

1. L'espace économique francophone

1. INTRODUCTION

Espace économique francophone ou francophonie économique, les définitions sont assez fluctuantes et les données qui les accompagnent, encore rares, manquent souvent de précision et de rigueur. On constate néanmoins que la question de la valeur économique de la langue française et/ou de la francophonie (ici considérée comme la communauté des locuteurs de français), voire de la Francophonie (comme l'ensemble des 77 États et gouvernements membres et observateurs de l'OIF), occupe une place croissante dans les débats et les études. La Francophonie elle-même, qui n'a jamais négligé le volet économique de sa coopération, a décidé de se doter d'une stratégie spécifique en la matière, adoptée en novembre 2014 lors de son XV^e Sommet à Dakar¹.

¹ Le présent ouvrage étant achevé avant la tenue du Sommet de Dakar, nous ne pouvons en rendre compte.

Distinguons d'entrée deux dimensions qui, certes, s'auto-alimentent mais ne se confondent pas :

– d'une part, celle qui caractérise le **poids relatif d'un ensemble de pays considérés comme francophones** (même si cet attribut doit être utilisé avec les précautions que requièrent les différentes définitions que nous rappelons dans la partie 1 du présent ouvrage, cf. p. 7 et suivantes) et qui peut envisager l'avantage que le partage de cette langue procure à ces pays dans leurs échanges ;

– d'autre part, celle qui s'attache à mesurer la **valeur ajoutée de la langue française elle-même** : en tant qu'élément constitutif d'un produit ou d'un service (un livre, un film ou un contenu de formation), en tant que compétence valorisable sur le marché du travail ou dans l'entreprise (utilité de la langue), ou en tant que « produit » dont l'acquisition se traduit par une dépense (cours de français, traduction, interprétation...). //

► Première approche

La première approche permet de calculer la part qu'occupent les populations, les PNB, les échanges, les investissements, les superficies, etc., des pays francophones par rapport à l'ensemble mondial. L'Observatoire et ses partenaires avaient présenté en 2012, à l'occasion du Forum mondial de la langue française de Québec, une première série d'agrégats basés sur l'ensemble des pays membres et observateurs de la Francophonie² (divisés en groupes selon le statut de la langue française et du pays au sein de l'OIF) qui visaient à faire ressortir, de manière brute, le « poids économique » de la Francophonie ou, plus précisément, la capacité d'influence francophone sur les questions économiques directement proportionnelle à ce que pèsent les pays qui la composent : 14 % de la population mondiale, 14 % du Revenu brut mondial, 20 % des échanges commerciaux... Même s'ils ne représentent qu'une valeur d'affichage, ces chiffres permettent de confirmer que l'économie, la finance et les affaires sont aussi des réalités francophones sur lesquelles les pays de l'OIF peuvent échanger et se concerter pour se positionner par rapport au reste du monde comme le montre l'article « Les concertations économiques francophones » (cf. p. 417).

De façon plus analytique, ces chiffres ont été affinés depuis à l'occasion d'une étude³ réalisée à la demande du ministère français des Affaires étrangères par la Fondation pour les études et recherches sur le développement international (FERDI) qui s'est surtout attachée à faire ressortir l'avantage que tiraient les 33 pays « francophones » – sélectionnés à cette occasion – de l'appartenance à ce que les auteurs ont qualifié d'espace francophone (cf. p. 408). Comme le montre le résumé que nous présentons dans le chapitre 1, il apparaît que, en moyenne, sur la période 1995-2006, les flux commerciaux entre deux pays de l'espace francophone (EF) sont 22 % plus importants que ceux d'une paire de pays

ayant des caractéristiques comparables (même population, même richesse par habitant, partage d'un passé colonial, membre d'un même accord commercial, etc.) mais n'appartenant pas à l'EF. Ayant calculé ensuite le surplus de commerce qu'engendre entre ces 33 pays, toutes choses égales par ailleurs, l'appartenance à l'EF, les auteurs ont réussi à démontrer que, grâce à un taux d'ouverture accru, la richesse par habitant directement imputable à la langue française s'accroissait (en moyenne toujours) de 6 %

Cette **dynamique économique imputable à la langue française** doit être mise en relation avec une autre dynamique interne à la francophonie évoquée dans la première partie qui montre que les locuteurs de français sont de plus en plus nombreux en **Afrique**. À cet égard, plusieurs rapports récents montrent que les perspectives de croissance et de développement de nombre de pays africains font de ce continent un terrain de compétition mondial sur le plan commercial et financier, comme l'illustrent les offensives qu'y mènent des pays comme les États-Unis, le Japon, l'Inde, le Brésil et bien sûr, la Chine. Il n'est que de citer les Conférences internationales de Tokyo pour le développement (TICAD) avec leur cortège d'accords de partenariats et d'annonces d'investissements, qui en sont à leur cinquième édition (juin 2013) ou de rappeler que la part de marché de la Chine sur le continent africain est passée de moins de 2 % en 1990 à plus de 16 % en 2011...

Si le rôle croissant qu'est appelé à jouer le continent africain dans la mondialisation économique n'est plus contesté, la part qu'y occuperaient les pays francophones est souvent minimisée. Or, s'il est vrai que les « poids lourds » économiques comme le Nigeria ou l'Afrique du Sud font plutôt usage de l'anglais (en plus des langues nationales et régionales dont il ne faut pas sous-estimer la place dans l'entrepreneuriat et le commerce), les locomotives sous-régionales que sont ou que pourraient devenir des pays comme la Côte d'Ivoire, la République démocratique du Congo, le Sénégal ou le Cameroun (majoritairement francophone) offrent des perspectives certaines à la langue française. D'ailleurs, l'édition 2014 du Rapport sur la transformation

² L'impact économique de la langue française et de la Francophonie, 2012 http://www.francophonie.org/IMG/pdf/Impact_economique_de_la_langue_francaise_et_de_la_Francophonie.pdf

³ Céline Carrère et Maria Masood, « Le poids économique de la langue française dans le monde », Ferdi, université de Genève, décembre 2012.

L'Afrique, un continent en pleine croissance économique...

(Extrait du rapport « Un partenariat pour l'avenir : 15 propositions pour une nouvelle dynamique économique entre l'Afrique et la France » rédigé à la demande de Pierre Moscovici, ministre français de l'Économie et des Finances, par cinq personnalités françaises et franco-africaines du monde politique et économique, Hubert Védrine, Lionel Zinsou, Tidjane Thiam, Jean-Michel Severino et Hakim El Karoui en décembre 2013.)

La croissance économique est depuis plus d'une décennie de 5 % par an en moyenne (en Afrique), juste derrière l'Asie et loin devant l'Europe.

L'Afrique a connu la plus forte croissance dans les échanges internationaux entre 2000 et 2011, avec une augmentation des importations au Sud du Sahara de 16 % par an en moyenne.

L'Afrique est le continent qui épargne le plus après l'Asie.

La capitalisation boursière a été multipliée par neuf depuis les années 1990, et plus de 2 000 entreprises sont désormais cotées.

L'Afrique est l'une des rares régions à avoir enregistré une hausse des entrées d'IDE (investissements directs étrangers) en 2011 et 2012 alors que les flux mondiaux baissaient sur la même période.

L'indice du développement humain s'est amélioré de 15,6 % entre 2000 et 2010 pour la seule Afrique au Sud du Sahara.

La part de l'Afrique subsaharienne dans les conflits violents dans le monde est passée de 55 % à 24 % entre 2002 et 2011.

Les classes moyennes africaines représentent entre 300 et 500 millions d'individus.

Plus de 80 % de la population est connectée à un réseau de téléphonie mobile.

Les flux financiers issus des migrants sont estimés à plus de 30 Md USD en 2012, soit quatre fois plus qu'en 1990, un montant encore légèrement inférieur à celui de l'aide publique au développement versée par les pays de l'OCDE (47 Md USD en 2011).

La population africaine doublera d'ici 2050 pour atteindre quasiment 2 milliards d'individus.

Les dépenses des ménages africains devraient passer de 840 Md USD en 2008 à 1 400 Md USD en 2020. 72 Md USD d'investissements annuels dans les infrastructures sont attendus.

La population urbaine du continent s'accroîtra de 414 millions à plus de 1,2 milliard d'ici 2050.

Le rapport se conclut sur neuf propositions dont plusieurs sont en lien direct, pensons-nous, avec la langue française quand elles concernent la formation professionnelle, l'enseignement en ligne, les réseaux d'affaires au niveau des PME, des secteurs clés comme le numérique, les industries culturelles, la santé, le tourisme ou la sécurité, le soutien apporté à l'organisation pour l'harmonisation du droit des affaires (OHADA), les relations administratives et politiques de haut niveau, la diaspora africaine et les collectivités locales, la connaissance de l'Afrique par les jeunes générations en favorisant davantage de volontaires internationaux en entreprises en Afrique ou la production et la diffusion d'informations économiques.

de l'Afrique réalisé par le Centre africain pour la transformation économique⁴ montre que

⁴ Créé en 2009, le Centre africain pour la transformation économique est financé par les gouvernements du Ghana, des Pays-Bas et de la Norvège ainsi que par la Fondation Hewlett, la Fondation Rockefeller, la « Open Society Initiative », la Banque mondiale et le Département pour le développement international de la Grande-Bretagne (DFID).

Maurice, l'Afrique du Sud, la Côte d'Ivoire, le Sénégal, l'Ouganda, le Kenya et le Gabon étaient les sept pays en tête, selon un « **indice de la transformation économique** » en 2010, soit la moitié (Maurice étant aussi anglophone en plus du créole) de pays francophones. //

Un nouvel Indice de transformation de l'Afrique

L'hypothèse du Centre africain pour la transformation économique est que les économies africaines ont besoin de beaucoup plus que de la croissance : pour se transformer, elles ont besoin d'une **croissance en profondeur (DEPTH)**. C'est-à-dire qu'elles doivent **D**iversifier leur production, rendre leurs **E**xportations compétitives, accroître la **P**roductivité des fermes, des firmes et de l'administration publique et mettre à niveau la **T**echnologie utilisée dans toute l'économie ; tout cela pour améliorer le bien-être **H**umain. Les résultats de 21 pays mesurant leur progression pour chacune de ces conditions ont été agrégés en un indice global dit « de transformation de l'Afrique » (ITA).

► Deuxième approche

La deuxième approche, qui considère la valeur économique de la langue française elle-même, permet d'aborder au moins deux sujets : **le marché des industries culturelles et celui de la langue française considérée comme une compétence, voire un atout, dans le monde du travail, des affaires, du commerce international.** Nous retrouverons tous ces aspects évoqués dans le chapitre 2 de cette partie qui, outre des éléments factuels sur le poids de l'économie de la culture en français (cf. p. 420) qui comprend en particulier une étude sur l'édition numérique (cf. p. 450), fournira au lecteur l'occasion de dépasser les simplifications courantes déniaut au français sa capacité à « faire des affaires » – en découvrant notamment la vitalité des réseaux internationaux à vocation professionnelle et économique.

En préambule, il n'est pas inutile de rappeler, comme nous l'écrivons dans la partie consacrée à l'enseignement du français langue étrangère (cf. p. 197), que la progression constatée des effectifs d'apprenants dans de nombreux pays, notamment dans les structures privées comme les Alliances françaises, tout comme l'accroissement du nombre de candidats à des diplômes de français, y compris professionnel, sont

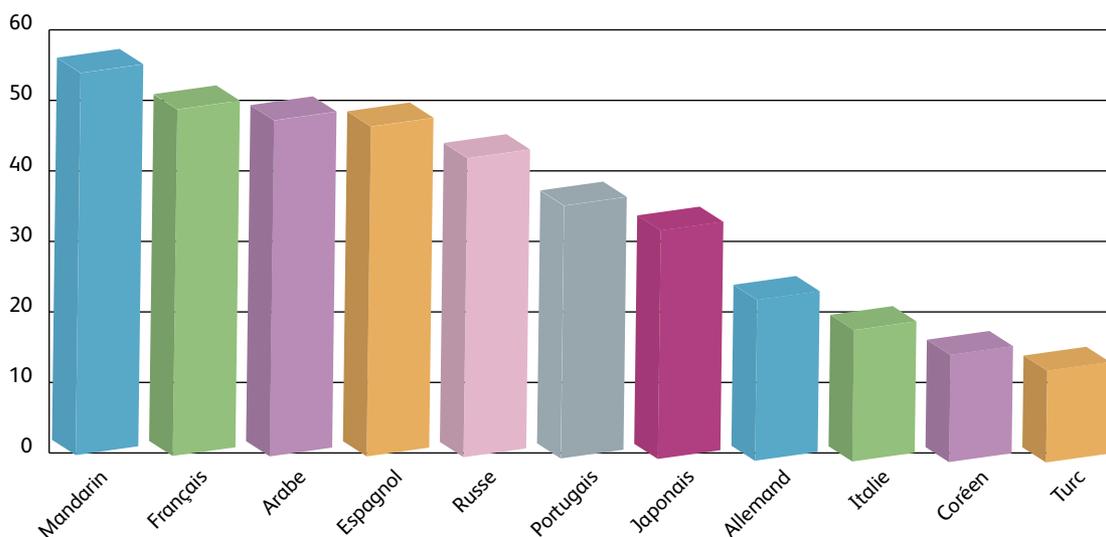
des indices concrets de l'utilité reconnue à cette langue. D'ailleurs, différentes sources montrent que ce sentiment est justifié.

Ainsi, par exemple, le groupe financier américain Bloomberg, a classé⁵, en août 2011, **le français au 3^e rang des « langues des affaires »**, après l'anglais et le chinois et juste avant l'arabe, l'espagnol et le russe. Ce classement était basé sur une série d'indicateurs : fréquence du statut de langue officielle des pays, populations de ces pays, locuteurs estimés (très en dessous de la réalité pour les francophones...), PIB, croissance, recettes touristiques... (au total 12), que ce groupe, spécialisé dans l'information économique et financière dont les classements en la matière font autorité, considère nécessaires pour « qualifier » une langue dans le registre des affaires. Cette approche essentiellement statistique, voire « comptable », manque évidemment de finesse, mais elle encourage néanmoins à dépasser un peu les clichés.

Une autre façon de les combattre est de recueillir l'opinion des entreprises actrices de ces relations économiques et commerciales internationales. De ce point de vue, les réponses données par les entrepreneurs européens aux questions élaborées dans le cadre d'une

⁵ <http://media.bloomberg.com/bb/avfile/roQIqEa4jm3w>

►► Langues des affaires les plus utiles (hors anglais)*



* Scores de 0 à 100.

enquête⁶ cofinancée par la Commission européenne et publiée en 2013 par le British Council sont éclairantes. Ainsi, 484 entreprises ont été interrogées, présentes dans quatre secteurs d'activité cibles (banques, hôtels, BTP et supermarchés) pour déterminer les langues qu'elles considèrent comme une priorité et qu'elles mettent en avant, en plus de la langue nationale et de l'anglais. Le classement récapitulatif des 20 langues les plus citées fait se succéder, dans l'ordre, le français, l'allemand, le russe, l'italien et l'espagnol (« langues les plus fréquemment utilisées par les entreprises »).

49 % des entreprises britanniques⁷ placent le français en première position des langues utiles notamment dans leurs relations avec leurs clients, les consommateurs et leurs fournisseurs.

En combinant quatre indicateurs⁸ relatifs aux échanges économiques actuels et à développer du Royaume-Uni, le British Council⁹ considère que le français occupe la 2^e place, après l'allemand et avant l'espagnol, l'arabe et le chinois.

Le plus frappant dans cette enquête, comme le confirme l'article rédigé dans le présent ouvrage par Claude Truchot (cf. p. 465), c'est la faible proportion d'entreprises qui déclarent avoir élaboré une stratégie linguistique supposant des choix éclairés et accompagnés. Ainsi, dans l'enquête du British Council on constate que près de 50 % des répondants avouent ne pas en disposer et que 70 % d'entre eux ne tiennent pas de registre des compétences en langues du personnel. Ainsi, si l'on s'accorde à reconnaître que « la meilleure langue des affaires est celle du client », les conséquences n'en sont pas vraiment tirées et, comme l'écrit C. Truchot : « L'anglais s'insère le plus souvent comme un état de fait, n'ayant pas fait l'objet de décisions expliquées »...

6 L'Europe riche de ses langues. Tendances des politiques et des pratiques du plurilinguisme en Europe, Cambridge University Press pour le British Council. Mars 2013. © Language Rich Europe, British Council. http://www.language-rich.eu/fileadmin/content/pdf/LRE_French_L_Europe_riche_de_ses_langues_-_Tendances_des_politiques_et_pratiques_du_plurilinguisme_en_Europe.pdf

7 Confederation of British Industry and Pearson (2013) *Changing the Pace. CBI/Pearson Education and Skills Survey 2013* cité dans *Languages for the Future. Which languages the UK needs most and why*, British Council, 2013.

8 Les 10 langues des principaux marchés d'exportation (hors anglais), les premiers marchés d'exportation du RU, le pourcentage d'entreprises considérant une langue comme utile pour leur activité et les langues des marchés émergents.

9 *Languages for the Future. Which languages the UK needs most and why*, British Council, 2013.

Peut-être que cette relative indifférence est due à la sous-estimation, au sein de la question de la valeur économique des langues, des enjeux d'une autre bataille qui porte sur les pratiques et normes professionnelles dont les conceptions et la mise en œuvre sont pourtant essentielles à l'influence, et donc à la valeur ajoutée, de telle ou telle langue sur le marché international. On verra ici (cf. p. 478) que c'est l'une des raisons qui ont donné naissance à la création de réseaux internationaux francophones désireux de faire valoir leur expertise, leur savoir-faire et leur conception de l'organisation d'une activité économique. De la comptabilité à la gestion de projet, en passant par les références juridiques (véritables « points de vue » sur l'organisation du monde) et les normes adoptées au niveau international, tout concourt à renforcer, ou au contraire à affaiblir, les capacités d'une langue à générer de la valeur, à être attractive, donc choisie et utilisée. Une illustration de ce lien entre vision du monde et langue se retrouve, par exemple, en l'occurrence au bénéfice de l'anglais, dans le « classement » que réalise la Banque mondiale visant à qualifier chaque pays du monde en fonction de la facilité qu'il y aurait à y « faire des affaires », traduction littérale de l'anglais *doing business*. On constate ainsi, comme le remarquait le président de l'Union internationale des notaires dans une intervention de décembre 2013, que « les dix pays les mieux classés sont des pays de Common Law », notamment car l'un des critères qui donne le plus de points est celui de la rapidité des transactions, sans considération pour leur sécurité ou leur durabilité par exemple.

Au-delà des chiffres et des pratiques réelles, la question de l'image et des représentations qui s'attachent aux langues, surtout lorsque l'on touche à la créativité et à l'imaginaire dans le domaine des industries dont c'est la matière première, est l'objet d'une bataille d'autant plus féroce qu'elle représente une part croissante dans la création de la valeur économique. À cet égard, les dénominations commerciales et les campagnes de promotion ou de fidélisation à destination d'un public essentiellement francophone, comme en France par exemple, qui sacrifient au « tout-anglais » représentent une forme d'oxymore économiques en ce qu'elles associent deux idées contradictoires : se valoriser soi-même tout en proclamant inconsciemment la supériorité de produits et services concurrents... //

1. L'espace économique francophone

2. UN AVANTAGE POUR LES PAYS

Si les pays francophones ont dès l'origine cherché à mettre à profit leurs relations privilégiées pour se concerter sur les questions économiques et entretenir certaines formes de coopérations (cf. « Les

concertations francophones », p. 417), l'intuition d'une valeur ajoutée propre au partage d'une langue commune dans leurs échanges économiques n'a été que très récemment démontrée. //

► Une croissance « francophone »

En effet, grâce à une étude¹ réalisée à la demande du ministère français des Affaires étrangères, publiée en janvier 2013, nous savons maintenant qu'elle est en effet bien réelle. Cette étude porte sur les rapports entre langue et économie,

en France et dans le monde, en particulier dans l'espace francophone défini non pas au sens institutionnel, mais en fonction de la réalité de la présence et de l'usage de la langue française dans les 33 pays²

¹ « Le poids économique de la langue française dans le monde », par Céline Carrère et Maria Masood pour la Fondation pour les études et recherches sur le développement international (FERDI) - 15 Janvier 2013.

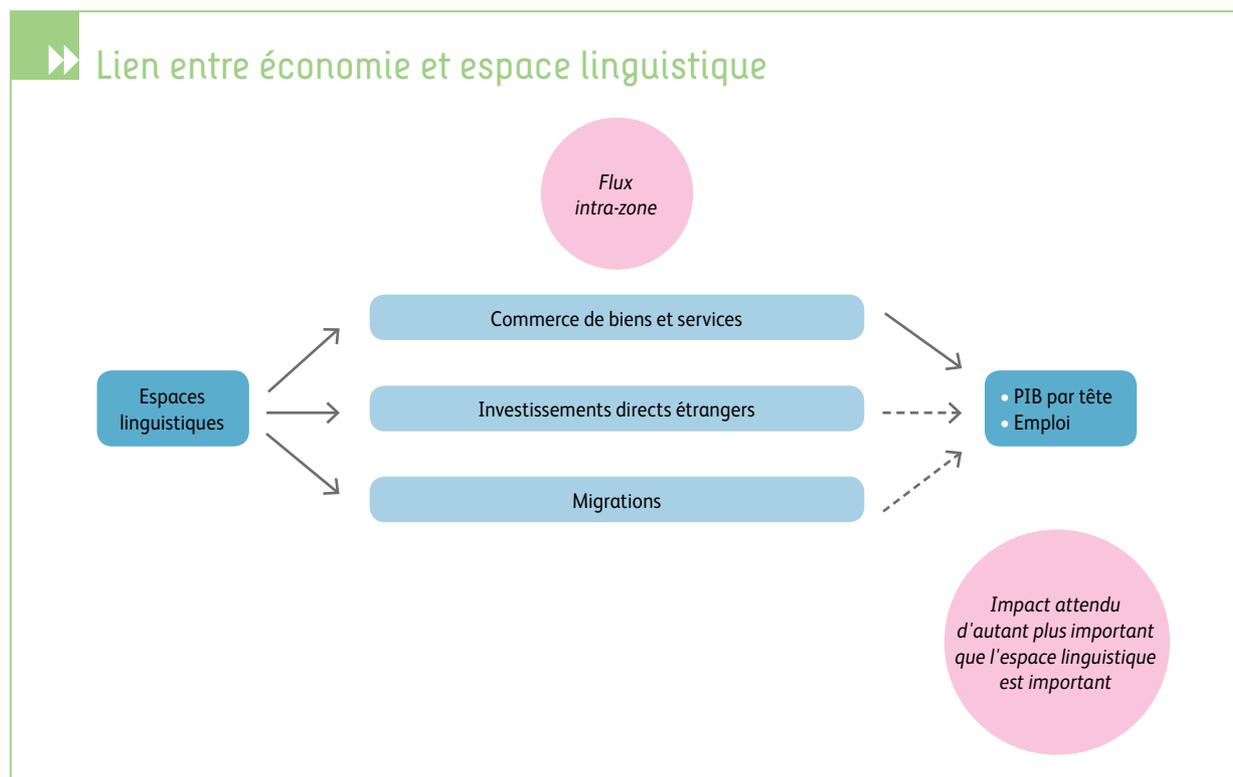
² France, Canada, Suisse, Belgique, Luxembourg, Maroc, Algérie, Tunisie, Djibouti, Comores, Madagascar, Maurice, Mauritanie, Mali, Niger, Tchad, Sénégal, Côte d'Ivoire, Burkina Faso, Bénin, Togo, Cameroun, RCA, RDC, Congo, Gabon, Burundi, Guinée, Guinée Équatoriale, Liban, Haïti, Rwanda, Israël.

de l'échantillon retenu. Ce sont les pays dont la population est supérieure à 500 000 habitants dans lesquels le français est langue officielle ou ceux qui comptent au moins 20 % de francophones.

De nombreuses dimensions économiques y sont analysées : démographie, richesse, flux d'investissements directs étrangers et autres flux de capitaux privés, aide publique au développement, flux migratoires,

flux commerciaux et diversification des exportations. Dans une deuxième partie, l'étude évalue quelle part des échanges internationaux des pays de l'espace francophone, et par conséquent de la richesse et de l'emploi, est générée par l'existence de cet espace. Il s'agit dans cette partie de distinguer l'importance de la proximité linguistique par rapport aux autres dimensions de la proximité (géographique, historique, économique) influençant les flux de commerce internationaux.

Quel lien entre espace linguistique et économie ?



L'influence d'un espace linguistique sur l'économie des pays appartenant à cet espace est multiple et passe principalement par les échanges économiques privilégiés que les pays entretiennent entre eux. Ainsi, de nombreuses études empiriques établissent un lien statistique positif entre le partage d'une langue et des échanges plus intenses tant au niveau des flux commerciaux que des investissements ou encore des flux migratoires. Par exemple, il semblerait qu'en moyenne, dans les études existant sur le sujet, **le partage d'une langue commune stimule les flux commerciaux** d'environ 33 %, toutes choses égales par ailleurs. En

effet, le partage d'une langue abaisse les coûts à l'exportation (notamment au niveau des coûts de transaction et de communication), permettant aux entreprises de pénétrer plus facilement un nouveau marché à l'exportation (influençant ainsi la marge extensive du commerce) mais également de maintenir des flux commerciaux existants, notamment en cas de turbulences économiques (influençant ainsi la marge intensive du commerce). Quels sont les effets de cette stimulation des échanges internationaux sur la richesse et l'emploi des pays ? Sur ce point, les conclusions des études existantes sont moins unanimes mais il semblerait que le canal de transmission

le plus important (et le mieux établi) soit celui du taux d'ouverture commerciale.

Après avoir établi une cartographie statistique complète de l'économie et des échanges internationaux des pays de l'EF dans la première partie de l'étude, les auteurs se concentrent dans la deuxième partie sur la part des échanges *commerciaux* qui peut être imputée à l'existence de l'EF et sur les conséquences de cet EF, *via* le taux d'ouverture des pays, sur leur PIB par tête et l'emploi.

Cartographie économique des pays de l'EF dans le monde

De nombreuses dimensions sont analysées avec, pour chacune d'entre elles (quand les données disponibles le permettent), l'étude de l'évolution des indicateurs sur la période 2000-2009 ainsi qu'une décomposition par sous-ensemble géographique au sein de l'EF (tels que par exemple les pays francophones de l'OCDE, d'Afrique subsaharienne ou du Maghreb). Ne sont reportés ici que les faits stylisés les plus importants.

Poids démographique

Avec 480 millions d'habitants en 2010, les 33 pays de l'EF représentent **6,5 % de la population mondiale**. En raison d'un taux de

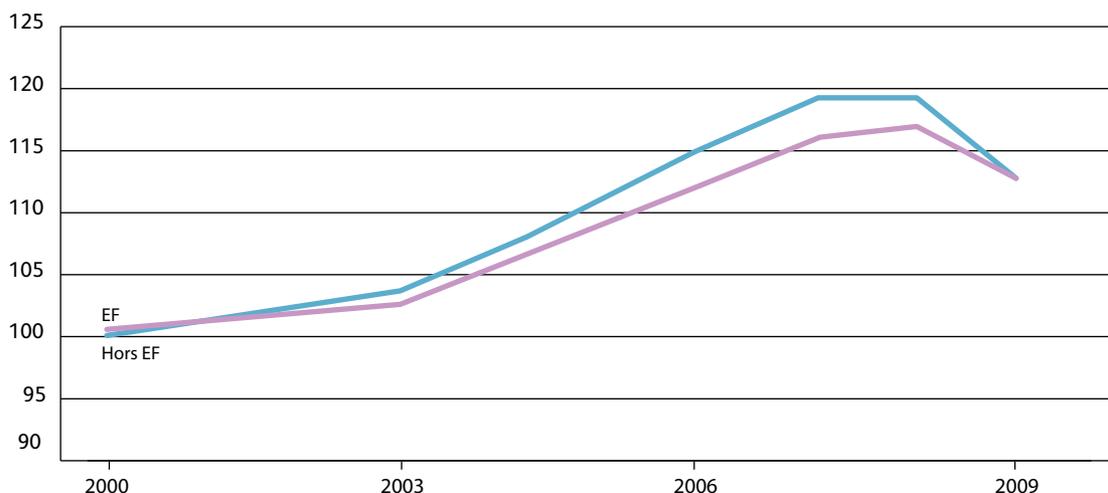
croissance démographique supérieur au reste du monde, cette part est en progression constante: le poids démographique de l'EF est passé de 5,79 % à 6,49 % entre 1990 et 2010. Ce poids démographique de l'EF dans le monde devrait continuer de progresser et atteindre 7,51 % en 2029. Le calcul de la répartition géographique de la population francophone confirme le poids démographique des pays francophones d'Afrique subsaharienne (ASS) qui rassemblent 53,1 % de la population francophone totale.

Poids dans la richesse mondiale

En 2009, le produit intérieur brut (PIB) de l'espace francophone s'élevait à 3 300 milliards de dollars (constants de 2000) correspondant à **8,4 % du PIB mondial** contre 9,1 % en 2000. Le calcul du PIB par tête octroie une place plus importante à l'EF qui représente 14,6 % de la richesse mondiale en 2009. Entre 2000 et 2009, la croissance du PIB par tête moyen a été plus importante pour les pays hors de l'EF (19 %) que pour l'espace francophone (16 %). Néanmoins, la crise financière de 2008 s'est traduite par une diminution du PIB par tête plus importante pour le reste du monde, de l'ordre de 5 %, que pour l'EF, de l'ordre de 3 %.

La part de l'espace francophone dans l'économie mondiale s'explique essentiellement par la présence des pays de l'OCDE (Belgique, Canada, France, Luxembourg, Israël, Suisse) qui représentent plus de 83 % du PIB de l'EF.

Performance en termes de croissance de PIB par tête



Croissance du PIB par tête en moyenne plus faible mais moindre baisse lors de la crise financière.

Poids dans les ressources naturelles

Avec 5 millions de km², l'EF abrite **11 % des terres agricoles dans le monde** en 2009. Au sein de cet espace, 57 % des terres agricoles se situent en Afrique subsaharienne et 23 % au Maghreb. Selon les estimations de la Banque mondiale (2005), l'EF détient près de 6 % des réserves mondiales de ressources énergétiques en 2005. La part de l'EF est la plus élevée pour le gaz naturel avec des réserves totales estimées à 8,4 % des réserves mondiales. En termes de ressources pétrolières, l'EF regroupe 5,5 % des réserves mondiales.

Poids dans les investissements directs étrangers (IDE)

En 2009, les pays de l'EF ont attiré près de 161 milliards de dollars d'IDE, soit environ 14 % des IDE entrants dans le monde. Parallèlement, les émissions d'IDE en provenance des pays de l'EF se sont élevées à 179 milliards de dollars en 2009, soit 15,3 % des flux d'IDE mondiaux. La crise financière de 2007-2008 s'est traduite par une chute des flux d'IDE, au cours de laquelle les pays de l'EF semblent avoir été plus durement affectés avec une diminution de 52,2 % des IDE entrants (contre une baisse de 37,4 % pour le reste du monde) et de 60 % des IDE sortants (contre 43 % pour le reste du monde). Notons que les flux d'IDE des pays de l'EF se situent en 2009 à des niveaux inférieurs à ceux de 2000.

Poids dans l'aide publique au développement

Selon les données de l'OCDE (2012), l'EF réunit en son sein les pays comptant parmi les plus importants bailleurs de l'Aide Publique au Développement (APD) : la France se situe à la 3^e place en termes de montant de l'APD versée en 2010, le Canada est 8^e et la Belgique 13^e. Le poids des bailleurs de l'EF est resté à peu près constant sur la période 2000-2009, de l'ordre de 10 %. L'EF rassemble également des pays parmi les plus importants bénéficiaires de l'APD au niveau mondial : ainsi, la RDC et Haïti se classent respectivement à la 2^e et à la 4^e place en 2010. À noter que sur la période 2000-2009, près de la moitié (en moyenne 44 %) de l'aide versée par les pays de l'OCDE francophones était à destination des pays de l'EF, soit un montant annuel moyen de 3,2 milliards de dollars.

Poids dans les flux migratoires

Les pays de l'EF comptaient 25,8 millions d'immigrés en 2010, dont 38 % provenaient des autres pays de l'EF, à 88 % d'Afrique subsaharienne francophone (5,8 millions d'individus) et du Maghreb francophone (2,8 millions d'individus) et à hauteur de 9,5 % en provenance des pays francophones de l'OCDE. Au sein de l'EF, les pays francophones d'Afrique subsaharienne et la France sont les destinations de plus de 82 % des individus immigrés dans l'EF en 2010. À noter que l'essentiel des émigrés des pays francophones d'Afrique subsaharienne reste sur le continent africain dans un autre pays francophone (83,9 %), seulement 11,4 % s'orientent vers la France et 1,5 % vers les pays francophones du Maghreb. Associés à ces flux migratoires, les rapatriements de fonds à destination des pays de l'EF se sont élevés à 52,1 milliards de dollars, dont 38,4 % provenaient d'autres pays de l'EF en 2010. Au sein de l'EF, la France est la source de près de la moitié de ces rapatriements de fonds.

Poids dans le commerce international

Les auteurs proposent une analyse de l'évolution des flux commerciaux intra et hors EF de 1995 à 2010 au niveau global, mais également par sous-ensemble géographique et par principale catégorie de biens (produits agricoles, industriels et pétroliers). En valeur, les flux de commerce agrégés des pays de l'EF n'ont cessé de croître sur la période 2000-2008 avec un taux de croissance annuel moyen de 9,5 % pour les importations et 8,8 % pour les exportations. Une brusque et importante chute du commerce à l'importation comme à l'exportation est visible en 2009 du fait de la crise financière internationale avec une reprise dès 2010 (mais sans retrouver le niveau pré-crise de 2008). Cependant, la croissance du commerce des pays de l'EF sur la période 2000-2008 a été moins importante que celle du reste du monde (avec notamment la montée en puissance de certains acteurs tels que la Chine), expliquant la baisse de la part des pays de l'EF dans le commerce mondial, de 16 % en 2000 à environ 12 % en 2008 pour les exportations. Cette tendance à la baisse de la part des exportations des pays de l'EF dans le commerce mondial depuis le

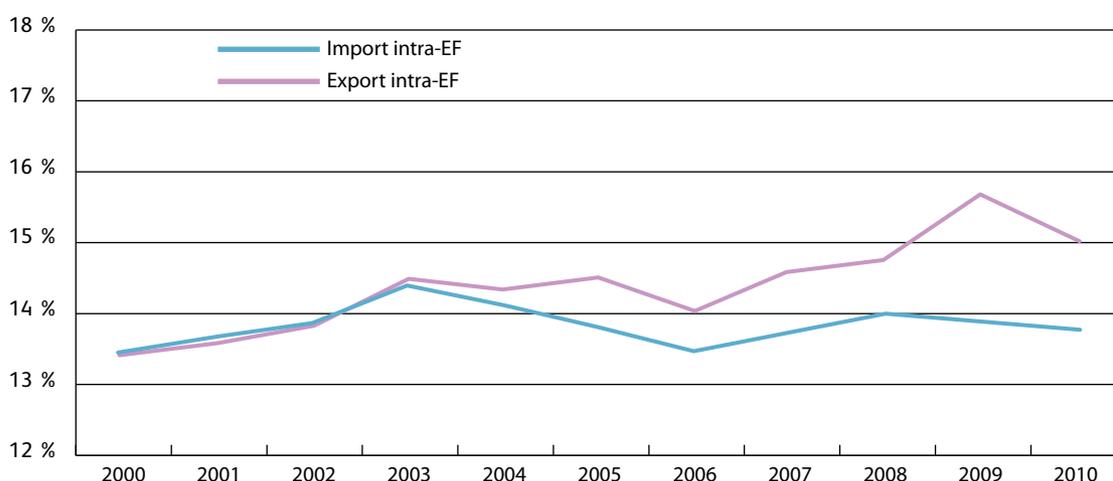
début des années 2000 est confirmée tant au niveau des produits industriels (définis comme étant les biens manufacturés et miniers) que des produits agricoles. En revanche, la part mondiale des pays de l'EF dans les exportations de produits pétroliers reste stable sur la période. À noter que la France représente respectivement environ 31 % et 33 % des exportations et importations totales de l'EF en 2010 et que ces parts sont restées assez stables depuis le début des années 2000.

Poids du commerce intra-EF

En 2009, environ 14 à 15 % des échanges commerciaux des pays de l'EF s'effectuaient avec d'autres pays de cet espace. Il est intéressant de noter que cette part augmente

sur la période pour les exportations, et notamment en période de crise. Il semblerait donc que les exportations des pays francophones vers les autres pays de l'espace aient mieux résisté à la crise financière que les exportations destinées aux autres pays, c'est-à-dire à des pays situés hors de l'EF. Ces tendances sont vérifiées pour les échanges de biens manufacturés (part du commerce de produits manufacturés des pays de l'EF qui est destinée aux – ou en provenance des – autres pays de l'EF). Environ 80 % du commerce intra-EF est constitué de biens manufacturés. Cette part décline légèrement sur la période du fait de l'augmentation de la valeur des exportations des produits miniers et pétroliers.

Part des échanges intra-espace francophone



La part intra-EF augmente sur la période pour les exportations, notamment en période de crise.

Poids dans la diversification des exportations

Il existe clairement une grande hétérogénéité entre les pays de l'EF, les pays les plus diversifiés, en termes de produits exportés, étant la France, suivie de la Belgique, de la Suisse et du Canada. Parmi les pays présentant la plus forte concentration de leurs exportations en 2006, apparaissent la Guinée équatoriale, le Tchad, le Congo et le Gabon du fait de leurs importantes exportations de produits primaires. Si nous

distinguons la concentration des exportations avec les pays hors de l'EF et avec les autres pays de l'EF, le commerce intra-EF apparaît comme significativement plus diversifié. Ainsi, par exemple, l'indice de concentration des exportations de la Côte d'Ivoire ou du Maroc apparaît en moyenne 15 % plus faible (impliquant une plus grande diversification) vers leurs partenaires de l'EF que vers le reste du monde. **L'EF semble donc constituer un espace privilégié pour l'exportation de nouveaux produits.**

Quelle part des échanges commerciaux peut être attribuée au partage de la langue française ?

