

Lila THEAULT

高健爽

PORTFOLIO ACADEMIQUE, ASSOCIATIF ET PERSONNEL





QUI SUIS-JE ?

J'aime les œuvres évoquant des sentiments “doux-amer” similaires à ceux que j'éprouve en pensant à la mondialisation croissante et l'avenir qui nous est réservé. J'aime aussi étudier les narratifs des différentes marques internationales ou en processus d'internationalisation notamment sur les marché français et chinois.



CE QUI M'INSPIRE

La nature



Photo prise à Antibes, France.

Les différents styles de vie



Photo prise à Hangzhou,
Chine

L'artisanat



Photo prise à Ningbo, Chine

L'art du textile au musée de Suzhou (Chine)



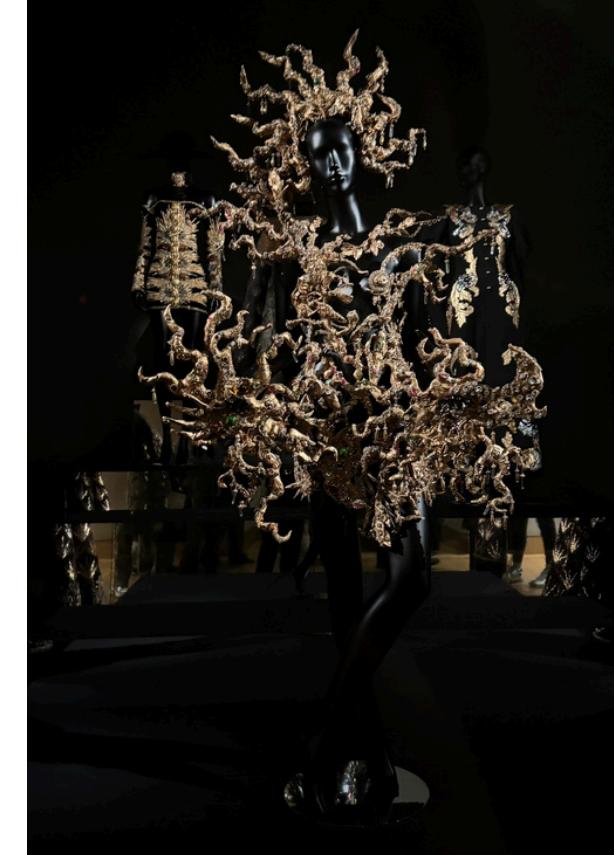
Iris van Harpen au MAD (France)



Matisse à la Fondation Louis Vuitton (France)



Louvre Couture (France)



