

2. Parler au monde en français

2. COMMUNIQUER EN FRANÇAIS

► Les médias francophones internationaux

Comme pour l'édition 2010, nous avons retenu ici comme critère les médias qui ont d'abord choisi de s'exprimer en langue française avant de s'ouvrir à d'autres langues afin d'étendre leur champ de diffusion aux cinq continents et ainsi se donner une dimension internationale.

La liste des médias présentée n'est bien entendu pas exhaustive et répond à un choix éditorial, tout comme ont été délibérément écartés de cet ouvrage la presse écrite (ce qui aurait supposé un inventaire trop long et que nous réalisons en ligne¹),

les agences et les regroupements de presse ainsi que la coopération et le soutien de l'OIF aux médias francophones qui sont abordés dans le rapport d'activités du Secrétaire général de la Francophonie.

Il s'agit essentiellement d'indiquer aux francophones comment accéder à l'information en français de façon générale. Pour aller plus loin, un répertoire des médias, mis en place depuis 2010, est en cours d'élaboration et disponible en ligne² sur le site de l'OIF, permettant de recenser par zone géographique les médias de langue française. Ce répertoire, loin de prétendre à l'exhaustivité (le paysage médiatique est très mouvant, évolue et

¹ <http://www.francophonie.org/Repertoire-des-medias-40972.html> (sont disponibles à ce jour les répertoires Amériques, Afrique de l'Ouest et centrale et Europe centrale et orientale).

² Idem.

se transforme sans cesse), représente néanmoins une source actualisée et bien documentée.

Ce qui frappe de prime abord dans l'analyse des médias francophones et plurilingues, c'est l'engouement général pour le continent africain ! En effet, l'Afrique francophone est de plus en plus convoitée par des médias internationaux avec la création de programmes spécifiquement dédiés (télévision et presse écrite notamment). Et les médias internationaux anglophones n'échappent pas à cette règle (BBC, Bloomberg).

Si l'on considère que l'Afrique va devenir le bassin de la francophonie avec plus de 85 % des locuteurs francophones en 2065, et sans vouloir faire de lien direct ou réducteur, on peut considérer que cela favorisera le développement des médias internationaux de langue française.

La vitalité des médias de langue française dans le monde, que nous aborderons dans un second temps, est quant à elle variable d'une région du monde à une autre, comme nous pourrions le constater avec des inquiétudes certes, mais aussi des acquis certains.

Les principaux médias francophones au niveau international

Télévision

TV5MONDE (www.tv5monde.com)

TV5MONDE

TV5MONDE, la chaîne culturelle francophone mondiale, est l'un des cinq plus grands réseaux mondiaux de télévision. Présente dans plus de 200 pays et territoires, distribuée 24h/24 dans 243 millions de foyers raccordés, 25 000 chambres d'hôtels et sur plusieurs compagnies aériennes, maritimes ou ferroviaires, la chaîne est également diffusée officiellement dans les grandes organisations politiques internationales, soit dans les espaces publics de l'ONU à New York et de l'Union africaine à Addis-Abeba.

TV5MONDE exerce une mission de service public. Elle est un des opérateurs directs des Sommets de la Francophonie. Son conseil d'administration, multilatéral, est composé des représentants des télévisions nationales publiques des pays bailleurs de fonds (France, Suisse, Fédération Wallonie/Bruxelles, Québec, Canada) ; elle est présidée, depuis juillet 2013, par le président directeur



général de France Télévisions. Depuis janvier 2013, le directeur général de TV5MONDE est Yves Bigot.

À travers ses 8 signaux spécifiques à chaque continent (TV5MONDE France-Belgique-Suisse, TV5MONDE Europe, TV5MONDE Afrique, TV5MONDE Maghreb-Orient, TV5MONDE Asie, TV5MONDE Pacifique, TV5MONDE Amérique latine, TV5MONDE États-Unis), TV5MONDE s'adresse aux francophones comme aux francophiles dans toute leur diversité linguistique et culturelle.

Par ailleurs, TV5 Québec Canada, la chaîne de télévision canadienne, partenaire de TV5MONDE, diffusée en Amérique du Nord, promeut la Francophonie internationale, et vient de lancer une nouvelle chaîne, Unis, destinée à promouvoir la francophonie canadienne, en particulier celle située hors du Québec.

Regardée chaque semaine en moyenne par **55 millions de téléspectateurs** (audience cumulée hebdomadaire), TV5MONDE propose une couverture plurielle de l'actualité mondiale et une grande variété de programmes (cinéma, fiction, documentaires, jeux, divertissements, musique, jeunesse, sport, spectacles, etc.), le plus souvent sous-titrés en 12 langues (allemand, anglais, arabe, coréen, espagnol, français, japonais, néerlandais, portugais, roumain, russe et vietnamien) qui font de la chaîne le premier diffuseur mondial des cultures francophones.

Produite par TV5MONDE, pré-achetée ou issue des productions des chaînes de ses actionnaires (France 2, France 3, France 5, France Ô, Arte France, RTBF.be, RTS, Radio Canada, Télé-Québec) et du Cirtel (Conseil international des radios et télévisions d'expression française), l'offre de programmes de TV5MONDE est adaptée aux fuseaux horaires et aux différents publics sur les cinq continents.

Nourrie par plusieurs magazines d'actualité, multilatérale grâce à l'apport des rédactions partenaires, disposant d'une rédaction et de correspondants internationaux, l'information sur TV5MONDE offre un regard francophone et documenté sur le monde avec une attention particulière portée au continent africain.

Parmi les rendez-vous quotidiens accessibles sur ses antennes, et à tout

« Destination Francophonie¹ » : une invitation au voyage...

Depuis 2013, l'émission, animée par Ivan Kabacoff, permet de découvrir chaque semaine, pendant environ 2 minutes 45, une destination et celles et ceux qui, par leur énergie et leur inventivité, font du français une langue vivante, dynamique, et en constante évolution. À la fin de l'émission, un agenda propose une sélection de grands rendez-vous francophones dans le monde, et des informations utiles, pour approfondir les sujets traités, publiés après chaque diffusion sur le fil Twitter et le site Internet de l'émission. L'émission est réalisée avec le soutien de l'OIF, de la Délégation générale à la langue française et aux langues de France (DGLFLF), de l'Institut français et de l'Agence pour l'enseignement du français à l'étranger (AEFE). En avril 2012, on comptait 5 000 fans sur la page de l'émission, moins d'un an plus tard, ce chiffre était multiplié par 10, preuve de l'intérêt pour ce programme de nombreux francophones et francophiles du monde entier.

¹ <http://www.tv5.org/cms/chaîne-francophone/Revoir-nos-emissions/Destination-Francophonie/p-23140-Accueil.htm>

moment sur ses sites Internet, figure depuis octobre 2013 le premier grand JT francophone « 64 minutes, le monde en français », un rendez-vous qui permet de croiser les points de vue depuis Paris, Genève, Bruxelles, Montréal, ou encore Dakar, Kinshasa, Rabat ou Beyrouth. À noter aussi, au chapitre des magazines récents, *Maghreb Orient Express* lancé en écho aux « printemps arabes » et *Destination Francophonie* (cf. encadré).

Pour être toujours plus accessible et rejoindre les jeunes générations, la chaîne poursuit par ailleurs le développement de ses offres délinéarisées (avec une diffusion des contenus déclenchée par le téléspectateur internaute) sous le label TV5MONDE+ (<http://www.tv5mondeplus.com/>). Plateforme de rattrapage, vidéo à la demande, Web TV thématiques jeunesse et Afrique, sites et applications mobiles, télévisions connectées... Plusieurs offres innovantes permettent d'accéder aux programmes et services de TV5MONDE à la demande, depuis n'importe quel terminal connecté à Internet (téléphone intelligent, tablette, PC...).

Très présente également sur les réseaux sociaux, la chaîne a lancé la première « social TV » en langue française sur Facebook (1,7 million d'abonnés ; accessible aussi sur YouTube, Dailymotion, Twitter, Google+, Pinterest, Instagram, Foursquare...).

Chaque mois, ce sont plus de 3 millions de vidéos qui sont vues sur les sites de la chaîne ou les réseaux sociaux.

Chaîne du lien entre tous les francophones, qui seront plus de 700 millions dans le monde à l'horizon 2050, TV5MONDE a également pour mission de promouvoir la langue française. Elle développe depuis plus de 20 ans, avec l'aide d'équipes professionnelles reconnues, un dispositif multimédia gratuit et interactif pour apprendre et enseigner le français à partir de ses émissions et de ses contenus en ligne (cf. page 207). Plusieurs gouvernements de la Francophonie ainsi que l'OIF soutiennent cette démarche. Chaque mois, ce sont plus de 500 000 internautes qui y ont recours.

TV5MONDE conduit des partenariats culturels à travers le monde et soutient de grandes causes universelles (liberté de la presse, droit à l'éducation, défense des droits humains), comme en témoigne par exemple son site « Terriennes » dédié à la condition des femmes dans le monde. La rédaction de « Terriennes » a tenu à accompagner les deux premières éditions du Forum mondial des femmes francophones qui ont eu lieu successivement à Paris et à Kinshasa, ainsi que le lancement du Réseau des femmes francophones de l'OIF, organisé depuis Dakar.

Créée en 1984, TV5MONDE a célébré en 2014 ses 30 ans. Elle s'est dotée d'une nouvelle régie permettant de produire et de diffuser ses programmes en HD. Elle bénéficie aujourd'hui des dernières avancées technologiques, tant sur le plan matériel que sur celui de l'informatisation, qui l'accompagneront dans les prochaines années pour l'assurer de demeurer l'un des plus grands réseaux mondiaux de télévision.

TV5MONDE Afrique

Créée en 1992, présente dans 48 pays, TV5MONDE Afrique bénéficie sur le continent d'une notoriété supérieure à 90 % dans toutes les capitales d'Afrique francophone. Regardée par 21,4 millions de téléspectateurs en moyenne

(audience cumulée hebdomadaire), la chaîne est le seul signal qui dispose de productions spécifiques dédiées au continent avec plus de 15 % de productions africaines, dont plusieurs sont également programmées sur les autres signaux. En mai 2014, TV5MONDE a souhaité enrichir davantage encore cette programmation en lançant « Africanités », un nouveau magazine de société. De nouvelles séries, des longs métrages, de nouveaux divertissements comme « Intervilles en Côte d'Ivoire », des concerts emblématiques comme celui de Manu Dibango ou de Tiken Ja Fakoly ont également été diffusés. Sur le plan de l'information, le Journal Afrique a changé de formule en octobre 2013. Rallongé et enrichi, il propose désormais 18 minutes d'information quotidienne qui sont consacrées à l'actualité du continent et de la diaspora. À mentionner enfin, les opérations spéciales (Sommet de Kinshasa, Sommet de l'Élysée, etc.), les interviews de personnalités africaines de premier plan dans « Internationales » ou « L'Invité » et les magazines (« Et si », « Afrique Presse », ou « Wari »)... Des programmes également accessibles *via* la webTV Afrique qui en offre gratuitement la consultation à la demande pour permettre aux personnes à travers le monde de rester en contact permanent avec le continent (tv5mondeplus.com/afrique).

France 24

(<http://www.france24.com/fr/>)



Membre du groupe France Média monde³, France 24 compte aujourd'hui trois chaînes de télévision distinctes, mais avec une ligne éditoriale commune, en français, anglais et arabe, permettant de toucher les cinq continents. Ainsi, France 24 en français est devenue la première chaîne d'information dans de nombreux pays d'Afrique francophone tandis que la chaîne en anglais, elle, permet de toucher l'Asie, l'Inde, l'Extrême-Orient et l'Afrique anglophone. Enfin, la chaîne arabe touche tous les pays du Maghreb et du Moyen-Orient.

³ Le groupe qui comprend France 24-RFI-Monte Carlo Doualiya est aussi actionnaire et partenaire de TV5MONDE.

La spécificité de France 24 est d'être une chaîne d'information continue en français qui diffuse 24h/24 et 7j/7 et porte un regard français sur l'actualité internationale grâce à 400 journalistes et à un large réseau de correspondants.

En 2013, à l'occasion de son 7^e anniversaire, France 24 a enrichi ses grilles sur ses trois chaînes et s'est dotée d'un nouvel habillage : France 24, c'est désormais 144 journaux d'information par jour auxquels viennent s'ajouter des débats et magazines.

La chaîne est accessible par câble, satellite, ADSL ainsi qu'au sein d'offres TNT de plusieurs pays sur tous les continents, dans 250 millions de foyers à travers 177 pays dans le monde, et réunit chaque semaine 41,7 millions de téléspectateurs⁴.

La chaîne s'est désormais imposée parmi les principaux réseaux d'information à l'antenne, mais aussi sur Internet (également en 3 langues) et sur les autres écrans (applications mobiles, tablettes) avec 14 millions de visites mensuelles en moyenne en 2013.

Africa 24

(<http://www.africa24tv.com/>)



Créée en février 2009 et basée à Saint-Cloud (France), Africa 24 est la première chaîne de télévision mondiale d'information sur l'Afrique. Comme l'indique son slogan « Les infos d'Afrique pour le monde, les infos du monde pour l'Afrique », Africa 24 revendique une autre façon de voir l'actualité, en donnant une approche « africaine » de l'information.

Africa 24 est disponible dans toute l'Afrique sub-saharienne, dans le bouquet Canal satellite Horizons et dans les réseaux MMDS de toutes les grandes métropoles africaines. Africa 24 est disponible sur tout le Moyen-Orient, l'Afrique du Nord et les pays d'Europe couverts en réception directe par Arabsat. En France, la chaîne d'information est disponible dans les Bouquets Free, SFR, Orange, Bouygues Telecom et sur le réseau Virgin Mobile. Enfin, la diffusion d'Africa 24 aux États-Unis a été accueillie en 2010 par Dish Network, le réseau leader de la diffusion par satellite.

⁴ Chiffres de décembre 2013.

La chaîne est diffusée en continu en langue française, 24h/24 et 7j/7. Elle propose 18 heures de programmes par jour et près de 20 journaux quotidiens en direct, dont JT « Financia » qui est également le premier journal financier quotidien sur l'Afrique.

Un mois après son lancement, en mars 2009, Africa 24 faisait déjà jeu égal avec Euronews à Abidjan, en termes d'audience hebdomadaire, avec des taux de pénétration respectifs de 10,7 % et 9,3 %. Une belle progression, même si TV5MONDE (58 %) et France 24 (51,8 %) dominant largement. À Dakar, où l'offre locale est plus riche, Africa 24 obtient un taux de pénétration de 2,5 % en audience hebdomadaire, contre 18,5 % pour Euronews⁵.

La chaîne Africa 24 poursuit son développement et vise pour 2015 une audience potentielle de 80 millions de téléspectateurs.

En 2011, la chaîne a lancé « Africa 24 Magazine », trimestriel fondé sur une approche thématique des problématiques du continent. Il est disponible en français et en anglais.

⁵ Étude TNS SOFRES.

Al Jazeera en français ?

La chaîne de télévision qatari créée en 1996 est désormais présente dans le paysage audiovisuel mondial grâce à un puissant réseau médiatique présent sur tous les continents. En mars 2013, elle annonçait, par l'intermédiaire de son Directeur général, le projet de lancer une version française de sa chaîne d'information visant « à établir des ponts entre les cultures et les peuples amis ».

La nouvelle n'aura pas surpris quand on sait qu'en 8 ans d'existence la chaîne, au départ uniquement en arabe, a poursuivi méthodiquement sa stratégie d'expansion qui a débuté en 2006 quand elle s'est dotée d'une chaîne d'information internationale continue en anglais, Al Jazeera english, puis en serbo-croate en novembre 2011, Al Jazeera Balkans, et plus récemment Al-Jazeera America (2013) et Al Jazeera Turk, alors qu'un projet de chaîne en swahili est à l'étude.

Même si à ce jour le projet d'une chaîne en français ne semble plus à l'ordre du jour, sans nul doute finira-t-il par aboutir, car il est probable que les 274 millions de francophones dans le monde ne peuvent pas laisser indifférente une chaîne qui souhaite assurément étendre son influence.

Arte (<http://www.arte.tv/fr>)

arte

Chaîne de service public franco-allemande, ARTE affirme avant tout son identité européenne et culturelle. Articulée autour de trois grandes entités, ARTE France, ARTE Deutschland et ARTE GEIE, la chaîne a fait de l'ouverture sur le monde sa vocation principale. ARTE France a notamment mis en place plusieurs types de partenariat qui renforcent la notoriété de la chaîne dans le monde, en Europe centrale (dans les Balkans et dans le Caucase), en Afrique et en Amérique du Sud.

Environ un tiers de la programmation de la chaîne est en lien avec sa mission principale de « comprendre le monde », de « partager la culture » et « découvrir de nouveaux horizons » grâce notamment à des documentaires et des spectacles musicaux. Le reste de la programmation est constitué de magazines, d'information et de cinéma.

Grâce à la diffusion en numérique, les programmes d'ARTE sont systématiquement disponibles en stéréo et dans deux versions linguistiques : les francophones peuvent ainsi recevoir les émissions dans leur langue maternelle, mais aussi en allemand ou, pour certains films de cinéma, en version originale sous-titrée. Pionnière du net avec www.radioArte dès 2002, la chaîne n'a fait que renforcer sa présence sur tous les écrans avec 9 millions de visites enregistrées et 30 millions de pages vues chaque mois en 2012.

Euronews (<http://fr.euronews.com/>)



Euronews est une chaîne d'information multilingue qui offre simultanément 24h/24 ses programmes en 14 langues⁶ (contre 5 au moment de sa création en 1993).

La chaîne propose une couverture en continu de l'actualité politique et économique ainsi que des reportages culturels et scientifiques sur les hautes technologies, le cinéma, les arts, les voyages et le luxe.

Euronews bénéficie d'une distribution mondiale : la chaîne est reçue par 415 millions

de foyers dans 156 pays à travers le monde, via le câble, le satellite et les réseaux hertziens.

Elle est également disponible dans les hôtels, les principaux aéroports, à bord des avions des grandes compagnies aériennes, en ligne et sur les plateformes mobiles.

Euronews a annoncé pour 2015 le lancement de « Africanews », une chaîne d'information multilingue panafricaine, en partenariat avec la Télévision publique du Congo et qui sera basée à Brazzaville. La chaîne qui sera diffusée 24h/24 émettra d'abord en anglais et en français, puis dans d'autres langues du continent (portugais, arabe, swahili, etc.). Elle sera centrée sur l'actualité de l'Afrique sub-saharienne (hors Maghreb), sa principale zone de diffusion.

Le magazine « Espace francophone »



Diffusé par France 3, Canal France International, les chaînes de l'outremer français, Télé-Bruxelles et la plupart des télévisions francophones du Sud, le magazine « Espace francophone » a pour vocation de favoriser une véritable connaissance mutuelle entre les peuples ayant en commun la langue française et de développer dans les opinions publiques une prise de conscience communautaire francophone.

« Espace francophone » est un rendez-vous hebdomadaire pour des millions de téléspectateurs sur tous les continents, avec les gens, les entrepreneurs, les créateurs de la francophonie. Il permet de présenter les différentes facettes des traditions et des cultures du monde d'expression française, d'entrer dans l'intimité de la vie quotidienne des francophones, de connaître leurs aspirations, leurs luttes, leurs espoirs.

Afin de compléter sa visibilité télévisuelle, « Espace francophone » a développé depuis quelques années sa présence sur Internet, notamment en lançant le portail tvfrancophonie.org qui permet l'accès à de nombreuses entrées (notamment des reportages d'actualité qui peuvent être téléchargés) et à l'ensemble des émissions du magazine. 800 émissions sont déjà en ligne et peuvent être visionnées dans leur intégralité.

⁶ Allemand, anglais, arabe, espagnol, français, grec, hongrois, italien, persan, polonais, portugais, russe, turc et ukrainien.

Par ailleurs, depuis deux ans, « Espace francophone » a développé une nouvelle initiative afin de permettre aux internautes des grands espaces linguistiques mondiaux de découvrir la diversité des peuples et des cultures de la francophonie. En partenariat avec le Centre de la francophonie des Amériques, l'Université Saint-Joseph de Beyrouth et le Centre des études asiatiques de l'Université d'Aix-en-Provence, des sites ont été créés avec une sélection d'émissions sous-titrées en anglais, arabe, chinois, espagnol et portugais. Ces cinq sites sont disponibles sur le portail *tvfrancophonie.org*.

Le lancement de la chaîne *francophonie24* sur le portail *tvfrancophonie.org* est une nouvelle étape qui couronne cette stratégie. Elle apporte à la francophonie un outil permanent et diversifié de visibilité mondiale dans les opinions publiques, complémentaire du réseau de diffusion télévisuelle du magazine « Espace francophone ».

journalistes du groupe et à son réseau unique de correspondants qui offrent aux auditeurs une information ouverte sur le monde et sur la diversité des cultures et des points de vue, à travers des journaux d'information, des reportages, des magazines et des débats.

RFI, c'est « la radio du monde » pour près de 35 millions d'auditeurs chaque semaine (audience mesurée sur 40 pays parmi plus de 150 pays dans lesquels RFI est présente) et plus de 8 millions d'internautes chaque mois, sur les cinq continents à travers la composition de ses équipes d'origines, de cultures et de langues différentes, qui reflètent la composition de son auditoire.

En Afrique francophone, RFI demeure la radio la plus écoutée dans une grande majorité de capitales, comme à Abidjan (Côte d'Ivoire), Brazzaville (Congo), Kinshasa (République Démocratique du Congo), Libreville (Gabon), avec 30 à 45 % des habitants qui l'écoutent chaque jour⁷. Mais RFI est aussi largement suivie en Afrique non francophone, grâce notamment au succès des programmes en langues véhiculaires (kiswahili et haoussa).

⁷ Source : Africascope/TNS Sofres.

Le Groupe Canal+ parie sur l'Afrique



En 2012, le groupe Canal+ décide d'élargir son audience en Afrique en offrant des formules d'abonnement plus économiques, accessibles aux nouvelles classes moyennes. En deux ans, cette politique a permis de multiplier par trois le nombre d'abonnés, qui a atteint le million en 2014 et continue de progresser. Pour conquérir et fidéliser ses nouveaux abonnés, le groupe français s'efforce d'« africaniser » ses programmes, d'abord en créant de nouvelles émissions (« Talents d'Afrique », consacrée aux footballeurs africains ; « Réussite », magazine économique de « L'Afrique qui gagne »), puis en lançant, en octobre 2014, A+, une nouvelle chaîne à base de fictions africaines. À cette occasion, Canal+ Afrique installe en Côte d'Ivoire un bureau permanent qui doit lui permettre, selon son directeur général, de jouer un rôle de « catalyseur » pour « dynamiser la création ». Le vaisseau Canal+ a déjà entraîné dans son sillage le groupe Lagardère Entertainment, premier groupe français de production audiovisuelle, bien décidé lui aussi à investir en Afrique francophone.

Radio

RFI (<http://www.rfi.fr/>)



RFI reste le média radio francophone par excellence. Elle émet depuis Paris à destination des 5 continents, en français et en 12 langues étrangères, grâce notamment aux



RFI, c'est une radio d'information continue et généraliste avec ses grandes sessions d'information, ses journaux à chaque heure et ses flashs à la demi-heure, mais ses grilles font aussi une large place à la culture ou encore la musique.

Depuis mai 2014, RFI a installé une grille enrichie sur ses antennes Monde et Afrique, avec des journaux allongés, des sessions d'information ciblées géographiquement à destination de bassins d'écoute majeurs (Afrique, Caraïbe), des magazines, des chroniques et des rendez-vous culturels. L'expertise africaine de RFI, reconnue sur le continent comme dans le reste du monde, la diversité de ses rédactions en langues étrangères et française permettent d'enrichir les points de vue donnés à l'antenne.

RFI en chiffres

– 700 radios partenaires qui reprennent ses programmes en français et en langues étrangères dans plus de 1 250 villes à travers le monde.

– Sur le continent américain, RFI a enregistré en 2012 plus de 5,5 millions d'appels sur le service AudioNow, permettant aux auditeurs d'écouter par téléphone les programmes en français et en plusieurs langues étrangères.

– RFI parle au monde en français et en 12 langues étrangères : anglais, cambodgien, chinois, espagnol, haoussa, kiswahili, persan, portugais, portugais du Brésil, roumain, russe et vietnamien.

Outre ses tranches « langue française » avec des émissions phares comme « La danse des mots » ou « Le journal en français facile », RFI est également un label reconnu en matière d'enseignement du français et propose de nombreux outils pédagogiques sonores sur Internet (rfi.fr/languefrancaise), à destination des enseignants et des apprenants. Une application dédiée (« Apprendre le français avec RFI ») est également disponible sur mobiles et tablettes. Et ce sont 1 million de pages « langue française » consultées chaque mois sur le site, 3 000 exercices réalisés en ligne chaque jour, et près de 100 000 téléchargements de l'application mobile dédiée effectués.

Tout en veillant à pérenniser sa diffusion sur les modes traditionnels, RFI s'est adaptée aux nouveaux modes de consommation connectés, sur lesquels elle ne cesse de

renforcer son offre et d'augmenter son audience : l'offre « nouveaux médias » (site Internet, applications mobiles, réseaux sociaux...) de RFI enregistre aujourd'hui plus de 8 millions de visites chaque mois.

BBC Afrique

(<http://www.bbc.co.uk/afrique/>)



BBC Afrique est la section en langue française du service mondial de la BBC qui présente l'actualité africaine et mondiale diffusée à destination de plusieurs millions d'auditeurs dans une vingtaine de pays africains.

Depuis le 18 juin 1940 et le fameux appel du général de Gaulle, les émissions en français de la British Broadcasting Corporation (BBC) font référence.

Les émissions en français de la BBC sont diffusées uniquement vers l'Afrique depuis 1996, en ondes courtes, en FM, mais aussi sur le site de BBC Afrique où la radio enregistre une audience de quelque 9,6 millions d'auditeurs par semaine (notamment en Afrique francophone). BBC Afrique est désormais délocalisée à Dakar et a étendu la grille de ses programmes.

