

CONFÉRENCE SKEMA PUBLIKA DU 20 OCTOBRE 2023

FRANCOPHONIE ET INFLUENCE, D'AUJOURD'HUI A DEMAIN

LE NOMBRE DE LOCUTEURS FRANCOPHONES DANS LE MONDE EST EN CROISSANCE - QU'EN EST-IL DE L'INFLUENCE FRANCOPHONE ?

SYNTHÈSE DES INTERVENTIONS ET DES ÉCHANGES

Intervenants (par ordre de prise de parole) :

- M. Frédéric Munier, professeur agrégé d'histoire, directeur de l'École de géopolitique de [SKEMA Business School](#)
- M. Guy Gweth, président du [Centre africain de veille et d'intelligence économique](#) (CAVIE)
- Mme Claudine Lepage, ancienne sénatrice des Français établis hors de France
- Mme Clarisse Gérardin, sous-directrice de la langue française et de l'éducation, direction de la diplomatie d'influence, [ministère de l'Europe et des Affaires étrangères](#) (MEAE)
- M. Daniel Zielinski, délégué ministériel à la Francophonie au [ministère des Sports et des Jeux Olympiques et Paralympiques](#)

Modération de Mme Claude Revel, directrice de [SKEMA Publika](#), ancienne déléguée interministérielle à l'intelligence économique.

INTRODUCTION

Cette conférence est la troisième du cycle de rencontres « **Au cœur des influences** », organisé par le think tank **SKEMA Publika** et consacré à l'analyse des influences et de leurs enjeux dans de multiples domaines. Ce think tank international basé à Paris et adossé à **SKEMA Business School** a été lancé en février 2022 avec pour objectif d'anticiper et de penser les transformations sociétales et géopolitiques de demain. Il alimente le débat public en émettant des recommandations pour les décideurs nationaux et internationaux.

À l'occasion de cette nouvelle conférence, nous avons souhaité traiter du thème de la francophonie. En effet, l'histoire montre que le lien entre influence, puissance et langue est complexe. Aujourd'hui, le nombre de locuteurs francophones dans le monde est en croissance. De 321 millions en 2022, les prévisions les plus optimistes estiment que ce nombre atteindra 600 millions d'ici 2050.

Pour autant, entre politique, économie, culture, éducation et sport, **la francophonie restera-t-elle un vecteur d'influence, notamment pour la France ? Doit-elle trouver un nouveau souffle ?** Avec nos intervenants et nos invités, nous avons tenté de dégager des pistes de réponses en ayant constamment à l'esprit une question : que faire ?

POURQUOI PARLER DE FRANCOPHONIE ET D'INFLUENCE AUJOURD'HUI ?

L'influence est la capacité de convaincre et de faire faire sans recourir à la contrainte. Il s'agit d'une sous-catégorie de la puissance – une puissance *sans contrainte*. Une telle définition met en exergue le caractère

relationnel de l'influence, faisant écho à la remarque de Raymond Aron dans son œuvre *Paix et guerre entre les nations*, selon laquelle : « la puissance n'est pas un absolu mais une relation humaine »¹.

La question de la langue, véhicule signifiant permettant aux individus de s'exprimer, de communiquer et d'agir de manière coordonnée, se pose donc naturellement lorsque nous abordons la problématique de l'influence : influencer c'est avant tout interagir, et l'interaction est favorisée par une langue commune. Mais **une langue n'est jamais neutre, puisqu'elle porte, en tant qu'objet politique, en tant que « carte de visite d'un État », une certaine vision du monde, un ensemble de valeurs, constituant simultanément un outil descriptif et un prisme d'interprétation.**

Dans ce cadre, plusieurs événements récents tels que la cessation de la coopération militaire entre la France et le Niger ainsi que la fin de l'enseignement des programmes français dans les écoles privées algériennes nous ont conduit à interroger l'avenir de la francophonie sur la scène mondiale. Au sein même de l'Europe, le lien entre francophonie et capacité d'influence est remis en cause, comme l'atteste un article du journal *The Spectator* relatif à « la longue défaite de la langue française »². Contrairement aux espoirs nourris par la France, la langue de Molière n'est pas redevenue post-Brexit la langue de travail de l'UE. Pis, certains francophones, et en particulier certains Français, se rendraient eux-mêmes coupables – occasionnellement du moins – de *French bashing*, contribuant à l'affaiblissement de la place de la langue française dans les instances internationales. Sans aller jusqu'à son dénigrement délibéré, l'absence de recours volontariste à cette langue dans les négociations multilatérales ou bilatérales – entre homologues Français et Chinois par exemple, en faisant appel à des interprètes -, et l'utilisation d'un anglais *globblish* comme véhicule de substitution, concourent également à faire reculer son pouvoir d'influence, en sus de produire des échanges difficilement compréhensibles dès lors que des aspects techniques sont abordés.