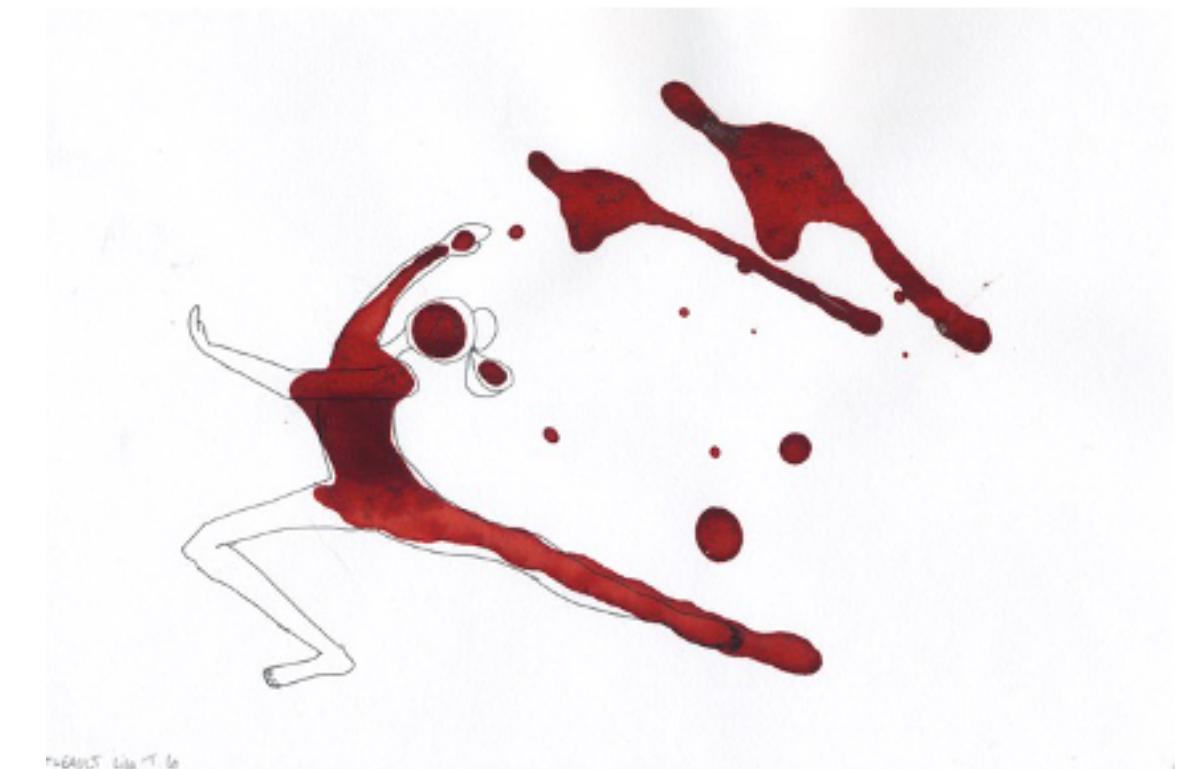
LES EXPOSITIONS QUE J'AI APPRÉCIÉ

Conception de marque et marketing



DESSINS DE JEUNESSES

réalisés dans entre 2018 et 2021



LA CAUSE QUI ME TIEN TÀ COEUR : L'ÉGALITÉ EFFECTIVE ENTRE LES HOMMES ET LES FEMMES

Inscription du droit à l'IVG dans la Constitution française



Exposition du texte aux Archives nationales

Tribune sur l'importance et la symbolique de la langue quant à l'égalité des sexes

opinions

Découvrez notre magazine digital « Les Echos Planète » sur planete.lesechos.fr



F... majuscule !

LE POINT DEVUE
Tribune collective

Comment sortir de la victimologie quand on mentionne les droits des femmes ? Car les femmes ne veulent plus être vues comme victimes malgré l'actualité qui continue plus que jamais à gangrener leurs droits tant en matière de droits fondamentaux à disposer de leurs corps que de droits sociaux en matière de retraite...

Aujourd'hui plus que jamais nous devons faire entendre la voix des femmes et considérer qu'il faut écouter non pour répondre mais pour comprendre cette voix féministe issue de toutes ces voix qui fait apparaître l'immense apport des femmes à l'humanité. En cette veille de la Journée internationale des droits des femmes, en tant que femmes, en tant que mères, en tant qu'épouses, en tant que citoyennes de l'Etat français, il nous vient à l'esprit que les hommes qui naissent et demeurent libres et égaux en droits « doivent de mieux faire respecter ».

Ces mêmes hommes capables de pouvoirs batir pour la liberté, la fraternité et l'égalité doivent aujourd'hui être fiers de pouvoir être au cœur de la cause des droits des femmes afin que ce mot majuscule relatif à l'Homme en tant qu'humanité puisse enfin être rejoint du F majuscule de la Femme désignant 52 % de cette même humanité.

Abroger de tous textes de loi la mention « droits de l'homme » pour lui remplacer « droits humains » permettrait d'inscrire ceux-ci dans une véritable universalité.

C'est parce que notre pays est connu comme le défenseur des droits qu'il faut impérativement lui donner la chance d'une clé verte : l'égalité. Nous ne obtiendrons qu'ensemble dans un combat côté à côté, hommes et femmes réunies pour enfin bâtrir la société de demain.

Comment poursuivre ces efforts ?

Comment montrer la voie de l'engagement dans une société qui n'a pas encore

su reconnaître l'importance de femmes pionnières pour l'égalité femmes-hom-

mes au sein même de la « maison des grands hommes » ? Nous, femmes et hommes, demandons la panthéonisation d'Olympe de Gouges, écrivaine engagée, figure de l'histoire politique française connue et estimée pour symboliser la défense des droits des femmes et leur mise en visibilité dans le champ politique. Olympe de Gouges, femme républicaine inclusive, où la diversité fait toute sa place et où le sens du bien commun l'importe sur les intérêts particuliers.