Comme indiqué ci-dessus, les pays de l'EF commercent beaucoup les uns avec les autres et ce résultat peut être expliqué en partie par la diminution des coûts au commerce que représente le partage d'une même langue. Cependant, un certain nombre de pays de l'EF ne partage pas qu'une langue commune. Ils partagent également, pour certains d'entre eux, une proximité géographique, des liens historiques forts (notamment un passé colonial), ou encore des accords préférentiels de commerce (comme par exemple les Accords de partenariat économique ou les Accords de partenariat euro-méditerranéen). Tous ces facteurs contribuent également à baisser les coûts de transaction et ainsi à stimuler le commerce au sein de l'EF. Comment alors distinguer l'impact de la langue française ? Pour répondre à cette question les auteurs ont effectué une analyse économétrique sur les données fondée sur l'estimation d'un modèle de gravité. Selon ce modèle bien connu, le flux de commerce entre deux pays est proportionnel à la taille économique des deux pays et inversement proportionnel aux coûts au commerce entre ces deux partenaires. L'échantillon retenu pour cette estimation comporte ainsi 153 pays dont les 33 pays francophones retenus sur la période 1995-2009. Il y a donc 23 256 paires de pays et plus de 300 000 observations, nous permettant ainsi de distinguer l'impact des différents facteurs évoqués ci-dessus sur les flux de commerce bilatéraux.

Impact de l'EF sur les flux de commerce bilatéraux sur la période 1995-2009

En moyenne, sur la période 1995-2006, « les flux commerciaux entre deux pays de l'espace francophone sont 22 % plus importants » que ceux d'une paire de pays ayant des caractéristiques comparables (même population, même richesse par habitant, partage d'un passé colonial, membre d'un même accord commercial, etc.) mais n'appartenant pas à l'espace francophone. Selon le travail des auteurs, l'influence de l'EF

sur le commerce bilatéral est inférieure à celle de la proximité géographique et de l'existence d'un accord commercial mais est supérieure à celle d'un lien historique. L'existence de l'EF a donc un impact positif et statistiquement significatif sur les flux de commerce intra-EF. Il s'agit là d'un impact moyen sur la période pré-crise 1995-2006. Il est également intéressant d'étudier dans quelle mesure cet impact de l'EF sur le commerce bilatéral a évolué au cours de cette période 1995-2006 puis durant les années de crise financière et de grande chute du commerce international qui a suivi en 2008 et 2009. Il semblerait que le partage de la langue française ait eu un impact décroissant durant la décennie 1995-2006 sur le commerce bilatéral. Ainsi, l'appartenance à l'EF permettait, toutes choses égales par ailleurs, un supplément de commerce entre les pays de cet espace d'environ 26 % en 1995 contre seulement 16 % en 2004. Cette érosion de l'influence du lien linguistique sur le commerce bilatéral semble être un phénomène général non spécifique à la langue française, comme en témoignent les conclusions d'autres études empiriques s'intéressant aux effets du partage d'une langue commune. Toutefois, une hausse de l'impact de l'EF sur le commerce bilatéral est à noter sur les années 2008 et 2009, années perturbées par la crise financière internationale. En 2009, l'appartenance à l'EF permet de retrouver, toutes choses égales par ailleurs, un supplément de commerce entre les pays de cet espace d'environ 24 %. L'échantillon s'arrêtant en 2009, il est évidemment difficile de tirer des conclusions claires et définitives sur cette tendance à la hausse de l'influence estimée de l'EF sur le commerce bilatéral mais il semblerait que – une fois pris en compte l'évolution des PIB et autres déterminants des flux bilatéraux – « le commerce entre pays francophones ait mieux résisté que le commerce avec les pays non francophones ».

Impact de l'EF sur le commerce intra-EF et les taux d'ouverture commerciale

En moyenne sur ces dernières années, l'existence même de l'espace francophone permet d'accroître, pour un pays de l'EF – et toutes choses égales par ailleurs – la part du commerce entre pays de l'EF dans le

commerce total de 17 % et le taux d'ouverture des pays de l'EF de 4,5 %. Il existe cependant une grande hétérogénéité au sein des pays de l'EF. De manière générale, l'impact sur le taux d'ouverture sera d'autant plus important que le commerce intra-EF (le seul commerce touché dans la simulation) représente une part importante du commerce total du pays. Ainsi, les pays pour lesquels le taux d'ouverture semble être le plus sensible à l'existence de l'EF (dont l'impact est supérieur à 6 %) sont essentiellement des pays d'Afrique subsaharienne et la Tunisie, dont la part du commerce intra-EF est la plus élevée. Concernant la France, notre simulation indique un taux de commerce intra-EF (relatif à son commerce total) supérieur de 18 % à celui qu'il serait en l'absence de l'EF. Compte tenu du fait qu'en 2006, le commerce intra-EF représentait 16 % de son commerce total, l'existence de l'EF permet à la France un supplément de taux d'ouverture de 3 %.

Impact de l'accroissement de la population (2006-2029) sur le commerce intra-EF et les taux d'ouverture commerciale

Comme nous l'avons commenté ci-dessus, les projections démographiques sur les 20 prochaines années indiquent une croissance démographique moyenne des pays de l'EF supérieure à celle du reste du monde. Quel impact sur la part du commerce intra-EF ? En moyenne, au sein de l'EF, la croissance démographique devrait se traduire par une augmentation de la part des échanges intra-EF de 1,6 % entre 2006 et 2029, toutes choses égales par ailleurs (et notamment en supposant un PIB par tête constant). Les simulations révèlent que pour plus de la moitié des pays de l'EF, la croissance démographique prédite se traduira, toutes choses égales par ailleurs, par une fraction plus importante des échanges intra-EF, autrement dit par une croissance des échanges intra-EF supérieure à l'accroissement des échanges avec le reste du monde. Quel impact sur le taux d'ouverture ? L'accroissement démographique prédit pour 2029 devrait se traduire, toutes choses égales par ailleurs, par une hausse moyenne de 3 % du taux d'ouverture des pays de l'EF. Ceci dit, il existe une grande hétérogénéité au

sein de l'EF. La croissance démographique devrait augmenter l'importance des échanges extérieurs pour les deux tiers des pays de l'EF et 4 pays devraient connaître une hausse de leur taux d'ouverture supérieure à 10 % : le Burundi, Maurice, Djibouti et le Liban. Cependant la simulation révèle que le taux d'ouverture devrait diminuer pour certains pays du fait d'une croissance démographique (et donc de leur PIB) supérieure à celle de leurs partenaires – c'est le cas notamment du Niger, du Mali et de la Guinée équatoriale, pays dont la croissance démographique devrait être supérieure à 90 %. Les échanges de la France bénéficieront de cet accroissement plus rapide de la population francophone dans le monde : la part de son commerce intra-EF dans son commerce total devrait progresser de 3,5 %, toutes choses égales par ailleurs, et son taux d'ouverture devrait augmenter de 6,2 %.

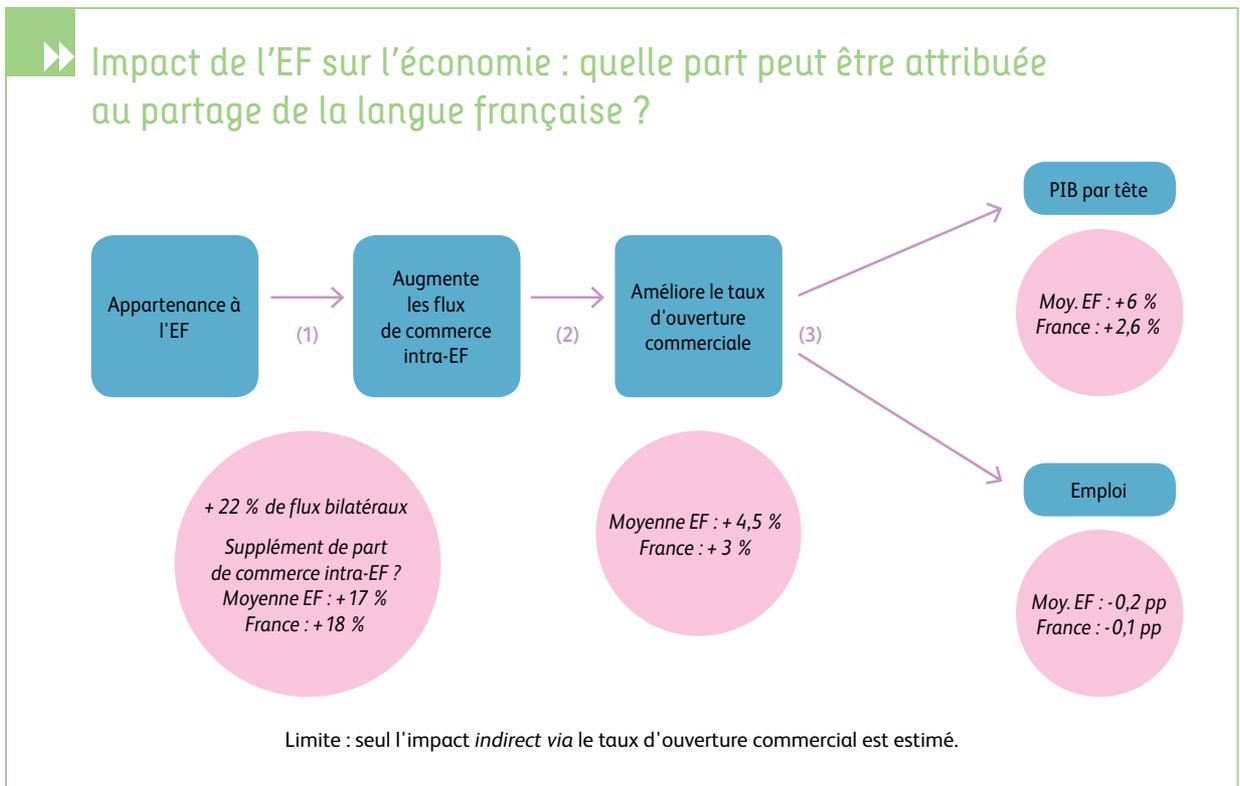
Quelle part du PIB par tête et de l'emploi peut être attribuée à la variation du taux d'ouverture commerciale induite par le partage de la langue française ?

Impact indirect de l'EF, via la variation du taux d'ouverture commerciale, sur le PIB par tête et sur l'emploi

En moyenne sur ces dernières années, les échanges commerciaux induits par l'appartenance à l'EF se traduisent, toutes choses égales par ailleurs, par un **supplément de PIB par tête de 6 % pour les pays de l'EF**. Avec un supplément de 3 % de son taux d'ouverture attribuable à l'EF, la France bénéficie d'un impact indirect de l'EF sur son PIB par tête de 2,6 %. Ainsi, à titre illustratif, le PIB par tête de la France en 2006 s'élevait à 28 700 €, dont 710 € engendré par l'appartenance à l'EF (avec un intervalle de confiance compris entre 128 € et 1 277 €). L'impact le plus fort sur le revenu par tête est enregistré par les pays pour lesquels

l'appartenance à l'EF se traduit par le plus fort accroissement du taux d'ouverture : Comores, Burkina Faso et Rép. centrafricaine (voir le détail par pays en annexe). Au niveau de l'emploi, il apparaît que l'appartenance à l'EF ne diminue que très faiblement le taux de chômage des pays de l'EF : de 0,2 point de pourcentage en moyenne. Pour la France, la réduction du taux de chômage induite par l'EF (à travers les échanges commerciaux) est marginale. Ainsi, en 2006, le taux de chômage était de 8,8 %. En l'absence de

l'espace francophone, ce taux aurait été égal à 8,9 %. D'après ces estimations, le fait d'appartenir à l'EF permet à 28 600 individus français de ne pas être au chômage grâce à une ouverture plus importante aux échanges extérieurs. Ces chiffres doivent être maniés avec précaution : seul l'impact indirect *via* le taux d'ouverture commercial est étudié et **les chiffres sont estimés avec une marge d'erreur importante** (intervalle de confiance systématiquement reporté dans les tableaux). //



Annexe

►► Impact de l'espace francophone sur le taux d'ouverture (TO), avec les intervalles de confiance

	Variation du TO induit par l'EF	Variation du TO Estimation basse	Variation du TO Estimation haute
Algérie	4,40 %	6,04 %	2,81 %
Belgique-Luxembourg	3,29 %	4,50 %	2,11 %
Bénin	3,89 %	5,33 %	2,49 %
Burkina Faso	8,35 %	11,62 %	5,26 %

	Variation du TO induit par l'EF	Variation du TO Estimation basse	Variation du TO Estimation haute
Burundi	2,90 %	3,95 %	1,86 %
Cameroun	5,33 %	7,33 %	3,39 %
Canada	0,52 %	0,71 %	0,34 %
Comores	9,61 %	13,44 %	6,03 %
Congo	1,79 %	2,44 %	1,16 %
Côte d'Ivoire	7,02 %	9,72 %	4,44 %
Djibouti	1,00 %	1,35 %	0,65 %
France	3,05 %	4,16 %	1,96 %
Gabon	5,49 %	7,57 %	3,50 %
Guinée	4,61 %	6,33 %	2,94 %
Guinée équatoriale	1,73 %	2,35 %	1,12 %
Haïti	0,99 %	1,34 %	0,64 %
Israël	2,77 %	3,78 %	1,78 %
Liban	3,21 %	4,39 %	2,06 %
Madagascar	6,15 %	8,50 %	3,91 %
Mali	7,00 %	9,70 %	4,44 %
Maroc	5,17 %	7,11 %	3,29 %
Maurice	4,07 %	5,58 %	2,61 %
Mauritanie	5,12 %	7,04 %	3,26 %
Niger	6,79 %	9,40 %	4,30 %
Rép. centrafricaine	8,33 %	11,60 %	5,25 %
Rép. dém. du Congo	5,17 %	7,12 %	3,30 %
Rwanda	2,90 %	3,95 %	1,86 %
Sénégal	7,85 %	10,90 %	4,96 %
Suisse	2,52 %	3,44 %	1,62 %
Tchad	1,51 %	2,05 %	0,97 %
Togo	4,47 %	6,14 %	2,86 %
Tunisie	6,66 %	9,22 %	4,22 %
Moyenne simple	4,49 %	6,19 %	2,86 %

Source : Calcul des auteurs.

► Les concertations économiques francophones

Depuis son origine institutionnelle, que l'on peut faire remonter au traité intergouvernemental signé en 1970 et portant création de l'Agence de coopération culturelle et technique (ACCT), la Francophonie se préoccupe d'économie et de développement. Outre les actions de l'Organisation internationale de la Francophonie qui portent sur le développement durable, l'appui aux États concernant les questions liées aux négociations commerciales internationales ou encore le renforcement de la coopération interrégionale, la coopération économique francophone se traduit par des concertations préalables à certaines grandes réunions internationales.

Dès le Sommet de Québec, en 1987, les chefs d'État et de gouvernement convenaient que leurs « rencontres périodiques constituaient des occasions de dialogue franc et ouvert, de concertation sur des enjeux et des sujets d'intérêt commun de nature politique, économique et de coopération »³. Les Sommets eux-mêmes sont l'occasion de ces concertations et donnent souvent lieu à des prises de positions communes que les pays de l'OIF, dont le nombre a triplé entre 1970 et 2014, font valoir auprès des autres pays du monde, des institutions et enceintes de discussions et de négociations internationales. Les plus récentes déclarations, celle du Sommet de Montreux (Suisse, 2010) ou celle de Kinshasa (RDC, 2012), réclament une « régulation financière et du système monétaire international » pour la première, et soutiennent « les modèles de développement équitable et durable basés sur une "économie verte" », pour la seconde.

Partager une « vision économique francophone »

Formellement, la première Conférence des ministres de l'Économie et des Finances de la Francophonie s'est tenue à Monaco en 1999, et,

depuis, plusieurs rencontres ont permis aux francophones d'échanger et de rapprocher leurs points de vue face au reste du monde. La plus récente a eu lieu le 30 mars 2014 à Abuja (Nigeria) et ce, en marge de la 7^e réunion conjointe de la Conférence des ministres africains des Finances, de la Planification et du Développement économique de la Commission économique de l'ONU pour l'Afrique (CEA) et de la Conférence des ministres de l'Économie et des Finances de l'Union africaine (UA). Cette réunion avait pour thème « l'industrialisation au service du développement inclusif et de la transformation en Afrique ». Une attention particulière a été accordée au secteur informel en Afrique et la réunion a souligné « la nécessité de connaître davantage l'informel, de transformer l'informel commercial en secteur productif [et de l'inscrire] dans les réflexions en cours sur la stratégie économique pour la Francophonie ». L'année précédente, le 25 mars 2013, à Abidjan (Côte d'Ivoire), la 3^e concertation des ministres des Finances des pays francophones africains qui se tenait en marge de la Conférence des ministres africains des Finances de la CEA et de l'UA, avait permis de décider de la création d'un réseau francophone de hauts fonctionnaires des finances et du développement qui fut lancé lors de la rencontre des ministres et experts des finances des pays francophones à faible revenu le 18 avril 2013 à Washington.

Une conférence similaire s'est tenue le 10 avril 2014, à Washington, dans le cadre des assemblées de printemps de la Banque mondiale et du FMI. Les ministres ont souligné, entre autres, l'importance de moderniser le financement du développement avec un nouveau système, plus transparent et cohérent, et qui assurerait l'aide dont les pays à faible revenu auront besoin. La réunion des ministres a été suivie par le travail des experts pour mener des réflexions communes sur ces sujets.⁴

3 OIF, 1987, *Déclaration de Québec*. Paris : OIF. En ligne. http://www.francophonie.org/IMG/pdf/Declaration_SOM_II_04091987.pdf

4 OIF, 2014, *Réunion des ministres et des experts des finances des pays francophones à faible revenu*. Paris : OIF. En ligne. <http://www.francophonie.org/Reunion-des-ministres-des-Finances-45007.html>



Ouverture de la première conférence de l'Union bancaire francophone (UBF) à Marrakech, dédiée à l'environnement des TPE et PME, le 20 septembre 2012.

Cette capacité à mobiliser et à valoriser l'expertise francophone sur les sujets à l'ordre du jour des discussions économiques internationales démontre aussi la volonté de la Francophonie de peser dans ce domaine.

Ainsi, pour préparer la Conférence des Nations unies sur le développement durable de Rio (Brésil) en juin 2012, dite « Rio+20 », l'OIF a organisé un Forum francophone préparatoire, à Lyon (France) en février 2012.

L'économie verte était au cœur des discussions et les participants ont proposé, entre autres :

- Le développement d'« une vision intégrée et équitable de l'économie verte inscrite dans la lutte contre la pauvreté ».
- La mise en valeur du « rôle essentiel de la jeunesse, en particulier pour le développement de l'économie verte ».
- Le développement d'une plateforme francophone collaborative afin de faciliter l'innovation, la diffusion des connaissances et

des savoirs relatifs au développement durable, intégrant l'économie verte, l'économie du savoir, l'économie sociale et l'économie de la culture.⁵

De la même manière, en marge de la 4^e Conférence des Nations unies sur les Pays les moins avancés (PMA) à Istanbul en 2011, l'OIF a organisé une table ronde sur les enjeux du coton africain. Le principal objectif de la rencontre était d'assurer la place et l'influence des pays africains durant les négociations sur les enjeux relatifs au commerce du coton à l'OMC, afin d'obtenir en particulier un meilleur accès aux marchés, notamment pour les pays les moins avancés⁶. L'accès aux marchés des PVD/PMA est d'ailleurs l'un des

5 OIF, 2012. *Rencontre du groupe des ambassadeurs francophones à New York : Du Forum de Lyon à la Conférence de Rio+20*. Paris : OIF ; En ligne. <http://www.agora21.org/international/articles/rencontre-francophone-en-marge-de-la-3eme-inter-session-preparatoire-a-rio20.html>

6 Idem.

objectifs stratégiques de l'OIF qui entreprend des actions dans ce sens.

Favoriser l'accès au marché des PVD/PMA francophones

36 pays disposent d'un outil de veille sur les programmes, projets et appels d'offres des principaux bailleurs de fonds et le site Internet du projet AMADE (Accès des entreprises aux marchés de l'aide publique au développement) est accessible dans les différents pays.

Par ailleurs, différents ateliers sont organisés pour accroître la capacité des pays francophones (formation de négociateurs et valorisation de l'expertise francophone) à participer efficacement aux négociations sur l'environnement et le développement durable :

- 33 pays ont bénéficié de formations en négociations commerciales depuis 2004 et 16 000 cadres nationaux et régionaux ont bénéficié de formation en négociations et en mise en œuvre des politiques commerciales ;
- 6 pôles régionaux de formation en politiques et en négociations commerciales ont été créés ;
- 126 activités de sensibilisation à l'intention de 5 289 participants provenant des secteurs public et privé de 16 pays ont été organisées ;
- 149 fiches techniques à l'intention des négociateurs des pays en développement ont été produites.

Une concertation francophone a également été organisée à la veille du Sommet de l'OMC à Bali le 2 décembre 2013. Les échanges ont porté sur la facilitation du commerce, les dispositions en faveur des PMA et les questions de développement⁷. Le sommet a été l'occasion de publier l'ouvrage intitulé *Réflexions depuis la ligne de front : les négociateurs des pays en développement à l'OMC* par CUTS international avec le soutien de l'OIF.

L'OIF est également partenaire officiel depuis 10 ans de la **Conférence de Montréal**, dont le 20^e Forum économique international des Amériques s'est tenu en juin 2014. Espace de discussion et de débat sur les relations entre les Amériques et les différents continents, la Conférence de Montréal vise aussi à faciliter les échanges internationaux et les occasions d'affaires. Il réunit pour ce faire 3 000 participants et 150 conférenciers venus du monde entier. La Francophonie y a organisé trois rencontres : un forum sur la Francophonie économique, un petit déjeuner sur l'agenda de développement post-2015, ainsi qu'une table ronde sur la transition énergétique et l'investissement privé en Afrique. //

⁷ OIF, 2013. *Concertation francophone à la veille du sommet de l'OMC à Bali*. Paris : OIF. En ligne. <http://www.francophonie.org/Concertation-francophone-a-la.html>

1. L'espace économique francophone

3. UN AVANTAGE POUR LES ENTREPRISES

► Industries culturelles et créatives : l'atout francophone

Les dernières statistiques disponibles auprès de la Conférence des Nations unies pour le commerce et le développement (CNUCED) confirment la part croissante qu'occupe « l'économie créative » dans le commerce mondial¹. Elle aurait plus que doublé entre 2002 et 2011 pour représenter 624 milliards de dollars (3,5 % du commerce total) avec une croissance des exportations encore plus marquée dans les pays en développement (+12,1 % par an en moyenne sur la même période), même si l'Afrique ne serait responsable que de moins de 1 % de celles-ci².

¹ Citées par *Creative Economy Report Special Edition 2013. Widening Local Development Pathways*, Nations unies / Unesco / PNUD - 2013.

² Rapport sur l'économie créative, Nations unies/PNUD - 2008.

Le poids des industries culturelles et créatives est estimé à « 2 706 milliards de dollars, soit 6,1 % du PIB mondial. Au niveau européen, les industries culturelles représenteraient 8 millions d'emplois directs et environ 4 % du PIB ». Aux États-Unis, elles contribuent à 6,36 % du PIB ; dans les pays du Mercosur, à 4,5 %³.

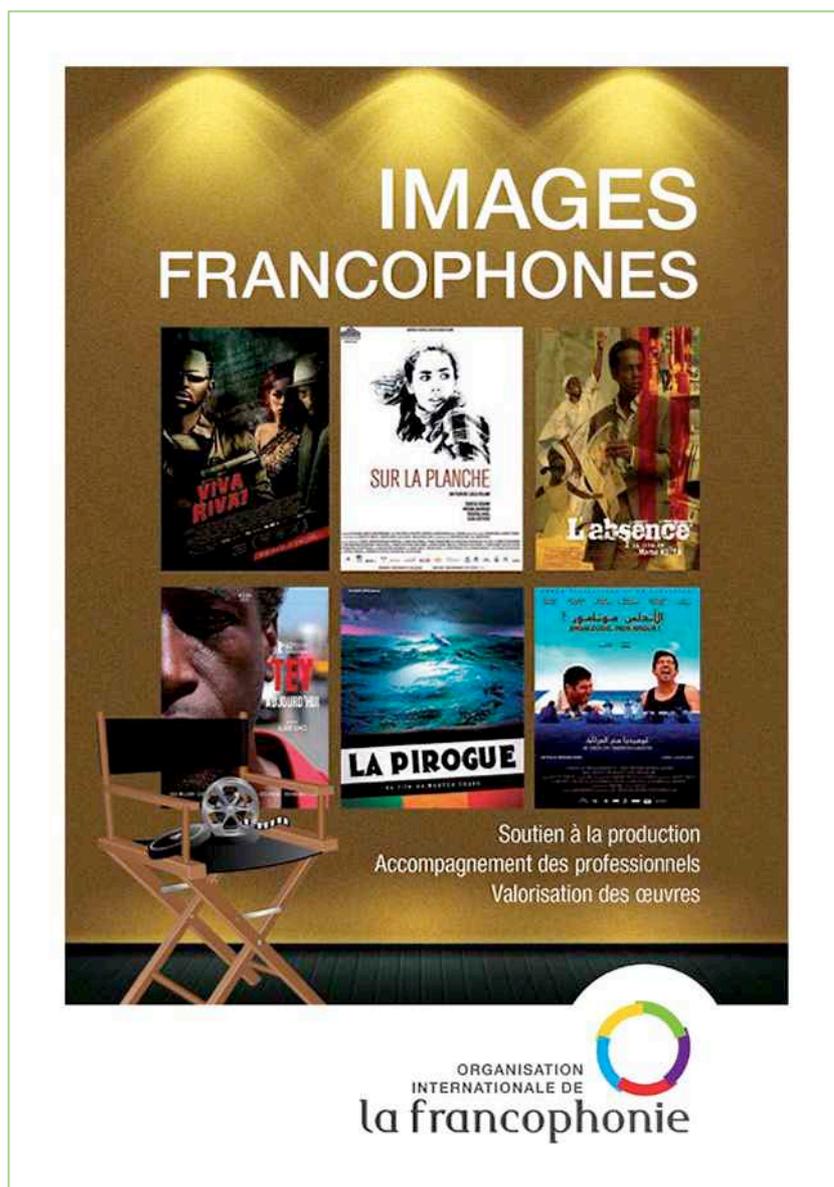
Les données en provenance de 40 pays, collectées par l'Organisation internationale de la propriété intellectuelle (OMPI), font apparaître que les revenus provenant des seules industries de droits d'auteurs représentent, en moyenne, 5,2 %

³ Rapport sur l'économie créative, Nations unies / PNUD - 2010.

du produit intérieur brut. Plus largement, la contribution des secteurs culturels, au sens large, aux économies des pays en développement sont mesurées par les indicateurs UNESCO de la culture pour le développement (IUCD) qui font ressortir l'importance de l'économie créative. À titre d'exemple, l'UNESCO révèle qu'elle représente (uniquement pour le secteur privé et formel) autant que l'agriculture dans le PIB de l'Équateur, soit un peu plus de 5 %. La question de la définition du périmètre de l'économie créative fait l'objet de nombreuses recherches qui se sont avérées indispensables, surtout après l'adoption par l'UNESCO, en 2005, de la Convention sur la protection et la promotion de la diversité des expressions culturelles et la mise en place du Fonds international pour la diversité culturelle (FIDC) prévue en son article 18, mais aussi pour suivre les Objectifs du millénaire (OMD) dont le Fonds⁴ comprend un domaine d'activités réservé au lien entre culture et développement destiné à illustrer le rôle essentiel joué par les biens culturels dans le développement (18 programmes ont été développés en Afrique, au Moyen-Orient et en Afrique du Nord, en Asie, en Europe de l'Est et en Amérique latine pour un montant total de 95,6 millions de dollars).

C'est ainsi que les premiers rapports sur l'économie créative ont été élaborés par la CNUCED en 2008 puis 2010 et que la dernière édition, en 2013, s'est tout particulièrement intéressée aux pays en développement. De

⁴ Le Fonds pour la réalisation des OMD a été établi en 2007 grâce à un accord signé entre le gouvernement espagnol et le système des Nations unies (PNUD), dans le but d'accélérer les avancées sur le front de la réalisation des objectifs OMD.



son côté, l'Europe s'est également mobilisée pour favoriser l'émergence d'indicateurs susceptibles de rendre compte de l'impact économique de la culture.

À partir de la première résolution du Conseil européen des ministres de la Culture de 1995 encourageant l'établissement de statistiques sur le sujet, beaucoup d'efforts ont été déployés. Depuis 1997, Eurostat, l'Office statistique de l'Union européenne, a initié plusieurs travaux sur les statistiques culturelles notamment au sein du *Leadership Group* (LEG) de 1997 à 2004, et la Commission européenne a publié, en 2007, le premier recueil intitulé « Statistiques culturelles en Europe », suivi d'un deuxième en 2011.

Pour améliorer la connaissance des secteurs culturels et tenter d'obtenir des données comparables au niveau européen, le réseau ESSnet « Statistiques culturelles », financé par la Commission européenne et coordonné par le Luxembourg, a été créé en septembre 2009 pour une période de deux ans : **quatre groupes ont été institués pour travailler sur la mesure de l'emploi, les dépenses et le financement culturels, celle des pratiques culturelles et de la participation sociale à la culture.**

Si l'on retient la définition adoptée par l'UNESCO⁵ pour le cadre statistique culturel (CSC), les domaines concernés sont : Patrimoine culturel et naturel ; Arts de la scène et festivités ; Arts visuels et artisanat ; Livre et presse ; Audiovisuel et médias numériques ; Design et services créatifs ; Patrimoine culturel immatériel (domaine transversal).

En outre, trois autres domaines transversaux ont été ajoutés en raison du rôle qu'ils jouent dans la production et la diffusion de la culture : Éducation et formation ; Archivage et préservation ; Équipements et matériaux.



Depuis 2010, le Fonds international pour la diversité culturelle (FIDC) a financé, pour environ **4,6 millions de dollars, 71 projets dans 43 pays en développement**, couvrant un large éventail de domaines, du développement et de la mise en œuvre des politiques culturelles, au renforcement des capacités des entrepreneurs culturels, de la cartographie des industries culturelles à la création de nouveaux modèles économiques pour les industries culturelles. Plus de la moitié des projets soutenus ont été développés en Afrique.



D'une manière générale, le poids des industries culturelles dans les pays en développement est difficile à mesurer car elles se développent essentiellement dans le secteur informel. De plus, de nombreux obstacles freinent leur développement : manque de formation et de moyens techniques, absence de financements et de réseaux de distribution, importance du piratage et taille limitée des marchés locaux.

Et la langue française ?

Ce long préambule permet de comprendre combien il est difficile, au sein de cet ensemble touffu, d'isoler le critère de la langue pour la mesure d'une valeur économique. Même dans le cas

de l'écrit ou de la parole lorsqu'ils sont les vecteurs directs d'une activité ou d'une production culturelles, comme pour le livre, la chanson ou le théâtre, les industries qui sont liées à leur production et à leur diffusion peuvent parfaitement soit relever d'autres univers linguistiques (par exemple, en 2011, en Suisse, 58 % des livres édités étaient en langue allemande, 25 % en français, 3 % en italien et le restant dans d'autres langues), soit n'avoir aucune composante linguistique. Un film tourné en anglais par un réalisateur français et produit par un Américain émerge-t-il au compte des industries culturelles francophones ? De même pour une chanson ou une pièce de théâtre...

Nous avons néanmoins choisi de privilégier, dans cet aperçu, les activités et produits culturels dans lesquels la langue française apparaît comme la composante essentielle, en donnant quelques exemples de réalisations constatées depuis 2010 dans quelques pays membres de la Francophonie dont le français est la seule langue officielle (cf. p. 428), mais aussi de relever des éléments probants de la demande (parfois de l'offre) de culture en français dans des pays où il n'est qu'une langue étrangère (cf. p. 447). Enfin, une étude sur l'édition numérique francophone (cf. p. 450) permettra de mesurer le poids des francophones dans un secteur en pleine émergence.

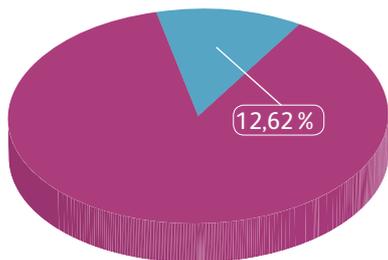
Il est possible aussi, même si la présentation ne se limite pas aux seuls produits culturels de langue française, d'approcher la valeur que représente le secteur économique culturel pour les pays francophones en agrégeant les chiffres des pays dont le français est une langue officielle, comme nous l'avions fait à l'occasion du premier Forum mondial de la langue française au travers d'une brochure publiée en juillet 2012⁶ (cf. graphiques ci-contre⁷).

⁶ « L'impact économique de la langue française et de la Francophonie. Être francophone? Une valeur sûre! », juillet 2012. http://www.francophonie.org/IMG/pdf/Impact_economique_de_la_langue_francaise_et_de_la_Francophonie.pdf

⁷ Calcul des auteurs d'après CNUCED (UNCTAD), Creative Economy Report 2010.

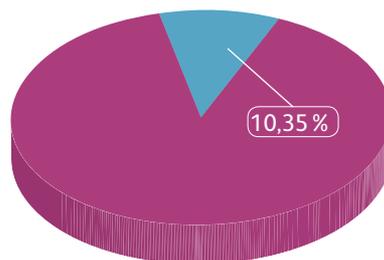
⁵ Le cadre de l'UNESCO pour les statistiques culturelles (CSC), Institut de statistique de l'UNESCO, 2009.

Importations* dans l'ensemble de l'économie de la culture



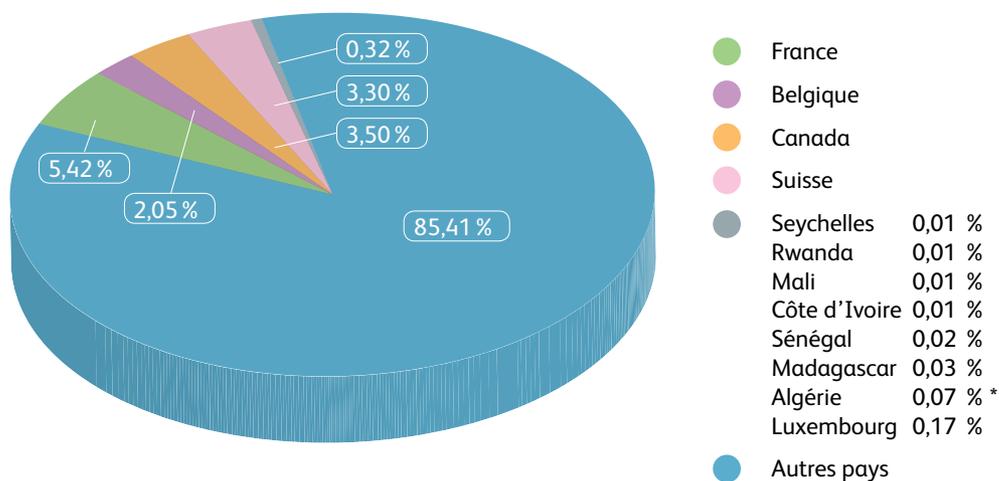
* des pays ayant le français pour langue officielle ou co-officielle.

Exportations* dans l'ensemble de l'économie de la culture



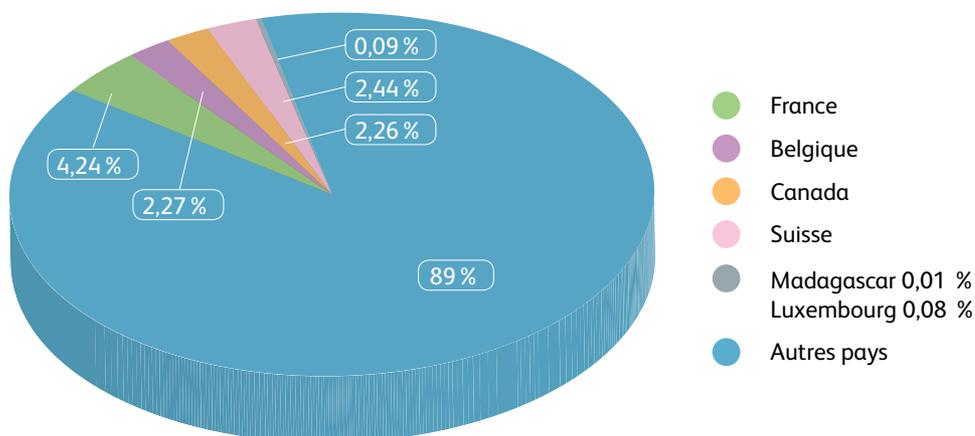
* des pays ayant le français pour langue officielle ou co-officielle.

Part des pays ayant le français comme langue officielle ou co-officielle dans les importations mondiales de produits culturels (2008)



* Bien que non-membre de l'OIF, une part des importations de l'Algérie est composée de produits culturels en français.

Part des pays ayant le français comme langue officielle ou co-officielle dans les exportations mondiales de produits culturels (2008)



Il est aussi possible de considérer le « marché francophone » qui ciblerait les clients et les consommateurs d'**activités et de biens culturels** en français, par exemple dans le domaine des contenus, notamment dans l'audiovisuel, l'édition et l'éducation, surtout grâce au numérique. C'est ainsi qu'ont raisonné Jérôme Bodin et Pavel Govciyan, les auteurs de l'étude⁸ réalisée pour Natixis en septembre 2013 intitulée « La francophonie, une opportunité de marché majeure » (cf. encadré) qui anticipe une hausse potentielle des chiffres d'affaires de groupes francophones en milliards d'euros en se fondant sur l'augmentation annoncée par « La langue française dans le monde 2010 » du nombre de francophones à l'horizon 2050.