Il convient par conséquent de se demander si la francophonie, soit « l'ensemble des personnes qui utilisent le français et qui sont supposées être francophiles »³, a toujours vocation à servir de vecteur d'influence, spécialement pour la France. Cette interrogation donne lieu à plusieurs questions connexes. Tout d'abord, si la langue française participe de la puissance des locuteurs et des pays francophones, où réside cette puissance ? La langue française en est-elle la source pour ceux qui la parlent ou au contraire, sa force émane-t-elle de l'influence – politique, économique etc. – des pays auxquels elle est attachée ? Qui plus est, sommes-nous encore légitimes à parler de *la* francophonie, au singulier, à l'heure où les organisations qui s'y intéressent n'en ont pas toutes la même perception, ni ne partagent la même ambition ? Sans oublier la divergence des points de vue des pays constituant la Francophonie – « dispositif institutionnel organisant les relations entre les pays ayant le français en partage »⁴, au sein de laquelle la dynamique démographique est susceptible de rebattre les cartes de l'influence. Enfin, la langue française étant elle-même plurielle, envisager la francophonie comme réalité unique, ne serait-ce pas déjà s'inscrire dans une certaine idéologie ? Une aspiration rationaliste semblable à l'utopie espérantiste, relevant sans doute d'une volonté mythique de retour à un Babel pourtant définitivement perdu.

Rassemblant une multitude d'acteurs issus d'horizons distincts, la conférence « Francophonie et influence, d'aujourd'hui à demain » a permis à SKEMA Publika de faire dialoguer les perspectives politique, économique, culturelle et sportive, pour faire émerger un ensemble d'observations et de recommandations relatives à l'avenir de la francophonie comme vecteur d'influence.

¹ Aron, Raymond, *Paix et guerre entre les nations* (1962), Calmann-Lévy, 2004

² West, Ed, « The long defeat of the French language », *The Spectator*, 15 juillet 2023, <https://www.spectator.co.uk/article/the-long-defeat-of-the-french-language/>

³ Vie publique, « Francophonie et rayonnement culturel », 1^{er} avril 2020, [Francophonie et rayonnement culturel | vie-publique.fr](https://www.viepublique.fr/francophonie-et-rayonnement-culturel)

⁴ France Diplomatie, « La Francophonie, espace de coopération multilatérale », mars 2023, https://www.diplomatie.gouv.fr/fr/politique-etrangere-de-la-france/francophonie-et-langue-francaise/la-francophonie-espace-de-cooperation-multilaterale-63438/#sommaire_6

FRANCOPHONIE ECONOMIQUE : L'OBLIGATION D'INNOVER

Il est vrai que nous associons plus volontiers les domaines politique et culturel que l'activité économique à l'idée de francophonie. Nous avons pourtant souhaité donner à la francophonie économique une place centrale dans la discussion amorcée lors de notre conférence. Car là où de récents événements géopolitiques laissent présager d'un essoufflement de la francophonie comme vecteur d'influence, notamment sur le continent africain (pensons par exemple aux déboires de la France au Mali et au Niger), **la réalité économique semble conduire à une tout autre lecture.**

L'espace économique francophone représente aujourd'hui 20% des échanges mondiaux et 16% du PIB mondial, faisant du français la troisième langue d'affaires la plus usitée, après l'anglais et le mandarin, tandis qu'elle n'arrive qu'entre la 5^e et 7^e place au classement du nombre de locuteurs. **Derrière les symptômes politiques, il importe donc de prendre le pouls de la francophonie économique.**