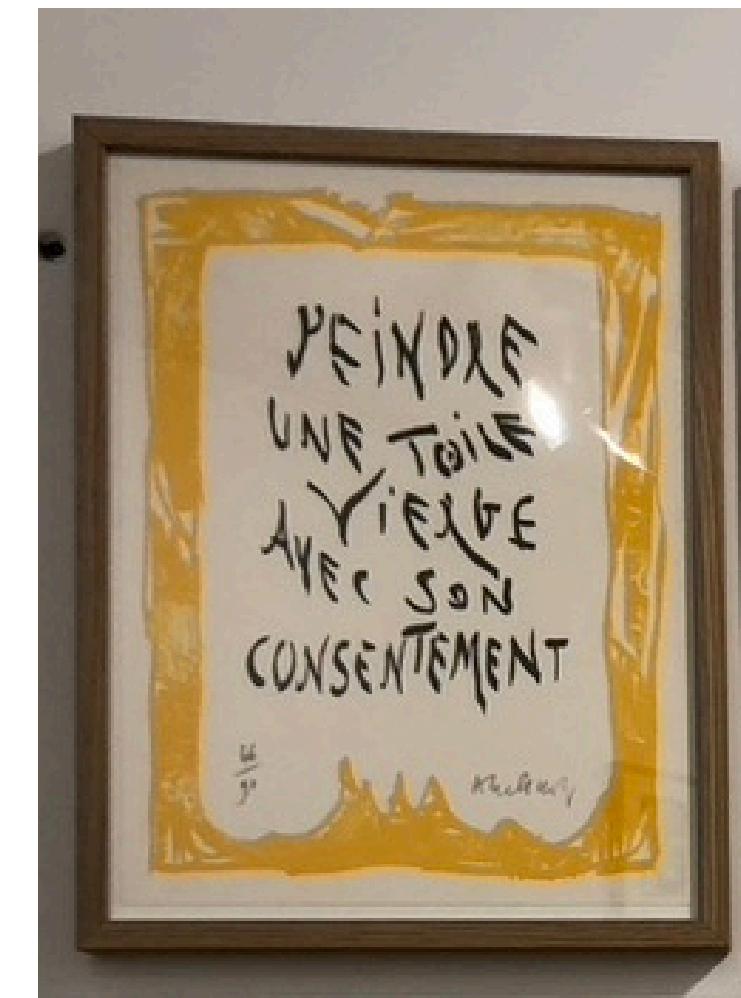
Son entrée au Panthéon aura d'autant plus de résonance que les pouvoirs exécutif et législatif sont exercés simultanément par une femme pour la première fois dans l'histoire de France. Sur ce même chemin exemplaire en faveur du féminisme et de l'humanisme, nous demandons que le musée de l'Homme s'appelle enfin le musée de l'Humanité !

La terminologie actuelle efface la moitié de l'humanité, c'est-à-dire les femmes, les enfants. Il est temps que la majorité de la population enfin honore la diversité du genre humain. Ces propositions qui ont déjà été présentées par Mme Claudine Monteil méritent aujourd'hui de pouvoir être enfin reconnues et approuvées au plus haut niveau pour qu'enfin un début de reconnaissance publique puisse voir le jour.

Tribune de Guilia Clara Kessous, artiste de l'Unesco pour la paix. Avec Dr Denis Mukwege, Claudine Monteil, Gérald Karsenti, Louise Aubrey, Richard Orlinski, Elisabeth Nicol, Selvam Thorez, Christine Villeneuve, Dr Alain Toleldano, Manon Fleury.