Africa N°1 : la radio généraliste

africaine (<http://www.africa1.com/>)



Africa N°1 est la plus importante des radios africaines francophones depuis sa création en 1981. Elle diffuse ses programmes en français partout dans le monde. Elle émet notamment sur le continent africain à partir de Libreville au Gabon. Elle est également diffusée à Paris et sa région via la bande FM sur trois fréquences. La radio propose à ses auditeurs des journaux d'information, des magazines (comme le célèbre Journal des Auditeurs ou le Grand Débat) et trois grands rendez-vous d'information africaine en partenariat avec BBC Afrique.

Africa N°1 est aussi la radio des musiques d'Afrique avec notamment les émissions de Manu Dibango et Robert Brazza, le Hit Africa (classement des auditeurs de la radio) et l'historique Kilimandjaro diffusé à Libreville au Gabon.

Le site Internet www.africa1.com et l'application Iphone permettent aux auditeurs du monde entier de retrouver les programmes d'Africa N°1 en direct (940 380 pages vues par mois, 354 637 visites par mois).

Radio Méditerranée internationale
(<http://www.medi1.com/>)



Radio Méditerranée internationale (Médi 1) est la première radio d'information généraliste bilingue (français-arabe) au Maroc et un acteur majeur de l'information et de la vie culturelle au Maghreb. Créée en 1980, elle est le fruit de la coopération entre le Royaume du Maroc et la République française dans le domaine de la communication audiovisuelle. Elle est détenue conjointement par des partenaires privés marocains et des institutionnels français. Son audience sur le Maghreb est comprise entre 22 et 23 millions d'auditeurs.

Depuis mars 2013, grâce à une convention signée avec le ministère gabonais de l'Économie numérique, de la Communication et de la Poste, Radio Méditerranée internationale émet en modulation de fréquence sur tout le territoire gabonais.

Vitalité des médias en langue française dans le monde

Derrière les médias, vecteurs de transmission des idées, des informations, des connaissances et des savoirs produits dans une langue donnée, il est toujours possible de déceler différentes manières de s'exprimer et d'exprimer le monde.

Ce rôle des médias est essentiel et cette diversité est indispensable. De ce point de vue, il est possible de classer les médias francophones dans le monde, selon quatre grandes familles :

Les pays francophones de l'hémisphère Nord

En France, c'est le rayonnement international de l'Agence France Presse (AFP), du groupe France Médias Monde (plus de 90 millions d'auditeurs et de téléspectateurs hebdomadaires et 25 millions de visites sur

écrans) – particulièrement Radio France Internationale (RFI) –, des empires audiovisuels privés tels que Canal+ ou Lagardère, qui participent le plus au dynamisme de la langue française à travers le monde. En Suisse où cohabitent plusieurs communautés linguistiques, les médias francophones, qui rencontrent à l'intérieur même des frontières nationales une forte concurrence, font preuve d'un réel dynamisme au-delà des frontières : qui sait par exemple que depuis plusieurs décennies, le groupe suisse Ringier s'est déployé en Hongrie, en Pologne, en République tchèque, en Slovaquie, mais aussi en Chine et au Vietnam, et, plus récemment au Kenya et au Sénégal ? En se projetant loin de sa « base » de Zurich, le groupe de presse qui a racheté le mythique journal suisse « Le Temps » (quotidien tiré à 42 000 exemplaires) et ambitionne de participer à la « numérisation de l'Afrique », joue le rôle de bastion avancé de la francophonie dans le monde.

Le Québec, îlot francophone planté dans un océan anglophone, est une cible idéale pour les programmes diffusés par les puissants satellites américains. C'est pourquoi le Québec a su, dès le début des années 1980, développer une démarche originale de défense de la langue française à travers ses médias. La réglementation québécoise sur la télévision a permis de limiter l'invasion des images anglophones et même, dans une démarche offensive, la création du Réseau de l'information (RDI). Cette chaîne de télévision en français d'information continue de la Société Radio-Canada (télévision publique diffusée au niveau local et national) est diffusée en mode hertzien, depuis le 1^{er} janvier 1995, et fait le pendant de la télévision d'information continue anglophone CBC News Network du groupe Radio-Canada/CBC. De surcroît, la presse écrite affiche au Québec une étonnante santé financière alors même que partout dans le monde on annonce la fin du journal papier !

En Afrique francophone au sud du Sahara et dans tout le pourtour de l'océan Indien

Dans ces grandes terres de métissage linguistique et de brassage ethnique, le contexte est tout autre. Ici, les milliers de dialectes, d'idiomes et de langues nationales parlées dans un vaste espace de plusieurs millions de km² ne sont que rarement écrits sur papier imprimé ou diffusés sur Internet. Les stations

de radios et de télévisions qui servent de moyens de transmission ne sont pas transnationales alors que se croisent, dans le ciel, des milliers de signaux satellitaires. C'est pourquoi les médias de cette partie du monde sont enclins à utiliser le français, clé d'accès à l'universalité des savoirs et des connaissances. Cette donnée, conjuguée à l'accroissement démographique, favorise l'usage de la langue française au sud du Sahara, maintenant et dans un avenir prévisible. À condition, toutefois, que les générations futures trouvent une utilité au français et continuent de le maîtriser suffisamment pour accéder à ces médias. Ainsi, à **Maurice**, la langue française reste la langue dominante au sein des médias, ainsi qu'au **Gabon** où l'intégralité de la presse écrite est en français, même si la télévision nationale propose, de façon épisodique, quelques programmes en langues vernaculaires (punu, téké, fang...). De même, en **Côte d'Ivoire**, la radio nationale et les radios de proximité émettent principalement en français (un petit temps d'antenne accordé à la diffusion des informations en langues locales au niveau de la radio nationale). *A contrario*, au **Burundi**, où la langue nationale, le kirundi, est déjà présente dans les médias, l'apparition depuis 2007 d'une concurrence linguistique (anglais, swahili) se fait sentir avec, entre autres conséquences, le nombre des émissions en français qui décroît progressivement dans les chaînes publiques.

Dans le monde arabe

Le sévère recul des médias francophones est une réalité. L'accélération du phénomène n'est pas sans lien avec les mouvements démocratiques qui, sur fond de nationalisme panarabe, ont traversé cette région depuis 2011. De surcroît, il n'est pas inutile de rappeler que, du Caire à Beyrouth, radios, journaux et télévisions doivent faire face à de puissants médias diffusés dans une langue arabe fière de son histoire millénaire, populaire, écrite, parlée et diffusée dans le monde entier. Les médias francophones dans le monde arabe sont, aujourd'hui, de fait, écartelés entre deux voies : s'enraciner dans le terreau linguistique national ou éditer dans une langue française qui voit ses consommateurs se réduire inexorablement. Au **Maroc** par exemple, les médias en langue française perdent du terrain par rapport aux médias en arabe, que ce soit à l'écrit, à la télévision ou à la radio (618 titres pour

la presse écrite en 2004, dont 448 en langue arabe et 164 en langue française). L'arabe domine également très largement le **paysage médiatique tunisien** et particulièrement télévisuel, où la part d'audience des chaînes françaises nationales qui s'élevait encore à près de 25 % au début des années 1990 atteint difficilement 3 % aujourd'hui.

En Europe de l'Est et en Asie du Sud-Est

La situation se résume, pour ce qui est de l'ancienne Indochine, à la présence remarquée du Groupe Canal+ et des journaux « Gavroche » en Thaïlande (mensuel en français, avec un tirage de 8 000 exemplaires), le « Courrier du Vietnam » (seul hebdomadaire en français avec un tirage de 5 000 exemplaires) ou le « Rénovateur du Laos » (hebdomadaire, avec un tirage de 500 exemplaires) et la « Gazette de Bali » en Indonésie (entièrement rédigé en français et qui tire à 7 000 exemplaires).

On peut noter que dans les pays d'Europe centrale et orientale, des publications éparses comme le magazine bimensuel généraliste « Regard » en Roumanie, le « Courrier des Balkans » (sur Internet), le « Courrier d'Erevan » en Arménie, le « Courrier de Moldavie » ou, sur la toile, les différentes déclinaisons nationales

Conférence internationale sur « L'avenir des médias francophones à l'horizon 2025 »

L'Organisation internationale de la Francophonie a organisé à Montréal, en partenariat avec le pôle médias de HEC Montréal, du 8 au 10 octobre 2014, une Conférence internationale pour réfléchir sur « L'avenir des médias francophones à l'horizon 2025 ». Les conclusions de cette Conférence, qui a réuni pour la toute première fois les plus importants acteurs du monde médiatique francophone, nourriront les actions de la Francophonie dans le domaine des médias, pour la prochaine décennie. Les recommandations issues de la rencontre devraient permettre à l'OIF non seulement de se doter d'une stratégie des médias complémentaire de sa stratégie numérique, mais aussi d'inspirer le cadre stratégique à moyen terme de la Francophonie (2015-2022) et la prochaine programmation quadriennale (2015-2018) de l'OIF.

du site *lepetitjournal.com*, font de la « résistance » malgré une baisse du lectorat et la contraction du marché publicitaire.

Toutes ces publications en français, comme celles sur lesquelles le voyageur infatigable pourra tomber aux confins de l'Amérique latine ou des États-Unis, ne sont qu'une manière de témoigner de la vivacité d'une langue française en mouvement.

Le credo de l'OIF reste le même depuis le

lancement de ses programmes d'appui aux médias, décidé au lendemain du Sommet des chefs d'États et de gouvernements de 1995, à Cotonou : **tout être humain, où qu'il puisse se trouver sur cette planète, devrait pouvoir, s'il le souhaite, être informé en français.** L'avenir de la langue française est intimement lié au devenir des médias francophones. Si demain les médias francophones devaient être menacés, c'est toute la culture dont ils sont le véhicule qui pourrait être compromise. //

Une chaîne de télévision en français en Chine !

CCTV-Français est la chaîne de télévision chinoise francophone à diffusion internationale, contrôlée par la Télévision centrale de Chine (CCTV) qui émet entièrement en français (mode de diffusion hertzien, câble, satellite, numérique, diffusion nationale et internationale).

CCTV-Français tient son audience francophone informée des derniers événements de la vie politique, économique, culturelle et sociale en Chine comme à l'étranger, tout en mettant l'accent sur l'actualité chinoise. La rédaction de CCTV-Français s'appuie sur un vaste réseau d'information et bénéficie du soutien matériel et technique de la Télévision centrale chinoise pour être à la pointe de l'actualité.



► La place du français sur Internet⁸



La langue française sur Internet se porte plutôt bien. En ne considérant que les locuteurs de langue maternelle, et en termes strictement démographiques, le français est la 16^e langue de la planète (considérant le chinois comme une unité) alors qu'il occupe la 9^e place par le nombre d'internautes. Mieux, si l'on considère l'ensemble des locuteurs L1 et locuteurs L2⁹ (pour le français comme pour les autres langues), le français serait la 9^e langue en termes démographiques et la 4^e par le nombre d'internautes.

Dans l'ensemble des études proposées, on constate que, lorsqu'elle peut être mesurée directement (en tant que contenu), la langue française se trouve en 3^e position (comme dans Wikipédia et Amazon) et oscille entre la 4^e et la 6^e place lorsqu'il s'agit de mesurer les sites francophones les plus visités (W3Techs). De plus, les francophones figureraient entre les 2^e et 3^e détenteurs de comptes chez Google, Hotmail et Yahoo! (selon les statistiques fournies par Mozilla).

L'ensemble des francophones (L1 + L2) semblent avoir un bon taux d'équipement constituant la 4^e population d'internautes et la 3^e en nombre de serveurs par habitant et d'accès à la 3G. Si les francophones ne sont qu'à la 8^e place pour l'accès à la téléphonie mobile, ils représenteraient la 3^e population à posséder des téléphones intelligents.

Lorsque la présence de la langue n'est pas directement mesurée (et que l'on compte alors le nombre de connexions supposées francophones, anglophones, etc.), on constate que les francophones (dans leur totalité) oscillent entre la 2^e et la 12^e population utilisatrice des services et des sites étudiés¹⁰ et, plus généralement, occupent entre la 3^e et la 6^e place. Même si l'on ne considérait que la population de

langue maternelle, les francophones occuperaient une bien meilleure place dans l'Internet que leurs statistiques démographiques ne le laisseraient présager.

Mais une fourchette aussi large reste insatisfaisante, d'autant que chaque statistique présente des limites : type de populations étudiées, importance de l'échantillon d'étude, biais des études, confiance des sources, etc. Il n'est donc pas rigoureux de calculer la place du français sur Internet par une simple moyenne des résultats. Il faut nécessairement procéder à une pondération intégrant tous les éléments afin d'effectuer des calculs d'une certaine complexité.

En résumé, la langue française occupe la 4^e place si l'on comptabilise l'ensemble des locuteurs francophones¹¹ (L1 + L2) et entre la 7^e et la 8^e place si l'on ne compte que les locuteurs de langue maternelle. Les valeurs obtenues à partir de l'ensemble des calculs donnent une moyenne pondérée de 7,4 pour L1 seule, et de 4,3 pour L1 + L2.

Les résultats¹²

Il apparaît que la langue française (ainsi que toutes les autres) est en retrait par rapport à l'anglais, quel que soit le type de classement retenu (en dehors de certains services très ciblés géographiquement), et qu'elle se trouve en compétition, selon les compartiments d'Internet ou les aires étudiées, avec les langues allemande, chinoise, espagnole, japonaise et portugaise. Elle l'est aussi, mais moins souvent, avec le russe et l'arabe.

Un regard prospectif sur l'évolution des usages – si la pénétration et la démocratisation d'Internet se poursuit au rythme actuel – laisse à penser que ce tableau des « langues les plus influentes sur Internet » devrait changer progressivement. Le chinois et l'espagnol devraient consolider

⁸ D'après une étude réalisée en novembre 2013 par Daniel Prado, Daniel Pimienta et Alvaro Blanco et des extraits du rapport de Mme Pauline Franchini de l'ENS de Lyon « Le français sur Internet », réalisé à la demande du ministère français des Affaires étrangères.

⁹ Ceux qui maîtrisent suffisamment une langue faisant partie de son environnement quotidien et qui sont susceptibles de l'utiliser sur Internet.

¹⁰ Exception faite de Viadéo, service fondamentalement francophone, où la langue française est la première.

¹¹ Bien entendu, les autres langues véhiculaires sont aussi calculées sur la même base, notamment l'allemand, l'anglais, l'arabe, le chinois, l'espagnol, l'hindi, l'indonésien, le mandarin, le portugais, le russe.

¹² Pour une explication détaillée des résultats, voir l'annexe II (p. 533).

leur position parmi les trois premières langues utilisées (et même le chinois dépasser l'anglais en termes de contenus) et d'autres langues, comme l'arabe, le bengali, l'hindi et le russe devenir des concurrents directs du français. Dans cette hypothèse, l'allemand et le japonais fléchiraient et se verraient concurrencées par des langues comme l'indonésien et l'ourdou.

Compte tenu de la nature des sources disponibles (cf. Annexe III « Sources utilisées » p. 536), rarement en rapport direct avec la langue, les résultats présentés ici vont distinguer :

1. Le nombre d'utilisateurs d'Internet définis par leurs langues maternelle et seconde en fonction des taux de connexion et des équipements disponibles.

2. La présence réelle de la langue française par observation directe des contenus en ligne (nombre de pages, nombre d'articles dans Wikipédia, nombre de livres vendus, nombre de courriels...).

3. La présence relative des internautes de langue maternelle ou seconde (pour le français) par l'usage de certaines applications et plateformes (Facebook, Twitter, LinkedIn...).

Enfin, mention sera faite des outils (systèmes d'exploitation, navigateurs, moteurs de recherche...) préférés des francophones.

Le nombre d'internautes francophones

D'après InternetWorldStats¹³, la population francophone serait la 8^e connectée avec quelque 60 millions d'utilisateurs. Mais la méthodologie utilisée¹⁴ laisse apparaître des lacunes quant au décompte de la population par langue maternelle et/ou langue seconde. Nous utiliserons donc d'autres sources pour le décompte des locuteurs de langue maternelle et langue seconde (cf. plus bas). D'autre part, si les statistiques par langue d'InternetWorldStats ont cessé d'être actualisées en mai 2011, les chiffres par pays datent de décembre 2012.

¹³ <http://www.internetworldstats.com/>

¹⁴ <http://www.internetworldstats.com/languages.htm>

C'est donc sur la base de ces derniers qu'ont été réalisés les calculs présentés ci-dessous.

D'après l'estimation fournie par le site Ethnologue¹⁵, il y avait à la mi-2013 **68 millions de personnes ayant le français pour langue maternelle** (sur les raisons du choix de ce site comme référence, voir plus bas). En appliquant ce pourcentage de connexions par pays donné par Internet World Stats à ce chiffre, le nombre d'internautes de langue maternelle française avoisinerait les 55 millions, soit un peu moins de 3 % de l'ensemble des internautes, ce qui placerait les francophones (langue maternelle) à la 9^e place après, dans l'ordre, les sinophones, les anglophones, les hispanophones, les nippophones, les lusophones, les germanophones, les russophones et les arabophones.

Lecture des résultats

– Le français est la **4^e langue par le nombre d'utilisateurs** (chiffre dérivé d'InternetWorldStats 2011).

– Le français est la **6^e langue par le nombre de pages Web** (chiffre de W3Tech qui pourrait le sous-estimer).

– Le français est **en position proche de 4 pour les contenus** (3 éléments dont Wikipédia).

– Le français est **en position proche de 4 pour les logiciels de communication** (11 systèmes).

– Le français est **en position 3 dans les blogs** (3 systèmes).

– Le français est **en position proche de 4 dans les réseaux sociaux** (10 systèmes).

– Le français est la **troisième langue d'Amazon**.

– Le français est la **sixième langue dans Youtube**.

– Le français est **en position 4 pour ce qui concerne les infrastructures** (5 éléments).

– Le français est **en position 6,3 dans le monde du P2P** (3 systèmes).

Tous critères confondus et pondérés, le français est en position 4,3 (sur un total de 39 éléments examinés).

¹⁵ <http://www.ethnologue.com/statistics/size>

►► Classement du français sur Internet par catégorie

Type	Locuteurs de langue maternelle (L1)	L1 + L2 (locuteurs de français langue seconde)
Blogs	6,50	3,00
Contenus	8,00	4,05
Infrastructures	7,95	4,00
Livres (Amazon seulement)	–	3,00
P2P	–	6,33
Pages web	–	6,00
Réseaux sociaux	7,00	3,96
Systèmes de communication	6,79	3,76
Utilisateurs Internet	9,00	4,00
Vidéo (YouTube seulement)	7,00	6,00
Moyenne pondérée	7,44	4,30

Méthodes et sources

Choix n° 1

Prise en compte du site Ethnologue comme source unique en matière démolinguistique concernant la langue maternelle des individus. Même si cette source donne des chiffres contestables (notamment pour la langue française), elle est la seule actualisée en permanence proposant des données pour l'ensemble des langues de la planète permettant d'avoir une approche comparative (Ethnologue annonçait, fin 2013, une nouvelle version en ligne avec de nombreux changements de ses statistiques. Les données démolinguistiques d'Ethnologue reprises ici datent de mai 2013).

Choix n° 2

Utiliser des sources diversifiées et fiables pour le décompte de locuteurs L2 car Ethnologue n'est pas du tout satisfaisant pour certaines langues, notamment l'anglais, le français, l'espagnol et le portugais. La liste des sources consultées disponibles en juin 2013 est fournie à l'Annexe III. Pour les principales langues :

- Anglais : Wikipédia – List of countries by English speaking population (http://en.wikipedia.org/wiki/List_of_countries_by_English-speaking_population)

- Français : Observatoire de la langue française de l'OIF.

- Allemand : *National Geographic Collegiate Atlas of the World*, Willard, Ohio : R.R Donnelley & Sons Company, April 2006, pp. 257–299, cité dans de nombreuses sources dont l'article

consacré à la langue allemande sur Wikipédia (version anglaise, http://en.wikipedia.org/wiki/German_language)

- Portugais : Comunidade dos países de língua portuguesa (unité de I+D ; <http://www.idcplp.net/?idc=30&idi=5623>)

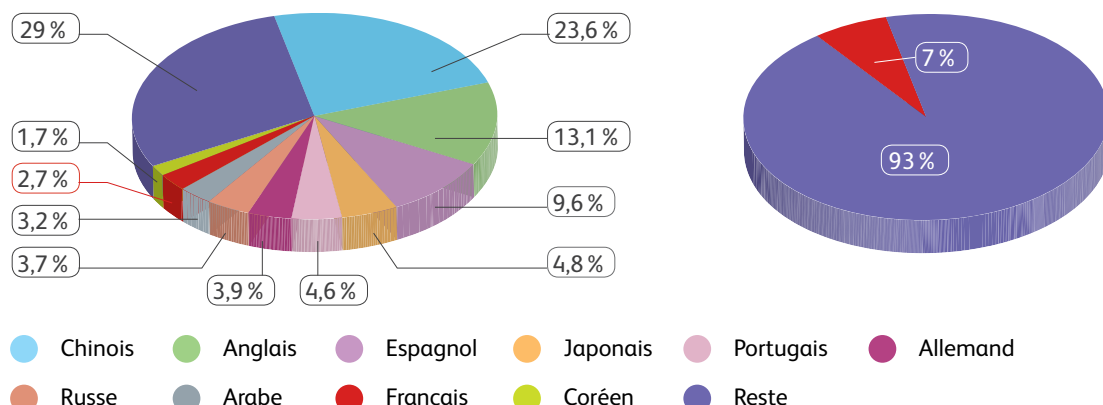
- Espagnol : Rapport « El español en el mundo », Institut Cervantès (http://cvc.cervantes.es/lengua/anuario/anuario_12/i_cervantes/p01.htm)

- Arabe : utilisation des statistiques d'Ethnologue, mais en corrigeant la surestimation liée au double comptage des locuteurs d'arabe classique distingués à tort des locuteurs d'arabes dialectaux alors que ce sont les mêmes individus. Locuteurs des arabes dialectaux mentionnés par Ethnologue : 206 millions, et d'arabe classique en L2 : 246 millions. On ne peut les additionner car il s'agit d'un chevauchement, la quasi-totalité des locuteurs d'arabe classique étant déjà présents dans le total des locuteurs d'arabes dialectaux.

Choix n° 3

Proposer des fourchettes. La plupart des sources fournissant des chiffres par État et non par langue, et compte tenu du plurilinguisme présent dans la majorité des pays, comment isoler, par exemple, la part de l'anglais et de l'espagnol aux États-Unis, de l'allemand, du français et de l'italien en Suisse, du portugais et des 12 langues nationales en Angola, du guarani et de l'espagnol au Paraguay, du français et du berbère au Maghreb, etc. ? De même, le français ou l'anglais entrent en concurrence avec d'autres langues (le bambara, le swahili, l'hindi, le filipino, etc.) en tant que L2

Internaute par langue maternelle (L1) et langue maternelle + langue seconde (L1 + L2)



dans beaucoup de pays. Les résultats présentés ici proposeront donc deux simulations : l'une qui ne retient que la langue maternelle, et l'autre qui prend en compte un large usage de la langue véhiculaire principale. Finalement, un calcul qui prendrait en compte langue maternelle et langue seconde¹⁶ (L1 + L2) situerait l'ensemble des internautes pouvant s'exprimer en français, à la 4^e place, après les anglophones, les sinophones et les hispanophones, soit **6,52 % du total**. Bien entendu, ceci ne garantit pas que ces internautes donnent la priorité à l'utilisation de la langue française dans l'ensemble de leurs échanges ou production de pages ou blogs (de même que l'ensemble des anglophones, du reste). Il est même fort probable qu'une préférence à utiliser leur langue maternelle existe lors des échanges informels, amicaux, familiaux, sur certains réseaux sociaux non professionnels (comme Facebook) ou sur les

blogs personnels, et qu'ils réservent l'usage du français pour des sites plus formels, professionnels, académiques, institutionnels ou des réseaux sociaux professionnels (LinkedIn, par exemple).

Il faut donc prendre ces deux chiffres comme étant la partie basse (langue maternelle) et la partie haute (langue maternelle et langue seconde) d'une fourchette assez large.

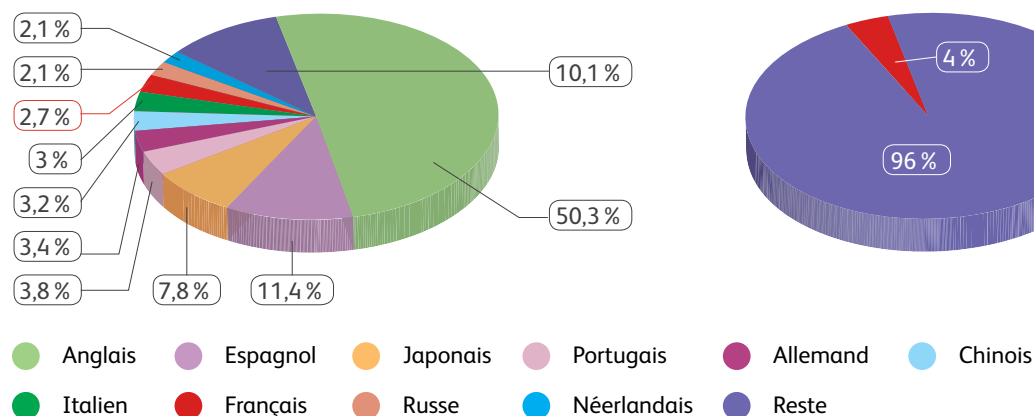
Serveurs par habitant

D'après les chiffres de la CIA¹⁷, les pays les mieux pourvus en matière de serveurs Internet en 2012 seraient, à hauteur de 50 %, surtout anglophones : États-Unis, Australie, Canada, Royaume-Uni (et on peut ajouter, dans une certaine mesure, l'Inde qui figure également parmi les 15 premiers pays du tableau). Et ce, toujours en considérant la part de la population

¹⁶ Cf. Annexe III pour les chiffres retenus par langue.

