** et **la cathédrale Saint-Jean**. La basilique de la Fourvière porte le véritable sens de la Fête des Lumières, elle a une vue panoramique sur toute la ville de Lyon, c'est pourquoi, ces dernières années, a été installé un grand panneau lumineux avec l'inscription « Merci Marie », visible depuis toute la ville et rappelant ainsi le sens véritable de cette fête et donnant au public une image identitaire permanente de cette ville. De plus, à partir de **la cathédrale de Saint-Jean et jusqu'à la colline de Fourvière** a lieu la procession aux flambeaux chaque année (même en 2015, sous la responsabilité de Gérard Collomb, Maire, la procession a quand même été exécutée alors que les autres festivités avaient été annulées). Le 8 décembre, fête de l'Immaculée Conception, est considéré comme l'évènement religieux le plus important de France, les visiteurs sont invités à tenir des flambeaux à la main sous forme de fleur blanche pour monter à la basilique de la Fourvière. Tout au long de la montée, des prières et des cantiques accompagnent la marche, l'évêque et les prêtres sont en tête de la procession et guident le public pour accomplir cet hommage à la Vierge.

Qui plus est, depuis 2005, il y a aussi les « *Lumignons du cœur* », c'est une activité caritative qui fait appel à la générosité du public chaque année. Cet évènement a pour but de collecter des fonds qui seront reversés intégralement à l'association choisie cette année-là. La vente des lumignons au prix de 2 euros fait appel à la générosité de tous les participants. En 2017, *les*

53 Consultez l'Annexe- **III Transcription de l'enregistrement d'interview**.

Lumignons du cœur ont mis à l'honneur l'association « **Laurette Fugain** » qui, depuis 15 ans, lutte contre la leucémie des jeunes (cancer du sang). **Laurette Fugain** a été elle-même victime de cette maladie, son visage a été réalisé sous forme de fresque dans le lieu réservé à cet événement à savoir le **Théâtre Antique de Fourvière**, l'association choisie installe les lumignons achetés par les visiteurs et les installe dans les gradins et invite les visiteurs à venir contempler ces illuminations naturelles faites de cire.

À part les lieux emblématiques et ceux qui émanent du programme traditionnel ancré dans cette fête, il y a des lieux plutôt réservés aux étudiants des écoles d'architecture, de design, ou d'ingénieurs ayant pour but de les inspirer et de s'y engager en montrant leurs œuvres. Par exemple, dans l'édition 2017, à côté de la basilique de Fourvière, il y a eu des installations montées par les étudiants, intitulées *Workshop et Projets Mapping Emergence*, qui sont projetées sur la façade de la résidence du Crous Jean Meygret. Ainsi la participation des étudiants voire des lycéens rend cette fête encore plus vivante et plus créative, impliquant aussi les nouvelles générations.

Il y a aussi certains nouveaux bâtiments de la Ville de Lyon où l'on peut faire des projections : **l'Hôtel Dieu** en restauration, mais aussi les nouveaux bâtiments dans le quartier **des Confluences**. Néanmoins, pendant l'édition 2017, avec les contraintes de sécurité, les installations restent « censurées » et ne peuvent être réalisées que sur le périmètre de la Presqu'île. Cependant, selon **Gilles FLOURET (Chargé des Grands Projets, Direction des Événements et de l'animation de la Ville de Lyon)**, de nouveaux programmes pourront être montés sur une zone plus étendue à partir de la prochaine édition 2018⁵⁴ en raison du soulagement de sécurité après l'annulation du régime de l'État d'urgence.

Avec l'organisation de programmes réalisée par la Ville de Lyon, bien que des événements inattendus (les attentats...) ont surgi, les lieux emblématiques sont restés actifs (la Basilique de la Fourvière et la Cathédrale de Saint-Jean...) avec des activités (la procession, les lumignons du cœur...), avec des installations bien illuminées et créatives, ce qui donne une icône identitaire au public de la ville de Lyon comme Ville de Lumières mais aussi comme une fusion heureuse entre traditions culturelles et modernité !

54 Consultez l'Annexe- **III Transcriptions de l'enregistrement d'interview**.

II- LES ENJEUX DE LA COMMUNICATION PUBLIQUE DE LA FÊTE DES LUMIÈRES POUR LA VILLE DE LYON

2.1 Enjeux politiques de la Fête des Lumières

2.1.1-Aperçu du premier grand changement du 8 décembre avec Michel Noir, Maire (1989-1995)

Du temps du mandat de Michel Noir (1989-1995) comme Maire, la Municipalité se trouve dans une période où la communication publique met l'accent sur les publicités, le marketing territorial et l'image identitaire ; c'est-à-dire que chaque circonscription fait des efforts pour trouver sa propre identité, donc dans le cas de la ville de Lyon – c'est sur les Lumières que cette ville va s'orienter de façon incontournable.

Suite à sa réussite à l'élection municipale, Michel Noir a l'ambition de faire la publicité pour la Ville de Lyon, il prend alors l'image de la Basilique de Fourvière et non pas celle de l'histoire religieuse malgré l'inscription lumineuse visible depuis la ville entière « A Marie, Mère de Dieu », il se penche sur l'image de la cité : « *telle qu'elle entend se signaler, le laps d'une soirée d'exception, à l'attention du pays tout entier, voire à l'attention des cités-sœurs des réseaux européens dans lesquels elle est inscrite.* »⁵⁵ La municipalité de Michel Noir assoit donc un stratagème d'investissement, mis en place dès l'été 89, à propos de l'ouverture de l'espace festif du 8 décembre. Cette stratégie s'appuie sur 2 objectifs principaux : « *combiner tradition et innovation de telle sorte que le rituel témoigne autant de la solidité des ancrages historiques de la ville que du dynamisme de ses acteurs ; conférer une portée nationale, voire internationale, à un événement jusqu'alors vécu et pensé à la seule échelle locale.* »⁵⁶ Le premier objectif choisi se fait par l'appel de techniciens pour les illuminations et par le choix des établissements dans l'espace public lyonnais : par exemple la halle Tony Garnier ; le deuxième but est d'insérer des installations illuminées au cœur des espaces pour cet événement significatif, c'est ainsi qu'est né **le Plan-Lumière**⁵⁷ déclenché depuis cette année-là mais peu connu internationalement. Il s'agit d'éclairer la ville au public et de revaloriser le patrimoine, d'embellir la façade des monuments. Ce plan, est fait en collaboration avec l'adjoint à l'urbanisme, Henry Chabert, ensemble ils

55 Phillipe Dujardin, « Lyon 1989 : un 14 juillet en décembre ? » dans *Mots*, n°31, juin 1992. 1789 : Révolution française / 1989 : Bicentenaire. Gestes d'une commémoration, 1992, p. 82

56 *Ibid*, p. 82

57 *Ibid*, p. 83, Le plan-Lumière répond à l'impératif : « La ville doit être mise en scène ». Cf. Péditorial d'**Henry Chabert**, adjoint de Michel Noir, chargé de l'Urbanisme et des espaces publics, dans Un plan Lumière pour la ville de Lyon. Sa mise en œuvre, amorcée le 8 décembre 1989, est étalée sur trois ans ; son budget est de 30 millions de francs.

cherchent à mettre le 8 décembre en valeur : « *le plan lumière participe à la stratégie générale de valorisation de l'espace urbain et d'amélioration de la vie de la cité. Il renforce le sentiment d'appartenance des habitants à la ville.*⁵⁸ » Ainsi, la fête du 8 décembre est donc, à partir de ce plan, appelée « Fête des illuminations », avec toujours un logo « éclairé » et une image identitaire forte pour promouvoir la Ville de Lyon. On voit ainsi apparaître **la liste de bâtiments mis en lumière de façon pérenne**, pour rendre la silhouette nocturne de la Ville de Lyon encore plus illuminée ; de plus, à travers ce plan, on souhaitait que cette ville puisse bénéficier de retombées économiques encore plus importantes en attirant plus de touristes pour participer à cette fête. C'est pourquoi de plus en plus d'acteurs locaux se sont impliqués : commerçants, professionnels, organismes publics et privés, etc... C'est la raison pour laquelle avec ce plan, on voit se multiplier l'intervention de divers secteurs. Par exemple, Laurent Fachard, éclairagiste de théâtre s'implique dès le début dans la démarche de ce plan. Il élabore un éclairage au sol sur la place des Terreaux pour créer un lien entre son œuvre et l'espace public, ce qui donne une nouvelle façon de voir ou de considérer l'espace public. C'est la raison pour laquelle, pendant les années 1990, apparaît un « référentiel lumière » : *il s'agit d'un cadre analytique général pour l'action, un guide à partir duquel la coopération et les échanges entre les différents acteurs (acteurs publics, entreprises, et artistes) s'organisent autour de la lumière urbaine.*⁵⁹

Avec le Plan Lumière mis en scène par la municipalité de Michel Noir, la Fête des Lumières commence à être considérée et intervient comme sujet du développement urbain dans les décisions municipales, l'initiative populaire devient l'initiative municipale. C'est sans précédent pour la Fête des Lumières. Lors de l'interview avec le pape de la lumière, **Alain Guilhot**⁶⁰, celui-ci énonce : *Je tiens à insister sur le rôle qu'ont joué Michel Noir et Henry Chabert, car il est fondamental. Ils sont réellement à l'origine de cette prise de conscience sur le rôle que pouvait jouer la lumière dans l'animation de l'espace urbain. Ce sont eux qui ont permis aux concepteurs lumière de s'exprimer. C'est d'ailleurs à Henry Chabert que l'on doit le terme de plan lumière, qui est aujourd'hui décliné à travers le monde, comme il avait inventé le plan bleu pour le Rhône et la Saône, ou encore le plan couleur pour les façades de la ville [...].*⁶¹ La Ville de Lyon envisage sa métamorphose avec les mises en valeur de lumignons, avec l'illumination de bâtiments, tout ceci réussit à mettre en valeur la Ville de Lyon en lui donnant un nom

58 Vincent Laganier, *Lyon- ville lumière : 1989-1999*, Light Room Lumière, 12 / 2013

59 École normale supérieure(ENS), *compte-rendu Le Plan Lumière : un art lyonnais de faire la ville*, Département Géographie et Territoires, source : <http://www.geographie.ens.fr/Le-Plan-Lumiere-un-art-lyonnais-de.html?lang=fr>, consulté le 28/03/2018

60 Alain Guihot, le président fondateur, en 1976, au service de la lumière au sein d'Architecture Lumière.

61 Jacques DONNAY, *Alain Guilhot, le pape de la lumière*, Grand témoin, 08/ 2016

significatif : Ville des Lumières.

Après Michel Noir, son successeur, Raymond Barre⁶² prend en charge la ville. Pendant sa mandature, en 1998, son adjoint à l'Urbanisme, toujours Henry Chabert, lance l'idée d'organiser un « festival » des lumières autour du 8 décembre. Le « Festival Lyon Lumière » est donc lancé en 1999, ce fut la première édition de la nouvelle Fête des Lumières. À vrai dire, il ne modifie, ni améliore autre chose que le Plan déjà proposé par Michel Noir, cependant, il change la durée de la fête d'1 soirée en 4 soirées d'affilée, et avec l'ambition que cet événement festif ait une réputation non seulement régionale mais aussi nationale et internationale. Pour le lancement de la nouvelle version de la Fête, la municipalité essaie de mettre en valeur les lieux accessibles de la ville, d'une manière pérenne ou éphémère : les portes de la ville ou les bâtiments historiques, qui, eux-mêmes sont porteurs de message politique frappant. Le nouveau maire a donc le même but que son prédécesseur pour que la Ville de Lyon soit la « ville lumière ».

2.1.2- Mises en valeur de la Fête des Lumières avec Gérard Collomb, Maire (2001-2017)

Après Raymond Barre commence le mandat de Gérard Collomb⁶³ en 2001 qui, avec l'aide de Gilles Buna, Adjoint chargé de l'urbanisme et du développement durable, vont donner encore plus de relief à cette fête pour son rayonnement sur la scène internationale. Pendant son mandat, apparaissent deux nouveautés qui vont marquer la Fête des Lumières : le Lighting Urban Community International (LUCI), s'appuyant sur trois objectifs principaux : **Échanger** : faciliter l'échange entre les membres en organisant des visites de terrain, des conférences internationales... ; **Promouvoir** : mettre en évidence les meilleures pratiques et les projets exemplaires ; **Progresser** : participer à une vision prospective de l'éclairage urbain (projets de recherche, actions de coopération décentralisée...), en 2002 et le nouveau Plan Lumière en 2005, qui font que la Fête des Lumières sera connue mondialement. Tout en améliorant la vie sociale et culturelle de la ville, le souci de l'importance de la protection de l'environnement se fait jour et attire ainsi de plus en plus de partenaires donateurs et investisseurs pour développer des programmes artistiques respectueux des énergies renouvelables. Comme le dit Gérard Collomb, lui-même : *L'excellence des compétences lyonnaises dans le domaine de la « conception lumière » et de l'éclairage urbain constitue aujourd'hui un atout essentiel du rayonnement international de Lyon et de son agglomération. Ce que les services et les agents de la Ville de Lyon comme du*

62 Maire de Lyon, 1995-2001.

63 Maire de Lyon, 2001-2017.

*Grand Lyon ont réalisé depuis plus de 15 ans à travers le Plan Lumière et le développement de la Fête des Lumières a profondément fait évoluer notre environnement social, urbain et culturel.[...] Reconnue comme un pôle de compétence majeur sur les enjeux de la lumière urbaine, Lyon est à l'origine de la création de LUCI, un réseau mondial des Villes Lumière qu'elle préside, et qui permet aux villes de confronter leurs expériences et de et de partager leurs compétences.[...] Cette perspective sera, dans les années à venir, au cœur des transformations de notre Cité en prenant toute sa part au développement urbain, économique et culturel de l'agglomération ainsi que de son image auprès des visiteurs du monde entier.*⁶⁴ Le discours que Gérard Collomb a lancé dans l'extrait du Nouveau Plan Lumières englobe l'idée d'élargir la zone éclairée à toute l'agglomération lyonnaise urbaine (*Jusqu'à 2014, on partait du quartier de Confluence pour aller vers la Part-Dieu. Dans le quartier de Confluence, on trouvait plein de nouveaux bâtiments en fin de construction*)⁶⁵ ainsi que toutes les perspectives de Michel Noir à savoir : l'image définitive « Lumières » pour la Ville de Lyon, l'embellissement de la ville la nuit. Ce qui permettra l'évaluation de la transformation de la Fête des Lumières. Le débat de l'image identitaire de la Ville relatif au pouvoir politique local est donc provoqué.

Cette fête était, tout au départ, basée sur une cérémonie religieuse. Cependant, toutes les modifications proposées et effectuées par les municipalités pour cette festivité, étaient de mettre l'accent sur la publicité en mettant en lumière d'abord les bâtiments de cette ville et non plus sur les rites des origines telles que poser les lumignons au bord de la fenêtre et se rendre devant la Basilique pour honorer Marie pour sa bénédiction pendant la période de la peste, le public commence à ne plus se souvenir de la physionomie originale du 8 décembre avec le risque de voir disparaître le poids historique de cette fête. De plus, Raymond Barre avait étalé la Fête sur 4 soirées en 1999, le 8 décembre restait, quand même 3 ans après le changement de durée, le jour le plus fréquenté par les participants. Mais, dès l'édition 2002, la fréquentation s'est faite sur les 4 nuits. Dès 2002, la perte du sens de la tradition de la fête est repérée et sera mise en débat à partir de l'année 2003. La municipalité de Gérard Collomb en est consciente. Durant une réunion du conseil municipal en novembre 2003, la réponse de Gérard Collomb aux intervenants qui soulèvent cette question, fait preuve d'ores et déjà qu'il a pleinement conscience de ce risque relatif à la Fête des Lumières : « [...]Nous ne renions pas la tradition, mais la tradition n'est pas

64 Ville de Lyon, Le Nouveau Plan Lumière, 2005, https://www.lyon.fr/sites/lyonfr/files/content/migrated/787/158/PLAN_LUMIERE_VF_BD-0.pdf, consulté le 29/03/2018

65 Consultez l'Annexe **I-Image de l'Envergure de la Fête des Lumières (éditions 2014 2016 2017)** et **III-Transcription de l'enregistrement d'interview.**

*l'immobilisme.»*⁶⁶ C'est la raison pour laquelle à partir de l'année suivante 2003, une action opérationnelle dite de « Retour aux sources », est axée sur le rappel du vrai sens de la tradition religieuse de la Fête tombée presque dans l'oubli. Cette idée trouve sa réalisation dans le projet d'éclairage de l'Abbaye et du quartier d'Ainay ; ce quartier très ancien et porteur de la tradition de la Ville est significatif pour les lyonnais de l'importance des origines, particulièrement pour les catholiques. Cette opération mise en place consiste à diminuer l'éclairage public et à demander aux habitants de mettre plus de lumignons qu'auparavant au bord de leurs fenêtres pour redonner l'image traditionnelle de la Fête.

Qui plus est, en 2015, la décision prise par Gérard Collomb d'annuler la Fête des Lumières, va ébranler non seulement le public mais aussi les membres de la municipalité. Même, l'ancien adjoint Henry Chabert confirme que, pour lui aussi, cette décision est dure à prendre et à l'annoncer : *« Il ne faudra pas en vouloir à Gérard Collomb s'il décide de prendre cette décision.»*⁶⁷ Cette annonce soudaine qui a lieu 3 semaines avant l'événement, pousse toute la municipalité de Gérard Collomb dans un dilemme : cette annulation fulgurante peut premièrement faire un grand impact sur la Ville de Lyon au niveau des retombées économiques mais aussi créer un différend et une perte de confiance entre la municipalité et le public, surtout pour ceux qui avaient préparé. Cependant, durant la conférence de presse pour l'annulation de la fête des lumières, le Maire de Lyon accorde ses paroles à celles du public : *« [...] Nous ne voulons pas y renoncer, parce qu'elle est l'évènement le plus emblématique de notre ville, parce qu'elle est constitutive de notre identité. Nous allons donc transformer la Fête des Lumières en un hommage aux victimes des attentats de Paris, il aura lieu le 8 décembre. Ce jour-là, nous appelons tous les Lyonnais à illuminer notre ville. »*⁶⁸ Il est sûr et certain que cette décision a une influence manifeste sur cette fête que ce soit du côté de l'émetteur (le maire) ou du récepteurs (le public) de ce message. Néanmoins, cette annulation va renforcer le vrai sens du 8 décembre qui a pour but de rassembler tout le monde dans la ville malgré les difficultés, geste de « solidarité », qui va faire ainsi référence à l'histoire de cette époque en 1852 : les Lyonnais avaient besoin de se rencontrer pour empêcher la guerre civile. Dans ce cas, l'image traditionnelle de la Ville de Lyon à savoir la lumière et la solidarité sont donc toutes deux rappelés par le scintillement des lumignons, seule lueur de cette époque ténébreuse.

En 2016, sous le régime de l'Etat d'urgence, la fête des Lumières a failli connaître une deuxième

66 Frédéric POIGNARD, *Municipal : le conseil cherche le sens du 8 décembre*, Lyon Figaro, 24 / 11 / 2003.

67 Florent Deligia, *Lyon : la Fête des Lumières aura lieu d'une manière ou d'une autre*, Lyon capitale, 18 / 11 / 2018

68 Le Progrès, *Conférence de presse pour l'annulation de la fête des lumières à Lyon le 8 décembre 2015*, 2015, source vidéographique : <https://www.dailymotion.com/video/x3ejsxt>, consulté le 30 / 03 / 2018

année d'annulation. Christophe Boudot, l'élu du Front National, demande officiellement l'annulation de l'édition 2016, souhaitant que la municipalité lyonnaise continue le dispositif mis en place l'an passé, en raison de la sécurité : "*ni Gérard Collomb ni le préfet n'ont la possibilité matérielle d'assurer la sécurité des Lyonnaises et des Lyonnais lors d'une telle manifestation d'envergure.*"⁶⁹ Cette demande suscite un débat. La Mairie de Lyon, en tant qu'organisatrice de cet événement, va faire émerger par les mots du maire un autre concept : « *On ne pouvait pas annuler une deuxième fois l'ensemble de l'événement, cela serait revenu à céder aux terroristes [...] Supprimer une deuxième année, ça serait en terminer définitivement avec cette fête.* »⁷⁰ Selon lui, la question est de bien savoir comment amener les touristes dans une zone bien sécurisée et non pas de supprimer à nouveau cette activité emblématique. C'est ainsi que les événements enclenchent des transformations, la fête doit retrouver une autre forme tout en gardant celle d'antan. Si elle doit se poursuivre dans les années à venir, il faut qu'elle s'adapte dans n'importe quelle circonstance. Par conséquent, la Ville de Lyon va restreindre le périmètre à la Presqu'île et la durée à 3 jours.



69 Justin Boche, *Lyon : le FN demande l'annulation de la Fête des lumières 2016*, Lyon Capitale, 30/08/2016

70 Rue89Lyon, *Fête des Lumières 2016, circonscrite dans une portion centre de Lyon*, 10/10/2016, source : <https://www.rue89lyon.fr/2016/10/10/fete-des-lumieres-circonscrite-portion-centre-lyon/>, consulté le 30/03/2018

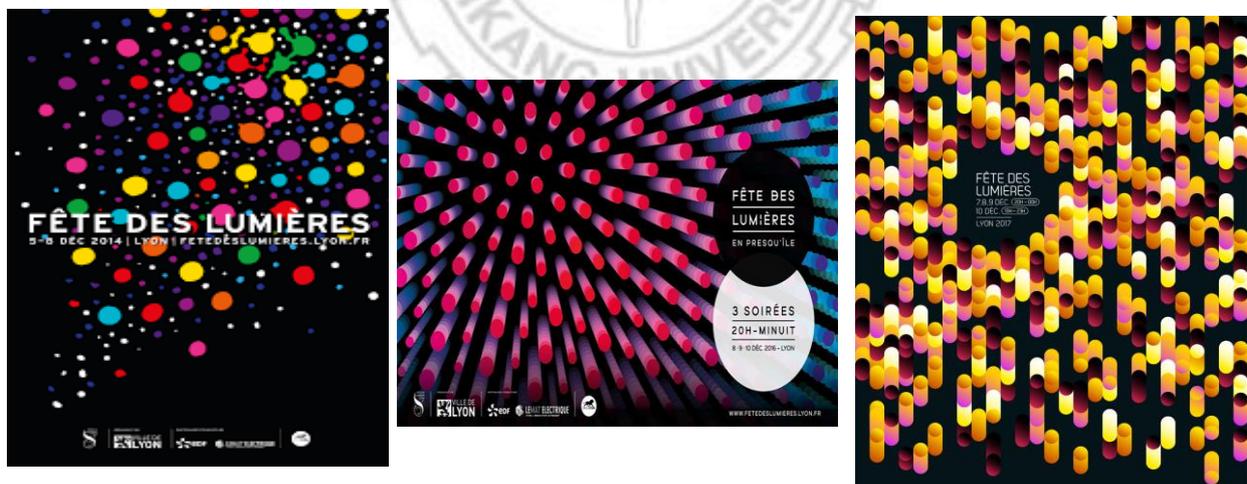
2.2- Enjeux médiatiques de la Fête des Lumières

2.2.1- Diffusions médiatiques

Il est nécessaire que, dans chaque grande festivité, il y ait une grande force médiatique de promotion pour attirer l'attention du public le plus possible. Bien sûr, cela fait partie de la communication publique. Le succès d'un événement dépend de sa médiatisation. Ce qui est aussi le cas de la Fête des Lumières.

Pour la Fête des Lumières, dans le premier chapitre intitulé « *1.2.2- Les organismes d'exécution et leurs fonctionnements* » nous avons parlé du véritable exécutif « cellule municipale » qui pousse cet événement progressivement vers la scène régionale et puis celle internationale. Cette cellule joue un rôle très important dans le domaine de sa propre communication mais aussi auprès des médias. Tout d'abord pour faire connaître la fête, la municipalité insère des moyens traditionnels promotionnels, achète des espaces de publicités par exemple dans le métro de Paris ou de Marseille quelques semaines avant que cette activité démarre⁷¹. Dans ce cas, le public peut, même s'il n'est pas sur place, connaître cette nouvelle à travers des affiches dans les transports. Et la forme des affiches sont toujours basées sur le motif de « lumignons » comme le montre les affiches suivantes :

[Image 2.2.1.1] les affiches de la Fête des Lumières – les éditions de 2014, 2016 et 2017⁷²



D'autant plus que cette cellule fait, elle aussi, le programme dédié à chaque édition et le met à disposition du public dans les Offices de Tourisme régionaux, nationaux ou bien internationaux,

71 Consultez l'Annexe- III **Transcription de l'enregistrement d'interview.**

72 Images (Affiches) consultées sur le site officiel : <http://www.fetedeslumieres.lyon.fr/fr>

mais aussi auprès des hôtels de proximité. Le programme est toujours sous forme de brochures-papiers ou bien de flyers, qui sont faciles à transporter, tirés à 35 000 exemplaires durant l'édition 2017. Avec le développement des nouvelles technologies les programmes papier sont réduits pour éviter le gaspillage et répondre aux nouveaux besoins de protection de l'environnement durable. De plus, aussi avant le lancement officiel de la Fête, cette cellule organise une conférence pour rassembler tous les médias de presse (écrits ou visuels, nationales ou internationales...). Le but est de leur donner des informations préalables, le programme, les choix des installations artistiques ou bien des lieux. Ainsi, les médias peuvent informer très tôt leur public du déroulement de la Fête. La conférence de presse de la Fête des Lumières en 2015 par exemple a été particulièrement saisissante à cette occasion, le Maire de Lyon, Gérard Collomb, ayant annoncé pour la première fois l'annulation de la Fête. Le vecteur médiatique qui, joue ainsi le rôle d'intermédiaire, et va transmettre cette nouvelle de l'émetteur (Mairie) au récepteur (Public). En 2017, lors de la plus grande conférence de presse de Lyon, 120 journalistes étaient présents. Beaucoup venaient de la région, ils étaient les correspondants des grandes chaînes de télévision. Durant les conférences de presse, un petit déjeuner est donc donné à Paris quelques semaines avant la Fête pour accueillir les correspondants des plus grands médias mais aussi étrangers. Après ces rencontres, la veille de l'ouverture de la fête, la cellule organise pour les journalistes une visite des lieux pour qu'ils puissent s'emparer de quelques images à mettre dans les journaux, dès le premier jour de l'ouverture. Selon Monsieur **Gilles Flouret**, Chargé des Grands Projets, de la Direction des Evènements et de l'animation de la Ville de Lyon, plus de 1 000 articles de journaux sont réalisés au sujet de la Fête des Lumières au national et international. Certaines chaînes télévisées ou radios dédient des émissions spéciales en live pendant 4 jours d'affilée, et celles-ci se retrouvent sur le site officiel de la Fête des Lumières à ce titre « **MÉDIA : ÉMISSIONS SPÉCIALES** »⁷³ : en 2017, 3 émissions spéciales sont consacrées à cette fête par **France 3**⁷⁴ qui montre davantage le parcours de la nouvelle édition ; **RADIO SCOOP**⁷⁵ invite le public à écouter l'événement le plus adoré des Lyonnais, il fait lui-même partie des partenaires de la Fête des Lumières et de l'activité caritative du Cœur des Lumignons ; « **Europe 1 à Lyon** » a une émission particulière depuis 6 ans qui invite les Lyonnais à participer à des rencontres avec leurs animateurs durant la Fête des Lumières.

Finalement, le développement fulgurant des nouvelles technologies commence à jouer un rôle

73 Ville de Lyon, Média, émissions spéciales, le site officiel de la Fête des Lumières, source :

<http://www.fetedeslumieres.lyon.fr/fr/page/media-emissions-speciales>.

74 **France 3** est une chaîne télévisée nationale française qui s'appuie sur les informations régionales.