Parue dans le magazine Les Échos Planète qui m'a profondément inspiré

Toile tout en délicatesse qui pose la question du consentement



Exposée à la galerie Gallimard



Invader est peut-être le plus viral des artistes urbains. Dès ses débuts en 1996, il invente une griffe des plus originales. Intéressé par l'esthétique des images numériques, il utilise la mosaïque pour en représenter les pixels. Telles des métaphores de l'écran, ses créations en céramique jalonnent la ville. En faisant référence dans son invasion à des domaines *a priori* éloignés de l'art urbain, depuis le jeu vidéo jusqu'à l'histoire de l'art antique ou encore la cartographie, il fait passer celui-ci dans une phase plus conceptuelle et représente le renouvellement du mouvement. Plus qu'innovante, sa démarche accompagne la révolution numérique qui va faire basculer le XXI^e siècle dans une nouvelle ère. Avec plus de 4 000 mosaïques posées à travers le monde, dont près de 1 500 à Paris, elle devient participative quand, en 2014, l'artiste lance son application *Flash Invaders*. Tout un chacun peut gagner des points en photographiant ses œuvres à travers le monde.



Invader, Blinky blue, céramique peinte,
39,5x39,5 cm.
Collection privée / © Adagp, Paris, 2022
Courtesy galerie Danysz

L'art urbain,
un jeu planétaire
pour Invader

OMBRES ET LUMIÈRES

138

LES ÉDITIONS ALTERNATIVES

Aide à la conception du catalogue de l'exposition CAPITALE(S) en 2022 lors d'un stage

Gestion des autorisations de reproduction et rédaction des courtes biographies des artistes

ÉTUDES DE CAS

Management interculturel

中法跨文化问题

海航集团 • Pierre & Vacances – Center Parcs

Groupe

HNA **Pierre & Vacances**
CenterParcs

THEAULT Lila ; MBUYI KABAMBA Rhode ; XIA Johanna ; SHANG Viviane ; BATA Adèle

凤梨集团 | compagnie fictive

Analyse de la fusion entre HNA et Pierre & Vacances

Stratégie des marchés

小米国际化

国际市场战略的课程

PERRAULT Maëlis, SHANG Viviane, THEAULT Lila, XIA Johanna, XU Estelle

C-17 | L3 S5 AEI Shanghai

Analyse de l'intégration du marché français par Xiaomi

Communication des organisations

ANALYSE DE LA COMMUNICATION DU MUSÉE DES ARTS DÉCORATIFS (MAD)

Comme évoqué précédemment le Musée des Arts Décoratifs s'impose comme une institution culturelle à la croisée des arts, de la mode et du design. Sa communication vise à conjurer légitimité scientifique, attractivité visuelle et ouverture à des publics variés.

Enfin, la communication institutionnelle s'appuie sur des partenariats publics et privés (mécénat, collaborations académiques ou médiatiques) qui soutiennent la programmation et valorisent l'image du musée.

Cette stratégie, fondée sur une esthétique forte et une présence numérique dynamique, assure au MAD un rayonnement durable. Ses défis futurs résident dans le maintien de l'équilibre entre attractivité visuelle et profondeur scientifique, ainsi que dans l'élargissement de la diversité de ses publics.

Le MAD soigne particulièrement son identité visuelle : la scénographie de ses expositions, souvent immersive et colorée, renforce son image de musée moderne et expérimenté. Le logo, simple et design le rend facilement identifiable et les visuels, largement diffusés sur les réseaux sociaux, transforment les visiteurs en ambassadeurs de marque et prolongent la visibilité des expositions en ligne.

Sa stratégie numérique constitue un axe central. Le site officiel et les réseaux (Instagram, Facebook, TikTok) diffusent vidéos, coulisses, et formats courts engageants, visant à séduire un public jeune et international tout en fidélisant les amateurs d'art et de mode.

En parallèle, le musée entretient des relations presse solides, avec une présence régulière dans les médias culturels, artistiques et lifestyle. Cette couverture médiatique lui confère une double légitimité : scientifique et glamour, positionnant le MAD comme acteur incontournable de la scène culturelle parisienne.

Le MAD veille également à adapter sa médiation à la diversité de ses publics : ateliers, visites, conférences ou activités familiales participent à la démocratisation de la culture. Ces initiatives renforcent sa mission éducative tout en favorisant la fidélisation des visiteurs.