¹⁷ <https://www.cia.gov/library/publications/the-world-factbook/rankorder/2184rank.html?>

Serveurs par locuteurs (langue maternelle) et L1 + L2



de langue maternelle anglaise des pays concernés. Suivant le même raisonnement, les locuteurs de langue française occuperaient la 8^e place dans ce classement, avec un peu plus de 3 % du total si l'on ne compte que les locuteurs de langue maternelle. En extrapolant ces chiffres au nombre de locuteurs L1 + L2, les francophones représenteraient près de 9 % du total, ce qui placerait la langue française au 3^e rang après l'anglais et l'espagnol.

Haut débit

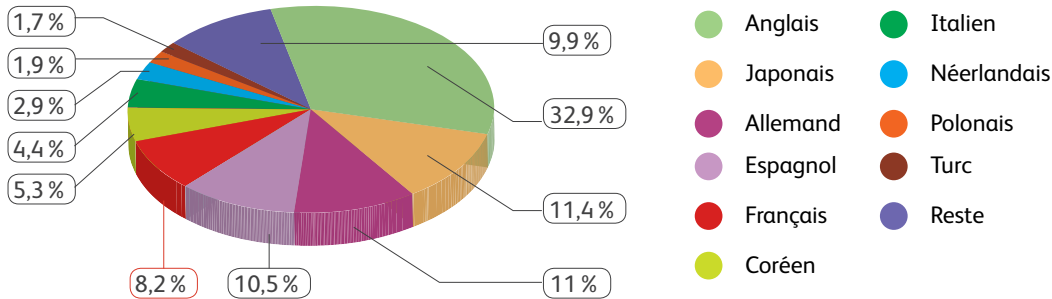
D'après les statistiques de l'OCDE¹⁸

¹⁸ <http://www.oecd.org/statistics/>. Dernières statistiques disponibles datant de juin 2010.

concernant ses 34 pays membres¹⁹, le nombre de connexions en haut débit plaçait la population francophone en 5^e position par le nombre d'accès avec 8,2 % des totaux étudiés. Étant donné l'échantillon choisi, qui exclut un grand nombre de pays (notamment en Afrique francophone), il n'est pas possible de faire une extrapolation sur l'ensemble de la francophonie (L1 + L2).

¹⁹ Allemagne, Australie, Autriche, Belgique, Canada, Chili, Corée, Danemark, Espagne, Estonie, États-Unis, Finlande, France, Grèce, Hongrie, Irlande, Islande, Israël, Italie, Japon, Luxembourg, Mexique, Norvège, Nouvelle-Zélande, Pays-Bas, Pologne, Portugal, République slovaque, République tchèque, Royaume-Uni, Slovénie, Suède, Suisse, Turquie.

► Pénétration haut débit par locuteurs



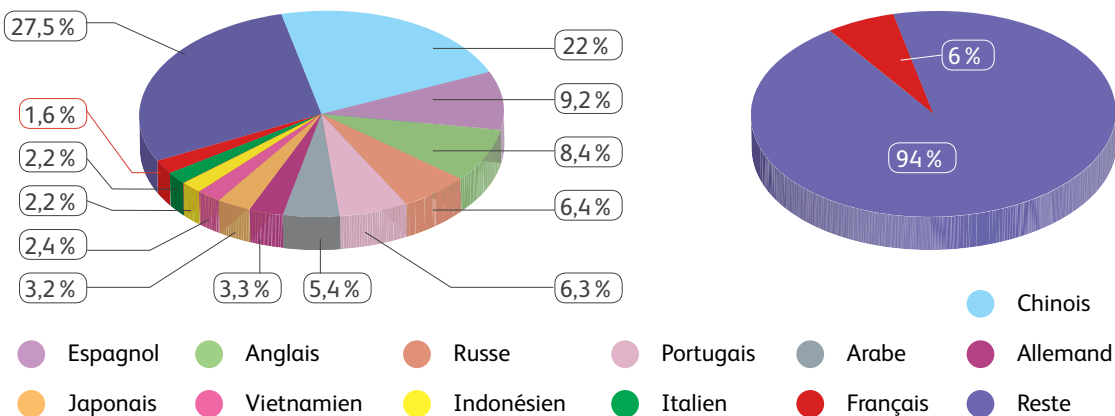
Téléphonie mobile

Le calcul, basé sur les chiffres donnés par la CIA²⁰, (2011), du nombre de téléphones mobiles par pays, place les francophones à la

²⁰ <https://www.cia.gov/library/publications/the-world-factbook/rankorder/2151rank.html?countryName=Australia&countryCode=as®ionCode=aus&rank=43#as>

12^e place avec un faible 1,6 % du total mondial. La francophonie L1 + L2 pourrait prétendre à une 8^e place avec 4,2 %. Néanmoins, la forte avancée de la téléphonie mobile en Afrique constatée ces dernières années laisse présager une croissance du nombre de francophones connectés par téléphones mobiles.

► Pénétration téléphonique mobile par locuteurs L1 et L1 + L2



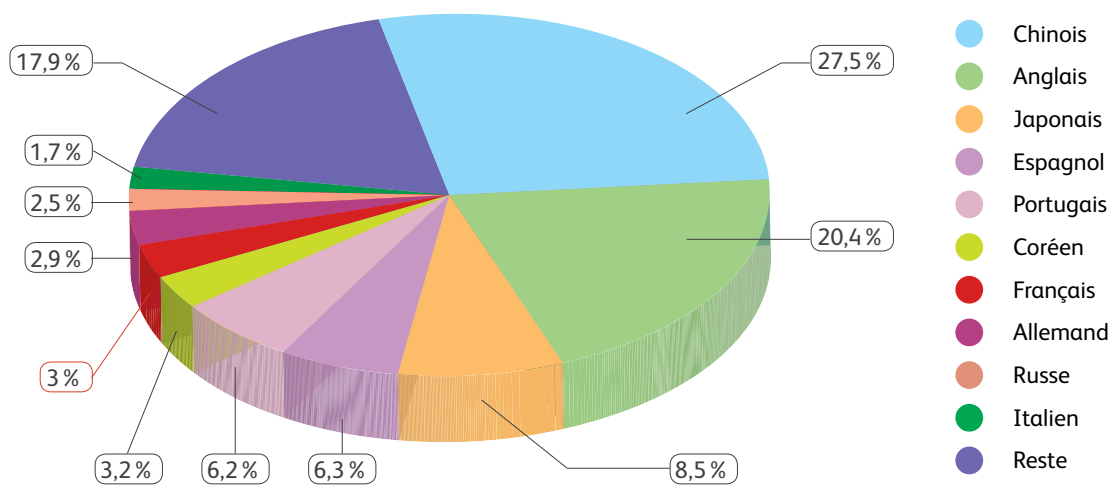
Téléphones intelligents

Le téléphone intelligent (« smartphone » ou ordiphone) est un téléphone mobile évolué disposant des fonctions d'un assistant numérique personnel. Selon la compagnie The Kleiner Perkins Caufield & Byers²¹, la population francophone serait la 7^e à posséder

21 <http://www.kpcb.com/insights/2012-internet-trends>

des téléphones intelligents, derrière les Chinois, les anglophones, les Japonais, les hispanophones, les lusophones et les Coréens, avec 2,9 % du marché étudié (sur les 29 pays possédant le plus grand nombre de téléphones intelligents). Si l'on extrapole ces chiffres à l'ensemble des francophones L1 + L2, ce pourcentage pourrait être de 5,96 % du marché étudié, soit la 3^e population détentrice de ces appareils.

Téléphones intelligents par locuteurs



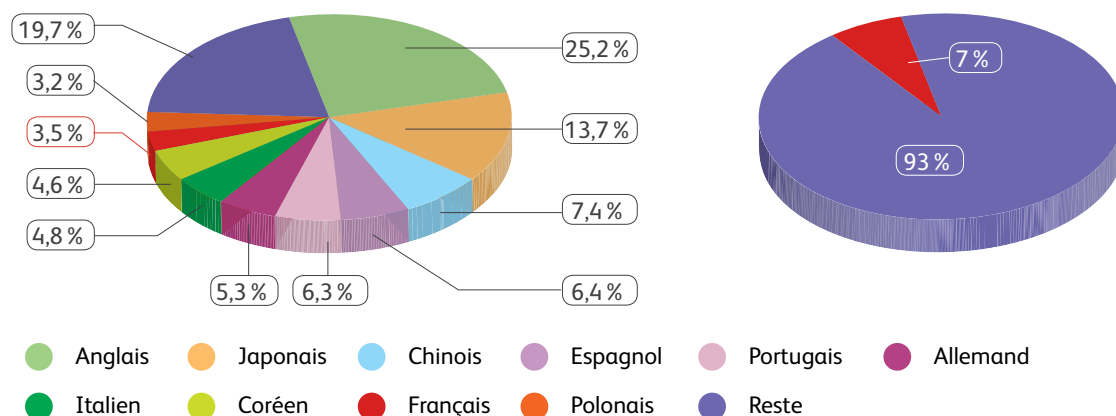
3G

En ce qui concerne l'accès à la 3^e génération de téléphonie mobile (3G), les francophones arrivent 9^e si l'on compte seulement les locuteurs de langue maternelle, avec 3,5 % du marché étudié. Avec un maximum de 6,61 %, l'ensemble des francophones (L1 + L2)

pourrait prétendre à une 3^e place après les anglophones et les nipponophones, et devant les germanophones (calculs basés sur l'étude réalisée par la compagnie The Kleiner Perkins Caufield & Byers²²).

22 <http://www.kpcb.com/insights/2012-internet-trends>

Pénétration de la 3G par locuteurs L1 et L1 + L2



Présence réelle de la langue

Certains extraits des définitions et descriptions ici présentées proviennent de Wikipédia²³, de Destination webmarketing²⁴ ou directement des sites mentionnés.

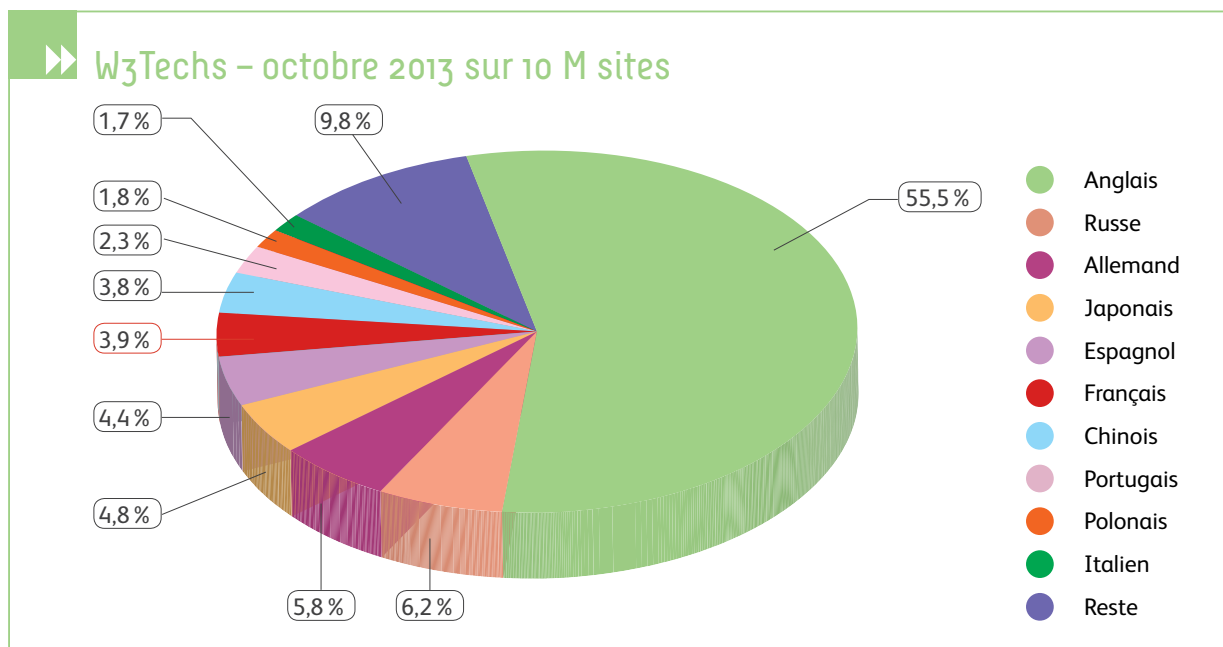
W3Techs

Le site « W3Techs - World Wide Web Technology Surveys », qui se désigne comme la source d'informations la plus fiable et la plus complète sur les usages d'Internet, a le mérite de différencier langues des usagers d'Internet et langues des contenus (cf. le détail de la méthodologie dans l'Annexe I p. 531). En octobre 2013, il classait le français

à la 6^e place, après l'anglais (avec 55 % du total !), le russe, l'allemand, le japonais et l'espagnol. La proximité entre le japonais, l'espagnol, le français et le chinois dans cette mesure quotidienne fait osciller le français entre la 4^e et la 6^e place selon le mois de consultation. La particularité et la limite de cette étude se trouvent dans l'échantillon retenu, à savoir les 10 premiers millions de sites les plus visités (d'après Alexa). Les limites de cette approche sont expliquées à l'Annexe I, soulignant notamment la place démesurée accordée à l'anglais, alors que les estimations situeraient plutôt cette langue en dessous de 40 %. Néanmoins, **la fourchette situant la langue française entre la 4^e et la 6^e place du Web correspond assez bien à d'autres études**. Les autres langues répertoriées dans les statistiques de W3Tech auraient moins de 1 % chacune.

²³ <http://fr.wikipedia.org/>

²⁴ <http://www.destination-webmarketing.fr/principaux-reseaux-sociaux-description-et-fonction/>



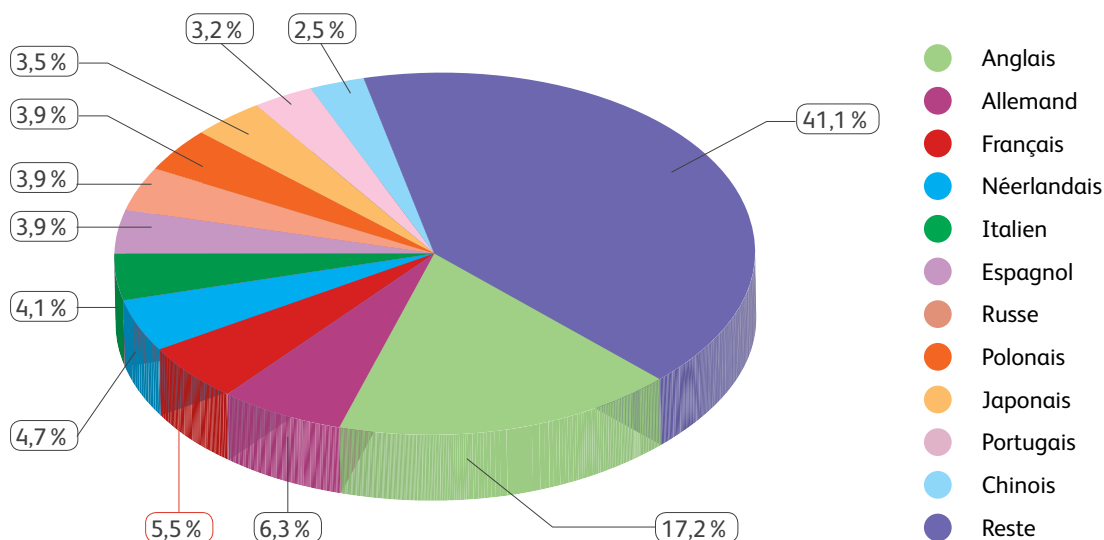
Wikipédia

Fin 2012, la langue française était la 3^e langue en nombre d'articles de la fameuse encyclopédie²⁵, après l'anglais et l'allemand, suivie de près par le néerlandais, tendance constatée tout au long de l'année 2012 et début 2013. Une consultation plus récente (novembre 2013) montre une activité majeure

de la part des néerlandophones, prenant la 2^e place avant les germanophones, et les locuteurs de suédois (absents des 10 premières places auparavant) qui ont pris la 4^e place, laissant **la langue française en 5^e position** en nombre d'articles. Il est également à noter la fabuleuse croissance de deux langues des Philippines (winaray et cebuano) en moins d'un an, déplaçant le chinois, le japonais et le portugais.

²⁵ http://meta.wikimedia.org/wiki/List_of_Wikipedias/fr

Wikipédia fin 2012



Une page plus complète sur les statistiques de Wikipédia²⁶ (qui montre pour la même date des chiffres très légèrement différents) permet d'utiliser d'autres paramètres de classement en relation avec Wikipédia par un simple clic sur le paramètre de tri choisi. Ainsi, en termes de nombre de visites par heure, le Wikipédia en français occupe la position 6 derrière l'anglais (très loin devant), l'espagnol, le russe, le japonais, l'allemand, les 4 dernières positions étant très rapprochées.

Ces mouvements soudains au sein de Wikipédia sont souvent dus à la volonté soit

publique, soit privée, et parfois soutenus par les Fondations qui gèrent Wikipédia localement, à l'instar de ce qui est fait actuellement dans le cadre de la démarche appelée « Mois international de la contribution francophone²⁷ » destinée à faire progresser le nombre d'articles en français.

Enfin il existe une page qui permet d'obtenir des données statistiques historiques sur le comportement du Wikipédia francophone²⁸.

²⁷ http://fr.wikipedia.org/wiki/Wikipédia:Mois_de_la_contribution

²⁸ <http://stats.wikimedia.org/FR/TablesWikipediaFR.htm>

Le programme Afripédia¹

Officiellement lancé en 2012 en partenariat avec l'Agence universitaire de la Francophonie (AUF), l'Institut Français (IF) et Wikimedia France, avec le soutien technique de Kiwix et le soutien financier de la Fondation Orange, Afripédia vise un double objectif en Afrique francophone :

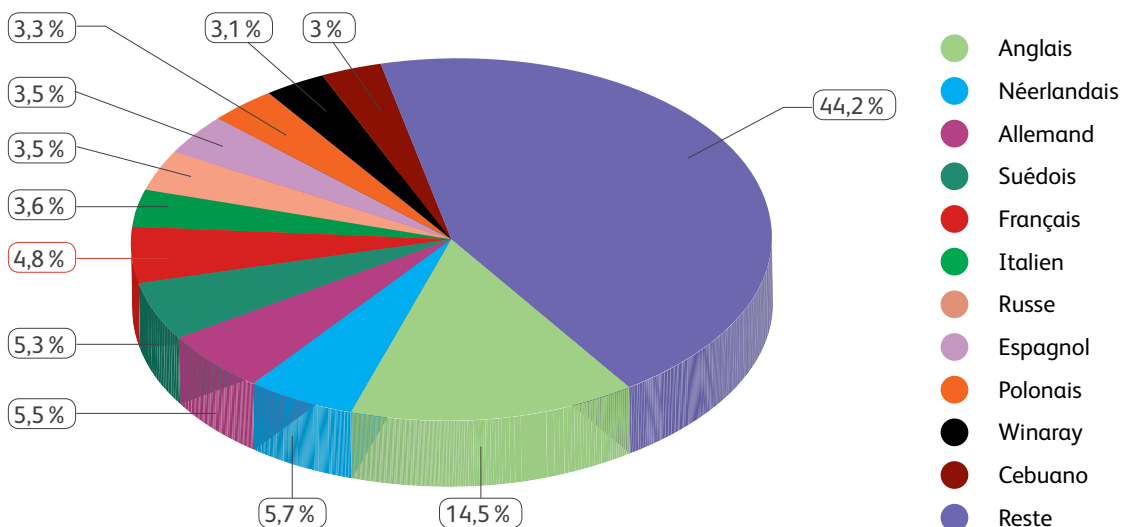
– **Favoriser l'accès à la connaissance libre** en permettant techniquement la consultation hors-ligne des projets Wikimedia (et notamment Wikipédia) dans les zones peu ou mal connectées à Internet.

– **Encourager la production de connaissances** en formant à la contribution sur les projets Wikimedia des publics qui sont pour l'instant peu intégrés, ainsi qu'en favorisant la création de communautés wikimédiennes pour pérenniser les actions.

Le programme Afripédia a déjà permis de former 42 stagiaires lors de sessions de formation (Abidjan, Kinshasa, Yaoundé) en 2012-2013 et le déploiement hors-ligne des projets Wikimedia dans un grand nombre de pays africains (Bénin, Burkina Faso, Burundi, Cameroun, Côte d'Ivoire, Guinée, Mali, Mauritanie, Niger, République centrafricaine, République démocratique du Congo).

¹ <http://www.auf.org/actualites/afrimedia-un-programme-pour-lacces-et-la-productio/>

Wikipédia fin 2013



Titres vendus par Amazon

Sur les 82 langues proposées par le site américain de la librairie en ligne Amazon (amazon.com), le français arrive en 3^e position juste après l'allemand et bien loin derrière l'anglais.

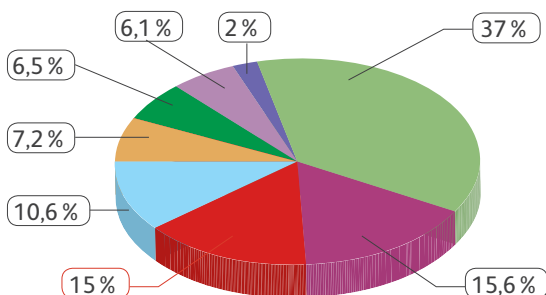
Les statistiques consultées fin 2012²⁹ faisaient apparaître un nombre bien supérieur

d'ouvrages à celui proposé aujourd'hui³⁰, mais la position du français n'a pas changé pour autant ; seull'écart avec la langue anglaise s'est creusé et la position des langues venant après le français a changé. Si nous pouvions établir le même résultat avec le site fnac.com, il va de soi que le français arriverait en première position, de loin.

²⁹ http://www.amazon.com/gp/searchother?redirect=true&rh=n%3A283155&bbn=283155&pickerToList=feature_nine_browse-bin&ie=UTF8&qid=1359604943&rd=1

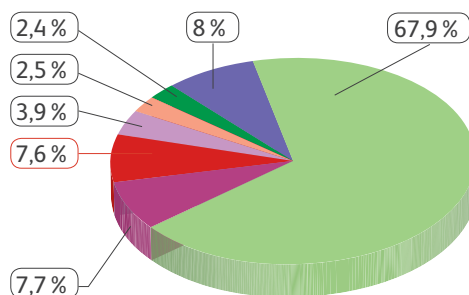
³⁰ Il est fort probable que le site américain d'Amazon propose moins d'ouvrages en langues étrangères aujourd'hui du fait du renforcement des sites locaux d'Amazon (Allemagne, Brésil, Canada, Chine, Espagne, France, Italie, Japon et Royaume-Uni), beaucoup plus riches en ouvrages en langues locales aujourd'hui que le site américain.

Amazon fin 2012



Anglais Allemand Français Chinois Japonais Italien Espagnol Russe Reste

Amazon fin 2013



Gmail

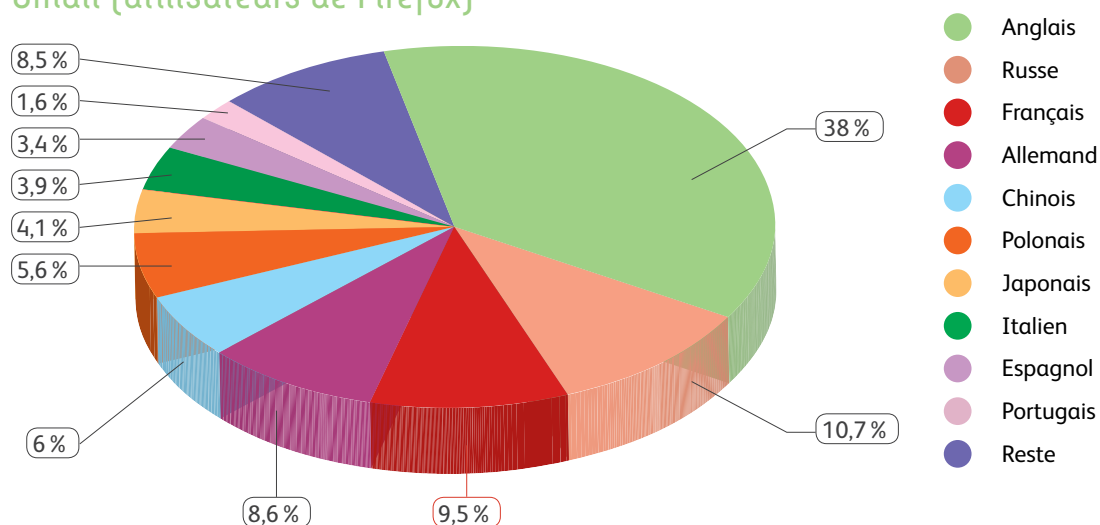
Gmail est le service de messagerie de Google. En janvier 2012, 425 millions d'internautes utilisaient ce service de messagerie électronique, considéré comme le plus grand détenteur de comptes, ayant dépassé Hotmail et Yahoo en mai 2012.