Pour ce qui est du **marché du film**, la question de la langue est évidemment centrale et, comme le démontre l'étude Natixis, devrait être considérée comme une opportunité majeure pour les entrepreneurs culturels francophones, *a priori* les mieux placés pour l'investir avant que les grands groupes internationaux n'occupent le

8 Flash sectoriel. Recherche actions, 11 septembre 2013, Natixis.

créneau, notamment dans les économies en développement. Unifrance, l'organisme chargé de la promotion du cinéma français dans le monde, ne s'y est pas trompé en confiant un rapport⁹ à des professionnels dont le titre est sans ambiguïté : « Pour que l'Afrique francophone soit une opportunité pour le cinéma français » et qui commence ainsi : « Le français est une langue d'avenir. La francophonie africaine est une opportunité culturelle et économique. Il s'agit de s'organiser pour pouvoir la saisir, afin que le cinéma français trouve en Afrique un des moteurs de sa croissance future. » Si le titre laisse penser qu'il s'agit essentiellement des intérêts français, les auteurs, acteurs du secteur (producteurs, réalisateurs, diffuseurs, financeurs publics...) en Europe, mais aussi au Maroc, prônent plutôt une alliance des francophones par un processus de coopération et de partenariat unissant les Belges, les Français, les Québécois et quelques pays d'Afrique francophone à partir desquels pourrait se développer une industrie

9 « Pour que l'Afrique francophone soit une opportunité pour le cinéma français ». Rapport daté du 07/03/14 du groupe de travail Francophonie rédigé pour uniFranceFilms.

La francophonie, une opportunité de marché majeure

(extrait de l'étude Natixis¹)

« Alors que la consommation de biens culturels et éducatifs était (et reste encore) essentiellement locale, nous estimons qu'elle devrait, à terme, reposer sur une nouvelle base : la langue. [...] Cela concerne tout particulièrement les éditeurs/distributeurs de contenus francophones. L'enjeu industriel serait ainsi de s'adapter à ce nouveau marché de référence de taille mondiale : la francophonie/francophilie. [...]

1/ Dans les contenus audiovisuels, Canal+ France (80 % Vivendi / 20 % Lagardère) est, selon nous, le groupe le mieux positionné. La modélisation de ce potentiel de marché, à partir de 2016, nous conduirait à une création de valeur potentielle de 2,3 Md€, soit 10 % de la capitalisation boursière de Vivendi. Canal+ dispose déjà de positions fortes en Afrique et un renforcement dans les contenus pourrait constituer un socle solide à la future « equity story » du groupe ;

2/ Dans l'édition, Lagardère paraît le mieux placé pour développer une activité durable, *via* les contenus éducatifs (déjà une présence au Maroc). [...]

Le développement du numérique à l'échelle mondiale va radicalement changer la façon d'adresser les marchés médias. Le numérique induit, en effet, une disparition progressive des frontières dans le domaine des médias et des contenus. Il est dorénavant possible de commercialiser des produits culturels et éducatifs sur tous les territoires, dès qu'on en détient les droits. [...]

Depuis environ 20 ans, les groupes américains ont pleinement tiré profit de l'élargissement de leur marché adressable dans les médias (TV tout particulièrement) mais aussi dans l'éducation. Ainsi, l'évolution du cours de Bourse des 4 grands groupes audiovisuels anglo-saxons (CBS, NewsCorp, WaltDisney, Time Warner) surperforme très nettement celle des 4 groupes français (Vivendi, Lagardère, TF1, M6) : +40 % en moyenne pour les groupes français depuis début 2005 contre +90 % pour les groupes anglo-saxons. Si ce différentiel de performance s'explique par de multiples raisons (parité de change, attractivité des actions américaines, etc.), le positionnement sur les contenus nous semble l'élément explicatif principal. [...]

1 Flash sectoriel. Recherche actions, 11 septembre 2013, Natixis.



du cinéma viable dans toute sa chaîne de valeur qui intègre : les salles de cinéma ; la vidéo, VOD (vidéo à la demande), SVOD (vidéo à la demande avec abonnement) ; la télévision ; la distribution et la production. Ce rapport se conclut par deux propositions :

- créer un **Festival du film francophone**, « événement qui servirait à la fois de vitrine et de lieu d'échange notamment pour susciter des vocations en matière de distribution » ;

- organiser des **Rencontres du cinéma francophone** « dont la première édition doit se tenir sur le continent africain [afin de] mettre en place un écosystème dédié au cinéma francophone de la planète, [pour] faciliter ces transferts qui permettront aux industries locales de se développer et aux films francophones de trouver de nouveaux horizons de diffusion ».

D'ailleurs, en ne considérant que les pays ayant le français pour langue officielle (seul ou aux côtés d'autres langues), on constate

Entre 2012 et 2014 :

- le Fonds francophone de production audiovisuelle du Sud de l'OIF (volet **cinéma**) a cofinancé 59 projets sous la forme d'aides à la production (fictions, documentaires, longs et courts métrages) et à la post-production (longs métrages uniquement).
- le Fonds francophone de production audiovisuelle du Sud de l'OIF (volet **télévision**) a permis à 86 projets de bénéficier d'aides au développement, à la production ou à la finition.

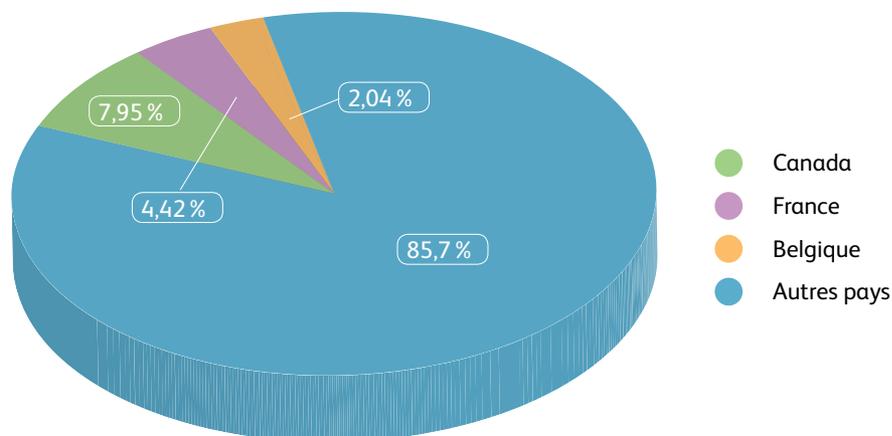
que leur part dans la valeur mondiale des importations et exportations de contenu audiovisuel et de services associés¹⁰ est significative¹¹.

¹⁰ Le « contenu audiovisuel et les services associés » tels que définis par la CNUCED impliquent les services rattachés à la production, la post-production et la diffusion d'émissions de radio, de télévision et de films.

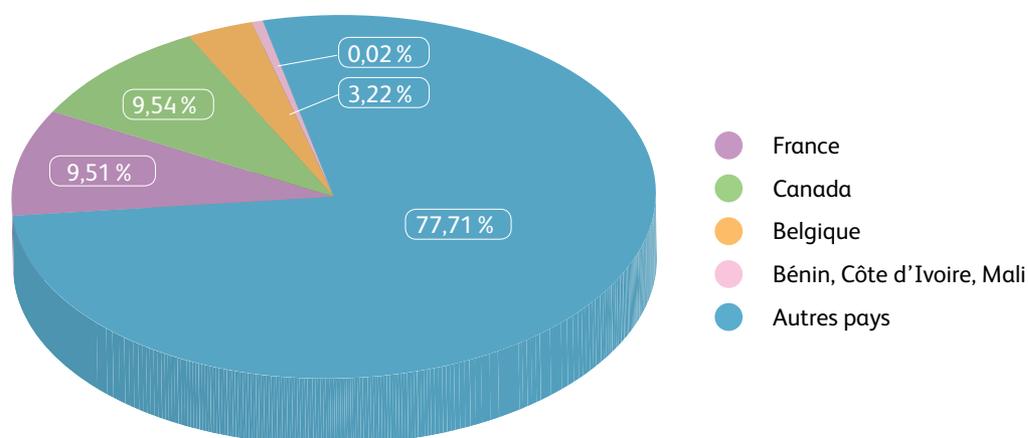
¹¹ Calcul des auteurs d'après CNUCED (UNCTAD), Creative Economy Report 2010.

Part des pays ayant le français comme langue officielle ou co-officielle :

▶▶ Dans les exportations mondiales de contenu audiovisuel de services associés (14,3 %)



▶▶ Dans les importations mondiales de contenu audiovisuel de services associés (22,29 %)

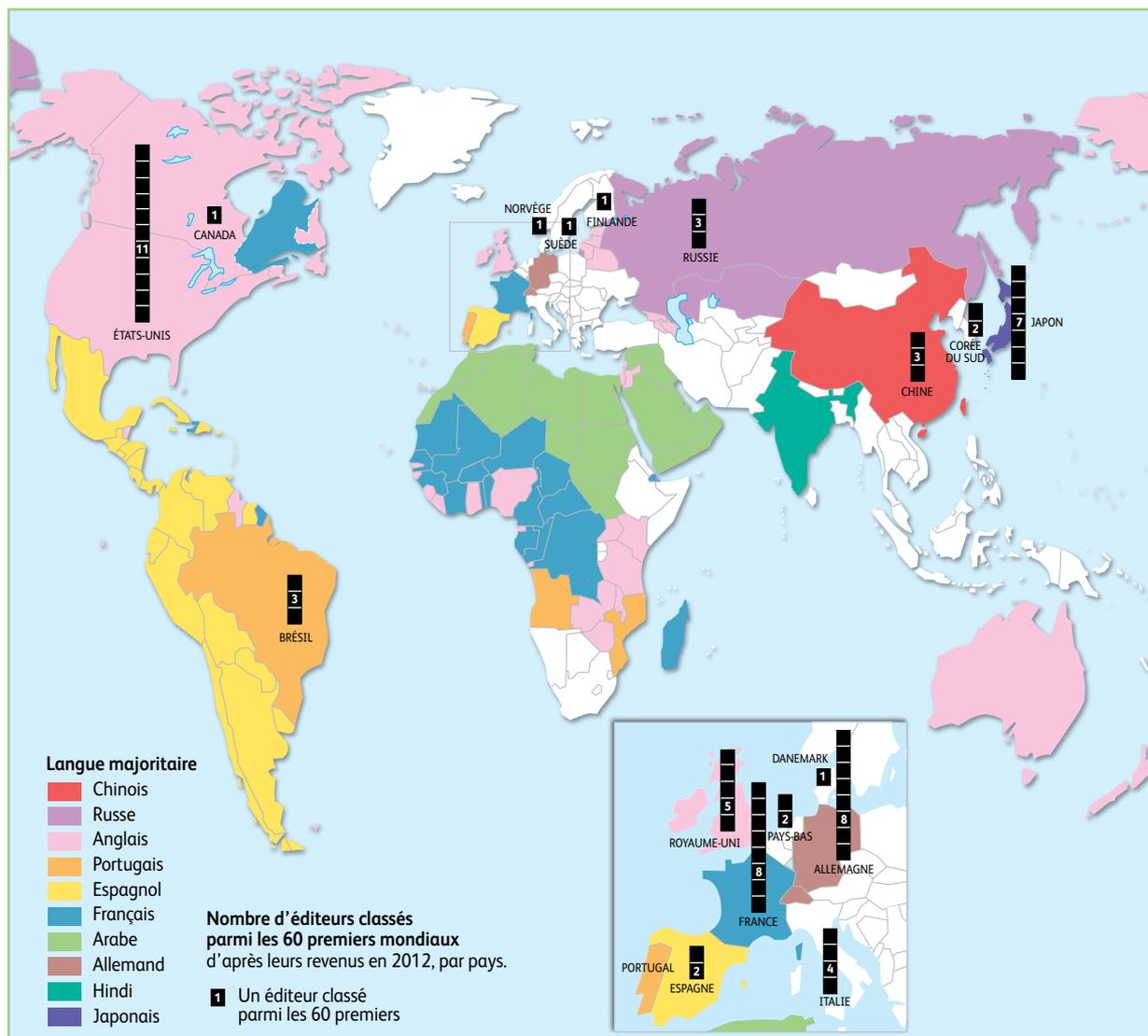


D'autres auteurs ont récemment plaidé dans le même sens pour la « mondialisation » de l'édition française¹² en se fondant toujours sur nos prévisions de croissance du nombre de francophones dans les trente prochaines années et en illustrant leur propos par une carte très éclairante (ci-contre) des marchés

linguistiques éditoriaux qui fait figurer la langue française en bonne position aux côtés de l'anglais, de l'arabe, de l'espagnol, du portugais ou du russe, entre autres.

¹² Pierre Astier et Laure Pécher dans un article intitulé « Mondialisons l'édition française ! » paru le 20/03/2014 sur Le Monde.fr : http://www.lemonde.fr/idees/article/2014/03/20/mondialisons-l-edition-francaise_4346262_3232.html

Planisphère éditorial par grande langue



Sources : Theodora.com ; publisherswwkly.com

Sur le plan éditorial, il convient de signaler le remarquable succès que rencontre la bande dessinée franco-belge. Elle a connu en 2012 en Belgique la hausse la plus importante des ventes par catégories éditoriales (+5,3 %) et l'export représente 61 % de l'activité des maisons d'édition belges francophones. Les intérêts français et belges francophones ont convergé pour exploiter le succès des personnages de BD sur différents supports pour la production audiovisuelle et les droits dérivés. Ainsi, le groupe Média-Participations (320 M € de chiffre d'affaires) qui possède des maisons de production en France et en Belgique, exporte des dessins animés dans plus de 145 pays.

D'une manière générale, le marché francophone au sens des locuteurs recensés

par l'OIF (274 millions en 2014) est désormais considéré comme une source importante de création potentielle de revenus et envisagé comme telle par tous les rapports qui abordent le sujet (et qui se multiplient). Ne serait-ce qu'en France, outre les documents cités précédemment, il faut signaler les mentions qui sont faites de la francophonie (toujours sur la base des estimations de l'OIF et des prévisions de l'ODSEF) dans le « 1^{er} Panorama des industries culturelles et créatives », réalisé par le groupe Ernst&Young en novembre 2013 (voir plus bas l'article consacré à la France) et celles qui figurent dans le rapport remis par Jacques Attali au président de la République française en août 2014 pour une stratégie économique francophone. //

► Aperçu du poids des industries culturelles dans quelques pays où le français est la seule langue officielle¹³

On ne pourra citer ici toutes les manifestations culturelles qui se déroulent en Afrique francophone afin d'éviter autant que possible l'effet inventaire d'une telle énumération mais aussi pour garder l'angle économique que nous avons décidé de retenir dans ce chapitre. Le lecteur doit néanmoins savoir qu'une multitude d'initiatives fleurissent dans tous les domaines artistiques, dont certaines revêtent un caractère international propice à la promotion et à la diffusion des créations culturelles francophones. Faute de place, et ne disposant pas des données économiques qui y sont liées, nous ne pourrions revenir en détail sur quelques rendez-vous majeurs de la culture en français (et en langues nationales), mais pouvons les citer au fil des descriptions par pays.

Plusieurs de ces manifestations se déroulent dans des pays qui n'ont pas le français comme unique langue officielle et qui ne seront donc pas présentés dans ce court article. À titre d'exemple, nous

mentionnerons les Rencontres théâtrales internationales du Cameroun (RETIC), rendez-vous incontournable pour les compagnies théâtrales d'Afrique francophone et les professionnels du théâtre.

En effet, comme l'indique notre titre, l'aperçu présenté ci-dessous se limitera aux pays dont le français est la seule langue officielle et pour lesquels nous avons pu recueillir suffisamment de données. Il ne reflète donc que de manière très parcellaire la réalité de la valeur des industries créatives francophones.

Au Burkina Faso¹⁴

Les industries culturelles sont encore embryonnaires au Burkina Faso et l'étroitesse du marché pénalise la rentabilité des biens et services culturels produits localement. Il n'existe pas d'étude statistique sur la contribution macroéconomique de ce secteur au produit intérieur brut mais l'enquête réalisée en 2008-2009 estime que le

¹³ Quelques éléments chiffrés seront également fournis pour le Cameroun, le Liban et le Maroc en raison de la place significative qu'occupe la langue française dans les industries culturelles et de la disponibilité de certaines données.

¹⁴ Profil culturel des pays du Sud membres de la Francophonie. Un aperçu de trois pays de l'UEMOA. Le Burkina Faso, la Côte d'Ivoire, le Sénégal, OIF – 2010. http://www.francophonie.org/IMG/pdf/profil_oif_uemoa_vlegere.pdf



secteur des industries culturelles – édition, musique, audiovisuel et événements culturels – génère au **moins 1 271 emplois à temps plein et 2,9 milliards de FCFA (6,8 millions USD)**.

Les entreprises présentes dans les filières de l'écrit, de l'audiovisuel et de la musique sont caractérisées par une faible taille notamment dans les deux dernières filières. La plupart d'entre elles (70 %) sont des micro-entreprises (moins de 10 salariés) et évoluent le plus souvent dans le secteur informel. Leur contribution à l'économie, en terme de chiffre d'affaires reste très limitée, allant de 500 000 FCFA (1 050 US\$) pour les plus petites, à 1,2 milliard de FCFA (2,5 millions US\$) pour la plus importante.

Le Burkina Faso est – excepté pour certains biens artisanaux, les œuvres d'art ainsi que les instruments de musique grâce aux exportations d'instruments à percussion – importateur net de biens culturels.

L'urbanisation progressive des zones périurbaines et le développement rapide des nouvelles technologies de communication ont entraîné une évolution des pratiques culturelles et de leur place dans le fonctionnement de la société. De **nouvelles pratiques** davantage liées aux loisirs émergent et rencontrent une offre culturelle urbaine proposée par les bibliothèques, les multiples vidéoclubs, les salles de concerts et de cinéma, les festivals, les vendeurs ou loueurs de cassettes audio et vidéo ou numériques (CD audio, DVD, VCD...), les galeries d'art et les boutiques de vente d'objets d'artisanat d'art et de design.

Dans ce contexte, la mise en valeur du patrimoine culturel et la structuration des industries culturelles et créatives constituent des pistes qui ont été explorées pour répondre aux aspirations culturelles de la population dans leur diversité, contribuer au développement de la ville et renforcer son attractivité.

Une **stratégie de développement de l'accueil de conférences internationales et d'organisation d'une vingtaine d'événements** consacrés au cinéma, à la musique, aux marionnettes, à la danse et au théâtre ainsi qu'à l'artisanat d'art et aux arts de la rue a été mise en place. Grâce à elle, de nouveaux métiers sont apparus, une économie s'est progressivement développée en

reliant culture et tourisme mais aussi culture, urbanisme et habitat : hôtellerie, restauration, transports, objets souvenirs, lutherie et formation aux musiques traditionnelles.

Ouagadougou, un carrefour culturel majeur en Afrique de l'Ouest

Des festivals et biennales comme le Salon international de l'Artisanat de Ouagadougou (SIAO), le Festival panafricain du cinéma et de télévision de Ouagadougou (FESPACO), le Festival international de théâtre et de marionnettes de Ouagadougou (FITMO) et les Récrcréâtrales, pour n'en citer que quelques-uns, font de Ouagadougou un carrefour culturel majeur en Afrique de l'Ouest. Ils contribuent également au dynamisme et à l'attractivité de la ville et du pays.

Dotés de budgets qui s'échelonnent de 173 000 € environ pour le FITMO, 345 000 € pour les Récrcréâtrales à plus d'1 million d'euros pour le FESPACO ou le Salon international d'artisanat de Ouagadougou, ces événements génèrent des revenus non négligeables et engendrent un effet multiplicateur sur les secteurs de la communication, de l'hôtellerie, de la restauration et du tourisme. Avec environ 1,2 million d'euros de recettes, le SIAO est l'un des contributeurs les plus significatifs de ce secteur à l'économie locale. Difficilement mesurable dans un contexte où l'économie informelle prédomine, l'effet sur l'emploi semble non négligeable et pourrait se situer entre 1 600 et 4 000 emplois directs.

Considérant l'importance sociale, culturelle et économique de la musique et sa capacité à répondre aux besoins culturels des jeunes mais aussi à leur offrir des opportunités d'activités génératrices de revenus, la collectivité locale s'est engagée depuis 1999 dans un programme de développement de la musique et de son « éco-système » avec le soutien technique et financier de partenaires internationaux : la Coopération française, la Ville de Grenoble, la Commission européenne, l'UNESCO, le Programme Cultures ACP, la Coopération belge et l'association Culture et développement ont contribué à la mise en place d'un dispositif d'appui au



développement de la filière musique autour du Jardin de la musique Reemdoogo, une infrastructure de création, de diffusion, de formation, de promotion et de vente de phonogrammes.

Du Jardin de la musique Reemdoogo au cluster culture et économie¹⁵

Véritable centre de ressources culturelles et éducatives destiné à structurer la filière, en émergence, de la musique, ses missions sont d'appuyer la création musicale avec des locaux de répétition entièrement équipés, de soutenir la diffusion avec une salle semi-couverte de 500 places ; de faciliter la professionnalisation par des activités de formation, d'information et de conseil.

Le Reemdoogo est un lieu de rencontre et de travail pour les entrepreneurs du spectacle et les musiciens, qui ont par ailleurs la possibilité de participer à des échanges internationaux avec de jeunes musiciens de Bordeaux, de Paris, de Québec

¹⁵ D'après une étude réalisée par Francisco d'Almeida dans le cadre de la préparation de *Creative Economy Report Special Edition 2013. Widening Local Development Pathways, Nations-Unies / Unesco / PNUD - 2013.*

et de Taïpèh à l'occasion de résidences de création en Europe ou à Ouagadougou. La ville de Grenoble, quant à elle, accueille en résidence de création à chaque édition de sa biennale *Divercities*, de jeunes musiciens ouagalais.

Le dispositif d'appui comprend également une pépinière d'entreprises culturelles destinée à conseiller, former et informer de jeunes entrepreneurs de la filière musique : 117 entrepreneurs et opérateurs culturels ont été concernés en deux ans.

La création du Reemdoogo et de la pépinière d'entreprises culturelles a contribué à une transformation réelle de la vie musicale. En revitalisant la pratique instrumentale, elle a enrayé le développement des concerts en *play-back*. En organisant des ateliers de formation de jeunes instrumentistes, elle a favorisé l'éducation musicale, notamment celle de jeunes filles particulièrement motivées. En accompagnant les jeunes professionnels, elle a contribué au renouvellement des esthétiques grâce à la fusion avec les musiques traditionnelles et renforcé la diversité culturelle de l'offre musicale.

Quant à la dimension économique de la musique, la pépinière d'entreprises culturelles a favorisé la prise de conscience de l'importance du droit de la culture et de la gestion entrepreneuriale dans le développement de la filière. Elle a également contribué à créer des compétences que les jeunes formés pourront utiliser dans leur parcours professionnel.

Équipement culturel à vocation professionnelle, le Reemdoogo est aussi un équipement de proximité et d'animation de la vie musicale de son quartier d'implantation et du monde scolaire. Son installation a fortement contribué à améliorer le cadre de vie des riverains par l'éclairage électrique, l'aménagement et le bitumage des voies de communication attenantes et par l'animation musicale permanente.

Sur la base de ces résultats, la Mairie de Ouagadougou envisage d'implanter, avec l'appui de ses partenaires internationaux, une deuxième infrastructure de diffusion orientée vers les croisements d'esthétiques et de disciplines artistiques et vers la fabrication et la vente d'instruments locaux. Elle serait le troisième pôle d'un cluster économie créative en gestation qui inclurait

la filière particulièrement dynamique de l'artisanat d'art.

Audiovisuel

Tous les **films** importés au Burkina Faso sont soit en français, soit doublés ou sous-titrés en français. Quant aux exportations de films, depuis la liquidation administrative de la Société nationale d'exploitation et de distribution cinématographique du Burkina (SONACIB) en 2007, aucune structure de distribution n'assure plus la circulation des films dans la sous-région ouest-africaine.

Le Burkina Faso est l'un des pays les plus dynamiques de la sous-région dans le secteur de l'**audiovisuel**. Si le Festival biennal panafricain du cinéma et de la télévision de Ouagadougou (FESPACO) a acquis une renommée internationale, la production télévisuelle burkinabè a réussi à se forger une place relative sur le marché local et sous-régional. L'accès difficile au financement ralentit cependant la production audiovisuelle du pays qui est passée de 32 productions en 2005 (long métrages, court métrages, séries TV) à 17 productions en 2007. Suite à des accords de coproduction audiovisuelle avec la France et le Maroc, plusieurs fictions ont vu le jour : *Soleils* de Dany Kouyate, *Twaaga* de Cédric Ido, *Moi, Zaphira* d'Apolline Woyé Traore, *Le Foulard noir* de Boubakar Diallo.

L'enquête réalisée auprès des différents maillons de la filière audiovisuelle – studios d'enregistrement, studios de montage, maisons de production, stations de radio, stations de télévision – révèle que celle-ci génère au moins 778 emplois et environ 658 millions de FCFA (1,4 million USD). Plus de 80 % des structures interrogées sont des micro-entreprises avec un chiffre d'affaires moyen de 40 millions de FCFA (93 000 USD).

Édition et livres

L'enquête réalisée auprès des acteurs de la filière de l'**édition** – maisons d'édition et de distribution, librairies, agence de presse, journaux, bibliothèques – n'est pas exhaustive car les données chiffrées collectées concernent peu de structures. Cependant, elle donne un aperçu de la taille de ce secteur avec une activité générant au

moins 1,6 milliard de FCFA (3,6 millions USD) en 2008 et 121 emplois.

La densité de la production éditoriale reste relativement faible et les maisons d'édition publient en moyenne 5 ouvrages par an. Le maillon de la librairie est, quant à lui, peu développé et de nombreuses boutiques portant l'enseigne de **librairie** sont en réalité des papeteries vendant des fournitures et quelques livres scolaires. Comme dans le reste des pays de l'UEMOA, ce maillon connaît par ailleurs le phénomène des « librairies par terre ». Ce sous-secteur générerait au Burkina Faso un chiffre d'affaires total de près de 15 millions de FCFA soit 32 200 USD. Ces structures sont de petites unités informelles dont le chiffre d'affaires, très faible, oscille entre 100 000 FCFA (soit 220 USD) pour la plus petite et 900 000 FCFA (soit 2 000 USD) pour la plus grande.

Musique

Si les acteurs de la **musique** sont dynamiques et présents dans tous les maillons de la chaîne de valeur, ce secteur reste peu structuré au Burkina Faso.

L'enquête réalisée auprès des différents maillons de la filière musicale – studios d'enregistrement, maisons de production, maisons de distribution, vente au détail, scènes – révèle que celle-ci génère au moins 372 emplois et 255 millions de FCFA (558 000 USD).

Les entreprises qui évoluent dans ce secteur sont majoritairement (81 %) des micro-entreprises. Celles-ci présentent un chiffre d'affaires annuel moyen de 43 millions de FCFA (94 000 USD) mais pour la plupart, il n'excède pas 10 millions de FCFA (21 900 USD).

Le maillon de la **production** est dynamique mais relativement précaire. On compte au moins 13 producteurs dans la capitale mais ceux-ci sont souvent contraints de diversifier leurs activités pour espérer rentabiliser leur entreprise. En effet, la vente de produits musicaux connaît un ralentissement important depuis 3 ans et rend difficile la rentabilité économique dans cette filière.

1 unité de duplication industrielle, 12 studios d'enregistrement, 13 maisons de production, 5 maisons de distribution et plus de 30 salles de spectacles et lieux de diffusion musicale sont recensés sur l'ensemble du territoire. Près de 60 événements culturels (salons, marchés, festivals sur les arts et les traditions populaires et festivals jeunesse) se déroulent au Burkina Faso

Le secteur de la **duplication** est marqué par la place importante de Seydoni, seule entreprise réalisant du pressage industriel, et par le développement parallèle de petites unités de duplication artisanales. La capacité annuelle de production de supports musicaux est estimée à 450 000 cassettes et 13 000 CD.

Le maillon de la **distribution** est particulièrement défaillant, ce qui favorise l'établissement d'une piraterie généralisée. On estime à 91 % la part des produits piratés circulant sur le marché national.

Théâtre

Le **Carrefour international de théâtre de Ouagadougou**¹⁶ est une illustration de la volonté de développer de nouveaux publics dans les communautés locales. Il est l'un des théâtres les plus populaires à Ouagadougou et, au cours des dernières années, il a réussi à transformer le théâtre en une affaire populaire au-delà de l'élite culturelle, notamment en diffusant des publicités à la radio et à la télévision et sur les autobus publics ; les pièces sont jouées plus longtemps, généralement de 3 à 4 semaines afin de laisser suffisamment de temps pour le bouche-à-oreille (la plupart des autres scènes du Burkina Faso ne fonctionnent que sur une ou deux dates), et il a toujours présenté des productions

¹⁶ Dans *Creative Economy Report. Special Edition 2013. Widening Local Development Pathways, Nations-Unies / Unesco / PNUD - 2013* (p.57)

locales pertinentes et de haute qualité.

Au Cameroun¹⁷

L'enquête réalisée en 2011¹⁸ auprès des professionnels de la culture a révélé le dynamisme de certaines filières, en particulier celle de la musique et de l'artisanat d'art, dont le potentiel en matière de création de revenu et d'emploi est incontestable. Au total, pour un échantillon de 905 structures identifiées (hors filière du patrimoine culturel), il ressort que l'ensemble du secteur culturel emploierait au moins 4 458 personnes et générerait au moins 526,7 millions de francs CFA de chiffre d'affaires, sachant que la réalité se situe certainement bien au-delà de ces chiffres.

Tout en mettant en lumière l'**important vivier créatif et la grande diversité des expressions culturelles** qui caractérisent le Cameroun, l'enquête a également montré que **ce potentiel demeure largement sous-exploité**, surtout si l'on considère que grâce au bilinguisme, les produits culturels camerounais sont en mesure de rayonner dans l'espace francophone comme dans l'espace anglophone.

¹⁷ Bien que le français ne soit pas la seule langue officielle au Cameroun, ce pays a été retenu pour les raisons indiquées dans la note page 428.

¹⁸ Profil culturel des pays du Sud membres de la Francophonie. Un aperçu de trois pays de la CEMAC : Cameroun, Congo-Brazzaville, Gabon. OIF - 2012. http://www.francophonie.org/IMG/pdf/profil_oif_cemac_v.legere.pdf

► Tableau synthétique des principaux chiffres collectés

Filières	Nombre de structures identifiées	Chiffre d'affaires cumulé (millions de francs CFA)	Emploi cumulé
Livre	98	60,2	481
Musique et arts du spectacle	211	170,4	1 000
Cinéma et production audiovisuelle	66	42,2	333
Presse et médias	74	69,9	888
Arts visuels	118	48,2	402
Artisanat d'art et commerce d'antiquités	338	155,8	1 354
TOTAL	905	546,7	4 458

Souvent informelles et de taille modeste, les entreprises culturelles camerounaises, toutes filières confondues, restent assujetties à une importante précarité liée aux difficultés rencontrées pour rentabiliser leur activité. Outre des coûts souvent alourdis par les taxes appliquées aux intrants importés, nombre d'entre elles peinent à élargir leurs débouchés quand bien même le marché potentiel apparaît très large dans un pays qui compte près de 20 millions d'habitants. Ces difficultés s'expliquent en premier lieu par le cloisonnement du marché des biens culturels, lié à la diversité ethnolinguistique qui caractérise le pays, mais surtout à la défaillance des circuits de distribution, rarement capables de couvrir l'ensemble du territoire. De manière générale, la structuration des maillons des différentes filières se révèle souvent sommaire et insuffisante. À cela s'ajoute le problème central qu'est le non-respect de la législation sur le droit d'auteur et les droits voisins. L'omniprésence de la piraterie sur les marchés du disque, du film, mais aussi de l'édition, gangrène le développement de ces filières, en diminuant les revenus des créateurs et producteurs et en exerçant un effet très dissuasif sur l'investissement. La modernisation de l'environnement juridique de la culture et surtout l'accroissement des moyens déployés pour sa mise en œuvre sont donc des défis de taille auxquels les pouvoirs publics doivent continuer de s'atteler, afin d'assainir l'environnement des affaires des entreprises culturelles et permettre ainsi leur développement.

Enfin, l'enquête a également mis en lumière la nécessité d'accroître l'investissement public pour la construction de nouvelles infrastructures culturelles, en particulier pour l'accueil de spectacles et la préservation du patrimoine culturel.

Au Québec (Canada)¹⁹

En 2012, les revenus d'exploitation des seuls secteurs cinéma, édition (dont

¹⁹ Les données statistiques proviennent de l'Observatoire de la culture et des communications de l'Institut de la statistique du Québec.

Le Fonds capital culture Québec (FCCQ) pour le développement de projets culturels d'envergure a été lancé officiellement en novembre 2011. Ce nouveau fonds de 100 M\$, dont la capitalisation est répartie entre le gouvernement du Québec (60 M\$), représenté par la SODEC, et son partenaire le Fonds de solidarité (40 M\$), a pour objectif principal de privilégier l'exportation de la culture québécoise. La production de spectacles, l'édition de livres et l'achat et la vente de droits d'édition, la production cinématographique et télévisuelle, la production multiplateformes, la production d'enregistrements sonores et l'achat et la vente de catalogues, les productions numériques interactives et les jeux vidéo sont les principaux secteurs qui bénéficient de cette initiative financière.

journaux) et arts d'interprétation se sont montés à 2,3 Mds \$ CAD (9,7 Mds \$ CAD pour l'ensemble du Canada).

Née de la fusion de la Société générale du cinéma du Québec et de celle des industries culturelles, la **Société de développement des entreprises culturelles** (SODEC) a pour mission, depuis 1995, le soutien à la création, à la production et à la diffusion des expressions culturelles du Québec.

En 2012-2013, la SODEC a versé 62,6 M \$ CAD sous la forme d'aides directes²⁰, réparties comme suit :

Livre	6,2 M \$ CAD
Métiers d'art et arts visuels	4,8 M \$ CAD
Musique et variétés	12,5 M \$ CAD
Cinéma	39 M \$ CAD

La SODEC intervient également par des mécanismes de financement des entreprises (36,4 M \$ CAD en 2012/2013) et en accordant des crédits d'impôts (209,5 M \$ CAD en 2012/2013) et elle représente le Gouvernement du Québec au sein du **Fonds capital culture Québec** récemment créé.

Productions cinématographiques

Au cours de la dernière décennie, la fréquentation annuelle dans les cinémas et les ciné-parcs du Québec a fluctué entre

²⁰ Rapport annuel de gestion 2012/2013 de la SODEC.

Sur l'ensemble du Canada, **114** films dont **49** en français ont été produits en 2010-2011 et **100** films dont **40** en français l'ont été en 2011-2012.

22,2 millions et 29,9 millions d'entrées. En 2011, l'assistance aux projections en français représentait 74 % de la fréquentation totale, comparativement à 68 % en 2000. Une augmentation s'observe également dans le pourcentage de projections en français : alors que cette proportion, sur le nombre total de projections, était de 70 % en 2000, elle s'élevait à 74 % en 2011. Le nombre de copies de films en français distribuées aux établissements cinématographiques a aussi connu une hausse : de 2003 à 2010, ce nombre est passé de 7,1 millions à 7,8 millions, ce dernier chiffre représentant alors 76 % de l'ensemble des copies de films distribuées aux établissements cinématographiques. Concernant la valeur des productions cinématographiques, les entrées aux projections en français ont généré des revenus de billetterie de 127,6 M\$ en 2011. Ces revenus représentaient 72 % de l'ensemble des recettes de billetterie. Par ailleurs, pour 2010-2011, les 37 longs métrages en français produits au Québec pour le marché des salles représentaient un coût total de production de 169,0 M\$.

Si la qualité de plusieurs longs métrages québécois en français – qui se traduit notamment par leur rayonnement lors de festivals cinématographiques d'envergure internationale – est bien connue, d'autres formes de productions audiovisuelles québécoises de langue française, telles que les documentaires, attirent l'attention. En 2010-2011, les documentaires de langue française représentaient 88 % de l'ensemble des documentaires produits au Québec, comparativement à 81 % pour 2008-2009.

Télévision

De 2008-2009 à 2010-2011, la proportion du nombre de productions télévisuelles en français produites au Québec est passée de 74 % à 88 %. En ce qui a trait aux services de télévision spécialisée et de télévision payante, au cours des dernières années, cette industrie a connu, elle aussi, un **essor considérable**. De 2001 à 2010, le nombre de stations offrant de tels services en langue française est passé de 16 à 28. En 2010, cette industrie a produit des bénéfices nets avant impôts de 145,7 M\$.

Depuis 2001, sa marge bénéficiaire²¹ a crû de manière constante (elle atteignait 26,8 % en 2010).

La contribution au PIB de l'ensemble de la production de contenu sur écran au Québec s'est élevée à 1,4 Mds \$ CAD en 2012-2013 (7,6 Mds \$ CAD pour l'ensemble du Canada).

Spectacles de chanson

Au Québec, entre 2004 et 2010, l'assistance annuelle aux spectacles payants de chanson francophone²² a oscillé entre 0,9 et 1,1 million d'entrées. Ces entrées ont généré des revenus de billetterie de 23,6 M\$ en 2010, comparativement à 21,2 M\$ en 2004. Il est important ici de préciser que ce public se rend essentiellement à des spectacles de chanson québécoise. En effet, en 2010, 92 % des entrées aux spectacles de chanson francophone étaient pour des spectacles provenant du Québec. En ce qui a trait aux représentations offertes, on note aussi, entre 2004 et 2010, une majorité de représentations payantes en français.

Musique enregistrée

En 2011, il s'est vendu 9,25 millions d'albums sur support physique ou numérique au Québec. Parmi les albums québécois vendus, 67 % étaient de langue française. D'ailleurs, depuis 2006, les albums en français ont toujours occupé une **part majoritaire** de l'ensemble des albums québécois vendus dans la Province. Cette tendance peut notamment s'expliquer par la présence de titres francophones parmi les palmarès des albums les plus populaires (au chapitre des ventes, les plus demandés à la radio, etc.). Ces albums francophones à succès sont, la plupart du temps, des albums québécois. Pour l'ensemble des enregistrements sonores (québécois et autres), la valeur des ventes des albums numériques en français pour l'année 2011 (3,0 M\$) a quintuplé par rapport à l'ensemble des ventes de ces albums pour l'année 2008 (0,579 M\$).

²¹ Exclut certains types de représentations payantes : les représentations privées, les représentations de spectacles amateurs et les représentations données dans les locaux d'écoles primaires ou secondaires pour les élèves de ces écoles. Par ailleurs, ne sont pas considérées comme payantes les représentations où le droit d'entrée prend la forme d'un passeport ou d'un macaron valide pour l'ensemble d'un festival ou d'une manifestation culturelle, ni les représentations où il n'y a pas de billet à acheter, mais simplement un droit d'entrée à déboursier.