STRATÉGIE

Le Musée des Arts Décoratifs pourrait lancer une opération baptisée "Night at the Museum: Créateurs after Dark", une nocturne exceptionnelle dédiée aux étudiants autour d'une exposition de vêtements de créateurs.

L'idée est de transformer le musée en un **lieu immersif et festif** : DJ sets, photo booths inspirés des univers des créateurs, défilé flash d'étudiants en école de mode, espaces interactifs et zones "**Instagrammables**" pour inciter au partage sur les réseaux sociaux. Grâce à un tarif étudiant réduit et une communication ciblée (campus, TikTok, médias jeunes), l'événement attire une **nouvelle audience** et associe l'image du musée à l'**innovation** et à la **créativité**.

Cette stratégie permet non seulement de dé poussiérer l'image du musée, mais aussi de créer un rendez-vous culturel incontournable pour les jeunes, en mêlant culture, mode et expérience sociale.

Objectif:

- Accroître la fréquentation étudiante
- Moderniser l'image du musée, le rendre plus vivant et tendance
- Générer de la visibilité médiatique et digitale

Public cible:

- Etudiants (18 - 25 ans), sensibles aux expériences immersives, réseaux sociaux et prix réduits
- Jeunes professionnels, écoles de mode, influenceurs culture/lifestyle

Canaux:

- Réseaux sociaux (TikTok, Instagram)
- Affichage sur campus et lieux étudiants
- Partenariats avec écoles de mode/design, associations étudiantes, médias jeunes

Faiblesses:

- Coûts élevés, risque logistique, équilibre culture/tête

Source:

- Les Arts Décoratifs. Musée des Arts décoratifs. <https://madparis.fr/> (consulté le 08 Octobre 2025)
- Rapport de fréquentation du MAD de 2024 (et antérieurs) : https://madparis.fr/IM3/pdf/frequentation-2024-lgd_13.pdf
- Page Welcome to the Jungle de présentation du MAD <https://www.welcometothejungle.com/fr/companies/mod-paris> <https://www.welcometothejungle.com/fr/companies/mod-paris/team-1>
- "Le Musée des arts décoratifs, entité atypique en quête de sérénité et d'identité", Le Monde https://www.lemonde.fr/culture/article/2025/09/19/le-musee-des-arts-decoratifs-entre-atypique-en-queste-de-serenite-et-d-identite_6641881_3246.html

Analyse de la communication du MAD et mise en place fictive de nouvelles stratégies de communication



7月5日，在晴朗的夏日下，南京法语联盟俱乐部迎来了第三场活动——一次在钟山风景区流徽榭展开的法语野餐会。Le 5 juillet, sous un beau soleil d'été, les membres du Club de l'Alliance Française de Nankin se sont retrouvés pour leur troisième activité : un pique-nique francophone au Pavillon Liuhiuixie, dans la forêt de Zhongshan.



在风景优美的水榭旁，大家分为五组，围绕南京与法国之间的相似与不同之处等话题展开讨论，气氛热烈。法语在来自不同国家、不同文化背景的参与者之间搭建起了沟通与友谊的桥梁。

Installés près du pavillon au bord de l'eau, répartis en cinq groupes, nous avons échangé avec passion autour des similitudes et différences entre Nankin et la France. Le français a ainsi servi de pont entre les cultures, rapprochant les participants venus de différents horizons et renforçant les liens d'amitié.



同时，在交流中，大家分享了彼此带来的美食，让活动更加充满趣味。À fil des discussions, nous avons également partagé les spécialités apportées, ajoutant une touche gourmande et conviviale à ce moment d'échange.



感谢每一位到场的朋友，期待在下一次活动中再次与您相见！Merci à toutes et à tous pour votre participation ! À très bientôt pour de nouvelles découvertes en français et sous le charme de Nankin !

南京法语联盟俱乐部的成员注册仍在开放中，我们欢迎更多在南京的法语使用者与法语爱好者加入我们，共同走进语言与城市的更多篇章。L'inscription au Club de l'Alliance Française de Nankin reste ouverte. Nous accueillons chaleureusement tous les francophones et francophiles vivant à Nankin. Rejoignez-nous pour découvrir ensemble de nouvelles histoires, entre langue et ville.