Les statistiques données par Gmail Watcher³¹, de « Mozilla add-on »

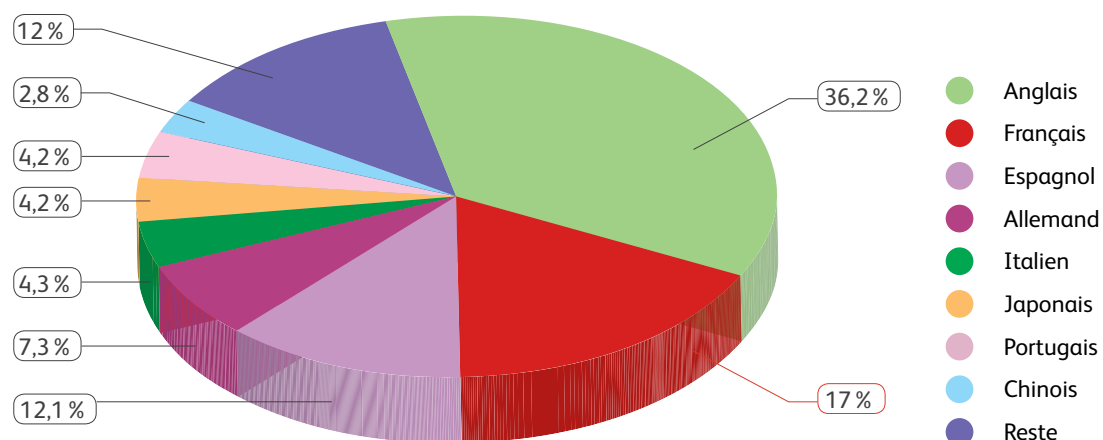
³¹ <https://addons.mozilla.org/en-us/firefox/addon/gmail-watcher/statistics/usage/languages/?last=90>

(extension) permettant de contrôler le courrier consulté par Firefox, montrent un trafic journalier par langue des utilisateurs. Les internautes francophones seraient troisièmes, après les anglophones et les russophones, talonnés par les germanophones. *Attention, ces statistiques ne montrent qu'un échantillon des utilisateurs de Gmail, à savoir ceux qui ont installé une extension (« add-on ») spécifique sur leur navigateur Firefox.*

» Gmail (utilisateurs de Firefox)



» Hotmail (utilisateurs de Firefox)



Hotmail (Outlook)

Hotmail (aujourd'hui Outlook.com) est le service de courriel de la société Microsoft, l'un des premiers services de messagerie Web et le premier à avoir intégré des publicités en bas de chaque message envoyé. En juillet 2011, Hotmail ne comptait pas moins de 330 millions d'utilisateurs. En juillet 2012, le service est renommé « Outlook.com ».

Les mêmes statistiques de Mozilla, Hotmail Watcher³², montrent que les internautes francophones sont responsables du 2^e trafic journalier, après les anglophones. *Attention, ces statistiques ne montrent qu'un échantillon des utilisateurs de Hotmail, à savoir ceux qui ont installé une extension spécifique sur leur navigateur Firefox.*

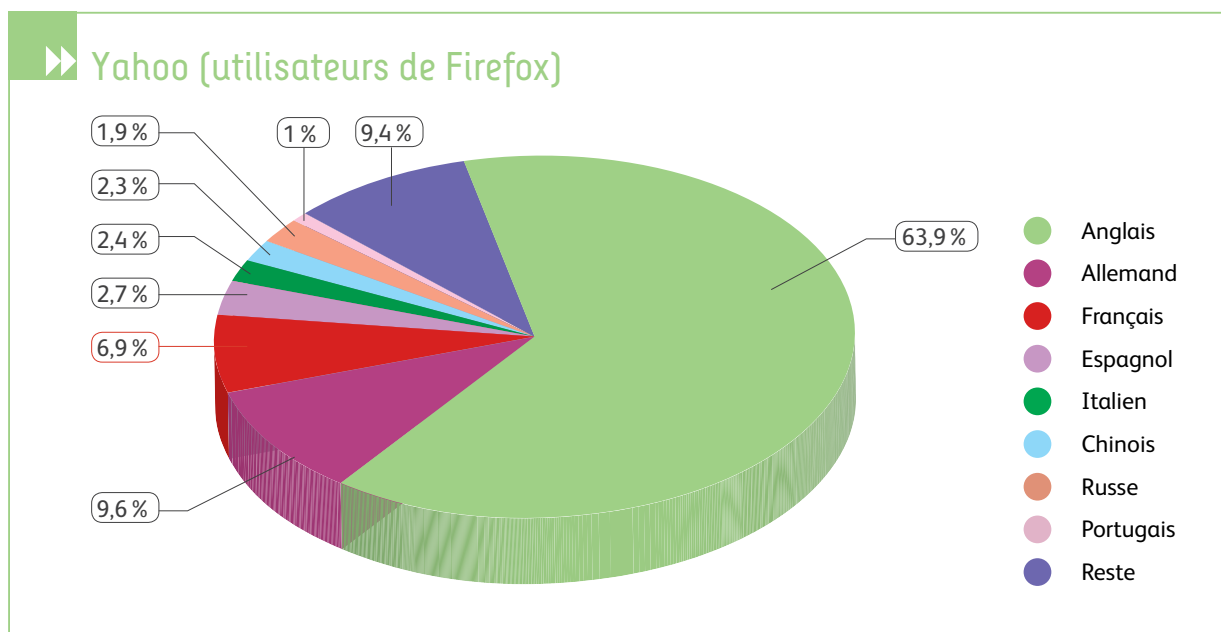
32 <https://addons.mozilla.org/en-us/firefox/addon/hotmail-watcher/statistics/usage/languages/?last=90>

Yahoo!

Yahoo! est une société américaine de services sur Internet, opérateur notamment du 4^e portail Web le plus visité, selon Alexa. À l'origine, Yahoo! était uniquement un annuaire Web mais il offre de nombreux autres services gratuits et payants, dont un moteur de recherche, des boîtes à courrier électronique, de la messagerie instantanée, de l'hébergement Web et des portails.

La messagerie Yahoo! Mail, offrant une capacité infinie, est l'une des plus utilisées au monde. Les mêmes statistiques de Mozilla, Yahoo! Mail Watcher³³, montrent que les internautes francophones sont responsables du 3^e trafic journalier, après les anglophones et les germanophones. *Attention, ces statistiques ne montrent qu'un échantillon des utilisateurs de Yahoo! Mail, à savoir ceux qui ont installé une extension spécifique sur leur navigateur Firefox.*

33 <https://addons.mozilla.org/en-us/firefox/addon/yahoo-mail-watcher/statistics/usage/languages/?last=90>



Présence relative selon les applications utilisées

Certains extraits des définitions et descriptions présentées ici proviennent de Wikipédia (<http://fr.wikipedia.org/>), de Destination webmarketing (<http://www.destination-webmarketing.fr/principaux-reseaux-sociaux-description-et-fonction/>) ou directement des sites mentionnés.

OpenOffice

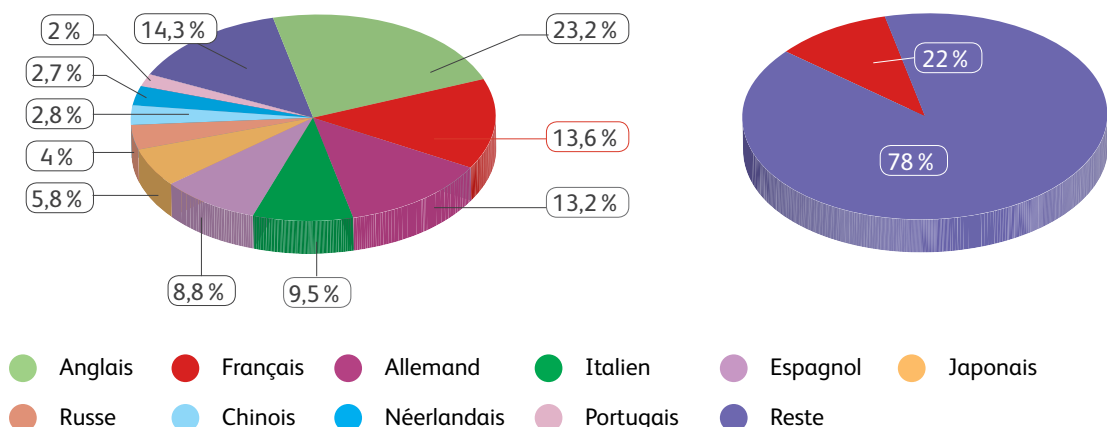
La France étant le deuxième pays à utiliser la suite OpenOffice derrière les États-Unis et bien devant l'Allemagne, il n'est pas étonnant de trouver la population francophone à la 2^e place d'utilisation de la

fameuse suite libre, avec 13,6 % d'utilisateurs francophones et 22,07 % si l'on compte l'ensemble des francophones L1 + L2.

Les statistiques de téléchargement sont données par OpenOffice³⁴.

34 <http://www.openoffice.org/stats/countries.html>

►► OpenOffice par locuteurs L1 et par locuteurs L1 + L2



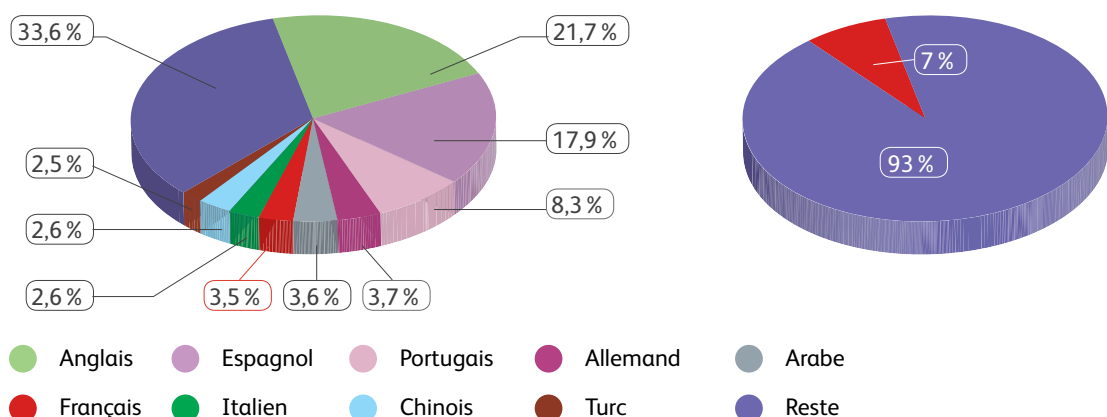
Facebook

Deuxième site le plus visité au monde, d'après Alexa, Facebook revendique un milliard d'utilisateurs. Son principe est d'échanger, avec une communauté choisie (ses « amis »), des informations professionnelles mais surtout personnelles. Photos, vidéos, articles, commentaires, réponses à d'autres, etc., s'affichent sur le « mur » de l'utilisateur. Facebook permet notamment de réagir sur les commentaires et informations postés par ses « amis » en activant l'option « J'aime ». Facebook permet également une discussion instantanée, l'envoi de messages directs et, depuis peu, des conversations vidéo par Skype.

Si l'on compte le nombre d'utilisateurs de langue maternelle française d'après les statistiques fournies par Socialbakers³⁵, il y avait, fin 2012, près de 30 millions d'utilisateurs (mais sa croissance est vertigineuse), plaçant le français en compétition, entre la 4^e et la 6^e places, avec l'allemand et l'arabe et derrière l'anglais, l'espagnol et le portugais, avec un pourcentage proche de 4 % de l'ensemble des utilisateurs. Cette part passe à 11 % si l'on compte l'ensemble de la population L1 + L2, plaçant la langue française en 4^e position.

35 <http://www.socialbakers.com/facebook-statistics/>

►► Facebook par locuteurs L1 et par locuteurs L1 + L2



Google+

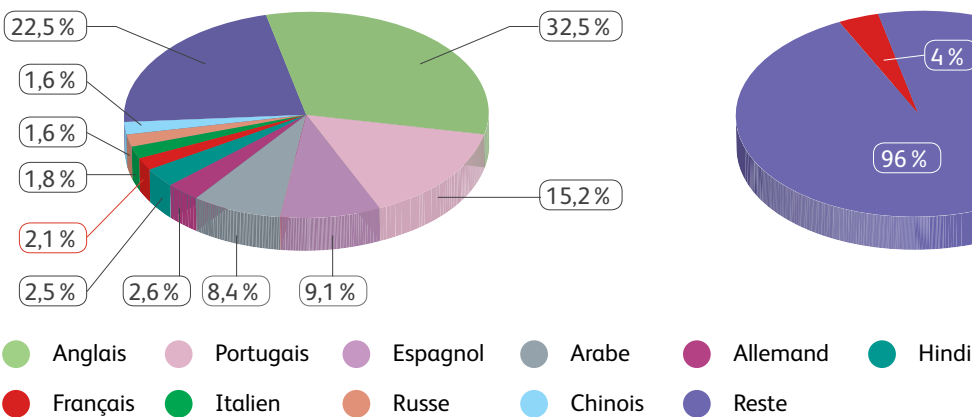
Google+ est le deuxième plus grand réseau social au monde, ayant dépassé Twitter en janvier 2013, et se présentant comme alternative à Facebook, sans pour l'instant arriver à le concurrencer sérieusement.

Le site CircleCount³⁶ se spécialise en études sur Google+. Fin 2012, ses statistiques

faisaient ressortir que les francophones représentaient la 7^e communauté à avoir un profil Google+, avec un pourcentage de 1,6 % pour les francophones de langue maternelle, et la 6^e pour les francophones L1 + L2 (avec 3,6 % du total), après les anglophones, les lusophones, les hispanophones, les arabophones et les germanophones. La situation a depuis évolué ; l'Inde et l'Indonésie ont pris une part très importante, ce qui laisse à penser que les francophones reculeraient de quelques places.

36 <http://es.circlecount.com/statistic/country/?special=NA>

Google+ par locuteurs L1 et par locuteurs L1 + L2

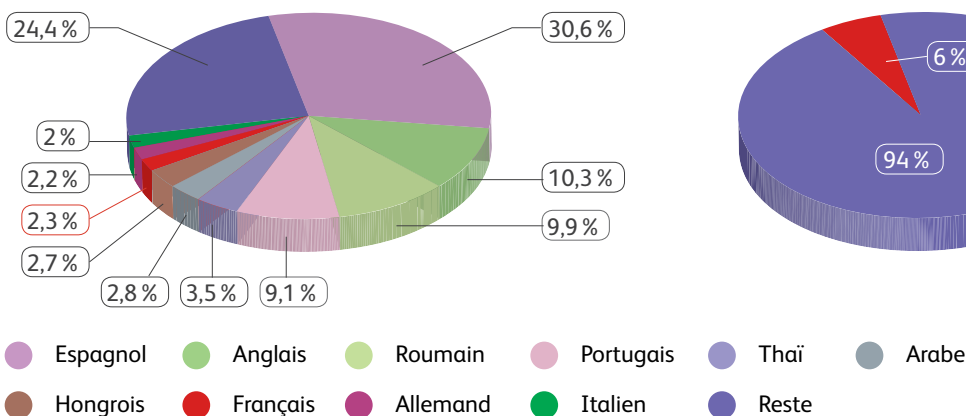


Hi5

Hi5 est un réseau social destiné aux plus jeunes, très utilisé chez les hispanophones au départ, souffrant aujourd'hui de la concurrence de Facebook, raison probable de

son association avec Tagged qui lui permet de se renouveler. Hi5 annonce compter plus de 300 millions d'utilisateurs dans le monde. Le réseau se décline en une trentaine de langues.

Hi5 par locuteurs L1 et par locuteurs L1 + L2



La société Quantcast³⁷, spécialisée dans le marketing et l'analyse des sites, donnait, fin 2012, des statistiques qui permettaient de placer la langue française dans Hi5 à la 8^e place avec 2,3 %. La prise en compte de l'ensemble des francophones (L1 + L2) hisserait le français à la 5^e place, avec 5,3 % du total, loin derrière les communautés hispanophone et anglophone et juste derrière les roumanophones.

Twitter

Twitter, outil de réseau social et de microblogage qui permet à un utilisateur de publier de brefs messages (140 caractères), appelés *tweets* (ou « gazouillis »), est devenu l'un des grands acteurs des réseaux sociaux, 10^e site mondial selon Alexa³⁸. Il occupe une niche assez unique pour le moment comme moyen de communication vers le public.

Comme Facebook, Twitter permet de partager avec d'autres, mais avec un fonctionnement différent car il est basé sur un système de « suivi » et non pas de mise en relation : l'utilisateur choisit les sujets ou les

personnes qu'il souhaite suivre. Ainsi, le partage de photos, de vidéos ou d'articles se fait par l'utilisation de liens *ad hoc* créés, comme lorsqu'un texto contient des liens. Alors que Facebook est plus spécialement destiné à échanger avec ses proches, Twitter, correspond davantage à un usage professionnel et relationnel. La notion d'influence y est très présente de par sa logique de suivi des informations données par d'autres. Le « temps réel » et le partage de « tweets » reçus, éventuellement agrémentés d'un commentaire personnel, en fait un outil de propagation d'informations mais aussi de rumeurs très puissant.

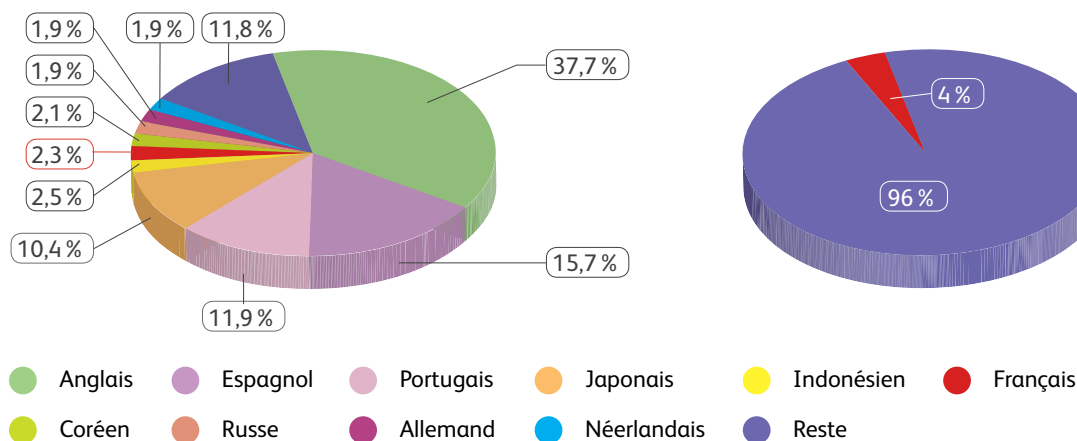
Une étude réalisée par Semiocast³⁹ sur les 20 pays de plus grande utilisation de Twitter place les locuteurs de langue maternelle française en 6^e position avec 2,1 % d'utilisateurs sur l'ensemble, très loin des quatre premières populations (anglophones, hispanophones, lusophones et de langue japonaise). En procédant à une projection de ces données sur l'ensemble des francophones L1 + L2, le français ne gagnerait qu'une place (5^e position) passant devant l'indonésien.

37 <https://www.quantcast.com/hi5.com/geo/countries?&undefined=&qcrd=b5991c&req=0.29427937674336135&country=UK&start=0>

38 <http://www.alexa.com/topsites>

39 http://semiocast.com/publications/2012_01_31_Brazil_becomes_2nd_country_on_Twitter_supersedes_Japan

Twitter par locuteurs L1 et par locuteurs L1 + L2



Tumblr

Tumblr, récemment acheté par Yahoo!, est une plate-forme de microblogage permettant à l'utilisateur de poster du texte, des images, des vidéos, des liens et des sons. Selon *The*

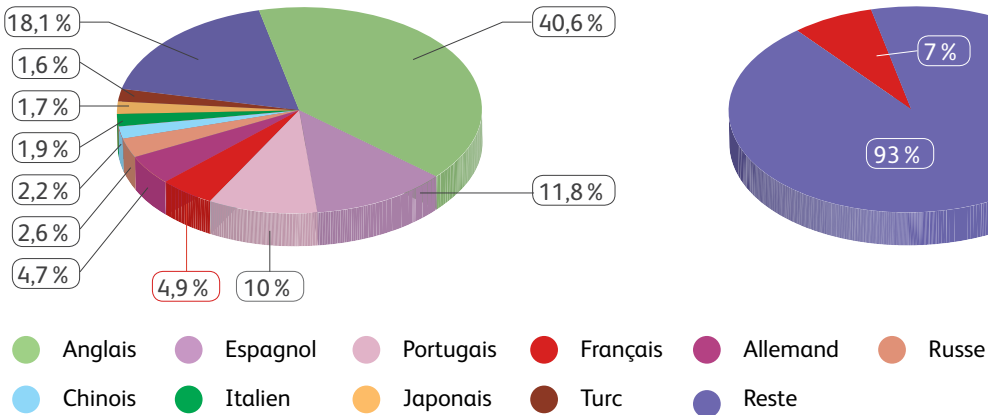
Next Web (site d'information en ligne sur les technologies), Tumblr aurait plus de 100 millions de blogs. Il est possible de partager avec ses contacts le contenu associé aux personnes suivies. Comme Facebook, les

informations, les images, la vidéo et la musique postées apparaissent directement sur la page de l'utilisateur. Comme sur WordPress (cf. plus bas), on peut personnaliser l'apparence du blog. Tumblr est très accessible et se veut beaucoup plus grand public que WordPress.

Le Canada et la France se situant parmi les sept premiers pays à l'utiliser, il n'est pas

étonnant de trouver la langue française en 4^e position, même si c'est loin derrière les anglophones, et derrière les hispanophones et les lusophones pour le trafic (statistiques tirées du site Quantcast). Le calcul consistant à ajouter les francophones L2 permettrait au français, avec 7,22 % du trafic, de disputer la 2^e place à l'espagnol.

►► Tumblr par locuteurs L1 et par locuteurs L1 + L2

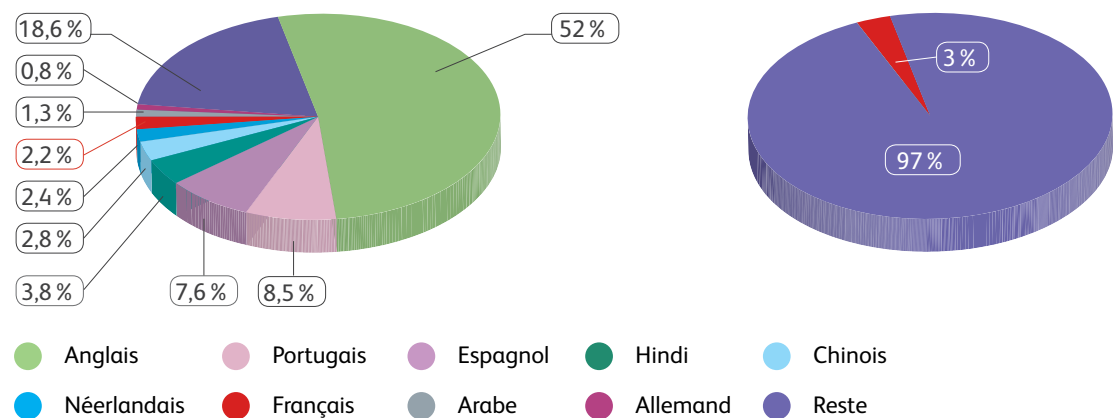


LinkedIn

LinkedIn est un réseau social professionnel, le pendant de Facebook pour les relations professionnelles. Le profil des utilisateurs ressemble à un CV retraçant leur parcours et leur formation et permettant d'indiquer leur statut professionnel, leur intérêt pour des propositions de poste, de partager des expériences, etc. À la différence des sites

d'emploi traditionnels type Monster ou Keljob, LinkedIn permet de créer son propre réseau avec d'autres membres. LinkedIn informe de l'actualité de ses relations et permet d'échanger *via* un service de messagerie. Un service payant est proposé pour plus de fonctionnalités. Comme l'indique la définition retenue par Wikipédia, LinkedIn est « aussi un outil de gestion de réputation en ligne... ».

►► LinkedIn par locuteurs L1 et par locuteurs L1 + L2

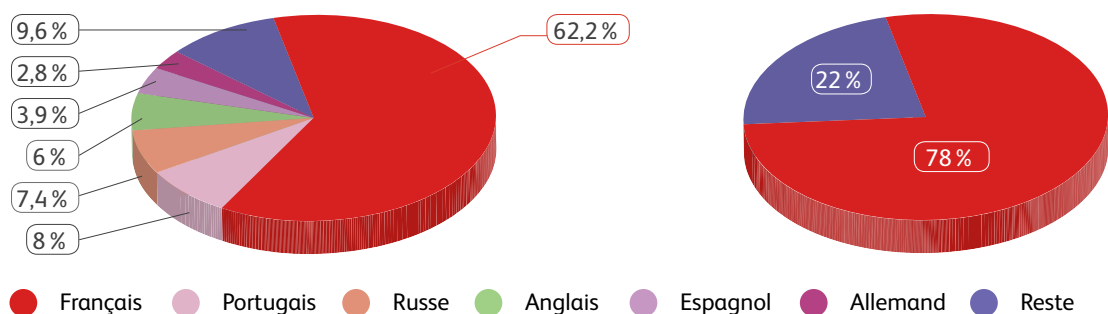


La compagnie Socialbakers, spécialisée dans les études sur les réseaux sociaux, proposait, fin 2012, des statistiques d'usage sur 79 pays, qui permettaient d'estimer le poids des francophones de langue maternelle dans ce réseau à la 7^e place (avec 1,3 % du total), mais probablement à la 4^e place (avec 2,98 %) si l'on considère l'usage du français 1^{re} et 2^e langue. Ce réseau étant à vocation professionnelle, il est fort à parier que la langue française soit davantage utilisée par les locuteurs de langue seconde que sur d'autres réseaux plus informels (Facebook, Twitter, Google+), ne serait-ce que pour élargir sa « clientèle ».

Viadeo

Viadeo est le pendant français du réseau social LinkedIn. Il permet lui aussi de construire et de gérer son réseau professionnel. Il offre à peu près les mêmes possibilités que LinkedIn et dispose également d'une option payante. Il n'est pas étonnant que la francophonie soit surreprésentée dans ce réseau social français. Avec 66 % des francophones de langue maternelle et 78 % si l'on rajoute les francophones L2, cette population est de loin la 1^{re}.