²² La marge bénéficiaire est une proportion qui correspond au bénéfice net avant impôts par rapport au total des revenus.



Livres

De 2007 à 2009, le nombre de livres en français disponibles dans les bibliothèques publiques autonomes²³ est passé de 13,1 millions à 14 millions, alors que les livres en français y représentaient 86 % de l'ensemble des livres disponibles. Du côté des ouvrages publiés au Québec, 7,4 millions de livres l'ont été en français en 2003, pour 8,3 millions en 2009. Au cours de ces sept années, 83 % et plus des ouvrages publiés au Québec étaient des livres en français.

Au Congo²⁴

L'enquête réalisée en 2011 auprès des professionnels de la culture a permis de mettre en lumière le **dynamisme**

de certaines filières qui, bien que peu structurées, se développent rapidement grâce à l'épargne mobilisée par des investisseurs privés conscients des opportunités du secteur. Sont particulièrement concernées la filière de la musique et surtout celle des médias, avec l'émergence de groupes dont les activités s'étendent de la télévision à la radio en passant par la presse écrite ou la production musicale.

En dehors de ces groupes et d'un petit nombre d'entreprises relativement structurées, les filières culturelles congolaises restent caractérisées par une grande précarité et par la prépondérance de l'informel. Ces caractéristiques expliquent en partie le manque de fiabilité des chiffres collectés, les taux de réponses étant généralement très bas. Avec une grande précaution, on peut quand même estimer que le secteur de la culture emploierait au moins **2 625 personnes** et générerait un chiffre d'affaires cumulé d'au moins **813 millions de francs CFA**, **3,9 milliards de francs CFA** si l'on prend en compte le très important budget du **Festival panafricain de musique (FESPAM)**.

²³ Bibliothèques publiques qui desservent les municipalités de 5 000 habitants ou plus. Elles comprennent aussi certaines bibliothèques publiques qui desservent des municipalités de moins de 5 000 habitants et qui ne sont pas affiliées à un Centre régional de services aux bibliothèques publiques.

²⁴ Profil culturel des pays du Sud membres de la Francophonie. Un aperçu de trois pays de la CEMAC : Cameroun, Congo-Brazzaville, Gabon, OIF - 2012 http://www.francophonie.org/IMG/pdf/profil_oif_cemac_v.legere.pdf

► Tableau synthétique des principaux chiffres collectés

Filières	Nombre de structures identifiées	Chiffre d'affaires cumulé (millions de francs CFA)	Emploi cumulé
Livre	25	27	64
Cinéma et production audiovisuelle	18	NC	13
Musique et arts du spectacle	71	707 / 3 889*	381
Presse et médias	71	50	2 054
Arts visuels	11	47	7
Artisanat d'art et commerce d'antiquités	13	NC	21
Patrimoine et tourisme culturels	9	NC	85
TOTAL	218	831 / 4 013*	2 625

* Si l'on prend en compte le budget du FESPAM.

La 1^{re} édition de TAZAMA 2014, festival du film des femmes africaines, s'est déroulée pendant une semaine en janvier 2014.

Créé en 1996, à l'issue d'un sommet de l'Organisation de l'unité africaine (OUA), le FESPAM (9^e édition en 2013) est placé sous la tutelle du ministère congolais de la Culture et des Arts, et se tient tous les deux ans principalement à Brazzaville. Pendant une semaine, artistes, producteurs, mélomanes, chercheurs, muséologues, musicologues, ethnologues, historiens, journalistes, touristes, etc., d'Afrique, d'Europe, d'Asie, d'Amérique se retrouvent à ce rendez-vous éminemment culturel. S'y déroulent :

- des **spectacles musicaux** qui réunissent des grands talents de la musique de l'Afrique et de sa diaspora à travers des podiums disséminés dans la ville de Brazzaville ;

- un **symposium** qui rassemble des musicologues, des muséologues, des ethnologues, des historiens, des chercheurs pour une analyse scientifique du thème de l'édition ;

- le **Marché de la musique africaine** (MUSAF), qui s'articule autour de l'exposition-vente de supports phonographiques, vidéographiques, d'instruments de musique et de rencontres professionnelles sur l'industrie culturelle et musicale ;

- l'**exposition** des instruments traditionnels de musique, animée par le **Musée panafricain de la musique**, haut lieu de recherche, de sauvegarde, de conservation, et de promotion du patrimoine culturel tant matériel qu'immatériel.

L'indéniable potentiel des **industries culturelles** congolaises en termes de création de richesse et d'emploi reste à ce jour entravé par de nombreux obstacles liés aux difficultés rencontrées par les entreprises pour croître autour d'un modèle économique durable.

Ces difficultés sont liées en premier lieu à l'étroitesse des marchés qui, outre le pouvoir d'achat encore relativement faible des Congolais, est imputable dans bien des cas à l'importance du commerce illégal de produits culturels piratés. Concernant les filières de la musique et de l'audiovisuel, le non-respect de la législation sur le droit d'auteur et les droits voisins pénalise ainsi créateurs et producteurs et amoindrit leur capacité à investir et à prendre des risques. À ces problèmes de débouchés vient s'ajouter la lourdeur des coûts, entretenue par une fiscalité désavantageuse et par la forte taxation des biens de production importés, décisifs pour le maillon impression des filières du livre et de la presse écrite.

En Côte d'Ivoire²⁵

Avec une population de près de 20 millions d'habitants dont 49 % d'urbains et 64 % de jeunes, la Côte d'Ivoire dispose d'un potentiel significatif pour le développement des pratiques culturelles, la diversité de l'offre et l'expansion de la demande culturelles.

D'après l'enquête, les trois filières – édition, musique et audiovisuel – génèrent au moins **3 655 emplois à temps plein**.

Les entreprises présentes dans les filières de l'écrit, de l'audiovisuel et de la musique sont caractérisées par une faible taille notamment dans les deux dernières. La plupart de ces entreprises (65 %) sont des micro-entreprises (moins de 10 salariés) et évoluent le plus souvent dans le secteur informel. Leur contribution à l'économie, en terme de chiffre d'affaires reste marginale allant de 2 millions de FCFA (8 400 USD) pour les plus petites à 8 milliards de FCFA (15,4 millions USD) pour la plus importante.

L'ensemble du secteur (édition, audiovisuel, musique, événements culturels) génère un **revenu d'au moins 35 milliards de FCFA** (76,3 millions USD) et 38 milliards de FCFA (82,8 millions US\$) si l'on ajoute le budget des institutions, des organismes de formation et des organisations professionnelles.

Édition et livres

L'enquête réalisée auprès des différents maillons – maisons d'édition, de distribution, librairies, agence de presse, journaux, bibliothèques – estime que la filière de l'édition et du livre génère au moins 1 300 emplois et 26,4 milliards de FCFA (57,6 millions USD).

11 maisons d'édition, 23 imprimeries, 16 librairies, 29 journaux et magazines, 1 agence de presse, 12 bibliothèques (nationale, communales, spécialisées, centres culturels...) sont recensés sur l'ensemble du territoire.

Cette filière est constituée de :

- micro-entreprises (à hauteur de 58 %) avec un chiffre d'affaires moyen de 153 millions de FCFA (336 000 USD) ;
- petites entreprises (à hauteur de 30 %) avec un chiffre d'affaires moyen de 1 milliard de FCFA (2,2 millions USD) ;

– moyennes entreprises (à hauteur de 10 %) avec un chiffre d'affaires moyen de 3 milliards de FCFA (6,6 millions USD) ;

– grandes entreprises (à hauteur de 2 %) avec un chiffre d'affaires moyen de 5 milliards de FCFA (11 millions USD).

Audiovisuel

L'enquête réalisée auprès des différents maillons de la filière audiovisuelle – studios d'enregistrement, studios de montage, maisons de production, stations de radio et de télévision – révèle que celle-ci génère au moins 1 114 emplois à temps plein et 6,3 milliards de FCFA (13,7 millions USD).

7 studios d'enregistrement et de montage, 27 maisons de production, 2 maisons de distribution, 7 stations de télévision, plus de 70 stations de radio (grandes stations et stations de proximité) sont ainsi recensés sur l'ensemble du territoire.

27 productions cinématographiques ont été réalisées en 2012. La Côte d'Ivoire a conclu des accords de coproduction audiovisuelle avec le Burkina Faso, la France, la Guinée et le Maroc.

Le paysage audiovisuel est dominé par la **Radio Télévision Ivoirienne (RTI)** qui comprend 4 chaînes de télévision et 2 chaînes de radio couvrant l'ensemble du territoire. À celles-ci s'ajoutent des radios commerciales, institutionnelles et 70 stations de proximité proches de la vie des communautés. Excepté la RTI, près de 70 % des structures interrogées sont des micro-entreprises avec un chiffre d'affaires moyen de 14 millions de FCFA (31 000 USD).

Musique

Le secteur de la musique est relativement **dynamique** en Côte d'Ivoire comme l'attestent le nombre de pratiques professionnelles certaines et l'essor d'une scène locale reconnue au niveau international. Certains obstacles limitent cependant le développement de ce secteur. L'enquête réalisée auprès des différents maillons de la filière musicale – studios d'enregistrement, maisons de production, maisons de distribution, vente au détail, scènes – révèle que celle-ci génère au moins 1 250 emplois à temps plein et 1,2 milliard de FCFA (2,8 millions USD).

2 unités de duplication industrielle, 15 studios d'enregistrement, 15 maisons de production, 6 maisons de distribution, 2 points de vente spécialisés dans la musique et 4 salles de spectacles sont ainsi recensés sur l'ensemble du territoire.

²⁵ Profil culturel des pays du Sud membres de la Francophonie. Un aperçu de trois pays de l'UEMOA. Le Burkina Faso, la Côte d'Ivoire, le Sénégal, OIF - 2010 http://www.francophonie.org/IMG/pdf/profil_oif_uemoa_vlegere.pdf

► Répartition du chiffre d'affaires du secteur musical par maillon

Structures	Chiffre d'affaires total
Studios d'enregistrement	14,7 millions FCFA
Maisons de production	933 millions FCFA
Maisons de distribution	25 millions FCFA
Ventes au détail	250 millions FCFA
Scènes	31 millions FCFA
ENSEMBLE	1,2 milliard FCFA

Les entreprises qui évoluent dans ce secteur sont majoritairement des micro-entreprises. Leur chiffre d'affaires oscille entre 2 et 250 millions de FCFA (entre 4 400 et 550 000 USD) mais, pour la plupart des entreprises, il n'excède pas 25 millions de FCFA (55 000 USD).

18 événements culturels²⁶ – salons, marchés, festivals sur les arts et les traditions populaires et festivals jeunesse – sont également répertoriés, dont : le SILA (Salon International du Livre d'Abidjan), le SIAPA (Salon international des Arts plastiques d'Abidjan), et surtout le MASA (Marché des Arts du spectacle africain) dont la 8^e édition a eu lieu du 1^{er} au 8 mars 2014.

En France

En France, les industries culturelles et créatives (ICC) ont généré, en 2011,

un chiffre d'affaires global de plus de 74 milliards d'euros²⁷. Près de 80 % de ce montant (61,4 milliards €) sont portés par les acteurs centraux de la filière (création, production, distribution...) et 20 % dans les activités indirectes et induites par chacun des 9 secteurs : arts graphiques et plastiques, musique, spectacle vivant, cinéma, télévision, radio, jeux vidéo, livre, presse/journaux et magazines.

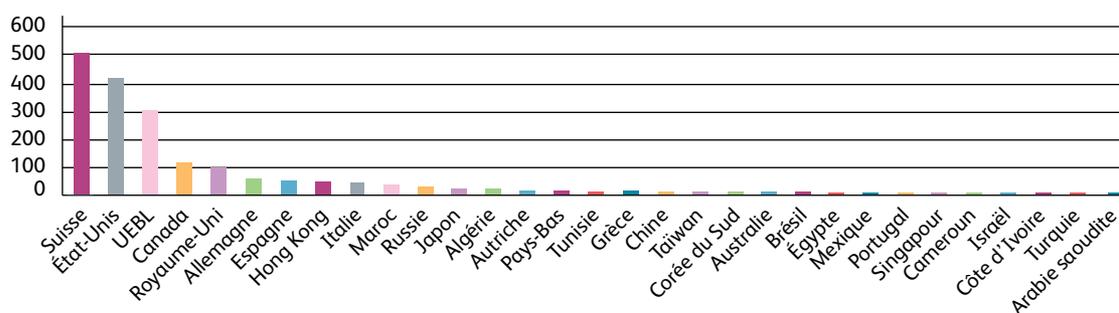
Les ICC employaient en 2011 1,2 million de personnes, soit 5 % de l'emploi intérieur total français, dont 92 % en emplois directs et 8 % dans les activités connexes.

Parmi les principaux importateurs de produits culturels français, les acheteurs de langue française semblent dominer avec une place prépondérante de la Suisse, de l'Union belgo-luxembourgeoise (UEBL) et du Canada (cf. graphique ci-dessous).

²⁶ Consultables sur www.francophonie.org/IMG/pdf/profil_oif_uemoa_vlegere.pdf

²⁷ Sauf mention contraire, les chiffres présentés ici sont tirés de « 1^{er} Panorama des industries culturelles et créatives. Au cœur du rayonnement et de la compétitivité de la France », novembre 2013. © 2013 Ernst & Young Advisory. [http://www.ey.com/Publication/wLUAssets/EY-Panorama-Industries-culturelles-et-creatives/\\$FILE/EY-Panorama-Industries-culturelles-et-creatives.pdf](http://www.ey.com/Publication/wLUAssets/EY-Panorama-Industries-culturelles-et-creatives/$FILE/EY-Panorama-Industries-culturelles-et-creatives.pdf)

► Importation de produits culturels français (2009)



Source : base de données CHELEM, CEPII.

Le « 1^{er} Panorama des industries culturelles et créatives »²⁸ met en exergue les réussites francophones dans le domaine des industries culturelles :

- Vivendi, chef de file de la production et édition musicales au niveau mondial ;
- Deezer, l'un des premiers diffuseurs mondiaux pour l'écoute de musique en ligne ;
- Hachette, deuxième éditeur mondial ;
- 20 % du chiffre d'affaires de la presse française constitués par les ventes à l'étranger ;
- le cinéma français est le 3^e producteur en nombre de films derrière l'Inde et les États-Unis ;
- Ubisoft est devenu le 3^e développeur indépendant de jeux vidéo au monde ;
- le marché français de l'art est à la 4^e place mondiale.

Aperçu synthétique du poids des industries culturelles en France (2011)

Arts graphiques et plastiques

18 759 M€ (CA direct ; revenus des auteurs des arts visuels – graphistes, peintres, sculpteurs, plasticiens, illustrateurs, dessinateurs... –, activités des architectes, de design, photographiques, marchands d'art, recettes des musées...)

1 055 M€ (CA indirect ; ventes de matériels de photographie professionnels, activités d'organisation de foires et d'expositions d'art, livres beaux-arts et bandes dessinées, presse...)

307 716 emplois directs et indirects

Édition

5 095 M€ (CA direct ; ventes de livres physiques et numériques, ventes à l'export, subventions publiques)

520 M€ (CA indirect ; dépenses d'acquisition des bibliothèques municipales, ventes de supports numériques de lecture, copie privée hors téléphones intelligents et tablettes)

79 613 emplois directs et indirects

Dont physique 4 171 M€ ; numérique 12 M€ ; ventes de supports 386 M€ ; export 664 M€

Nombre de nouveautés : 70 000 titres

Ventilation par genre :

Fiction 24 %

Non Fiction 76 %

Traductions 16 % (dont 60 % de l'anglais)

Musique

6 041 M€ (CA direct ; ventes de musique enregistrée, spectacle musiques actuelles et classique, diffusion de musique – TV, radios, discothèques –, ventes à l'export...)

2 559 M€ (CA indirect ; marché des factures instrumentales et accessoires, vente de matériel audio, droits d'auteurs et voisins sur les marchés connexes...)

240 874 emplois directs et indirects

Dont vente de « morceaux » 879 M€

Dont CD 80,7 %

Dont téléchargement 11,9 %

Dont écoute en ligne 7,4 %

Dont spectacle vivant 2 400 M€ (musiques actuelle et classique)

Dont radios musicales 491 M€

Dont TV musicales 185 M€

Dont discothèques 1 000 M€

Dont ventes d'équipements 1 300 M€ (chaînes Hi-Fi, autoradios, baladeurs, casques...)

Dont recettes export 389 M€

Spectacle vivant

5 989 M€ (CA direct ; recettes de billetterie, subventions de l'État et des collectivités locales)

2 396 M€ (CA indirect ; retombées indirectes : consommations, hébergements, etc.)

267 713 emplois directs et indirects

*Cinéma*²⁹

3 297 M€ (CA direct ; billetterie, préachats et coproductions des chaînes TV, apports co-producteurs étrangers et SOFICA, recettes publicitaires en salles, ventes et locations de films, vidéo à la demande, ventes à l'export)

1 087 M€ (CA indirect ; ventes de matériels vidéo et tablettes, ventes de presse cinéma, copie privée hors téléphones intelligents et tablettes)

105 890 emplois directs et indirects

Dont billetterie 1 371 M€

Dont matériels vidéo et tablettes 1 041 M€

Dont Export 157 M€

28 Cf. note 25.

29 Chiffres du Centre national du cinéma et de l'image animée (CNC) : « L'exportation des films français en 2012 » et « La production cinématographique en 2013 ».

Recettes d'exportation (2012) 211,3 M€ (+34,9 % par rapport à 2011)

Sur la période 2003-2012, les recettes d'exportation augmentent en moyenne de 6,1 % par an. L'Europe de l'Ouest reste la principale zone d'accueil pour le cinéma français avec 42,8 % des recettes totales, suivie de l'Amérique du Nord (28,6 %), de l'Europe centrale et orientale (11,2 %), de l'Asie (7,2 %), de l'Amérique latine (4,5 %), du Moyen-Orient (1,9 %), de l'Océanie (1,6 %) et de l'Afrique (0,3 %).

Entrées	206 M
Nombre de films produits (2013)	270
Dont à majorité étrangère	61
Dont premiers films	68
Budget moyen (2013)	4,8 M€
Nombre de films distribués (2010)	550
Entreprise de production	188
Nombre de salles	5 700

Télévision

10 048 M€ (CA direct ; revenus des chaînes TV, ventes et locations de vidéos en DVD/Blu-Ray hors « cinéma », vidéo à la demande, ventes à l'export)

4 873 M€ (CA indirect ; ventes de matériels vidéo et tablettes tactiles, production de films institutionnels et publicitaires, ventes de presse TV)

176 467 emplois directs et indirects

Dont Revenus des chaînes TV 9 252 M€

Dont ventes matériels vidéo et tablettes 3 015 M€

Radio

1 355 M€ (CA direct ; recettes publicitaires des radios, contribution à l'audiovisuel public, part radio)

240 M€ (CA indirect ; ventes de matériels audio)

17 450 emplois directs et indirects

Jeu Vidéo

3 677 M€ (CA direct ; jeux pour consoles de salon et portables, jeux pour ordinateurs hors ligne et en ligne, jeux pour téléphones portables, exportation)

1 314 M€ (CA indirect ; ventes d'équipement des jeux vidéo)

23 635 emplois directs et indirects

Dont jeux pour consoles de salon 1 143 M€

Dont export 1 500 M€

Dont ventes d'équipements 1 314 M€

Nombre de joueurs 28 M

Presse/Journaux et magazines

10 402 M€ (CA direct ; ventes de journaux et magazines, recettes publicitaires de la presse, recettes des sites d'information en ligne – dont applications mobiles –, aides directes à la presse, ventes à l'export)

270 M€ (CA indirect ; ventes de supports numériques de lecture de revues et journaux)

101 933 emplois directs et indirects

Dont ventes de journaux et magazines

5 570 M€

Dont recettes publicitaires 3 580 M€

Dont ventes à l'export 414 M€

Les ventes à l'étranger de la presse française représentent 20 % de son chiffre d'affaires. Deux titres français sont présents dans près de 40 pays.

Au Gabon³⁰

L'enquête réalisée auprès des professionnels de la culture en 2011 a permis de mettre en lumière un **secteur dynamique**, dont le potentiel en matière de création de richesse et de lutte contre la pauvreté est incontestable. Ainsi, avec des taux de réponse relativement élevés, il ressort que le secteur culturel dans son ensemble emploierait directement au moins 2 401 personnes et générerait un chiffre d'affaires cumulé d'au moins 2,28 milliards de francs CFA.

³⁰ Profil culturel des pays du Sud membres de la Francophonie. Un aperçu de trois pays de la CEMAC : Cameroun, Congo-Brazzaville, Gabon, OIF - 2012 http://www.francophonie.org/IMG/pdf/profil_oif_cemac_v.legere.pdf

► Tableau synthétique des principaux chiffres collectés

Filières	Nombre de structures identifiées	Chiffre d'affaires cumulé (millions de francs CFA)	Emploi cumulé
Édition (hors imprimerie)	37	1 304	715
Cinéma et production audiovisuelle	26	28	331
Musique et arts du spectacle	124	83	339
Presse et médias	79	800	942
Arts visuels	12	61	34
Artisanat d'art et commerce d'antiquités	5	n. c.	130
Patrimoine et tourisme culturels	5	n. c.	n. c.
TOTAL	288	2 276	2 491

Ces chiffres sont révélateurs de l'important vivier créatif existant au Gabon, particulièrement dans les filières du livre, du cinéma et de la musique, mais aussi du dynamisme d'un embryon industriel en cours de structuration. Le niveau du pouvoir d'achat des Gabonais, relativement élevé par rapport à la moyenne des pays africains, est également une variable à prendre en compte.

Cependant, derrière ces agrégats, l'enquête a également révélé les freins encore nombreux qui entravent le développement des filières étudiées. Tout d'abord, les carences du cadre juridique concernant le droit d'auteur et les droits voisins entretiennent le développement de la piraterie et contribuent à comprimer les revenus des créateurs et des producteurs. Ce problème est particulièrement sensible au niveau des filières de la musique, du cinéma et du livre, et constitue un important frein à la prise de risques pour les opérateurs concernés.

En raison de cette prolifération du piratage, mais aussi de la lourdeur de la fiscalité qui pèse sur les entreprises et des difficultés d'accès au financement bancaire, bon nombre de structures, souvent jeunes et de taille très modeste, peinent à trouver un modèle économique viable.

Se déroulent également au Gabon la Fête de la culture, la Fête de la musique, le Festival « Gabao » hip-hop, un Festival international de théâtre et un Festival de cinéma du Gabon.

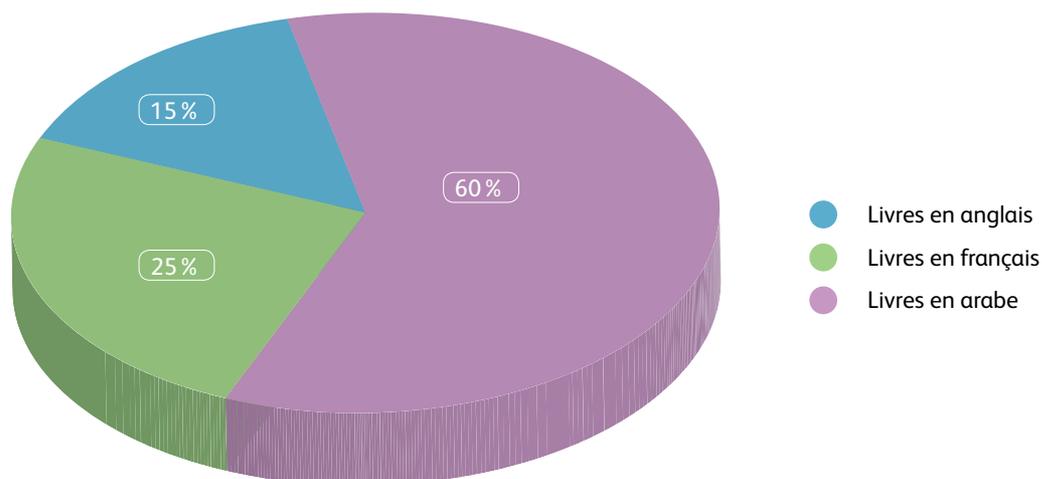
Au Liban

Bien que le français ne soit pas langue officielle au Liban, ce pays a été retenu pour les raisons indiquées page 428.

Édition et livres

Selon les statistiques établies par la Centrale de l'édition, les exportations de livres français vers le Liban représentaient en 2012 (derniers chiffres disponibles) 9 millions et demi d'euros, en constante progression (+ 50 % entre 2000 et 2012). En l'absence de statistiques fiables, on peut estimer à 70 % la part du livre français importé par rapport à la totalité du chiffre d'affaires de l'édition francophone au Liban, laquelle s'établirait donc à 15 millions d'euros environ (estimations calculées en « prix de cession éditeurs », ne correspondant pas au chiffre d'affaires en prix de vente public que l'on peut estimer au double).

▶ Répartition des ventes par langue : position intermédiaire du français, entre l'arabe et l'anglais



Chaque année, le **Salon du livre francophone de Beyrouth** contribue fortement à la visibilité de l'édition francophone (60 000 visiteurs en 2013). Les ventes réalisées par les exposants, importateurs de livres et éditeurs, à l'occasion de ce salon sont estimées supérieures à 2 millions d'euros (2013).

Les cessions de droits de titres en français se font essentiellement vers la langue arabe pour des éditions destinées aussi bien au marché libanais du livre en arabe qu'à l'exportation vers les pays de langue arabe. Les exportations de titres en français restent assez limitées en volume et concernent essentiellement les livres pour enfant, les manuels et le parascolaire.

Le Liban étant surtout exportateur de livres en langue arabe (plus qu'importateur), les importations concernent, outre les ouvrages en langue française, les livres en anglais. Les acquisitions de droits concernent elles aussi essentiellement les livres en langue anglaise.

Audiovisuel

Le marché du film libanais est dominé par les productions américaines. Sur 22,2 millions d'euros de recettes réalisées en 2010, les films américains ont représenté 87 % de ce montant total, les productions libanaises moins de 1 %, et les productions de pays tiers 12,4 %. La part

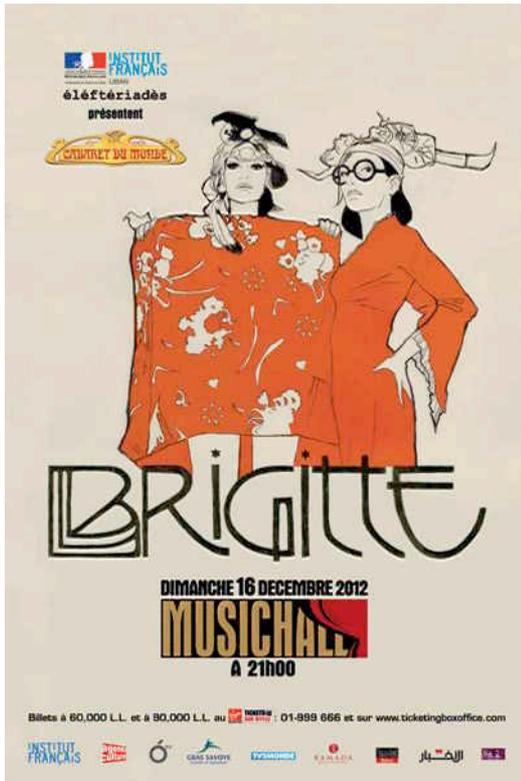
du cinéma de langue française dans le paysage cinématographique libanais reste minoritaire ; il ne concerne qu'un très petit nombre d'œuvres chaque année, entre 1 et 5 films en moyenne.

6 films français sont sortis en salle au Liban en 2012, et en tout 50 films français sont diffusés en moyenne chaque année à travers les actions de l'Institut français du Liban, les festivals, les ciné-clubs, etc.

En dehors des quelques documentaires cinéma qui bénéficient d'une version en français et sont diffusés à l'étranger, très peu de films libanais sont exportés. Selon la base de données LUMIERE de l'Observatoire européen de l'audiovisuel, seuls 23 films libanais ont été distribués en Europe entre 1996 et 2012 ; parmi ceux-ci, le film *Caramel* de Nadine Labaki a réalisé à lui seul 62 % des entrées des films libanais distribués sur cette période, avec 1,4 million d'entrées. Il est à noter que la France représente le premier débouché des films libanais, représentant la moitié des entrées réalisées.

Musique

Outre le concert annuel « Cabaret du monde » organisé au Music-Hall par l'Institut français depuis 2010 qui accueille plusieurs groupes français et francophones (San Severino, Juliette, Grand Corps Malade, les Brigitte et le chanteur M), on signale des créations originales locales :



Brigitte en concert à Beyrouth.

– « Notre jeunesse » spectacle coproduit par le collectif Zoukak (d'origine libanaise) et la compagnie « Du zieu dans les bleus » (d'origine française) ;

– la présentation en français de « 3 h à Chatila » de Jean Genet, avec une comédienne libanaise et un metteur en scène français.

L'Institut français du Liban, à travers ses neuf antennes régionales (Beyrouth, Deir el Qamar, Jounieh, Tripoli, Saïda, Nabatieh, Tyr, Zahlé, Baalbeck), reste le principal partenaire de la scène artistique et culturelle au Liban.

Au Maroc

Bien que n'ayant pas le français pour langue officielle, le Maroc est présenté ici pour illustrer, dans un pays où le français occupe une place significative, les perspectives de développement qu'offre le secteur audiovisuel.

Patrimoine culturel et cinéma : l'exemple de Ouarzazate

L'État et les collectivités territoriales misent sur le **secteur cinématographique** pour attirer les investissements internationaux et faciliter le développement territorial. En effet, le cinéma génère pour la région un chiffre d'affaires de cent millions de dollars et fournit 3 000 emplois directs et des activités indirectes pour environ 90 000 personnes.

Le Maroc est devenu une destination importante pour le **tournage de films étrangers** depuis le **xx^e siècle**³¹ et un grand pays de cinéma où une importante production cinématographique nationale s'est structurée à partir des années 1960-1970, grâce, notamment, à un système assez complet d'aides de l'État³².

L'histoire du cinéma à Ouarzazate remonte aux années 1950 avec les tournages de *Casablanca* (1952), *Othello* (1952), *Lawrence d'Arabie* (1962) et *Un thé au Sahara* (1990). Plus récemment, Martin Scorsese a choisi Ouarzazate pour le tournage de *Kundun*. Outre leurs retombées sur la filière du cinéma à Ouarzazate, ces films favorisent le tourisme.

³¹ Le premier long-métrage tourné au Maroc date de 1919 (*Le destin*, de J. Pinchon, D. Quintin) ; source : « Tourisme et cinéma, quel impact ? Le cas de Ouarzazate », mémoire de fin d'étude, Imlahi Mohamed, El Atrache Salah-Eddine, 2000, Institut Supérieur international du Tourisme de Tanger.

³² Un fonds de soutien est créé dans les années 1980 et est géré par le Centre cinématographique marocain.

Ouarzazate, des atouts naturels et culturels

La ville de Ouarzazate se situe à 198 kilomètres au sud-est de Marrakech, sur un plateau de 1 160 mètres d'altitude dans la région du Souss Massa Drâa, la deuxième en termes de contribution au PIB du Maroc (12,3 %)¹. Connue comme la porte du Grand Sud, elle est le point de départ de la route des oasis, à la confluence des vallées du Drâa et du Dadès.

Ses sites témoignent d'une histoire multi-séculaire ainsi que d'une diversité d'influences de civilisations et de cultures dont les savoir-faire, les traditions, les connaissances et modes de vie se sont adaptés à la diversité géographique du territoire. Cette diversité de patrimoine culturel matériel et immatériel est aujourd'hui un des plus grands atouts de la région et plus particulièrement de la province de Ouarzazate.

¹ Monographie de la région du Souss Massa Draa, Union régionale de la Cgem Souss Massa Drâa, étude réalisée avec le financement de l'Union européenne, projet Paap II, 2010, p. 18.



L'industrie cinématographique est devenue l'un des vecteurs de diversification et de croissance de l'économie régionale du fait de son impact sur plusieurs secteurs qui y sont liés directement ou indirectement¹ : hôtellerie et restauration, artisanat, transports, services, commerce.

1 Monographie de Ouarzazate, CRI DSU – Agadir, 2011.

D'autres établissements et lieux de tournage existent dans le pays, comme les Cinedina Studios de Casablanca. Toutefois, les conditions locales ont favorisé la constitution d'un pôle d'activités qui a permis à Ouarzazate d'accueillir 45 % des 140 tournages étrangers effectués au Maroc entre 2006 et 2010 pour une moyenne d'investissements de 50 millions d'euros par an.³³

La combinaison d'atouts tels que le décor naturel et le patrimoine bâti – dunes, montagnes, kasbah et ksour –, un réseau de communication doté d'un

33 Abdessadek El Alem, Actes de la Conférence « Intelligence économique au service de l'entrepreneuriat régional : un défi pour l'État et les entreprises », Rabat, 2011, p.15.

aéroport international, des capacités d'accueil hôtelier, des mesures incitatives comme l'exonération de la TVA pour tous les biens et services acquis au Maroc, la diminution de la durée de délivrance des visas, des remises sur le transport aérien et l'existence d'une main-d'œuvre expérimentée et qualifiée (artisans, techniciens...) a permis la constitution d'un pôle compétitif de tournage structuré autour de 3 studios : Atlas, C.L.A., Kanzamane et d'un musée du cinéma.

De propriété italo-marocaine, le studio Kanzamane abrite également un centre de formation. Le groupe italien Cinecittà holding, l'Institut Luce, la Région de Latium et le groupe marocain Dagham Films ont contribué à son implantation pour former 200 jeunes Marocains par an aux métiers de l'industrie cinématographique et audiovisuelle.

► L'activité cinématographique à Ouarzazate en chiffres³⁴

Genre	Nombre	Emplois créés	Budget investi en million de dirhams
Longs-métrages	68	94 264	1 925
Courts-métrages	32	116	7,6
Reportages	181	207	9,1
Documentaires	146	299	44,3
TOTAL	429	94 886	1 986

34 Monographie de Ouarzazate, CRI DSU – Agadir, 2011 – années non indiquées.

Comparé à d'autres secteurs de production locale, le potentiel en création d'emplois (temporaires et/ou permanents) du secteur cinématographique est intéressant. Si la moyenne de figurants locaux employés sur chaque tournage était de 200 personnes, 9 films étrangers (l'équivalent de ceux tournés à Ouarzazate en 2012) permettraient à eux seuls d'atteindre en volume les seuils d'emploi des secteurs traditionnels³⁵. Ces chiffres virtuels correspondent au tournage de grands

35 À titre de comparaison, le secteur minier, l'un des pôles principaux de développement économique, a généré, en 2011, 1 856 emplois dans deux sociétés minières et chez leurs sous-traitants. Source : Monographie de Ouarzazate, 2011.

films dont le dernier, *Prince of Persia*, remonte à 2008. Leur réalisation dépend notamment des bouleversements politiques régionaux qui inquiètent les producteurs pour des raisons de sécurité. À ceci s'ajoute la concurrence des studios d'autres pays émergents, d'Europe de l'Est, d'Amérique latine et d'Afrique du Sud.

Pour développer cette filière et tirer parti des atouts naturels et culturels de Ouarzazate, la Province et la Région du Souss Massa Drâa, ont créé une cellule de suivi des affaires cinématographiques³⁶, élaboré

36 Intervention de M. Abdessadek El Alem, actes de conférence citée, p. 16.

une stratégie régionale de développement des métiers du cinéma et mis en place un fonds. Le partenariat public-privé est un axe fondamental de cette stratégie. Un jumelage a été établi avec Hollywood en vue de faciliter le transfert des meilleures pratiques et de bénéficier de l'expertise américaine³⁷.

En 2007, le Conseil de la Région du Souss Massa Drâa, en collaboration avec le Centre cinématographique marocain, a présenté une stratégie pour faire de Ouarzazate le leader de l'accueil de tournages cinématographiques en Afrique à l'horizon 2016. Parmi les 6 axes prioritaires de cette stratégie, on peut retenir la création de la *Ouarzazate Film Commission* sous la forme d'une association qui regroupe l'ensemble des acteurs de cette filière³⁸; le développement – à l'instar du Dreamworld Film City de Cape Town (Afrique du Sud) – d'un lieu unique offrant à un producteur tous les services nécessaires; le recensement et la formation de compétences; la mise en place d'un système d'incitations financières pour les sociétés de production; l'implantation d'une infrastructure englobant les équipements dédiés aux tournages, à la santé, aux télécommunications et à l'animation sur place.

L'objectif visé est de porter le nombre de tournages annuels de 57 à 225 entre 2005 et 2016 et de créer 8 000 emplois dans la région³⁹. Compte tenu du contexte mondial et de la baisse potentielle des tournages de films étrangers, cet objectif ne pourrait être tenu sans augmentation du nombre de films marocains tournés à Ouarzazate. En effet, en 2012, sur 25 tournages de longs-métrages étrangers au Maroc, 9 seulement ont été tournés à Ouarzazate⁴⁰.

Le Conseil régional a par ailleurs initié en 2008 un plan d'appui aux activités pour améliorer l'attractivité de la filière doté d'un Fonds de soutien⁴¹. Les activités favorisant les synergies entre tourisme et cinéma et la location d'équipement sont également

prises en compte⁴². Ce fonds, doté d'une enveloppe globale de 3 M DH, est réservé aux sociétés ayant leur siège dans la région du Souss Massa Drâa et dont le projet entre en cohérence avec la stratégie du Conseil régional pour le développement de l'industrie cinématographique.

Des dispositifs régionaux sont également mis en place par le Centre régional d'investissement, qui met à disposition des entrepreneurs locaux des outils de financement, y compris privés, pour la création d'entreprises. À ceux-ci s'ajoute un Fonds de garantie des industries culturelles (FGIC) qui facilite l'accès au financement bancaire pour les PME des industries culturelles ayant un chiffre d'affaires annuel inférieur ou égal à 20 millions DH⁴³.

Outre la promotion des ressources humaines locales, les missions de la *Ouarzazate Film Commission* concernent également la production nationale dont les statistiques prouvent le dynamisme.

Au Sénégal⁴⁴

Comme au Burkina Faso et en Côte d'Ivoire, les industries culturelles sont en **développement** au Sénégal. Les coûts de production des biens et services culturels ne sont pas systématiquement amortis sur le marché national car la taille de la population et le pouvoir d'achat sont restreints.