75 **RADIO SCOOP** est une chaîne radio basée sur Lyon. Ayant 5 antennes actives qui lui permettent de diffuser dans 5 autres secteurs : **Lyon, Saint-Étienne, Clermont-Ferrand, Bourg-en-Bresse** et du **Puy-en-Velay**.

irremplaçable dans le domaine de la communication publique de cette fête surtout à partir des années 2010. La France aussi a connu cette vague bien évidente comme le dit cette phrase : « Une récente étude évalue le taux de pénétration des plateformes sociales en France à près de 70%, avec environ 1h30 de connexion par jour par utilisateur. »⁷⁶ Ce qui entraîne la multiplication des réseaux sociaux et la création d'une application numérique utilisée maintenant pour cette fête (**Facebook, Instagram, Twitter, YouTube...**). Les outils numériques continuent d'évoluer et de s'enrichir d'édition en édition. Ils permettent donc de profiter pleinement de l'événement. Ceux-ci sont plutôt porteurs d'informations accessoires. Ces réseaux sociaux passent les informations d'une manière immédiate en raison des nombreuses utilisations, de la vitesse d'accessibilité, ce qui permet au public d'avoir les dernières nouvelles relatives à la Fête. Le site officiel, lui, s'empare de la place principale du fait de son rôle d'archiver toute donnée provenant de chaque édition. C'est-à-dire tous les programmes annuels, tous les projets artistiques, toutes les installations projetées ainsi que toutes les vidéos téléchargées sont, une fois après leurs mises à jour, bien organisés et reviennent dans le classement officiel du site. En fait, les nouvelles technologies forgent une plate-forme de médiatisation et de visualisation « rayonnante » pour cette fête sans frontières. Deux vidéos sont faites : un extrait avant la Fête (presque 2 mois avant) offrant quelques informations préalables concernant les installations et une vidéo rétrospective après la Fête (presque 2 mois après). Toutes les deux sont téléchargées sur la chaîne YouTube intitulées « Ville de Lyon ». De plus, une plateforme d'échange en ligne des réseaux sociaux est donc ouverte à tous, public et ville. À travers ce moyen, la Ville de Lyon peut recevoir les opinions venant du côté du public d'une façon très vaste et libre, ce qui lui permet, d'évoluer ou même de rectifier les programmes prêts à lancer pour la prochaine édition tout en prenant en compte les opinions émises. Pour cela, la diffusion médiatique ainsi que les vecteurs communicatifs rendent la communication publique de plus en plus bilatérale.

2.2.2- Regard sur les fréquentations des médias sociaux

À travers le premier point de ce sous-chapitre, nous nous apercevons que les vecteurs médiatiques jouent un rôle irremplaçable dans cet événement festif lyonnais. Chaque année, la Ville de Lyon réalise un rapport intitulé : communiqué de presse sur les chiffres concernant la fréquentation physique et celle des médias sociaux : nombre de téléchargements de l'application, nombre de consultations du site officiel, nombre de visites des réseaux sociaux. Les données abordées sont le nombre de téléchargements de l'application, mesurées durant l'événement,

⁷⁶ David Jean, *Les réseaux sociaux, un nouvel enjeu pour la culture*, Culture Nous, 17/06/2017, source: <http://culturecnous.vosges.fr/blog/les-reseaux-sociaux-un-nouvel-enjeu-pour-la-culture>, consulté le 03/04/2018

concernant les 4 éditions précédentes comme le montre ci-dessous le tableau :

[Tableau 2.2.2.1] Le nombre de téléchargements de l'application mobile de la Fête des Lumières de 2013 à 2017⁷⁷

Année	Nombre de téléchargements de l'application
2013	24 952
2014	32 151
2016	29 570
2017	48 376

(Tableau fait par Hsin-Han, Huang)

Dans ce tableau, nous pouvons bien remarquer qu'en 2013, première année de la mise à jour de l'application, le nombre d'utilisateurs n'est pas très important ce qui va devenir le grand défi de la Ville de Lyon. L'année suivante, le nombre connaît une hausse légère qui s'accroît de presque plus de 10 000 téléchargements. Cela prouve que l'application de la Fête touche de plus en plus de public même si l'augmentation est faible. Cependant, en raison de l'annulation de l'édition 2015, le chiffre de téléchargements reste inconnu. En 2016, avec le retour d'une nouvelle édition de la Fête des Lumières, suite aux attentats et à la restriction du périmètre, le nombre de participants c'est énormément réduit, 2 millions de visiteurs sont prévus (alors qu'avant l'année de 2015, 3 millions de participants étaient toujours attendus). En 2016, le nombre de téléchargements a effectivement connu une légère baisse. Même si le nombre de téléchargements de 2016 n'est pas si important, malgré cela, on repère cependant une forte augmentation des usagers entre 2013 et 2016, ce qui est normal du fait de la progression de l'utilisation des nouvelles applications numériques. Par exemple, l'application permettait à partir de la version de 2016 aux usagers de se localiser et de déterminer leur propre parcours. Avec l'édition 2017, des nouveautés sont rajoutées : habiller les clichés aux couleurs de la Fête avec de nouveaux filtres. Même si les visiteurs prévus étaient de 1.8 millions, le nombre de téléchargements s'est accru de presque 2 fois plus par rapport à l'édition précédente.

De plus, l'augmentation des visites sur le site officiel prouve aussi le succès de cet événement dans le monde du numérique. Cependant, avec l'évolution de l'application et les réseaux sociaux, le public se rend de moins en moins sur le site officiel pour recueillir des informations, ils vont

⁷⁷ Tous les chiffres introduits proviennent du dossier des communiqués presse annuels.

davantage vers les accès les plus rapides pour les dernières nouveautés. C'est la raison pour laquelle nous pouvons donc observer le [Tableau 2.2.2.2] révélant ci-dessous que le nombre de visites sur le site officiel pendant la durée de l'événement se maintient à un tel niveau de visites, sauf durant l'année suivant les attentats où la fréquentation reste identique sur le site officiel :

[Tableau 2.2.2.2] Le nombre de visites sur le site officiel de la Fête des Lumières de 2013 à 2017⁷⁸

Année	Nombre de visites sur le site officiel
2013	270 000
2014	330 000
2016	172 615
2017	301 302

(Tableau fait par Hsin-Han, Huang)

Le site officiel est un grand entrepôt d'archives et de toute information crédible pour cette fête, il reste le référent par rapport aux réseaux sociaux, et il est donc normal que le nombre de visites se maintienne. D'après ce tableau, nous pouvons remarquer qu'en 2013 ainsi qu'en 2014, malgré la mise en place de l'application faite pour favoriser le parcours des participants, la fréquentation du site officiel reste en progression. Normalement, avec la facilité offerte par l'application, le nombre de visites du site devrait baisser pour sa difficulté d'accès comparée à la nouvelle installation technologique ; cependant, le nombre de visites augmentait ce qui prouve que le site officiel porte des informations les plus fiables. En 2016, après l'annulation d'une édition et la réduction de la Fête à 3 jours, le site officiel était donc moins visité. Mais aussi, la Fête des Lumières reprenait son rythme habituel malgré l'ambiance à risque. En 2017, deux ans après les attentats de Paris, les visiteurs étaient de retour. Même si le nombre de participants n'a pas atteint les 3 millions, cependant, avec la suppression de l'état d'urgence, l'ambiance festive était aussi de retour. De même, la consultation sur le site officiel a repris sa fréquentation habituelle.

En différence, la fréquentation des réseaux sociaux devient de plus en plus progressive. Sur la page de Facebook au « nom » de la Fête des Lumières, le nombre de fans de cette fête est de plus en plus important. Dans les dossiers de communiqué de presse, en 2013, les organisateurs de la Fête des Lumières (la Mairie et la cellule de la Fête des Lumières) ont pu constater que sur la page de Facebook, 84 000 personnes se sont connectées pour avoir des informations immédiates

⁷⁸ Tous les chiffres introduits proviennent du dossier des communiqués presse annuels.

durant le déroulement de la Fête. Le chiffre n'arrête pas de se multiplier. En 2014, le nombre de fans a atteint 92 600. Et cette année en 2017, le chiffre a doublé en 150 268.

En outre, sur un autre compte des réseaux sociaux : Instagram, la Ville de Lyon a enregistré la fréquentation de l'utilisation pendant la Fête à travers le motif du tag # : en 2014, 10 750 photos postées étaient escortées avec le tag #FDL2014 ; en 2016, 15 000 photos avec #FDL2016 étaient observées ; en 2017, ce chiffre du tag sur Instagram est monté jusqu'à 79 000. Avec cette multiplication de postes d'actualité sur les réseaux sociaux, les utilisateurs partagent avec des commentaires en dessous. Cela prouve donc que le Fête des Lumières scintille non seulement au sein de Lyon mais aussi sur la plate-forme des médias sociaux.



2.3- Image actuelle de la Fête des Lumières

2.3.1- Image de la Fête des Lumières pour les Lyonnais

Pour les Lyonnais, la Fête des Lumières était tout d'abord une tradition qui est devenue une grande fête artistique avant d'être une entreprise économique. Pour cela, après avoir trouvé sa propre image, celle des « Lumières », la Ville de Lyon a promulgué plusieurs plans ayant pour but de rendre cette fête encore plus réputée au niveau international et a commencé à mettre en œuvre de nombreuses activités pour trouver une voie de communication encore plus accessible au public. Dans ce cas, les lyonnais, en général, ont vécu 2 périodes différentes au cours de l'évolution de cet événement festif ; c'est-à-dire qu'ils ont 2 regards vis-à-vis de l'image de la Fête des Lumières : La Fête de la Lumière nommée aussi le 8 décembre plus locale d'une durée d'une soirée et La Fête des Lumières telle qu'on la connaît aujourd'hui plus internationale et d'une durée de 4 jours.

L'image de cette fête est pour les Lyonnais d'emblée indéfinie : au niveau du rite religieux pour les hommages à la Vierge Marie mais aussi récemment comme le retour à une vie normale avec un sentiment de liberté grâce à sa réouverture.

Le sentiment de générosité réapparaît donc comme autrefois après les événements dramatiques des épidémies et des invasions. C'est un retour pour aujourd'hui au sentiment religieux,

L'image emblématique de cette fête reste liée à son histoire. Tous les Lyonnais connaissent l'origine de cette fête à savoir que La Vierge Marie a sauvé deux fois la Ville de Lyon de deux événements catastrophiques : l'épidémie et l'envahissement des Prussiens. La notion de générosité s'est donc installée dans le cœur des lyonnais durant cette fête. C'est la raison pour laquelle dans chaque église à Lyon, une brochure-papier [Image 2.3.1.1] est mise à disposition, traduite en plusieurs langues :

[Image 2.3.1.1] Le brochure-papier du remerciement pour la Vierge Marie



Dans cette brochure-papier, 3 histoires sont présentées : l'histoire de la colline où se trouve la Basilique ; la Fête de l'Illumination, qui est le symbole de la première année de l'inauguration de cette manifestation ; la construction de la Basilique, qui raconte l'histoire des événements miraculeux attribués à la Vierge Marie, ce qui va pousser les Lyonnais à reconstruire la Basilique.

En plus de cette brochure-papier, pendant la fête, les mots « Merci Marie » sont illuminés sur la colline mais aussi sont affichés dans les rues et sur les véhicules des transports en communs de la ville. Dès lors, le 8 décembre signifie générosité et paix pour les Lyonnais, surtout ceux qui sont très imbibés par le catholicisme.

Cependant, cette fête va sans cesse évoluer sous l'impulsion des Maires de Lyon (Michel Noir, Raymond Barre et Gérard Collomb) en matière de modernité et d'attractivité. Elle est aujourd'hui connue dans le monde entier à travers son image-et très tôt, elle a eu une renommée la partie religieuse et la partie moderne qui semblent incompatibles entre elles se fusionnent et attirent de plus en plus de visiteurs comme l'a souligné l'historien J.-D. Durand sur la Ville de Lyon : « Depuis la municipalité de M. Noir la fête profane a rejoint par son ampleur la fête religieuse, la Fête des Lumières a rejoint la Fête de la Lumière, sans que l'on puisse retenir une incompatibilité entre les deux. Au contraire même, la fête religieuse s'est revitalisée au contact de la fête profane qui a pris un caractère touristique inédit, attirant plusieurs millions de visiteurs chaque année, avec un véritable renouveau de la montée à Fourvière [...] »⁷⁹. Pour cela, cette fête commence à effectivement s'éloigner des origines, les lyonnais eux-mêmes aussi semblent l'oublier. Ce sujet a beaucoup suscité de discussions durant le mandat de Gérard Collomb. C'est la raison pour laquelle les projets « Retour aux sources » et « Lumignons du Cœur » ont été lancés ayant pour objectif de renforcer le sens de la vraie tradition du 8 décembre pour répondre aux craintes de certains Lyonnais. De plus, après la décision prise par Gérard Collomb au sujet de l'annulation de l'édition 2015 dans le but de lutter contre les terroristes, il arrive à faire appel à cette signification fondamentale de cette fête de nouveau dans le cœur des Lyonnais. Nous pouvons bien remarquer cette image à travers une question posée dans notre questionnaire « *Quels aspects préférez-vous ?* »⁸⁰ parmi 48 répondants viennent de Lyon, 47 ont pris les réponses de « solidarité » et « lumières » en laissant quelques mots dans une autre question « *Que représente cette fête à vos yeux, pouvez-vous le définir en 3 mots ?* »⁸¹, parmi ces 47 Lyonnais, 24 d'entre eux, la moitié de répondants lyonnais, se sont servis de thème « Marie »,

79 Colline Palacin-Jacquelin, *ETUDE – La Fête des Lumières : entre événement culturel et célébration religieuse*, Culture et Croyance, 12/2013

80 Consultez l'Annexe II – Exemple du questionnaire.

81 *Ibid.*

« Tradition », « Famille » faisant référence à l'icône traditionnelle et basique de cette fête. Même avec les données restreintes, nous pouvons aussi voir le ressenti de certains Lyonnais vis-à-vis de cette fête.

Cependant, au fil du temps, le nombre de participants n'a cessé d'augmenter, sous les yeux de certains Lyonnais. De nos jours, cette fête reste à la fois très commerciale et artistique n'appartenant plus aux lyonnais comme la fête de la Lumière. En 2016, par exemple, la Ville de Lyon a fait une prévision de 2 millions de participants sur 3 jours, alors que le nombre d'habitants de Lyon-même était un peu au-dessous de 500 000 de personnes. Dans ce moment d'effervescence, tous les hôtels ainsi que tous les Airbnb (application sur laquelle on peut louer un logement sur une courte durée) étaient complets, toutes les rues étaient remplies de foules et les bus touristiques envahissent Lyon. C'est pourquoi on va vu apparaître des graffitis avec cette phrase sur un des ponts de Lyon « Tourists go home, Refugees Welcome »⁸² pour exprimer le mécontentement des Lyonnais contre l'envahissement des touristes. Devant la croissance des participants, depuis les années 2000, ce sujet est régulièrement abordé : le vrai sens du 8 décembre en voie de disparition. Malgré tout, la plupart de Lyonnais se joignent avec enthousiasme à cet événement qui leur est propre et éprouvent une grande fierté face au succès de leur festivité à sa notoriété. Particulièrement durant l'édition 2017 et après les attentats les lyonnais étaient contents de voir le retour du tourisme et la reprise des rythmes de la Fête sur 4 jours, surtout le dimanche : « *Pendant la Fête des lumières, le dimanche, c'est le jour où les habitants vont voir les animations en famille. C'est le jour des Lyonnais.* »⁸³ Les Lyonnais, confirme Gilles Flouret, face à l'image actuelle de cette festivité, doivent donc trouver un point d'équilibre entre religion et modernité.

2.3.2- Image de la Fête des Lumières pour les touristes

Avant 1989, peu de personnes connaissaient cette fête, la renommée du 8 décembre restait peu connue et concernait uniquement les lyonnais. A partir de cette année-là, cette fête s'est métamorphosée avec une nouvelle physionomie « d'illumination ». Surtout avec la mise en œuvre du Plan Lumières, le changement de la durée en 4 jours, ce qui a fait que cette fête est devenue un véritable festival touristique, de LUCI et du Nouveau Plan Lumières qui, eux, avaient pour but de mettre l'accent sur la transformation de la silhouette de la ville la nuit, et ce, pour attirer plus de visiteurs. Ce qui a effectivement réussi à exporter cette fête vers d'autres régions de France, mais aussi à l'exporter vers l'international en attirant de plus en plus de

82 Lucas Larcher, *Fête des lumières 2017 : les Lyonnais en ont-ils marre ?* Lyon Capitale, 09/12/2016

83 Lucas Larcher, *Fête des lumières 2017 : la sécurité ne doit pas nuire à la fête*, Lyon Capitale, 12/2017

participants venant du monde entier, tous s'attachant à sa beauté lumineuse et artistiquement éphémère. « *Cet événement international unique est un moment de création pour des artistes venus de tous horizons et fait rayonner Lyon dans le monde entier* »⁸⁴, a souligné Georges Képénékian, premier adjoint au maire de Lyon. D'autant plus qu'à partir des années 2010 est sortie une application pour faciliter le parcours des touristes, ce qui donne à cette fête une impression de plus en plus prégnante non seulement au niveau de la high-tech et de la modernisation Cette impression est confirmée par un touriste nommé Eszter qui est venu assister à l'édition 2017 qui montrait de nouvelles projections sur la Cathédrale Saint-Jean et qui, ébahi a dit : « *J'ai connu d'autres grands sons et lumières en Allemagne, mais rien d'aussi merveilleux, d'aussi magique que ce que je viens de voir.* »⁸⁵. Dans l'esprit des touristes, cet événement représente une image fantastiquement lumineuse.

De plus, depuis la municipalité de Raymond Barre, les artistes professionnels ont commencé à être invités à lancer leurs projets créatifs sur le thème de la lumière au sein de la Fête. L'image artistique s'est donc installée du fait des créations artistiques provisoires, c'est-à-dire que la Fête des Lumières est toujours en train de se renouveler comme le confirme Daniel Knipper qui, commence sa carrière à créer les installations depuis 2005 au sein de cette Fête, est aussi le créateur d'une seule installation projetée à l'édition 2015, annulée en hommage aux victimes des attentats, dans son interview avec **France 3** : « *À la fête des Lumières, on ne peut que se mettre toujours en question. On ne peut pas faire des choses qu'on a déjà faites et qu'on sait faire. Donc on se met toujours en danger quelque part. [...]* »⁸⁶. Les images sont assez fortes et significatives ce qui permet au public dès le premier clin d'œil d'avoir une première impression d'œuvres artistiques et de jeux de lumière sur cette fête. Cependant, le vrai sens de cette fête reste parfois dans l'oubli et n'est pas forcément visible même si la procession religieuse est la plus grande et la plus célébrée en France, elle réussit à rassembler plus de 10 000 personnes pour accomplir le parcours de la Cathédrale Saint-Jean jusqu'à la Basilique de Fourvière, tout en étant « insérée » dans la Fête des Lumières spécialement le 8 décembre. L'événement religieux se voit moins car il est inséré à une fête plus grande encore. Il semble qu'autant les touristes que les lyonnais ont la même représentation de cette fête traditionnelle. C'est-à-dire que toutes les idées évoquées relatives à la recherche du vrai sens de cette festivité telles que l'envisagent le plan « **Retour aux**

84 Le Figaro.fr avec AFP, *Lyon : la Fête des Lumières renoue avec 4 jours de festivités*, Le Figaro. Fr, 11/11/2017, source : <http://www.lefigaro.fr/flash-eco/2017/11/10/97002-20171110FILWWW00319-lyon-la-fete-des-lumieres-renoue-avec-4-jours-de-festivites.php>, consulté le 14 / 04 /2017

85 Baptiste Noble Werner, *Lyon : Dans la peau d'un touriste à la Fête des Lumières*, 20 minutes, 09/12/2017

86 France 3 Rhône-Alpes, *Regards par Daniel Knipper à Lyon le 8 décembre en hommage aux victimes des attentats de Paris*, 08/12/2015 source : <https://www.youtube.com/watch?v=JNvzBP3y6cs> consulté le 11/04/2018

sources » et l'apparition de l'activité des **Lumignons du cœur** dans le sous-chapitre précédent [2.3.1- **Image de la Fête des Lumières pour les Lyonnais**] permettent aux touristes de mieux connaître l'origine du 8 décembre et de ne plus se contenter de la fête étalée devant eux. Dans le programme de chaque édition est bien indiquée d'où vient cette fête, la raison pour laquelle elle a été inaugurée et l'origine des lumignons éparés au bord des fenêtres, etc.... Un autre exemple encore plus frappant, lors de l'annulation de l'édition de 2015 en hommage aux victimes des attentats, les lyonnais ont répondu en masse à l'appel de leur maire à faire un 8 décembre différent mais proche de celui des origines. La nouvelle de celle-ci est bien diffusée et a réuni de nombreux volontaires venus redonner une forme proche de celle d'antan. « *Le 8 décembre, nous appelons tous les Lyonnais à illuminer notre ville* » a précisé Gérard Collomb après que la décision de l'annulation a été prise. Comme cela se faisait dans les premières éditions, sans aucune installation lumineuse, les participants ont pu ainsi retrouver le vrai sens de la fête : avec la procession et la tradition des lumignons faisant appel à **la générosité** des visiteurs. Et c'est bien à ce moment-là, que le « **Retour aux sources** » et les « **Lumignons du cœur** » ont permis de faire comprendre au public, les décisions de la Ville de Lyon à savoir profiter de cette occasion pour mieux faire connaître la véritable tradition de cette festivité, mais aussi de s'y immerger comme un premier « baptême », c'est ainsi que le résume l'historien spécialiste de l'Histoire de Lyon, Bruno Benoit, la Fête des Lumières est à présent devenue : « *la fête de tous, où se mêlent la dimension de foi, les manifestations culturelles et cultuelles, le tourisme et le commerce* ». ⁸⁷

87 Colline Palacin-Jacquelin, *ETUDE – La Fête des Lumières : entre événement culturel et célébration religieuse*, Culture et Croyance, 12/2013

2.4- Enjeux économiques de la Fête des Lumières

2.4.1- Données statistiques de fréquentation

Quant à la fréquentation de la Fête des Lumières, chaque année beaucoup d'annonces prévoient 3 millions de participants environ pendant les 4 jours féeriques. Surtout avant le début des attentats de Paris, c'est-à-dire avant 2015, 3 millions de visiteurs étaient prévus et attendus. Cet événement menaçant a bien sûr eu un grand impact sur les éditions à venir, pour cela, le nombre de participants prévus est passé de 2 millions en 2016 à 1.8 millions en 2017. Cependant, du côté de la Ville de Lyon, faute de moyens pour comptabiliser de façon détaillée le nombre de visiteurs du fait de la gratuité de l'accessibilité de la Fête. Elle a recueilli donc des chiffres par-ci et par-là, en particulier basé sur des chiffres d'appui venant surtout de 3 vecteurs différents : Transport commun (TCL, SNCF...) comme le confirme **Gilles FLOURET**, Chargé des Grands Projets, Direction des Événements et de l'animation de la Ville de Lyon : *«comme le métro, par exemple, on sait que le métro accueille 5 millions de voyageurs pendant les 4 jours, en plus, des habitués d'un week-end normal dans le métro ; comme chaque voyageur fait un aller-retour, il reste 2.5 millions de voyageurs sur 4 jours.»*⁸⁸ **L'Office du Tourisme** donne le nombre de visiteurs présents à son accueil pour des renseignements ; des **hôtels** fournissent le nombre de voyageurs accueillis durant la fête ; des **personnes mobiles** se chargent de compter approximativement le nombre de participants dans certains lieux définis pendant la durée de la Fête, particulièrement avant les années précédant l'annulation, puisque la fête se déroulait dans tous les quartiers de la ville et dans le centre-ville. Pour l'édition 2016, du fait que la zone festive a été restreinte, il a été donc plus facile d'estimer le nombre de participants de façon presque exacte du fait que les entrées d'accès ont été réduites pour des raisons de sécurité. Pour **Gilles FLOURET**, les évaluations du nombre de participants sont donc faites à l'aide de plusieurs sources d'informations : à partir des lieux les plus appréciés, par exemple, la Place des Terreaux et la Cathédrale Saint-Jean mais aussi à travers des deux endroits principaux les plus fréquentés dans cette fête. Le communiqué de presse sorti annuellement par la Ville de Lyon se sert du nombre de participation estimée sur ces deux lieux pour offrir des données approximatives aux médias. Il rajoute ensuite : *« On estime donc qu'il y a eu 1.8 million de spectateurs (l'édition 2017). Mais ce n'est qu'une évaluation, parce que la ville de Lyon comprend 500 000 d'habitants, l'agglomération du Grand Lyon, 1.2 million. A l'échelle de la ville, c'est énorme, et de l'agglomération encore plus.»*⁸⁹ Ses paroles font la preuve qu'il reste une nouvelle ambiguïté sur

88 Consultez l'annexe **III- Transcription de l'enregistrement d'interview.**

89 *Ibid.*

ces données relatives à la participation même dans le dossier consacré aux médias ; néanmoins, nous pouvons quand même comparer les chiffres fournis dans les communiqués de presse de 2013 à 2017 sur ces deux lieux distinctifs comme le montrent les tableaux [Tableau 2.4.1.1] et [Tableau 2.4.1.2] ci-dessous, pour remarquer globalement le flux de participants 2 ans avant et après l'annulation :

[Tableau 2.4.1.1] La fréquentation sur la Place des Terreaux de 2013 à 2017

Année	Participants prévus	Nombre d'admirateurs (%)
2013	3 000 000	800 000 (~27%)
2014	3 000 000	800 000 (~27%)
2016	2 000 000	720 000 (~36%)
2017	1 800 000	500 000 (~27%)

(Tableau fait par Hsin-Han, Huang)

[Tableau 2.4.1.2] La fréquentation devant la Cathédrale Saint-Jean de 2013 à 2017

Année	Participants prévus	Nombre d'admirateurs (%)
2013	3 000 000	700 000 (~23%)
2014	3 000 000	700 000 (~23%)
2016	2 000 000	300 000 (~15%)
2017	1 800 000	300 000 (~17%)

(Tableau fait par Hsin-Han, Huang)

En 2013 et 2014, deux ans avant l'annulation, les deux lieux cités dans ces tableaux ont réussi à rassembler un grand nombre de personnes même si les chiffres ne sont qu'approximatifs. Et les pourcentages pour ces deux lieux restent presque en même niveau : le cas de la Place des Terreaux, environ 30 % ; et celui de la Cathédrale de Saint-Jean maintient lui aussi vers 20 %. Bien évidemment, après l'annulation de la Fête des Lumières en 2015 et du fait que la France a connu durant deux ans d'affilée le régime de l'État d'urgence, le nombre de participants a bien diminué. Cependant, dans cette circonstance, le chiffre du nombre de participants devient plus fiable pour ces deux raisons : **la restriction de périmètre de la fête** située uniquement sur la Presqu'île, le public ne peut donc que déambuler sur cette zone autorisée de l'espace public; qui plus est, **la restriction sécuritaire** oblige les participants à ne plus circuler durant le déroulement d'un spectacle, c'est-à-dire pendant la projection sur tel ou tel lieu, avec les limites marqués par des bornes et la surveillance des agents de sécurité, les participants n'ont pas le droit de partir avant la fin du spectacle. Dans ce cas, avec les séances de projection bien séparées durant

chaque séance et la surveillance de la police chargée de garder l'entrée, l'estimation des participants devient plus aisée. Par exemple, durant l'édition 2017, un espace public dédié à la fête peut contenir entre 600 et 800 personnes. Compte tenu que chaque spectacle dure une heure par séance et qu'il y a 4 séances qui durent 4 jours avec 46 programmes proposés, le nombre de participants entre 400 000 et 500 000 sont donc attendus.