Viadeo par locuteurs L1 et par locuteurs L1 + L2

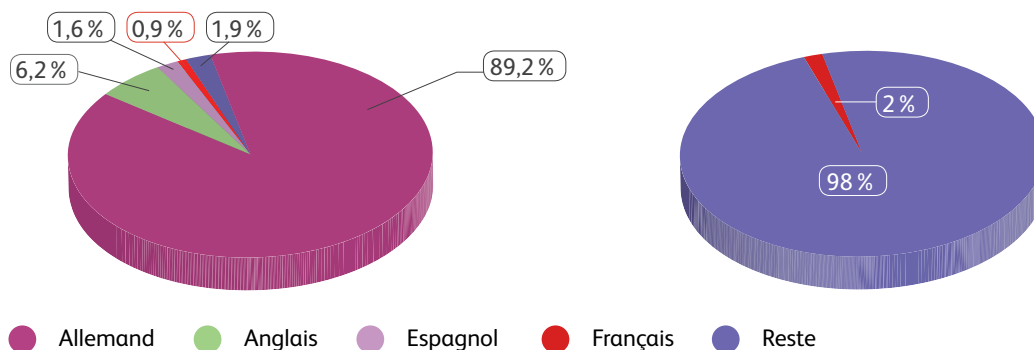


XING

XING est le pendant allemand de Viadeo et de LinkedIn, soit un outil en ligne qui permet de construire et d'agréger son réseau professionnel. Il se définit comme un réseau de connaissances qui facilite le dialogue entre professionnels. Pour ses membres, c'est aussi un outil de gestion de réputation en ligne.

Les réseaux sociaux comme Facebook ou MySpace ne sont pas considérés comme des concurrents directs, mais comme des réseaux complémentaires. Il n'est pas étonnant que l'allemand soit de loin la langue la plus utilisée, avec 85 % d'utilisateurs, mais les francophones forment la 4^e communauté à l'utiliser, avec une part relative de 1,60 %.

XING par locuteurs L1 et par locuteurs L1 + L2



Badoo

Badoo est un site de rencontres au sens large (y compris sentimentales), comptant 184 millions d'inscrits et plus de 35 millions d'utilisateurs actifs chaque mois répartis dans 180 pays. En 2011, il a été le premier site de rencontres à proposer une application sur la plateforme Android. Il est le 5^e réseau social au monde, d'après Alexa Internet et comScore. Selon Alexa toujours, il ferait régulièrement partie des cinq applications iPhone générant le plus de revenus dans le monde. Près de 125 000

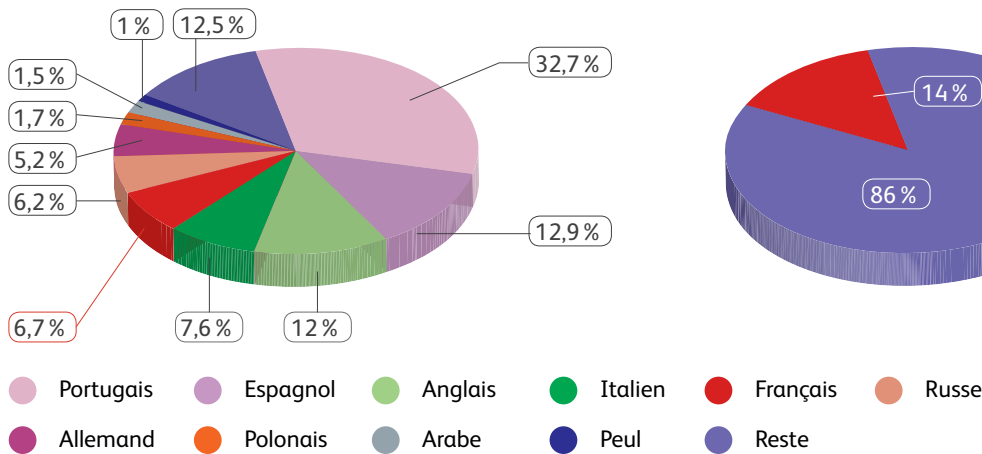
nouveaux utilisateurs se connectent tous les jours [extraits tirés de Wikipédia⁴⁰].

Avec 6,7 % d'utilisateurs dans le monde francophone en 2012, le français serait la 5^e langue la plus utilisée, et la 3^e si l'on ajoute les locuteurs L2, avec 13,65 %, d'après les calculs faits à partir des statistiques d'Alexa⁴¹. Il semble que ces dernières années, la part de l'italien, mais aussi du français, ait fortement augmenté.

⁴⁰ <http://fr.wikipedia.org/wiki/Badoo>

⁴¹ <http://www.alexa.com/siteinfo/badoo.com>

Badoo par locuteurs L1 et par locuteurs L1 + L2

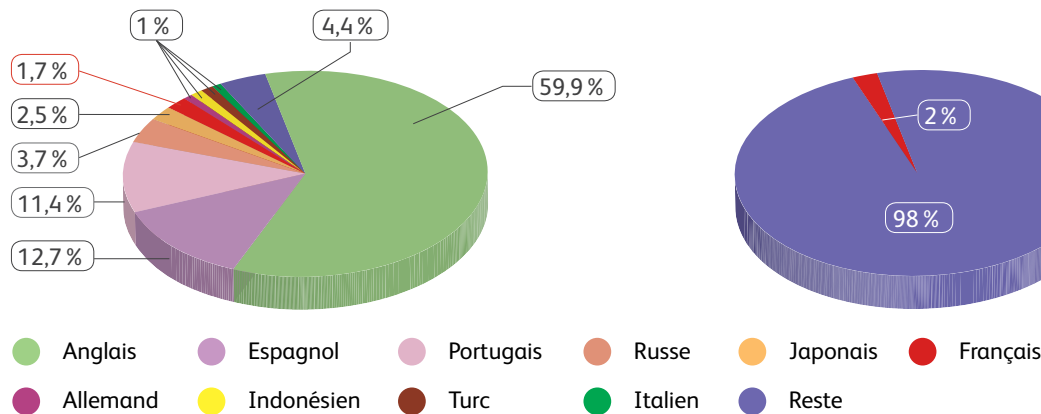


Instagram

Instagram, application et service disponibles sur plateformes mobiles de type iOS et Android, permet de partager

ses photographies et ses vidéos avec son réseau d'amis, de noter et de laisser des commentaires sur les clichés déposés par les autres utilisateurs. Le service a

Instagram par locuteurs L1 et par locuteurs L1 + L2



rapidement gagné en popularité, avec plus de 100 millions d'utilisateurs actifs en avril 2012, date de son acquisition par Facebook.

La langue française y serait la 6^e, avec 1,7 % des utilisateurs et la 5^e en ajoutant les locuteurs L1 + L2, toujours d'après les calculs faits à partir des statistiques d'Alexa⁴².

YouTube

YouTube est un site Web d'hébergement de vidéos appartenant à Google, sur lequel les utilisateurs peuvent envoyer, visualiser et partager des séquences vidéo. Il emploie la technologie Adobe Flash et HTML5 pour afficher toutes sortes de vidéos : des extraits de films, d'émissions de télé et des clips de musique, mais aussi des vidéos amateurs.

⁴² <http://www.alexa.com/siteinfo/instagram.com>

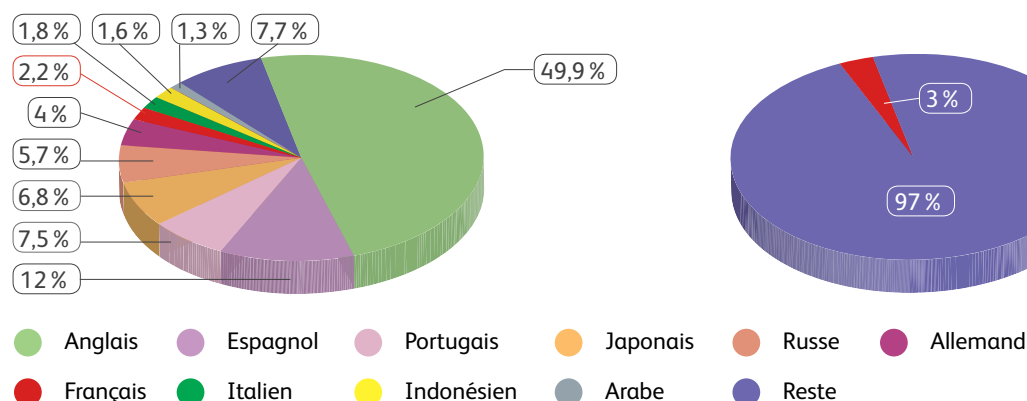
Il est possible d'intégrer un lecteur vidéo YouTube sur n'importe quelle page Web.

Le 23 janvier 2012, la barre des quatre milliards de vidéos vues quotidiennement est franchie. L'interface Web est aujourd'hui disponible dans 37 pays (dont 5 francophones), la France et le Canada figurant parmi les premiers pays à avoir possédé une page nationale, deux ans après sa sortie aux États-Unis.

Toujours d'après les calculs issus des statistiques d'Alexa⁴³, où il est classé 3^e site le plus visité, la communauté francophone serait la 7^e la plus dynamique avec 2,96 % de visites et la 6^e si l'on comptabilise l'ensemble des francophones L1 + L2.

⁴³ <http://www.alexa.com/siteinfo/youtube.com>

YouTube par locuteurs L1 et par locuteurs L1 + L2



Skype

Skype est un logiciel et une application qui permettent aux utilisateurs de passer des appels téléphoniques et vidéo *via* Internet, de recourir à une messagerie instantanée, de partager des documents et de transférer des fichiers. Les appels d'utilisateur à utilisateur sont gratuits, tandis que ceux vers les lignes téléphoniques fixes et les téléphones mobiles sont payants. Microsoft l'a acheté pour remplacer (sauf en Chine) son application Windows Live Messenger, en déclin. Skype est devenu une référence incontournable en remplacement de la téléphonie traditionnelle.

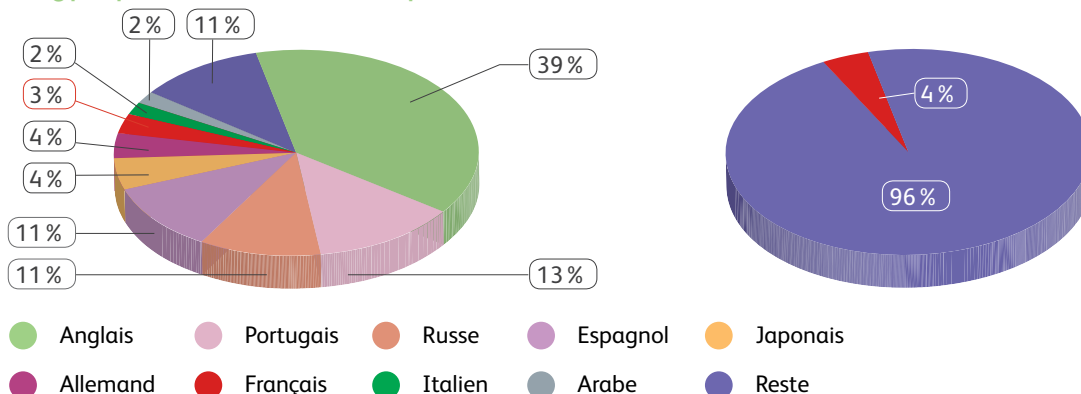
Skype serait utilisé à l'heure actuelle par près de 300 millions d'utilisateurs (même si la compagnie prétendait arriver à avoir 1 milliard d'utilisateurs en 2012⁴⁴).

Dans ce contexte, et d'après Alexa⁴⁵, avec 2,6 % d'utilisateurs francophones fin 2012 et en croissance notoire, la langue française serait la 7^e à être utilisée (si l'on compte seulement la langue maternelle), et la 5^e avec 3,8 % (si l'on compte l'ensemble des francophones, L1 + L2).

⁴⁴ http://lexpansion.lexpress.fr/high-tech/skype-vise-un-milliard-d-utilisateurs-des-2012_297366.html

⁴⁵ <http://www.alexa.com/siteinfo/skype.com>

Skype par locuteurs L1 et par locuteurs L1 + L2



AIM

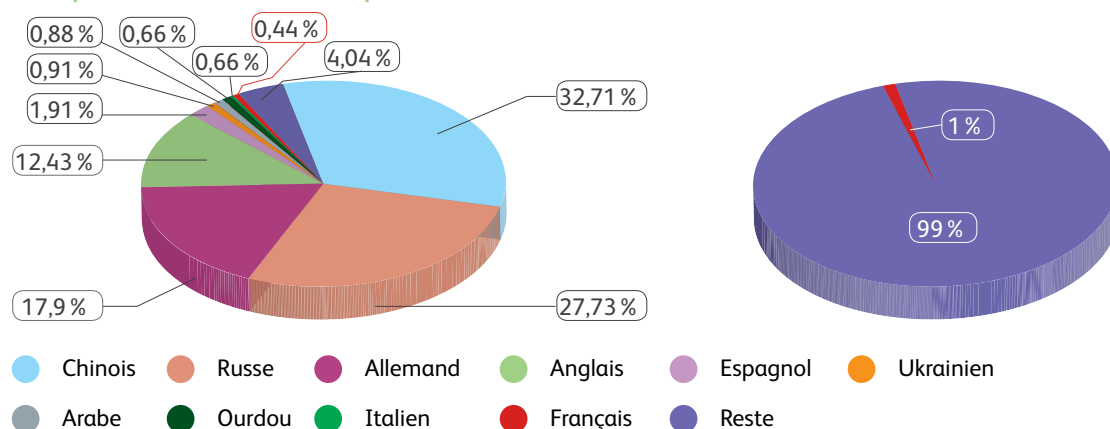
AIM ou AOL Instant Messenger est un client propriétaire de messagerie instantanée, de voix par Internet (VoIP) et de visioconférence proposé par AOL. Similaire à Skype, mais sans les fonctionnalités d'appels téléphoniques traditionnelles (mais SMS possibles), AIM fait partie d'une génération de messagers (comme Messenger, ICQ, iChat ou Google Talk) qui se voient fortement concurrencés par Skype, Facebook et WhatsApp (parmi d'autres). Malgré cela, et grâce à une importante intercommunicabilité avec ces concurrents, AIM est très utilisé. La francophonie serait à la 5^e place en nombre d'utilisateurs, avec 0,65 % de l'échantillon de pays étudiés, très loin derrière les anglophones, les sinophones et les hispanophones, et toute proche des germanophones. Les statistiques données se référant à un faible échantillon de pays (14), il n'est pas possible de faire une projection pour l'ensemble de la francophonie.

ICQ

ICQ est un logiciel et une application de messagerie instantanée, de VoIP (Voix par Internet) et de visioconférence, de la société Mirabilis. Il s'agit du précurseur des systèmes de messagerie instantanée et son apparition constitue une étape importante dans l'interconnexion des utilisateurs d'Internet. Outre la discussion en direct, il propose un service de discussion à plusieurs, le transfert de fichiers et l'envoi de messages hors ligne. Le service avait été acheté par AOL pour le rendre compatible avec AIM, mais elle l'a vendu à une société russe, raison de son envol aujourd'hui en Russie.

Les francophones ne sont que la 10^e communauté à l'utiliser dans le monde (0,44 %) et serait la 6^e (1,06 %) en comptabilisant les L2 ; les sinophones, les russophones et les germanophones étant de loin les premiers utilisateurs.

ICQ par locuteurs L1 et par locuteurs L1 + L2

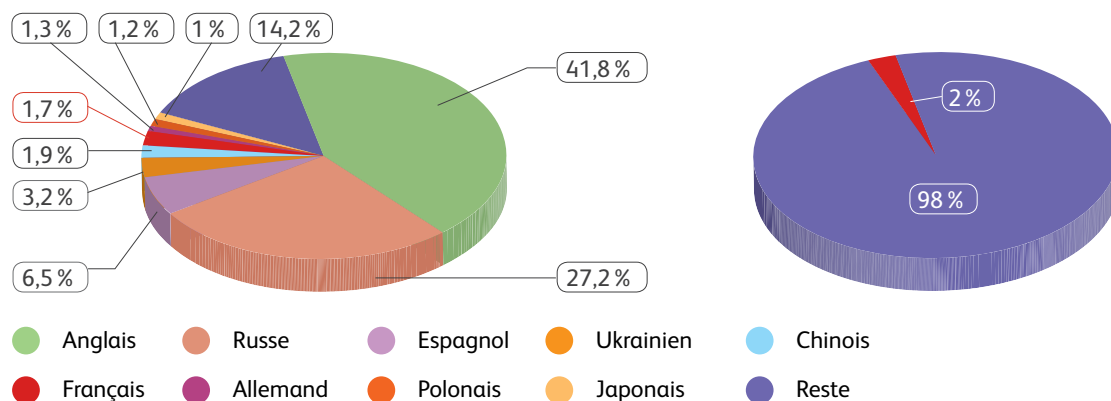


LiveJournal

LiveJournal est une communauté de bloggeurs ayant les caractéristiques d'un réseau social qu'Alexa considère comme le 128^e le plus visité dans le monde.

Les anglophones et les russophones sont de loin les plus gros utilisateurs, suivis de très loin par les hispanophones, les locuteurs ukrainiens, les sinophones et les francophones, qui occupent donc la 6^e place avec 1,7 %, et sans doute la 4^e population si l'on compte l'ensemble des francophones.

LiveJournal par locuteurs L1 et par locuteurs L1 + L2



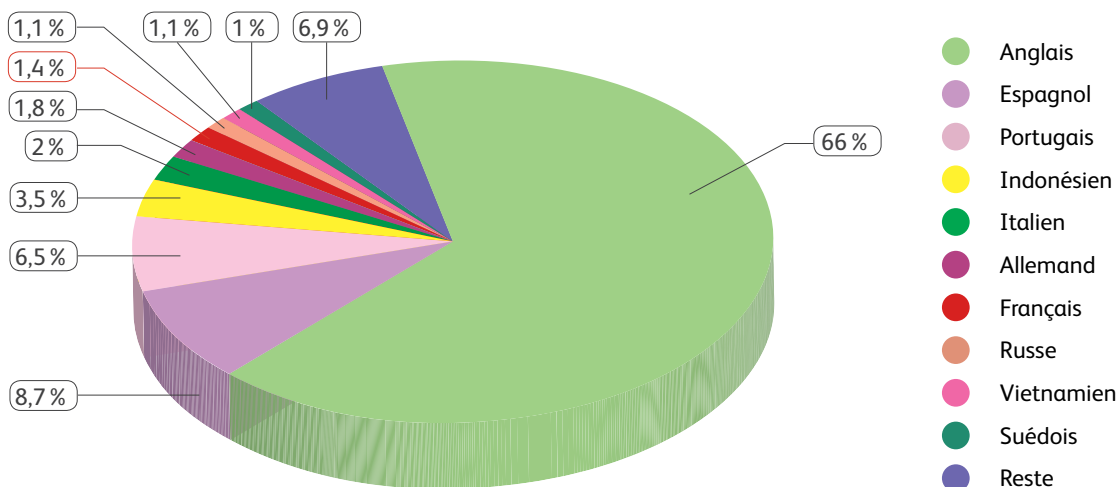
Wordpress

WordPress est un système de gestion de contenus libres, utilisé comme moteur de recherche de blogs mais il est également un service de référencement et d'hébergement de blogs (71 millions, d'après le site). 15^e site le plus visité selon Alexa, Wordpress assure

héberger des sites ou blogs en 120 langues. La population francophone serait la 7^e la plus présente selon leurs propres statistiques⁴⁶, avec 1,4 % de sites ou blogs hébergés en langue française.

⁴⁶ <http://en.wordpress.com/stats/>

Wordpress par locuteurs L1

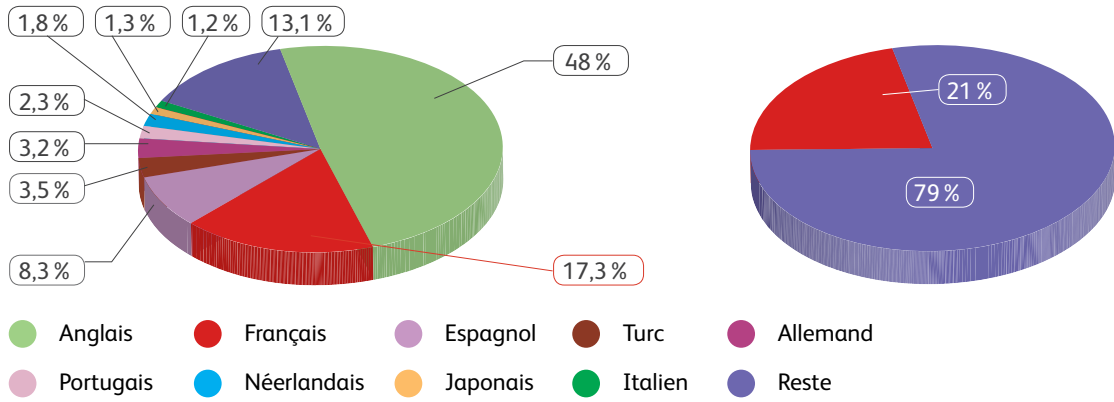


Blogs.com

Ce répertoire de blogs, qui prétend recenser les meilleurs blogs du monde en les classant et les qualifiant, est très

consulté par les francophones, plaçant cette population à la 2^e place avec 17,3 % du trafic et 21,4 % en ajoutant les francophones en langue seconde.

►► Blogs.com par locuteurs L1 et par locuteurs L1 + L2



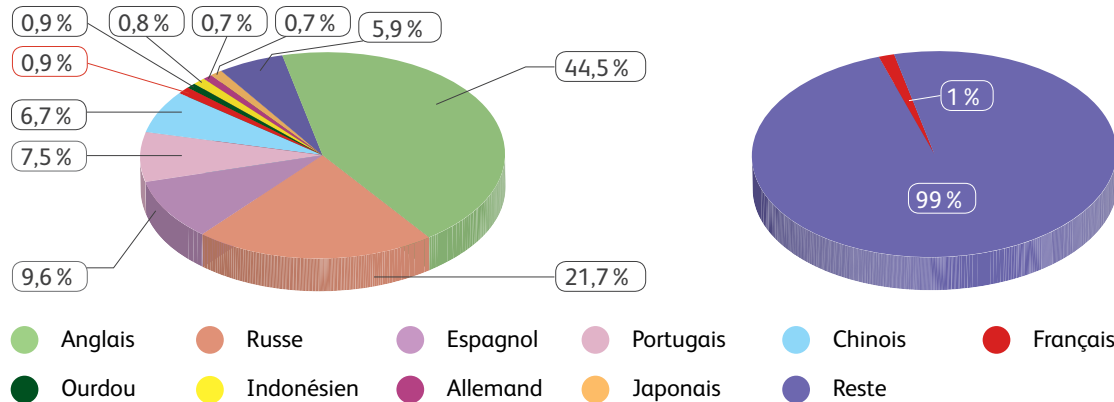
Ning

Avec plus de 2 millions de « communautés » revendiquées, Ning serait la plus grande plateforme de logiciel en tant que service (Software as a Service, SaaS) au monde pour développer des communautés sociales et des sites Web dynamiques. Les particuliers et les professionnels ont la possibilité de créer et de s'impliquer dans des communautés sociales

ciblées, *via* plusieurs moyens numériques mis à disposition. Les francophones constitueraient la 6^e communauté d'après les statistiques partielles d'Alexa⁴⁷ (sur 36 pays), avec 1,26 % d'utilisateurs, très loin derrière les 5 premières (locuteurs d'anglais, de russe, d'espagnol, de portugais et de chinois).

⁴⁷ <http://www.alexametrics.com/siteinfo/ning.com>

►► Ning par locuteurs L1 et par locuteurs L1 + L2



Windows Live Profile

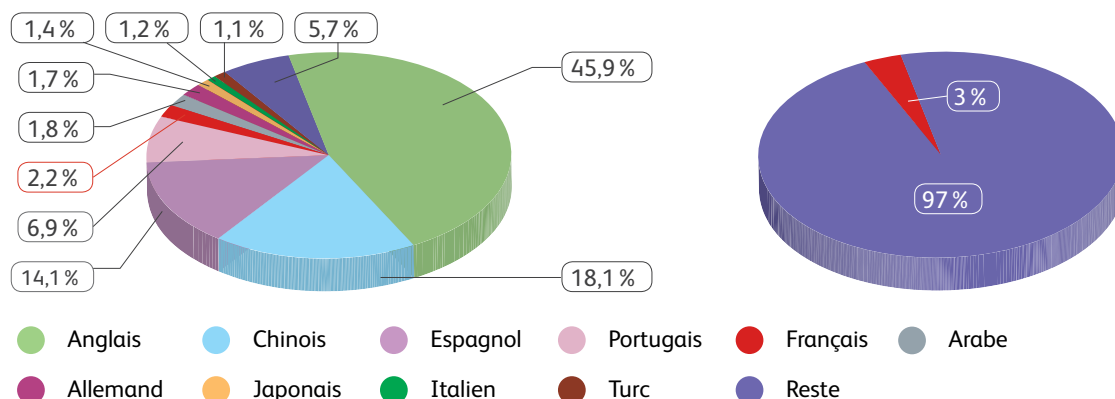
Windows Live Profile est une page Internet créée pour aider les utilisateurs de Windows Live à gérer les informations émises

sur leur profil qui expose les informations personnelles de l'utilisateur, ses activités récentes et son statut relationnel avec les autres utilisateurs, tout en le mettant en

relation avec d'autres outils Windows et d'autres réseaux sociaux comme Facebook, MySpace et LinkedIn. Windows Live est la 9^e page la plus consultée d'après Alexa, dont les statistiques d'utilisation nous permettent

de calculer la place de la langue française en 5^e position, avec 2,2 % pour l'ensemble des francophones de langue maternelle, gardant la même position avec 3,11 % si l'on compte L1 + L2.