Les entreprises évoluent principalement dans l'informel et il est difficile d'en estimer la contribution à la richesse nationale tant une grande partie échappe aux recensements statistiques.

Le secteur de la culture dispose cependant d'un potentiel certain qui peut générer des recettes considérables en cas de succès.

Les résultats de l'enquête (à prendre avec précaution) révèlent que l'ensemble du secteur (édition, audiovisuel, musique et événements culturels) génère au moins 2 455 emplois et 12,5 milliards de FCFA (27,3 millions USD).

37 <http://www.regionsmd.com/cinema.html>

38 Conseil régional Souss Massa Drâa, Hanane Hdadou, le CCM, le Centre régional d'investissement.

39 Intervention de M. Abdessadek El Alem, actes de conférence citée, p. 17.

40 Données 2012, source : Abdessadek El Alem, Secrétaire Général, Ouarzazate Film Commission.

41 Appel à projets du Fonds de soutien aux activités cinématographiques à Ouarzazate, Centre régional d'investissement du Souss Massa Drâa.

42 <http://www.ccisouarazate.com/cinema.php>

43 Monographie de la région du Souss Massa Drâa, p. 44.

44 Profil culturel des pays du Sud membres de la Francophonie. Un aperçu de trois pays de l'UEMOA. Le Burkina Faso, la Côte d'Ivoire, le Sénégal, OIF - 2010. http://www.francophonie.org/IMG/pdf/profil_oif_uemoa_vlegere.pdf

Édition et livres

Près de **30** maisons d'édition, **9** imprimeries, **15** librairies, plus de **60** journaux et magazines, **1** agence de presse, **26** bibliothèques (communales, régionales, nationale, spécialisées, centres culturels...), **47** bibliothèques du réseau « lire en Afrique » et **16** Centres de lecture et d'animation culturelle (CLAC) sont ainsi recensés sur l'ensemble du territoire.

L'édition est un secteur relativement récent au Sénégal puisqu'un embryon d'industrie du livre est né au milieu des années 1970. La production éditoriale est dominée par le français dans un pays où la majorité de la population ne parle pas cette langue. Il existe cependant une édition en langues nationales portée par une forte volonté politique de leur promotion (il existe un fonds d'aide à l'édition). Celle-ci reste malgré tout fragile

compte tenu de la faiblesse de ses débouchés liée au taux d'analphabétisme.

L'enquête réalisée auprès des acteurs de la filière de l'édition – maisons d'édition, de distribution, librairies, agences de presse, journaux, bibliothèques – révèle un chiffre d'affaires du secteur d'environ 8,5 milliards de FCFA (18,3 millions USD) et une contribution à l'emploi de 585 personnes.

Avec un montant de 2,5 millions USD en 2007 et une croissance annuelle moyenne de 26 % depuis 2003, le Sénégal est le plus gros exportateur de livres de l'UEMOA.

Audiovisuel

Précurseur de l'émergence d'un cinéma national en Afrique de l'Ouest, le Sénégal a connu, à partir des années 1990, une dégradation générale qui a entraîné une mutation structurelle de la filière image : cinéma, télévision, vidéo. En effet, le retrait de l'État en matière de production, distribution et diffusion a engendré une crise profonde et durable de la filière et principalement de la diffusion. Il a accéléré la mutation structurelle et technologique de la production rendue possible par l'outil numérique. Ainsi,

l'effondrement de la distribution classique a entraîné celui du réseau d'exploitation passant de 52 salles en 1982 à 15 salles en 2009, provoquant une baisse de la fréquentation et amplifiant le déficit d'exploitation qui, à son tour, a conduit à la fermeture d'un très grand nombre de salles.

En 2010 : 17 films dont 4 longs métrages (2 fictions et 2 documentaires) et 13 courts

métrages ont été produits. Pour l'année 2011, ce sont 20 films dont 4 longs métrages (2 fictions et 2 documentaires). Enfin pour l'année 2012 : 24 films dont 3 fictions (dont le film de Moussa Touré « La pirogue » qui a été récompensée au FESPACO) ont été produits.

Au titre des évolutions engendrées par le numérique, retenons aussi l'émergence de la projection mobile et des festivals pour répondre, sur une plus large échelle territoriale, à la demande nationale qui existe non seulement dans les villes mais aussi en milieu rural. Parallèlement à ce processus, et pour compenser les carences de la distribution, les sociétés de production se chargent de distribuer leurs propres films.

Pourtant, un secteur audiovisuel avec un réel potentiel est en cours de constitution.

Selon une étude de la Mission économique française, ce secteur pourrait avoir un chiffre d'affaires estimé à 15 milliards de FCFA (32,8 millions USD) dont 5,9 milliards pour la télévision. Le secteur publicitaire serait le moteur de cette filière grâce à la libéralisation de la télévision qui a attiré un nombre important de groupes de communication, nationaux et étrangers. Il existe aujourd'hui 6 chaînes de télévision (auxquelles il faut rajouter la récente chaîne TFM détenue pas le chanteur Youssouf Dour) dont une publique et 27 radios privées. Les nouvelles chaînes de télévision connaissent des problèmes techniques mais leur principale difficulté réside dans l'accès très concurrentiel aux ressources commerciales.

Musique

L'enquête réalisée auprès des différents maillons de la filière musicale – studios d'enregistrement, maisons de production, maisons de distribution, vente au détail, scènes – révèle que celle-ci génère au moins 660 emplois et 460 millions de FCFA (1 million USD). 13 salles de répétitions, 12 unités de duplication (industrielles et artisanales), plus de 60 studios d'enregistrement et de montage, 16 maisons de production, 7 maisons de distribution, 16 salles de spectacles sont ainsi recensés sur l'ensemble du territoire. Une très grande majorité des entreprises de ce secteur sont des micro-entreprises (81 %) et il est difficile d'évaluer leur activité étant donné le très faible taux de réponse des structures interrogées concernant leur production et leur chiffre d'affaires. //

12 studios d'enregistrement et de montage, **36** maisons de production, **15** maisons de distribution, **6** stations de télévision, **25** stations de radio (grandes stations et stations communautaires) et **15** salles de cinéma sont ainsi recensés sur l'ensemble du territoire.

► Une demande mondiale de culture en français

Dans les pays où le français est une langue étrangère, ce sont les **Instituts français (IF)** qui portent l'essentiel de l'offre culturelle en langue française, souvent en association avec les Alliances françaises (qui sont de droit local). Projection de films, présentation de pièces de théâtre et d'expositions, organisation de concerts... Les IF sont également le lieu de consultation des journaux, des magazines et des livres francophones, mais aussi la source à laquelle puiser pour emprunter des disques ou des DVD. Susceptibles de vendre, bien que marginalement, certains biens culturels en français, notamment à l'occasion de manifestations exceptionnelles, de type festival, les IF sont surtout un bon indicateur de la demande de produits et services d'expression française. Comme indiqué dans la partie consacrée à l'enseignement de la langue française de cet ouvrage, la hausse du nombre d'inscrits dans ces établissements montre que cette demande croît globalement, mais il n'est pas possible de distinguer et de présenter ici les évolutions liées à l'audience ou à la consommation de produits culturels. On ne peut que renvoyer le lecteur au site de l'Institut français qui propose la carte des 96 établissements présents dans 161 pays du monde en indiquant tout de même que le réseau assure plus de 36 000 projections cinématographiques, accueille 2 000 projets culturels ou artistiques et 120 créateurs en résidence et publie plus de 750 titres français à l'étranger. De la même manière, à un niveau plus modeste, les Délégations générales du Québec (Bruxelles, Londres, Mexico, Munich, New York, Paris et Tokyo), ses Délégations (Atlanta, Boston, Chicago, Los Angeles et Rome) et, dans une certaine mesure, ses Bureaux (Barcelone, Beijing, Berlin, Hong Kong, Moscou, Mumbai, São Paulo, Shanghai, Stockholm et Washington) contribuent également à la promotion et à la diffusion de l'offre culturelle en langue française ; ainsi que les Délégations de Wallonie-Bruxelles que l'on retrouve à Alger, Berlin, Bucarest, Dakar, Genève, Hanoï, Kinshasa, La Haye, Paris (où se trouve également un centre culturel à

part entière), Pékin, Prague, Québec, Rabat, Santiago du Chili, Tunis et Varsovie.

Au-delà de l'offre accompagnée par les réseaux de coopération culturelle du Nord, et pour les pays dont la langue officielle n'est pas le français, il est significatif de constater que pratiquement tous ceux pour lesquels nous avons pu recueillir des informations (102 pays) accueillent ou organisent des manifestations culturelles en français. Non seulement de nombreuses prestations d'artistes d'expression française (chanteurs, comédiens, poètes, plasticiens, photographes, musiciens...) sont signalées et rencontrent un certain succès, mais des initiatives locales révèlent une demande qu'on ne soupçonne pas toujours. Pour **illustrer**, sans pouvoir en rendre compte de façon exhaustive, cette demande de culture francophone, nous allons évoquer les **secteurs du cinéma et du livre** et signaler quelques créations produites directement en français en dehors de tout contexte francophone.

Le cinéma

À titre d'exemple, on peut signaler l'existence de **Festivals** (ou de Semaines) du film francophone (ou français) dans trente pays : Brésil, Chine, Chypre, Cuba, Danemark, Équateur, Fidji, Grèce, Hongrie, Inde, Islande (+ littérature), Israël, Japon, Kenya, Lettonie, Malte, Moldavie (doublé d'un Festival de la chanson francophone, comme en Roumanie), Nouvelle-Zélande, Paraguay, Pays-Bas, Pérou, Qatar, Roumanie, Russie, Serbie (où se déroule également un Festival de théâtre, comme en Slovaquie), Singapour, Slovaquie (qui organise en plus un Festival de poésie et de musique), Slovénie, Suède et Venezuela (qui a fêté la 27^e édition du Festival en 2013).

Créé en 1999, Franska Filmfestivalen en Suède est devenu, en 2013, une structure associative indépendante pour gérer les activités du festival. Ce dernier se déroule au mois de mai sur une durée moyenne de deux semaines en proposant deux à trois séances par jour. Dans l'intervalle, l'association favorise la promotion du cinéma français

ailleurs : deux saisons du cinéma français sont organisées au cinéma le Zita, une à l'automne et une au printemps, proposant au public la projection d'un film par semaine pendant 7 à 8 semaines.

La nouvelle association a pour objectif de soutenir la diffusion du cinéma français et de proposer au grand public suédois une sélection de films présentant le cinéma français dans sa diversité. Le Festival se veut aussi un outil essentiel permettant l'interaction entre les milieux professionnels du cinéma suédois et français et, en 2012, des ateliers et séminaires professionnels ont démarré afin de susciter des synergies internationales. Par ailleurs, un lien est organisé avec les apprenants de français grâce à la plateforme Education Franska Filmfestivalen : un outil éducatif à la fois linguistique et cinématographique (en partenariat avec la coopération française et la chaîne de télévision éducative UR).

La diffusion du cinéma en langue française dans le monde occupe en général une petite niche dans les réseaux de distribution commerciaux (entre 2 % et 10 % des entrées), ce qui fait néanmoins de cette cinématographie la 2^e ou la 3^e la plus populaire après l'américaine, la nationale et/ou celle d'un autre pays voisin. En Australie et en Irlande, par exemple, elle est la première en langue non anglaise. Au Kenya, la société de distribution 234 Media, propriétaire des multiplex Starflix Cinemas au Kenya et en Ouganda, a un solide projet d'implantation du cinéma français, qui devait être lancé en septembre 2014.

Le livre

Outre les pays suffisamment francophones pour produire de la littérature en langue française, et dont ce n'est pas le lieu de faire l'inventaire, il est intéressant de signaler quelques initiatives relevées dans des pays où le français est une langue étrangère. Ainsi, certains pays publient directement en français :

– en **Croatie**, où plusieurs maisons d'édition publient régulièrement des ouvrages en français qui représentent 6,4 % des ventes réalisées entre 2010 et 2012. De nombreux livres croates ont été traduits en français dont une sélection de poèmes sous le titre « Sublimisme balkanique - tome 1 - poètes de Croatie » aux éditions M.E.O. en Belgique.

– au **Laos**, une antenne de la librairie Monument Books, qui commercialise des ouvrages en français, a été créée à Pakxé en septembre 2010 (environ 4 % d'ouvrages en lao ; 66 % en anglais et 30 % en français). Deux maisons d'édition publient des titres en langue française : DokkeD (littérature et ouvrages historiques) et Xang Noy (littérature de jeunesse).

– en **Lettonie**, trois titres ont été édités directement en français en 2012, dont une édition bilingue de « Cet amour » de Jacques Prévert (Žaks Prevērs « Šī mīlestība ») aux éditions Neputns. Les publications en langues étrangères sont diffusées par la librairie Globuss, mais il faut mentionner aussi les librairies J. Rozes, Valters un Rapa, Jumava et Zvaigzne ABC, rattachées aux maisons d'édition correspondantes.

– en **Mauritanie**, les Éditions de la librairie 15/21 ont édité 10 titres en français en 2010-2012 dans le domaine de la littérature et de l'histoire.

– au **Qatar**, la bibliothèque du ministère de la Culture, des Arts et du Patrimoine distribue gratuitement les livres que le ministère publie en français : romans, recueils de poésies, pièces de théâtre, guides. La Librairie Stephan à Doha vend des livres en français ainsi que ceux faisant partie du programme officiel des écoles et lycées français. Au moins une dizaine de livres sont traduits en français de la langue arabe principalement, dont *La Fable du Lac*, de Dalal Khalifa, en 2012.

– en **Slovaquie**, 10 titres ont été publiés en français en 2010 et 9 en 2011.

– en **Thaïlande**, une maison d'édition publie totalement ou partiellement en français : Bamboo Sinfonia et au **Vietnam**, c'est la maison d'édition The gioi.

Au Japon

Deux auteurs japonais écrivent directement en français : Akira Mizubayashi, qui vit à Tokyo et qui a publié deux romans chez Gallimard (*Une langue venue d'ailleurs*, en 2011 et *Mélodie, Chronique d'une passion*, en 2013) et Ryoko Sekiguchi, qui se partage entre Paris et Tokyo, auteur de poèmes et d'essais, qui a publié deux ouvrages chez Argol en 2012 (*L'Astringent* et *Manger fantôme : Manuel pratique de l'alimentation vaporeuse*).

Si la Suède a perdu sa librairie française, *La plume de ma tante*, en 2010, et la Russie la sienne, *Pangloss*, en 2011, quelques exemples subsistent de lieux de diffusion du livre francophone dans des pays où le français est une langue étrangère :

– en **Australie**, on signale la création d'une librairie francophone à Perth : Le Forum.

– au **Danemark**, la librairie française se nomme Franske Bogcafé.

– en **Lituanie**, on signale l'existence d'une librairie française à Vilnius et des sections de livres français qui existent dans d'autres villes.

– au **Nigeria**, une librairie générale a vu le jour en 2010 au sein du Centre culturel français d'Abuja (filiale de Glendora Book Shop, Lagos) qui, outre un fonds anglophone, propose un important rayon des littératures francophones.

– au **Pérou**, la librairie Euromatex s'est peu à peu spécialisée en ouvrages en langue française et offre à présent, en plus des manuels scolaires qui constituent son fonds de commerce, un éventail d'ouvrages de littérature pour enfants, jeunes et adultes, ainsi que des beaux livres.

– en **Roumanie**, la nouvelle librairie française de Bucarest, Kyralina (en référence au personnage *Kyra Kyralina* de Panaït Istrati, auteur roumain de langue française), a ouvert ses portes le 23 novembre 2012. C'est une librairie généraliste avec un espace consacré aux enfants (livres et jeux). La librairie propose également une sélection de livres en allemand.

– à **Singapour**, on note la création d'une librairie entièrement française, The French Bookshop.

– au **Venezuela**, il existe une seule librairie française, qui connaît des difficultés compte tenu de la situation économique.

Créations locales en français

Au **Costa Rica**, un groupe de musique local de chanson française « la Ruta Tambouctou » compose en français. En **Lituanie**, le théâtre CLEF (Cercle lituanien des étudiants francophones) monte une pièce en français par an : « Madame KA » (2010), « Ça, c'est Paris ! » (2011), « 6 rue Chantereine » (2013). En **Roumanie**, parmi les créations locales en français on retrouve les pièces de théâtre de Matei Visniec et le roman de Liliana Lazăr, « Terre des affranchis », roman qui lui a valu le Prix des cinq continents de la Francophonie en 2010. En **Thaïlande**, 2013 a vu la création franco-thaïlandaise de l'opéra de Francis Poulenc « Les Mamelles de Tirésias », sous la direction du chef d'orchestre Nicolas Krüger et avec la participation de la soprano Pauline Courtin (opéra en français, sous-titré en thaï et en anglais). Au **Danemark**, la pièce de théâtre « Thomas Iratus » a été montée par le metteur en scène danois Kristian Husted, jouée pour la première fois à Københavns Musikteater. En **Équateur**, en 2013, la pièce de théâtre « Quartier Kaleidoscope » a été une création locale de Carlos Gallegos, de la compagnie Teatro de la Vuelta. En **Finlande**, en 2013, a été créé l'Opéra *A Puhara* en français (coproduction Opéra Garnier/Académie Sibelius) et a été lancé, à la télévision, *Talo Ranskassa* « Une maison en France », programme très populaire de type télé-réalité. Au sein d'une classe de français d'adultes filmés au jour le jour, le meilleur apprenant remporte une maison dans le sud de la France. Au **Royaume-Uni**, la Tate Modern a organisé la construction d'objets d'art à partir des « dix mots » de la langue française pour la première fois en 2013. En **Suède**, le concours « la francophonie du nord » qui visait à illustrer les dix mots de la francophonie a récompensé un clip intitulé « Le rap de Marie-Antoinette et d'Axel Von Fersen » réalisé par des élèves de l'école Europaskolan de Strängnäs. Au **Venezuela**, le Colegio Francia monte une pièce de théâtre de Yasmina Reza, en 2012. //

► L'économie du livre et le numérique⁴⁵

L'économie globale du livre est aujourd'hui entrée dans une période de transition accélérée. La diversification des modes de lecture et de transfert des documents, la multiplication des acteurs et l'évolution des technologies bouleversent une industrie éditoriale désormais concernée par les téléphones portables, les tablettes tactiles, les logiciels de lecture, les librairies en ligne et toutes sortes de nouveaux procédés d'impression.

Le livre numérique, qui représente de nouvelles perspectives de diffusion et de rencontres entre les productions intellectuelles francophones et le monde, se définit aussi dans le cadre de l'accès technique, de la formation et, en somme, d'une variété d'usages technologiques. Il est dès lors important de **mettre en lumière les différences entre les divers espaces francophones et leurs problématiques spécifiques**, tout en prenant garde de ne pas établir une hiérarchie comme c'est, hélas, souvent l'usage dans le cadre de réflexions consacrées au développement technologique au Nord et au Sud.

⁴⁵ Sur la base d'un article rédigé par Luc Pinhas, maître de conférences Université Paris 13 LabSic/labbox ICCA et Raphaël Thierry, docteur de l'Université de Lorraine/Université Yaoundé 1, chercheur associé au centre « Les Afriques dans le Monde » LAMUMR5115CNRS/Sciences-Po Bordeaux.

Quelques dates clefs

1995 : Amazon lance la première librairie en ligne.

1999 : Première tablette de lecture : le Rocket eBook.

2000 : Amazon ouvre son eBookStore.

2005 : Lancement du format ePub.

2006 : Google lance Google Books, service de consultation de livres.

2007 : Amazon lance le Kindle, liseuse de livres électroniques.

2010 : Lancement de l'iPad, tablette tactile d'Apple.

2011 : Les ventes en ligne de livres numériques de la société Amazon dépassent celles de leurs livres papier.

2012 : Les groupes Bertelsmann (Allemagne) et Pearson (Royaume-Uni) s'associent pour créer Penguin Random House, afin de résister à la concurrence de Google, Apple et Amazon dans le secteur de l'édition.

2013 : Lancement de la Librairie Numérique Africaine (Sénégal).

Questions de terminologie

Qu'entend-on par « livre numérique » ? S'il est courant d'identifier l'édition numérique à une transposition immatérielle du support papier (livre homothétique), l'on compte également trois autres catégories de livrels :
– le **livre-application**, situé entre le support de lecture et le logiciel interactif ;

– la **création numérique d'un éditeur**, qui concerne la publication épisodique de contenus multimédias ;

– le **livre numérique natif** (livre enrichi), qui concerne des supports de lecture hybrides, mêlant textes, images et vidéos.

Par ailleurs, le contenu numérique doit être distingué du support de lecture. Différentes technologies permettent en effet la lecture du livrel : ordinateurs, téléphones intelligents, tablettes tactiles (iPad, Archos, Samsung, Way-C...) et liseuses de type Kindle. À ces supports correspondent des formats (.txt, html, .pdf, ePub, PRC/MOBI, pour ne mentionner que les principaux).

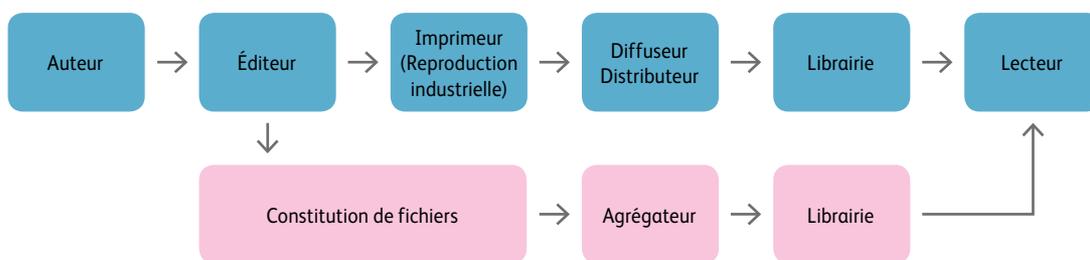
Une chaîne du livre en pleine évolution/révolution

Récente, l'introduction de ces technologies a profondément **modifié la chaîne du livre**. Il est remarquable que les précurseurs du marché n'appartiennent pas au secteur de l'édition : Amazon, Google, Apple font ainsi office de « pionniers » de l'industrie du livre numérique. Les éditeurs « traditionnels », pour leur part, ont initialement tardé à assimiler le numérique à leurs productions, avant d'amorcer le virage avec l'intégration de nouvelles professions : aux fonctions historiques d'éditeur, de directeur de collection et de directeur éditorial se sont peu à peu ajoutés des développeurs Web et autres graphistes en charge du développement technique des livres numériques.

Sur le plan **commercial**, les éditeurs doivent désormais intégrer les nouveaux standards du marché du livre numérique : prix, TVA,

Le circuit du livre

Nous avons choisi de présenter ici les fonctions numériques comme superposées aux processus papier. On peut présenter cependant ce circuit de manière moins linéaire : « la chaîne du livre » devient alors plus « rhizomique ».



Source : V2 © Gilles Colleen/Alliance internationale des éditeurs indépendants. <http://www.alliance-lab.org>.

référencement, sécurité des formats. Internet est de même devenu un outil de promotion essentiel des catalogues, par exemple *via* les réseaux sociaux et les sites d'éditeurs. Enfin, ces derniers développent de plus en plus des interfaces marchandes favorisant une vente directe de leurs ouvrages auprès des lecteurs.

Il est souvent considéré que le coût de production d'un livre numérique, exempt de frais d'imprimerie, est nul. Il n'en est rien. Deux cas de figures se présentent : soit l'éditeur supporte les coûts du prépresse⁴⁶ de l'édition numérique, ce qui est relativement onéreux ; soit l'éditeur convertit ses mises en page papier en numérique, ce qui est alors moins coûteux mais exige, comme le fait remarquer l'éditeur Gilles Colleen, que celui-ci ait « pris soin d'inscrire le processus de fabrication dans une logique de publication multiformats et multisupports » (http://alliance-lab.org/archives/1072?lang=fr#Usq7_ybS4fj). Si ce n'est pas le cas, l'éditeur s'adresse alors à un prestataire externe qu'il rémunère.

Un autre maillon de la chaîne du livre est également en pleine évolution : les **bibliothécaires** développent de manière progressive des catalogues de livrels et des prêts de liseuses et autres tablettes numériques. Des bases de ressources sont aussi régulièrement mises en ligne, à l'image de la bibliothèque numérique, pluridisciplinaire et communautaire ScholarVox (auf.scholarvox.com), inaugurée en 2012, et qui rassemble quarante et un

campus numériques francophones de l'Agence universitaire de la Francophonie.

Enfin, les **maillons de la fabrication, de la distribution, de la diffusion et, bien entendu, de la vente** sont fortement influencés par l'introduction du numérique dans la chaîne du livre. On parle à cet effet d'une « désintermédiation » qui correspond à la suppression de différents acteurs au bénéfice de nouvelles pratiques et intermédiaires : auto-édition, sites dédiés, vente directe par les éditeurs, Apple, Google, etc.

Le Réseau francophone numérique¹

C'est un réseau de bibliothèques nationales francophones dont le but commun est d'assurer la présence du patrimoine documentaire francophone sur le Web et qui jouit du soutien actif de l'Organisation internationale de la Francophonie. Initialement nommé Réseau francophone des bibliothèques nationales numériques (RFBN) – fondé en 2006 –, il devient RFN (Réseau francophone numérique) en mars 2010, suite à la réunion de l'Assemblée générale du Réseau à Paris, qui envisage d'élargir son champ d'action. Le réseau compte aujourd'hui 24 membres répartis dans 18 pays (Belgique, Bénin, Burkina Faso, Cambodge, Canada, Québec (Canada), Côte d'Ivoire, Égypte, France, Haïti, Luxembourg, Madagascar, Mali, Maroc, Sénégal, Suisse, Tunisie, Vietnam).

Depuis, trois autres réunions de l'Assemblée se sont tenues en novembre 2011 à Montréal, en mai 2012 à Rabat et en avril 2013 à Hanoi. Deux missions de formation à la numérisation ont également été organisées, l'une en janvier 2011 à Dakar (Sénégal), menée par BANQ et la BnF, réunissant 26 stagiaires (Bénin, Burkina Faso, Côte d'Ivoire, Mali, Sénégal, Togo) et l'autre en mai 2012 à Rabat au Maroc, menée par BANQ et la BnF. Dix-huit stagiaires ont été formés (Bénin, Burkina Faso, Côte d'Ivoire, Mali, Maroc, Sénégal, Tunisie).

¹ Encadré ajouté par l'Observatoire de la langue française. <http://www.rfnum.org/pages/index.html>



⁴⁶ Toutes les opérations nécessaires à la lecture du livrel qui pose des questions de format, de codage, de programmation... (NDLR)

Équipement et usages du numérique

Dans les pays francophones du Nord

Dans cette perspective, le numérique apparaît alors comme une menace pour certains acteurs de la chaîne du livre. Les librairies traditionnelles sont ainsi exposées au développement de la vente directe des ouvrages par les éditeurs et par les distributeurs numériques, de même qu'à la multiplication des librairies et vendeurs en ligne. Ce phénomène est particulièrement tangible au niveau francophone.

Le maillon stratégique de la distribution est tout particulièrement affecté par la donne numérique. Les nouveaux acteurs en ce domaine peuvent être à la fois entrepôts numériques, agrégateurs, distributeurs et vendeurs en ligne, en même temps que prestataires de services pour accompagner les éditeurs dans leur démarche de numérisation des contenus. La création de telles structures est primordiale pour tenter de contrer autant que faire se peut l'hégémonie de l'oligopole Apple, Amazon, Google ou encore Kobo et ses systèmes de lecture souvent verrouillés. Les éditeurs, libraires et bibliothécaires québécois, dans leur grande majorité, se sont entendus avec une entreprise innovante locale, De Marque, pour développer « l'Entrepôt numérique », pièce désormais maîtresse de la présence du livre québécois sur la toile. Les éditeurs français agissent en ordre plus dispersé avec, entre autres, Numilog (Hachette), ePlateforme (Éditis), Éden-Livres (Gallimard, Flammarion, La Martinière...), Immatériel ou encore ePage qui est prestataire de services et interface entre éditeurs et libraires.

La plateforme YouBoox⁴⁷ présente un modèle original en offrant un accès simple à un catalogue de plus de 50 000 livres dans tous les genres (romans, BD, guides pratiques ou de voyage...) disponibles à tous moments par une connexion Internet pour lecture sur téléphones intelligents et tablettes. Le financement est assuré par la publicité, mais un abonnement est possible qui permet d'accéder à un catalogue plus riche et surtout disponible hors connexion et sans publicité.

En Suisse, l'Office du livre de Fribourg, principal distributeur sur le marché romand, a mis en place la solution e-readers.ch qui suscite un grand intérêt de la part des éditeurs et libraires belges.

En 2013, la grande majorité des foyers des pays de la Francophonie du Nord possèdent un ordinateur et, dans une moindre mesure, sont connectés à Internet, le plus souvent désormais à haute vitesse. C'est ainsi le cas de quatre foyers sur cinq au Québec (étude CEFRIO/NETendances) et de trois sur quatre en France (étude Médiamétrie/Université Paris-Dauphine). Seules les populations les plus âgées (au-delà de 64 ans) échappent à ce mouvement ; elles sont équipées dans une proportion bien moindre et restent encore, pour les plus de 75 ans, largement démunies de connexion à domicile. Par ailleurs, l'équipement en appareils mobiles se répand largement : 42 % des foyers québécois possèdent un téléphone intelligent (le pourcentage est équivalent en France), 27 % une tablette et 12 % une liseuse.

L'ordinateur, surtout portable, demeure pour l'heure le support le plus utilisé pour la lecture, avec la liseuse. Des variations sont toutefois à noter. Ainsi, en Belgique, 7 lecteurs sur 10 téléchargent et lisent sur ordinateurs des formats PDF, tandis qu'en France la liseuse occupe une place bien plus importante. Cependant, la percée de la tablette numérique dans la population des lecteurs au cours des trois dernières années apparaît tout particulièrement remarquable et de nature à changer la donne : selon les études, de 42 à 45 % des lecteurs français (et d'abord la tranche 35-49 ans) en sont ainsi d'ores et déjà équipés et l'utilisent pour la lecture, ce qui est de nature à privilégier le développement du format ePub, vers lequel se tournent de plus en plus les éditeurs. Le téléphone intelligent, pour autant, n'est pas négligé par les utilisateurs les plus jeunes, par ailleurs sensibles aux campagnes de promotion, telle celle menée par l'Apple store pour les fêtes de la fin de l'année 2012.

Contrairement à ce que l'on pourrait parfois penser, si Internet modifie les façons de consommer la culture, les personnes qui s'adonnent à des pratiques de consommation des médias sur Internet sont aussi celles qui fréquentent le plus les établissements culturels et, en particulier, les librairies, selon une enquête sur les pratiques culturelles

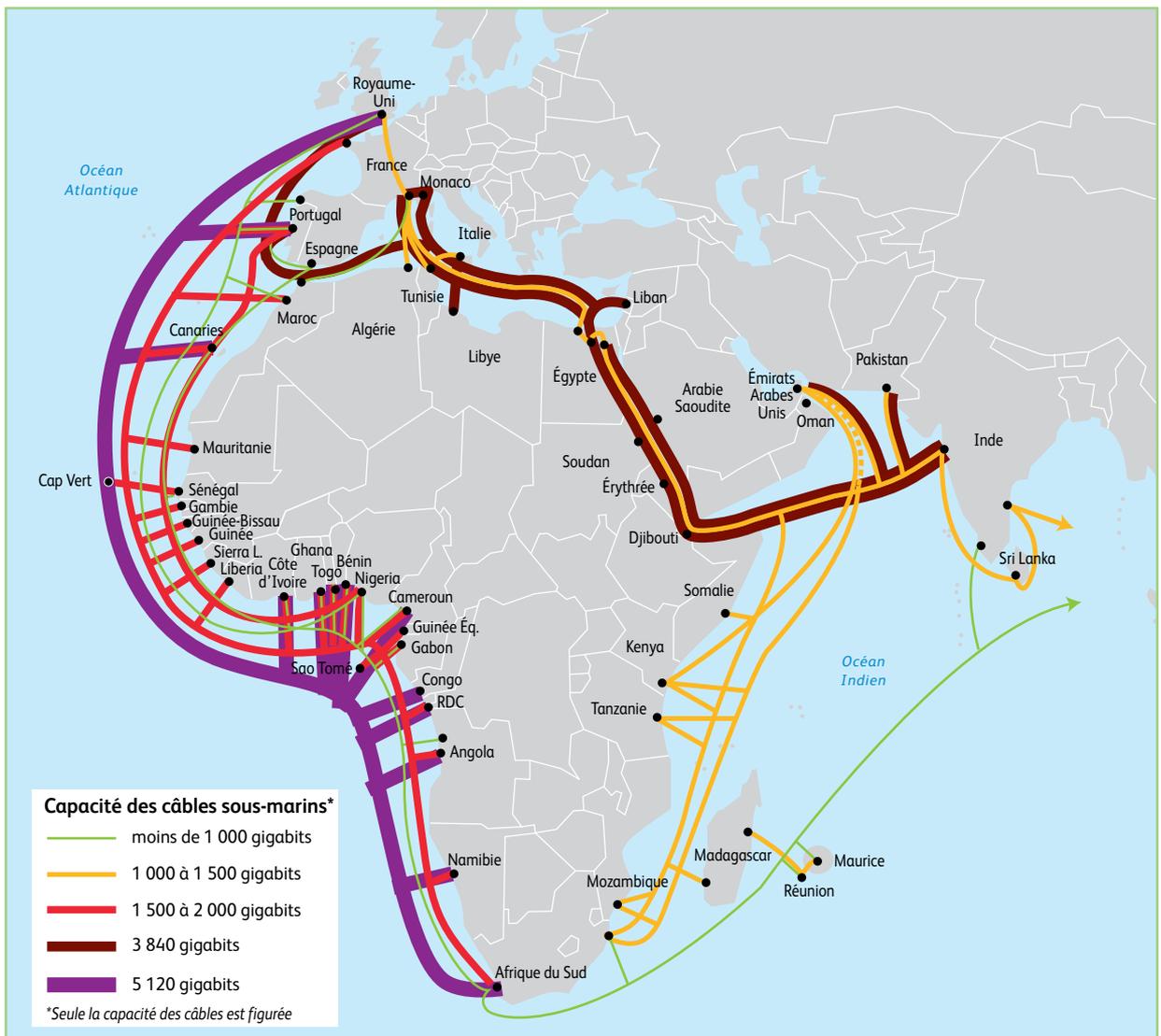
⁴⁷ Cet exemple a été ajouté par l'Observatoire à l'article original des auteurs.

menée au Québec pour le compte du ministère de la Culture en 2012 (*Survot*, juin 2012). Ainsi, les lecteurs de livres numériques seraient avant tout des lecteurs dont la pratique s'intensifie et qui estiment acheter autant de livres qu'auparavant, selon le dernier Baromètre SOFIA/SNE/SGDL publié en France. Ce dernier indique par ailleurs que les lecteurs français acquièrent à 55 % leurs livres en payant et qu'ils préfèrent largement pour l'heure le paiement à l'acte plutôt que le prêt, la location ou encore l'abonnement, ce qui diffère sensiblement du public québécois, plus disposé au prêt. Les usages illicites ne sont pas absents, mais restent néanmoins limités par rapport à la musique, au cinéma ou aux séries télévisées. La littérature est d'autre part très largement en tête des livres lus ou consultés par le public français.

L'accès à Internet en Afrique

À partir des années 2005-2006, l'accès au haut débit dans le monde représente un important tournant technologique. Cette étape se traduit par un aménagement numérique des territoires pour faire baisser les prix et accroître la distribution et la qualité du débit d'Internet. C'est dans cette dynamique que Hamadoun Touré, directeur africain de l'Union Internationale des Télécommunications, organise à Kigali en 2007 la rencontre « Connect Africa ». Cet événement aura une influence importante sur l'accès à Internet du continent. L'année 2009 marque ainsi le début de grands chantiers d'implantation des câbles de fibre optique en Afrique.

Implantation des câbles sous-marins de fibre optique, 2011



On estimait alors que le développement du débit Internet africain devait être multiplié par soixante entre 2009 et 2013 (Source : Annie Chéneau-Loquay, *L'Afrique en développement*, n° 234). Cette évolution se traduit par une relative extension de l'accès aux réseaux sans fil pour les particuliers, même si le coût du matériel informatique demeure encore globalement élevé et d'un niveau peu abordable pour les Africains. D'autre part, et bien que considérable, cette évolution reste confidentielle comparée à l'échelle internationale : en 2013, l'Afrique ne représente que 5 % des internautes dans le monde. L'évolution technologique la plus spectaculaire semble plutôt concerner la téléphonie, avec un taux de pénétration continental de 68 % et une croissance annuelle de 40 %. De la sorte, on observe un développement extensif des réseaux 4G par l'intermédiaire des téléphones intelligents qui favorisent un accès à Internet sans nécessairement passer par l'ordinateur. 70 % de ces téléphones devraient disposer d'une connexion en 2014. Une telle extension des technologies téléphoniques favorise de nouvelles opportunités de relais et de diffusion pour l'édition numérique, selon l'éditeur argentin Octavio Kulesz, auteur d'une étude sur l'édition numérique dans les pays en développement (<http://alliance-lab.org/etude/?lang=fr>).

Les principales tendances du marché

Le « décollage du livre numérique » serait-il en train de se produire dans le monde francophone, ainsi que semble le penser, pour l'Hexagone, le Syndicat de l'édition française (SNE) ? Des indices le donnent à penser mais la situation demeure contrastée, comparée notamment aux marchés américains et britanniques. Une distinction nette doit par ailleurs être opérée entre la vente en ligne d'ouvrages essentiellement papier d'une part, la production et la commercialisation de livres proprement numériques, homothétiques ou enrichis, de l'autre.

La **vente en ligne**, relativement marginale jusqu'alors, s'est installée, dans les pays francophones du « Nord », comme canal de vente important dans la seconde moitié des années 2000, soit lorsque l'accès à Internet et, surtout au haut débit, s'est généralisé. En

France, la vente en ligne ne représentait en 2005 que 3,2 % des ventes totales de livres, mais atteignait déjà 13,1 % en 2010 et s'établissait à 17 % en 2012. Au Canada dans son ensemble, 25 % des achats de livres se font en ligne, contre, il est vrai, 42 % en volume sur le marché britannique et 44 % aux États-Unis.