L'Office du Tourisme est aussi un autre lieu de calcul pour la fréquentation de cet événement, et les chiffres sont encore plus crédibles. Durant la Fête, celui-ci accueille les touristes en répondant à toutes leurs questions concernant le programme de la fête, à côté de cette mission principale, il est aussi chargé d'enregistrer quelques informations relatives aux visiteurs comme leur nationalité... L'Office fait ensuite, lui aussi, un rapport pour la Ville de Lyon qui serviront au communiqué de presse, et tout ceci permettra de savoir l'impact de cette fête sur les touristes étrangers et de connaître aussi sa réputation internationale. Pour cela, il est bon de prendre en compte les deux années qui ont précédé l'annulation de la fête et les deux années qui l'ont suivie, à travers notamment la comparaison du nombre de personnes accueillies par l'Office du Tourisme comme les montre le [Tableau 2.4.1.3] ci-dessous :

[Tableau 2.4.1.3] Les renseignements donnés par l'Office du Tourisme sur la fréquentation de la Fête de l'édition 2013 à celle de 2017

Année	Nombre de personnes accueillies	Nombre de visiteurs étrangers (%)
2013	59 262	29 361 (~50%)
2014	59 949	29 974 (~50%)
2016	17 370	6 948 (40%)
2017	22 857	10 285 (45%)

(Données recueillies par Hsin-Han, Huang)

D'une part, nous pouvons constater que, de 2013 à 2014, le nombre de participants présents aux guichets de l'Office du Tourisme a connu une légère croissance de 1.16% ; alors qu'en 2016, l'année après les attentats, la fréquentation des visiteurs s'adressant à l'Office du Tourisme a subi une baisse de 5 fois au-dessous de la moyenne. De fait, le public vivait forcément dans le souvenir des attentats et n'osait plus participer à ce genre d'activité où l'on peut trouver de nombreuses personnes. À partir de l'édition 2017, les visiteurs étaient de retour. Par rapport à l'année précédente, le nombre de visiteurs était assez en hausse et la fête a connu presque 2 fois plus de fréquentation que l'année précédente. D'autre part, de 2013 à 2014, le nombre de visiteurs étrangers est toujours resté à un niveau élevé de 50 %, 1 visiteur sur 2 venait de

l'étranger. Cela freinait manifestement les touristes étrangers puisqu'en 2016, le pourcentage du nombre de visiteurs étrangers avait baissé d'environ 50% jusqu'à 40% à cause du danger potentiel. Malgré tout, leur fréquentation restait à un niveau toujours haut. En 2017, avec le retour des touristes, le pourcentage du nombre de visiteurs étrangers s'est accru de 5 % comparé à la dernière. Qui plus est, quant à la nationalité des visiteurs étrangers, ce sont toujours ceux qui viennent des pays proches qui s'adressent à l'Office du Tourisme tels que l'Italie, la Suisse, l'Allemagne, le Royaume-Uni et l'Espagne comme le montre le [Tableau 2.4.1.4] suivant :

[Tableau 2.4.1.4] La classification des nationalités enregistrées par l'Office du Tourisme de 2013 à 2017

Année	Classification de nationalités enregistrée par l'Office du Tourisme (de gauche à droite, du plus au moins)
2013	Italie, Espagne, Suisse, Russie, Chine
2014	Italie, Espagne, Suisse, Allemagne, Royaume-Uni
2016	Italie, Espagne, Allemagne, Royaume-Uni, Suisse
2017	Italie, Espagne, Suisse, Royaume-Uni, Allemagne

(Tableau fait par Hsin-Han, Huang)

Dans le tableau ci-dessus, les données relatives aux nationalités nous montrent que l'Italie est toujours à la première place du fait de son accès géographiquement proche de la France. C'est aussi le cas des pays européens qui viennent juste après dans l'enregistrement des nationalités. Nous remarquons qu'en 2013, les chinois ainsi que les russes ont été classés parmi les 4 et 5 premiers parmi les étrangers ; en 2012, la Chine arrivait déjà parmi les premiers. Cependant, ces résultats n'ont été enregistrés que par l'un des vecteurs de la Fête à savoir ceux des bureaux de l'Office du Tourisme. Il se peut aussi qu'une personne de même nationalité se présente plusieurs fois pendant la Fête, elle est donc enregistrée plusieurs fois dans le sondage comme le confirme **Gilles FLOURET** en prenant un autre exemple : *« il y a une année, les Australiens sont arrivés en 5ème position. Ceux-ci sont peu nombreux dans le monde mais comme ils sont allés probablement se renseigner à l'office du tourisme 5 fois de suite cela a fait augmenter leur nombre de façon inexacte. »*⁹⁰ C'est la raison pour laquelle la valeur des chiffres dévoilés n'est pas très certaine. L'estimation du nombre de participants dans la communication diffusée est donc approximative. Le plus important est que cette fête ait un véritable rebondissement à l'international.

⁹⁰ Ibid.

2.4.2- Budget et Mécénats

À partir de Gérard Collomb, spécialement après que l'association LUCI ait commencé à jouer un rôle, la Fête des Lumières devient une festivité mondialement réputée. Bien sûr, le financement reste le sujet dont la Ville de Lyon doit s'occuper. A la base, le budget de cette fête peut être divisé en deux parties : l'une venant des institutions publiques, et l'autre venant des entreprises privées. La subvention offerte pour cet événement par le service public reste identique chaque année, alors que la participation des mécénats d'entreprises privées ne cesse d'augmenter. C'est-à-dire que cette fête reçoit toujours la même subvention venant de l'Etat ou des impôts des Lyonnais, pour moitié ; le reste vient de dons d'entreprises privées. De ce fait, le budget de cette festivité reste toujours le même à savoir de 2 600 000 euros dont 1 300 000 euros vient de l'Etat. Qui plus est, dans le cadre du partenariat, le financement se présente sous trois formes à savoir **le don numéraire en argent** comme le font les Partenaires Lumière, les Partenaires Officiels, les Partenaires, les partenaires « Soutien » ; **le don en nature** comme le font par exemple les Transports en Commun Lyonnais : **TCL**, qui font la gratuité sur les tickets de transport pour les usagers durant ces jours de de la Fête des Lumières ; **le don des compétences ou du savoir-faire** comme les médias qui se chargent de la diffusion des informations de cette fête.

De plus, la Ville de Lyon définit les partenaires en 8 groupes suivant leur manière de donner : **l'organisateur, les Fondateurs, les Partenaires Lumière, les Partenaires Officiels, les Partenaires institutionnels, les Médias, les Partenaires** « Soutien » et « partenaires autres ». Seule la Ville de Lyon est mise comme acteur de l' « Organisation ». Dans le cadre des fondateurs, on trouve **l'Électricité de France (EDF)** et le **Mat'ÉLETRIQUE** (société qui vend des réverbères). Ces deux grandes entreprises et la ville de Lyon se mettent ensemble pour financer ce projet mais aussi pour susciter l'envie à d'autres entreprises de se joindre à elles. Ces deux membres fondateurs ainsi que la Ville de Lyon ont créé, en 2002, **Le Club des Partenaires** de la Fête des Lumières avec 3 objectifs :

1. *Il favorise les échanges entre les entreprises membres du Club et les acteurs économiques, artistiques, culturels et institutionnels associés à la Fête des Lumières, au niveau national et international.*
2. *Un engagement : rassembler les professionnels aux côtés de la Ville de Lyon pour pérenniser la Fête des Lumières et contribuer à son évolution.*
3. *L'objectif est de fédérer, autour d'un projet novateur et ambitieux, des entreprises prêtes à s'investir dans le financement ou la participation matérielle de la Fête des Lumières,*

*en leur garantissant un meilleur retour sur investissement.*⁹¹

À travers ce club, les partenaires sont donc réunis et essaient d'attirer d'autres entreprises en les invitant à investir. De plus, tout au long de l'évolution de ce Club, le site officiel a noté qu'en 2015 il y avait des points d'amélioration, même si cette fête a été annulée en raison des attentats et de l'hommage aux victimes : 1. dans la Fête des Lumières, plus de 50% du financement venant des entreprises privées. 2. Un réseau de professionnels est donc créé entre les partenaires. 3. Une offre de mécénat sur mesure. 4. Un réseau actif entre les partenaires est fondé et dure tout au long de l'année.⁹²

Les partenaires que sont les Médias jouent aussi un rôle très important par leur pouvoir et leurs moyens : plus qu'auparavant le public a ainsi un plus grand accès à la Fête des Lumières. Lors du déroulement de la Fête, **Europe 1**, par exemple, organise une émission spéciale sur l'histoire, le programme de l'édition... et offre un lien favori sur le site officiel mais aussi les autres médias par leur force de diffusion touchent un public de plus en plus nombreux. De plus, le journal gratuit nommé **20 minutes** divulgue des informations de la vie quotidienne, particulièrement celles qui se passent sur le territoire français. Celui-ci est distribué aussi dans 2 autres pays : l'Espagne et la Suisse. En tant que partenaire de cette Fête, le journal envoie ses journalistes avant, pendant et après cet événement pour une observation et présentation totale de la Fête des Lumières. Mais aussi les partenaires institutionnels ne font pas de dons directs à cette festivité. Ils font partie de ceux qui offrent de l'aide que ce soit au niveau de la promotion, du transport et de l'accueil tout au long de la fête.

Dans cette catégorie, par exemple, **ONLYLYON**, les **TCL (Transport en Commun Lyonnais)** et le **GRANDLYON**...etc. sont aussi mentionnés. Dans le cadre de la Métropole de Lyon (organisme public), **ONLYLYON** et **GRANDLYON** sont des organismes semi-publics au service de la métropole et qui ont d'importants réseaux communicatifs pour passer les informations relatives à la Fête.

Le tableau ci-dessous définit le type de partenariat suivant le montant de l'aide apportée à la Fête des Lumières [Tableau 2.4.2.1] suivant :

⁹¹ Le site officiel de la Fête des Lumières, *Qu'est-ce que le Club des Partenaires*, <http://www.fetedeslumieres.lyon.fr/fr/page-partenaire/le-club-des-partenaires>

⁹² *Ibid.*

[Tableau 2.4.2.1] Le titre donné en fonction des dons des partenaires

Titre	Dons (euros)
Soutien	Au-dessous de 12.000
Partenaire	Au-dessus de 12.000
Partenaire officiel	Au-dessus de 30.000
Partenaire Lumière	Au-dessus de 50.000

(Tableau fait par Hsin-Han, Huang)

Ce Club des Partenaires veut développer encore plus les deux perspectives de LUCI (Lighting Urban Community International) : **Échanger** (faciliter l'échange entre les membres) ; **Progresser** : (participer à une vision prospective de l'éclairage urbain). Dans ce cas, ces idées commencent à modifier la Fête des Lumières à l'aider à prendre son ampleur et à rassembler de plus de plus de partenaires. Cette fête veut faire venir plus de partenaires financiers en leur proposant des avantages. En France, les mécènes et les sponsors sont considérés différemment : on offre des avantages aux mécènes en matière de réduction d'impôts sans autre reconnaissance ; alors que les sponsors désirent se faire connaître : visibilité et publicité. Dans le cas de la Fête des Lumières, la Ville de Lyon publie chaque année un dossier intitulé « *Financement et partenariat privé - Conventions de mécénat* » dans lequel sont nommés les nouveaux membres ainsi que le montant financier apporté par chaque partenaire avec les avantages proposés. Dans un premier temps, après la signature de la convention entre les mécènes et la Ville de Lyon, tous les partenaires ont le privilège d'une déduction fiscale à hauteur de 60%, comme l'indique le **Financement et partenariat privé - Conventions de mécénat** : « *Les mécènes pourront ainsi bénéficier d'une déduction de 60 % du montant du don versé sur le résultat net imposable de l'entreprise dans la limite de 5 % du chiffre d'affaires (l'excédent de versement peut donner lieu à réduction d'impôt au titre des cinq exercices suivants), conformément à l'article 238 bis du code général des impôts.* »⁹³ Dans un deuxième temps, les entreprises mécènes ont d'autres avantages en particulier ils bénéficient de publicité en matière de communication publique. Pour cela, sur la page intitulée « les avantages exclusifs » sur le site officiel, ils bénéficient de deux grands vecteurs que sont les services de : la **Communication** et des **Relations Publiques**. Dans le cadre de la Communication, l'accent est mis surtout sur la présence du logo de l'entreprise

⁹³ Ville de Lyon, *Fête des Lumières 2017 - Financement et partenariat privé - Conventions de mécénat*, Direction des Événements et Animations, 11/2017

partenaire, partout de façon « omniprésente » au cœur de la fête avec tous les moyens promotionnels (brochures-papiers, affiches...) mais non pas sur les lieux de projections... comme le détaillent les données sur le site officiel :

➤ **Mention de votre partenariat et présence de votre logo**

- *Dans le programme*
- *Sur le site internet de la Fête des Lumières*
- *Auprès de la presse*
- *Sur les points « information » dans la Ville de Lyon*
- *Sur le clip retraçant la Fête des Lumières*
- *Dans la plaquette de présentation des offres de partenariat*
- *Sur la newsletter bimestrielle du Club des Partenaires*

➤ **Parrainage d'une œuvre**

- *En exclusivité ou aux côtés d'autres mécènes selon le niveau de partenariat*
- *Mention de votre parrainage dans le descriptif de l'œuvre, sur le programme et le site internet*
- *Présence de votre logo sur la signalétique de l'œuvre*

➤ **Label partenaire de la Fête des Lumières**

- *Utilisation du label partenaire de la Fête des Lumières pour votre communication institutionnelle, à des fins non commerciales.⁹⁴*

En plus de la visibilité du logo des entreprises partenaires durant toute la durée de la Fête des Lumières, ils bénéficient d'autres avantages avant, pendant et après l'activité :

➤ **Pendant la Fête**

- *Accès au Village Lumière exclusivement réservé aux mécènes de la Fête (au cœur de la presqu'île, Palais de la Bourse)*
- *Visite en avant-première des principaux sites de la Fête des Lumières*

⁹⁴ Les avantages exclusifs, le site officiel de la Fête des Lumières, <http://www.fetedeslumieres.lyon.fr/fr/page-partenaire/les-avantages-exclusifs>

- Possibilité de réserver une ou plusieurs tables au Dîner de Gala (exclusivement réservé aux mécènes et à leurs invités)

➤ **Avant la Fête**

Invitations privilégiées à des événements et rencontres organisés par la Ville de Lyon. Présentation du programme en avant-première

- Conférence de presse
- Rendez-vous des Artistes : rencontre avec les artistes de la Fête des Lumières
- Conférence de presse économique
- Réunion de bilan Fête des Lumières
- Visites diverses...

➤ **Toute l'année**

Le Club des Partenaires propose à ses adhérents des rencontres, visites ou événements culturels, sportifs, économiques tout au long de l'année.⁹⁵

Du fait de tous ses avantages qu'ont les entreprises comme privilèges s'ils sont partenaires de la Fête des Lumières, le nombre de partenaires ne cesse de s'accroître comme le prouve le [Tableau 2.4.2.2] ci-dessous :

[Tableau 2.4.2.2] La croissance de la quantité de partenaires de 2012 à 2017

Année	Nombre de partenaires
2012	60
2013	71
2014	75
2015	81
2016	86
2017	77

(Tableau fait par Hsin-Han, Huang)

A travers ce tableau, nous remarquons qu'effectivement le nombre de partenaires ne cesse de croître même durant l'année de l'annulation de cette fête mais aussi l'année suivante à l'exception

⁹⁵ Les avantages exclusifs, le site officiel de la Fête des Lumières, <http://www.fetedeslumieres.lyon.fr/fr/page-partenaire/les-avantages-exclusifs>

de l'année 2017. Cette année-là seulement 77 partenaires ont coopéré à l'événement, le nombre de partenaires a donc, pour la première fois, connu une légère baisse mais le niveau était encore bon. Malgré cela en 2017, la Ville de Lyon a quand même enregistré le même budget venant des entreprises privées.

2.4.3- Retombées financières

« *La Fête des Lumières contribue à la découverte de notre patrimoine et à la dynamique commerciale. Pour certains de nos adhérents, elle représente des retombées économiques exceptionnelles.* »⁹⁶ Souligne Frank Delafon, président de Tendence Presqu'île, l'association de commerçants du secteur qui compte 250 adhérents. Il existe des chiffres inédits et non vérifiés dans le document de l'Office du Tourisme, selon Gilles Flouret, à savoir que le tourisme à Lyon représente un milliard d'euros par an et que cette Fête des Lumières s'empare d'une place assez importante, c'est-à-dire qu'elle représente 10 % du chiffre d'affaires du tourisme de l'année. Même si ce pourcentage peut ne pas paraître très spectaculaire, il exhibe malgré tout 100 millions d'euros durant chaque édition de la Fête des Lumières. De plus, selon lui, des études prouvées en France en termes de manifestations et de festivals de rue peuvent apporter un tel effet que l'on ne peut ignorer pour les villes qui les organisent : un euro donné par la ville rapporte 8 euros à la collectivité. Dans le cas de la Fête des Lumières, du fait qu'il s'agit de spectacles éphémères et que la durée des manifestations est courte, ses coûts sont peu élevés comparés à ceux d'autres spectacles culturels comme ceux de l'Opéra par exemple. Pour cela, la Fête des Lumières est effectivement rentable pour la Ville de Lyon comme l'estime **François Gaillard**, le directeur d'OnlyLyon, du Tourisme et du Congrès : « *Elle a doublé entre 2005 et 2017 pour arriver à six millions de visiteurs en 2016 et 1 milliard d'euros de chiffre d'affaires. La Fête des lumières y est pour quelque chose* ». ⁹⁷ Cet événement festif a **2 financements principaux : Mécénats et budget** (ce qui a été évoqué et bien détaillé dans le sous-chapitre intitulé [2.4.2- Budget et Mécénats]). De plus, **l'exportation de cette fête à l'international** y est aussi un peu pour quelque chose particulièrement depuis que l'association de LUCI l'a mise en valeur et a commencé à rassembler de plus en plus de partenaires des 4 coins du monde. Cette fête ne demande pas de billets d'entrée, c'est pourquoi il est bien difficile de préciser l'apport financier direct des visiteurs elle perd ainsi un des moyens d'augmenter ses financements. Ce qui fait que cet événement ne peut compter que sur la subvention des institutions publiques (50 % de budget annuel) et des mécénats d'entreprises (50 % de budget annuel) : en total, cela fait 2.6

96 Stéphanie Borg, *Fête des Lumières : retombées tous azimuts*, Tout Lyon affiches, 04/12/2016

97 Catherine Lagrange, *Lyon : le florissant business de la Fête des lumières*, Le Parisien, 08/12/2017

millions d'euros. Cette fête est donc subventionnée en partie par les impôts payés par les lyonnais comme c'est le cas pour tous les projets de Lyon. De ce fait, la Ville de Lyon n'est pas là pour vendre de la fête, mais plutôt à travers elle pour développer l'activité de l'agglomération lyonnaise tout en établissant une image « reconnaissable ». Son grand succès et ses plans adaptés font que plusieurs pays veulent eux aussi l'imiter et prennent l'initiative d'une nouvelle version de la Fête des Lumières chez eux. En tant que berceau de cette fête originale, et grâce à l'aide de l'association LUCI, cette fête attire des partenaires venant du monde entier, d'une part, elle réussit à signer des accords avec certaines villes pour un jumelage ; d'autre part, elle collabore avec certaines villes voire pays qui ne veulent qu'importer cette fameuse fête sur leur territoire, Dubaï par exemple. La Ville de Lyon lui a demandé une participation financière pour ses conseils relatifs à la méthodologie de l'organisation. Cela veut dire que Dubaï contribue par une somme assez importante à la Ville de Lyon telle que 1 200 000 euros pour la partie artistique, et 800 000 euros pour la production (hors coût de l'hébergement et des transports), comme le confirme **Jean-François Zurawik**, le directeur des événements à la mairie de Lyon.⁹⁸ Avec les sommes recueillies, la Ville de Lyon fait de nouveaux projets pour la Fête des Lumières elle-même mais aussi pour des projets internationaux. C'est la raison pour laquelle cette source de revenu est nécessaire et conforte l'amélioration de la Fête des Lumières.

Aussi, grâce à cet événement festif, il y a aussi des retombées financières pour d'autres organismes ou entreprises comme **l'hôtellerie** et **la restauration** : le taux d'occupation correspond aux réservations ; comme pour tout ce qui a rapport au tourisme : les achats divers, et pour tout ce qui est religieux viennent des dons des visiteurs. Dans le domaine de l'hôtellerie, les hôtels lyonnais sont presque tous réservés en avance par les visiteurs, comme le montre [Tableau 2.4.3.1] suivant :

[Tableau 2.4.3.1] Le taux d'occupation pendant la Fête des Lumières de 2013 à 2017 (les pourcentages sont par rapport à celui de l'année précédente)

Année	Taux d'occupation (%)
2013	80.00%
2014	84.00%
2015	90.00%
2016	89.00%
2017	87.00%

98 Emmanuelle Jardonnet, *La Fête des lumières lyonnaise s'exporte à Dubaï*, Le Monde, 20/03/2014

(Tableau fait par Hsin-Han, Huang)

Nous pouvons remarquer que les pourcentages cités par ce tableau ont tendance à croître avant que les attentats de Paris soient déclenchés, et même l'année où l'événement s'est produit, cette tendance a été stable. Ce phénomène anormal s'explique pour deux raisons : premièrement, la décision ayant été prise très brutalement, les personnes qui avaient réservé, n'ont pas eu le temps de réagir ; deuxièmement, selon Gilles Flouret, comme les visiteurs n'ont pas pu se faire rembourser leur chambre, ils sont cependant venus pour ne pas perdre leur argent. C'est pour cela que même pendant cette année difficile, le taux d'occupation est resté à un niveau élevé. Néanmoins, ces chiffres ne représentent que le taux des « réservations » et non pas le taux des « présences ». C'est pourquoi la Ville de Lyon a constaté qu'il y avait eu 2 millions d'euros de bénéfices au moins pour les hôtels. Les éditions suivantes ont connu, bien sûr, une légère baisse sous le régime de l'État d'urgence et avec la zone restreinte comme l'explique **François Gaillard, directeur général d'OnlyLyon du Tourisme et du Congrès** : « [...] *Les réservations devraient s'accélérer sur les derniers jours, mais nous nous attendons à moins de groupes. Nous sommes un pays en état d'urgence : les autocaristes et les voyageurs peuvent avoir des soucis avec leurs assurances pour couvrir leurs clients.* »⁹⁹ Même en 2016, la chaîne hôtelière comme **le Novotel, Suites & Resorts**, qui a un hôtel situé près de la Gare de la Part Dieu, a pu dire : « *Il y a trois ans, les chambres avaient été réservées plus de trois mois à l'avance. Cette année, ça a été plus lent.* »¹⁰⁰ De toute manière, une manifestation festive de cette ampleur sur 4 jours est, annuellement, une source importante pour l'hôtellerie. Du côté de la restauration, on retrouve le même phénomène en matière du taux d'occupation comme celui de l'hôtellerie. C'est-à-dire, avant que les attentats se produisent, tous les restaurants lyonnais, surtout ceux qui, situés dans le centre de Lyon, étaient réservés au moins 3 mois en avance et ils affichaient tous complets durant le déroulement de la Fête. Cependant, après la prise de décision soudaine contre le danger terroriste, les éditions de 2016 et de 2017 ont rencontré toutes les deux le même souci comme l'indique **Ivan Peric, gérant de la Gargotte, restaurant situé dans le 1er arrondissement** : « *D'habitude, on est déjà archi-complet. Cette année, ce n'est pas du tout le cas. Pour une Fête des Lumières, je trouve que c'est particulièrement calme. Je pense tout de même à mes tables avec ma clientèle d'habités.* »¹⁰¹

Durant la fête, de nombreuses offres d'emploi sont proposées directement associées au tourisme

99 Stéphanie Borg, *Fête des Lumières : retombées tous azimuts*, Tout Lyon affiches, 04/12/2016

100 *Ibid.*

101 *Ibid.*

du fait de grands besoins tels que les guides, les guichetiers, les réceptionnistes ou même les agents de sécurité pour les éditions situées après les attentats de Paris. Dans ce cas, la Ville de Lyon constate chaque année que, pendant la Fête des Lumières, il y a en moyenne 35 000 emplois créés pour le tourisme comme l'exprime **François Gaillard, directeur de l'office de tourisme** : « *On compte plus de 35 000 emplois (éclairagistes, scénographes, spécialistes du multimédia, vidéastes, plasticiens, designers, graphistes, créateurs de mode, architectes, paysagistes, muséographes, compagnies de rue...) directs liés au tourisme dans la métropole, et tous bénéficient des retombées de la Fête des lumières* ». ¹⁰²

Du côté du monde religieux, la mise en valeur des patrimoines architecturaux a des retombées financières inconstatables car les bâtiments religieux ont parfois un lien avec la Fête des Lumières, mais les institutions catholiques gardent de façon confidentielle, les revenus apportés à l'occasion de cette fête. Dans l'histoire de la fête des Lumières et donc du 8 décembre, à l'origine, la Basilique de Fourvière et la Cathédrale Saint Jean occupent une grande place et c'est normal que les retombées économiques de ces deux grands centres religieux soient sûrement importantes du fait des dons des visiteurs mais aussi de leur engouement. De plus, la procession religieuse annuelle du 8 décembre au cœur de cette fête joue un rôle non négligeable aussi quant aux retombées économiques pour l'Église locale. Cette procession est un des événements religieux les plus célébrés en France, à chaque montée en direction de la Colline de Fourvière à partir de la place devant la Cathédrale Saint-Jean située en bas de la colline, 5 000 à 10 000 pèlerins ont pu être dénombrés. Au fil du temps, l'afflux touristique durant cette fête devient de plus en plus important, et de plus en plus de personnes suivent cette procession de montée rappelant ainsi le véritable sens de la fête des Lumières. De plus, après le succès de l'action opérationnelle dite de « Retour aux sources » en 2003, la Ville de Lyon observe qu'il y a de plus en plus de messes dans les églises. Un autre projet est réalisé par les églises du centre de Lyon appelé « Missionnaires du 8 », lancé en 2013 qui a pour objectif de mobiliser des chrétiens bénévoles pour accueillir les visiteurs, touristes mais aussi les pèlerins durant cette fête ; devant la Basilique de la Fourvière, des bénévoles avec des interprètes accueillent les visiteurs autour de tables avec une distribution de vin chaud et expliquent l'histoire religieuse du 8 décembre et du lien avec la Fête des lumières. C'est la raison pour laquelle de plus en plus d'églises sur tout Lyon ouvrent en soirée leurs portes durant plusieurs heures pour accueillir les lyonnais et les touristes tout en offrant un temps de prière autour de la mise en place de lumignons à l'intérieur.