Windows Live Profile par locuteurs L1 et par locuteurs L1 + L2



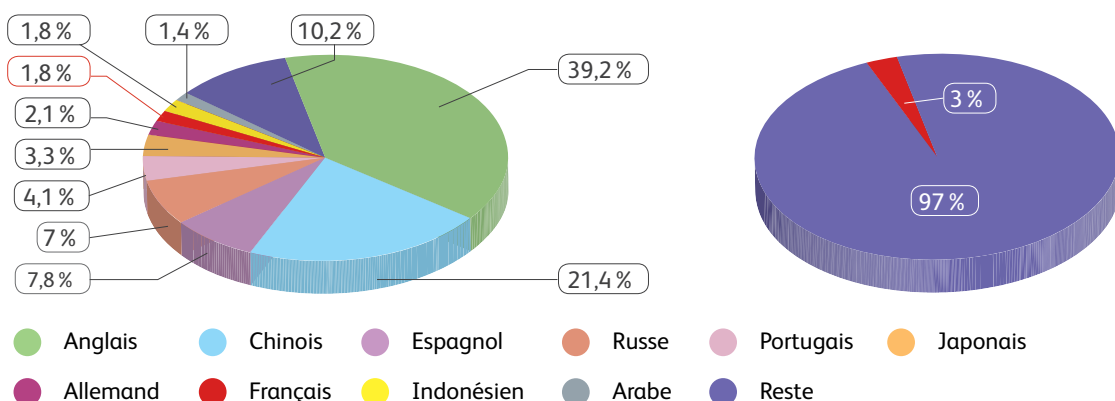
The Internet Archive

The Internet Archive, ou IA, est un organisme à but non lucratif consacré à l'archivage du Web ayant créé une sorte de bibliothèque numérique mondiale. Ces archives électroniques sont constituées de clichés instantanés (copie de pages prises à différents moments) d'Internet, de logiciels, de films, de livres et d'enregistrements audio. L'IA met gratuitement ses collections à la disposition des chercheurs, historiens et universitaires. Ce service permet aux

utilisateurs de voir les versions archivées de pages Web à travers le temps.

En raison de leurs objectifs – la préservation de la connaissance humaine et l'accessibilité des collections à tous –, les fondateurs de l'IA comparent ce projet à celui de l'antique Bibliothèque d'Alexandrie. Malgré ce but hautement louable, le projet doit faire face à des litiges concernant les droits d'auteur, les droits de reproduction des sites et pose des questions quant à son éventuelle utilisation comme preuve devant les tribunaux. En 2009, la Wayback Machine, qui permet de

The Internet Archive par locuteurs L1 et par locuteurs L1 + L2



conserver l'évolution des sites à travers les années, contenait près de 3 pétaoctets⁴⁸ de données et son augmentation était de 100 téraoctets⁴⁹ par mois.

D'après les statistiques d'Alexa⁵⁰, les francophones seraient la 8^e communauté linguistique qui consulterait The Internet Archive avec 1,8 % des visiteurs et la 5^e avec 2,7 % du pourcentage total si l'on comptabilise les francophones L1 + L2.

MSN

MSN est un portail Web offrant des sites et services Internet proposé par Microsoft. Originellement service en ligne et fournisseur d'accès à Internet, MSN a modifié son offre

depuis son lancement en 1995 et c'est aujourd'hui un portail multilingue offrant tout type d'accès et des services, classé par Alexa à la 30^e place des sites les plus visités.

La communauté francophone, d'après les calculs tirés des statistiques d'Alexa, serait la 6^e à l'utiliser avec 1,9 %, ou bien 2,6 % si l'on comptabilise les locuteurs L1 + L2.

Open Directory Project

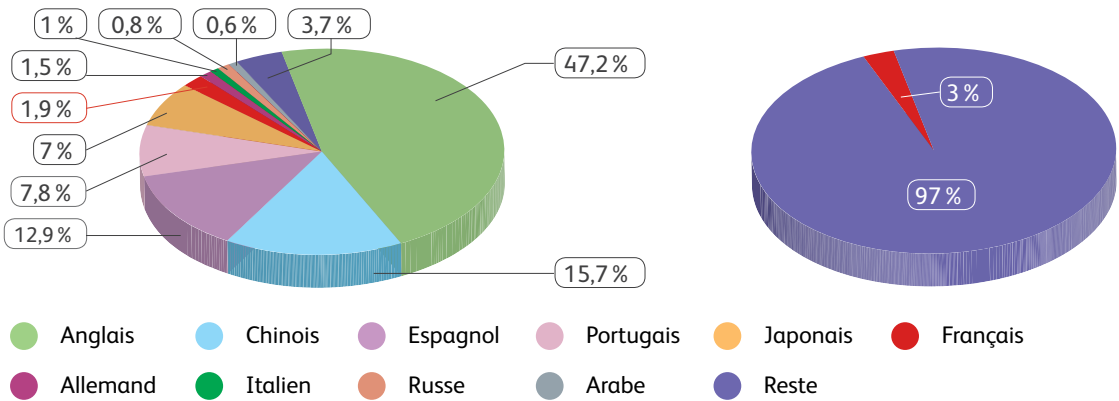
L'Open Directory Project, abrégé ODP, plus connu sous le nom de *dmoz*, est un répertoire de sites Web géré par une vaste communauté d'éditeurs bénévoles provenant du monde entier, chacun étant responsable de vérifier l'exactitude et la catégorisation des sites. Il y a actuellement près de 5 millions d'adresses de sites, classées dans plus d'un million de catégories.

48 1 pétaoctet est égal à mille milliards de kilooctets.

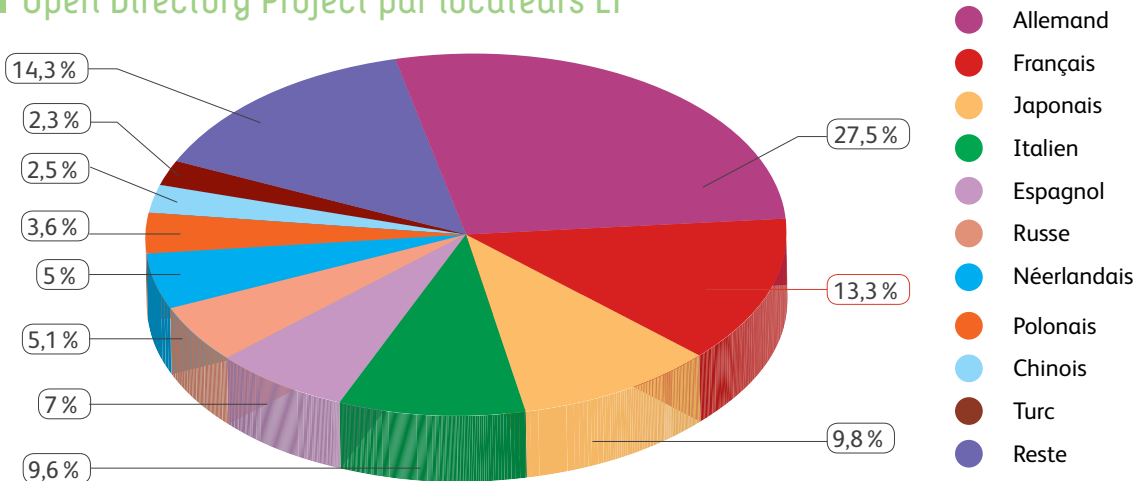
49 1 téraoctet est égal à 1 milliard de kilooctets.

50 <http://www.alexa.com/siteinfo/archive.org>

MSN par locuteurs L1 et par locuteurs L1 + L2



Open Directory Project par locuteurs L1



Une centaine de milliers d'éditeurs ont participé au projet depuis son lancement. Le répertoire propose des ressources dans 78 langues. Alexa utilise aussi l'ODP pour son classement par catégories⁵¹. La langue française, avec plus de 240 000 ressources est la 2^e langue utilisée après l'allemand.

FooFind

FooFind est un moteur de recherche de liens de fichiers qui est présenté par son créateur comme étant plus performant que Google car il indexerait plus de fichiers que les moteurs traditionnels. Il ne s'agit donc pas d'un moteur de recherche d'informations mais uniquement de fichiers, utilisé notamment pour le téléchargement de musiques, de vidéos, de programmes et il offre une panoplie d'informations et des outils pour un téléchargement facile.

⁵¹ <http://www.dmoz.org/World/>

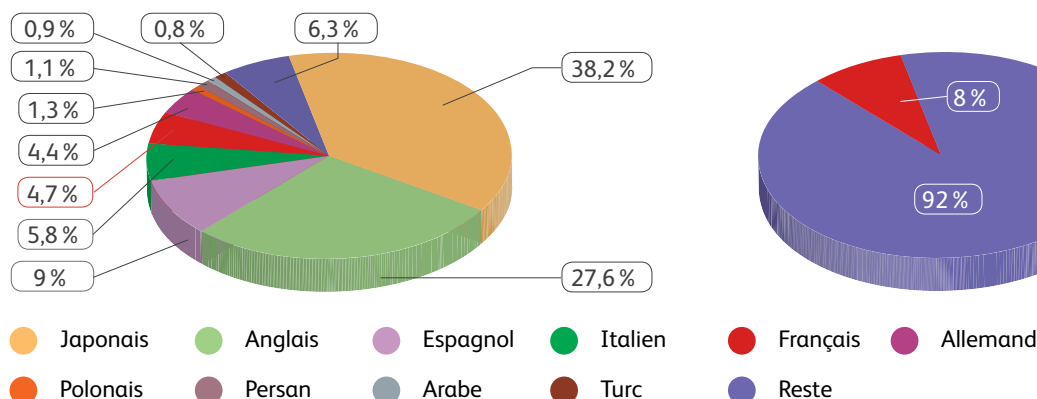
D'après les statistiques extraites d'Alexa⁵², les internautes francophones seraient en 5^e position pour le nombre de visites (4,7 %), bien loin derrière les Japonais et les anglophones, premiers utilisateurs. Si l'on comptabilise les locuteurs L1 + L2, la population francophone pourrait être la 3^e utilisatrice de ce service, avec près de 8,2 % du total.

CCSearch

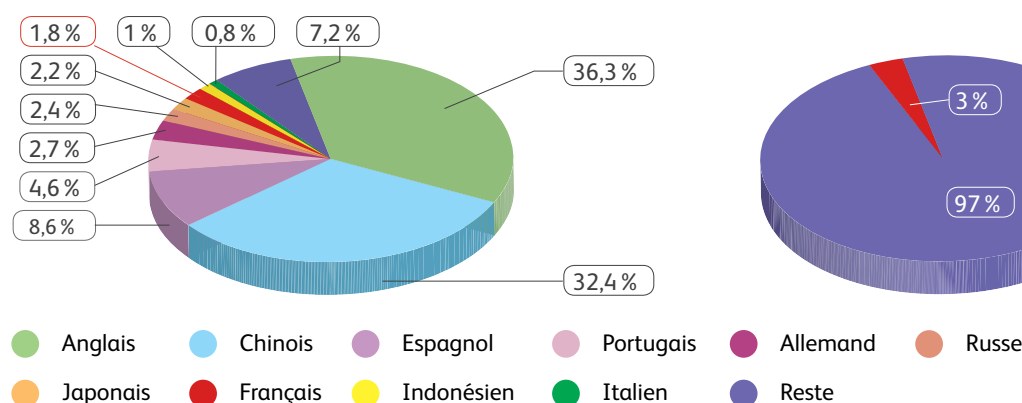
CCSearch est le moteur de recherche de Creative Commons (CC), organisation à but non lucratif, dont le but est de proposer une solution alternative légale aux personnes souhaitant libérer leurs œuvres des droits de propriété intellectuelle standards de leur pays. L'organisation a créé plusieurs licences, connues sous le nom de licences Creative Commons, restreignant seulement quelques droits (ou

⁵² <http://www.alexa.com/siteinfo/foofind.is>

Foodfind par locuteurs L1 et par locuteurs L1 + L2



CCSearch



aucun) sur des travaux partagés. CCSearch cherche donc des documents sous licence CC par le biais de différents moteurs ou dans différentes banques de données disponibles.

Les francophones constituaient fin 2012 la 8^e communauté linguistique utilisant CCSearch d'après les statistiques d'Alexa⁵³, mais ils seraient 5^e si l'on comptabilise les locuteurs L1 + L2. En 2013, son utilisation par un public francophone serait plus importante, la France se situant à la 6^e place et le Canada à la 10^e place en matière de consultation.

Ixquick

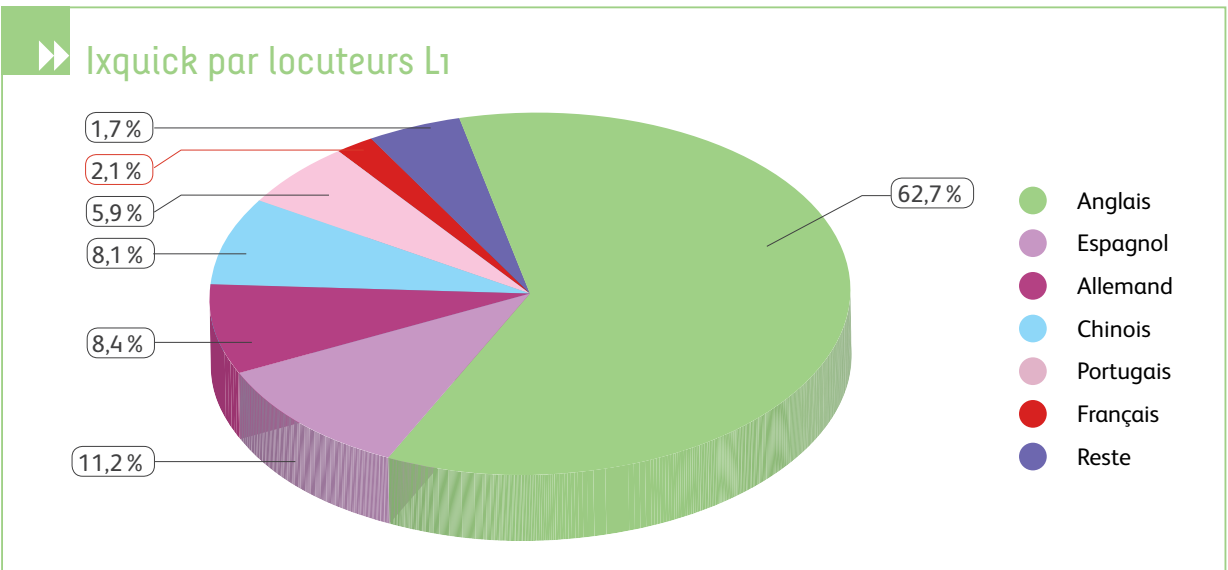
Ixquick est un métamoteur de recherche sur le Web, qui interroge simultanément

⁵³ <http://www.alexa.com/siteinfo/search.creativecommons.org>

10 moteurs et sites Web : AOL, AlltheWeb, Altavista, Ask/Teoma, Bing, EntireWeb, Gigablast, Google, Open Directory et Wikipédia. Sa spécificité est de respecter la vie privée de l'utilisateur en ne conservant pas de trace numérique des recherches effectuées. Le service est disponible en 17 langues. La société a lancé Startpage, limité aux résultats de recherche de Google, mais offrant beaucoup plus de possibilités. Startpage est plus consulté qu'Ixquick à l'heure actuelle.

Les francophones sont les 6^e à l'utiliser très loin derrière les 5 premiers, toujours d'après les calculs effectués à partir des statistiques d'Alexa⁵⁴.

⁵⁴ <http://www.alexa.com/siteinfo/ixquick.com>



Téléchargement et dépôt de fichiers

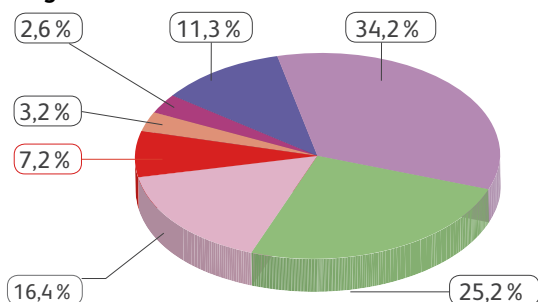
Cette catégorie d'applications, d'utilisation parfois sulfureuse (téléchargement de fichiers illégaux), connaît un certain engouement car elles permettent de sauvegarder des fichiers plus sûrement que chez soi et d'y avoir accès depuis n'importe quel endroit. Elles génèrent donc un énorme trafic, mais seront traitées dans leur ensemble, chaque site ne méritant pas à lui seul une rubrique spécifique, les

modalités de recherche et de dépôt de fichiers étant similaires, seuls changent la nature des fichiers, les facilités d'accès, la capacité, le coût (parfois nul), etc.

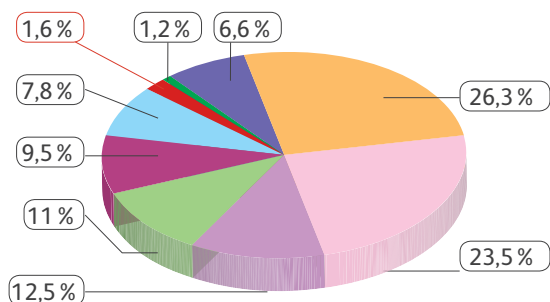
Les internautes francophones seraient les 4^e utilisateurs de Gigasize, les 7^e de Bitshare, Upoloaded, Uploading, Fileserve, Filefactory et DepositFiles, les 8^e de Rapidshare. Ils utilisent assez peu Hotfile, Mediafire, 4shared et d'autres encore.

Dépôt et téléchargement de fichiers par L1

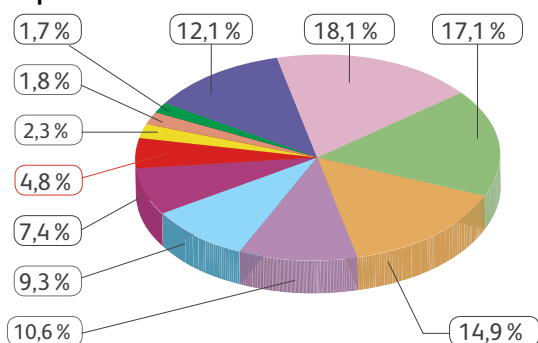
Gigasize



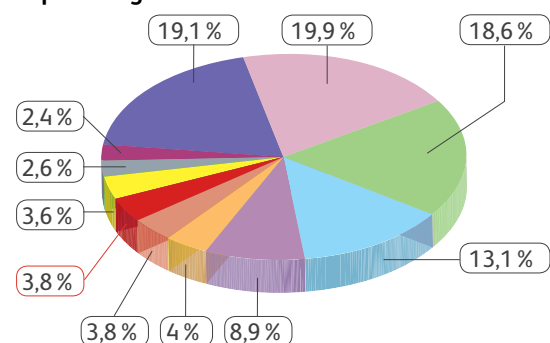
Bitshare



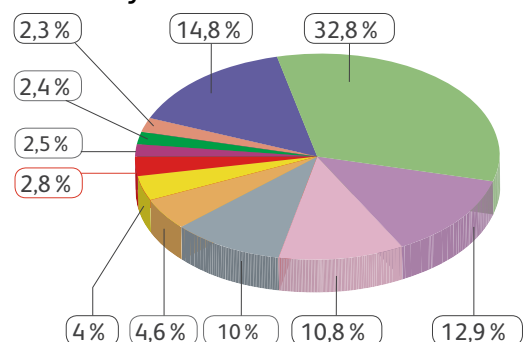
Uploaded



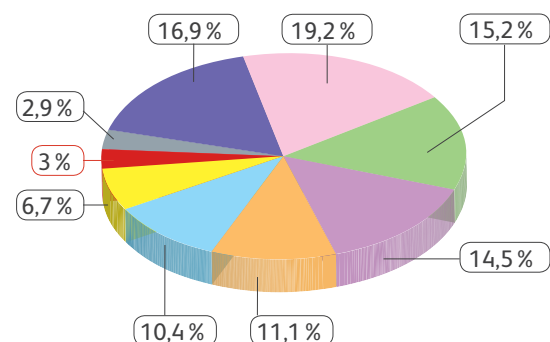
Uploading



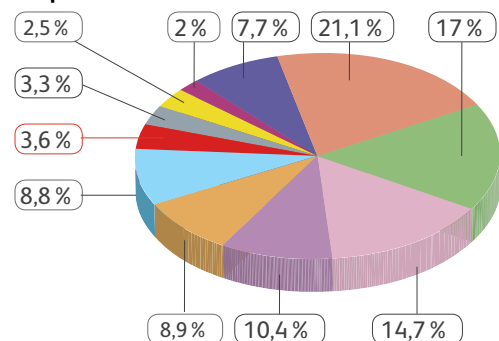
Filefactory



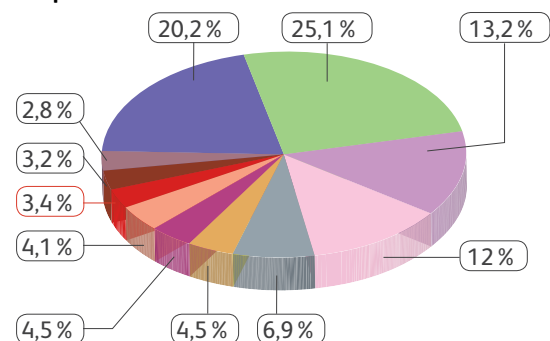
Fileserve



DepositFiles



Rapidshare



Comportements spécifiques aux francophones avec certains outils

Pour cette section, l'appartenance à la Francophonie institutionnelle (pays membres de l'OIF) a été privilégiée, en raison de la nature des sources qui fournissent des statistiques par pays. Ces observations semblent néanmoins pertinentes car elles identifient les outils à cibler pour étudier et, si besoin, favoriser leur aptitude à accueillir et « transporter » la diversité linguistique.

Systèmes d'exploitation⁵⁵

En matière d'utilisation des systèmes d'exploitation hors serveurs (donc seulement pour ordinateurs personnels, tablettes et téléphones intelligents), **Windows** est de loin le système d'exploitation le plus utilisé dans la Francophonie avec une moyenne globale de 87,87 % pour l'ensemble des pays membres (très proche des 88,83 % de la moyenne mondiale), l'Égypte (97,48 %), la Tunisie (96,61 %), le Maroc (96,61 %) et le Togo (96,32 %) arrivant en tête d'utilisation du système d'exploitation de Microsoft. C'est à Monaco (64,36 %), en Suisse (70,81 %), au

Luxembourg (73,59 %), au Canada (76,82 %) et en Andorre (77,17 %) que ce système est le moins utilisé.

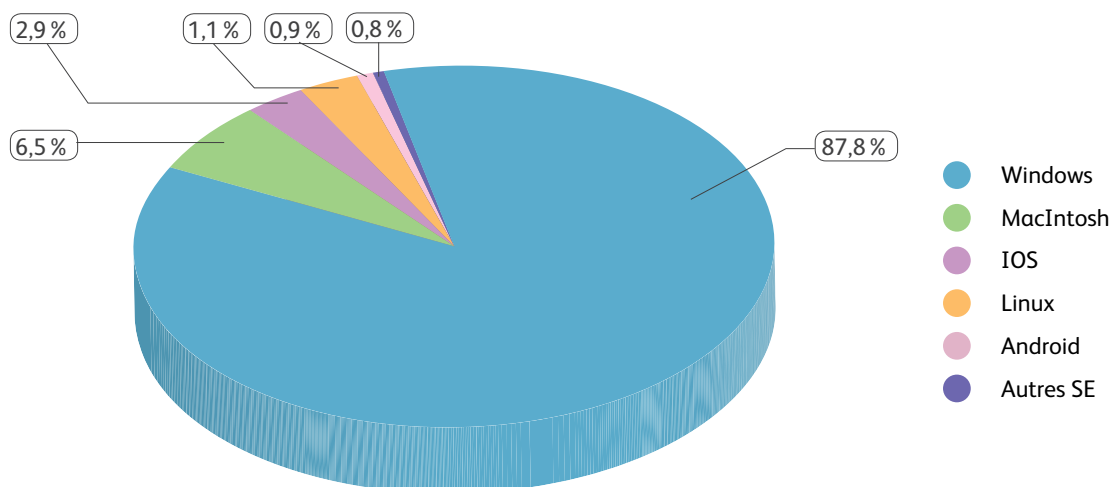
Suit **MacIntosh** avec une moyenne de 6,48 % (5,72 % moyenne mondiale). Monaco (26,88 %), la Suisse (20,64 %), le Luxembourg (16,69 %), le Canada (15,3 %) et l'Andorre (12,25 %) sont les pays francophones où ce système est le plus utilisé alors que la Roumanie (1,23 %), la Tunisie (1,21 %), l'Arménie (1,15 %), le Bénin (1,03 %) et l'Égypte (0,91 %) sont les pays de la Francophonie l'utilisant le moins.

Linux est utilisé comme système d'exploitation des PC dans les pays de la Francophonie avec une moyenne de 1,13 % pour l'ensemble des pays membres (1 % étant la moyenne mondiale), le Tchad (2,5 %) étant l'État de la Francophonie où il serait le plus utilisé, suivi par l'Arménie (2,07 %) et Madagascar (1,72 %). Les pays où il est le moins utilisé par les internautes étant la Côte d'Ivoire (0,33 %), les Comores (0,27 %), l'Égypte (0,2 %) et le Vietnam (0 %). Rappelons néanmoins que Linux est le système le plus utilisé en matière de serveurs.

Le système **IOS** est utilisé par une moyenne de 2,89 % d'internautes de la Francophonie (contre 3,52 % pour la moyenne mondiale), avec Monaco (7,54 %) en tête, suivi par le Cambodge (6,24 %), l'Andorre (6,21 %), la Suisse (6,13 %) et le Liban (5,81 %).

⁵⁵ Source : <http://gs.statcounter.com/#os-ww-monthly-201305-201405>

►► Systèmes d'exploitation les plus utilisés dans la Francophonie



Android enregistre une faible présence dans l'ensemble des pays de la Francophonie avec à peine 0,92 % (mais supérieure à la moyenne mondiale de 0,83 %), la Guinée (2,81 %), le Vanuatu (2,75 %), le Tchad (2,44 %), la République du Congo (2,3 %), et la République démocratique du Congo (2,08 %) étant les pays où il est le plus utilisé.