L'ALLIANCE FRANÇAISE DE NANKIN

Communications digitales et évènementielles lors d'un stage

Projections de films cultes français



8月5日星期二下午，南京法语联盟举办了自2025年6月以来的第五场活动——一次围绕法式面包展开的品尝与交流分享。Mardi après-midi 5 août, l'Alliance Française de Nankin a organisé son cinquième événement depuis juin 2025 : une rencontre autour de pain au levain naturel.

本次活动特别选在位于南京法语联盟附近的欧也Omnia——一家专注于法式天然酵母面包制作的面包店。Et pour organiser cela, rien de mieux qu'une boulangerie à Nankin qui fait son propre pain au levain naturel à la façon française : la boulangerie Omnia à deux pas de l'Alliance Française.

活动期间，大家一边品鉴不同风味的天然酵母面包，一边用法语探讨了面包的重要性、历史起源以及它在当今中法文化中的独特地位。Pendant la rencontre, les participants ont dégusté et évalué plusieurs pains au levain naturel tout en échangeant en français sur l'importance du pain, ses origines et sa place dans les cultures chinoise et francophones d'aujourd'hui.

Omnia的店主，张四虎先生和杨倩女士，还向大家介绍了他们选择在南京制作法式面包的初衷，分享了他们的面包制作工艺和对烘焙的热情。Les patrons d'Omnia, M.Zhang Silu et Mme Yang Qian, ont expliqué leur démarche et leur choix de faire du pain au levain naturel à Nankin, partageant leur savoir-faire et leur passion aux 20 participants.

由于面包店空间有限，仅最先报名的20位朋友成功参与了此次活动。感谢所有的到场朋友，也特别感谢南京法语联盟暑期实习生Lila, Antonin, 唐小婷和吴佳若为组织活动和中法交流做出的努力。Les places étaient limitées par la capacité d'accueil de la boulangerie, seuls les premiers 20 inscrits ont pu avoir une place ! Merci aux stagiaires de l'été : Lila, Antonin, Tang Xiaoting et Wu Jialing pour leur engagement à organiser ces rencontres et en faire des moments de partage franco-chinois à Nankin.



期待在下一次活动中再次与您相见，在法语与南京的魅力中继续探索、发现与分享！Merci à toutes et à tous pour votre participation et à très bientôt pour de nouvelles découvertes en français et sous le charme de Nankin !

南京法语联盟俱乐部的成员注册仍在开放中，我们欢迎更多在南京的法语使用者与法语爱好者加入我们，共同走进语言与城市的更多篇章。L'inscription au Club de l'Alliance Française de Nankin reste ouverte. Nous accueillons chaleureusement tous les francophones et francophiles vivant à Nankin. Rejoignez-nous pour découvrir ensemble de nouvelles histoires, entre langue et ville.



Dégustation de pain au levain naturel dans une boulangerie Nankinoise et posts WeChat associés

Fiche de dégustation

活动内容		
ATELIER AUTOUR DE LA CULTURE DU PAIN AU LEVAIN		
请在表格内填写您的想法。		
Votre avis	Votre avis	Votre avis
味道 Odeur	口味 Goût	口感 Texture
传统法式 pain traditionnel		
蓝莓杏干坚果 pain aux fruits et noix		
三重芝士 pain au fromage		
云南玫瑰 pain à la rose du Yunnan		
蓝纹芝士 pain au fromage bleu		