102 Catherine Lagrange, *Lyon : le florissant business de la Fête des lumières*, Le Parisien, 08/12/2017

Il y a aussi une autre activité inoubliable qui fait le lien entre la fête religieuse et profane, ce sont les « Lumignons du cœur ». Elle s'appuie sur des gestes de solidarité. Même si les retombées de cet événement ne reviennent pas vers la Ville de Lyon, elles vont aller vers des associations caritatives de la ville. Les dons récoltés restent malgré tout une somme assez importante pour l'association qui en est bénéficiaire durant l'année comme l'indique le [Tableau 2.4.3.2] ci-dessous :

[Tableau 2.4.3.2] Liste des associations caritatives ayant coopéré à la Fête des Lumières de 2005 à 2017

Année	Nom de l'association caritative	Concepts / objectifs de l'association	Lumignons vendus	Dons récoltés (€)
2005	Unicef	Défendre les droits d'enfants sans frontières	22 500	45 000
2006	Habitat et humanisme	Lutter contre le mal-logement, la pauvreté et la précarité	6 300	12 600
2007	Les Restos du Cœur	Aide alimentaire – pour les personnes en grande difficulté	20 000	40 000
2008	Action contre la Faim	Sauver des vies en éliminant la faim dans le monde par la prévention, la détection et le traitement de la sous-nutrition	15 000	30 000
2009	Le Secours populaire français	Soutenir les personnes contre l'injustice sociale (la misère, la faim...) dans l'esprit de la Déclaration universelle des droits de l'homme	5 000	10 000

2010	Le Foyer Notre-Dame des sans-abri	Aide aux personnes isolées et aux familles en grandes difficultés	5 000	10 000
2011	Unicef	Défendre les droits d'enfants sans frontières	18 500	37 000
2012	Handicap International	Aider les personnes handicapées pour une vie digne	20 000	40 000
2013	Les petits Frères des Pauvres	Aider les personnes de plus de 50 ans dans une relation fraternelle : <i>Accompagner, Agir collectivement, Témoigner – Alerter</i>	37 000	74 000
2014	La Croix-Rouge française	Aider les personnes en difficulté en France ou à l'étranger	22 500	45 000
2015	L'Association des Rêves / Les victimes des attentats à Paris	Exaucer le Rêve des enfants et adolescents très gravement malades	92 500	185 000
2016	L'ONG internationale Électriciens sans frontières	Améliorer les conditions de vie de pauvreté : projets de l'accès à l'eau et à l'électricité, entre autres	40 000	80 000
2017	L'Association Laurette Fugain	Lutter contre la leucémie des jeunes	34 000	68 000

(Tableau fait par Hsin-Han, Huang)

En 2017, 13 associations caritatives ont reçu les dons récoltés grâce à cette activité. Depuis 13 ans de son existence, **les Lumignons du cœur** ont récolté environ 676 000 d'euros grâce aux 338 300 lumignons vendus. Même si la Ville de Lyon ne peut pas comptabiliser toutes les retombées

financières, elle constate la réussite de cette fête à partir de divers angles venant de la ville, des organismes de tourisme mais aussi des associations. L'image identitaire de cette fête est sans aucun doute une réussite efficace et attirante et le résultat d'une excellente communication avec le public.



2.5- Rayonnement de cette fête à l'international

2.5.1- L'exportation du concept des jeux de lumière dans le monde

La Fête des Lumières ne rayonne pas que sur sa propre région, mais aussi grâce à son éclairage, elle fait son apparition dans pleins de villes internationales comme le confirme **Lionel Flasseur**, directeur du programme d'OnlyLyon en 2014 : «*La Fête des lumières est un des événements phares dans la construction de la notoriété de Lyon sur la scène internationale*». ¹⁰³ Avec succès, cette fête s'est « propagée » à peu près en 100 à 106 autres fêtes des Lumières dans le monde, avec un point commun – l'origine de toutes ces fêtes est issue de celle de Lyon. Qui plus est, elle a été classée en 3ème place des événements mondiaux les plus importants en 2014 par sa fréquentation après **l'Oktoberfest de Munich** et **le carnaval de Rio** par le magazine **Courrier international**. Les spectacles d'illuminations de Lyon attirent donc les responsables des villes ayant envie d'importer cette fête chez eux, elles envoient donc des programmeurs pour assister à une de ses éditions afin d'acheter le concept et admirer les réalisations. De ce fait, de nombreux professionnels viennent donc au sein de cette fête, ce qui a un retentissement particulier sur les médias. Selon Gilles Flouret, les médias chinois envoient leurs journalistes en raison de la satisfaction suscitée après avoir participé à celle de Shanghai. Pour cela, l'achat du concept de « Lumière » n'est simplement qu'une base pour tous ; c'est-à-dire pour que tous les acheteurs de ce brevet se le procurent pour l'adapter à leur ville et non pas pour que leur ville soit adaptée au concept de la Fête des Lumières. Dans les éditions ayant eu lieu en Chine, par exemple, à Hongkong, Shanghai et Zigong, la plupart des ornements ainsi que les installations sont immergés dans la culture chinoise tels que les lanternes, les temples...etc.

Cette fête a pu se faire connaître sur les 4 continents notamment sous le mandat de Gérard Collomb en tant que maire, dès la mise en place des plans : LUCI et le Nouveau Plan Lumières qui avaient pour but de faire véhiculer la réputation de cette fête de façon créative et originale au niveau de la technologie et de la capacité de certaines entreprises compétentes en matière d'illuminations, comme l'explique **Gérard Collomb** dans l'entête du **Nouveau Plan Lumière** : «*Dans le même temps, les entreprises de notre région ont montré leur créativité, leur très haut niveau de compétences techniques ainsi que leur capacité à exporter loin de nos frontières leur savoir-faire. Le Palais de l'Ermitage à Saint-Pétersbourg, le Monument Ryadh el Feth à Alger, la Menara à Marrakech ou les Tours Petronas à Kuala Lumpur en Malaisie sont des exemples prestigieux de cette dynamique impulsée depuis Lyon et qui mobilise, sur les quatre continents,*

103Emmanuelle Jardonnet, *La Fête des lumières lyonnaise s'exporte à Dubaï*, Le Monde, 20/03/2014

un très grand nombre d'acteurs lyonnais dans les métiers de la Lumière. »¹⁰⁴. Ses paroles, à la préface de ce plan, prouvent le succès de LUCI après ses 3 ans de fonctionnement, puisqu'il y a déjà des pays qui commencent à coopérer et à créer en quelque sorte une comptabilité entre les villes de certains pays voulant installer sur leur territoire la fête des Lumières : **Ouzbékistan, Oman, Santiago du Chili, Gand, Chicago, Saint-Pétersbourg, Québec, Nottingham, Panama, Washington, Pologne, Equateur, Colombie, Londres, Montréal, Francfort, New-York, Moscou, Sydney, Dubaï**...toutes ces villes ont au moins sollicité une fois la Ville de Lyon pour qu'elle vienne les aider à installer la fête des Lumières comme le confirme **Jean-François Zurawikle**, le directeur des événements et de l'animation : « [...]chaque année, sur des douzaines sollicitations internationales, seulement 2 à 3 pays sont retenus [...]».¹⁰⁵ Tous les pays ayant un lien avec cette fête peuvent être divisés en 2 groupes : les villes jumelées et les villes dignes d'intérêt. Du côté des villes jumelées sont évoquées : **Montréal, Québec, Guangdong en Chine**, la Ville de Lyon les appelle « *Sister Cities* » et les aide à établir une fête des Lumières bien à eux. **Montréal au Canada**, par exemple, a demandé à la Ville de Lyon en lançant cette phrase « on aimerait bien faire notre fête des lumières » selon Gilles Flouret. De ce fait, en 2017, l'année du 375ème anniversaire de cette ville, leur fête des lumières a été ainsi inaugurée. Quand on parle des villes dignes d'intérêt, la Ville de Lyon évoque surtout celles qui présentent des événements importants où transite beaucoup de monde et c'est par exemple le cas de la ville de **Hongkong** et de **Quito**. Bien évidemment, ils ont contacté la Ville de Lyon pour avoir le droit d'importer cette festivité. La Ville de Lyon, après avoir bien réfléchi aux conséquences de cette exportation, a pris la décision de le faire en particulier pour favoriser son développement économique mais aussi pour que de plus en plus de public s'empare de cette très belle occasion d'entrevoir la beauté d'une fête des lumières et de la mieux connaître voire même d'avoir envie d'aller vers la région où elle est née – Lyon. Dans le cas de **Hongkong**, beaucoup d'entreprises lyonnaises se sont installées et y travaillent. C'est une des raisons pour lesquelles la Ville de Lyon a exporté cette festivité dans ce pays dans le but d'une plus grande publicité et d'une meilleure communication. **Quito**, la capitale de l'Equateur a réussi à faire venir la Fête des Lumières pour la première fois sur son territoire en 2016. Cette acceptation faisait, elle aussi, partie d'un stratagème de la Ville de Lyon, puisqu'en 2016, le sommet de l'ONU (Organisation des Nations unies) avait lieu à Quito. De ce fait, la Ville de Lyon a pris la décision d'y investir et

104 La Ville de Lyon, *Le Nouveau Plan Lumières*, 2005, source :

https://www.lyon.fr/sites/lyonfr/files/content/migrated/787/158/PLAN_LUMIERE_VF_BD-0.pdf

105 Phrase transcrite de la vidéo « *Fête des lumières en Chine : l'expertise lyonnaise* », France 3 Auvergne-Rhône-Alpes, 30/ 11/ 2017, source : https://www.youtube.com/watch?time_continue=178&v=pfWTFzJZwz0

d'y exporter la Fête des Lumières, presque pendant les mêmes dates que cette conférence mondiale (le sommet de l'ONU du 17 au 20 octobre en 2016 ; la Fête des Lumières du 15 au 19 octobre en 2016), pour faire passer et connaître son image identitaire à l'étranger à travers cette rencontre qui amène de nombreuses personnes importantes et responsables de tel ou tel pays dans un même endroit. Des pays ont été sélectionnés, mais leur participation est payante. Pour toutes les installations et les organisations investies par la Ville de Lyon il y a un coût, dans le cas de Hongkong, par exemple, ils ont donc dû payer 75 000 euros pour l'ensemble des conseils. La communication de la fête se pratique ainsi et va au-delà des frontières.

2.5.2- L'exportation du savoir-faire lyonnais

À travers la forte image identitaire « Lumières » installée au cœur de la Ville de Lyon, Lyon a pu se faire connaître au niveau de l'international. Cependant, *les Lumières* ne sont qu'un aspect de cette ville, derrière cette icône, c'est la transmission ou la réalisation de savoir-faire telle que la manière de façonner les installations, de créer les œuvres artistiques illuminées, d'organiser tous les programmes et de valoriser l'espace public, etc.... tout cela fait appel à pleins de métiers : programmeurs, organisateurs, techniciens, éclairagistes, architectes, artistes, etc... La fête apporte donc sa compétence d'expert aux créateurs tant dans l'organisation que dans le choix des artistes. C'est la raison pour laquelle la Ville de Lyon estime à 5 millions d'euros les retombées économiques pour les architectes et les artistes des « lumières » qui aident à installer les projections et modifient ainsi les façades des immeubles et des monuments tout en respectant l'originalité de la ville. Aussi, c'est la raison pour laquelle, même si la Ville de Lyon reçoit mensuellement 2 ou 3 sollicitations, donc une quarantaine de demandes en total par an, elle ne peut qu'en répondre qu'à 3, car elle souhaite que l'équipe professionnelle de la Fête des Lumières soit totalement impliquée dans la préparation de la ville choisie et qu'elle corresponde le plus possible au caractère de la ville. Ces exportations des savoir-faire multiplient non seulement les contacts entre la Ville de Lyon et les pays étrangers, mais touchent aussi le côté économique. Pour mieux correspondre à la ville, l'équipe de conseil ne se contente pas d'importer le concept des « Lumières » dans un autre pays et ne fait pas un « copier-coller » mais imagine toutes sortes de créations pour cette Fête des Lumières. Par exemple, Hongkong espère que par le savoir-faire lyonnais en matière de lumière, la ville puisse évoluer comme il l'est dit dans l'interview qui en parle : « *Premièrement, c'est l'une des festivités qui célèbre 20 ans du rattachement administratif du Hong Kong à la Chine. Ensuite, c'est une des façons de mettre en valeur les différents paysages de notre ville, notre héritage, nos espaces publics. On veut montrer le meilleur de*

Hongkong grâce à ses lumières et à ses projections. »¹⁰⁶ En tant que ville déjà bien moderne, son panorama est fait de construction de gratte-ciels ; de plus, les commerces et la finance sont très développés à Hongkong, de ce fait, beaucoup d'établissements sont éclairés toute la nuit, cela donne déjà un paysage nocturne très lumineux. Cela devient un défi pour l'équipe lyonnaise de la Fête des Lumières comme le confirme **Jean-François Zurawikle**, le directeur des événements et de l'animation, dans l'interview relative à la fête des Lumières en version hongkongaise : « *le défi, c'est d'exister par rapport à tout cet environnement. D'emblée, on savait qu'on ne pouvait pas s'installer n'importe où, il faut éteindre la lumière dans la mesure du possible pour voir la lumière. Et ce n'est pas dans la culture d'ici d'éteindre la lumière pour des raisons de sécurité sur l'espace public.* »¹⁰⁷

Pour Dubaï, c'est presque le même cas que celui de Hongkong. Les différences architecturales et urbaines entre la Ville de Lyon et Dubaï sont un grand défi pour l'équipe « Lumière » pour rectifier le panorama déjà bien illuminé et réorganiser l'espace public sur lequel elle va adapter les installations artistiques. Au début, l'équipe professionnelle des Lumières prévoyait qu'il n'y aurait qu'à transposer les œuvres et à les réinventer. Cependant, ce qu'elle pensait, allait à l'encontre de leur prévoyance au niveau de la physionomie de la ville comme le confirme **Jean-François Zurawikle** : « *il n'y a pas que des tours dans ce quartier moderne. Il est beaucoup plus horizontal que ce que l'on pourrait imaginer.* »¹⁰⁸

Quant à Quito en Equateur, la Fête des Lumières ne s'est exportée que deux seules fois. De 2016 à 2017, deux ans d'affilée, cette festivité a rayonné sur son territoire. L'histoire traditionnelle de la fête lyonnaise ne devait pas non plus s'imposer à cette ville. Surtout en 2017, à l'occasion du mémorial de son indépendance du 10 Août 1809 nommé le Cri (manifestation soulevée par un groupe d'hommes dans le but de se libérer de la gouvernance de l'Espagne), cette ville a mis en œuvre 9 créations artistiques sur des monuments patrimoniaux de la ville pour permettre aux habitants de Quito de redécouvrir leurs patrimoines culturels et connaître son histoire en ce jour spécifique.

Du fait que l'équipe de la Fête des Lumières intervient directement au cœur de la ville à illuminer par des installations artistiques ainsi que le choix des lieux où l'on doit mettre la lumière, la question relative au choix des œuvres a donc surgi. Normalement, le choix des œuvres a toujours été fait en prenant les idées des deux ou trois dernières éditions lyonnaises. C'est la raison pour

106 Julien Sauvadon, Jean-Christophe Adde, Frédéric Gramond, *Le savoir-faire lyonnais s'exporte Lumières Hong Kong Festival, une première*, France info, 04/12/2017

107 *Ibid.*

108 Emmanuelle Jardonnet, *La Fête des lumières lyonnaise s'exporte à Dubaï*, Le Monde, 20/03/2014

laquelle, de 2009 à 2017, 120 œuvres, créées au départ pour la fête lyonnaise, sillonnent le monde entier. C'est pour cela, qu'il est toujours possible qu'un artiste sélectionné pour sa création au sein de la Fête des Lumières lyonnaise voit son œuvre répétée ou réinstallée dans un pays lointain. Cela veut dire que si une création artistique ou une installation illuminée plaît au public lyonnais, l'artiste peut avoir la chance de la voir voyager à travers le monde. C'est pourquoi une sélection très compétitive est lancée même pour les professionnels expérimentés, ceux-ci n'ont pas la certitude d'être retenu pour un projet exporté comme l'explique **Yves Moreau**, plasticien- lumière ayant participé 5 fois au 8 décembre lyonnais, qui a déjà acquis une grande notoriété, même avec plusieurs années d'avoir coopéré avec la Fête des Lumières, lui aussi, doit se soumettre à la compétition pour avoir la chance d'exporter ses créations à l'étranger. De ce fait, il explique : « *Nous sommes amenés à répondre sur des concours. Il y a de la compétition. Après il y a les critères de choix certainement très variables. Il faut séduire sur le plan artistique. Il faut être cohérent sur le plan technique. Il faut rentrer dans le budget financier.* ».¹⁰⁹ C'est pour cela, que parmi les 15 artistes choisis pour la première édition de Hongkong, il n'y a eu que 5 artistes parmi les habitués de la Fête des Lumières de Lyon, ils répondent aussi à l'appel d'offres de la Ville de Lyon pour réinstaller leurs œuvres d'art à l'étranger. Parmi eux, l'un d'eux confirme : « *Le concept a vraiment été créé pour la Fête des Lumières de Lyon. Celui-ci a été adapté à celle de Dubaï, et aujourd'hui, on l'a vraiment réadapté avec ce tunnel de LED qui reprend un peu le corps du dragon pour Hongkong.* »¹¹⁰ Néanmoins, le choix des œuvres d'art devient de plus en plus bilatéral, c'est-à-dire que les installations artistiques pas encore présentées dans l'édition lyonnaise, apparaissent en premier dans une autre édition mondiale avant de revenir à Lyon. C'est une manière de faire qui va un peu à l'encontre de celle de l'origine qui veut que ce soit la ville de Lyon qui exporte son savoir-faire concernant les projets professionnels des lumières ; cependant, on constate qu'au fur et à mesure du temps, l'exportation devient ainsi en quelque sorte une importation comme dans le cas de Dubaï. Certaines réalisations étaient donc inscrites à Dubaï, particulièrement, pour des raisons de manque de moyens financiers de la Ville de Lyon. C'est pourquoi Lyon a pris la décision de tester ces réalisations à l'étranger, d'en connaître les résultats et les performances avant de les réaliser à Lyon, région natale de la fête comme le confirme le directeur artistique de l'équipe lumière : « *Nous avons aussi ressorti des cartons des projets qui n'avaient pu se faire à Lyon par manque de moyens. [...] Produites et testées à Dubaï, ces réalisations pourront ainsi être mises au programme de la prochaine Fête*

109 Julien Sauvadon, Jean-Christophe Adde, Frédéric Gramond, *Le savoir-faire lyonnais s'exporte Lumières Hong Kong Festival, une première*, France info, 04/12/2017

110 *Ibid.*

des lumières lyonnaise. »¹¹¹ L'exportation de l'ensemble des savoir-faire lyonnais devient donc de plus en plus bidirectionnelle et crée un lien d'échange et de communication entre les pays qui ont réalisé au moins une fois leur édition de la fête des lumières et celle de la région d'origine qu'est Lyon.



111 Emmanuelle Jardonnet, *La Fête des lumières lyonnaise s'exporte à Dubaï*, Le Monde, 20/03/2014

III - PAROLE DONNÉE AUX EXÉCUTANTS ET AU PUBLIC

3.1-Entretien avec l'exécutant

En vue d'un entretien, nous nous sommes fixé un rendez-vous avec Monsieur **Gilles FLOURET**, Chargé des Grands Projets, de la Direction des Evènements et de l'animation de la Ville de Lyon. Nous n'avons prévu qu'un seul entretien avec une seule personne, Monsieur Flouret car il fait partie de la cellule principale dans l'organisation et la gestion de la Fête des Lumières. C'est pourquoi, nous avons pu mieux comprendre, à travers ses paroles ainsi que les documents transmis par mail, ce qui se passe et les fonctionnements concernant les décisions prises et le programme proposé par cette personne qui représente l'âme organisatrice de cette festivité. Nous lui avons donc posé 11 questions ; et celles-ci concernent toutes le sujet des méthodes de communication employées vis-à-vis du public au sein de la Fête des Lumières comme le montre l'annexe [IV- **Transcription de l'enregistrement d'interview**]. Pour cela, nous avons donc pu entrevoir quels stratagèmes de communication publique pouvaient être appliquées en vue du succès de cette festivité. Nous allons donc confronter les paroles et les réalisations au regard de la théorie de la communication publique, surtout en nous penchant sur les quatre concepts importants – **la communication commerciale, la communication institutionnelle, la communication managériale et la communication politique**, pour analyser la valeur de cette fête au niveau de sa réussite, de sa réputation locale et internationale ainsi que de sa croissance économique à travers cet entretien.

À vrai dire, d'après Gilles Flouret, la Fête des Lumières est véritablement un très bon exemple des 4 concepts évoqués dans le domaine de la communication publique. Tout d'abord, quand on parle de cette fête, on entre déjà dans le cadre de communication publique. Dès ses premières paroles et la première question, il entame tout de suite la partie historique pour prouver que l'image de cette fête a déjà été installée il y a au moins 150 ans malgré que sa réputation ait été limitée à Lyon. Il explique pour compléter cela que, durant les années 80, beaucoup de régions de France cherchaient elles aussi à créer leur propre icône identitaire, Lyon a fait de même. Tout cela rejoint manifestement l'idée de la communication institutionnelle qui est d'accentuer la promotion d'une identité et de valeurs et non pas uniquement celle de la vente de produits commerciaux. Ce qui est vrai et confirme un des concepts de cette méthode de Communication Publique qui a pour but de promouvoir des images pour attirer de plus en plus de participants ainsi que des partenaires donateurs et pas seulement vendeurs de cette fête : *« Nous, on n'est pas une agence, on est une ville. Du coup, nous sommes subventionnés par les impôts, c'est-à-dire*

par les lyonnais pour faire des projets sur Lyon. Donc, nous ne sommes pas là pour vendre la fête des Lumières. »¹¹² N'empêche que d'un point de vue plus général, la Ville de Lyon vend aussi sa fête, bien sûr, elle ne la vend pas directement, elle va sillonner le monde pour sa promotion ; néanmoins, les acteurs et responsables de la Ville de Lyon vendent à d'autres leurs savoir-faire associés à la technique des lumières. De ce fait, de plus en plus de journalistes et de professionnels sont présents en tant que conseillers pour exporter cette fête dans d'autres pays ce qui va apporter de grosses sommes dans « l'escarcelle » de la Ville de Lyon et avoir des retombées économiques intéressantes pour celle-ci. D'un côté, cette fête devient un atout ou plutôt un produit pour cette ville ; d'un autre côté, même sans 2.6 millions d'euros de budget, la Fête des Lumières a aussi d'autres moyens de revenus. Ce qui rejoint l'idée de la communication commerciale dont 2 objectifs sont bien évidents – marchand et promotionnel. C'est ce que nous explique, à mi- mots, Monsieur Gilles Flouret, en nous disant que la Ville de Lyon a deux rôles face à sa clientèle étrangère à savoir l'exportation de son savoir-faire et de sa culture et des projets plus financiers pour réinvestir dans cet événement qu'est la Fête des Lumières.

Bien sûr, derrière une grande fête comme le cas de la Fête des Lumières, il y a toujours plusieurs organismes puissants de soutien et d'organisation qui sont là durant toute l'année pour que la fête se déroule bien ; la communication managériale doit donc être maîtrisée au niveau de la mobilisation, de l'administration et du développement des institutions collectives. C'est ce que nous explique Monsieur Gilles Flouret, à savoir qu'au sein de l'organisation et de la réalisation de la Fête des Lumières, son secteur de sous-direction de la Ville de Lyon – **Direction des Evènements et de l'animation de la Ville de Lyon**, s'empare à la fois du rôle de l'émetteur et du récepteur. Son service, positionné entre les deux côtés de la communication, sert de vecteur intermédiaire pour recevoir non seulement les ordres provenant de la Mairie mais aussi pour recevoir les « feedbacks » venant du public ou bien les sollicitations venant des artistes ou d'autres pays. De plus il fait aussi passer les messages aux deux côtés tels que les informations concernant l'édition. Mais ce vecteur intermédiaire n'est jamais connu du public car il agit au nom de la Ville de Lyon, alors que la ville de Lyon s'empare du rôle de la communication politique, ce qui est normal. Selon Gilles Flouret, même si la Ville de Lyon est indiquée comme organisateur sur le programme de chaque édition, elle n'est présente que pour les occasions officielles au sujet de la Fête des Lumières telles que la conférence de presse en tant que porte-parole, les affaires restantes sont confiées à la Direction des Evènements et de l'animation. Cependant, de ce fait en tant que décideurs, les Maires comme Michel Noir, Raymond Barre et

112 Consultez l'annexe **III- Transcription de l'enregistrement d'interview**

Gérard Collomb ont fait connaître la Fête des Lumières progressivement du local à l'international avec leurs politiques bien adaptées à cette fête, et ont ouvert ainsi une voie de communication plutôt unilatérale pour faire passer leurs idées sur la réalisation de l'édition et sur sa mise en place.



3.2- Utilisation d'un questionnaire

3.2.1- Méthodes appliquées

Dans le cadre de la Fête des Lumières, le concept de la communication publique sert à l'image identitaire de cette ville pour ses habitants locaux, nationaux voire internationaux. Particulièrement, pour mettre en valeur les réalisations artistiques éphémères mais aussi pour faire passer des messages au public dans le but d'attirer de plus en plus de participants. Nous avons réalisé notre enquête auprès des visiteurs en nous servant d'un questionnaire. Celui-ci était intitulé « **Questionnaire pour la Fête des Lumières 2017** ». Nous avons bien précisé que ce questionnaire était fait en vue d'un mémoire de master II comme nous le montrons dans l'annexe [III- Exemple du questionnaire] pour à la fois respecter la *Loi n° 78-17 du 6 janvier 1978 relative à l'informatique, aux fichiers et aux libertés* à savoir l'article 6 dans le Chapitre II – conditions de licéité des traitements de données à caractère personnel¹¹³ s'appuyant sur la fidélité et la civilité usagère des données collectives des donneurs. Tout ceci, en vue d'établir une bonne confiance avec le public ; l'objectif est de favoriser une communication bilatérale avec le public. Nous nous sommes donc servis de 3 méthodes de communications pour exploiter toutes les réponses venant des participants à l'édition 2017 de la Fête des Lumières : **questionnaire sur Internet, questionnaire sous forme de QR code sur l'affiche et contact direct avec le public.** Cependant, nous nous sommes contentés de nous appuyer sur la première méthode, c'est-à-dire que l'affiche et le contact direct étaient juste les vecteurs ayant pour but d'attirer le public à répondre sur Internet.

Questionnaire distribué sur Internet

L'Espace public est ouvert à tous et ne peut être utilisé et manipulé pour n'importe quelle raison et par n'importe quelle collectivité ou personne. Dans ce cas, le concept de l'espace public peut aussi s'appliquer aux réseaux sociaux en raison de sa facilité d'accès à toute personne et son immédiateté. La méthode de distribution de questionnaire par Internet protège l'environnement en évitant de gaspiller trop de papiers ; la Fête des Lumières est très sensible à l'environnement durable. Les réseaux sociaux les plus fréquentés par la jeune génération sont – **Facebook, Google Form et toute sorte d'applications accessibles aux téléphones portables** : WeChat, Line, Messenger.... Le questionnaire a été posé en ligne sur le site Google form de manière simple. Le recueil des réponses est très rapide et permet de produire automatiquement des graphiques

113 Consultez l'annexe- IV lois mentionnées pour le contenu complet.

avec des informations bien détaillées. Du fait que le public a le téléphone portable toujours en fonctionnement, il peut répondre immédiatement au questionnaire affiché en ligne. D'autre part, la page Facebook comme tous les blogs ou les pages sur les réseaux sociaux facilitent le partage en direct à plusieurs et la connaissance de nos mises à jour. C'est la raison pour laquelle l'intégralité des réponses de cette enquête sont faites sur Internet.

Questionnaire sous forme de QR code sur l'affiche

Pour que ce questionnaire ne soit pas seulement disponible à l'informatique, mais aussi au quotidien et pour permettre d'avoir le plus de réponses possibles, nous avons fait une affiche. Celle-ci donnait toutes les informations nous concernant et le but de ce mémoire à savoir notre nom, prénom, avec une présentation courte de l'auteur et une image jointe du QR. Ce code permettait aux personnes d'avoir accès par scan au questionnaire pour effectuer leurs réponses comme le montre l'image [3.2.1.1] ci-dessous :

[3.2.1.1] L'affiche concernant l'accès du QR code au questionnaire en ligne



(Affiche réalisée par Victor Thevenin, distribuée par Huang, Hsin-Han)

Cette affiche a permis un accès plus direct aux opinions du public, bon outil des nouvelles technologies. Tout public peut donc se connecter plus facilement à notre questionnaire même en notre absence.