L'ensemble des autres systèmes d'exploitation est utilisé en Francophonie par une moyenne de 0,78 % (contre 0,87 % pour le monde), avec le Luxembourg (3,2 %), l'Andorre (2,69 %), la République du Congo (2,43 %), le Liban (1,96 %) et le Gabon (1,73 %) en tête.

Moteurs de recherche⁵⁶

En matière de moteurs de recherche, **Google** est le système préféré par les internautes de la Francophonie, avec une moyenne de 90 % (supérieure à la moyenne mondiale qui est de 88,78 %). Le Maroc (97,84 %), la Belgique (97,64 %), l'Égypte (97,17 %), le Vietnam (96,85 %) et la Tunisie (96,38 %) sont les pays où il est le plus utilisé. En bas du tableau se trouvent le Burundi (81,88 %), Sainte-Lucie (81,36 %), le Burkina Faso (81,35 %) et le Niger (80,21 %).

Suit de loin **Bing**, avec une moyenne d'utilisation de 3,49 % (4,1 % de moyenne mondiale) pour l'ensemble de la Francophonie, avec en tête les pays de la Caraïbe, de l'océan

Indien, de l'Afrique subsaharienne et le Canada ; Bing est beaucoup moins utilisé dans les pays asiatiques, européens et de l'Afrique du Nord.

Yahoo! n'est utilisé que par une moyenne de 2,56 % des internautes de la Francophonie (contre 3 % en moyenne pour l'ensemble de la planète), notamment en Afrique subsaharienne et en Europe. L'Afrique du Nord se trouve dans le bas du tableau.

Et il n'est pas surprenant que **Yandex** et **Baidu**, les navigateurs russe et chinois, ne soient presque pas utilisés en Francophonie, même si l'on note le recours à Baidu par 1,95 % des internautes tchadiens...

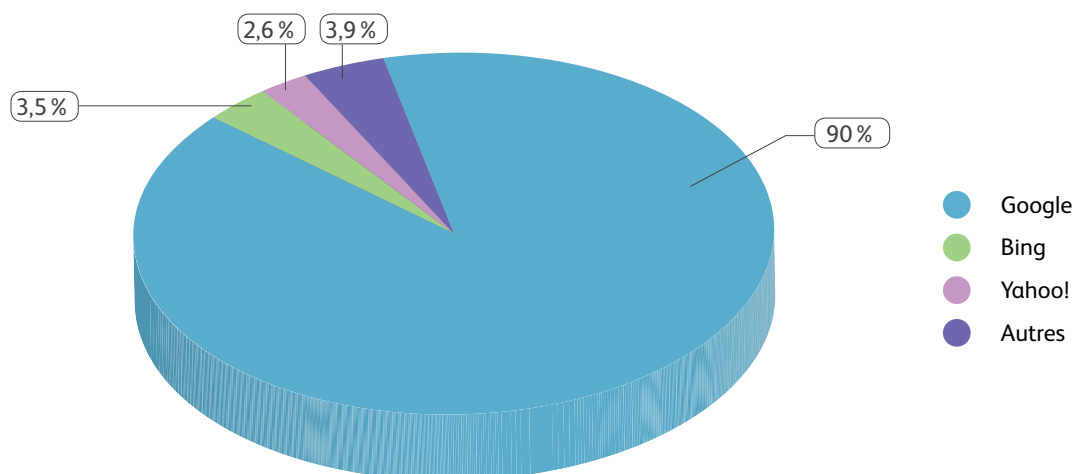
D'autres moteurs locaux sont utilisés par une moyenne de 1,88 % des internautes francophones, la République tchèque, l'Arménie, le Gabon, les Comores et le Burundi enregistrant les meilleurs scores.

Une récente initiative française pourrait bouleverser ce panorama si l'on en croit les affirmations des créateurs du moteur de recherche **Qwant**, lancé le 16 février 2013, en version bêta. Même si, d'après Wikipédia, « plusieurs observateurs [considéraient que ce n'est qu'] un site agrégeant les résultats d'autres moteurs [...] », leurs créateurs considèrent que ses fonctionnalités, le respect des données personnelles et la participation des internautes à son amélioration, pourraient séduire un grand public⁵⁷.

⁵⁶ Source : http://gs.statcounter.com/#search_engine-ww-daily-20110101-20110125-map

⁵⁷ <http://blog.qwant.com/qwant-lance-officiellement-le-4-juillet/>

► Moteurs de recherches les plus utilisés dans la Francophonie



Navigateurs⁵⁸

Firefox paraît être le navigateur préféré des internautes de la Francophonie, avec une moyenne de 33,13 % (alors que la moyenne mondiale est de 27,84 %), le Cameroun (67,21 %), le Togo (63,21 %) et Madagascar (56,92 %) ayant le plus d'utilisateurs. En bas du tableau se trouvent Monaco (19,19 %), le Canada (19,1 %), le Cabo Verde (19,08 %), l'Andorre (17,7 %) et l'Arménie (16,8 %).

Suit de près **Chrome**, avec une moyenne de 30,9 % pour l'ensemble des pays francophones (alors que celui-ci est préféré par l'ensemble de la planète avec une moyenne de 33 %). L'Arménie (73 %), la Tunisie (64 %), le Vietnam (51,29 %), le Maroc (47,39 %) et la Mauritanie (45,96 %) sont les pays où il est le plus utilisé. La République démocratique du Congo (16,52 %), le Vatican (16 %), le Cameroun (15,19 %), la République centrafricaine (15 %) et le Tchad (6,38 %) sont les pays où il est le moins utilisé.

Internet Explorer, le navigateur de Microsoft, est troisième avec une moyenne de 25,47 % (moyenne mondiale : 27,84 %), trouvant à São Tomé et Príncipe (45,23 %), au Tchad (44,67 %), en République centrafricaine (41,54 %) et au Gabon (37,59 %) le plus

d'utilisateurs. C'est au Ghana (12,2 %), au Cameroun (11,61 %), à Madagascar (10,81 %), en Tunisie (9,77 %) et en Arménie (3,93 %) qu'il est le moins utilisé.

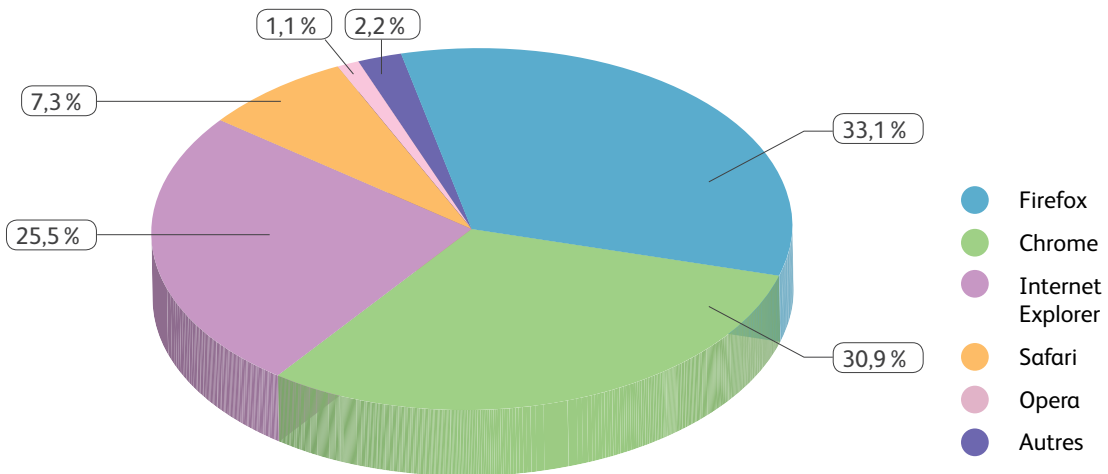
Safari a une utilisation moyenne de 7,28 % pour l'ensemble de la Francophonie (proche de la moyenne mondiale de 7 %), avec en tête, Monaco (27,1 %), la Suisse (19,99 %), le Luxembourg (15,93 %), le Canada (15 %) et l'Andorre (13,91 %). La Roumanie (1,72 %), l'Arménie (1,62 %) et l'Égypte (1,52 %) étant les pays où il est le moins utilisé.

Opéra se trouve en bas du classement des moteurs utilisés avec une moyenne de 1,06 % pour l'ensemble de la Francophonie (plus utilisé ailleurs avec une moyenne de 1,81 %). La Roumanie (4,73 %), le Tchad (3,43 %) et l'Arménie (3,31 %) sont les pays où il est le plus utilisé, mais il est très faiblement représenté ailleurs.

C'est au Tchad (12,7 %), au Vanuatu (5,75 %), en Guinée (2,36 %), en République démocratique du Congo (1,72 %) et en République du Congo (1,27 %) que d'autres navigateurs sont le plus utilisés (avec une moyenne de 0,84 % pour l'ensemble de la Francophonie contre 0,55 % pour l'ensemble de la planète), mais ils sont presque inexistantes ailleurs.

⁵⁸ Source : <http://gs.statcounter.com/#browser-ww-monthly-201201-201301>

►► Navigateurs les plus utilisés dans la Francophonie



Vers de nouveaux outils de mesure de la diversité linguistique et culturelle d'Internet

Dans un rapport intitulé « Le français sur Internet », Mme Pauline Franchini déclare : « La langue française est loin d'être menacée sur la Toile, espace dans lequel elle est très bien représentée. L'objectif d'augmenter la présence du français ne doit donc pas [nécessairement, ajouterions-nous] être pensé en termes de quantité de pages Web [...] ». Et de poursuivre, « [...] les contenus culturels [il faudrait ajouter spécialisés - note des auteurs] sont à privilégier et pour faire du français sur Internet une langue de la connaissance et de l'information, en incitant les internautes à contribuer à Wikipédia ou à s'investir dans des concours d'écriture innovants comme la Twittérature. [...] Tout doit être mis en œuvre pour permettre aux francophones d'Afrique, qui formeront demain la majeure partie de la Francophonie et qui seront de plus en plus et de mieux en mieux connectés au réseau, de devenir non seulement consommateurs mais producteurs de contenus écrits ».

On comprend qu'il doit s'agir ici de contenus en français mais aussi dans toutes les langues de l'espace francophone.

Comme il est précisé à plusieurs reprises dans le livre *Net Lang*⁵⁹, les langues ayant un bagage écrit important, précédant la naissance d'Internet, ont une prédominance absolue dans le Web 1.0, dans le discours spécialisé (scientifique, technique, administratif, juridique, etc.) et en matière de littérature en général, tandis que les langues ayant une tradition écrite plus modeste, sont très actives dans les réseaux sociaux, par exemple.

Il est toujours utile de comparer la présence de la langue française sur Internet avec d'autres mesures la concernant afin d'envisager les évolutions possibles à court et à moyen termes⁶⁰. Le français est la 2^e langue dans les organisations internationales

(système de l'ONU, Union européenne, organisations africaines et interaméricaines), la 2^e langue des traductions indexées (langue originale et langue cible)⁶¹ – le couple anglais-français représente 60 % du marché des traductions (2009⁶²) –, la 2^e ou la 3^e langue étrangère apprise dans le monde, et elle continue d'être présente dans la production scientifique et littéraire, les brevets, l'audiovisuel..., sans doute au-delà de ce que le seul poids démographique des locuteurs de français langue maternelle pourrait lui laisser espérer.

Comme nous l'avons vu dans cette brève étude, il en est vraisemblablement de même sur Internet. Cependant, la connaissance objective de la présence des langues sur Internet supposerait une analyse profonde des contenus et une veille permanente. L'idéal serait de pouvoir disposer d'un moteur de recherche qui rendrait compte, mieux que ne le fait Google, des contenus francophones. Les Chinois, les Russes et les Portugais disposent déjà d'un tel moteur. Le besoin est patent puisque le moteur le plus utilisé par les francophones (voir plus haut) s'est transformé en outil à générer des profits publicitaires, liés notamment à l'historique des recherches de l'utilisateur, et sa valeur scientifique comme sa neutralité sont mises en question. Il faut noter qu'un tel moteur existe et qu'il est de qualité (Exalead.com/search) mais il semble que la politique industrielle de l'entreprise qui en possède la licence ne vise pas à en faire la promotion auprès du grand public (sans doute en raison des coûts logistiques qu'entraînerait une utilisation massive que l'entreprise ne pourrait probablement pas financer). Le moteur Qwant, quant à lui, ne paraît pas prétendre à couvrir un univers indexé étendu, mais plus simplement à offrir une meilleure ergonomie à la consultation.

L'enjeu de la mesure du français n'est pas purement quantitatif : il s'agit aussi d'orienter les efforts vers une meilleure répartition de la production des contenus, en donnant aux pays du Sud francophones ou potentiellement francophones les moyens de préférer le français comme langue d'expression et de diffusion de la connaissance sur la Toile.

⁵⁹ *Net.lang* – Réussir le cyberspace multilingue. 2012, C&F Éditions. <http://net-lang.net>

⁶⁰ Le baromètre Calvet déjà mentionné page 33 propose certaines pistes, à compléter sûrement.

⁶¹ <http://www.unesco.org/xtrans/bsstatlist.aspx?lg=1>

⁶² <http://blog.atenao.com/traduction-professionnelle/levolution-du-marche-de-la-traduction-291>

Le but est également, à terme, d'être en mesure d'évaluer les types de contenus de la Toile dans lesquels la langue française est particulièrement présente.

Annexe I – Méthodologie

La volonté de mesurer « la présence » du français sur la Toile se heurte à une difficulté liée à la rareté de l'information sur le sujet et aux divergences des chiffres selon les sources. Il y a en particulier confusion entre :

- le pourcentage estimé d'**usagers** d'Internet (discriminés ou non par langue) ;
- le pourcentage estimé de **contenus totaux** dans une langue donnée (ou toutes).

La mesure des internautes francophones et des pages Web francophones sont des données fondamentalement différentes, reflétant des réalités qui méritent des approches distinctes : la première mesure est en relation avec la « fracture numérique » (d'accès, de connexion à Internet) et la seconde concerne la « fracture des contenus » (volume dans les différentes langues), une fracture bien moins comprise quoique plus déterminante. La mesure du nombre de locuteurs d'une langue donnée implique un protocole complètement différent de celle des contenus dans cette langue. Ainsi, affirmer que le français se situe en 8^e position sur Internet, information largement véhiculée dans les médias, n'a de sens que si l'on précise que la 8^e population d'Internet se connecte à partir d'un pays dans lequel le français est langue officielle, et que cela ne revient pas à dire que le français est la 8^e langue en termes de contenus.

Cette donnée émane de la source la plus consultée, les statistiques d'Internet World Stats. Cette source, qui est loin de satisfaire les attentes de statistiques rigoureuses, a au moins le mérite d'exister et d'être la seule à produire des données à jour sur la langue des internautes⁶³. Sa méthodologie consiste à déterminer les principales langues utilisées dans chaque pays et de croiser cette information avec

les données de l'UIT (Union Internationale des Télécommunications) pour l'évaluation du nombre total d'internautes dans chaque pays. Or, d'une part ces données sont produites par les gouvernements, ce qui n'est pas toujours un critère de fiabilité, certains pays ayant tendance à gonfler les chiffres pour démontrer le succès de leur politique de lutte contre la fracture numérique et, d'autre part, il n'est nullement mentionné la méthodologie pour pondérer la langue des internautes. Il apparaîtrait ainsi que le seul critère retenu soit la ou les langues officielles. Internet World Stats utilise aussi des sources marketing diverses, probablement sans méthodologie commune. Enfin, cette étude se limite aux dix premières langues des usagers d'Internet, contrairement à la compagnie qui fournissait des chiffres comparables avant 2007 (GlobalStats) qui a disparu et dont les données historiques peuvent seulement être récupérées grâce à la « wayback machine » du site <http://archive.org>.

L'impossible mesure du poids des langues

Deux publications de l'UNESCO, « Mesurer la diversité linguistique sur l'Internet », en 2005 », et « Douze années de mesure de la diversité linguistique sur l'Internet : bilan et perspectives », en 2009, décrivent les méthodes employées par chaque étude – et leur degré de fiabilité – depuis que l'on essaye de mesurer le poids des langues sur Internet.

La méthode et les résultats de l'étude menée depuis 1998 et jusqu'en 2007 par Funredes et l'Union latine sont explicités dans la seconde publication. Cette approche a permis, entre 1988 et 2008, **sur la base d'extrapolation à partir des résultats par langue** recueillis par des moteurs de recherche, de conduire des campagnes suivies de mesure. Depuis 2008, la méthode a été invalidée faute de pouvoir continuer à utiliser les moteurs de recherche (cf. plus bas) et il n'existe plus de mesure systématique.

La faiblesse des moteurs de recherche

À partir de 2008, la diversité des moteurs de recherche s'est vue réduite et les quelques moteurs génériques restant sur le marché (Google, Yahoo!, Bing/Live Search, Ask, AOL,

⁶³ Quoiqu'il semble que les responsables de cette source rencontrent des difficultés puisque les chiffres n'ont plus été mis à jour depuis 2011 – ce qui laisse un désert très préoccupant dans l'univers des indicateurs concernant la présence des langues sur Internet.

Lycos, Excite, Exalead, Teoma⁶⁴) ont tous évolué de la même manière :

- réduction sensible du pourcentage de l'espace indexé (de plus de 80 % vers moins de 10 %), l'étendue de la Toile tendant vers l'infini⁶⁵ (cf. figure p. 533) ;

- perte totale de crédibilité des chiffres de totalisation du nombre d'occurrences d'un mot-clef donné ;

- intelligence accrue de la recherche par mot-clef qui conduit à la perte de l'association mot-clef/résultats (soit par introduction automatique des traductions, soit par introduction de synonymes par le moteur lui-même).

De plus, avec l'essor du Web 2.0, la nature même des contenus a changé et les pages statiques (au format HTML simple) ont laissé une plus grande place aux pages dynamiques (à la fin 2012 le trafic vidéo représentait plus de 50 % du total, avec des prévisions à la hausse de ce pourcentage⁶⁶).

En juin 1997, l'étude d'Alis Technologies soutenue par l'Internet Society et dont la méthode a été reprise par d'autres, en particulier l'OCLC (« Online Computer Library Center »), était la référence sur laquelle se sont appuyés de nombreux médias pour proposer une valeur proche de 80 % pour la part de pages Web en anglais. La méthode consistait à créer un échantillon de quelques milliers de sites Web par le jeu du hasard sur les adresses IP, à appliquer les moteurs de reconnaissance des langues sur la page d'entrée de cet ensemble de sites et à en extrapoler les résultats. Outre les **limites liées aux algorithmes de reconnaissance des langues, cette méthode** comportait une flagrante et fatale négligence statistique : une seule prise faite au hasard ne peut fournir aucun résultat crédible en termes de statistique. Il aurait fallu réaliser une série

de prises dont les résultats auraient constitué une variable aléatoire qui aurait ensuite été étudiée avec les moyens traditionnels de la statistique (moyenne, variance, intervalle de confiance, etc.). Que représentent, en effet, les statistiques de quelques milliers de sites Web face aux 45 milliards de pages indexées par Google⁶⁷ et aux mille milliards probables de pages existantes et non indexées⁶⁸ ?

Plusieurs autres publications (en général d'entreprises de marketing) avancent des chiffres sans qu'aucune méthode **ne les accompagne**. C'était le cas de l'étude Inktomi en 2001 lancée à grand bruit et qui comportait des erreurs grossières. Quelques rares méthodes ont été **documentées** comme l'approche très originale des chercheurs de Xerox en 2001 (Grefenstette & Nioche, 2001), fondée sur la fréquence d'apparition de mots usuels dans des corpus linguistiques donnés. Cette étude a présenté des résultats pour 1996, 1999 et 2000 et mérite donc d'être considérée comme la première étude sur la présence des langues sur la Toile.

Le site « W3Techs – World Wide Web Technology Surveys », qui se désigne comme la source d'informations la plus fiable et la plus complète sur les usages d'Internet, a le mérite de différencier langues des usagers d'Internet et langues des contenus, qu'il traite de façon spécifique dans l'article « Usage of content languages for Websites »⁶⁹. Les calculs se basent sur les données d'**Alexa**, une entreprise capable de fournir les statistiques des usages du Web grâce à une barre d'outils qu'un échantillon d'internautes accepte d'installer sur son navigateur. Grâce à elle, Alexa comptabilise les accès aux sites les plus visités, puis effectue un classement des 25 millions de sites les plus fréquentés de la Toile, sachant qu'elle compte près de 650 millions de sites⁷⁰, dont environ 200 millions considérés comme actifs et sans doublons. World Wide Web Technology Surveys retient les 10 premiers millions de sites (depuis juin 2013, contre un million auparavant) ainsi classés et détermine leurs langues de rédaction.

⁶⁴ Google aurait (selon http://en.wikipedia.org/wiki/Web_search_engine) un peu plus de 80 % du marché, avec cependant une tendance à la baisse depuis 2010.

⁶⁵ En 2008, le chiffre de 127 milliards de pages était fourni par diverses sources (en particulier le moteur de recherche CUIL, aujourd'hui disparu, qui prétendait explorer à cette date l'ensemble du Web). Voir la page du site conservée par archive.org : <http://web.archive.org/web/20100916001435/http://www.cuil.com/>

⁶⁶ "Cisco Visual Networking Index - Forecast and Methodology, 2010-2015" http://www.cisco.com/en/US/solutions/collateral/ns341/ns525/ns537/ns705/ns827/white_paper_c11-481360_ns827_Networking_Solutions_White_Paper.html

⁶⁷ <http://www.worldwidewebsite.com/>

⁶⁸ <http://www.pcinpact.com/news/65785-combien-pages-web-foundation-tim-berners-lee.htm>

⁶⁹ http://w3techs.com/technologies/overview/content_language/all

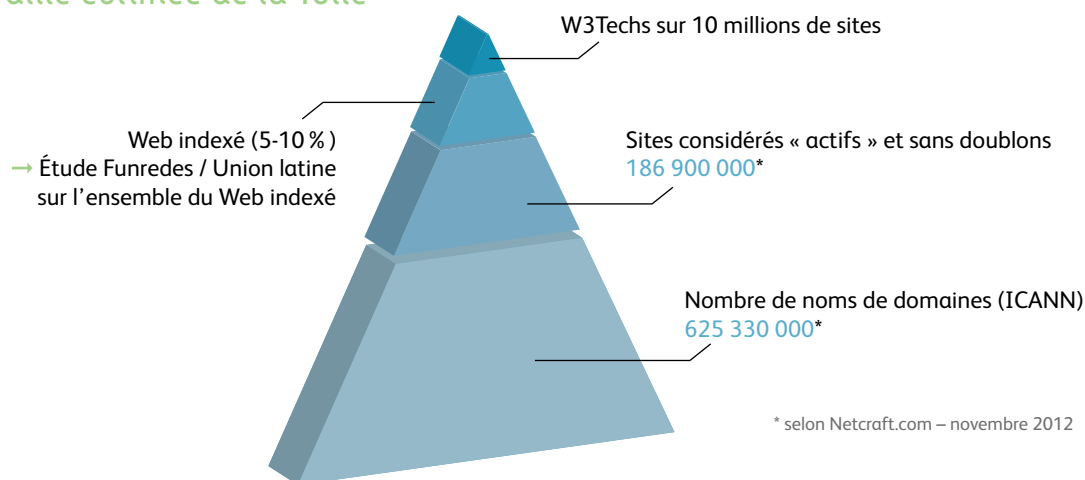
⁷⁰ <http://news.netcraft.com/archives/2012/11/01/november-2012-web-server-survey.html>

Application basée sur le volontariat de l'utilisateur, Alexa est un bon instrument pour mesurer ce que l'internaute consulte. Mais encore faudrait-il que l'outil soit connu et utilisé de manière équilibrée entre les différentes régions de la planète afin de pouvoir comparer de manière uniforme les usages. Par ailleurs, ce ne sont pas les pages qui sont mesurées mais les sites (et en général, seule la page d'entrée est traitée avec l'inconvénient que les pages d'accueil peuvent être en anglais sur des sites comprenant d'autres langues).

D'autre part, Alexa sert à mesurer l'usage et non l'existant. Ce qui n'est pas

consulté par les utilisateurs d'Alexa n'est pas recensé. De plus, en ne retenant que les 10 premiers millions de sites les plus visités (sur 25 millions), W3Techs favorise les grands médias et commerçants les plus réputés des différents pays, essentiellement occidentaux, États-Unis en tête, et néglige de nombreux sites scientifiques, informels, administratifs, locaux, et de commerces de moindre diffusion, de la plupart des pays de la planète. Pour avoir un aperçu des possibles biais de cette étude, il est à remarquer que le tchèque y aurait plus de pages que le coréen, ou bien que le chinois, avec une population d'internautes presque 10 fois plus importante, y aurait moins de pages que l'allemand ou le russe.

► Taille estimée de la Toile



Les résultats obtenus sont globalement plus élevés que ceux de l'étude Funredes-Union latine de 2008 (avec notamment 10 % de pages anglophones en plus), et le classement varie : l'allemand est toujours devant le français, mais l'espagnol devient plus important que le français alors qu'il était derrière pour Funredes-Union latine. Cependant, **la part de contenus en français, que Funredes-Union latine donnait à 4,5 %, est de 4,2 % selon Web Technology Surveys.**

Ces mesures sont les plus intéressantes disponibles aujourd'hui et il faut accueillir avec satisfaction leur progrès (au moment où l'autre source, qui porte sur les internautes,

semble s'essouffler et ne plus pouvoir continuer ses mesures depuis 2011⁷¹).