Le marché du livre proprement numérique commence pour sa part tout juste à se développer. Alors qu'il représenterait en 2013 21 % en exemplaires et 11 % en valeur de l'ensemble des ventes de livres grand public aux États-Unis, il ne comptait en 2012 que pour 3 % du chiffre d'affaires des éditeurs français, supports physiques de type DVD compris, soit 81,8 M €, selon le SNE. Au Canada, le livre numérique occuperait déjà, pour la même année, 15 % du marché du livre, mais seulement 4 à 5 % au Québec. Il est vrai que la situation diffère grandement d'une catégorie éditoriale à l'autre. Les ouvrages professionnels et techniques et les ouvrages de sciences humaines et sociales semblent ainsi les principaux contributeurs au chiffre d'affaires de l'édition numérique, de même que la littérature (entre 5 et 8 % des ventes d'exemplaires en moyenne chez Hachette France, par exemple, en 2013), et notamment la littérature dite « de genre », suivie du pratique, en particulier à travers les guides de voyage. Une enquête IPSOS menée au printemps 2013 pour le compte du Partenariat interprofessionnel du livre et de l'édition numérique (PILEn) montre ainsi qu'en Belgique wallonne 36 % des livres de la catégorie « sciences, techniques et médical » sont d'ores et déjà lus sous forme numérique et 31 % pour la catégorie « Management, gestion économie ». En revanche, les livres illustrés semblent relativement peu touchés. Ainsi, seuls quelques milliers de téléchargements du dernier Astérix ont été effectués, alors que 1,9 million d'exemplaires papier ont été mis en place.

Il est vrai que, jusqu'à récemment, le nombre de titres proposés en version numérique, restait relativement restreint : de l'ordre de 70 000 en France en 2010 contre près d'un million aux États-Unis ou en Grande-Bretagne mais pas plus de 80 000 en Allemagne et de l'ordre de 10 000 en Espagne ou en Italie (source Rüdiger Wischenbart, *The Global e-book market*). Le rapport Lescure⁴⁸ évoque pour sa part 100 000 livres numériques en France en 2013.

⁴⁸ Mission « Acte II de l'exception culturelle », rapport de Pierre LESCURE « Contribution aux politiques culturelles à l'ère numérique », mai 2013.

Par ailleurs, la loi française du 1^{er} mars 2012 sur l'exploitation numérique des œuvres indisponibles du XX^e siècle doit permettre la numérisation et l'exploitation patrimoniale, par l'intermédiaire d'une société de gestion collective, d'un corpus de 230 000 à 500 000 titres de langue française.

Il n'en reste pas moins que **diverses résistances viennent s'opposer à la lecture numérique, tout particulièrement en France**. Parmi les principales raisons, sont ainsi invoqués, outre la forte densité du réseau de librairies physiques :

- une réticence à la lecture numérique qui serait partagée par près de 80 % des Français ;
- un prix moyen du livre numérique trop élevé, bien plus qu'aux États-Unis par exemple, et trop proche du prix du livre papier, alors que la demande attend un prix proche de celui du livre au format de poche ;
- la concurrence entre produits culturels attisée par la multiplication des tablettes tactiles ;

- enfin, et surtout, la complexité de l'acte d'achat, du fait d'un manque d'interopérabilité, de la concurrence entre plateformes, de la diversité des formats conjugée à l'insertion de dispositifs de protection (GND - gestion numérique des droits et DRM *digital rights management*) contraignants, du manque d'informations, ou encore des difficultés liées au transfert et au téléchargement (étude Médialib de Sciences Po/MOTif). Par ailleurs, 98,5 % des bibliothèques municipales françaises ne proposaient encore, en 2011, aucun livre numérique, entre autres du fait de l'absence d'un cadre juridique du droit de prêt d'ouvrages numériques (d'après l'Observatoire de la lecture publique). Les éditeurs français s'opposent par ailleurs au prêt numérique de leurs fichiers dans les bibliothèques québécoises, alors même qu'un service de plus en plus populaire a été mis en place par ces dernières (*bibliopresto.ca*). Ce dernier profite pour l'heure essentiellement au développement numérique des éditeurs et libraires québécois, dans la mesure où les achats des collectivités passent obligatoirement, du fait de la loi 51, par les librairies agréées de la province.

Pourtant, le nombre de lecteurs de livres numériques augmente de manière régulière. Ainsi, de 15 à 20 % des Français,

selon les études, ont déjà lu un livre numérique (en totalité ou en partie) et 2,5 % en ont acheté un. Au Québec, 10 % de la population a déjà téléchargé un livre numérique, mais seulement 9,1 % parmi les locuteurs qui ont le français comme langue maternelle, contre 21,1 % pour les autres. Dans la communauté de langue française de Belgique, quatre lecteurs sur dix déclarent avoir déjà lu un livre numérique et 18 % des achats de livres seraient effectués au format numérique (source IPSOS/PILEn). **C'est pourquoi s'expriment de nombreux espoirs de voir le marché du livre numérique francophone s'étendre largement au cours des années à venir et opérer un certain rattrapage par rapport aux marchés anglophones.**

Pour l'heure, le téléchargement unitaire de livres homothétiques semble occuper l'essentiel du marché, bien loin devant l'achat de livres - applications (en augmentation toutefois) ou l'abonnement à des ouvrages à lecture en flux. La BD se singularise cependant grâce à la mise en place, depuis 2010, d'*Izneo*, première plateforme européenne en ce domaine qui propose à la fois l'achat à l'unité d'ouvrages avec une politique de petits prix, des locations sur dix jours et des formules d'abonnement mensuel. Le livre enrichi, quant à lui, pâtit pour l'heure d'un modèle économique incertain eu égard aux coûts de développement importants qu'il exige. Malgré quelques très belles expérimentations (notamment en livres de jeunesse, livres d'art ou BD) dues aux principaux éditeurs francophones du Nord, il ne se vend guère, sauf pour les guides de voyage de type Le Routard. D'autres projets sont également menés par des associations francophones œuvrant au Sud, comme par exemple Écritures de la Terre (www.ecrituresdelaterre.net).

Il convient enfin de noter le développement tout à fait significatif de l'auto-édition qui remplace l'édition à compte d'auteur de naguère, largement répandue dans les pays du Sud, au Maroc entre autres, faute d'un tissu développé d'éditeurs. Ce phénomène est notamment de nature à ouvrir de nouvelles perspectives à la création des pays francophones du Sud et à faire entendre de nouvelles voix.

Depuis deux ou trois ans, la plupart des éditeurs francophones du « Nord » publient leurs nouveautés simultanément au format papier et au format numérique, enrichissant considérablement l'offre, ce qui devrait encourager la demande.

Si le numérique modifie fortement la chaîne du livre dans la francophonie du Nord, l'influence des librairies en ligne et des livrels, aussi bien que des tablettes de lecture, est encore à l'état de champ d'observation dans les pays du Sud. Alors que l'on référence encore peu de données précises au sujet des différents espaces francophones, des « sphères » d'impulsion émergent ces dernières années.



Maisons d'édition numériques (Afrique-Moyen-Orient)
Nouvelles Éditions Numériques Africaines (Sénégal), Le Nègre International (Sénégal)

Maisons d'édition physiques et numériques (Afrique-Moyen-Orient)
Clé (Cameroun), Abis (Sénégal), Presses Universitaires d'Afrique (Cameroun), Amalion (Sénégal), Sirocco (Maroc), Tamyras (Liban), Lettres de Renaissances (Sénégal), Arcade (Sénégal), Frat Mat éditions (Côte d'Ivoire), NEAS (Sénégal), Oxyzone (Sénégal), In/Dev-Consulting (Cameroun), Maguilen (Sénégal)

Parmi les espaces témoins, on retiendra en particulier le Maghreb, certains pays d'Afrique subsaharienne et le Liban. Une distinction semble en outre nécessaire entre l'accès au livre numérique du Nord dans la Francophonie du Sud et l'accès au livre numérique du Sud. Encore embryonnaires, les initiatives menées par des maisons comme les **Nouvelles Éditions Numériques Africaines** sont souvent étouffées par l'intervention d'ONG qui subventionnent des projets numériques sans forcément favoriser de débouchés commerciaux. De fait, la fracture numérique entre la Francophonie du Nord et la Francophonie du Sud, qui justifie le plus souvent une aide technologique – le cas échéant à l'édition numérique –, se trouve parfois entretenue par les mécanismes d'aide eux-mêmes. D'une façon similaire, au niveau des contenus, on s'interrogera sur la marge que des initiatives de dons de tablettes numériques telles que Worldreader ou Millionbooks laissent aux opérateurs économiques africains, à l'image de la société congolaise VMK, qui développe et commercialise

la première tablette numérique africaine Way-C et le téléphone intelligent Elikia... On rejoint ici les questionnements liés au don de livres à destination des pays du Sud et à l'influence de ces mécanismes sur les chaînes locales du livre. De même, les projets étrangers se heurtent, comme le rappelle l'éditrice Marie-Michèle Razafintsalama (éditions Jeunes Malgaches), à l'adaptabilité des contenus proposés aux contextes locaux. Dans cette idée, ce sont les usages qui doivent forger les technologies, et non l'inverse.

Le numérique, une chance pour les pays du Sud ?

Le livre numérique représente-t-il alors une opportunité pour les pays francophones du Sud ? S'agit-il, pour reprendre une interrogation soulevée par Octavio Kulesz, d'une imitation des usages du Nord, ou bien d'une évolution autonome ? Une chose est certaine : le développement de la lecture numérique suggère un recul de l'analphabétisme. Alors que, selon le projet Digital Africa, 80 % des enfants de moins de 8 ans vont apprendre à lire sur un écran connecté ou un téléphone mobile à l'horizon 2020, l'adaptation des contenus numériques aux téléphones paraît essentielle en Afrique. Une nouvelle génération d'opérateurs comme la société congolaise VMK ou les Nouvelles Éditions Numériques Africaines se trouve alors face à un marché tout à fait prometteur.

À un autre niveau, le procédé d'**impression à la demande**⁴⁹, encore absent du paysage francophone du Sud, suggère de nombreuses perspectives, à l'image de ce qui s'expérimente en Afrique du Sud. L'éditeur Serge Kouam Dontchueng (Presses Universitaires d'Afrique, Cameroun) propose à ce sujet de développer des liens avec les terminaux d'impression à l'étranger. Il s'agirait alors non pas de créer un marché local de tirage à la demande, mais plutôt d'étendre les frontières de vente de la production locale au-delà des seules frontières nationales (source : http://www.institutfrancais.com/sites/default/files/Etude_diffusion_livre_africain.pdf).

⁴⁹ Mode de publication qui a pour principe de servir instantanément les ouvrages demandés. Les tirages sont déclenchés par la commande du client.

L'éducatif a également tout à gagner au développement de l'édition numérique dans la Francophonie du Sud. À cet égard, l'évolution de l'entreprise tunisienne Sanabil Med, créée dès 2004, mérite l'attention. Sa fondatrice, Sana Ghenima, est à l'origine de la mise en place du premier portail éducatif en Tunisie qui, outre des CD Rom et des jeux interactifs, propose des contes numériques, en français, en arabe et en anglais. Dans un autre domaine, le religieux est également touché par l'édition numérique avec la création, en Tunisie toujours, de la première structure éditoriale dédiée à l'islam, Islam e-Books.

L'accès à l'information éditoriale se développe d'autre part de plus en plus avec l'essor des bases de données culturelles. C'est notamment le cas du portail multiculturel Sudplanète, développé depuis 2007 dans le cadre du programme européen ACP Culture +, à partir duquel sont progressivement lancés 21 portails nationaux de l'Aire Afrique-Caraïbe-Pacifique. La diffusion numérique de l'information éditoriale, grâce aux bases de données Internet, contribue à une nouvelle visibilité des productions physiques et numériques des pays francophones du Sud.

Le numérique devient enfin un outil de promotion des littératures francophones, à l'image du *Panorama des littératures francophones d'Afrique* publié par l'Institut français en 2012 (<http://www.institutfrancais.com/sites/default/files/01-Panorama-HD.pdf>) ou du projet de mise en réseau Littafcar (<http://littafcar.wordpress.com>).

Ces possibilités pour l'édition, la commercialisation, la diffusion et la promotion numériques se heurtent toutefois à la question de l'assimilation du numérique par les principaux opérateurs du livre que sont les éditeurs et les libraires. Il est admis que le paysage du livre francophone a connu un important essor depuis les années 1990. Or, la génération de professionnels qui ont depuis développé leurs activités s'est majoritairement formée sur des schémas économiques traditionnels. La formation à l'édition numérique, ainsi que l'utilisation des ressources libres, représentent alors un enjeu majeur pour le livre numérique dans la Francophonie du Sud.

La vente du livre : les librairies francophones face au numérique

Dans les pays francophones du Nord

De façon assez évidente, le paysage de la vente du livre se trouve fortement affecté par l'essor du livre numérique et de la vente en ligne et, au premier chef, par la puissance d'action des plateformes globales de produits culturels, Amazon, Apple et Google, dernier venu en 2012 avec Google Play. Pierre Lescure, dans son rapport à la ministre française de la Culture, estime ainsi que les deux premiers détiennent d'ores et déjà près de 50 % du marché des ventes de livres numériques en France. Les chaînes de librairies et les librairies indépendantes sont les premières touchées par les mutations en cours qui font parfois craindre pour leur survie.

En France, grâce à la loi sur le prix unique et à ses améliorations ultérieures (modification de l'article 3 sur les commandes des collectivités), le réseau de librairies reste encore aujourd'hui l'un des plus denses au monde, et s'est trouvé appuyé par un certain mouvement de « localisme » dans les pratiques de consommation qui a favorisé les librairies de quartier, au moins dans les zones urbaines fortement peuplées. Pourtant, la situation économique des librairies s'est inexorablement dégradée au cours des dernières années sous les effets conjugués de la hausse des loyers et des charges, de la crise économique et de la montée en puissance de la vente en ligne. Cette dernière occupait déjà, en 2012, 17 % de parts de marché, dont la majeure partie au profit d'Amazon et de ses pratiques anti-concurrentielles, si bien que la firme de Seattle, pour cacher sa puissance, a fait pression sur les instituts de sondages afin que ses résultats soient désormais agrégés à ceux de la librairie de deuxième niveau. Sa politique agressive a toutefois suscité de nombreuses réactions, dont témoigne notamment l'enquête de Jean-Baptiste Malet, *En Amazonie* (Fayard, 2013). Le parlement français a adopté à l'unanimité, le 3 octobre 2013, une loi encadrant la vente de livres à distance qui interdit désormais le cumul de la gratuité des frais de port et de la remise de 5 % autorisée par la loi Lang, combat de

plus de dix ans mené par le syndicat de la librairie française. De son côté, le ministère de la Culture, après avoir déployé le label « Librairies indépendantes de référence », a annoncé en mars 2013 la mise en place d'un plan d'aide pour un montant de 9 M€. L'horizon s'est toutefois assombri pour la vente du livre en magasin, durant cette même année 2013, avec la liquidation judiciaire de la chaîne de produits culturels Virgin, puis la mise en cessation de paiement de la principale chaîne de librairies, Chapitre. De son côté, le portail de la librairie indépendante, *1001 libraires*, n'aura fonctionné que quelques mois, avant de fermer en mai 2012. Quelques grandes librairies françaises, comme Mollat, Decitre ou Gibert ont cependant créé des sites de vente en ligne performants, de même que les librairies de l'Est parisien sous le label *Librest*. Enfin, deux grands portails regroupant des librairies indépendantes en France, mais aussi en Belgique et en Suisse se sont mis en place : *Lalibrairie.com* et *Leslibraires.fr*.

Au **Québec**, les libraires indépendants ont su s'organiser de façon plus précoce, plus collective et plus convaincante pour prendre position dans la vente en ligne. Les libraires québécois, mais aussi ceux des provinces maritimes et de l'Ontario francophone, se sont ainsi regroupés depuis 2007 en une association, Les librairies indépendantes du Québec (LIQ). Elle est à l'initiative de deux sites promotionnels et transactionnels de la production francophone canadienne qui apparaissent riches et bien structurés : *Rue des libraires* et *Livres québécois*, consacré entièrement pour ce dernier à la production québécoise. LIQ publie et diffuse aussi très largement, dans les librairies adhérentes, les bibliothèques et les lieux culturels, un magazine bimestriel gratuit consacré à l'actualité littéraire, *Le libraire*, qui est aussi disponible en ligne. En 2012, le livre numérique vendu au Québec et à l'étranger a représenté 30 % des ventes totales pour *Livres québécois*, en faisant un vecteur majeur de la diffusion de l'édition québécoise. Les deux grandes chaînes de librairies québécoises, Archambault et Renaud-Bray, ont également développé leur site de vente en ligne. Pour autant, les faillites et fermetures de librairies se sont multipliées en 2013 au Québec, rendant la situation d'autant plus préoccupante face à la montée en puissance des grandes

surfaces discount qui ne vendent que des best-sellers à prix cassé et à la concurrence sur le marché d'Amazon Canada. Un vaste rassemblement d'auteurs, d'éditeurs et de libraires s'est donc créé depuis deux ans sous l'appellation « Sauvons les livres », pour réclamer l'instauration d'un prix fixe sur les nouveautés durant neuf mois (et la limitation de la remise autorisée à 10 %) qui toucherait tant le livre imprimé que le livre numérique. Ils sont notamment appuyés par un mémoire rédigé par le vice-président du grand agrégateur québécois de contenus numériques, De Marque, au nom de la sauvegarde de la bibliodiversité.

Le combat similaire mené par les libraires et éditeurs indépendants en **Suisse** a pour sa part échoué face à une consultation populaire défavorable, bien que les cantons romands aient voté majoritairement pour. Les libraires indépendants romands, avec l'appui de l'Office du livre de Fribourg, ont toutefois mis en place depuis 2010 le site de ventes de livres numériques *e-readers.ch*, une plate-forme qui permet à l'internaute d'attribuer son achat à la librairie de son choix, soutenant ainsi la diversité de la librairie sur le territoire.

De son côté, l'étude IPSOS/PILEn montre, d'une part, qu'en **Belgique** deux livres sur dix sont déjà achetés au format numérique, d'autre part que le canal d'acquisition privilégié à 48 %, est celui des grands opérateurs internationaux, contre 20 % à peine pour les sites des librairies, qu'elles soient uniquement en ligne (11 %) ou qu'elles proposent des magasins physiques conjoints (9 %). L'une des principales librairies en ligne de livres numériques francophones, *meslivresnumériques.be*, a été développée par la branche belge du groupe Actissia (propriétaire des librairies Chapitre en France) qui détient cinq librairies sous l'enseigne Libris Agora.

Dans les pays francophones du Sud

Dans la Francophonie du Sud, la vente en ligne reste encore balbutiante, sauf sans doute pour les ouvrages professionnels, et se voit opérée en direct par quelques éditeurs, à l'image des Presses Universitaires d'Afrique (**Cameroun**), de Tarik éditions (**Maroc**) ou des éditions Amalion (**Sénégal**), qui ont lancé des sites marchands. Quelques initiatives très intéressantes ont par ailleurs été développées ces dernières années, à l'image de *Ceresbookshop*, qui commercialise

les ouvrages des principaux **éditeurs tunisiens**, mais aussi d'autres éditeurs francophones. Le portail a été ouvert en 2011 par les éditions Cérès, l'une des toutes premières structures éditoriales à s'être développée, dès 1961, dans les pays recouvrant leur indépendance. Le portail *Algerie-livres* s'inscrit, quant à lui, dans une logique nationale en proposant uniquement des ouvrages édités en **Algérie**. De son côté, l'essor de *Livranoo.com*, librairie en ligne créée dès 2000 à Saint-Denis de **la Réunion**, témoigne du dynamisme de cette île et du développement du commerce électronique dans son économie. Son catalogue propose une large sélection d'ouvrages publiés par les éditeurs des Mascareignes ou sur cette région et sur les Terres australes françaises. Pour sa part, *Livremoi*, espace culturel et librairie installés à **Casablanca**, entend proposer l'intégralité du catalogue francophone aux lecteurs marocains.

Le projet le plus ambitieux, enfin, est développé à partir du **Liban**. *Bookwitty* entend en effet se positionner comme une grande plateforme de distribution internationale de livres grâce à des entrepôts de transit situés à Beyrouth, Paris, Londres et New York. L'originalité de l'entreprise tient en ce qu'elle souhaite développer une offre axée sur la diversité éditoriale et linguistique, et une capacité à fournir des livres « de niche » en s'appuyant sur les stocks de Cedar Books (société mère) et sur une mutualisation des stocks des libraires affiliés à la plate forme. Selon son fondateur, Cyril Hadji-Thomas, le catalogue de *Bookwitty* compte à ce jour vingt millions d'ouvrages disponibles en six langues (anglais, français, arabe, espagnol, italien et allemand).

Alors que ces différents projets s'inscrivent dans le champ de la commercialisation en ligne d'ouvrages physiques, l'expérience de la **Librairie Numérique Africaine** (LNA), consacrée aux productions numériques africaines, fait office de projet pionnier dans le domaine. Lancée en décembre 2013, cette plateforme permet l'achat et le téléchargement d'ouvrages exclusivement africains. Les œuvres qui y sont commercialisées peuvent être lues « sur ordinateur, tablette tactile, téléphone intelligent et liseuse à encre numérique », explique Marc-André Ledoux, directeur des Nouvelles Éditions Numériques



Africaines⁵⁰. Le catalogue de la LNA recense actuellement 118 publications issues de douze maisons d'édition de Côte d'Ivoire, du Cameroun et du Sénégal.

En ce qui concerne les collectifs d'éditeurs, *African Books Collective* (ABC), qui rassemble près de cent trente maisons d'édition du continent, a développé un riche catalogue de livres numériques. L'association fonde son modèle économique sur le principe de l'impression à la demande pour les ouvrages postérieurs à 1994. Ce schéma présente l'avantage de limiter les coûts de gestion des stocks. ABC ne propose toutefois pas encore de version numérique des ouvrages francophones représentés (ceux de Senso Unico au Maroc et du Codesria⁵¹ au Sénégal) que l'on peut seulement commander. Pour sa part, l'association d'éditeurs francophones d'Afrique subsaharienne *Afrilivres*, qui rassemble 33 maisons d'édition et référence 1 100 titres, remet à jour sa base de données en ligne depuis août 2012. *Afrilivres* ne propose pas encore d'interface marchande, mais des réflexions sont actuellement menées dans ce sens par le collectif. Enfin, l'Oiseau Indigo est une

⁵⁰ Amadou Maguette Ndaw, « Promotion du livre : La première librairie numérique africaine a été lancée », *Le Soleil*, 18 décembre 2013.

⁵¹ Conseil pour le développement de la recherche en sciences sociales en Afrique.

association française qui assure la diffusion au Nord d'une trentaine de catalogues de la Méditerranée, du Monde Arabe et de l'Afrique subsaharienne, notamment *via* le portail de localisation en librairie *Placedeslibraires* (société

Tite-Live). En janvier 2014, l'Oiseau Indigo a inauguré un partenariat avec *Bookwitty* pour la vente en ligne des ouvrages en diffusion par l'intermédiaire de la librairie L'Alinéa (Martigues).

► Principales librairies francophones en ligne

Algérie	www.algerie-livres.com
Belgique	www.librairiewb.com
	www.lalibrairie.com (France et Suisse aussi)
France	www.leslibraires.fr
	www.librest.com
	www.fnac.com
	www.chapitre.com
	www.gibertjoseph.com
	www.decitre.fr
	www.placedeslibraires.fr
	www.librairielalinea.fr
	www.mollat.com
	www.sauramps.com
	www.furet.com
	www.soumbala.com
	www.librairiedialogues.fr
Liban	www.bookwitty.com
	librairieantoine.cite-du.net
Maroc	www.livre moi.ma
Québec	www.leslibraires.ca
	www.livresquebecois.com
	www.archambault.ca
	www.renaud-bray.com
Sénégal	librairienumeriqueafricaine.com
Suisse	www.e-readers.ch
	www.payot.ch
Tunisie	www.ceresbookshop.com
La Réunion/Océan Indien	www.livranoo.com

Numérique et exception culturelle : les politiques publiques

L'exception culturelle est-elle soluble dans le numérique ? La plupart des professionnels du livre francophone ne le pensent pas et ne le souhaitent pas. Ils demandent par suite instamment aux pouvoirs publics d'assurer la

continuité des politiques publiques face aux velléités de domination oligopolistique des grands acteurs transnationaux d'Internet, Amazon, Google, Apple, voire Kobo, qui entendent régner demain sur la distribution, la diffusion et même l'édition des livres papier comme numériques. Tel est le sens du mouvement « Sauvons les livres » qui se développe au Québec depuis deux ans. Les gouvernements francophones, de même que

l'OIF, s'inquiètent aussi d'une dérégulation sauvage qui viendrait notamment menacer le tissu dense des éditeurs et des libraires indépendants et mettre en péril la bibliodiversité, en même temps qu'ils sont soucieux d'aider au développement du marché du livre numérique de langue française. Le gouvernement français a par exemple confié à Pierre Lescure, ancien PDG de Canal Plus, le soin de conduire une mission intitulée « Culture-Acte 2 de l'exception culturelle » dont le rapport, qui couvre les différents champs culturels et fait de nombreuses propositions, a été remis en mai 2013 à la ministre de la Culture.

L'intervention des pouvoirs publics peut prendre trois directions principales : l'encadrement juridique et l'incitation fiscale, la régulation du marché et la mise en place de mécanismes de redistribution sélective (aides financières). Dans tous les cas, les mesures envisageables ou déjà opérationnelles contrecarrent une logique libérale absolue. La France a ainsi adopté en mai 2011 une loi sur le prix unique du livre numérique, fixé par l'éditeur, qui prolonge la loi Lang de 1981. Avec le Luxembourg, dont la fiscalité est similaire, elle s'est aussi opposée à la politique de la Commission européenne en appliquant depuis le 1^{er} janvier 2012 un taux réduit de TVA au livre numérique homothétique, là où Bruxelles considère ce dernier comme une prestation de service et exige un taux plein. Les deux pays se retrouvent du coup poursuivis devant la Cour de justice européenne. Les professionnels québécois du livre se sont pour leur part mobilisés de plus en plus fortement pour obtenir de la puissance publique une loi qui fixe le prix des nouveautés, papier comme numériques, et spécifie que c'est à l'éditeur que revient cette fixation dans les deux cas. Les professionnels belges et suisses sont dans le même état d'esprit.

Un accord a également été signé en France, sous l'égide du ministère de la Culture, pour adapter le contrat d'édition à l'ère du numérique, à la suite d'un rapport demandé au professeur Pierre Sirinelli. Il doit conduire à une réforme du Code de la propriété intellectuelle et à la mise en place d'un Code des usages de nature à apaiser les relations entre éditeurs et auteurs (en particulier en intégrant la possibilité d'une « cession limitée dans le temps »), même si

ces derniers souhaitent aller plus loin et se voir garantir une meilleure rémunération. L'adaptation du contrat d'édition se pose tout autant dans les autres pays francophones. Au Canada, la loi sur la modernisation du droit d'auteur (loi C-11), votée en 2012, suscite les critiques conjointes des auteurs et des éditeurs, lesquels dénoncent les nombreuses exceptions au droit d'auteur qui y ont été introduites et estiment qu'elle ne permettra pas de lutter facilement contre le piratage, ce qui était censé être l'un de ses objets...

Les conditions du prêt numérique demeurent par ailleurs à définir dans la plupart des pays francophones. Aucun cadre juridique n'est ainsi adapté en France, en Belgique, au Québec ou encore en Suisse où la rémunération des auteurs au titre du droit de prêt fait actuellement débat. Des expériences sont pourtant menées. La mise en place au Québec, depuis mars 2012, du consortium *BiblioPresto* permet aux bibliothèques de la province d'acheter des livrels auprès des librairies agréées puis de les mettre à disposition des lecteurs sur la plateforme *pretnumerique.ca*. Un verrou GND (Gestion numérique des droits, DRM en anglais) implante une chronodégradabilité du livrel emprunté qui est prêté de manière unique (et non à travers une démultiplication des copies) à l'exemple du livre papier, ce qui est de nature à tempérer les inquiétudes des éditeurs. Au bout d'un an, 265 000 livrels auraient été empruntés pour 46 000 titres.

En France et en Belgique, le projet « Prêt numérique en bibliothèque », conduit par Dilicom et soutenu par le Centre national du Livre, entend associer libraires, éditeurs et distributeurs numériques pour proposer des prêts en téléchargement chronodégradables ou en lecture en ligne. Le projet n'en est cependant pour l'heure qu'à la phase de test.

Par ailleurs, divers systèmes d'aides ont été adoptés par les pouvoirs publics des pays francophones du Nord pour soutenir l'enrichissement de l'offre numérique et sa diffusion. Ils passent en règle générale par des structures dédiées au soutien de la chaîne du livre, des industries culturelles en général ou d'un secteur culturel spécifique : Société de

Le 25 septembre 2014, TV5MONDE a lancé *bibliothequenumerique.tv5monde.com*. Cette plateforme propose 201 ouvrages de plus de 80 auteurs francophones, téléchargeables gratuitement en version PDF et Epub, qui sont disponibles sur tous les supports, comme les liseuses, tablettes, téléphones intelligents et autre ordinateur.

La Bibliothèque numérique de la francophonie des Amériques

À l'occasion du Salon international du livre de Québec, le Centre de la francophonie des Amériques a lancé, en avril 2014, la Bibliothèque numérique de la francophonie des Amériques. Elle permet d'emprunter gratuitement jusqu'à quatre ouvrages en français pour une lecture sur tablettes électroniques ou via Internet, en format ePub ou PDF. La sélection actuelle compte des centaines d'ouvrages issus des catalogues de grandes maisons d'édition francophones dont Dominique et Compagnie, Hurtubise, de l'Isatis, Québec Amérique, La Courte Échelle, Bayard Canada.

développement des entreprises culturelles (SODEC) au Québec, Centre national du Livre (CNL) ou Centre national des arts plastiques (CNAP) en France. Elles peuvent également être gérées directement par le ministère de la Culture, comme c'est le cas en Belgique pour le Fonds d'aide à l'édition. Ces soutiens financiers portent d'abord sur la numérisation des fonds éditoriaux, mais aussi sur des développements multimédias, la mise en place de sites collectifs d'éditeurs ou de libraires, ou encore la création de plateformes de diffusion de catalogues numériques. D'autres aides se portent vers la numérisation des

fonds patrimoniaux dans les bibliothèques (cf. encadré sur le RFN p. 451), en particulier à travers les programmes de numérisation de la BnAQ et de la BNF (programme Gallica).

Il reste enfin à souligner que l'OIF soutient l'exception culturelle à travers le monde

depuis le Sommet de Maurice de 1993 et a été le plus ardent soutien de la Convention sur la protection et la promotion de la diversité des expressions culturelles, signée à l'Unesco en 2005. Or, ainsi que le souligne Pierre Lescure dans son rapport, la nouvelle donne numérique nécessite plus que jamais dans les négociations commerciales bilatérales et multilatérales « de défendre avec force [...] la spécificité du traitement des services culturels ».

Se pose alors la question des politiques publiques en matière de livre numérique dans les pays francophones du Sud. Alors que la filière du livre *in extenso* demeure prise en compte de façon fort variable par les pouvoirs en place, les contours d'une législation numérique semblent encore à définir dans la plupart des États. Si le président du Sénégal, Macky Sall, en a appelé, en décembre 2013, à une « alliance nationale

pour le numérique », celle-ci ne concerne pour le moment que la télévision.

Les perspectives de la formation dans les pays francophones du Sud

Dans un contexte évolutif, le regard des professionnels du Sud se porte alors vers l'information et la formation. En répondant à une enquête de l'Alliance internationale des éditeurs indépendants (AEI) en 2011, des éditeurs d'Afrique subsaharienne soulignaient plusieurs obstacles à leur transition vers le numérique : manque de savoir-faire, fonds des maisons d'édition pas systématiquement numérisés, piratage très répandu, absence d'appuis du secteur public et prix des logiciels prohibitifs.

Des pistes sont depuis explorées, en tête desquelles figurent **le transfert de compétences dans le cadre de rencontres en marge d'événements consacrés au livre et l'appel aux aides financières existantes pour la conversion des fichiers**. Par ailleurs, des rencontres de réflexion, d'échange d'expériences et de formation sont régulièrement organisées par plusieurs institutions : le Labo numérique de l'AEI, le Bureau international de l'édition française (Bief), le Syndicat national de l'édition, le Centre africain de formation à l'édition et à la diffusion (Cafed) ou encore le Kitab (organisation consacrée au développement de l'industrie du livre et à la promotion de la lecture à Abou Dhabi et dans les Émirats arabes unis).

Il s'agit de concevoir des programmes de formation dans le cadre d'une collaboration entre institutions et opérateurs professionnels. Dans cette perspective, une collaboration avec des pôles universitaires comme le Campus

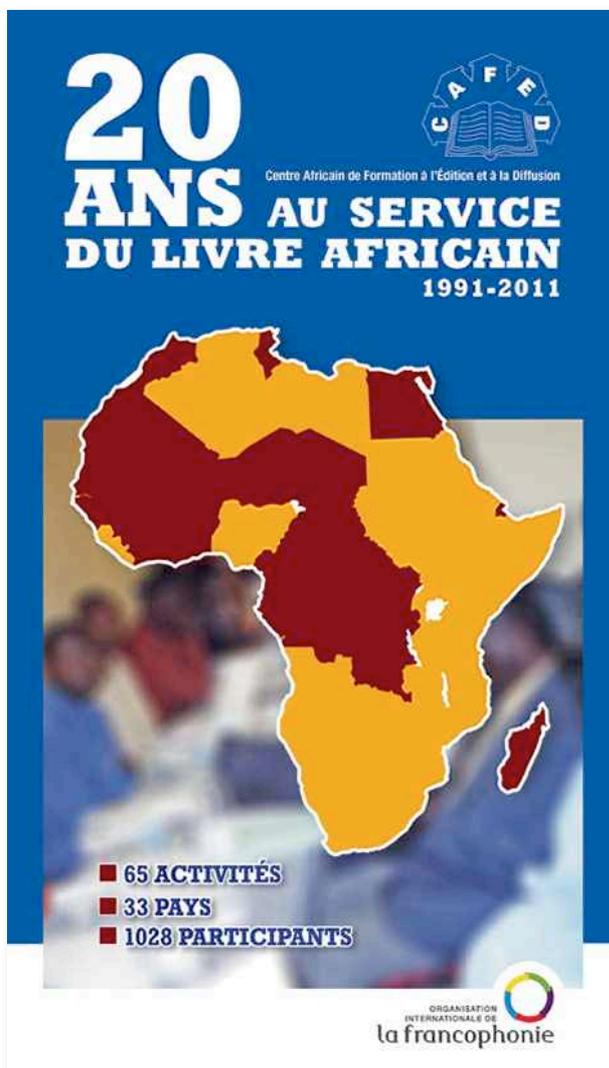
La bibliothèque numérique de l'AUF (www.bibliotheque.auf.org) met à la disposition des étudiants et des professeurs près de 220 ouvrages disponibles en texte intégral répertoriés dans un catalogue pluridisciplinaire.

numérique francophone (CNF) de l'Agence universitaire de la Francophonie à Dakar représente une piste pleine de potentialités. Ces programmes permettent aux opérateurs du livre de se familiariser avec les questions techniques (numérisation, programmes et formats de mise en page) et juridiques (droits d'auteur, contrats d'édition et de distribution), de même que d'appréhender les données majeures du volet économique (stratégie de prix, coûts des différents services).

En ce qui concerne les réalisations concrètes, en 2012, le Cafed a notamment sollicité l'Association francophone des graphistes libres (<http://afgral.org>) pour développer un programme de formation visant à aider les éditeurs africains à mieux intégrer les logiciels libres dans leurs flux de production (Gimp, Scribus, Inkscape, Fontforge). Il concerne tant les éditeurs, que les maquettistes, les illustrateurs, les graphistes ou encore les décideurs. À la suite

d'une formation à la publication assistée par ordinateur au Cafed, les éditions Jeunes Malgaches (Prediff) ont par exemple produit un premier ouvrage avec des logiciels libres (*Rois et reines de Madagascar*).

La politique de volontariats internationaux de l'OIF (un jeune est pris en charge pour travailler pendant une année dans une maison d'édition du Sud) à destination des maisons d'édition africaines semble tout aussi prometteuse. Ce programme qui propose à un volontaire de passer une année dans une maison d'édition en Afrique a permis à Tarik Éditions (Maroc) et aux Presses Universitaires d'Afrique (Cameroun) d'inaugurer leurs sites de vente en ligne. Il conviendrait toutefois sans doute d'intégrer à présent davantage la formation à l'édition numérique dans les cursus des universités du Sud, pour que la bibliodiversité à l'heure d'Internet puisse vivre vraiment et se développer. //



1. L'espace économique francophone

4. LE FRANÇAIS, UNE LANGUE DE TRAVAIL ET DES AFFAIRES

La compétence linguistique, bien que faisant partie des mentions obligatoires à faire figurer sur les curriculum vitae, n'est pas toujours valorisée dans les pratiques professionnelles et l'évolution des carrières des individus. On s'aperçoit notamment, comme l'explique Claude Truchot ci-dessous, que la question linguistique n'est que très rarement intégrée à la gestion d'une entreprise ou d'un groupe. Outre les problèmes d'efficacité ou même de sécurité que cela pose dans certains cas, on peut considérer que

cette « négligence » les prive d'occasions de transformer cette ressource afin qu'elle crée de la valeur, ce qui est pourtant la vocation de toute entreprise.

De leur côté, les professionnels ont non seulement mesuré l'**intérêt de partager, à un niveau international, une langue commune de travail**, mais ils ont également décidé de défendre ses intérêts, donc leur marché, leur influence et leur culture professionnelle, en se regroupant en réseau (cf. « Les réseaux professionnels francophones », p. 478). //

► Langue française et gestion linguistique dans les entreprises internationales¹

Pour comprendre les pratiques linguistiques actuelles dans les entreprises françaises, il est utile de se reporter en arrière. Entre les années 1950 et 1980, l'économie française s'est structurée autour de grandes entreprises. Ce type de développement est dû à l'action de l'État qui contrôlait une large part de l'économie et poussait à la concentration par la planification, et à la prospérité de cette période appelée les Trente Glorieuses. S'appuyant sur le marché français, ces entreprises ont été en mesure de se développer sur le marché mondial où elles ont implanté réseaux et filiales. Cette stratégie internationale les confronte à des questions de langues. Bien qu'elles les abordent de manière très empirique, on peut considérer qu'elles adoptent des pratiques qu'on peut qualifier de « trilingues » : elles s'appuient sur le français, en France et hors de France ; elles font appel à l'anglais mais comme langue d'échanges et non comme langue de travail interne ; elles s'efforcent d'implanter leurs réseaux et filiales dans les langues des pays d'implantation.