Contact direct avec le public

C'est en tant que bénévole d'accueil devant la Basilique de Fourvière que nous avons pu être en contact direct avec le public. Grâce aussi à la coopération avec **Gilles Sander**, prêtre à la Basilique de Fourvière que nous avons pu participer à l'activité organisée par les missionnaires du 8. Durant ces jours-là, nous étions aussi interprètes pour les sinophones. Durant cette fête, l'afflux de touristes et de pèlerins amenés nous a permis d'effectuer plusieurs enquêtes et d'avoir en direct les opinions des participants. Surtout le soir du 8 décembre du fait de la procession qui amène les pèlerins dans ce lieu sacré de la tradition. Ce qui nous a permis d'avoir encore plus de réponses ce soir-là.

Ces 3 méthodes nous ont permis de communiquer avec divers publics. Ensuite, il s'agit des lieux choisis afin de pouvoir toucher les réponses les plus nombreuses et diverses. C'est la raison pour laquelle nous avons décidé de mettre notre affiche dans des endroits divers tels que **le Crous de la Madeleine, le CPU (Coup de Pouce Universitaire)**¹¹⁴, **sur l'emplacement des missionnaires devant la Basilique de Fourvière** durant toute la Fête des Lumières. Ces trois endroits mentionnés ont un point commun, c'est de rassembler le peuple de nationalités très différentes. Par exemple pour le Crous de la Madeleine hébergeant de nombreux étudiants internationaux, les affiches ont été posées dans chaque cuisine et sur le tableau d'accueil. C'est aussi le cas pour le **CPU (Coup de Pouce Universitaire)** qui rassemble les étudiants étrangers de tout âge. Bien évidemment, en tant que bénévoles du lieu d'origine de cette festivité, nous avons eu cette chance de nous imprégner de cette tradition, de participer en tant qu'acteur « innocent » et de baigner dans l'euphorie de cette fête en direct.

3.2.2- Analyse du questionnaire

Les questions posées au public, qui se trouvent dans l'annexe **[III- Exemple du questionnaire]**, ont pour but de comprendre, en particulier en ce qui concerne l'édition 2017, sa motivation à participer à cet événement, de connaître sa nationalité, son ressenti et de savoir le budget prévu par chacun pour y participer. Qui plus est, cette enquête s'adressait uniquement au public participant à la fête de 2017.

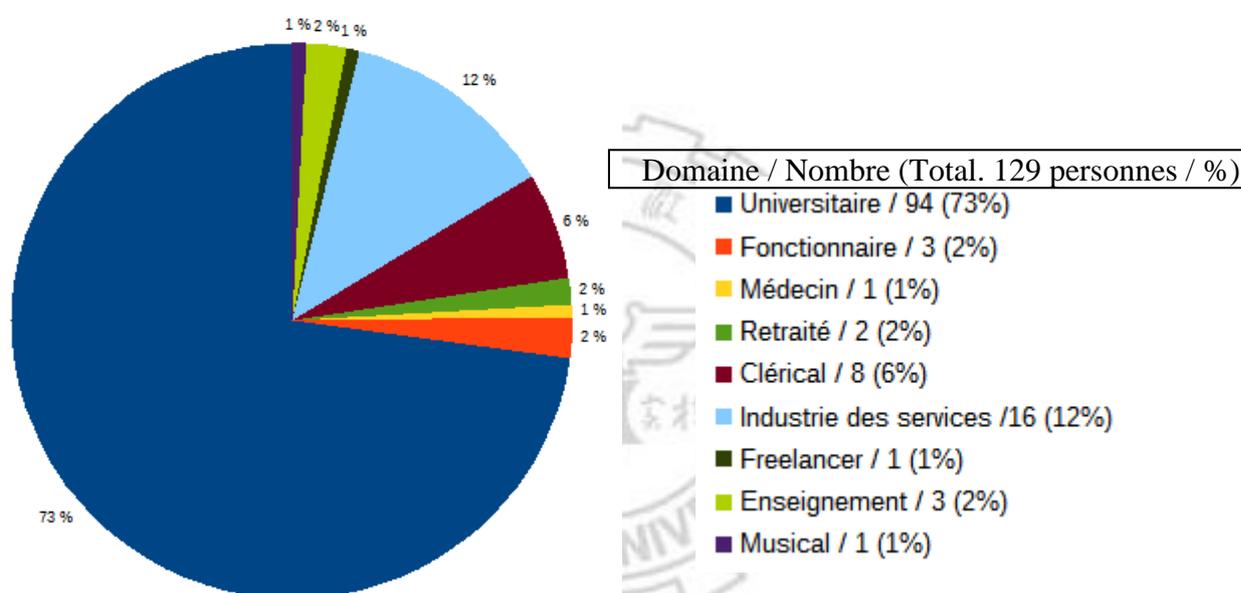
Du fait que les moyen et lieux de diffusion de l'enquête ont été assez restreints et ciblés, les groupes de publics ayant répondu sont assez restreints (ce sont en particulier des pèlerins et étudiants...). Mais cela a été compensé par les rencontres directes avec des touristes. De plus, ce

¹¹⁴ Une association basée sur Lyon visant à soutenir les étudiants en difficulté, particulièrement ceux viennent de l'étranger, en leur apportant de l'aide au long de leur cursus universitaire.

questionnaire a beaucoup circulé auprès des participants en lien avec l'église, notamment ceux de Fourvière et de l'Aumônerie des chinois¹¹⁵. Nous avons rencontré beaucoup de chrétiens laïques qui ont leur propre métier et vie sociale. C'est pourquoi les données recueillies ne sont pas seulement influencées par leur foi religieuse.

Ce questionnaire a été disponible du 6 décembre 2017 (deux jours avant le début de la Fête) jusqu'au 6 janvier 2018 (un mois après la fin de la Fête). En tout, nous avons reçu 129 réponses. Parmi les 129 personnes ayant répondu, 94 personnes sont dans le cadre universitaire, en tant qu'étudiants, ce qui représente la majorité des réponses, comme le montre le graphique [3.3.2.1] suivant :

[3.3.2.1 Métiers des personnes questionnées]



(Graphique fait par HUANG, Hsin-Han)

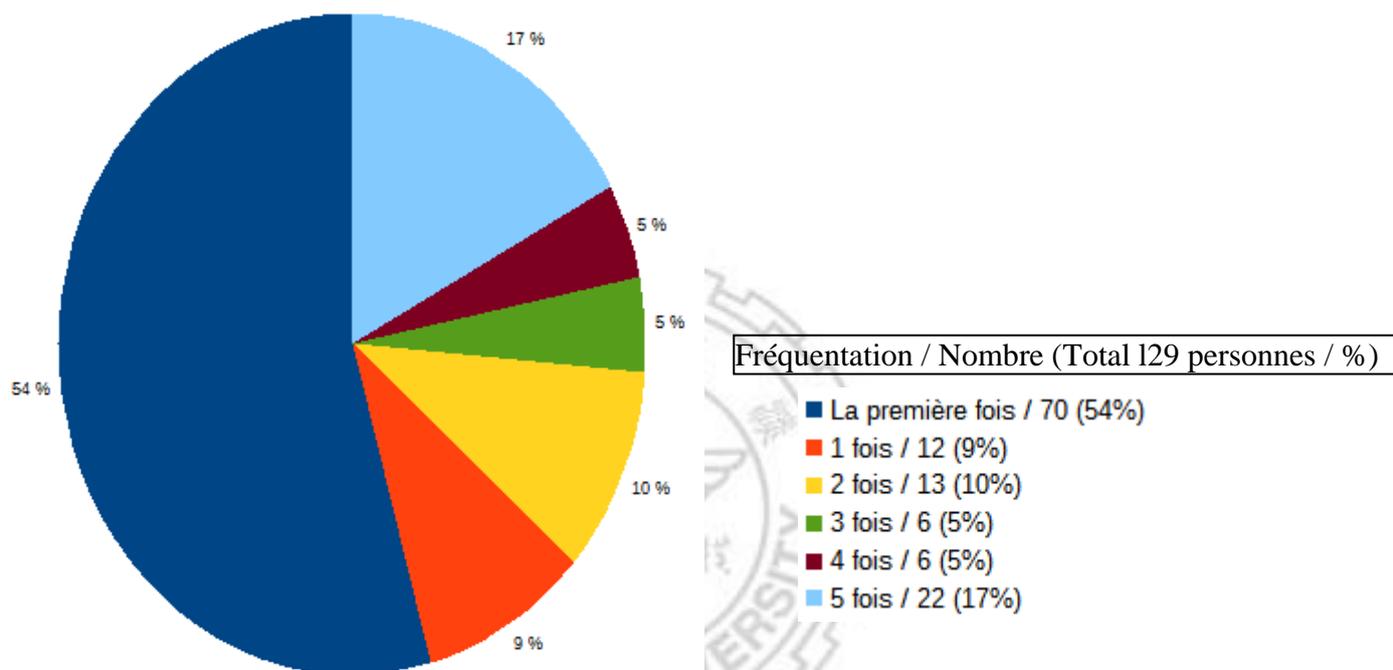
Ce graphique montre que la plupart (73%) des répondants sont étudiants, à savoir sur ce graphique, les métiers de l'enseignement ne rentrent pas dans la catégorie nommée « universitaire ». Bien évidemment, ces réponses découlent des lieux (résidence universitaire, Coup de Pouce Universitaire (CPU, association dédiée à aider les étudiants étrangers) où nous avons collé nos affiches et fait nos interventions publiques. Ce qui est intéressant, c'est que parmi ces 94 étudiants (73%), 52 personnes viennent de l'étranger, 11 personnes de France et 31 personnes de Lyon. C'est-à-dire parmi ces 94 étudiants (73%), ceux (52 personnes) qui viennent d'autres pays représentent 39%, les Français (11 personnes sans compter les répondants lyonnais) représentent 8% et les Lyonnais (31 personnes) représentent 23% dans ce graphique dédié au

¹¹⁵ Cette aumônerie franco-chinoise se situe à côté de la Basilique de Fourvière dans le but d'aider les Français à mieux connaître les sinophones et d'aider les sinophones à avoir accès non seulement à la religion catholique mais aussi à la culture française.

choix « Universitaire ». Même si la plupart des répondants sont étudiants, le pourcentage 27 % restant comprend des catégories professionnelles variées, et ce, prouve la diversité de ce graphique.

Au niveau de la fréquentation, nous remarquons à travers les 129 répondants, que ceux qui participent pour la première fois à la Fête et ceux sont venus plus de cinq fois sont les plus représentés comme le montre le graphique [3.3.2.2] ci-dessous :

[3.3.2.2 Fréquentation de la Fête des Lumières des répondants]

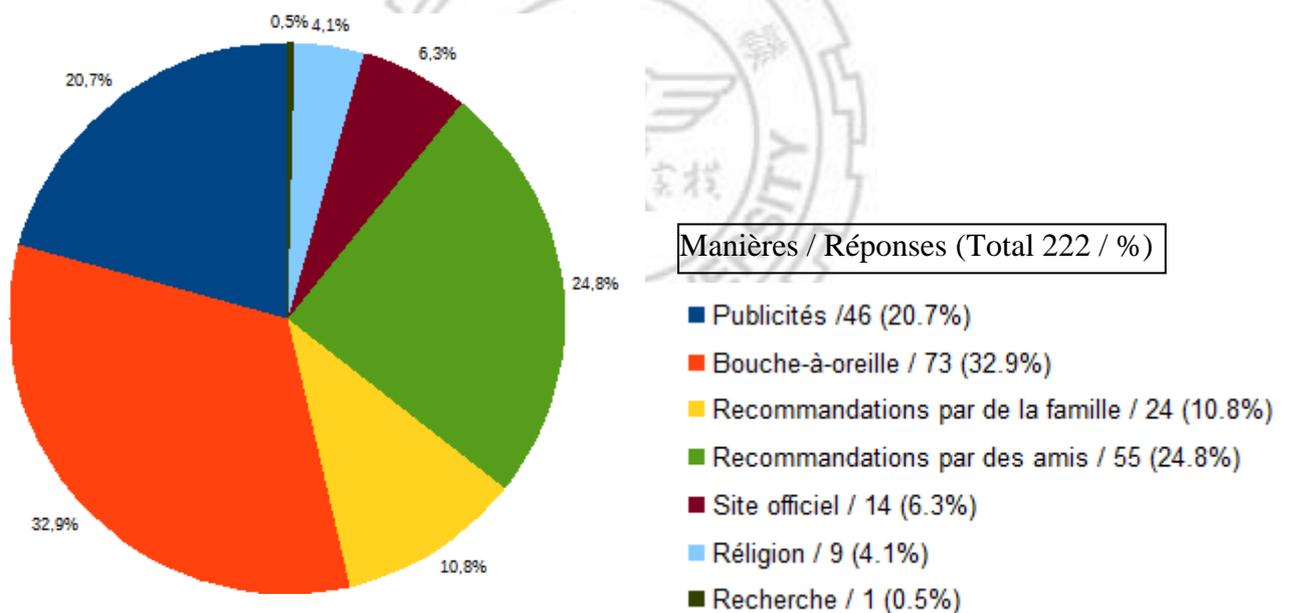


(Graphique fait par HUANG, Hsin-Han)

On pourrait supposer que, deux ans après les attentats de Paris, le public aurait été plus appréhensif à propos de la Fête des Lumières et tendent à moins la fréquenter, même si aujourd'hui les européens et les autres habitants sont plus habitués à vivre avec la menace terroriste qui plane au quotidien. Cependant, parmi les répondants qui ont participé à l'édition 2017, il y a eu aussi majoritairement des nouveaux venus, plus de la moitié (54%), soit 70 personnes, qui étaient présents lors de cette festivité annuelle pour la première fois. Parmi ceux-ci, on compte 43 étrangers, 15 Français et 12 Lyonnais. Et parmi les 43 étrangers, on note encore 33 personnes venant d'Asie, qui sont la majorité représentée sur ce graphique. Au départ, le fait que 12 Lyonnais aient répondu que c'était la première fois qu'ils se rendaient à la Fête des Lumières nous a paru étrange, on pourrait penser qu'en tant que locaux, ils auraient forcément déjà assisté à cet événement incontournable. Cependant, ils sont pour la plupart seulement originaires de Lyon et en sont partis assez tôt et ont profité de l'occasion de la Fête pour revenir dans leur ville natale et y assister. De plus, on note que 22 personnes (17%, 2ème place de ce

pourcentage) sont revenues cinq fois de suite, 19 Lyonnais et trois Français. Cela prouve le charme de cette fête, la force de son image identitaire et l'originalité de ses installations artistiques éphémères qui contribuent au fait que les visiteurs aient toujours envie de revenir. Cependant, bien que la municipalité de Gérard Collomb essaie d'imposer un concept dit de « Retour aux Sources », 5 des 129 personnes interrogées, nous ont indiqué que cette fête était en train de perdre ses racines au profit de nouvelles technologies et de lumières projetées trop violentes ; pour elles, dans ce cas, la tradition de la Fête des Lumières est en voie de disparition. Effectivement, ils n'avaient pas tout à fait tort, puisque, à la question posée : « *Que représente cette fête à vos yeux, pouvez-vous la définir en 3 mots* », seulement 26 personnes ont évoqué la tradition, l'hommage à la Vierge, la fête religieuse. Pour confirmer cela, les réponses à l'autre question « *Par qui / par quoi connaissez-vous la Fête des Lumières ?* » nous confirment l'ignorance du public sur l'origine de cette fête religieuse comme le montre le graphique [3.3.2.3] ci-dessous :

[3.3.2.3 Manières de connaître la Fête des Lumières]

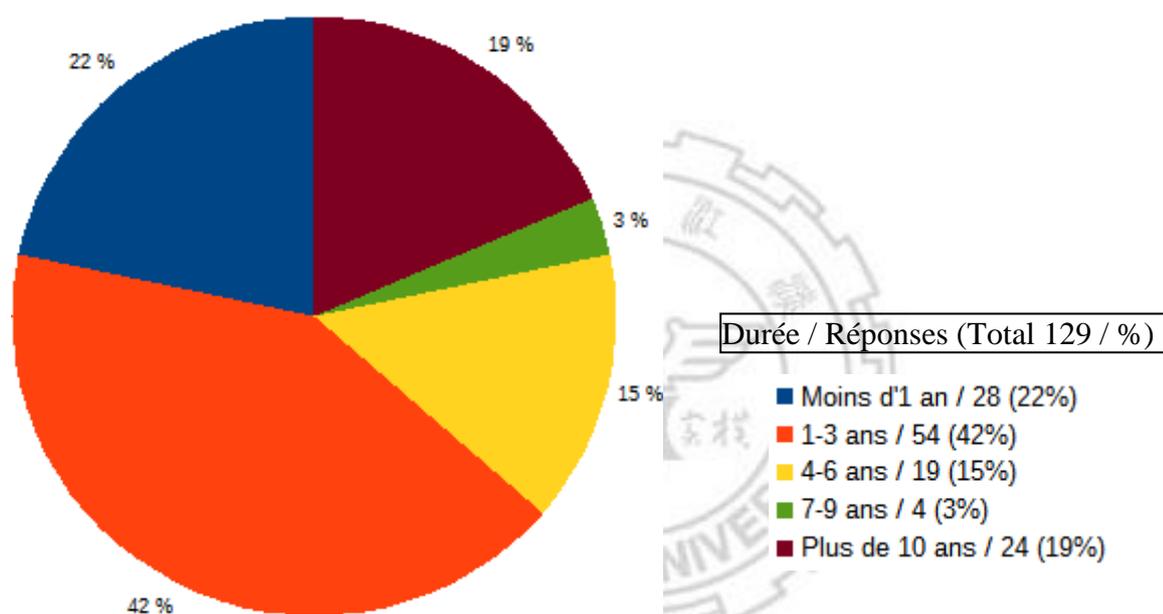


(Graphique fait par HUANG, Hsin-Han)

Cette question est dite « ouverte », les réponses étaient donc libres et non limitées à des choix multiples prédéfinis. D'une part, nous pouvons nous apercevoir que parmi ces réponses, l'information par le biais de la religion est de 4.1% et du site officiel de 6.3%, donc des données fiables. Pour la publicité ou le bouche-à-oreille, nous arrivons à 95.4% (en comprenant les options du bouche-à-oreille, de recommandations par de la famille et de recommandations par des amis) et seulement 0.5% sont venus pour des motifs de recherche ou d'étude. Et parmi les 46 personnes (soit 20.7%) ayant eu vent de l'événement par des publicités, nous notons d'une part

30 répondants venant de l'étranger, donc de l'international ; d'une autre part, 16 Français sont représentés, donc au niveau national. Cela prouve que depuis 1989, malgré tous les procédés de communication publique employés par la Ville de Lyon (les trois plans appliqués, l'association de LUCI), la promotion de cette fête se fait surtout directement par le public. L'image identitaire portée par la Fête des Lumières est effectivement ancrée à celle de la ville. C'est la raison pour laquelle, à la question posée « *Depuis combien de temps connaissez-vous la Fête des Lumières ?* » la réponse nous indique que la majorité des répondants (79%) étant venus à l'édition 2017 connaissaient déjà depuis plus d'un an cette fête, comme le montre le graphique [3.3.2.4] suivant :

[3.3.2.4] Depuis quand connaissez-vous la Fête des Lumières



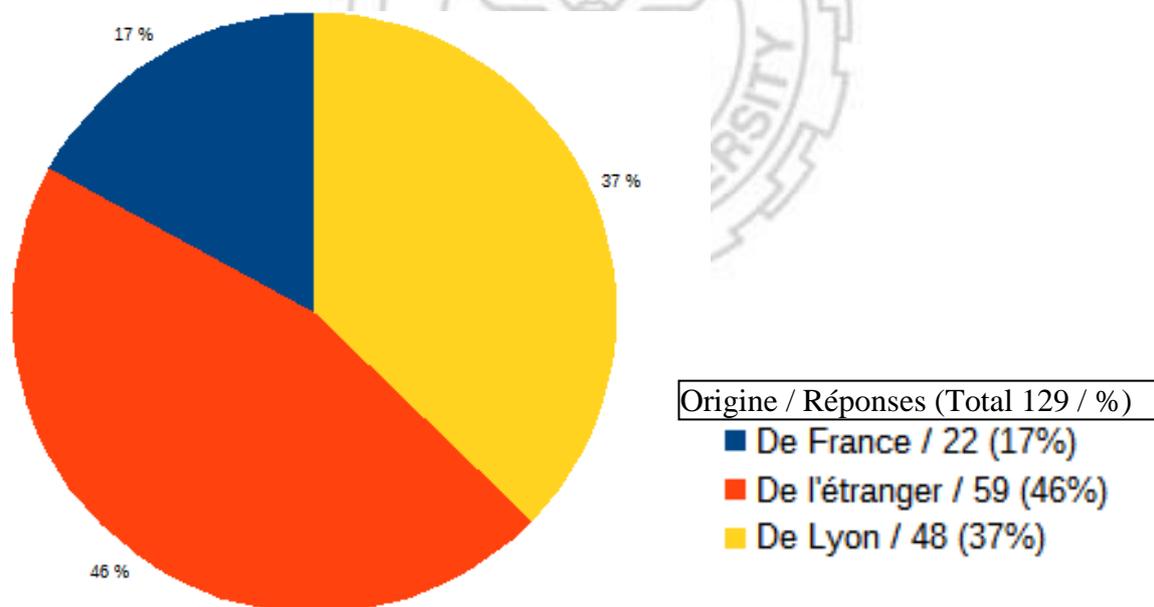
(Graphique fait par HUANG, Hsin-Han)

Ce graphique révèle que 101 personnes (79%) enquêtées ont répondu « depuis plus d'un an ». Cela prouve que, même avec peu de données recueillies, cette fête réussit à donner envie aux répondants d'y revenir. Le plus intéressant dans ces 78% est que l'on voit que le nombre de répondants étrangers se réduit progressivement lorsque l'on remonte dans le temps, c'est-à-dire que les étrangers ayant répondu « 1-3 ans » ont une place relativement importante – 30 personnes ; puis ceux ayant choisi « 4-6 ans » représentent seulement 10 personnes ; enfin, aucun étranger n'a été enregistré comme ayant répondu dans la catégorie de « plus de 10 ans ». Cependant, en regardant les informations fournies par les répondants Lyonnais, nous remarquons le contraire : plus on remonte dans le temps, plus des Lyonnais sont représentés. Par exemple, au niveau du choix de « 1-3 ans », seuls 13 Lyonnais sont enregistrés ; alors que l'option de « plus

de 10 ans », 21 personnes parmi les 24 ayant répondu sont Lyonnais. Dans ce cas, une hypothèse est émise à propos de ce phénomène – serait-ce à cause de la restriction des choix de réponses ou bien des lieux précis où ont été effectuées les interventions qui nous empêchent de pouvoir voir de vraies statistiques représentatives ? Ou serait-ce parce que la promotion de la Fête des Lumières n’a atteint une échelle internationale que depuis neuf ans ? Si l’on regarde les éditions précédentes, la participation n’a atteint le nombre de 2 ou 3 millions de personnes qu’à partir de 2013.

De la part de ceux ayant participé pour la première fois, parmi les 28 réponses collectées, 23 étrangers, deux Français et trois Lyonnais sont représentés. De plus, parmi ces 23 étrangers, 18 y sont allés à la suite de bouche-à-oreille (y compris les recommandations), et les cinq personnes restantes y sont allés après avoir vu les publicités relatives à la fête. Tout cela prouve que, en quelque sorte, les informations se répandent au-delà de la ville, de la région, du pays ou encore de la frontière française, l'effet retenti aux quatre coins du monde ne peut donc être ignoré. On peut noter que 50% des personnes enquêtées viennent de France, et 50% environ de l'étranger comme le montre le graphique [3.3.2.5] ci-dessous :

[3.3.2.5] Origine des répondants

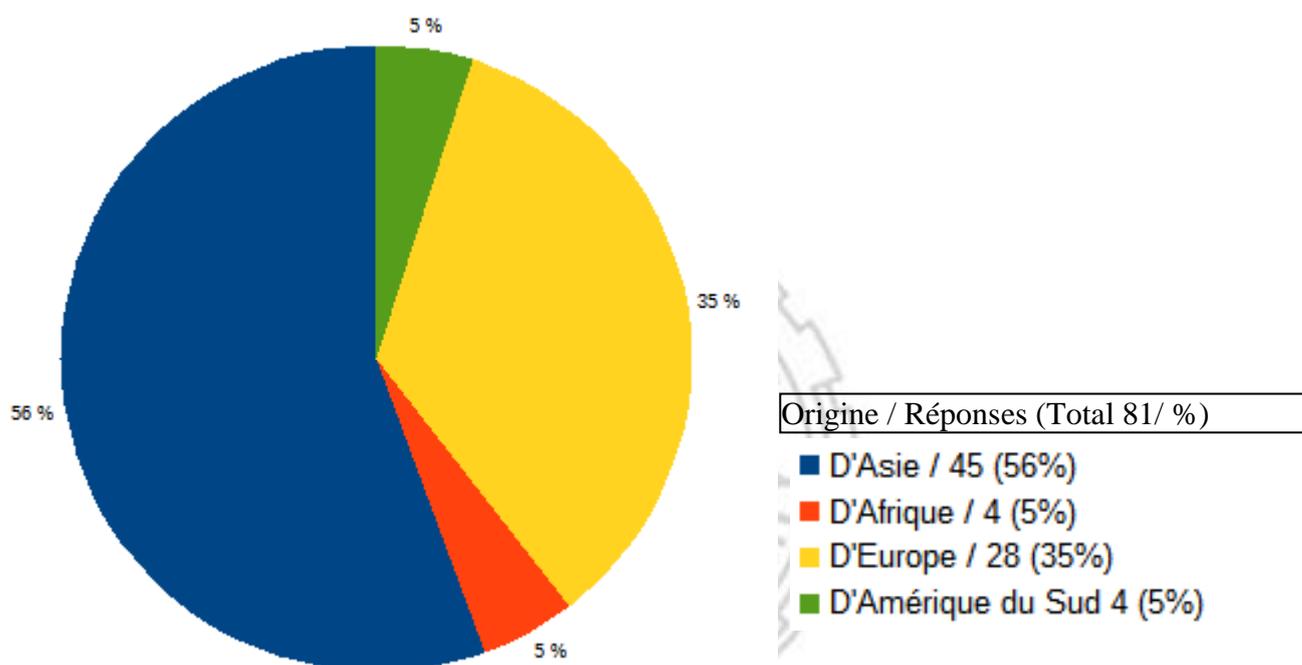


(Graphique fait par HUANG, Hsin-Han)

Dans ce graphique, il y a deux points intéressants : **le taux de participation au questionnaire de Lyonnais et d'étrangers**. Nous pouvons constater que 48 personnes (soit 37%) interrogées viennent de Lyon, ce qui représente deux fois plus que la participation des français venus d'autres régions. Les répondants Lyonnais apportent non seulement du soutien à leur ville mais aussi rejoignent la tradition de cet événement en y allant en famille ou bien avec des amis. Pour cette

enquête, nous avons distingué les Lyonnais et les autres participants français. Quant aux visiteurs étrangers, ils représentent 59 réponses (soit 46%). Cette estimation peut, en quelque sorte, correspondre à ce que dit Gilles Flouret : à chaque édition, il y a presque 50% d'étrangers. Dans cette enquête, nous demandons la nationalité des personnes interrogées et ensuite nous les invitons à nous préciser leur continent tel que l'Asie, l'Afrique, l'Europe etc. Nous allons donc détailler les statistiques à propos de la provenance des étrangers comme le montre le graphique [3.3.2.6] ci-dessous :

[3.3.2.6] Pays d'origine des répondants étrangers



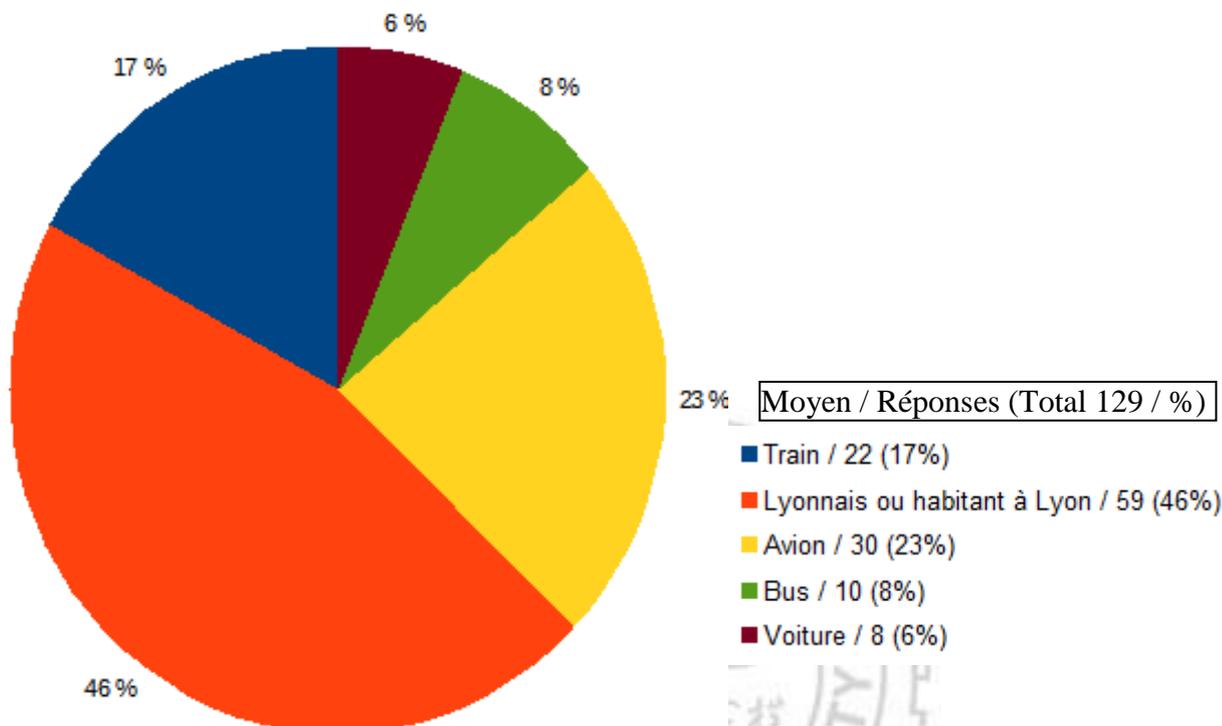
(Graphique fait par HUANG, Hsin-Han)

Ce graphique montre que 81 personnes questionnées ne sont pas de Lyon parmi les 129. Pour faciliter compréhension, les autres français ont été intégrés dans le chiffre correspondant à une provenance de pays d'Europe. À travers ce graphique, nous remarquons que la renommée de cette fête a pu déjà traverser le monde et attirer des répondants de pays lointains comme la Chine, le Japon, le Brésil (66%) mais aussi de pays frontaliers comme l'Italie, l'Allemagne (35%), qui profitent de leur proximité géographique pour admirer les lumières. Normalement, dans ce graphique, les visiteurs européens devraient correspondre à la part la plus évidente du pourcentage au niveau de l'échelle de l'accessibilité géographique. Si nous prenions les chiffres officiels de 2017 du nombre de participants étrangers (Italie, Espagne, Suisse, Royaume-Uni, Allemagne) en comparaison, nous pourrions savoir immédiatement que les pays asiatiques ne sont pas classés, lors de cette édition, parmi les cinq pays les plus présents.