Annexe II – Méthode et résultats d'évaluation globale

La question se pose, après la présentation de tant de résultats dispersés de différents classements du français sur Internet (soit comme langue maternelle, L1, soit comme langue maternelle et seconde, L1 + L2), de

71 <http://www.internetworldstats.com/stats7.htm>

la possibilité d'extraire statistiquement une signification globale ou de synthèse à cette cinquantaine de classements dans des domaines ou applications différents. **Existe-t-il une manière crédible de donner un résultat significatif global pour la place du français sur Internet ?**

Il semble évident que la moyenne simple des classements (respectivement pour L1 et pour L1 + L2) n'a pas grande signification. Une possibilité est de pondérer les différents classements en fonction de l'importance relative du domaine ou de l'application et ainsi d'obtenir une moyenne pondérée qui donne du sens à une estimation globale. Une deuxième possibilité consiste à établir une série de paramètres de qualification de chaque résultat en fonction d'éléments de crédibilité du résultat et de pondérer la moyenne en fonction de la valeur accordée à ces paramètres.

Nous employons les deux méthodes à des fins de comparaisons et élaborons ainsi une mesure pour établir un classement global du français susceptible d'intégrer l'ensemble des résultats dans un classement final pondéré qui reflète, avec une certaine justesse, la place du français sur Internet.

Les classements obtenus sont présentés ci-dessous, triés par ordre croissant pour les valeurs L1 et L1 + L2 des éléments évalués. Nous voyons que le classement du français langue maternelle (L1) varie entre 4 et 12 et celui du français première et deuxième langue (L1 + L2) varie de 1 à 8.

La moyenne simple obtenue de ces classements est respectivement de 6,8 pour L1 et 4,2 pour L1 + L2.

Une pondération simple consiste à attribuer un poids entre 0 et 10 (marqué P dans le tableau de présentation des résultats) pour chaque élément pour en marquer l'importance (ainsi nous donnons un poids maximum de 10 aux éléments « langue des internautes » et « pourcentage de pages en français » et un poids de 3 aux applications Hi5 et ccSearch). Malgré la subjectivité de ce critère (qui pourrait être étudié par un groupe d'experts lors de la mise en place d'une veille permanente), il nous paraît pour l'instant le plus approprié pour le but recherché.

Avec les valeurs que nous proposons, la moyenne pondérée serait de 7,4 pour L1 et 4,3 pour L1 + L2.

Une pondération un peu plus compliquée, et qui pourrait traduire avec plus d'exactitude l'importance des paramètres, est celle que nous proposons avec cette équation où I est l'indice de valeur du résultat en tant qu'indicateur du français sur Internet : $I = \frac{A \times B \times C \times D}{1\ 000}$ où :

A = degré de mondialisation du paramètre (0 à 10)

B = degré de fiabilité obtenu pour les valeurs de ce paramètre (0 à 10)

C = degré de confiance pour les données obtenues pour le français (0 à 10)

D = relevance pour le français (0 à 10)

Cet indice est appliqué aux valeurs L1 et L1 + L2 (notée L12 dans le tableau ci-après trié, par L1 + L2 puis L1 croissants) :

Élément d'évaluation	A	B	C	D	I	L1	L12	P	L1 x I	L12 x I	L1 x P	L12 x P	TYPE
Viadeo	2	5	7	10	7		1	6	0	7	0	6	RS
Tumblr	6	6	7	6	15	4	2	4	60	30	16	8	RS
Hotmail	5	5	6	6	9		2	4	0	18	0	8	APP
Open office	9	9	9	8	58		2	5	0	117	0	10	APP
Blogs.com	6	7	7	5	15		2	5	0	29	0	10	BLOG
Open directory	9	10	7	9	57		2	7	0	113	0	14	CONTENU
Badoo	6	5	7	5	11	5	3	3	53	32	15	9	RS
Foofind	7	7	7	6	21	5	3	3	103	62	15	9	APP
Téléphones intelligents	10	6	8	9	43	7	3	4	302	130	28	12	INFRA

Élément d'évaluation	A	B	C	D	I	L1	L12	P	L1x I	L12 x I	L1 x P	L12 x P	TYPE
Serveurs / hab.	10	9	9	7	57	8	3	5	454	170	40	15	INFRA
3G	10	6	9	6	32	9	3	3	292	97	27	9	INFRA
Amazon	7	9	9	8	45		3	6	0	136	0	18	LIVRES
Gmail	7	5	8	6	17		3	6	0	50	0	18	APP
Yahoo!	5	5	6	6	9		3	4	0	27	0	12	APP
Facebook	8	7	7	6	24	5	4	7	118	94	35	28	RS
Twitter	9	8	7	9	45	6	4	8	272	181	48	32	RS
Live Journal	8	7	7	7	27	6	4	5	165	110	30	20	BLOG
LinkedIn	7	7	7	7	24	7	4	6	168	96	42	24	RS
Internet World Stats	10	6	10	10	60	9	4	10	540	240	90	40	UTILIS.
Gigasize	7	7	7	6	21		4	4	0	82	0	16	P2P
Windows live profile	7	7	7	6	21	5	5	4	103	103	20	20	RS
Instagram	7	5	7	6	15	6	5	5	88	74	30	25	RS
Google+	8	7	7	6	24	7	5	7	165	118	49	35	RS
Skype	8	7	7	8	31	7	5	7	220	157	49	35	APP
Hi5	7	6	7	4	12	8	5	3	94	59	24	15	RS
Internet archive	9	7	7	9	40	8	5	7	318	198	56	35	CONTENU
Ccsearch	6	7	7	6	18	8	5	3	141	88	24	15	APP
Wikipédia	9	10	10	10	90		5	8	0	450	0	40	CONTENU
YouTube	8	7	7	8	31	7	6	7	220	188	49	42	VIDEO
Icq	5	7	7	5	12	10	6	3	123	74	30	18	APP
W3Techs	10	7	10	10	70		6	10	0	420	0	60	PAGES
Orkut	2	5	7	3	2		6	6	0	13	0	36	RS
Ixquick	6	7	7	6	18		6	3	0	106	0	18	APP
Bitshare ++	7	7	7	6	21		7	4	0	144	0	28	P2P
Téléphonie mobile	10	9	9	7	57	12	8	3	680	454	36	24	INFRA
Rapidshare	7	7	7	6	21		8	4	0	165	0	32	P2P
Haut débit	10	9	9	7	57	5		4	284	0	20	0	INFRA
AOL/AIM	5	7	7	6	15	5		3	74	0	15	0	APP
Ning	7	7	7	8	27	6		5	165	0	30	0	RS
MSN	7	7	7	6	21	6		5	123	0	30	0	APP
Wordpress	8	7	7	7	27	7		5	192	0	35	0	BLOG
Moyennes						6,8	4,2		7,4	4,3	7,2	4,2	

RS = réseau social ; APP = application ; INFRA = infrastructure ; P2P = « peer to peer » ou pair à pair (échanges entre ordinateurs).

Les valeurs obtenues pour les moyennes sont les suivantes :

	Moyenne simple	Moyenne pondérée simple	Moyenne pondérée multicritère
L1	6,85	7,18	7,44
L1 + L2	4,22	4,21	4,30

Il est donc légitime de considérer, à partir des résultats rassemblés et des paramètres établis, que le classement général du français sur Internet, tous

critères confondus, se situe **entre la septième et la huitième place pour L1, et entre la quatrième et la cinquième, plutôt proche de la quatrième, pour L1 + L2.**

Annexe III – Sources utilisées

Données sur les langues

Pour la langue maternelle : le site Ethnologue a été choisi comme source unique en matière démo-linguistique concernant la langue maternelle des individus. Même si cette source donne des chiffres contestables (notamment pour la langue française), elle est la seule actualisée

en permanence proposant des données pour l'ensemble des langues de la planète permettant d'avoir une approche comparative.

L1 + L2 : ci-dessous, le tableau récapitulant les sources statistiques utilisées pour les principales langues connaissant un usage comme langue seconde.

Langue	L1 + L2	Sources consultées avant juin 2013 ⁷²
Chinois	1 342 274 570	Ethnologue : http://www.ethnologue.com/statistics/size (table 3) et http://www.ethnologue.com/language/cmn pour totaux L2 du mandarin
Anglais	1 203 789 044	Wikipédia List of countries by English speaking population: http://en.wikipedia.org/wiki/List_of_countries_by_English-speaking_population
Espagnol	495 000 000	Rapport « El español en el mundo », Institut Cervantès: http://cvc.cervantes.es/lengua/anuario/anuario_12/i_cervantes/p01.htm
Hindi	378 476 000	Ethnologue : http://www.ethnologue.com/language/hin
Bengali	332 523 600	Ethnologue : http://www.ethnologue.com/language/ben
Russe	270 595 940	Ethnologue : http://fr.wikipedia.org/wiki/Russe . Note : le chiffre sur L2 (110 millions) ne figure plus aujourd'hui. Consulter le lien https://web.archive.org/web/20130304042424/http://www.ethnologue.com/language/rus
Arabe	246 000 000	Ethnologue http://www.ethnologue.com/language/arb (chiffres corrigés par nos soins car il y a ambiguïté dans l'énonciation, il ne faut pas additionner les chiffres de L1 et L2 indiqués, mais garder celui de L2 comme le total L1 + L2)
Portugais	240 000 000	<i>Comunidade dos países de língua portuguesa</i> (unité de I + D) : http://www.idcplp.net/?idc=30&idi=5623
Français	220 000 000*	Organisation internationale de la Francophonie : http://www.francophonie.org/IMG/pdf/langue_francaise_monde_integral.pdf

* Cette étude ayant été réalisée fin 2013, c'est l'estimation de *La langue française dans le monde 2010* qui a servi de base à tous les calculs.

⁷² Non seulement les chiffres ont pu changer sur certains sites (Wikipédia et Ethnologue), mais certaines langues ne sont plus mentionnées en tant que L2 comme le russe ou le filipino, qui a été séparé depuis du tagalog.

Langue	L1 + L2	Sources consultées avant juin 2013
Allemand	177 000 000	<i>National Geographic Collegiate Atlas of the World</i> , Willard, Ohio, R.R Donnelley & Sons Company, April 2006, pp. 257-299
Ourdou	166 001 000	Ethnologue : http://www.ethnologue.com/language/urd
Indonésien	163 000 000	Ethnologue : http://www.ethnologue.com/language/ind
Filipino	95 000 000	Ethnologue : https://web.archive.org/web/20130404162850/http://www.ethnologue.com/language/fil
Thaï	60 202 460	Ethnologue : http://www.ethnologue.com/language/tha
Haoussa	39 864 000	Ethnologue : https://web.archive.org/web/20130404091210/http://www.ethnologue.com/language/hau
Swahili	30 357 690	Ethnologue : http://www.ethnologue.com/language/swh
Zoulou	26 044 500	Ethnologue : http://www.ethnologue.com/language/zul
Yoruba	21 365 000	Ethnologue : http://www.ethnologue.com/language/yor
Khmer	16 360 000	Ethnologue : http://www.ethnologue.com/language/khm
Bambara	14 005 500	Ethnologue : http://www.ethnologue.com/language/bam
Éwé	3 612 000	Ethnologue : http://www.ethnologue.com/language/ewe

Données sur les usages

Les auteurs de cette étude analysent, depuis 2010, plusieurs centaines de sources potentielles, auxquelles s'ajoutent en permanence d'autres sources obtenues par recherche de mots-clefs, par consultations imbriquées, à partir de la bibliographie consultée, etc. Un bon nombre d'entre elles ont été éliminées d'office pour cette étude - ne présentant pas un minimum de crédibilité, de pertinence ou se révélant d'emblée trop partielles ou biaisées. Ils ont étudié les 200 sources d'informations (URL, articles, livres ou autres) susceptibles de déterminer des indicateurs de la présence des langues dans les différentes aires étudiées.

Ensuite, ils ont noté cet échantillon entre 10 et 5 (les sources obtenant un score inférieur ont été écartées), en fonction de plusieurs critères (pertinence, confiance, portée, transparence de méthode, etc.). Cette notation a permis ensuite de donner une

pondération à la validité des résultats globaux (voir Annexe II).

Ainsi :

6 sources ont obtenu 10,
4 sources ont obtenu 9,
19 sources ont obtenu 8,
37 sources ont obtenu 7,
38 sources ont obtenu 6,
25 sources ont obtenu 5,
59 sources ont obtenu une note inférieure ou ne sont pas évaluées.

À noter que pour chaque article retenu, les paramètres suivants ont été conservés dans l'intention de construire un métasite :

- La dernière année de publication.
- La visée (mondiale, francophonie...).
- La fréquence d'actualisation.
- Le type de source (par exemple méta-information) .
- L'aire d'application de la source (par exemple Facebook) .
- Son rapport direct aux langues ou non.

Le tableau suivant montre les sources avec leur notation.

Nature de l'élément	Source (URL, ouvrage, etc.)	Note
Wiki Stats	http://stats.wikimedia.org/EN/Sitemap.htm	10
FB - Socialbreakers	http://www.socialbakers.com/FB-statistics/	10
Statistiques UIT	http://www.itu.int/ITU-D/ict/facts/	10
W3Techs	http://w3techs.com/technologies/overview/content_language/all	10
Internet World Stats	http://www.internetworldstats.com/stats7.htm	10
LOP	http://gii2.nagaokaut.ac.jp/gii/index.php?blogid=8	10
Netcraft	http://news.netcraft.com/archives/2013/	9
WWW Foundation – Web Index	http://thewebindex.org/	9
Étude de Cervantes 2012	http://eldiae.es/wp-content/uploads/2012/07/2012_el_espanol_en_el_mundo.pdf	9
Eurobarometer Report on Languages	http://ec.europa.eu/public_opinion/flash/fl_313_en.pdf	9
Organisation internationale de la Francophonie	http://www.francophonie.org/Denombrement-des-francophones.html	8
Statistiques OCDE	http://www.oecd.org/statistics/	8
Alexa	http://www.alexa.com/	8
Banque mondiale – Indicateurs	http://data.worldbank.org/indicator	8
Zanran – Moteur statistique	http://www.zanran.com/q/	8
ONU – Banque de données	http://data.un.org/	8
Fact Browser	http://www.factbrowser.com/	8
Microsoft Office XP	http://office.microsoft.com/fr-fr/language-packs/versions-localisees-des-suites-office-FX102901428.aspx?CTT=1	8
Open Office	http://wiki.openoffice.org/wiki/Languages	8
Google – recherche – langues	http://www.google.fr/preferences#languages	8
Langues de recherche dans Yahoo!	http://fr.search.yahoo.com/preferences/preferences?page=languages	8
Google search by language visual	http://data-arts.appspot.com/globe-search/	8
PEW – Internet	http://www.pewinternet.org/	8
State Social Media by Comscore	http://www.slideshare.net/IFslideshares/the-state-of-social-media-2012	8
Ignite-Social Media	http://www.ignitesocialmedia.com/social-media-stats/2012-social-network-analysis-report/#MySpace	8
Jeffbullas-Social Media	http://www.jeffbullas.com/2012/04/23/48-significant-social-media-facts-figures-and-statistics-plus-7-infographics/	8
Observatoire de la Francophonie	http://www.francophonie.org/IMG/pdf/3e.pdf (2e + 3e)	8
Twitter Study By SemioCast	http://semioCast.com/downloads/SemioCast_Half_of_messages_on_Twitter_are_not_in_English_20100224_fr.pdf	8
Google study language	http://googlereSearch.blogspot.com/2011/07/languages-of-world-wide-web.html	8
CheckFB	http://www.checkFB.com/	7
FB Stories	http://www.FBstories.com/stories/1574/interactive-mapping-the-world-s-friendships	7
CircleCount Google+	http://es.circlecount.com/statistic/country/?special=NA	7
WorldPress Stats	http://en.wordpress.com/stats/	7

Nature de l'élément	Source (URL, ouvrage, etc.)	Note
Open Directory Stats per country	http://www.dmoz.org/World/	7
Indigenous Tweets	http://www.indigenoustweets.com/	7
Google Voice Search	http://googleresearch.blogspot.com/2011/04/ig-pay-atin-lay-oice-vay-earch-say.html	7
Eurostat Statistics	http://epp.eurostat.ec.europa.eu/portal/page/portal/statistics/themes	7
WWWSize	http://www.worldwidewebsize.com/	7
NetMarketShare	http://www.netmarketshare.com/	7
Statcounter	http://gs.statcounter.com	7
Google Scholar Stats	http://scholar.google.com/citations?view_op=top_venues	7
Amazon: books per language	http://www.amazon.com/gp/search/other?redirect=true&rh=n%3A283155&bbn=283155&pickerToList=feature_nine_browse-bin&ie=UTF8&qid=1359604943&rd=1	7
Google Books – Ngram Viewer	http://books.google.com/ngrams	7
On line Books statistics	http://en.wikipedia.org/wiki/Google_Books	7
Portail Langues WIKI	http://fr.WIKI.org/wiki/Portail:Langues	7
UNCTAD Indicators	http://unctadstat.unctad.org/ReportFolders/reportFolders.aspx	7
Open Office download per country	http://www.openoffice.org/stats/countries.html	7
Projet Langues en danger	http://www.endangeredlanguages.com	7
WorldMapper	http://www.viewsoftheworld.net/	7
Twitter study by Semiocast	http://semiocast.com/publications/2012_07_30_Twitter_reaches_half_a_billion_accounts_140m_in_the_US	7
Linguistic Geography Of Twitter	http://firstmonday.org/ojs/index.php/fm/article/view/4366/3654	7
Second life danielv	http://danielvoyager.wordpress.com/2012/07/21/second-life-user-concurrency-2012-summer-update/	7
LinkedIn	http://press.linkedin.com/about	7
Skype stats	http://www.statisticbrain.com/skype-statistics/	7
Skype collected data	http://www.factbrowser.com/tags/skype/	7
T-INDEX Market and languages	http://www.translated.net/en/languages-that-matter	7
Internet world stats	http://www.internetworldstats.com/stats13.htm	7
PEW- Social Media Survey	http://www.pewinternet.org/Commentary/2012/March/Pew-Internet-Social-Networking-full-detail.aspx	7
KPCB Presentation Internet Trends	http://www.kpcb.com/insights/2012-internet-trends-update	7
Technorati	http://technorati.com/state-of-the-blogsphere/	7
JeffBullas YouTube	http://www.jeffbullas.com/2011/05/09/50-awesome-youtube-facts-and-figures/	7
CIA : mobile/country	https://www.cia.gov/library/publications/the-world-factbook/rankorder/2151rank.html?countryName=Australia&countryCode=as&regionCde=aus&rank=43#as	7
Search Engine History Graphic	http://www.wordstream.com/articles/internet-search-engines-history	7
Social Net Geographic	http://www.ignitesocialmedia.com/social-media-stats/social-network-geographics/	7
98 % Social Media Surveys insignificant!	http://www.ignitesocialmedia.com/social-media-stats/98-of-social-media-survey-results-are-insignificant/	7
Alis Babel	http://alis.isoc.org/palmares.html	7

Nature de l'élément	Source (URL, ouvrage, etc.)	Note
Hotmail Watch add-on	https://addons.mozilla.org/en-us/firefox/addon/hotmail-watcher/statistics/usage/languages/?last=90	6
Gmail Watch Add-on	https://addons.mozilla.org/en-us/firefox/addon/gmail-watcher/statistics/usage/languages/?last=90	6
Worldometers	http://www.worldometers.info/	6
ISSN Stats	http://www.issn.org/2-22640-Statistics.php	6
WWW Found.-Open Data Index	http://www.webfoundation.org/2012/09/introducing-the-open-data-index/	6
UNESCO PORTAL MULTILINGUAL IN CYBERSPACE	http://portal.unesco.org/ci/en/ev.php-URL_ID=16539&URL_DO=DO_TOPIC&URL_SECTION=201.html	6
Archive.org stats	http://archive.org/stats/	6
Internet Archive : Wayback Machine	http://archive.org/web/web.php	6
IBGE	http://www.ibge.gov.br/paisesat/main.php	6
Linkedin Stats	http://montpellierpr.wordpress.com/2013/01/17/25-amazing-linkedin-stats-you-cant-miss/	6
RAGAN'S PR DAILY	http://www.prdaily.com/Main/Articles/52_cool_facts_and_stats_about_social_media_2012_ed_11846.aspx#	6
BETANEWS - Myspace Effect	http://betanews.com/2012/08/02/why-FB-and-twitter-will-soon-feel-the-myspace-effect/	6
EURID-IDN report	http://www.eurid.eu/files/publ/insights_2012_idnreport.pdf	6
WIK ON LANGUAGE INTERNET	http://en.WIK.org/wiki/Languages_used_on_the_Internet#cite_note-UofCLBW-4	6
INTERNET WORLD STATS on Languages	http://www.internetworldstats.com/languages.htm	6
Comscore State of Digital 2012	http://www.comscore.com/Insights/Presentations_and_Whitepapers/2013/State_of_Digital_Q4_2012	6
The Routledge Handbook of Multilingualism	http://books.google.com/books?id=MB9Da2YLWl4C&printsec=frontcover&hl=es#v=onepage&q&f=false	6
SECOND LIFE AARONP	http://aaronp.me/2011/12/second-life-statistics-2011/	6
EMAIL BY COMSCORE	http://www.comscoredatamine.com/2011/02/e-mail-still-popular-among-the-older-generation/	6
JeffBullas on Google	http://www.jeffbullas.com/2011/05/16/50-amazing-facts-and-figures-about-google/	6
Pinterest	http://pinterest.com/pin/208432288975477905/	6
TWITTER STATS DIGITAL BUZZ	http://digitalbuzz.s3.amazonaws.com/wp-content/uploads/2010/05/2010-Twitter-Statistics-Facts-Figures-Large.gif	6
SYSOMOS-BLOG	http://www.sysomos.com/reports/bloggers/	6
Journal Base.	http://cybergeog.revues.org/22864	6
BARRACUDA Report	http://barracudalabs.com/downloads/BarracudaLabs2009AnnualReport-FINAL.pdf	6
SYSOMOS on Video	http://www.sysomos.com/reports/video/	6
Nation Master – computers	http://www.nationsencyclopedia.com/WorldStats/Edu-other-personal-computers.html	6
GISWatch	http://www.giswatch.org/thematic-report/2008-access-infrastructure/accessing-content	6
The future of the Internet : Hopes and fears	books.google.com/books?id=e23I0SQOmmkC&redir_esc=y	6
Nation Master- Internet	http://www.nationmaster.com/cat/int-internet	6
Article de Herring	http://www.4shared.com/get/nkeGCx31/The-Multilingual-Internet-Lang.html	6

Nature de l'élément	Source (URL, ouvrage, etc.)	Note
Investing in Cultural Diversity and Intercultural Dialogue	http://portal.unesco.org/culture/en/ev.php-URL_ID=39896&URL_DO=DO_TOPIC&URL_SECTION=201.html	6
Livre de Crystal	http://irenehc89ukm.files.wordpress.com/2010/02/david-crystal.pdf	6
Nation Master- web sites	http://www.nationmaster.com/graph/int_web_sit-internet-web-sites	6
EDIRC	http://edirc.repec.org/statoff.html	6
RECHSTAT	http://www.kyxar.fr/~jalac/	6
How big Internet - Crunchies	http://gorumors.com/crunchies/how-big-is-the-internet/	6
Thomson Reuters Citation Index	http://thomsonreuters.com/products_services/science/science_products/a-z/science_citation_index/	6
Browser Stats W3schools	http://www.w3schools.com/browsers/browsers_stats.asp	5
Argaez on Twitter	https://twitter.com/#!/deargaez	5
Semiocast	http://semiocast.com/	5
URL metrics	http://urlmetriques.co	5
Compete.com	http://www.compete.com/us/resources/white-papers/	5
Wordcurl Twitter Study	http://wordcurl.com/blog/2012/06/19/the-languages-of-twitter/	5
GfK-France	http://www.gfk.com/solutions/retail-sales-tracking/temax/western-europe/Documents/2012-Q4_GfK_TEMAX_France_ALL.zip	5
IDRC-Panloc	http://www.idrc.ca/en/themes/science_and_technology/pages/articledetails.aspx?publicationid=1128	5
Twitter Stats By Semiocast	http://semiocast.com/publications/2011_11_24_Arabic_highest_growth_on_Twitter	5
Twitter by Comscore	http://www.comscore.com/Insights/Press_Releases/2011/4/The_Netherlands_Ranks_number_one_Worldwide_in_Penetration_for_Twitter_and_LinkedIn	5
Skype by Telegeography	http://www.telegeography.com/research-services/telegeography-report-database/index.html	5
Fb by Comscore	http://www.comscoredatamine.com/2011/03/FB-is-nr-1-social-network-in-15-of-18-european-markets/	5
JeffBullas on Twitter	http://www.jeffbullas.com/2011/05/02/30-terrific-twitter-facts-and-figures/	5
How Many Languages Do We Need?: The Economics of Linguistic Diversity	http://books.google.com/books?id=4QX8ri2o1TUC	5
Sysomos-Twitter	http://www.sysomos.com/insidetwitter/twitter-stats-2010/	5
Globalization a basic Text	http://uploaded.net/file/bu8xos9q/6673.pdf	5
Internet en Chine	http://www.nanjingmarketinggroup.com/knowledge/23rd-report-internet-development-in-China/internet-user-demographics	5
Article de Li	http://www.academia.edu/188911/The_Impact_of_Globalization_and_the_Internet_on_English_Language_Teaching_and_Learning	5
Assemblée Nationale FR	http://www.assemblee-nationale.fr/12/rap-info/i3693.asp#P650_112601	5
Trends in Communication, Volume 11: Impact of New Technology	http://books.google.com/books?id=LSELVgnJ91QC	5
Article de Baron	http://www.american.edu/cas/lfs/faculty-docs/upload/N-Baron-Language-Internet.pdf	5
UNESCO- World I & C Report 2000	http://www.unesco.org/webworld/wcir/en/report.html	5
Gupta-Art	http://courses.nus.edu.sg/course/ellibst/poco/paper6.html	5
Histoire de l'Internet	http://www.wallonie-isoc.org/Internet_Documents-en-francais/Histoire_Internet.htm	5
Article du Guardian	http://www.telegraph.co.uk/technology/broadband/9567934/Chinese-internet-users-to-overtake-English-language-users-by-2015.html	5