Le français est évidemment la langue de travail sur le territoire français. Dans les années 1980, le Québec prend alors appui sur les pratiques linguistiques des entreprises françaises pour élaborer le corpus terminologique nécessaire à la mise en œuvre de la politique de francisation (cf. « Le français, langue du travail au Québec », p. 473) des entreprises. Des équipes sont envoyées sur place pour enregistrer ces pratiques et les décrire. Les pratiques linguistiques adoptées dans les stratégies internationales s'appuient sur cet ancrage en France où se trouvent l'actionnariat et la gouvernance, le siège social, les secteurs sensibles (recherche et développement, les sources d'informations), une part importante des implantations et des salariés.

Au début des années 1990, Rhône-Poulenc qui était alors le premier groupe français de

chimie et pharmacie, employait en France la moitié de ses 90 000 salariés, tout en réalisant 75 % de son chiffre d'affaires à l'étranger et en étant présent dans 140 pays. L'entreprise déclarait alors être un agent actif de diffusion du français. Ainsi, les cadres étrangers de l'entreprise, en Italie, en Allemagne, en Espagne et même aux États-Unis (dans sa filiale Rorer), affirmaient-ils avoir l'habitude de s'exprimer en français (Moiroud, 1993, cf. bibliographie en annexes, p. 485).

On trouve des pratiques et stratégies « trilingues » semblables en Allemagne dans les grandes entreprises. En revanche, des stratégies fort différentes sont adoptées dans les pays d'Europe du Nord. Leurs langues étant de diffusion limitée, le choix de ces pays et de leurs entreprises a été de miser sur l'anglais. Les ressources financières des États à cette époque leur ont permis d'investir sur cette langue dans les systèmes éducatifs, en garantissant un haut niveau de connaissance dans le cadre de politiques égalitaires en assurant un accès égal pour tous. L'anglais devient la langue de base du développement international des entreprises. En 1975, le constructeur automobile Volvo instaure l'anglais comme « langue de l'entreprise », ce qui signifiait que la communication écrite devait être rédigée dans cette langue et qu'elle devait être utilisée oralement dès qu'une personne qui n'était pas de langue suédoise était présente. Volvo sera suivi par toutes les grandes entreprises des pays nordiques.

Un processus d'anglicisation accélérée

Le mouvement d'internationalisation des entreprises se poursuit dans les années 1980 avec la vague de privatisation des entreprises et services publics impulsée dans l'Europe communautaire par la mise en place du Marché unique. Mais à la fin des années 1990 de profondes modifications

¹ Article rédigé par Claude Truchot.

des pratiques linguistiques se mettent en place. On voit ainsi se manifester en France, comme en Allemagne et dans d'autres pays, des groupes issus de fusions d'entreprises qui annoncent que désormais l'anglais est la langue de l'entreprise ou du groupe.

En 1999, Rhône Poulenc et Hoechst, son concurrent allemand, fusionnent et les dirigeants de la nouvelle entité, appelée Aventis, déclarent que la langue de l'entreprise sera l'anglais. Un haut dirigeant français affirmait alors que le vice-président allemand et lui-même « parlaient d'une même voix, en anglais, la langue officielle de l'entreprise » (*Le Monde*, 8 février 2000).

Ces évolutions peuvent évidemment être mises en rapport avec la mondialisation telle qu'elle s'est développée à partir des années 1990. Il est maintenant admis dans la plupart des analyses que les multiples concentrations, fusions, acquisitions, absorptions, restructurations, délocalisations, qui se sont succédé à partir des années 1990 sont dues à la mainmise du système libéral financier sur l'économie². La totalité des grandes entreprises françaises a été engagée dans ce processus. Un bon nombre en ont été des agents actifs : les quarante entreprises référencées dans l'indice boursier CAC 40 sont des groupes multinationaux dont la majorité se

classe dans les cinq premiers rangs mondiaux de leur secteur. Ces groupes sont maintenant intégrés dans la financiarisation à l'échelle planétaire et participent aux transformations qui en résultent. Mais beaucoup d'entreprises ont aussi été

absorbées par des groupes étrangers, perdant souvent leur identité. Toutes en tout cas ont été intégrées de manière accélérée dans un processus d'internationalisation.

Comme exemple significatif, on peut citer le groupe pharmaceutique Sanofi, issu du groupe pétrolier Elf créé par l'État, et qui a absorbé en 2004 la branche pharmaceutique d'Aventis. Selon le journal *Le Monde* du 4 octobre 2012, son capital était alors détenu à 62,2 % par des actionnaires étrangers et 91 % des ventes s'effectuaient hors de France.

² C'est notamment souligné par Jean-Louis Beffa, ancien président de Saint-Gobain (2013, *La France doit agir*, Seuil).

Il employait 28 000 personnes en France, soit le quart de ses effectifs, le groupe précisant que 80 % d'entre eux travaillaient pour l'international. Seul un tiers environ des hauts dirigeants étaient français.

La contribution des groupes étrangers au processus d'internationalisation est également importante. Selon l'INSEE (Institut national de la statistique et des études économiques), ils représentaient en 2007 24 % des emplois salariés dans des entreprises grandes et moyennes. Mais cette internationalisation affecte plus ou moins leur fonctionnement en France même selon leurs activités. Les filiales de commercialisation tendent plutôt à se fondre dans le paysage économique et linguistique français, à la différence des implantations industrielles qui ont souvent des relations étroites avec la maison mère.

Les PME (petites et moyennes entreprises) et les ETI (entreprises de taille intermédiaire) s'internationalisent quand leurs activités sont tournées vers l'exportation ou l'importation, ou quand elles sont sous-traitantes de grands groupes. Mais en France, la part de ces entreprises dans l'économie est moindre qu'en Allemagne et en Italie, et dans l'ensemble, elles sont moins tournées vers l'exportation.

Ces processus modifient profondément la communication des entreprises et posent de multiples problèmes de langues. Face à ces problèmes, la tendance dominante est de se tourner vers l'anglais et de l'utiliser dès qu'une question de communication internationale se pose. C'est ce qu'on peut nommer le « **tout anglais** ». Le choix du recours à l'anglais peut s'expliquer par le fait que les dirigeants ne connaissent pas d'autres solutions, mais il est probable aussi que beaucoup de dirigeants ne veulent pas en connaître d'autres. L'anglais devient ainsi la langue de la gouvernance, de la communication officielle, des réunions, des documents qui circulent dans les différentes implantations, des outils de travail de référence comme de l'intranet. Les autres langues ne sont pas absentes mais leur rôle devient mineur, local, et même dans certains cas marginal.

Lors du colloque intitulé *Le tout anglais dans l'entreprise : mythes, réalités et recherche*



L'anglais s'insère le plus souvent comme un état de fait, n'ayant pas fait l'objet de décisions expliquées, encore moins d'un dialogue social, sans que les conséquences en soient envisagées.



d'alternatives, organisé par le syndicat CFE-CGC (Confédération française de l'encadrement - Confédération générale des cadres) en mars 2012³, un délégué du personnel d'Alcatel-Lucent montrait comment ce processus s'est mis en place dans ce groupe : « En 2006, Alcatel, entreprise française, équipementier des télécommunications, rachète l'américain Lucent, qui était moribond. Les toutes premières négociations qui ont suivi la fusion ont porté sur la répartition des postes. Elles ont eu lieu en anglais. Les Américains se sont appuyés sur la langue pour faire pencher la balance en leur faveur, les Français n'arrivant pas à exprimer leurs arguments de manière suffisante, à comprendre tout ce qui était dit, surtout quand les interlocuteurs faisaient exprès de ne pas être compris. Le résultat est que sur 13 membres du comité de direction, 7 sont américains et seulement 2 sont français. Ceci se répercute à tous les échelons. L'anglais est la langue au quotidien dans l'entreprise, avec de multiples répercussions sociales et même économiques négatives. »

Toutes les entreprises ne s'engagent pas de manière aussi abrupte dans la voie de l'anglais. Mais ce cas n'est pas du tout isolé. Les entreprises américaines, britanniques, canadiennes généralisent ou étendent actuellement l'usage de l'anglais. C'est un changement de cap. En France, si l'usage de l'anglais dans les multinationales issues des pays anglophones a toujours été effectif, il était resté longtemps limité aux rapports avec le siège social, la pratique normale sur les sites étant de travailler en français. Interrogé par une équipe de chercheurs de l'université de Strasbourg⁴, le PDG français de la filiale en France d'une multinationale américaine de l'industrie

alimentaire soulignait que l'entreprise a eu longtemps un fonctionnement décentralisé, la maison mère se montrant très souple sur les questions de langues. Mais depuis le début des années 2000, le siège américain impose l'usage de l'anglais dans son siège européen situé à Munich : « La haute direction est de plus en plus américaine, ce qui n'était pas le cas. Là-bas [à Munich], la plupart des gens parlent anglais. » Elle l'impose aussi à ses filiales et même dans ses rapports avec ses partenaires et ses clients.

On peut se référer au cas, devenu emblématique, de GEMS (General Electric Medical Systems), fabricant d'appareils médicaux de haute technologie. Cette filiale de General Electric est passée progressivement dans les années 1990 à l'anglais intégral, ce qui a donné lieu à un conflit du travail qui s'est terminé devant les tribunaux⁵.

⁵ Arrêt de la cour d'appel de Versailles du 2 mars 2006. La loi sur la langue française du 4 août 1994, dite loi Toubon, a introduit dans le Code du travail plusieurs dispositions sur les pratiques linguistiques dans les entreprises, dont la principale est un article selon lequel l'usage du français est obligatoire pour tout document comportant des obligations pour le salarié ou des dispositions dont la connaissance est nécessaire pour l'exécution de son travail.

Témoignage d'une représentante du personnel, déléguée CGT de GEMS (CGT, 2010 ; Truchot, 2014)

« Le personnel ne s'est pas tout de suite rendu compte des changements linguistiques et de cette disparition progressive du français et des autres langues. C'était une évolution insidieuse. On se retrouvait avec le seul anglais. Au bout du compte, il n'y avait plus de documents de travail, de communication interne, de logiciels de travail en français. Tout ce qui concernait la marche de l'entreprise était en anglais, y compris les formations techniques. La compréhension de la vie de l'entreprise échappait totalement à un grand nombre de salariés, ce qui était pour eux une situation intolérable. »

³ Le colloque a été organisé par la commission plurilinguisme de la CFE-CGC créée à l'initiative de Bernard Salengro, secrétaire national chargé des conditions de travail (CFE-CGC, 2012). La CFE-CGC syndique des cadres et techniciens et compte environ 130 000 adhérents.

⁴ Le Groupe d'étude sur le plurilinguisme européen de l'université de Strasbourg a été intégré de 2005 à 2010 au projet européen DYLAN (Dynamique des langues et gestion de la diversité) du Sixième Programme cadre de recherche de l'Union européenne http://www.dylan-project.org/Dylan_fr/home/home.php. L'équipe était composée de : Arlette Bothorel-Witz, Thiresia Choremi, Dominique Huck, Irini Tsamadou-Jacoberger, Claude Truchot. La contribution strasbourgeoise à ce projet s'est appuyée sur des enquêtes conduites dans cinq entreprises situées en Alsace.

Ces pratiques se développent également dans les entreprises européennes qui ont instauré l'anglais comme langue de l'entreprise et qui l'étendent à leurs filiales françaises. Une équipe de chercheurs de l'université de Bâle a décrit le cas d'une grande entreprise suisse de l'industrie pharmaceutique, qu'ils nomment Pharma A (Lüdi, 2010), qui a converti à l'anglais intégral son siège social à Bâle. Déclaration d'un responsable des ressources humaines au siège social de Pharma A lors d'un entretien : « Alors, c'est relativement simple, chez nous c'est *English only* [...]. Qui ne sait pas l'anglais n'a pas d'avenir ici. Nulle part. Ici c'est l'anglais. Et ça va jusqu'aux assistants. C'est une dominance de l'anglais presque jusqu'à l'arrogance. Si quelqu'un décroche l'écouteur, on attend de lui qu'il s'adresse à vous en anglais. » L'extension de ces pratiques à la filiale française a été vivement dénoncée lors du colloque de 2012 de la CFE-CGC.

L'usage de l'anglais se développe aussi dans de nombreuses entreprises françaises,

surtout dans les domaines où l'on désigne l'anglais comme « la langue de » : la finance, l'informatique, l'aéronautique, l'électronique, l'industrie pharmaceutique, l'hôtellerie haut de gamme. Dans ces entreprises, la gestion des questions de langues autrement que par le recours à l'anglais véhiculaire n'est même pas envisagée.

Dans les entreprises françaises, le recours à l'anglais est souvent une conséquence de la standardisation du fonctionnement à l'échelle internationale dans une perspective de réduction des coûts (*lean management*) : dans toutes les implantations, les mêmes documents de travail et d'information technique, les mêmes outils informatiques sont utilisés sans être adaptés aux langues des salariés. On peut citer l'exemple du groupe Danone qui avait installé dans un de ses sites en Isère un logiciel professionnel entièrement en anglais équipant par ailleurs les autres sites du groupe dans le monde. Selon le syndicat CGT, environ 200 des 300 salariés de l'entreprise étaient amenés à utiliser ce

« La langue de l'aéronautique »

Lorsque le consortium Airbus a été créé au début des années 1970 par les principaux constructeurs aéronautiques français et allemands, espagnols et britanniques, l'anglais a été choisi comme langue commune, sans que les autres langues soient explicitement prises en compte. Une autre gestion linguistique faisant une part équitable aux différentes langues n'a pas été recherchée, alors même que ce consortium résultait d'un accord gouvernemental. Ce statut de l'anglais a été conforté quand les groupes fondateurs d'Airbus ont fusionné en 2000 dans EADS (European Aeronautic Defence and Space)¹. EADS justifie ce choix en invoquant la neutralité de cette langue par rapport aux pays fondateurs et le fait que l'anglais est « la langue de l'aéronautique et du spatial » (DGLFLF, 2010).

Cette attribution d'un domaine à l'anglais s'étend aux compagnies de transport aérien qui attendent des pilotes qu'ils apprennent le fonctionnement des appareils dans cette langue. ALTER, un syndicat de pilotes d'Air France, avait demandé à ce que les documents exclusivement en anglais décrivant le fonctionnement de certains appareils fassent l'objet d'une traduction validée en français. La direction de la compagnie a refusé au motif que l'anglais est « la langue internationale de l'aéronautique » et que les pilotes étaient formés à cette langue. Le syndicat avait fait observer que la connaissance effective de l'anglais par les pilotes ne les empêchait pas de bricoler chacun pour soi des « traductions sauvages » plus ou moins valides, ce qui posait de sérieux problèmes de sécurité. ALTER s'est tourné vers la justice qui a dû décider de ce qu'était la « langue internationale de l'aéronautique ». Non sans mal, puisqu'elle a successivement donné tort en instance, puis raison en appel, puis à nouveau tort en cassation au syndicat de pilotes. La cour de cassation a jugé que l'aéronautique devait avoir une langue internationale². Le jugement apparaît très contestable car même si on peut admettre que la navigation aérienne doit avoir une langue commune pour des raisons de sécurité, cela n'implique nullement que le fonctionnement des appareils soit décrit dans une seule langue et qu'on doive apprendre à les faire fonctionner dans cette seule langue.

1 EADS devrait prendre le nom de sa filiale Airbus en 2014.

2 Arrêt de la Cour de cassation du 12 juin 2012.

logiciel. La CGT ainsi que les représentants du personnel, faute d'avoir obtenu de la direction que le logiciel soit traduit, ont assigné Danone en justice et obtenu gain de cause.⁶

Conséquences sociales désastreuses, impact économique négatif

Le choix de miser sur la seule langue anglaise, de développer son utilisation de manière accélérée, de multiplier les domaines d'usage génère de nombreuses **conséquences négatives pour le personnel des entreprises**. Les salariés les plus anciens, les plus âgés, sont marginalisés. La compétence linguistique passe de plus en plus souvent avant la compétence professionnelle. L'utilisation de l'anglais lors de réunions, censée rassembler les participants, exclut de fait une partie d'entre eux. Leur compétence professionnelle n'est pas mise à contribution. C'est une perte pour l'entreprise. Pour les intéressés, c'est une frustration. Il se crée un sentiment de dévalorisation qui induit souvent une attitude de renoncement.

Les conséquences pour les salariés sont le stress et la souffrance au travail. Le stress devient particulièrement pénible lorsque les entretiens d'évaluation annuels ont lieu dans une langue étrangère, d'autant que ces entretiens sollicitent en principe une forte implication des personnes et portent sur leur personnalité aussi bien que sur leur bilan et leurs objectifs professionnels. Cette pratique, fréquente dans les filiales de groupes américains, a été dénoncée lors du colloque CFE-CGC. Les problèmes posés par l'usage imposé d'une langue étrangère ont pris une telle ampleur qu'ils sont maintenant reconnus dans les accords entre les partenaires sociaux sur le stress au travail.

Le recours systématique à l'anglais est à l'origine de multiples problèmes. De nombreux choix linguistiques qui paraissent évidents à certains responsables ont en fait un impact négatif. Ainsi, la pratique se répand de faire utiliser par le personnel de toutes les filiales

d'un même groupe des logiciels informatiques en anglais, notamment la suite bureautique Microsoft Office. Or, même dans un contexte d'internationalisation, la version anglaise ne sert à rien pour exercer son métier sur un poste de travail en France. Les collaborateurs travailleront plus lentement, utiliseront de manière plus restreinte les ressources informatiques mises à disposition, commettront des erreurs.

Les risques posés par la compréhension de documents en langues étrangères sont souvent sous-évalués. Or les conséquences économiques d'une compréhension partielle ou erronée peuvent être considérables, par exemple dans les appels d'offre, les documents juridiques. Lorsque des questions de sécurité sont en jeu, les conséquences peuvent être désastreuses.

Les risques posés par les problèmes culturels sont mieux connus et de nombreuses entreprises ont investi dans la formation interculturelle. Mais on constate dans les grandes entreprises une tendance à estimer que l'usage d'une langue commune permet de répandre une culture commune, ce qui les conduit à supprimer la formation interculturelle. Or de nombreux exemples montrent que les pratiques culturelles ont un profond ancrage social, et que les entreprises ont plus intérêt à les intégrer qu'à tenter de les modifier.

L'impasse du « tout anglais »

Certains des observateurs qui se rendent compte des problèmes posés en tirent pour seule recommandation de mieux organiser le passage à l'anglais. En réalité, le passage vers le tout anglais est une impasse, même à vitesse réduite. Les pays nordiques qui ont choisi cette voie il y a plus de soixante ans, qui y ont investi des moyens considérables, se rendent compte qu'ils doivent investir toujours plus.

Un « bon » niveau de connaissance n'est pas une garantie. On travaille plus lentement dans une langue étrangère, on est plus facilement ralenti par la fatigue, alors que les salariés sont mis sous pression pour travailler de plus en plus vite.

⁶ Décision du tribunal de grande instance de Vienne (Isère) du 5 juillet 2012. <http://www.cgt-danone.fr/> Dans la presse : <http://alpes.france3.fr/info/vienne--travail-en-anglais-danone-au-tribunal-73717794.html>

Une étude réalisée en Norvège auprès de 302 entreprises exportatrices (Ellekjaer, 2012) montrent que presque toutes (95 %) utilisent l'anglais de manière intensive dans leurs activités et leur fonctionnement. Mais **dans un grand nombre d'entre elles, la connaissance de l'anglais s'avère insuffisante, ce qui cause de multiples effets négatifs** : problèmes de livraison, ventes ou négociations de contrats qui échouent, incompréhensions entre partenaires d'affaires, connaissance insuffisante de l'anglais chez les partenaires.

Prendre ces pays comme modèle, c'est choisir un handicap qui ne va cesser de croître. Pour la France et les entreprises françaises, la voie de la raison est d'utiliser au mieux la ressource qu'est la langue française, reconnaître et cultiver la connaissance des langues des partenaires, l'anglais étant alors une langue complémentaire dont l'usage doit être proportionné à son objet. Pour cela, il faut faire des choix parmi les langues et en gérer l'usage.

Gérer les questions de langues en entreprise : perspectives

Une étude de référence

Fort heureusement, il existe des entreprises où des cadres dirigeants et des salariés conscients des problèmes essaient de gérer, au moins de manière empirique, les questions de langues. C'est sur ces exemples qu'il convient de s'appuyer. Pour ce faire, **une étude de terrain a été réalisée**

à l'initiative de la **Délégation générale à la langue française et aux langues de France (DGLFLF)**. L'objectif était de fonder sur des pratiques linguistiques effectives des recommandations destinées aux entreprises.

Deux documents de recommandations de « bonnes pratiques linguistiques » ont été réalisés à partir de cette étude, l'un dans le cadre d'une coopération entre la DGLFLF et l'Office québécois de la langue française (OQLF/DGLFLF, 2013), l'autre par la DGLFLF à l'attention spécifique des entreprises françaises (DGLFLF, 2013). Enfin, cette étude a fait elle-même l'objet d'une publication (Truchot, 2014) dont nous rassemblons ici les principaux aspects⁷.

Politiques linguistiques d'entreprise

Les observations faites en France et dans plusieurs pays européens, l'expérience recueillie par l'OQLF, permettent de définir les aspects principaux de ce qu'on peut appeler une « politique linguistique d'entreprise ». Une telle politique doit pouvoir reposer sur des principes, objectifs ou pratiques auxquels l'entreprise se réfère chaque fois qu'elle est confrontée à des questions de langues. Des moyens humains et financiers doivent être mis à son service. Elle doit couvrir l'ensemble de la communication de l'entreprise, interne et externe, écrite et orale, et solliciter les différents outils et méthodes qui peuvent être mis au service d'une gestion linguistique.

Axa Assistance est maintenant un exemple connu d'entreprise qui est très avancée

⁷ On trouvera dans ces publications la liste des entreprises qui ont pris part aux entretiens et des personnes interrogées à titre individuel.

Méthodologie de l'étude

L'étude a été réalisée en 2011 et 2012 selon une méthodologie sociolinguistique : élaboration d'un questionnaire ou fil conducteur conçu à partir d'une typologie des pratiques linguistiques au travail, constitution d'un groupe d'informateurs, collecte de témoignages par entretiens individuels en face à face ou par téléphone, enregistrement puis transcription des entretiens. L'objectif du projet a été expliqué à toutes les entreprises et personnes qui ont été contactées. Beaucoup d'entreprises n'ont évidemment pas donné suite. Celles qui ont accepté ont apporté leur témoignage en toute connaissance de cause. Les témoignages recueillis émanent essentiellement de membres de l'encadrement et de représentants élus des salariés. Un corpus de référence de 25 entretiens ainsi constitué livre des informations sur une dizaine d'entreprises internationales françaises ou établies en France. Celles-ci constituent un échantillon limité, mais elles couvrent un large éventail d'activités et sont confrontées à de multiples questions linguistiques.

dans cette voie grâce à l'action conjointe d'une directrice des ressources humaines, Catherine Hénaff, et d'un syndicaliste, Jean-Loup Cuisiniez. Pour eux, la gestion des questions de langues fait désormais partie de la « culture de l'entreprise ». L'initiative majeure a été la création d'un outil de gestion linguistique, la « Commission de terminologie », qui accomplit un indispensable travail terminologique dans le domaine de l'assistance internationale et qui surtout traite des questions de langues concernant tous les secteurs de l'entreprise chaque fois qu'elles se posent. Elle est constituée de manière paritaire de représentants de la direction et des salariés et ainsi « contribue au dialogue social » dans l'entreprise. Elle est placée sous la responsabilité de la Direction des ressources humaines et présente de manière régulière un rapport sur ses travaux en CHSCT (Comité d'hygiène, de sécurité et des conditions de travail). Dans l'entreprise, les tâches pour lesquelles des connaissances en langues sont nécessaires sont précisées alors qu'ailleurs elles sont souvent floues. Les niveaux en langue sont évalués à l'aide d'une grille fondée sur le dispositif reconnu qu'est le Cadre européen commun de référence pour les langues (CECR)⁸. Le plurilinguisme individuel des salariés est valorisé comme une ressource. La Commission de terminologie veille à ce que les outils informatiques soient en français. Le site intranet en France est en français.

Chez GDF Suez également, les questions de langues sont appréhendées de manière spécifique et dans leur ensemble, le suivi de ces questions étant assuré par le directeur de la responsabilité sociale. La communication officielle est multilingue. L'investissement dans la formation linguistique est important, tant pour ce qui est de la connaissance des langues des clients et partenaires, que pour ce qui est de celle du français par les collaborateurs non francophones exerçant en France. Cette formation est adaptée aux



besoins des collaborateurs. Les tests de langues utilisés tant pour la formation que pour le recrutement sont fondés sur le CECR. Les postes sont publiés dans la langue du pays de recrutement. En France, la langue de travail est le français et le matériel informatique est mis à disposition en français. Tous les sites Internet des entreprises appartenant au groupe sont dans la langue du pays et en anglais. Le travail de traduction fait l'objet d'une politique d'entreprise.

Quand une politique linguistique est élaborée et mise en œuvre, il est important qu'elle soit pérennisée et qu'elle ne soit pas abandonnée quand les personnes qui en sont à l'origine quittent l'entreprise. Pour ce faire, un texte de référence inscrit dans les accords sociaux est évidemment un gage de pérennité. Jusqu'à présent, il n'existe que l'Accord relatif aux modalités pratiques de l'usage de la langue française au sein de GEMS SCS⁹, signé en 2008 entre la direction et les organisations syndicales pour clore le conflit au sein de l'entreprise. Cet accord décrit les cas de figure dans lesquels le français sera utilisé, précise que l'anglais sera utilisé « au sein de Départements à vocation européenne ou mondiale dans la mesure où cet usage est justifié et proportionné à son objet », crée une Commission paritaire de suivi de l'accord, et précise ses compétences et ses moyens de fonctionnement.

⁸ Pour le Conseil de l'Europe qui l'a élaboré, le CECR a été conçu dans l'objectif de fournir une base transparente, cohérente et aussi exhaustive que possible pour l'élaboration de programmes de langues, de lignes directrices pour les curriculums, de matériels d'enseignement et d'apprentissage, ainsi que pour l'évaluation des compétences en langues étrangères. Il repose sur une échelle de 6 niveaux de connaissance d'une langue, de A1 niveau le plus élémentaire à C2 niveau le plus élevé, avec une description de chacun d'entre eux. (www.coe.int/t/dg4/linguistic/cadre_fr.asp).

⁹ http://www.wk-rh.fr/mybdd/upload/bdd_80/AccordGEMS191107.pdf

La prise en compte des questions de langues est plus empirique et moins structurée dans les autres entreprises, mais les interlocuteurs rencontrés étaient conscients des enjeux, et chaque entreprise peut faire état de plusieurs initiatives de gestion de ces questions.

Travailler en français en France

Toutes les entreprises interrogées déclarent assurer l'usage du français en France pour les documents, actes et outils utilisés au poste de travail. Ce sont les pratiques visées par des dispositions légales qui assurent aux salariés des droits en matière d'usage du français. Mais c'est surtout un choix qui répond à des impératifs aussi bien de cohésion sociale que de cohérence économique. C'est pourquoi des modes de communication comme l'affichage dans les locaux, les mémos, les communiqués, les courriels adressés au personnel en situation de travail, qui ne sont pas explicitement visés par ces dispositions, sont aussi en français. Ce qui est le cas notamment chez BNP Paribas, Axa Assistance, Accor, L'Oréal, Philips. Les sites intranet en France sont en français chez Axa assistance, L'Oréal, Philips, au Crédit mutuel ; en français et en anglais chez Accor, BNP Paribas, Orange, GDF Suez, Thalès, Kering (PPR)¹⁰. Ils sont tous développés en France et ne sont pas traduits d'une autre langue. Rappelons que l'usage du français n'est pas exclusif de celui d'autres langues dès l'instant où le français est présent. L'usage du français est évidemment impératif quand se posent des questions de sécurité. Cet impératif fait l'objet d'une attention particulière dans les laboratoires de L'Oréal.

Le français est la langue utilisée dans les comités d'entreprise ainsi qu'en ont témoigné les délégués du personnel et les responsables des ressources humaines qui ont participé à cette étude. Mais il arrive que des documents soient diffusés dans une langue étrangère sans être traduits. Les interventions des délégués du personnel pour qu'ils soient préalablement traduits ne sont pas rares. Plusieurs intervenants ont souligné que cette

absence de traduction peut être considérée comme une entrave au fonctionnement du comité d'entreprise.

Dans la mesure où presque tous les logiciels sont disponibles en français, cela n'a aucun sens de les proposer ou les imposer en anglais. Chez GDF Suez, Philips, Orange, Total, Accor, le matériel informatique en France est en français. Dans le groupe Accor, chez BNP Paribas, les outils informatiques sont toujours localisés, c'est-à-dire dans la langue du pays. Chez Axa Assistance, la Commission de terminologie veille à ce que les outils informatiques soient en français, mais « leur mise à disposition nécessite un suivi », selon les délégués du personnel. Kering (PPR), « contrairement à d'autres groupes, n'a pas tout standardisé en anglais ». Le matériel informatique mis à la disposition des collaborateurs est en français, sauf si certains collaborateurs étrangers demandent qu'il soit en anglais.

La plupart des interlocuteurs nommés ci-dessus soulignent la nécessité d'utiliser en France des claviers AZERTY. Les claviers QWERTY ne fournissant pas d'accents, cela entraîne, selon une interlocutrice, une communication écrite « minimaliste ». Rappelons qu'il est possible d'utiliser des claviers AZERTY avec une fonction de changement de langue. On peut adapter un cache à chaque clavier français pour le rendre compatible avec le logiciel clavier utilisé et taper en arabe, chinois, russe, etc.

La présence de collaborateurs étrangers, surtout s'ils sont dans les instances de direction, est une des principales causes d'usage de l'anglais en interne dans une entreprise. Il convient donc de les former au français. Axa Assistance, Kering (PPR), BNP Paribas, Philips, GDF Suez, L'Oréal, Orange déclarent le faire. Pour Accor, si cette exigence n'est pas formulée à l'embauche, ce sont les salariés qui le demandent eux-mêmes, et la formation leur est immédiatement accordée. À L'Oréal, où on essaie d'avoir beaucoup d'étrangers dans les équipes, un système automatique a été mis en place qui fait que quand un étranger est accueilli, il y a une évaluation précise de son niveau de français et des cours lui sont offerts,

¹⁰ PPR (groupe Pinault) a été renommé Kering en 2013.

les stages en immersion étant privilégiés. Pour les filiales d'entreprises étrangères, utiliser le français c'est aussi marquer sa volonté de bien s'implanter et de respecter les pratiques linguistiques du pays. La Chambre franco-allemande de commerce et d'industrie (CFACI) souligne que toutes les entreprises allemandes implantées en France y envoient des cadres qui connaissent le français. C'est le cas aussi pour le groupe néerlandais Philips.

Toutefois, dans ces entreprises, les réunions auxquelles participent des personnes qui parlent insuffisamment ou ne parlent pas le français sont fréquentes. L'anglais est souvent utilisé même quand une seule personne qui ne maîtrise pas le français est présente. Ce recours à l'anglais pose souvent problème. Beaucoup de personnes font état des limites d'une communication appauvrie : « Je trouve que je perds la moitié de ma substance en anglais ». Faire bénéficier les non-francophones présents des services d'interprètes ou d'aides visuelles serait un investissement nettement plus rentable que de recourir à l'anglais, car cela permettrait à chaque participant de donner la pleine mesure de ses capacités. Bien souvent l'usage conjoint de deux langues, par exemple le français et l'anglais, se révélerait possible et serait plus opérationnel. Mais de telles initiatives sont rarement prises.

Le français, langue du travail au Québec¹¹

Que le français soit la langue normale et habituelle du travail est l'un des objectifs les plus importants et structurants de la politique linguistique du Québec, en particulier de la Charte de la langue française, notamment parce que c'est une des conditions d'accès au marché du travail pour la majorité des Québécois et que les milieux de travail constituent des lieux d'intégration socioéconomique et linguistique de premier plan pour les immigrants. La langue du travail est une réalité complexe étant donné que l'usage des langues dans les milieux de

travail est sujet à beaucoup de variation selon, entre autres, les groupes linguistiques (de langue française, anglaise ou autre), le lieu, les types d'emplois, les secteurs d'activité, la structure des entreprises et la nature des communications (internes, externes, au Québec, hors Québec). Ainsi, les constats dressés sur la langue du travail peuvent varier selon les indicateurs et le type de données considérés.

Par exemple, les données de l'Enquête nationale auprès des ménages (ENM) de Statistique Canada indiquent que pour l'ensemble du Québec, en 2011, le français était utilisé le plus souvent au travail par 81,6 % des travailleurs, pourcentage qui était de 82 % en 2006 et de 81,4 % en 2001 (données de recensement)¹². Pour la région métropolitaine de recensement (RMR) de Montréal, en 2011, 71,6 % des travailleurs ont déclaré utiliser le plus souvent le français au travail, comparativement à 72,1 % en 2006 et à 71,2 % en 2001. En 2011 également, 93,9 % des travailleurs de l'ensemble du Québec et 90,6 % de ceux de la RMR de Montréal utilisaient le français au travail, à divers degrés, allant d'une utilisation exclusive du français à une utilisation moins fréquente que celle d'une autre langue. À la lumière de ces chiffres, on peut constater que **la langue française est très présente au travail dans l'ensemble du Québec et même dans la RMR de Montréal.**

Ces données d'ordre général couvrent une période relativement courte (10 ans). De plus, elles concernent une grande variété de situations, incluant des situations où l'usage du français n'est pas prépondérant. Toujours selon les données de l'ENM 2011 de Statistique Canada, on observe pour l'ensemble du Québec que 25,8 % des personnes qui ont déclaré utiliser le français le plus souvent au travail ont aussi affirmé utiliser l'anglais régulièrement. Pour la RMR de Montréal, plus du tiers (37,3 %) des personnes qui ont déclaré employer le plus souvent le français au travail ont aussi déclaré

¹¹ Le portrait sommaire sur la langue du travail au Québec proposé ici (et jusqu'au premier paragraphe de la page 475) reprend certaines données et analyses présentées par le Conseil supérieur de la langue française (CSLF) dans son dernier avis, *Redynamiser la politique linguistique du Québec* (2013). Il a été rédigé par le CSLF pour cet ouvrage.

¹² Les calculs du CSLF à partir des données de Statistique Canada ont été effectués avec les produits suivants (produits disponibles sur le site Web de Statistique Canada) : recensement de 2001, no 95F0414XCB01004 au catalogue ; recensement de 2006, no 97-555-XCB2006032 au catalogue ; Enquête nationale auprès des ménages de 2011, no 99-012-X2011029. Il est important de souligner que l'ENM, une enquête à participation volontaire, a remplacé en 2011 le questionnaire long du recensement, à participation obligatoire, utilisé jusqu'en 2006. Les comparaisons des données de l'ENM avec les données des questionnaires longs (2006 et 2001) doivent donc faire l'objet de précautions particulières.

recourir régulièrement à l'anglais. En fait, on observe qu'en 2011 39,2 % des travailleurs de l'ensemble du Québec et 54,9 % de ceux de la RMR de Montréal utilisaient l'anglais au travail, dans des proportions variables (c'est-à-dire, de façon exclusive ou bien conjointement avec le français ou d'autres langues). On constate donc que l'anglais aussi est bien présent.

Par ailleurs, d'autres analyses sur la langue du travail au Québec peuvent être prises en considération, notamment sur la base de données d'enquêtes obtenues par sondage, dont certaines couvrent une période de près d'une quarantaine d'années. Selon de telles données, **l'usage du français au travail a globalement augmenté entre 1971 et 2010, tant dans la RMR de Montréal que dans l'ensemble du Québec.** Plus précisément, la proportion des personnes travaillant généralement (c'est-à-dire 90 % ou plus du temps) ou régulièrement (de 50 % à 89 % du temps) en français a augmenté pendant cette période, tandis que celle des personnes qui travaillent occasionnellement (moins de 50 % du temps) en français a diminué¹³. Cette évolution n'est cependant pas linéaire. Si l'on observe une hausse progressive de l'usage du français entre 1971 et 1989, on remarque que la tendance s'inverse entre 1989 et 2010, ce qui se traduit le plus souvent par une augmentation du bilinguisme français-anglais, à des degrés divers. En examinant plus attentivement la situation dans le secteur privé, on voit que le pourcentage de la main-d'œuvre des entreprises privées qui travaille généralement en français (90 % et plus du temps) a diminué, entre 1989 et 2010, tant dans l'ensemble du Québec (passant de 70,8 % à 59,7 %¹⁴) que dans la RMR de Montréal (passant de 51,4 % à 44,6 %¹⁵). On remarque aussi, à l'échelle du Québec, une augmentation du pourcentage de la main-d'œuvre du secteur privé qui travaille occasionnellement en français, celui-ci s'établissant à 13,3 % en 2010, comparativement à 9,4 % en 1989¹⁶. En contrepartie, la proportion de la main-d'œuvre des entreprises privées du Québec qui travaille régulièrement en français a augmenté de 7,3 points de pourcentage (de 19,7 % à 27,0 %¹⁷) de 1989 à 2010.

13 Yulia Presnukhina, *Les pratiques linguistiques au travail au Québec en 2010*, Montréal, OQLF, 2012, p. 45.

14 *Redynamiser la politique linguistique du Québec*, Québec, CSLF, 2013, p. 119 (tableau 1).

15 *Ibid.*, p. 118 (tableau 1).

16 *Ibid.*, p. 119 (tableau 1).