Un autre point de ce questionnaire qu'il nous a paru très important de savoir est leur moyen de

transport pour parvenir à cette fête. Les 129 personnes interrogées ont répondu à cette question « *Comment êtes-vous venu à Lyon pour participer à la Fête des Lumières ?* » Le graphique ci-dessous [3.3.2.7] nous montre leurs réponses :

[3.3.2.7] Moyen de transport utilisé pour arriver à la Fête des Lumières

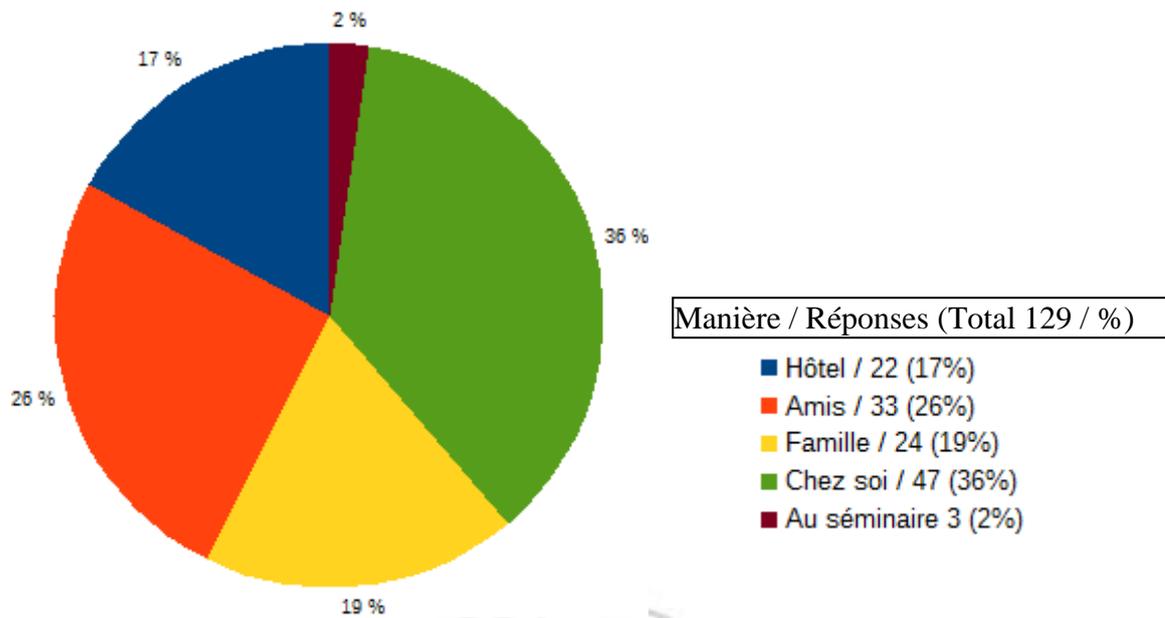


(Graphique fait par HUANG, Hsin-Han)

Beaucoup de Lyonnais et d'étudiants français ou internationaux habitent sur Lyon. Ils ont tous utilisé les mêmes moyens de transport, soit ils y ont été à pied, soit ils ont pris les transports en commun pour y accéder en raison de la gratuité des transports proposée par les Transports en Commun de Lyon (TCL) pendant ces quatre soirées. Ils représentent 59 personnes (46%) des personnes interrogées et sont les plus représentés sur ce graphique. Les autres 60 répondants (53%) sont arrivés en train, en bus, en voiture mais ont indiqué se servir des transports en commun de la ville en raison de la difficulté de stationnement et aussi de la circulation encore plus dense que le reste de l'année.

Après le problème du transport se pose la question de l'hébergement : « *Si vous décidez d'y rester, où logerez-vous ?* » comme le montre le graphique [3.3.2.8] suivant :

[3.3.2.8] Manière de se loger



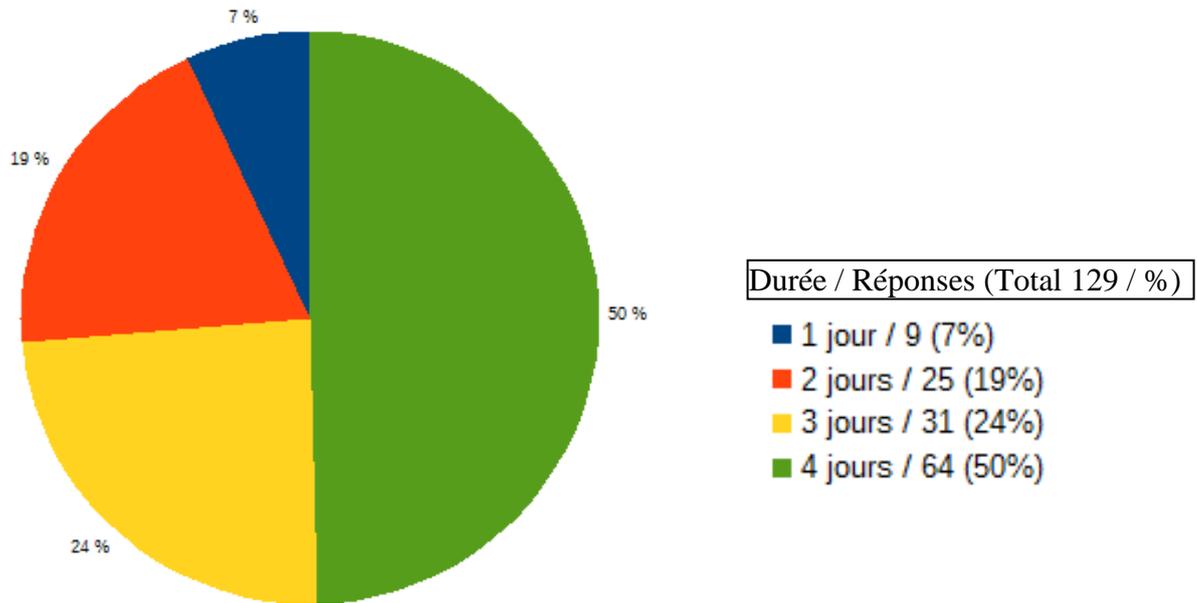
(Graphique fait par HUANG, Hsin-Han)

La plupart des Lyonnais et des étrangers vivant sur Lyon ont déjà leur logement. 57 personnes interrogées (41%) se font héberger par leur famille ou des amis. La coutume conviviale de cette fête fait que les familles et les amis se retrouvent à cette occasion. Ainsi, les participants viennent à Lyon non seulement pour assister à cette fête mais aussi pour profiter d'un hébergement gratuit. Pour les autres, 22 personnes (17%) sont logées dans des hôtels. De plus, pendant cette période festive, des habitants proposent de louer leur logement à un prix intéressant, de 20€ par nuit minimum selon **Cohébergement.com**¹¹⁶, ce qui permet aux participants d'avoir une autre alternative face aux établissements souvent complets et aux prix élevés des hôtels. Aussi, 3 (2%) personnes interrogées viennent en tant que missionnaires, même s'ils ne représentent pas un pourcentage nombreux. Leur mission est associée directement à la Vierge Marie pour non seulement faire savoir aux visiteurs l'histoire du 8 décembre, mais aussi promouvoir leur religion pendant toute la durée de la fête. Ils dorment donc au séminaire se situant juste à côté de la Basilique de Fourvière.

Une autre question se pose aussi, c'est la durée du séjour « *Combien de jours comptez-vous rester à Lyon ?* » comme le montre les réponses sur le graphique suivant [3.3.2.9] :

¹¹⁶ Un site dédié de trouver un logement proposé par les habitants locaux. De plus, un événement d'hébergement « Locations Fête des lumières à Lyon » est toujours mis en place. Source : <https://www.cohebergement.com/event/fete-des-lumieres-a-lyon-1>

[3.3.2.9] La durée du séjour des répondants



(Graphique fait par HUANG, Hsin-Han)

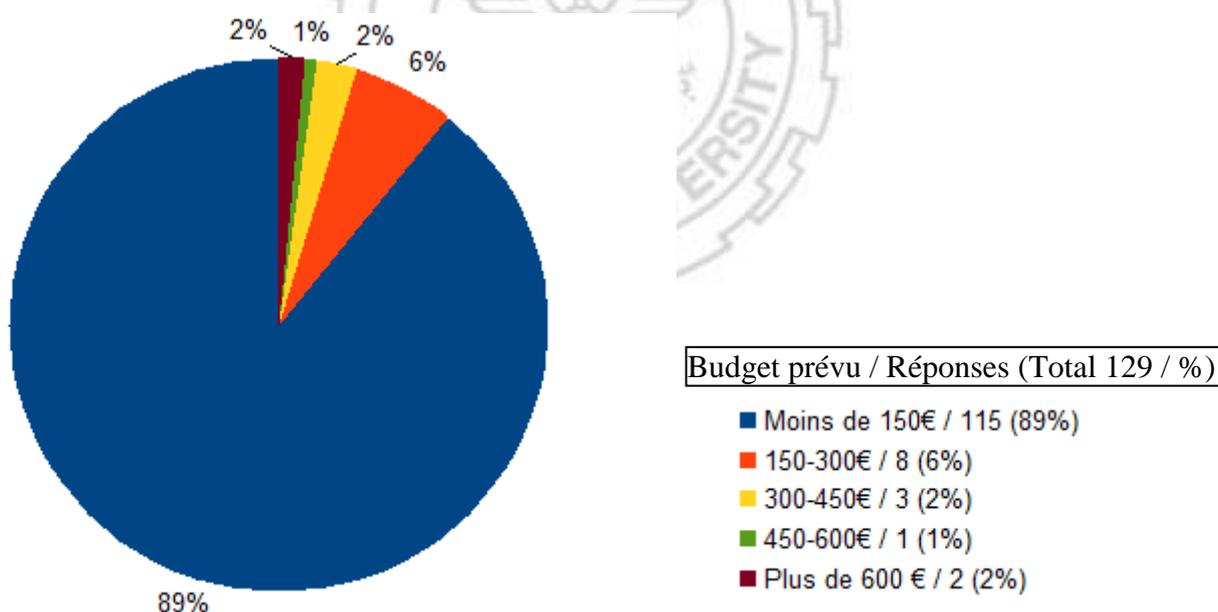
Pour la Fête des Lumières, Nous constatons que le chiffre de quatre jours est prédominant. Nous observons que 50 % restent quatre jours, soit la totalité de la fête, pour profiter de l'ambiance qu'ils soient à l'hôtel ou chez leurs amis. Parmi les 64 répondants (50%), d'une part, les étrangers représentent 34 personnes, ce qui, avec ce chiffre, dépasse la moitié de pourcentage à ce niveau ; de plus, nous remarquons aussi que parmi ces 34 étrangers enregistrés, 23 personnes sont présentes pour la première fois au sein de la Fête des Lumières après avoir eu des informations concernant cette fête de façon la plus simple mais efficace comme communication – c'est-à-dire le bouche-à-oreille (18 personnes), soit d'un autre vecteur communicatif - publicités (5 personnes). D'une autre part, aussi dans la même catégorie où les répondants comptent rester quatre jours entiers, les répondants Lyonnais représentent eux aussi une part importante en représentant un nombre de 21 personnes, soit la deuxième place dans ce cadre d'une durée de quatre jours. Les raisons invoquées à l'oral à cela sont qu'ils sortent et guident leurs amis ou famille pendant toutes ces soirées festives pour profiter de cette effervescence.

De la part du nombre d'étrangers, plus la durée du séjour est longue, plus les étrangers représentés sont nombreux. Ce résultat semble normal, car la majorité de réponses provenant de la part des étudiants étrangers ne comptant rester à Lyon que pour un court terme, ce qui expliquent qu'ils saisissent cette occasion de pouvoir profiter de cette festivité mondialement connue. Nous pouvons constater ce phénomène en regardant les 50% d'autres réponses. Cela correspond à 65 personnes, il y a 9 répondants (7%) qui restent pour une durée d'un jour, dont

aucun étranger, 4 Français et 5 Lyonnais ; 25 (19%) personnes sont représentées pour la durée de 2 jours, dont **8 étrangers, 3 Français et 14 Lyonnais** ; 31 personnes (24 %) représentées pour le choix des 3 jours, dont **17 étrangers, 6 Français et 8 Lyonnais**. De la part des Lyonnais, en particulier ceux qui indiquent un séjour de plus courte durée, la raison invoquée est surtout la grande foule présentes dans les rues durant ces soirées. D'autant plus qu'à partir de l'édition 2016, le périmètre de cette fête s'est restreint à la Presqu'île, ce qui entraîne une concentration de population. Cela veut dire, normalement, que les Lyonnais doivent ensuite être minoritaires dans les réponses de chaque catégorie. Mais cette hypothèse ne peut être vérifiée par les nombres de nos statistiques, car le nombre d'habitants Lyonnais s'étend assez régulièrement sur toutes les catégories ; de plus, les répondants lyonnais qui ont choisi « 2 jours » sont les plus présents par rapport aux autres groupes.

Suivant la durée du séjour, le budget peut aller du simple au quadruple. C'est la raison pour laquelle nous leur avons aussi posé la question suivante « *Quel budget avez-vous prévu pour ce séjour ?* » comme le montre [3.3.2.10] suivant :

[3.3.2.10] Le budget prévu pour le séjour de la Fête des Lumières



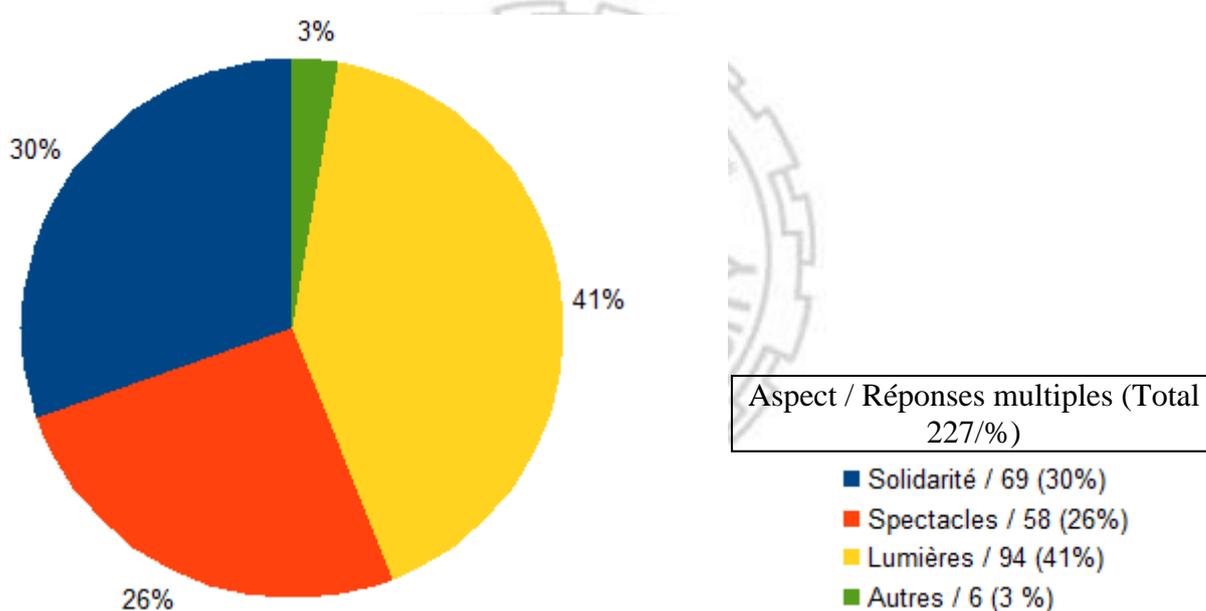
(Graphique fait par HUANG, Hsin-Han)

Du fait de **la gratuité de l'entrée** de la Fête des Lumières et des **Transports en Commun Lyonnais (TCL)**, 115 personnes interrogées (89%) prévoient moins de 150€ pour divers petits achats (verre de vin chaud, sandwich ou achat de lumignons à deux euros). De plus, parmi ces 115 répondants (89%), 104 personnes entre eux séjournent chez leurs amis, familles ou bien chez eux pour, comme nous l'avons évoqué dans la partie *le graphique [3.3.2.8] Manière de se loger*,

avoir accès à la gratuité. C'est la raison pour laquelle la Ville de Lyon ne peut se contenter des retombées économiques apportées par les participants. Elle doit compter sur les 2.6 millions euros apportés par l'Etat et les partenaires ou bien parfois par les revenus potentiels venus des conseils à l'étranger. Nous constatons aussi, en croisant les données, que ceux qui prévoient de dépenser plus de 150 € représentent 14 personnes, soit 11%, dont sept personnes, exactement la moitié, ayant déjà réservé un hébergement (hôtel, AirBnb...); qui plus est, parmi ces 14 personnes, 11 ne sont pas de Lyon, dans ce cas, il leur faut payer pour les transports (sept répondants y viennent en train, un en voiture et trois en avion), cela fait donc partie de leur budget prévisionnel.

Pour finir, nous leur avons ensuite posé la question « *Quels aspects préférez-vous de cette fête ?* » comme le montre le graphique [3.3.2.11] ci-dessous :

[3.3.2.11] L'aspect préféré des répondants



(Graphique fait par HUANG, Hsin-Han)

Cette question peut engendrer de multiples réponses, les répondants peuvent donc cliquer sur plus d'un choix ou même laisser leur propre réponse à l'aide de phrases. Par la suite, nous allons traiter les données en considérant le nombre de Français à l'échelle des Étrangers en vue de ne pas mélanger les informations de départ, parce qu'ils sont peu et que les répondants français ne sont pas de Lyon.

Nous allons commencer à décortiquer le plus grand morceau de ce graphique. Nous comptons 94 cliques (41%) pour le choix de « Lumières » dont **65 cliques sont des étrangers** et **29 cliques sont des Lyonnais**, ce qui dévoile que le choix le plus aimé par les répondants est la réponse « Lumières », ce qui sous-entend que la Ville de Lyon réussit à asseoir son image identitaire «

Lumières » au cœur de ces répondants. De plus, en regardant bien les chiffres des cliques effectués, cet aspect est bien admiré des étrangers et des Lyonnais. Ensuite, **69 réponses (30%)** sont classées dans le choix de « **Solidarité** », ce choix est composé de **48 cliques des répondants étrangers** et **21 cliques de la part des Lyonnais**. Cet aspect est apparemment beaucoup apprécié de ceux qui viennent de l'étranger. Au niveau du choix de « Spectacles », 58 réponses sont enregistrées dont 33 proviennent des répondants étrangers et 25 des Lyonnais. Aussi dans cette catégorie, les étrangers et les Lyonnais sont environ équivalents et le choix « Spectacle » est presque aussi important pour l'un que pour l'autre.

Pour être encore plus clair avec les données précédentes, les répondants étrangers ont cliqué au total 109 fois sur ces trois choix et celui de « Solidarité » est retenu 48 fois, ce qui est le plus remarqué au choix des étrangers. De la part des répondants Lyonnais, nous avons enregistré au total 75 cliques sur ces trois choix, la répartition de réponses est bien étalée sur ces trois catégories. Cependant, les Lyonnais apprécient quand même le plus les « Lumières ».

Par ailleurs, ceux qui ont coché au moins 2 réponses atteignent les **70 personnes**, donc 67% des 129 personnes (100%). Cela prouve qu'il n'y a pas qu'un aspect de cette fête qui peut plaire aux répondants, au contraire, ils sont attirés par de divers « angles » festifs inscrits au sein de cette fête. Parmi les 70 cliques collectées, il y a 47 étrangers et 23 Lyonnais. Au niveau des réponses « **Solidarité** » et « **Lumières** », 20 cliques ont été effectués, dont 17 étrangers sont notés, seul 3 cliques parmi 23 pour le côté de Lyonnais. Alors que pour l'ensemble de « **Solidarité** » et « **Spectacle** », 31 cliques sont pris en compte dont 21 étrangers et 9 Lyonnais. Et l'ensemble de « **Spectacle** » et « **Lumières** » représente 19 cliques, dont 9 étrangers et 11 Lyonnais. Cela prouve que, pour ceux qui ont réalisé de multiples réponses, les répondants Lyonnais préfèrent les aspects « **Spectacle** » et « **Lumières** » ; tandis que les étrangers **admirent** « **Solidarité** » et « **Spectacle** ».

Malgré tout, nous sommes étonnés que 30% des personnes interrogées mettent la solidarité avant les spectacles (26%), est-ce lié aux lieux d'interview choisis ou bien aux sentiments de solidarité associés aux attentats ? Plusieurs personnes questionnées ont partagé avec nous leurs sentiments : « Nous aimons surtout le côté de la solidarité de cette ville. En parcourant les spectacles illuminés du programme, nous pouvons déambuler dans cet événement avec deux aspects, l'un festif et l'autre plus spirituel donnant deux perspectives apparemment opposées – la tradition et la modernité. » Seulement 6 réponses (3%) font appel aux aspects directement religieux. Pour eux, s'ils viennent, c'est essentiellement pour rendre hommage à Marie.

CONCLUSION

Au terme de cette étude, nous avons pu voir comment la fête des Lumières est passée d'une petite fête traditionnelle très localisée à une fête aujourd'hui mondialement connue et appréciée qui fait appel non seulement à de nouvelles technologies mais aussi à un savoir-faire médiatique qui s'est appuyé sur la théorie de la Communication publique. Elle met en jeu divers partenaires et exécutants mais aussi des décideurs, des artistes, des mécénats venant du monde entier pour que cette fête soit de niveau mondial. Elle intervient dans le domaine du tourisme mais aussi de la culture mêlant des décideurs des institutions publiques avec d'autres venant de divers domaines mondiaux notamment celui de l'économie.

La Fête des Lumières a évolué pendant 30 ans pour devenir celle que l'on admire aujourd'hui. Sans aucun doute, c'est aussi grâce aux méthodes de la Communication Publique appliquées au fur à mesure et qui ont pu ainsi, elles aussi, évoluer. Si l'on regarde du côté de l'émetteur, qu'ont été les trois maires successifs de la Ville de Lyon : Michel Noir, Raymond Barre et Gérard Collomb, cette ville a réussi à imposer l'image symbolique de la lumière, en mettant en place différents plans ainsi que le changement de durée de la fête et de nouvelles activités partant de la tradition pour promouvoir cette image non seulement à l'échelle d'un pays mais aussi au niveau international. Mais le plus important dans le cadre de la communication publique vis-à-vis de la Fête des Lumières est la mise en place d'une cellule qui gère l'organisation et la réalisation de toutes installations artistiques éphémères mais aussi communique indubitablement tout au long de l'année avec tous les genres de « récepteurs » tels que les journalistes, les représentants étrangers etc... Qui plus est, quand les informations sont produites, dès lors, ils deviennent des vecteurs intermédiaires médiatiques entre les décideurs et le public.

Du côté des récepteurs, ceux qui viennent assister à l'édition de cet événement répondent clairement aux messages provenant des émetteurs par leur présence, surtout avec ceux qui sont engagés financièrement mais aussi avec ceux qui désirent importer cette activité féérique chez eux. C'est eux qui maintiennent le lien et favorisent une communication bilatérale. Particulièrement à partir des années 2010, avec le développement des nouvelles technologies, comme nous l'avons vu, les relations de communication entre l'émetteur officiel et le récepteur reconnu sont de plus en plus court-circuitées par le public par le phénomène des réseaux sociaux qui permettent d'accéder directement aux informations et c'est ainsi que l'on a pu voir une augmentation notable des visiteurs et de ce fait un accroissement économique sur les réservations des hôtels ou des restaurants ou des partenaires financiers. L'image identitaire est de plus en plus connue et les informations voyagent dans le monde de plus en plus vite ce qui crée

un effet encore plus promotionnel et puissant : « le bouche à oreille par un clic ».

Tout message transmis est communiqué sur internet quel que soient les moyens employés de communication tels que les journaux en ligne, les informations sur les applications. Bien sûr cela facilite la vie humaine dans la société actuelle ; cependant, certains souhaitent voir en direct les réalisations en s'immergeant dans la foule et dans cette atmosphère festive ; d'autres, au contraire, préfèrent rester chez eux « le nez sur l'écran » en téléchargeant en ligne ou encore certains vont dans la foule mais regardent davantage leur écran sans hausser leur tête pour admirer les créations artistiques éphémères. Dans ce cas, le nombre de participation va en quelque sorte se réduire à cause de ce vecteur nouveau dans le domaine de la communication publique et avoir comme conséquence la baisse des retombées économiques ou bien au contraire cette fête peut devenir encore plus connue du fait de cette accessibilité rapide à toutes sortes d'informations.