PARLONS LE MONDE

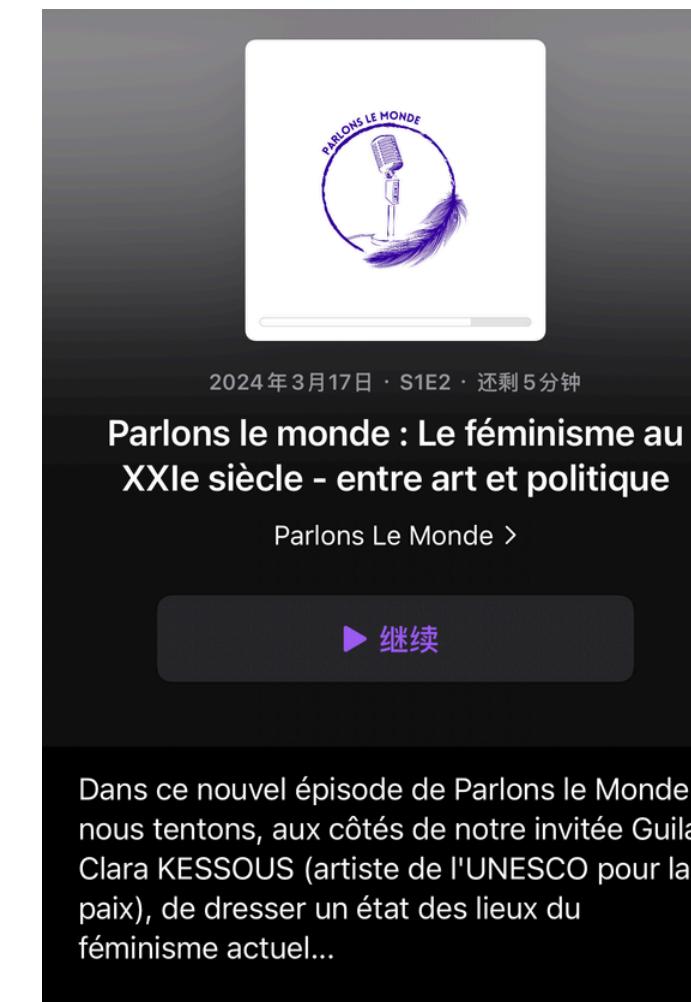
PODCAST DE L'ASSOCIATION ÉTUDIANTE : PENSER LE MONDE CRÉTEIL

L'éloquence



M. Pallée et maître Saint-Pierre reviennent sur leur parcours et leur vision de l'éloquence.

Le féminisme au 21e siècle



Réflexions autours de l'art comme outils féministe et politique avec Mme KESSOUS

La liberté d'expression



Épisode où des étudiants étaient invités à réfléchir à la notion de liberté d'expression

MON PROJET LE PLUS RÉCENT

Étude sur le bouton de noeud et son influence dans l'habillement moderne



LE BOUTON DE NŒUD

Étude sur le bouton de noeud, accessoire de mode traditionnel chinois à la conquête du monde, dans le cadre du cours Aires culturelles : approche théorique et méthodologique.



THEAULT Lila
inalco
Institut national des langues et civilisations orientales

THEAULT Lila
Mme COUSSERAN Élisa
Aires culturelles : approche théorique et méthodologique

Par la suite, l'usage du bouton de noeud s'est institutionnalisé et popularisé au fil des dynasties, remplies des fonctions à la fois pratiques et ornementales. Ainsi, durant les dynasties Tang (618-907) et Song (960-1279), le noeud est largement utilisé pour fermer les vêtements, mais aussi pour fixer des ornements et des sceaux officiels. Par la suite, sous les dynasties Ming (1368-1644) et Qing (1644-1911), son usage se généralise, et le début de la dynastie Qing marque un tournant. Les vestes et qipao (旗袍) de la classe dirigeante mandchoue adoptent des boutons de noeuds plus larges et plus visibles, affirmant ainsi son statut d'élément décoratif à part entière avant qu'il ne se diffuse plus largement.

Au-delà de sa fonction utilitaire, le noeud possède une dimension spirituelle profonde. Le noeud sans fin (盘长结), l'un des huit symboles auspiciels dharmiques, est un motif récurrent qui incarne la qualité universelle de la vérité, de la bonté et de la beauté. C'est cette sédimentation de significations —mémorielle, légale, spirituelle— qui confère au bouton de noeud une résilience culturelle exceptionnelle, le prédisposant à voyager bien au-delà de son contexte d'origine. Cette densité historique et symbolique n'est pas qu'une simple archive du passé ; elle constitue le capital immatériel sur lequel s'appuient la valeur esthétique et la renaissance contemporaine de l'objet.

2. Sa valeur artistique

D'autre part, la valeur artisanale et l'esthétique d'un objet sont des vecteurs essentiels de sa préservation et de sa renaissance à l'époque moderne. Pour le bouton de noeud, son statut d'œuvre d'art fait à main et sa beauté intrinsèque ont assuré sa survie au-delà des changements de modes, lui permettant de connaître un regain de popularité spectaculaire.