17 *Idem.*

Ces données d'enquête permettent également d'observer l'évolution de l'usage des langues en fonction de certaines activités professionnelles. Par exemple, pour la main-d'œuvre des entreprises privées de la RMR de Montréal, bien que l'on ne remarque pas de diminution de l'usage général (90 % et plus du temps) du français dans les communications à caractère professionnel avec les supérieurs immédiats (environ 70 %¹⁸), on observe, entre 1997 et 2010, une diminution de l'usage général du français dans ce type de communications avec les collègues (passant de 63,9 % à 56,8 %¹⁹) et les subordonnés (passant de 64,2 % à 54,0 %²⁰).

L'évolution constatée de l'usage des langues au travail a des causes multiples. La mondialisation des marchés, l'environnement anglophone nord-américain, le réseautage des entreprises ainsi que l'essor et la pénétration des nouvelles technologies de l'information (dont Internet) – pour ne mentionner que ces facteurs – font en sorte que le besoin de recourir à d'autres langues que le français au travail, en particulier à l'anglais, est parfois incontournable, quoiqu'il demeure variable selon les domaines d'activité. D'autres éléments qui peuvent influencer la langue du travail doivent également être pris en compte, comme l'évolution du poids relatif des groupes linguistiques.

En somme, les différentes données disponibles sur la langue du travail montrent à la fois **une utilisation importante du français au Québec et un accroissement du bilinguisme français-anglais dans certains milieux de travail, en particulier dans l'entreprise privée.**

La présence d'une main-d'œuvre bilingue nombreuse au Québec est un avantage concurrentiel certain sur les marchés internationaux. Cela dit, le défi demeure de réserver l'usage de l'anglais aux circonstances où il est vraiment nécessaire, notamment lorsqu'il est question de communiquer avec l'extérieur du Québec ou hors de l'espace économique francophone. Ainsi, la signification de « français, langue normale et habituelle du travail » sera forcément variable selon les contextes. Toutefois, outre les droits fondamentaux garantis par la

18 *Ibid.*, p. 120 (tableau 2).

19 *Ibid.*, p. 121 (tableau 4).

20 *Ibid.*, p. 121 (tableau 5).

Charte de la langue française, certains éléments définitoires, dont celui du français comme langue de convergence entre les travailleurs québécois ainsi que celui de l'emploi du français dans les communications internes, devraient être communs à l'ensemble des milieux, des secteurs d'activité et des individus. Dans cette perspective, l'importance primordiale de la Charte de la langue française dans le monde du travail et celle des programmes de francisation, qui ont pour but la généralisation de l'utilisation du français à tous les niveaux de l'entreprise ainsi que dans les organismes de l'administration publique québécoise, ne sauraient être sous-estimées.

Des stratégies internationales adaptée aux langues des partenaires

Adopter la langue du pays est considéré par tous les interlocuteurs comme la méthode la plus efficace pour y implanter une filiale, y produire des biens, y distribuer des services et des produits, y nouer des contacts durables avec des partenaires. « C'est fondamental pour une banque de détail », ont assuré aussi bien le Crédit mutuel que BNP Paribas. Cette dernière gère également dans la langue ou les langues de chaque pays ses activités de financement, d'investissement et d'ingénierie financière, pour lesquelles certaines banques françaises préfèrent utiliser l'anglais. Les activités de GDF Suez à l'échelon national sont toujours dans la langue du pays, de même que celle d'Axa assistance. Au sein de Kering (PPR), l'anglais et le français sont dominants dans le fonctionnement du groupe, mais les filiales en Italie (Gucci) et en Allemagne (Puma) fonctionnent selon leurs propres usages linguistiques. Leurs échanges avec le siège social se font souvent dans leurs langues, Kering y ayant intégré des italophones et germanophones.

On peut mettre en évidence une initiative particulièrement heureuse au sein du groupe Accor qui a organisé l'interprétation en plusieurs langues pour les réunions de son comité d'entreprise européen, faisant droit à la demande des délégués du personnel : « Il vaut mieux que vous ayez en face de vous des personnes compétentes que des personnes qui parlent anglais. »

La formation des collaborateurs aux langues des clients et partenaires est une

démarche de base dans une stratégie internationale. Des entreprises comme Philips, BNP Paribas, GDF Suez, L'Oréal le mettent volontiers en évidence. L'idée de base est qu'un collaborateur qui accepte d'apprendre la langue locale s'intègre beaucoup plus vite dans le pays, sa culture, ses habitudes. À GDF Suez, ce ne sont pas seulement les neuf langues officielles du groupe qui sont concernées. Ainsi dans la mesure où l'entreprise est active en Chine, les formations au chinois sont encouragées. L'objectif est aussi d'être le plus proche possible des clients et L'Oréal estime ne pouvoir les toucher qu'avec leur langue.

Plusieurs grands groupes mettent volontiers en évidence leur plurilinguisme. Chez BNP Paribas, on déclare utiliser cinq langues pour la diffusion des documents qui émanent de la direction ainsi que pour le journal du groupe : le français, l'anglais, l'italien, le néerlandais et le turc. Même si ce choix n'est pas formalisé dans un document de référence, elles peuvent être considérées comme « langues officielles » du groupe. À GDF Suez, toutes les communications émanant de la direction générale sont traduites en neuf langues sur les intranets et l'Internet. Dans le groupe Accor, le journal interne est en huit langues. L'Oréal publie un guide éthique qui est diffusé dans le monde en trente-trois langues. Tous les deux ans, Kering réalise une étude d'opinion auprès de ses collaborateurs en quatorze langues.

Une communication numérique multilingue fait partie de la stratégie internationale d'une entreprise. D'une manière générale, toutes les entreprises interrogées ont un site Internet central en français et en anglais, et leur usage d'autres langues est un prolongement de leur communication avec leurs clients et partenaires. D'autres langues peuvent être utilisées sur le site central ou officiel, mais ce sont surtout les filiales qui communiquent en d'autres langues. C'est le cas pour Gucci et Puma, parties du groupe Kering. Les filiales de GDF Suez communiquent dans leurs langues respectives auxquelles s'ajoute l'anglais.

Le français dans les stratégies internationales des entreprises

Dans les différentes entreprises françaises qui ont participé au projet, le français est la langue utilisée dans les structures de direction



Forum mondial de la langue française : Pete Selleck, président et chef de la direction de Michelin Amérique du Nord.

centrales. L'anglais et éventuellement d'autres langues s'y ajoutent. Toutes les personnes interrogées déclarent connaître des groupes français qui ont adopté l'anglais en France dans ces structures, mais que leur propre entreprise ne s'est pas engagée dans cette voie. Dans plusieurs entreprises, l'usage prédominant du français s'appuie sur une forte représentation francophone dans la direction et le management. C'est le cas dans le groupe Accor. Ainsi son Académie d'été qui réunit les dirigeants et les principaux cadres rassemble 184 personnes dont 160 sont francophones. Si certains participants font leur présentation en anglais, cela paraît artificiel et l'essentiel se fait donc en français. En général, on projette en même temps des aides visuelles en anglais. Le français est aussi très largement utilisé chez L'Oréal : « le français reste quand même la langue de tout le top management de L'Oréal ». En outre, le français contribue aussi à l'image de cette entreprise.

Michelin n'a pas participé à cette étude mais un haut responsable du groupe qui est intervenu au Forum mondial de la langue française à Québec en 2012 (cf. photo ci-dessus) a souligné qu'une connaissance du français est obligatoire pour les cent principaux gestionnaires de l'entreprise. Cet exemple montre en tout cas que le français peut être, pour beaucoup d'entreprises françaises, une ressource linguistique adaptée pour la communication internationale, dans

le respect des langues des pays de leurs salariés, partenaires et clients à l'étranger.

Outils et méthodes de gestion linguistique

Pour bien gérer les questions de langues, il faut faire bon usage de la formation linguistique, des instruments d'évaluation des connaissances en langues, de la traduction, de l'interprétation, des ressources terminologiques. Il faut connaître les initiatives qui peuvent être prises, comme par exemple valoriser les connaissances linguistiques des collaborateurs, constituer au sein de l'entreprise un comité chargé d'examiner les questions de langues qui se posent, qu'on l'appelle commission de terminologie ou qu'il prenne un autre nom.

Les entreprises qui ont une stratégie internationale de développement n'hésitent pas à investir dans la formation linguistique et parlent volontiers de « politique de formation » pour qualifier leurs objectifs dans ce domaine. Dans plusieurs cas, c'est au niveau du groupe que cette politique est définie comme chez BNP Paribas. Un aspect majeur d'une telle politique est l'adaptation de l'offre de formation aux besoins de communication, et l'analyse préalable de ces besoins. Ceci implique une concertation avec chaque collaborateur concerné. Chez BNP Paribas, chaque service a un responsable de formation qui définit avec les collaborateurs (tous ont un responsable de formation attitré)

le type et le niveau de formation adéquats. Le niveau de la personne qui souhaite se former ou à qui on demande de le faire est établi en interne. La formation est soumise à l'accord du responsable. Le plan de formation est établi pour l'année suivante. À GDF Suez la formation linguistique fait partie le plus souvent de l'évaluation annuelle. Les formations sont planifiées à l'occasion de cette évaluation, et peuvent être demandées par les collaborateurs ou suggérées par le responsable hiérarchique. Les entreprises qui investissent dans la formation établissent un catalogue de formation mis à disposition des collaborateurs. C'est le cas chez BNP Paribas.

Les entreprises sont de plus en plus attentives à la fiabilité des modes d'évaluation des compétences linguistiques de leurs collaborateurs, tant pour le recrutement que pour la mobilité internationale, ou le choix de programmes de formation linguistique. Kering et GDF Suez utilisent des tests fondés sur le CECR. La Chambre franco-allemande de commerce et d'industrie (CFACI) a recours à un test professionnel, le WIDaF, élaboré à partir des niveaux du CECR, de A2 à C2.

Des critères tels que « anglais requis », « bilingue anglais », « connaissance de l'allemand » sont souvent utilisés pour définir les prérequis linguistiques lors des recrutements, externes et internes. Ils sont subjectifs et flous et ne peuvent être mis en relation avec des compétences linguistiques effectives. Axa Assistance a pris la décision de les remplacer par une grille fondée sur les niveaux du CECR. Cette grille a été intégrée dans les accords de branche du secteur Assistance internationale. Les offres d'emploi sont affichées avec ses spécifications. Elles sont cadrées sur les niveaux B1 et B2. Le niveau C1 est réservé à l'expatriation. En définissant ainsi ce qui est attendu des collaborateurs, on n'exige plus des niveaux qui étaient impossibles à obtenir, et on permet l'accès à ces postes à des collaborateurs qui ne pouvaient y accéder jusqu'alors. Ces niveaux sont diffusés au sein de l'entreprise, y compris sur l'intranet.

Plusieurs entreprises estiment que les compétences linguistiques sont une véritable ressource dans laquelle il est opportun d'investir.

Philips a choisi de valoriser les compétences linguistiques et possède une structure de gestion des compétences des cadres et techniciens, intégrant à la fois les outils de recrutement (profils de postes/offres d'emploi) dans la langue cible mais également des bases de données relationnelles sur des plateformes permettant à la fois d'actualiser les compétences et les expériences linguistiques et interculturelles des salariés (entretien d'évaluation annuel) et d'exploiter ces instruments pour assurer la mobilité des personnels.

Bien souvent les entreprises sont de véritables viviers de ressources linguistiques que le tout anglais ou l'absence de gestion des questions de langues conduisent à ignorer.

Toutes les entreprises internationales sont confrontées aux questions de traduction. Beaucoup les traitent de manière empirique. Mais certaines ont une véritable politique en matière de traduction. On peut citer le cas de GDF Suez. Les documents officiels du groupe émanant de la direction, y compris de nombreux documents techniques, sont traduits dans les neuf langues officielles du groupe. L'entreprise externalise assez peu la traduction de ces documents. Pour éviter les risques liés à la sécurité que pourrait entraîner une mauvaise traduction, le groupe s'est doté d'un service de traduction interne qui tient à jour des glossaires de vocabulaire spécialisé et qui assure aussi la traduction dans les langues officielles.

Chez Axa assistance, la Commission de terminologie a estimé nécessaire de sécuriser les données du groupe en évitant les traductions aidées par des moteurs de recherche qui diffusent les informations de manière consécutive sur Internet. Elle a aussi recommandé de faire traduire les documents par des professionnels reconnus plutôt que de les confier à des collaborateurs dont la compétence n'est pas attestée.

Chez GEMS, les traductions sont faites en partie en interne et en partie en externe. Mais le comité de suivi de l'accord d'entreprise estime que les traductions doivent être faites par des professionnels en relation avec des ingénieurs et des techniciens pour être de qualité. Les entreprises plus petites ne peuvent avoir de services internes de traduction, mais leur intérêt est d'entretenir une relation suivie avec un traducteur indépendant qui connaît bien leur activité.

Le recours à l'interprétation simultanée est souhaitable pour les réunions qui se déroulent à l'échelle d'un groupe ou d'une région du monde, comme c'est le cas chez Accor pour les réunions du comité d'entreprise européen.

Le recours à l'interprétation simultanée ou consécutive s'avère aussi nécessaire lors de négociations. Le dirigeant français d'une PME française dans le domaine des microtechnologies déclare qu'il essaye toujours de parler dans la langue du pays, mais qu'il ne négocie jamais dans cette langue. Il le fait toujours dans sa propre langue avec un interprète, tandis que son interlocuteur parle sa langue et utilise son interprète.

Le représentant en Chine de la Chambre de commerce et d'industrie de Paris-Île-de-France souligne l'importance pour les entreprises françaises de recourir systématiquement à un interprète pour leurs rendez-vous avec des entreprises chinoises.

Les **outils informatiques pour la traduction et la terminologie** sont indispensables mais doivent être utilisés avec discernement. Des outils d'aide à la traduction tels que Reverso ou Systran sont maintenant bien développés et sont utilisés dans de nombreuses entreprises. Ces outils, grâce à l'intégration de mémoires et de glossaires de traduction, permettent d'améliorer la qualité du résultat final. Ceci implique un important travail terminologique. Chez Axa Assistance, ce travail est effectué par la Commission de terminologie, notamment pour l'élaboration de normes. Chez GDF Suez, les glossaires de vocabulaire spécialisé sont mutualisés, les mises à jour de ces glossaires étant envoyées de façon systématique aux collaborateurs pour les différents métiers du groupe. Il ne faut pas oublier que la révision de textes obtenus par traduction automatique est un travail spécifique qu'il convient de prendre en compte. //

► Les réseaux professionnels francophones

Nous avons vu plus tôt dans cette partie les différentes étapes qui ont marqué l'évolution de l'idée de « Francophonie économique », grâce notamment à des actions et initiatives qui se sont progressivement mises en place au gré des concertations.

Aujourd'hui la Francophonie ne constitue plus seulement une communauté linguistique mais également une véritable communauté d'affaires dont les enjeux n'auront pas échappé à la société civile. Ainsi, ces dernières années, de plus en plus d'associations professionnelles et d'acteurs économiques (entreprises, banques, chambres de commerce...) ressentent la nécessité d'affirmer la valeur ajoutée du français dans leurs activités respectives et de défendre ensemble leurs intérêts dans la compétition mondiale.

Le réseau des associations professionnelles francophones (RAPF)

Quelques dizaines d'associations professionnelles francophones fonctionnent

activement à l'international, depuis près de 50 ans. Elles interviennent dans des activités et sur des métiers extrêmement variés allant de la comptabilité à la normalisation, de l'enseignement à la conduite de projets, de la construction de logement à l'entrepreneuriat.

Leur fonctionnement est autonome ou s'appuie sur un regroupement francophone au sein d'une organisation internationale plus vaste. Leurs points focaux et les organismes nationaux membres, le plus souvent localisés, à l'origine, en Europe ou en Amérique du Nord, se déplacent de plus en plus vers les autres pays francophones du Maghreb, d'Afrique et d'Asie.

Plusieurs de ces associations ont souhaité en 2010 mettre en commun leurs efforts et leurs ressources au sein d'un réseau organisé. En effet, lors d'échanges ou de rencontres entre elles, elles avaient pu mesurer la similitude de leurs problématiques, l'intérêt de partager leurs expériences et l'enjeu d'une mise en œuvre en commun des stratégies de protection et de promotion de la langue française.

Paroles des professionnels du RAPF

« Pratiquer le même droit, c'est parler la même langue : on se comprend mieux, cela facilite les échanges, favorise les implantations et évite les malentendus [...] le droit continental ne cesse de gagner du terrain, à tel point qu'aujourd'hui le notariat latin qui en est la pierre angulaire a été adopté par plus de 120 pays dans le monde, dont 86 sont membres de notre Union. »
Union internationale du notariat (UINL).

« Plus d'un million d'infirmières et d'infirmiers francophones représentent un savoir collectif indispensable, [...] et une force de changement incontestable au service de la santé des populations [...] des pays de l'espace francophone. [...] Si la Francophonie ne saisit pas l'occasion de former les ressources humaines dans les pays africains membres, les pays anglophones du continent pourraient, elles, en saisir l'opportunité. [...] Avec près de 2 000 participants issus de plusieurs pays de la Francophonie, le SIDIIEF [organise] le seul Congrès mondial francophone en sciences infirmières d'une telle envergure permettant aux chercheurs en sciences infirmières de présenter les résultats de leurs recherches en français, ainsi qu'aux cliniciens et gestionnaires francophones d'échanger sur les meilleures pratiques. »
Secrétariat international des infirmières et infirmiers francophones (SIDIIEF).

« Les technologistes biomédicaux doivent nécessairement maîtriser les méthodes et les outils permettant la mise en place d'une démarche qualité efficace [...] afin que les résultats des analyses réalisées par leurs soins soient fiables et que les prescripteurs et les patients puissent avoir confiance [...], des conférences ciblées lors des Rencontres africaines de biologie technique [sont organisées] et [...] la rédaction de documents [comme le Guide pratique d'aide à l'assurance qualité au laboratoire d'analyses et fiches d'évaluation, permet] de disposer d'ouvrages en langue française pour [...] mettre en place une documentation adaptée. »
Association internationale des technologistes biomédicaux (ASSITEB-BIORIF).

« L'amélioration et le développement de l'enseignement de l'assurance francophone dans le monde est [un enjeu crucial dans un] domaine très technique, qui dépend du financier mais strictement réglementé par le juridique, où un vocabulaire spécifique commun s'est développé facilitant grandement les échanges et la bonne compréhension des obligations de chacune des parties, assureur et assuré. [...] Face au constat de l'importance de l'assurance, dont la contribution au développement du secteur économique et à la cohésion sociale n'est plus à démontrer, il est urgent que l'assurance francophone s'organise elle aussi et apprenne à parler d'une même voix afin d'être entendue dans les grands débats menés par les instances internationales [mais aussi pour que] l'enseignement de l'assurance débouche sur des métiers concrets [pour des] étudiants [...] qui demain travailleront selon les techniques apprises et développeront ensemble un marché de l'assurance francophone. »
Association Internationale des Établissements Francophones de Formation à l'Assurance (AIEFFA).

« La participation des professionnels comptables dans un espace mondialisé [...] passe par la reconnaissance de leurs organisations représentatives [par] deux grands normalisateurs, l'un basé à New York (International Federation of Accountants, IFAC) qui élabore différents référentiels notamment d'éthique et de mission [...] et l'autre à Londres (International Accounting Standards Board, IASB) qui émet des normes comptables (International Financial Reporting Standards, IFRS). [...] Tous les textes (très techniques) sont publiés en anglais et par conséquent d'accès difficile et [...] les processus offerts pour participer à la normalisation (système d' « exposés-sondages ») sont également préparés en anglais et offrent des délais de réponse assez courts, [...] une langue commune mais également une culture commune, notamment en droit, [...] permet de contractualiser sans ambiguïté et selon un mode partagé entre partenaires issus de pays francophones. L'identité de culture ne s'est pas toujours traduite par une identité totale du droit dans tous les pays mais cependant, les principes en sont très proches et permettent d'aborder des concepts aisément. »
Fédération internationale des experts comptables francophones (FIDEF).

Par ailleurs, les Sommets de la Francophonie et l'OIF avaient depuis longtemps exprimé le souhait de **voir se rapprocher les réseaux professionnels qui emploient et diffusent le français dans leurs domaines de compétence, pour renforcer leur action et mieux exprimer les enjeux de la Francophonie économique.**

Ainsi cinq associations professionnelles ont signé, le 10 octobre 2011 à Paris, une Charte concrétisant leur volonté de collaborer ensemble et de promouvoir la langue française. D'autres associations ont rejoint les fondateurs au cours de l'année 2012 et le Réseau comprend désormais 14 membres²¹. L'OIF, de son côté, a aidé à la mise en place de ce réseau et a exprimé sa volonté d'accompagner ses futures activités.



Le premier colloque du RAPF intitulé « Et si l'on fêtait la Francophonie... professionnelle ? » s'est tenu à l'occasion de la Journée internationale de la Francophonie, le 20 mars 2012, au Conseil supérieur du notariat à Paris. De hautes personnalités de structures internationales telles que le Medef International, le Bureau de Paris de la Banque mondiale, le Forum francophone des Affaires, l'Institut Choiseul, le Conseil des investisseurs en Afrique et l'OIF sont intervenus pour faire part de leurs

expériences sur le terrain et apporter un témoignage argumenté sur la réalité de l'action des professionnels francophones dans l'économie internationale.

De même, une première concertation entre les associations a pu avoir lieu lors du Forum mondial de la langue française de Québec en juillet 2012 où quelques-unes d'entre elles étaient présentes.

En décembre 2013, tous les membres du RAPF se sont réunis en séminaire à l'OIF à Paris pour préciser leurs objectifs et organiser leur action commune. Considérant les valeurs inscrites dans leur Charte, ils ont tenu à réaffirmer, dans une Déclaration intitulée « Agir ensemble pour la langue française dans les milieux professionnels », les axes concrets suivant lesquels ils veulent se mobiliser ensemble et décidé de renforcer leur coopération en matière de formation professionnelle. Les membres du réseau ont décidé de commander une étude pour un état des lieux de la formation professionnelle francophone. Cette dimension du lien entre langue, économie et marché du travail, est essentielle et déjà prise en compte, y compris à l'international, par les diplômes et certifications mises en place par la Chambre de commerce et d'industrie de Paris Ile-de-France évoqués dans la partie enseignement (cf. p. 197). Mais une initiative originale, directement mise en place dans les pays, mérite d'être rapportée.

Depuis 2008, et grâce au soutien de l'OIF, l'association « **Actions pour promouvoir le français des affaires** » (APFA) a mis en place un projet de **Certification officielle francophone** appelée VAFIE (Valorisation des acquis francophones initiaux en entreprise), dont le but est de valoriser les artisans, les employés, les techniciens qui ont acquis une connaissance de la vie de l'entreprise exprimée en français des affaires et dans leur langue maternelle grâce à leur pratique quotidienne. Par cette création, l'OIF favorise l'émergence progressive d'une francophonie des personnels exerçant des métiers, qualifiés parfois de « petits métiers », remplissant des fonctions peu élevées dans l'organigramme des entreprises, grâce à la possibilité pour ces artisans, ces employés, ces techniciens de devenir titulaires de la VAFIE. Bien que

²¹ Mai 2013.

cette certification officielle francophone ne relève pas de la catégorie des diplômes ou des tests, qu'ils soient langagiers, généraux ou de spécialités, elle traduit, pour la première fois, la volonté de reconnaissance officielle des acquis initiaux de ces personnels liés à leur activité, acquis exprimés en français et dans chaque langue maternelle.

Par la VAFIE, l'APFA oriente aussi la recherche en intercompréhension entre les langues vers le monde de l'entreprise et de la relation commerciale, ainsi que vers l'élaboration de modèles francophones de l'intercompréhension entre le français des affaires et les langues partenaires.

Le Jury de la VAFIE s'est tenu pour la première fois en novembre 2010, au Vanuatu. L'accueil pour ce premier lancement de la VAFIE a été très positif avec l'inscription de 18 candidats, dont 16 ont été reçus. En décembre 2013, ce sont 62 fonctionnaires du ministère du Tourisme libanais qui ont passé avec succès l'épreuve de la VAFIE et en juillet 2014 le Jury de la VAFIE a décerné de nouvelles certifications lors d'une délibération à Victoria-Mahé aux Seychelles.

Les rencontres internationales de la Francophonie économique (RIFÉ I & II)

En 2008, l'OIF s'est associée à la Chambre de commerce de Québec et ses partenaires pour soutenir la **première Rencontre internationale de la Francophonie économique (RIFÉ I)** qui a eu lieu du 16 au 19 mai à Québec. À l'issue de cette première rencontre, des recommandations²² ont été émises pour la « Francophonie économique de demain ».

Du 2 au 6 juillet 2012, une **deuxième rencontre (RIFÉ II)** s'est inscrite dans le cadre du Forum mondial de la langue française de Québec. Elle a regroupé plus de 250 représentants d'organisations vouées au développement économique et des entrepreneurs d'une trentaine de pays de la Francophonie. Durant 3 jours, une dizaine de conférences, quatre tables rondes

²² http://www.ccquebec.ca/imports/_uploaded/file/recommandations_rife2008.pdf



Les représentants des partenaires de la RIFÉ 2012.

et huit ateliers ont été organisés en quatre thèmes, permettant ainsi à plus de 60 intervenants de préparer des propositions. Les participants ont notamment adopté une résolution stipulant que « l'économie est au cœur du développement de la Francophonie » et mandaté les promoteurs de la RIFÉ pour que les 6 recommandations principales²³ issues de la rencontre soient prises en compte lors du Sommet suivant de la Francophonie, à Kinshasa (12-14 octobre 2012). Ces recommandations portent sur la mobilité des gens d'affaires ; le besoin d'instituer un dispositif international pour animer et faciliter les réseautages ; le développement d'un espace numérique francophone des affaires ; la nécessaire valorisation de l'entrepreneuriat et de la culture entrepreneuriale, en particulier chez les jeunes ; l'accès au financement local et régional et la mise en place de mécanismes de financements participatifs et solidaires ; la promotion de la Francophonie comme une marque d'excellence.

Le Forum francophone des affaires (FFA)

Créé en 1987, le Forum francophone des affaires a été reconnu lors du II^e Sommet de la Francophonie par les chefs d'État et de gouvernement membres de la Francophonie réunis à Québec.

Le FFA dispose d'institutions permanentes ainsi que de comités nationaux représentant les entreprises des 110 pays qui le compose regroupés en sections régionales (Amériques, Afrique, Europe, Proche et Moyen-Orient et Asie-Pacifique).

Ses **principaux objectifs** sont la fédération des acteurs économiques des pays francophones et le développement des relations et des échanges entre les acteurs économiques publics et privés. C'est ainsi que le FFA a créé et anime :

- la fondation internationale francophone Finance-Assurance-Banque (FIFAB).
- la fédération francophone des Chambres de Commerce et d'Industries (FFCCI).
- le Groupement du patronat francophone (GPF).
- l'Observatoire économique Francophone (cf. encadré).

Inauguré à Nice (France) en mai 2014, l'**Observatoire économique francophone** du Forum francophone des affaires s'oriente vers la mise à disposition d'informations et d'opportunités pour les entreprises et vers un partenariat renforcé en direction des acteurs économiques de la région Méditerranée. Il est envisagé de renforcer la diffusion d'informations économiques utiles à l'activité des entreprises, mais aussi d'animer un dispositif de reconnaissance d'entreprises francophones, de type label, permettant aux tiers d'identifier et de valoriser les spécificités de ces dernières qui se caractérisent notamment par l'usage du français dans leurs activités et par le respect des valeurs de responsabilité sociale.

Les acteurs économiques seront également invités à participer plus activement au grand rendez-vous du Forum francophone des affaires, les **Assises de la Francophonie économique**, qui permettent à des décideurs de premier plan de se retrouver pour réfléchir à des thématiques propres aux entreprises francophones.

Pour atteindre ces objectifs, le FFA organise régulièrement des Assises de la Francophonie afin de créer des opportunités de rencontres et d'échanges entre les entreprises et les décideurs. Une revue mensuelle est publiée, le « prix de la Francophonie économique » est décerné annuellement à une entreprise francophone ayant accompli une action remarquable dans le domaine de la gestion et le FFA récompense le « meilleur livre d'économie francophone » sur la recherche et la vulgarisation des disciplines économiques et financières dans les pays francophones.

Outre l'organisation de ces activités, le FFA a conçu une Charte éthique des entreprises francophones, présentée au Sommet de la Francophonie en 2010, pour promouvoir la responsabilité sociale/sociétale et environnementale des entreprises au sein de l'espace francophone et ce, en conformité

²³ Consulter le rapport complet sur [http://www.ccquebec.ca/imports/_uploaded/file/RIFE_2012/rife2012_recommandations\(1\).pdf](http://www.ccquebec.ca/imports/_uploaded/file/RIFE_2012/rife2012_recommandations(1).pdf)

avec la Déclaration de Québec (2008) lors du XII^e Sommet de la Francophonie et celle de Saint-Boniface (2006) sur la responsabilité des entreprises participant à l'exploitation des ressources naturelles en situation de conflit²⁴.

Forum des entreprises et des investisseurs du monde francophone (FINEMOF)

Dans le cadre du XIV^e Sommet de la Francophonie à Kinshasa (8-10 octobre 2012), un **Forum des entreprises et des investisseurs du monde francophone** a été organisé. Cinq ateliers ont été programmés qui portaient sur les thématiques suivantes :

- bâtir le succès de la Francophonie économique ;
- les modèles de financement des infrastructures et projets de développement francophone ;
- l'Afrique au cœur de la Francophonie économique : regards croisés ;
- stratégies et succès de l'entrepreneuriat féminin francophone ;
- atouts et opportunités d'investissements en RDC.

À l'issue des travaux, des recommandations ont été émises et notamment la **mise en place d'un cadre institutionnel** pour pérenniser le FENIMOF et permettre les rencontres et les échanges de bonnes pratiques parmi les opérateurs économiques du monde francophone. Une seconde recommandation a consisté en la création d'une Agence francophone de mise en réseau des acteurs économiques qui serait « une plateforme destinée au partage d'informations, de même que la redynamisation du réseau de normalisation et de métrologie ».

Le Forum a également suggéré le développement d'un plaidoyer international afin de relever les défis et les obstacles rencontrés par les femmes, ainsi que la mise en place d'une banque francophone d'appui à la promotion économique de la femme. Enfin, les participants ont soulevé l'idée de mettre en place un institut francophone de statistiques économiques.

²⁴ Forum francophone des affaires. 2010. *Charte éthique des entreprises francophones*. Paris : FFA

L'Union bancaire francophone (UBF)

L'Union bancaire francophone a été officiellement lancée par 20 associations et fédérations d'associations bancaires en juin 2013, avec le soutien de l'OIF.

C'est à la suite du premier Sommet bancaire francophone, en 2011, qu'un groupe restreint d'associations bancaires francophones a souhaité se structurer autour d'une charte afin de parvenir « à une meilleure régulation, favorisant la diversification des économies et contribuant à la lutte contre la pauvreté »²⁵.

C'est ainsi que les membres du Comité de pilotage (représentants des associations bancaires de 16 pays ainsi que de l'Union des banques arabes, l'Union des banques maghrébines, les Fédérations des associations bancaires de l'UEMOA et de la CEMAC, l'Organisation internationale de la Francophonie et la Commission de l'UEMOA) ont signé la **charte qui définit les objectifs et l'organisation de l'Union bancaire francophone** :

- encourager la collecte et la circulation d'informations, ainsi que la connaissance mutuelle entre les membres et le partage des bonnes pratiques sur les sujets d'intérêt commun ;
- favoriser la coopération internationale dans les milieux professionnels, dans l'esprit de solidarité qui anime la Francophonie, afin d'apporter des réponses concrètes aux défis que les associations partagent ;
- échanger leur savoir et la connaissance scientifique ;
- échanger des expériences et mutualiser leurs efforts, notamment en matière de préparation de certaines manifestations nationales ou internationales.

Sont membres de cette Union les associations professionnelles bancaires de tout pays francophone qui souhaitent s'y affilier.

Une première conférence de l'Union bancaire francophone s'est tenue le 20 septembre 2012 à Marrakech (Maroc). Elle était dédiée à l'accompagnement et au financement des TPE (très petites entreprises) - PME dans les pays francophones. Cette première conférence, qui a réuni plus de 350 participants, a connu un franc succès en permettant d'ouvrir un véritable dialogue entre TPE/PME et les banquiers.

²⁵ Cf. Discours de M. Abdou Diouf le 4 mars 2011.



Lancement du Réseau francophone de l'innovation (Finnov), 9 et 10 juillet 2013, au siège de l'OIF.

Une deuxième conférence, le 4 avril 2014 à Bruxelles (Belgique), a eu pour objectif cette fois d'apporter des éléments de réponse aux questions d'éducation financière, de faire connaître les initiatives en cours dans le monde francophone et de s'inspirer des dernières analyses et des meilleures pratiques et outils au niveau mondial.

La Conférence permanente des chambres consulaires africaines et francophones (CPCCAF)

C'est une **association à but non lucratif** créée en 1973 sous l'impulsion des Présidents Senghor (Sénégal), Pompidou (France) et Houphouët-Boigny (Côte d'Ivoire). Son objectif est de **contribuer au développement du secteur privé africain** par la coopération entre les chambres consulaires membres de son réseau. L'action de la CPCCAF se fonde en effet sur le rôle central que doivent jouer les chambres consulaires africaines en matière de développement économique local.

Représentantes et opératrices au service de toutes les entreprises, et notamment les plus fragiles et les moins aidées, les chambres consulaires, par leur capacité d'évocation auprès des pouvoirs publics et par leur offre de services au bénéfice de toutes les unités de production, contribuent à la structuration du secteur privé et à la création de richesses.

À son actif, entre autres, la mise en place du site « Investir en Zone franc²⁶ », le développement du projet AMADE (projet d'accès aux marchés de l'aide publique au développement) pour aider les entreprises des pays membres de la Francophonie, et de l'association qui en a résulté, créée en marge de l'assemblée générale de la CPCCAF d'octobre 2013 à Tunis.

La CPCCAF a activement contribué aux deux Rencontres internationales de la francophonie économique (RIFÉ) et son action a favorisé la prise de conscience des chefs d'État qui ont décidé en 2012 au Sommet de Kinshasa de demander la préparation d'une stratégie économique pour la Francophonie.

Réseau francophone de l'innovation (Finnov)

Le projet du Finnov vise à répondre à la volonté exprimée par les chefs d'État et de gouvernement des pays ayant le français en partage **d'asseoir l'innovation comme une des grandes priorités de l'espace francophone et de ses domaines d'intérêt**. Il est composé d'experts de l'innovation, notamment dans les secteurs de l'agroalimentaire, du numérique, de l'économie du savoir, de l'économie verte, des industries culturelles et de l'économie de la culture.

²⁶ <http://www.izf.net/>

L'objectif est de favoriser la **mise en réseau des acteurs et organisations** dans le domaine de l'innovation, de renforcer la mise en œuvre de stratégies nationales et régionales, et de soutenir la diffusion d'innovations clés. L'idée est de créer à terme un réseau multilatéral, multisectoriel et intégré.

En collaboration avec l'École des mines de Saint-Étienne et le Centre international

des ressources et d'innovation pour le développement durable (Ciridd), un système d'information est en cours de développement pour déployer ce projet en accordant l'importance qu'ils méritent aux processus de l'innovation d'une manière générale, à l'inter-connectivité entre les secteurs et à la diversité des acteurs qui favorisent une innovation ouverte et non cloisonnée. //

Annexes

Références bibliographiques de « Langue française et gestion linguistique dans les entreprises internationales »

CGT (Confédération générale du travail), 2010, *Bilinguisme au travail : un cas qui fait école*, entretien avec Jocelyne Chabert (GEMS), vidéogramme en ligne : <http://www.youtube.com/watch?v=wjF7Jgu62cY>

CFE-CGC (Confédération française de l'encadrement – Confédération générale des cadres), 2012, *Le tout anglais dans l'entreprise : mythes, réalités et recherche d'alternatives* (7 mars 2012, Paris), vidéogramme en ligne : http://www.youtube.com/watch?v=P8qIc_kLuek

DGLFLF. 2010. *Rapport au parlement sur l'emploi de la langue française*, Paris : Ministère de la Culture et de la Communication. Consultable en ligne www.dglff.culture.gouv.fr/rapport/2010/Rapport_Parlement08.pdf

DGLFLF, Délégation générale à la langue française et aux langues de France, 2013, *Guide des bonnes pratiques linguistiques dans les entreprises*, Consultable en ligne : www.françaisautravail.org

DGLFLF et OQLF (Office québécois de la langue française), 2013, *Bonnes pratiques linguistiques dans les entreprises*, Consultable en ligne : www.françaisautravail.org

ELLEKJAER Glenn Ole, 2012, « A Survey of English Use and Needs in Norwegian Export Firms », *Hermes*, Journal of Language and Communication in Business, N° 48-2012, pp. 7-18.

LÜDI Georges (dir.), 2010, *Le plurilinguisme au travail entre la philosophie de l'entreprise, les représentations des acteurs et les pratiques quotidiennes*, ARBA 22, université de Bâle.

MOIROUD Roger, 1993, « Les entreprises européennes et le plurilinguisme », *Circuit* (magazine d'information sur la langue et la communication), n° 41, Montréal, 1993, p. 9.

TRUCHOT Claude, 1990, *L'Anglais dans le monde contemporain*, Le Robert, Paris.

TRUCHOT Claude, 2002, *L'Anglais en Europe : repères / Key aspects of the use of English in Europe*, Strasbourg : Conseil de l'Europe : www.coe.int/T/DG4/linguistic/Source/TruchotFR.pdf

TRUCHOT Claude, 2008, *Europe : l'enjeu linguistique*, Paris : La Documentation française, Collection Études, 160 pages.

TRUCHOT Claude, 2013, « Internationalisation et choix linguistiques des entreprises françaises : entre « tout anglais » et pratiques plurilingues », *Synergies Italie*, Revue du Gerflint (Groupe d'études et de recherches pour le français langue internationale), Numéro 8/2013 : *Plurilinguisme et monde du travail*, Université de Turin, pp. 75-90, <http://ressources-cla.univ-fcomte.fr/gerflint/Italie9/truchot.pdf>

TRUCHOT Claude, 2014, *Pratiques linguistiques et gestion des langues dans les entreprises françaises internationales*, Cahiers de l'Observatoire des pratiques linguistiques n° 4, Délégation générale à la langue française et aux langues de France, Paris.