Cette petite fête tout juste régionale, est devenue d'un niveau mondial en partant de sa propre tradition et histoire comme tous les festivals existant sur le territoire français tel que le Festival d'Avignon pour les spectacles éphémères de rue mais aussi comme le festival de Cannes mondialement connu pour le cinéma ou un peu plus modestement comme les spectacles médiévaux du Puy du Fou... chacun est porteur d'une image mondialement connue.

Cependant, en matière de communication publique la Fête des Lumières, reste un bon exemple de communication publique et de valorisation du patrimoine qu'il soit virtuel comme réel. Aujourd'hui, la Ville de Lyon a mis en valeur un ancien hôpital moyenâgeux, l'Hôtel Dieu, vieux de 8 siècles, qui vient d'être rénové et transformé ce 27 avril 2018 en un hôtel de 5 étoiles pour les touristes, en des commerces de luxe mais aussi en haut lieu de la gastronomie lyonnaise reconnu mondialement. Selon le Parisien¹¹⁷, les ouvertures vont se poursuivre tout au long de l'année de 2018 ; à la fin on attend déjà 10 millions de visiteurs par an. Cet ancien hôpital rénové sera intégré au périmètre de la Fête des Lumières ; un projet prévoit cependant de l'étendre jusqu'au quartier de la Confluence ainsi que vers d'autres quartiers lyonnais en dehors de la Presqu'île.

Est-ce par hasard que nous avons choisi la Fête des Lumières en tant que Taïwanais qui avant dans la tradition notre propre Fête des Lanternes, de la lumière suivant notre culture sinophile ?!
(Hsin-Han HUANG)

117 Catherine Lagrange, *Lyon : l'ancien hôpital de l'hôtel-Dieu devient temple de l'art de vivre*, le Parisien, 29/04/2018

BIBLIOGRAPHIE

LIVRES

1. Bernard Perrin, *Les aléas de la diversité dans la fonction publique territoriale*, Ecole nationale d'administration (ENA), 2009
2. Caroline Ollivier-Yaniv, *Discours politiques, propagande, communication, manipulation*, ENS éditions, 2010
3. Caroline Ollivier-Yaniv, *La « communication publique » comme « monde social » : une approche réflexive*, Presses Universitaires de Rennes, coll. Res Publica, 2014
4. Dominique Megard, *La communication publique et territoriale*, DUNOD, 2012
5. Jacqueline Candau, *Usage du concept d'espace public pour une lecture critique des processus de concertation*, Économie rurale, 2009
6. Instance nationale pour la Réforme de l'information et de la communication (INRIC), *Rapport général*, 2012
7. I-Pei Chung, *The festival as a tool of urban develops through the exemple of Fête des Lumières in Lyon*, Université Tamkung de Taïwan, 2011
8. Léopold Ngodji, *La communication publique au Cameroun*, L'Hamattan, 2011
9. Loréline Goudard, *La fête du 8 décembre à Lyon : nouveau marqueur d'enjeux d'une métropole [1999-2006]*, Institut d'Etudes Politiques de Lyon, 2007
10. Louis Jacquemin, *Histoire des églises de Lyon*, Elie Bellier, 1983
11. Manon Lesage, *Tourisme en affaires, marketing et développement territorial*, Université de Nice Sophia-Antipolis - Master 1 Information-Communication, 2013
12. Sophie Maire, *L'institutionnalisation de la « participation » des citoyens et ses effets sur le système politico-administratif municipal*, Université de Rouen, 2009

PRESSE / ARTICLES

1. Audrey Emery, *La fête des Lumières de Lyon, un succès qui ne se dément pas*, Le Point, 12/2014
2. Baptiste Noble Werner, *Lyon : Dans la peau d'un touriste à la Fête des Lumières*, 20 minutes, 09/12/2017

3. Caroline Girardon, *Lyon : Trois choses à savoir sur la véritable histoire du 8 décembre*, 20 mins, 12/2015
4. Caroline Girardon, *Tout le monde s'est mis bomber le torse*, 20 mins, 03 / 2018
5. Catherine Lagrange, *Lyon : le florissant business de la Fête des lumières*, Le Parisien, 08/12/2017
6. Catherine Lagrange, *Lyon : l'ancien hôpital de l'hôtel-Dieu devient temple de l'art de vivre*, le Parisien, 29/04/2018
7. Erwin Canard, Laura Makary, *5 bonnes raisons d'aller étudier à Lyon*, l'Etudiant, 18/ 01/ 2018
8. Jacques DONNAY, Alain Guilhot, *le pape de la lumière*, Grand témoin, 08/ 2016
9. Jérémy Jeantet, *Succès médiatique pour la Fête des Lumières*, Lyon Capitale, 09/12/2014
10. Charles Binick & Rosa Chevassu, *La Fête des Lumières de Lyon 2014 brille de mille feux*, Figaro, 12/2014
11. Emmanuelle Jardonnet, *La Fête des lumières lyonnaise s'exporte à Dubaï*, Le Monde, 20/03/2014
12. Jean-Jacques Larrochelle, *L'esprit des Lumières souffle sur Lyon*, le Monde, 12 / 2014
13. Justin Boche, *Fête des Lumières : la procession aux flambeaux aura bien lieu*, Lyon Capital, 12/2015
14. Lucas Larcher, *Fête des lumières 2017 : les Lyonnais en ont-ils marre ?*, Lyon Capitale, 09/12/2016
15. Lucas Larcher, *La Fête des lumières 2017 en chiffres*, Lyon Capital, 12/2017
16. Lucas Larcher, *Fête des lumières 2017 : la sécurité ne doit pas nuire à la fête*, Lyon Capital, 12/2017
17. Nadine Micholin, *Avec les Lumignons du cœur, Lyon ravive la flamme*, le Progrès, 25/11/2016
18. P-a Triollet, *Lyon : la Fête des Lumières annulée ...*, FocuSur, 11/2015
19. Ville de Lyon, *Communiqué de presse (CP) Bilan Fete Des Lumieres 2014*, 2014
20. Ville de Lyon, *Communiqué de presse (CP) Bilan Fete Des Lumieres 2017*, 2017
21. Vincent Laganier , *Lyon-ville lumière : 1989-1999, Light Room Lumière*, 12 / 2013

SITOGRAPHIE

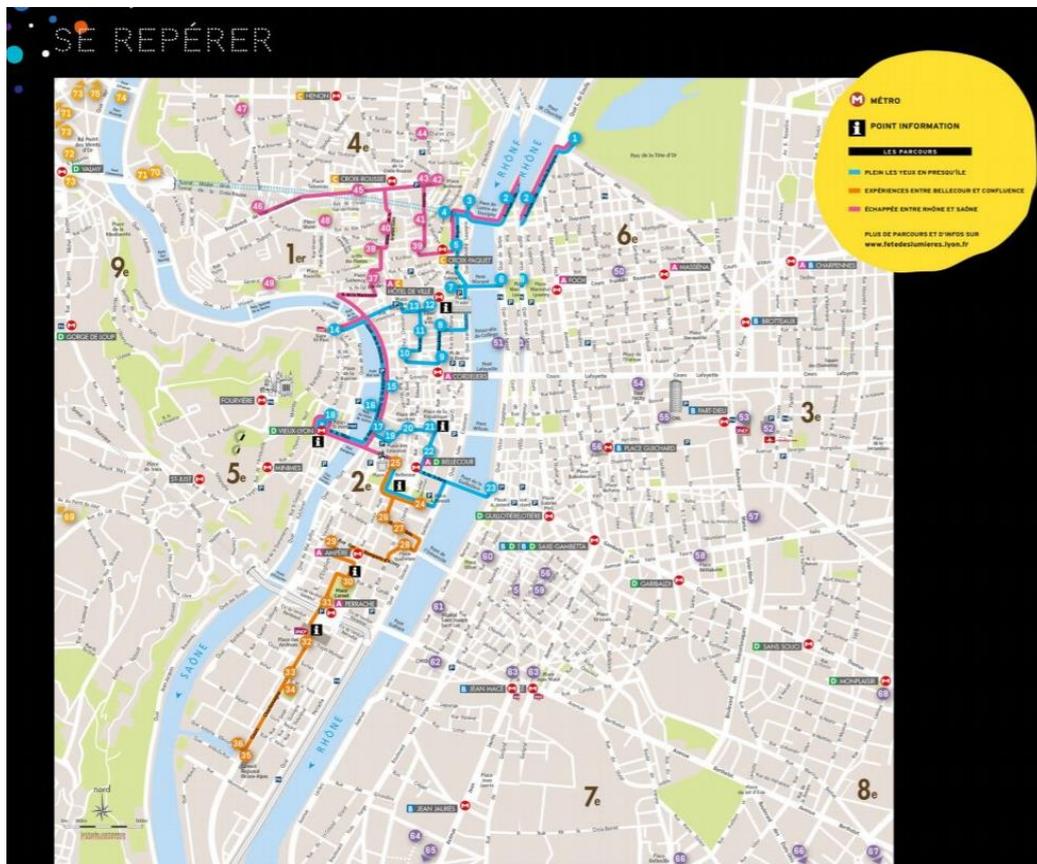
1. Basile Perrin-Reymond, *Quelle est l'origine de la Fête des Lumières ?* ça m'intéresse, la curiosité en continu, 2017 <https://www.caminteresse.fr/culture/quelle-est-lorigine-de-la-fete-des-lumieres-1174863/>
2. B. Bathelot, *Définition : Plan media*, 2017
3. <https://www.definitions-marketing.com/definition/plan-media/>
4. B. Bathelot, *Définition : Media planning*, 2018
<https://www.definitions-marketing.com/definition/media-planning/>
5. Cap'Com le réseau de la communication publique et territoriale, *Qu'est-ce que la communication publique ?*
<http://www.cap-com.org/content/quest-ce-que-la-communication-publique>
6. Cap'Com le réseau de la communication publique et territoriale, *Une histoire de la communication publique*,
<http://www.cap-com.org/actualite/2366-une-histoire-de-la-communication-publique.html>
7. Cap'Com, *Carte blanche à Pierre Rosanvallon - Conférence d'ouverture Cap'Com 2010*, 2011,
<http://www.cap-com.org/content/carte-blanche-%C3%A0-pierre-rosanvallon-conf%C3%A9rence-douverture-capcom-2010>
8. Colline Palacin-Jacquelin, *ETUDE – La Fête des Lumières : entre événement culturel et célébration religieux*, Culture et Croyance, 12/2013
<http://www.cultures-et-croyances.com/etude-la-fete-des-lumieres-entre-vnement-culturel-clbration-religieuse/>
9. Ville de Lyon, *Communiqué de presse 2013 - Fête des Lumières 2013 : le rendez-vous de toutes les émotions*, 2013
file:///C:/Users/user/AppData/Local/Packages/Microsoft.MicrosoftEdge_8wekyb3d8bbwe/TempState/Downloads/CP+BILAN+2013_FETE+DES+LUMIERES.pdf
10. Ville de Lyon, *Communiqué de presse 2014 - Toujours plus d'affluence pour la Fête des Lumières 2014*, 2014
<http://france-congres->

evenements.org/images/documents/CP/CP_ville/Lyon/LYON_CP_Bilan_FDL_2014.pdf

11. Ville de Lyon, *Communiqué de presse 2017 - FÊTE DES LUMIERES 2017 4 SOIRS D’AFFLUENCE ET D’EFFERVESCENCE*, 2017
<https://drive.google.com/open?id=1v7rf9scv-BefJfuKiVnFVHT0snLLYEF>
12. David Jean, *Les réseaux sociaux, un nouvel enjeu pour la culture*, Culture Nous, 17/06/2017
<http://culturecnous.vosges.fr/blog/les-reseaux-sociaux-un-nouvel-enjeu-pour-la-culture>
13. Dominique Bessières, *La définition de la communication publique : des enjeux disciplinaires aux changements de paradigmes organisationnels*, 2009
<http://journals.openedition.org/communicationorganisation/686#author>
14. Florent Deligia, *Lyon : les origines oubliées du 8 Décembre - Fête des Lumières*, Lyon capitale, 2016, <http://www.lyoncapitale.fr/Journal/Lyon/Culture/Vie-et-Politique-Culturelle/Lyon-les-origines-oubliees-du-8-Decembre-Fete-des-Lumieres>
15. Francis Combes et Patricia Latour, *de la propagande à la communication (chronique)*, l'Humanité, 2007, <https://humanite.fr/de-la-propagande-la-communication-644040>
16. Juricoll, *Les grands principes de la communication en période d'élections*, <http://juricoll.fr/grands-principes-de-communication-electorale/#electorale>
17. Karine Philibert, *Pourquoi mettons-nous des lumignons à Lyon le 8 décembre ?*, 2017
<http://www.manoirtourieux.com/pourquoi-des-illuminations-a-lyon-le-8-decembre/>
18. Victoria Havard, *La Fête des Lumières, entre légende et tradition*, APPRENTI LUMIÈRE, 2016, <https://apprentilumiereblog.wordpress.com/2016/12/05/la-fete-des-lumieres-entre-legende-et-tradition/>
19. Stéphanie Borg, *Fête des Lumières : retombées tous azimuts*, Tout Lyon affiches, 04/12/2016, <http://le-tout-lyon.fr/fete-des-lumieres-retombees-tous-azimuts-7151.html>

ANNEXES

I- Images de l'Envergure de la Fête des Lumières (édition 2014 2016 2017)



(Programme de la Fête des Lumières, la carte, L'édition 2014)



(Programme de la Fête des Lumières, la carte, L'édition 2016)



(Programme de la Fête des Lumières, la carte, L'édition 2017)



II- Exemple du questionnaire

Nous avons esquissé tout d'abord celui sous forme de papier comme échantillon. Après, depuis ce modèle, celui en ligne était mis à disposition.

Questionnaire
<p>Bonjour, je m'appelle HUANG, Hsin-Han, étudiant en Master 2 à la faculté de Lettres de l'Université Lyon III, et je vais faire un mémoire cette année dont le titre est : La Fête des Lumières – Au service de la communication publique de la Ville de Lyon. J'ai donc besoin de savoir la relation entre cette fête et son public. C'est-à-dire une partie de vos informations personnelles et votre motivation d'y participer. Seulement avec vos réponses qui me permettront de le réaliser ainsi que le rendront plus pertinent.</p> <p>Merci d'avance de bien vouloir remplir ce questionnaire.</p> <p>Bonnes Fêtes</p> <p>Hello, my name is HUANG, Hsin-Han, student at master 2 in graduate school of Literatures of Etudes Polyvalentes Françaises at l'Université Lyon III. I would like to write my master dissertation in the title of La Fête des Lumières – Au service de la communication publique de la Ville de Lyon. That is why I need to know the relationship between this festival and the public. It means that I shall have some of your personal information and the reason why you come to participate. Only with your precious responses that I can realize this work and make it more relevant.</p> <p>Thank you in advanced for fulling this questionnaire.</p> <p>Enjoy the Festival</p>
1. Vous êtes/ You are <input type="checkbox"/> homme/ man <input type="checkbox"/> femme/ woman
2. D'où venez-vous/ Where are you come from? <input type="checkbox"/> De Lyon/ From Lyon <input type="checkbox"/> De France, quelle région / From France, which region _____ <input type="checkbox"/> De l'étranger/ From abroad, quelle nationalité / Which nationality _____
3. Quel âge avez-vous? / How old are you? <input type="checkbox"/> 0-18 <input type="checkbox"/> 18-29 <input type="checkbox"/> 29-45 <input type="checkbox"/> 45-60 <input type="checkbox"/> 60+
4. Vous êtes venu(e)/ You came with <input type="checkbox"/> En famille/ family <input type="checkbox"/> En couple/ couple <input type="checkbox"/> Avec des amis/ friends <input type="checkbox"/> Seul(e)/ alone
5. Comment êtes-vous venu à Lyon pour participer à la Fête des Lumières ? / How did you come to Lyon for attending la Fête des Lumières ? <input type="checkbox"/> Par TGV/ By TGV <input type="checkbox"/> Par bus/ By bus <input type="checkbox"/> Par voiture/ By car <input type="checkbox"/> Vous êtes de Lyon/ You live at Lyon
6. Depuis combien de temps connaissez-vous la Fête des Lumières ? How long have you known la Fête des Lumières ? <input type="checkbox"/> 1- 3 ans / years <input type="checkbox"/> 4-6 ans / years <input type="checkbox"/> 7-9 ans / years <input type="checkbox"/> plus que 10 ans /more than 10 years
7. Combien de fois avez-vous participé à la Fête des Lumières ? How many times have you attended to la Fête des Lumières ? <input type="checkbox"/> 1 <input type="checkbox"/> 2 <input type="checkbox"/> 3 <input type="checkbox"/> 4 <input type="checkbox"/> 5 <input type="checkbox"/> Plus que 5 fois

<p>8.Par qui / par quoi connaissez-vous la Fête des Lumières ?</p> <p>How do you know la Fête des Lumières ?</p> <p><input type="checkbox"/> Publicités/ Ads <input type="checkbox"/> Site officiel/ Official website <input type="checkbox"/> Bouche-à-oreille/ Word of mouth</p> <p><input type="checkbox"/> Recommandation des proches/ Recommendation of relatives</p> <p>Si c'est par recommandation, de la part de (ex. Famille, amis, etc.) _____</p> <p>If it is by recommandation, it is from (eg. Family, friends, etc) _____</p> <p><input type="checkbox"/> Autres / Other _____</p>
<p>9.Combien de jours comptez-vous rester à Lyon ?</p> <p>How many days do you plan to stay at Lyon?</p> <p><input type="checkbox"/> Je pars ce soir/ I leave tonight <input type="checkbox"/> 1 jour/ day <input type="checkbox"/> 2 jours/ days <input type="checkbox"/> 3 jours/ days</p>
<p>10. Si vous décidez d'y rester, où logerez-vous ?</p> <p>If you intend to stay, where will you stay?</p> <p><input type="checkbox"/> Hôtel/ Hotel <input type="checkbox"/> Chez des amis/ in friends' house <input type="checkbox"/> En famille/ in family's house</p> <p><input type="checkbox"/> Auberge de jeunesse / Youth Hostel <input type="checkbox"/> Autres / Other _____</p>
<p>11. Que représente cette fête à vos yeux, pouvez-vous le définir en 3 mots ?</p> <p>What does this festival represent for you? Could you use 3 words to define it?</p> <p>_____</p>
<p>12. Quels aspects préférez-vous ? (Possible d'avoir plus qu'un choix)</p> <p>Which aspects do you prefer? (Possible to have more than one answer)</p> <p><input type="checkbox"/> Solidarité/ Solidarity <input type="checkbox"/> Lumière/ Light <input type="checkbox"/> Spectacles/ Performances</p> <p><input type="checkbox"/> Autres/ Other _____</p>
<p>13. Quel budget avez-vous prévu pour ce séjour ?</p> <p>Which budget have you predicted for this tour? <input type="checkbox"/> moins de 150€ /less than 150€ <input type="checkbox"/> 150-300€</p> <p><input type="checkbox"/> 300-450€ <input type="checkbox"/> 450-600€ <input type="checkbox"/> plus de 600€/ more than 600€</p>

Il existe aussi le questionnaire intégral sur ligne, si cela vous intéresse, veuillez consulter le lien indiqué ci-dessous :

<https://docs.google.com/forms/d/1hkc5AbKxQQVBmKV98Va7qtAi3PTFN9Sv2Y5Df2upM/edit>

III- Transcription de l'enregistrement d'interview

Interview avec Gilles FLOURET (Chargé des Grands Projets, Direction des Evènements et de l'animation de la Ville de Lyon)

1. Hsin Han Huang : « Qu'est-ce que la fête des Lumières ? Quelles sont les pratiques et les moyens de communication relatif au tourisme ?

Gilles Flouret : Il y a déjà la réputation de la fête. C'est une fête traditionnelle à Lyon : La Fête des Lumières. Le 8 décembre, c'est une fête traditionnelle de la ville pour la Vierge Marie, c'est donc une fête religieuse. C'était déjà un moment de communication et de rencontre. Ensuite, on a « fabriqué » les animations lumières qui font partie intégrante de la Fête des Lumières. Mais, la fête existait avant les illuminations. Il est intéressant aussi de parler un peu de l'histoire officielle. C'est en 1852 que fut créé la Fête des Lumières en l'honneur de la Vierge avec des bougies au bord des fenêtres. En 1848, en France, il y a eu une grande révolution avec beaucoup d'impact sur la ville de Lyon notamment avec la révolte des ouvriers de la soie. Ce sont les ouvriers de la Soie qui ont pris le pouvoir et qui ont fait la révolution et ensuite l'armée en a exécutés 600 sur les marches de l'Hôtel de Ville. C'est pourquoi 4 ans entre 1848 et 1852, la ville n'avait plus de maire élu par les habitants puisqu'il était nommé par le gouvernement français, parce qu'on considérait que cette ville n'était pas contrôlable. Il n'y avait plus de démocratie à l'échelle de la ville. De ce fait, à partir de là, tous les rassemblements publics étaient interdits, on n'avait plus le droit de se réunir dans la rue pour faire des fêtes sauf si c'étaient des fêtes religieuses. En 1852, grâce à la fête religieuse de l'inauguration de la statue de la Vierge, les gens ont pu se retrouver ensemble, cela faisait 4 ans qu'ils n'avaient plus le droit de se retrouver dans la rue. Ce fut un événement avec à la fois un sens politique et religieux.

Aujourd'hui nous faisons de la communication avec certains moyens traditionnels. On achète des espaces de publicités dans le métro à Paris parfois à Marseille, on fait aussi des conférences de presse à Lyon de présentation de la Fête des Lumières. Lors de la plus grande conférence de presse de Lyon, 120 journalistes étaient présents ! Beaucoup venaient de la région, ils étaient les correspondants des grandes chaînes. Un petit déjeuner de presse a été organisé à Paris avec les correspondants des plus grands médias mais aussi avec des correspondants étrangers. C'est la démarche de presse. On achète aussi des publicités. Dans nos bureaux, on « fabrique » vraiment la matière artistique. Les nuits sonores ont une véritable équipe qui ne va s'occuper que du festival, en différence, nous nous occupons de la matière artistique mais aussi en tant que Ville de Lyon c'est le service de communication qui agit auprès de la presse. Certaines personnes travaillent uniquement sur la Fête des Lumières durant 3 mois. Donc, ce n'est pas notre bureau

qui en est chargé mais les collègues de l'Hôtel de Ville, ils passent beaucoup de temps sur la Fête des Lumières mais pas uniquement. Donc, après la communication à la presse, on organise une visite pour les journalistes la veille de l'ouverture de la fête pour qu'ils aient des images à mettre dans les journaux, dès le premier jour de l'ouverture.

Cela fait partie de la communication. On a beaucoup de demandes et de travail avec les journalistes avant la fête, pour filmer les artistes, qui sont en train, chez eux, de fabriquer des projets, opérer sur le site. On a tous les ans des demandes de grandes chaînes pour faire un reportage d'une petite durée car c'est un projet très visuel. On a aussi les journaux télévisés qui nous en demandent pour leurs ouvertures. On a eu la télévision japonaise qui était venue en France pour faire un reportage en direct sur plusieurs jours. On a eu beaucoup de demandes de presse comme pour l'année dernière plus de 1.000 reportages ou articles de journaux sur la Fête des Lumières.

HH.H : Ces demandes émanaient-elles des média locaux ou internationaux ?

G.F : Oui, internationaux, européens, et nationaux. L'ensemble était de 1.000 reportages et articles. C'est un événement très important. Nous faisons aussi des affiches sur le site officiel, les réseaux sociaux sont aussi activés par le service de la ville 'communication digitale de la ville de Lyon'. Cette année, on a communiqué le programme de cette façon. Toutes les affiches qu'on a faites sont dans la tradition des lumignons (petites bougies qu'on met au bord des fenêtres). Les lumignons, en principe, sont en verre selon la tradition lyonnaise, parfois avec des rainures ce qui les rend encore plus brillants. C'est le lumignon traditionnel, ce ne sont pas des verres pour boire, ils sont faits uniquement pour cet usage. Il y a aussi des bougies parfumées, de toute forme mais c'est complètement commercial et artificiel.

En fait, à chaque fête du 8, il y a une manifestation qui s'appelle « Lumignons du cœur » animée par une association différente chaque année : en 2016, c'était l'ONG **Electriciens sans frontières** ; cette année, c'est l'association nommée « **Laurette Fugain** » qui lutte contre la leucémie des jeunes (cancer du sang). Ils vendent des lumignons à 2 euros, et tous les bénéfices vont à leurs activités. L'esprit religieux des origines est gardé, en faisant appel à un élan de générosité. 34 000 lumignons sont vendus, c'est à peu près le chiffre de cette année (2017), ce qui fait 68 000 euros pour l'association et ce qui leur permet aussi de mieux se faire connaître grâce au fait que la vente se déroule durant la fête. Pour la fête, nous faisons aussi un petit programme sous forme de brochure tiré à 35 000 exemplaires. Aujourd'hui du fait de l'utilisation des

smartphones, moins de brochures-papiers ont été faits. De plus pour avoir des informations complémentaires et les descriptions de projets, la recherche se fait sur internet. Dans ce cas-là, on dépense moins et gaspille moins de papiers.

HH.H : En fait, cette année, lorsque je me suis promené dans les rues pendant la Fête des Lumières, j'ai pu voir beaucoup de personnes consulter leurs écrans de smartphones pour trouver où étaient situées les installations. Ce qui était pratique !

G. F : En 2016, il y a eu 29 570 téléchargements de l'application. Finalement, c'est 10 fois moins que le papier. En 2017, 48 376 téléchargements ont été faits.

Il y a une autre chose, c'est que tous les projets que nous proposons durant la fête sont uniques et originaux. C'est-à-dire que l'on rémunère les artistes sélectionnés sur dossier, c'est mon travail de recevoir les dossiers. Pour les illuminations de la Cathédrale Saint Jean, nous avons reçu plusieurs demandes d'équipes internationales mais beaucoup d'équipes françaises. Donc, les propositions de chaque équipe d'artistes nous racontent quels tableaux ils veulent faire, quelles musiques prendre, quelles atmosphères créer. Et ensuite, il y a les dossiers techniques qui précisent combien de vidéos, de projecteurs...sont nécessaires. Après le choix des projets, nous arrivons facilement au mois de juin. Nous travaillons avec ceux qui ont été sélectionnés pour qu'ils nous montrent un petit extrait du spectacle, on regarde les maquettes et les réalisations techniques, on fait le repérage. En fait, tous les projets de cette fête sont de grands projets. Dans le monde, on connaît à peu près 100 à 106 autres fêtes des Lumières : en Chine, Amsterdam, Bruxelles, Moscou et même Shanghai ...l'origine de toutes ces fêtes vient de Lyon. Comme pour le festival de Cannes pour le cinéma, les spectacles d'illuminations attirent les responsables de certaines villes du monde ; ils viennent à Lyon pour acheter le concept et voir les réalisations. De ce fait, il y a beaucoup de professionnels qui viennent à la fête, et tout cela retentit sur les médias. Les médias chinois envoient des journalistes, parce qu'ils l'ont vue à Shanghai, ils l'ont trouvée « cool ». La communication de la fête marche ainsi et va au-delà des frontières.