Le bouton de noeud chinois (中国结) est avant toute œuvre d'art décorative, un trait distinctif de l'habillement traditionnel chinois comme le qipao. Chaque pièce est faite à la main, tressée à partir d'une unique ficelle, ce qui témoigne de la créativité et de l'inspiration de son

THEAULT Lila
Mme COUSSERAN Élisa
Aires culturelles : approche théorique et méthodologique

créateur. À l'ère de la fast fashion, cette persistance du fait-main lui confère une aura d'authenticité et de préciosité, un atout majeur pour sa séduction sur le marché mondial. Les modèles se déclinent dans une grande variété, allant de formes simples et épures à des créations élaborées et fleuries. Chaque modèle porte un nom pittoresque qui évoque son apparence. Parmi les plus populaires, on retrouve : le papillon, le bouton de rose et la croix diagonale. Les matériaux utilisés sont principalement des cordes de coton tressées, mais les modèles les plus complexes peuvent nécessiter l'emploi de fils métalliques pour maintenir leur structure.

Quelques exemples de noeuds et boutons de noeuds :

中国结寓意大全



3

extraits du dossier

THEAULT Lila
Mme COUSSERAN Élisa
Aires culturelles : approche théorique et méthodologique



Conclusion
Enfin, le succès de cette veste à l'international, et de cette collection d'Adidas, démontre que le bouton de noeud est un marqueur culturel suffisamment puissant pour être reconnu et apprécié à l'échelle mondiale, ouvrant la voie à un potentiel de développement encore plus large. En effet, bien que la collection présentée au Shanghai Creation Center soit avant tout destinée au public chinois, il est possible d'envisager une commercialisation sur le marché international qui fonctionnerait et participerait à donner au bouton de noeud de nouvelles utilisations. Cette commercialisation peut tout à fait être pérenne mais Adidas voudra sûrement « tâter le terrain » en commençant par une commercialisation temporaire à l'aide d'une édition limitée, pour le nouvel an lunaire par exemple, comme ils l'avaient déjà fait précédemment pour la veste Tang sur le marché chinois.

Pour conclure, l'intégration réussie du bouton de noeud par des créateurs et des marques mondiales ne relève pas d'une simple consommation d'un objet exotique. Elle participe au contre-dire une « affirmation des multiplicités culturelles ». Ce qui empêche ce processus de n'être qu'une appropriation est précisément le rôle de médiateurs culturels locaux : des designers comme Edison Chen ou Zhang Quan ne se contentent pas d'appliquer un symbole ancien, ils le réinterprètent activement depuis l'intérieur de leur culture pour un public mondial. Cette démarche transforme la transaction en un acte de production culturelle authentique. La trajectoire du bouton de noeud démontre alors que la mondialisation n'est pas un espace d'uniformisation, mais un champ de réinterprétation dynamique où les objets les plus humbles

THEAULT Lila
Mme COUSSERAN Élisa
Aires culturelles : approche théorique et méthodologique

peuvent devenir des vecteurs de dialogue culturel, prouvant que la véritable mondialisation n'efface pas les identités, mais les met en conversation.

Bibliographie :

- Lydia CHEN, *Chinese Knotting: Creative Designs That Are Easy and Fun!* (2003)
- Page wikipedia du Nœud chinois
- Site chinois d'Adidas
- Site *Beijing Tourism*, « Chinese knot button, a decoration of the traditional Cheongsam »
- Site *Marketing-Interactive*, « Dynasty drip: How Adidas' Tang CNY jacket rewrites the fashion playbook »
- 小红书帖子, « 换上 100 种东方美学——盘扣 »
- 中国民俗文化网 [China Folk Culture Network], section « 中国结的种类与寓意 »

Annexe : vidéo de la célébration des 20 ans du Shanghai Creation Center d'Adidas



4

Merci pour votre attention,

À TRÈS VITE. JE L'ESPÈRE

Instagram & WeChat
@appybery

Téléphone
+33 (0)7 82 55 34 61

E-mail
lila.theault@outlook.com