2. HH.H : Combien de participants ? Pourquoi n'avez-vous prévu que 3 millions de participants en 2017 ?

G. F : Nous, on n'a rien prévu. On est dans la rue, on ne connaît pas le nombre de visiteurs parce qu'il n'y a pas de billetteries. On fait des évaluations approximatives car on n'a aucun moyen de

les compter. On peut seulement dire qu'il semblerait qu'il y avait plus ou moins de monde que l'année dernière. On sait qu'il y a eu beaucoup d'annonces auprès de 3 millions de gens. En 2014, il y a eu beaucoup de fréquentations. Depuis les attentats de 2015, la fête a bien changé, cette année-là, elle a été annulée. Depuis 2016, l'espace de la fête a été limitée pour mieux gérer les entrées. Autrefois, la fête se déroulait dans tous les quartiers de la ville et dans le centre-ville. L'estimation était de 3 millions de participants. Cependant les évaluations sont faites à l'aide de plusieurs sources d'informations, par exemple à partir de la place des Terreaux, lorsque l'on ferme les rues, nous savons combien de personnes assistent à chaque séance par le comptage de la police, on estime que la Place peut contenir entre 600 et 800 personnes. Lorsque l'on sait que chaque spectacle dure une heure par séance, et qu'il y a 4 séances, on arrive à 400 000 ou 500 000 personnes. Les évaluations de 1.8 million de participants, cette année sont faite de cette façon : on compte 500 000 personnes pour la Place des Terreaux, 300 000 devant la cathédrale Saint-Jean, 70 000 au Théâtre Antique. On a aussi les chiffres des hôtels, le nombre de voyageurs dans les métros ...On estime donc qu'il y a eu 1.8 million de spectateurs. Mais ce n'est qu'une évaluation, parce que la ville de Lyon comprend 500 000 d'habitants, l'agglomération du Grand Lyon, 1.2 million. A l'échelle de la ville, c'est énorme, et de l'agglomération encore plus. Et puis, on a aussi les chiffres de l'Office du Tourisme, ces données ne concernent que les personnes qui se sont présentées spontanément à ses guichets pour des renseignements. De plus, on a une classification de nationalités, parce qu'il demande aux visiteurs d'où ils viennent, s'ils sont touristes français ou étrangers. Parmi ces étrangers on trouve en premier les Italiens, puis les Allemands, les Suisses, les Anglais et les Espagnols. Ce sont les touristes des pays proches qui s'adressent à l'Office du tourisme.

3. Combien de participants étrangers ? Est-ce que vous pourriez me donner les chiffres encore plus détaillés comme le bilan de 2012 ? (Pourquoi l'irrégularité dans les bilans annuels ?)

G. F : En fait, en 2012, les Chinois ont été classés parmi les 5 premiers sur le taux d'étrangers. Depuis les attentats leur nombre a diminué. Je ne vous parle que de ceux qui passent à l'Office du Tourisme. Donc, si des chinois viennent avec leurs guides, ils ne passent pas par l'Office du Tourisme donc ils n'apparaissent pas dans le décompte. Il y a une année, les Australiens sont arrivés en 5ème position. Ceux-ci sont peu nombreux dans le monde mais comme ils sont allés probablement se renseigner à l'office du tourisme 5 fois de suite cela a fait augmenter leur nombre de façon inexacte. Donc, en moyenne 50 000 visiteurs se présentent à l'Office du

Tourisme dont 15 000 étrangers ; parmi ces étrangers, 5 000 Italiens, 4 000 Allemands, 2 000 Suisses, et 300 Chinois, 200 Américains. La valeur de ce classement n'est pas sûre. Donc, c'est pour cela que vous devez faire attention dans la communication de ces chiffres qui sont davantage une estimation. L'important c'est que cette fête a un vrai rebondissement international.

4. Alors pourquoi vous appuyez-vous sur le nombre de personnes accueillies à l'Office du Tourisme ?

G.F : Comme je vous l'ai dit tout à l'heure, on ne rencontre pas directement les visiteurs. Nous nous appuyons aussi, comme je vous l'ai dit sur d'autres sources d'information et d'estimation comme le métro, par exemple, on sait que le métro accueillit 5 millions de voyageurs pendant les 4 jours, en plus, des habitués d'un week-end normal dans le métro ; comme chaque voyageur fait un aller-retour, il reste 2.5 millions de voyageurs sur 4 jours. C'est juste un exemple que je vous ai donné, cette année, il n'y a pas eu de comptage.

HH.H : C'est tellement dommage qu'en 2015, vous n'avez pas pu faire la Fête des Lumières. D'après ce que j'ai appris, elle a été annulée 2 ou 3 jours avant le commencement de cette fête ?

G.F : En fait, la décision a été prise 3 semaines avant la fête. Parce que les attentats étaient le 13 novembre, et le début de la fête était le 5 décembre. Une fête comme celle-là fait partie de la vie d'un pays et d'une ville. Elle s'ajuste à l'actualité et à la politique.

Elle s'appuie sur la richesse de la ville en matière d'architecture et d'urbanisme. Jusqu'à 2014, on partait du quartier de Confluence pour aller vers la Part-Dieu. Dans le quartier de Confluence, on trouvait plein de nouveaux bâtiments en fin de construction.

Maintenant, nous sommes limités au centre-ville. Mais, la fête s'est toujours adaptée aux événements de l'histoire. C'est très important, en 1852, elle est née parce que les gens avaient besoin de se revoir, malgré la guerre civile. Voilà, on est dans le cadre d'une ville, on n'est pas dans un théâtre en vase clos, on est dans la rue, donc, on est dans l'actualité. Cela fait partie des choses qui se transforment, il faut retrouver une place juste mais ce ne sera pas celle qu'elle avait auparavant. C'est ce qui s'est passé dès les premières éditions de la fête des Lumières et par la suite. Si elle veut durer, il faut qu'elle s'adapte de toute façon, on n'a pas de choix.

5. Le chiffre d'affaires et les statistiques de la Fête des Lumières

- le budget : est-ce que vous pourriez me donner quelques chiffres plus détaillés au niveau du budget, des subventions, des mécénats, des dépenses ?

G.F: Des villes nous demandent de les aider à faire des fêtes des Lumières. Nous, on n'est pas une agence, on est une ville. Du coup, nous sommes subventionnés par les impôts, c'est-à-dire par les lyonnais pour faire des projets sur Lyon. Donc, nous ne sommes pas là pour vendre la fête des Lumières. Mais, en Chine, parfois, c'est tout mélangé, comme les mairies sont concurrentes, ils créent des sociétés. Ici, ce n'est pas le cas. Du coup, on travaille pour les Lyonnais ; par contre, parfois il y a des villes qui sont les villes jumelées avec Lyon, comme Montréal, Québec, Guangdong en Chine. On dit que la ville de Lyon a toujours été une *Sister City*, pour aider à faire les fêtes des Lumières. La ville de Montréal nous a demandé « on aimerait bien faire notre fête des lumières ». Toutefois, la ville de Lyon a une démarche de développement économique avec des villes comme Hongkong et Quito et aussi avec d'autres villes dans le monde qui sont intéressées. A Hongkong, il y a beaucoup d'entreprises lyonnaises qui y travaillent, et si l'on fait une fête des Lumières là-bas, c'est une publicité et une « com » pour la ville de Lyon, Pour Quito, c'est parce qu'il y a eu un grand sommet de l'ONU (Organisation des Nations unies). Et par contre, nous demandons à certains une participation financière comme à Dubaï, pour les conseils. Quand il y a des fêtes des Lumières à Dubaï, ils demandent à la ville de Lyon de les aider à organiser leur fête moyennant finance. Les sommes recueillies, nous permettent de faire de nouveaux projets pour Lyon et pour d'autres projets internationaux. Donc, c'est une source de revenu pour améliorer la fête des Lumières. Le budget de la fête des Lumières est de 2.6 millions euros. La moitié est financée par les entreprises *Partenaires de la Fête* : **EDF** (Electricité de France) et aussi **Le Mat 'Electricité** qui est une entreprise qui vend des réverbères pour les rues, donc c'est une grande entreprise. Ces deux grandes entreprises et la ville de Lyon se sont regroupées pour financer ce projet mais aussi pour susciter d'autres entreprises à se joindre à elles. En France, ceci se fait dans le cadre du mécénat : le mécénat est différent des sponsors dans le fait que l'entreprise ne met pas en grand son nom, par contre, l'entreprise bénéficie d'une réduction d'impôt. En effet quand ils donnent 10 euros à la Fête des Lumières, ils bénéficient de 6 euros de réduction d'impôt : c'est 60% de réduction d'impôt. Après, certaines entreprises donnent plus de 50 000 euros (**Partenaires Lumière**), plus de 30 000 euros (**Partenaires officiels**), plus de 12 000 euros (**Partenaires**), il y a aussi des partenaires institutionnels comme les structures publiques, la région, etc... et aussi les partenaires média. Tous les financements

réunis représentent la moitié du budget de la fête (1.3 millions d'euros).

H. HH : D'après ce que j'ai compris, en fonction des donateurs, vous leur donnez des noms différents ?

G.F : Voilà. Parce qu'en échange, on leur offre une petite réception mais aussi pour d'autres raisons Il y a diverses entreprises professionnelles par exemple : **Philips (Elle fait partie des plus grands groupes en matière d'électroménager, d'équipement médical et d'éclairage au monde)**, **Vertical Launching System (VLS)** qui font de la vidéo de projections, **Fuji Automatic NUMerical Control (FANUC)** qui fabriquent des robots liés aux projets, **KEOLIS, transports en commun lyonnais (TCL), GROUPEBYBLOS** qui est une grande société lyonnaise événementielle. Ces partenaires nous donnent parfois un financement et d'autres des soutiens comme les **Transports en Commun Lyonnais (TCL)** qui mettent leurs agences de sécurité au service de la fête. Après, vous avez d'autres entreprises comme **Carrefour**, qui implante de nouveaux magasins à Lyon, et qui souhaite d'avoir de bons rapports avec la municipalité. Et puis, pour les lyonnais, c'est important de savoir que leurs banques participent à une manifestation traditionnelle, c'est ce que fait **la Caisse d'épargne**, qui finance la fête pour faire de Lyon une ville de lumière.

D'ailleurs, c'est difficile de connaître les retombées économiques. Nous savons que tous les hôtels affichent complets. En 2015, lorsque la fête a été annulée, les hôtels nous ont appelés pour dire qu'ils ont perdu 2 millions d'euros de bénéfices. Parce que comme il y a 1.5 million de spectateurs qui viennent à la Fête des Lumières et si chaque visiteur dépense même que deux euros pour des petits achats, ce sera toujours du bénéfice pour la ville, non pas seulement pour la mairie mais aussi pour les commerçants, les ateliers et les finances publiques. Il y a des chiffres, que l'Office du Tourisme dit mais non vérifié à savoir que le tourisme à Lyon représente un milliard d'euros par an et que la Fête des Lumières n'est que de 10% du chiffre d'affaire du tourisme de l'année, donc, on pourrait dire que 100 millions d'euros arrivent à Lyon pendant la Fête des Lumières. Des études en France ont été faites sur les manifestations et sur les festivals de rue, elles disent qu'un euro donné à la ville rapporte en fait 8 euros à la collectivité. De plus à la Fête des Lumières, les spectacles sont très courts, et ne coûtent pas très chers en comparaison des représentations de l'Opéra ou autres spectacles longs.

6. Quel est le taux d'occupation de l'hôtellerie pendant la fête des Lumières par rapport au temps normal ? Vous avez noté l'augmentation du taux de fréquentation

des hôtels de 5,2%, de combien est-il effectivement ?

G. F : Cette année, les hôtels ont été occupés à 87%, ce qui est beaucoup pour un week-end. Cela représente 2 millions d'euros de bénéfices au moins pour les hôtels.

HH.H : D'après les informations que j'ai pu trouver sur Internet, le taux de fréquentation des hôtels a augmenté cette année de 5,2%. Ce chiffre est-il exact ?

G. F : Oui, le taux de fréquentation a augmenté de 5.2% par rapport à l'année dernière.

HH.H : Dans un reportage que j'ai lu, il s'agissait du taux d'occupation des hôtels de l'année 2015. Cependant, en 2015, la fête a été annulée, un reportage nous expliquait que le taux d'occupation avait atteint 90% avant la fête. Du coup, cela m'a beaucoup étonné !

G. F : En fait, les visiteurs n'ont pas pu se faire rembourser leur chambre, et s'ils n'étaient pas venus, ils auraient perdu leur argent.

7. La sécurité n'est-elle pas un frein à la participation de la fête ?

G.F : Oui, bien sûr mais c'est comme pendant 3 ans, nous avons eu un très beau temps. Du coup, les gens oubliaient qu'en temps normal il pleuvait. C'est normal en hiver ! Avant les attentats, on avait 600 policiers pour la sécurité ; maintenant, on en a 1.200. On a multiplié par 2 le service de sécurité. Nous sommes très contents qu'il y ait beaucoup de public qui vienne, parce qu'il ne faut pas qu'il y ait plus de policiers que de public. Une société privée de sécurité travaille pour la ville de Lyon, 350 personnes ont été embauchées pendant la Fête des Lumières. Ce qui coûte cher !

Nous avons cependant des nouveaux lieux possibles. A côté de la basilique de Fourvière, il y a de nouvelles résidences étudiantes avec un jardin. Il y a aussi le grand Hôtel Dieu en travaux où il est possible de faire des projections sur sa façade, c'est un bâtiment qui finit d'être rénové. Mais, c'est plus difficile maintenant, il y a cette limite -là. Avant, c'était toute la ville. A Confluence, il y a aussi de nouveaux bâtiments où l'on peut faire quelque chose. Avec les contraintes de sécurité, nous sommes limités dans l'espace. Nous espérions faire des illuminations hors de la ville mais cela n'a pas été possible cette année. Comme depuis deux ans, nous savons bien gérer les flux de manière sécuritaire et que tout s'est bien passé. Je pense que l'année prochaine, on

pourra le faire.

8. Le rôle de la mairie et de l'Office du tourisme (Bellecour, Saint-Jean)

G.F : Le rôle de la mairie est d'organiser la fête, celui de l'office du Tourisme est d'accueillir les touristes à la fête. Ce dernier a organisé aussi des visites en 2017 : pour 22.587 personnes accueillies, 316 visites ont été proposées. L'office du Tourisme organise aussi la promotion des festivités auprès d'autres Offices de Tourisme dans le monde mais aussi auprès des hôtels de proximité en leur distribuant entre autres le programme de l'année. Mais nous, nous sommes les véritables organisateurs de « l'âme du contenu » de la fête. La Direction de la Communication municipale, ainsi que l'Office du Tourisme et la presse se chargent de communiquer ensuite avec le public. Par exemple, nous assurons des formations pour les guides de l'Office du Tourisme pour leur présenter la fête ainsi lors de leurs visites guidées, ils peuvent donner aux visiteurs des informations qui ne sont pas dans le programme. Ils peuvent aussi nous servir de relais lors des visites pour éviter les lieux trop encombrés en changeant le sens de leurs visites et revenir ensuite sur les lieux libérés.

9. L'image de la fête : Le sentiment et les commentaires des touristes. Les opinions des touristes sur la fête des Lumières.

G.F : Je crois que cette année, les visiteurs ont été satisfaits, les projections leur ont plutôt plu, dans certains endroits il y avait beaucoup de monde, mais que sur quelques heures. Dans l'ensemble on peut dire que ça a plutôt bien marché. Et surtout, d'après les artistes et le service de sécurité, beaucoup d'étrangers étaient présents notamment des Italiens ; alors que l'année dernière, après les attentats, il y avait beaucoup moins de touristes étrangers. Nous sommes contents du retour des touristes. Depuis deux ans, la France était dans un état d'urgence dans ce cas les assurances ne marchent pas pour les voyageurs qui choisissent de venir dans ces pays à risque. C'est la raison pour laquelle il y a eu moins d'étrangers. La France est sortie de l'état d'urgence en octobre 2017. Nous avons pu le constater. Il y a eu un véritable retour des touristes, peut-être pas les Chinois, en tout cas, ceux des pays proches. Comme il y a eu des attentats en Espagne, en Allemagne, les gens commencent à s'habituer à vivre avec. Il y a aussi un public qui se fidélise chaque année pour comparer les manifestations et les illuminations d'une année sur l'autre. C'est très bien, car les gens commencent à avoir une culture de spectacles des rues à Lyon ce qui n'est pas toujours le cas pour d'autres villes. Quand on organise ce genre de fêtes des lumières dans une autre ville, par exemple : Quito en Equateur, les gens disent « que ça ne

ressemble pas à grand-chose ». Mais en fait c'est un public nouveau et pas encore prêt à apprécier ce type de spectacle. Ici, à Lyon, comme les personnes sont habituées, nous essayons de faire toujours mieux chaque année. C'est pour cela que les organisateurs d'ailleurs viennent chez nous car ils savent qu'à Lyon on fait des choses pour un public habitué et exigeant. Du coup, il faut toujours les surprendre !

10. L'image de la fête : Le sentiment et les commentaires des Lyonnais. Les opinions des Lyonnais sur la fête des Lumières.

G.F : Nous recevons du courrier provenant des visiteurs non satisfaits, surtout par les réseaux sociaux. Mais dans l'ensemble le public est plutôt content. L'ambiance était calme, on n'a pas vu d'incidents importants. Il y a moins de problèmes de police pendant la Fête des Lumières que durant les week-ends normaux. Les Lyonnais sont contents et rassurés. Ils ont encore du plaisir à aller dans la rue, admirer les belles choses au milieu d'une foule, ils n'ont pas trop peur. L'an dernier, il y avait beaucoup moins d'enfants, par exemple, les gens n'apportaient pas leurs enfants. Cette année, les enfants étaient dans la fête ! Cette année artistiquement, les installations ont plutôt plu aux gens. Et tous les projets ont été très appréciés et aimés.

HH.H : Personnellement, j'ai quelques amis lyonnais. Ils sont un peu âgés. Du coup, je suis allé demander leurs avis relatifs à la Fête des Lumières. Ils m'ont dit que maintenant, cette fête devient un peu commerciale et artistique au bon sens ; cependant, au mauvais sens, ils ressentent que cette fête est en train de perdre ses racines religieuses. C'est-à-dire avant, tout le monde sortait et jouait dans la rue tout en apportant un petit lumignon ; ils allaient à Fourvière pour prier, pour remercier la Vierge Marie. Mais maintenant, ce n'est plus possible car il y a trop de monde dans la ville. Du coup, les « vrais » lyonnais restent chez eux, ils ne sortent plus.

G.F : Alors, plusieurs choses : Je ne suis pas un vrai Lyonnais. On entend souvent les gens dire de ne plus y aller, parce qu'il y a trop de monde. Mais il y a toujours eu beaucoup de monde. C'est aussi important pour l'économie de la ville. Et je crois aussi que le souvenir est toujours différent de la réalité. C'est-à-dire quand on parle de la fête traditionnelle, finalement elle se situe entre la Cathédrale Saint-Jean et la Basilique de Fourvière, elle n'est pas dans le reste de la ville ni dans la Presqu'île, qui est vraiment un petit quartier restreint. Le 8 décembre, c'est à Fourvière dans la basilique qu'il y avait le plus de monde. Donc, avant, les gens allaient où en dehors de

Fourvière ? Il n'y avait pas d'autres lieux aussi grands que les églises. Donc, la mémoire est sélective, elle reste là où l'on vit les plus belles choses mais ce n'est pas toujours la réalité. Lors de la procession de Saint-Jean à Fourvière, il y avait au moins de 10.000 personnes ! Je pense que c'est un des plus grands événements religieux en France. Mais comme cela se vit au sein d'une fête encore plus grande, l'événement religieux se voit moins.

Cela fait partie de l'enjeu politique aussi. À Lyon, il y a la basilique de la Fourvière et l'antenne de la tour (Tour métallique de Fourvière). L'histoire de ce monument est liée à la période où les catholiques lyonnaises ont payé la construction de la Basilique de Fourvière. C'était juste après la séparation de l'Eglise et de l'Etat en 1905. Les gens qui étaient laïques à Lyon ont payé pour construire cette tour sur la colline de Fourvière. Elle a été terminée avant la Basilique et elle était plus haute. Finalement, quand on regarde le paysage de la ville et la colline de Fourvière, on a les deux pensées françaises qui ne se font pas la guerre, mais qui démontrent leur force. La tour était un restaurant panoramique qui, par la suite a été fermé. Dans l'histoire de cette ville, la religion est toujours très importante, puisque c'est la capitale catholique de la France. Lyon était la capitale de l'Empire Romain en Gaule ; et en Europe la capitale catholique est Rome ! Du coup, des modes de vie ou de pensées se croisent et cohabitent à Lyon ; pour la Fête des Lumières c'est pareil. S'il n'y avait pas la Fête publique des Lumières et les illuminations, ce serait une des plus grandes manifestations religieuses en France. Elle est moins visible mais bien là ! Et en même temps, toutes les églises sont ouvertes pendant la Fête des Lumières, elles offrent des moments de prière. Beaucoup de personnes viennent à cause de la Fête des Lumières. Si l'on fait des projections sur les églises durant la fête Lumières, on ne demande pas l'avis aux responsables des églises. Mais par contre, on leur montre avant, s'il y a des choses qui les choquent et on essaye de les changer. Car en tant que responsables municipaux, on est censé représenter tous les Lyonnais qu'ils soient les catholiques ou pas. Il y a toujours des gens nostalgiques des anciennes fêtes religieuses ; beaucoup de croyants sont très heurtés par cette fête surtout économique mais elle donne du prestige et du rayonnement à la ville. Mais on doit trouver un équilibre.

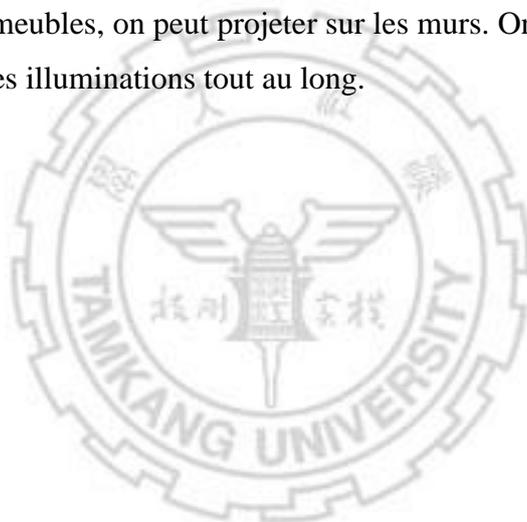
HH.H : J'ai demandé aux Lyonnais qui habitent ici depuis longtemps mais aussi aux jeunes qui m'ont apporté un autre regard sur la fête : ils sont plus ou moins pour la fête commerciale et moderne d'aujourd'hui, car elle peut attirer encore plus de gens. Il y a donc deux avis qui se heurtent.

G.F : C'est ce que je vous disais. Il faut trouver un juste équilibre. Mais, tout le monde peut

donner son avis. Le plus important est que les gens parlent de la Fête des Lumières, elle devient un point commun même si l'on n'est pas d'accord. Pour moi, cette fête des Lumières est comme une exposition que l'on accroche sur la ville. Les gens vont voir nos installations contemporaines et modernes. Quand on fait le tour de la place Bellecour et que l'on revient par les quais, on peut voir 15 à 20 projets. Donc, beaucoup de personnes qui n'ont jamais vu de spectacles, qui ne vont pas au cinéma parce que c'est cher ou parce qu'elles n'ont pas l'habitude, en une soirée, voient ainsi des œuvres artistiques qu'elles ne voient pas en une seule année !

11. Les lieux d'installations artistiques choisis ?

G.F : C'est assez facile. Cela se fait en fonction des disponibilités de place. Pour la Place Bellecour qui n'a pas de murs, il est nécessaire de mettre des objets. Par contre pour la Place des Terreaux cernée par les immeubles, on peut projeter sur les murs. On essaye de relier ce parcours entre ces deux places par des illuminations tout au long.



IV- Lois mentionnées

Déclaration de 1789, art. 11. La liberté consiste à pouvoir faire tout ce qui ne nuit pas à autrui : ainsi, l'exercice des droits naturels de chaque homme n'a de bornes que celles qui assurent aux autres Membres de la Société la jouissance de ces mêmes droits. Ces bornes ne peuvent être déterminées que par la Loi.

Article L. 48-2 du Code électoral. Il est interdit à tout candidat de porter à la connaissance du public un élément nouveau de polémique électorale à un moment tel que ses adversaires n'aient pas la possibilité d'y répondre utilement avant la fin de la campagne électorale.

Loi n° 82-213 du 2 mars 1982- Des lois détermineront la répartition des compétences entre les communes, les départements, les régions et l'Etat, ainsi que la répartition des ressources publiques résultant des nouvelles règles de la fiscalité locale et des transferts de crédits de l'Etat aux collectivités territoriales, l'organisation des régions, les garanties statutaires accordées aux personnels des collectivités territoriales, le mode d'élection et le statut des élus, ainsi que les modalités de la coopération entre communes, départements et régions, et le développement de la participation des citoyens à la vie locale.

En ce qui concerne les départements d'outre-mer, la présente loi s'applique jusqu'à promulgation de lois adaptant certaines de ses dispositions à la spécificité de chacune des collectivités concernées.

Loi n° 82-623 du 22 juillet 1982 - modifiant et complétant la loi n° 82-213 du 2 mars 1982 relative aux droits et libertés des communes, des départements et des régions et précisant les nouvelles conditions d'exercice du contrôle administratif sur les actes des autorités communales, départementales et régionales.

Loi du janvier 1990 - relative à la limitation des dépenses électorales et à la clarification du financement des activités politiques

Loi Sapin du 29 janvier 1993 - relative à la prévention de la corruption et à la transparence de la vie économique et des procédures publiques Le service central de prévention de la corruption, placé auprès du ministre de la justice, est chargé de centraliser les informations nécessaires à la détection et à la prévention des faits de corruption active ou passive, de trafic d'influence commis par des personnes exerçant une fonction publique ou par des particuliers, de concussion, de prise illégale d'intérêts ou d'atteinte à la liberté et à l'égalité des candidats dans les marchés public.

Il prête son concours sur leur demande aux autorités judiciaires saisies de faits de cette nature.

Il donne sur leur demande aux autorités administratives des avis sur les mesures susceptibles d'être prises pour prévenir de tels faits. Ces avis ne sont communiqués qu'aux autorités qui les ont demandés. Ces autorités ne peuvent les divulguer.

Dirigé par un magistrat de l'ordre judiciaire, il est composé de magistrats et d'agents publics.

Les membres de ce service et les personnes qualifiées auxquelles il fait appel sont soumis au secret professionnel.

Article 6 dans le Chapitre II – conditions de licéité des traitements de données à caractère personnel *relatif à la Loi n° 78-17 du 6 janvier 1978 relative à l'informatique aux fichiers et aux libertés -*

1° Les données sont collectées et traitées de manière loyale et licite ;

2° Elles sont collectées pour des finalités déterminées, explicites et légitimes et ne sont pas traitées ultérieurement de manière incompatible avec ces finalités. Toutefois, un traitement ultérieur de données à des fins statistiques ou à des fins de recherche scientifique ou historique est considéré comme compatible avec les finalités initiales de la collecte des données, s'il est réalisé dans le respect des principes et des procédures prévues au présent chapitre, au chapitre IV et à la section 1 du chapitre V ainsi qu'au chapitre IX et s'il n'est pas utilisé pour prendre des décisions à l'égard des personnes concernées ;

3° Elles sont adéquates, pertinentes et non excessives au regard des finalités pour lesquelles elles sont collectées et de leurs traitements ultérieurs ;

4° Elles sont exactes, complètes et, si nécessaire, mises à jour ; les mesures appropriées doivent être prises pour que les données inexactes ou incomplètes au regard des finalités pour lesquelles elles sont collectées ou traitées soient effacées ou rectifiées ;

5° Elles sont conservées sous une forme permettant l'identification des personnes concernées pendant une durée qui n'excède pas la durée nécessaire aux finalités pour lesquelles elles sont collectées et traitées.