Or, à l'image des 1100 m² d'espace commercial qu'exploite le Groupe Lagardère depuis l'ouverture en 2017 de l'aéroport international Blaise-Diagne de Dakar, celle-ci se porte bien et peut singulièrement s'appuyer sur une classe moyenne montante en Afrique, dont la taille (environ 340 millions de personnes) équivaut désormais à celle des classes moyennes chinoise ou indienne. Notons que pour parvenir à cerner correctement les dimensions de cette frange de la population africaine et évaluer au mieux ses besoins et ses aspirations, il est nécessaire de prendre en compte le pan informel de l'activité économique du continent, ce que l'un de nos intervenants a nommé : « la débrouille ». Ce n'est qu'à l'aune de ces observations que nous serons à même de nuancer le supposé désamour pour la France et la francophonie ressenti depuis Paris et que nous pourrons comprendre d'où vient la demande – bien réelle – pour les produits français, en particulier de la grande distribution (Carrefour, Casino, Système U, etc.), à Libreville, Dakar, Abidjan ou encore Yaoundé. Car en matière économique, la francophonie est perçue localement comme un gage de qualité face à ses concurrents.

La vitalité de la francophonie économique est donc une aubaine en termes d'influence. Elle illustre le fait que le français est une langue d'opportunités non seulement pour les individus, mais également pour les institutions et les organisations. Certes, individuellement, l'anglais maximise les possibles linguistiques. Mais, collectivement, aucune langue, si répandue soit-elle, ne permet de parer à toutes les circonstances. Nous y reviendrons.

Si la francophonie économique est une chance, elle doit cependant être saisie proactivement et faire l'objet de projets innovants, sous peine de laisser la place à d'autres compétiteurs (anglophones, Chinois, Allemands, etc.). C'est là ce qui se produit sur les chaînes télévisées francophones, où le long-métrage proposé après le journal de 20h est désormais presque systématiquement américain. Avec le déclin de l'industrie cinématographique francophone, dû à un manque d'investissements, ce sont la culture, les valeurs et les principes véhiculés par la langue française qui sont également perdus de vue par les téléspectateurs.

Ainsi, tout comme le passage de 321 millions à 600 millions de locuteurs ne se matérialisera qu'à la condition d'y allouer des moyens suffisants, l'influence de l'espace économique francophone ne continuera d'être effective que si nous le faisons vivre. **À ce titre, il est indispensable de travailler à une meilleure intégration des systèmes et des politiques économiques francophones, en abaissant les barrières tarifaires et non-tarifaires.** L'Union européenne sait certainement le faire, tout comme l'Afrique.

C'est d'ailleurs pour faire vivre cette francophonie des affaires que le Groupement du Patronat Francophone (GPF) favorise les échanges entre entreprises et acteurs économiques de différents pays francophones et francophiles. Soulignons également le rôle des conseillers du Commerce extérieur de la France : 4500 femmes et hommes d'entreprise qui remplissent bénévolement des missions de conseil aux pouvoirs publics, d'appui aux entreprises, de formation des jeunes à l'international et de promotion de l'attractivité de la France, afin de dynamiser la francophonie économique.

Enfin, l'économie ne pouvant fructifier sans mobilité, le développement de l'influence francophone nécessite de faciliter le déplacement et la rencontre des citoyens au sein de cet espace linguistique. Certaines institutions de la Francophonie l'ont d'ailleurs bien compris, comme l'Assemblée parlementaire francophone (APF), que nous évoquerons ci-après. Mais avant cela, il nous faut à présent dresser un bref tableau de la francophonie culturelle.

FRANCOPHONIE CULTURELLE : L'EXEMPLE DE L'ENSEIGNEMENT

Outre les médias (comme RFI, France 24, MCD et TV5 Monde, liés à France Médias Monde) et les 834 Alliances françaises (au statut associatif local) ainsi que les 98 Instituts français (« ailes culturelles » des représentations diplomatiques à l'étranger) qui ont pour mission de promouvoir la langue et la culture françaises, le réseau des écoles françaises à l'étranger constitue l'un des outils majeurs de la diplomatie d'influence en matière de francophonie culturelle. Créée en 1990 pour coordonner et piloter ce réseau, l'Agence pour l'enseignement français à l'étranger (AEFE) a une double mission, qu'elle mène sous la tutelle du ministère de l'Europe et des Affaires étrangères (MEAE) : (1) la scolarisation des enfants français à l'étranger et (2) la coopération éducative avec les pays hôtes ou pays tiers. Cette démarche mise sur des bénéfices observables à moyen terme pour la France et l'espace francophone.

En 2023, **le réseau d'enseignement français à l'étranger compte 580 établissements (contre 566 en 2022) implantés dans 139 pays, où sont scolarisés près de 395 000 élèves dont un tiers sont français et deux tiers sont d'autres nationalités.** Tous ces établissements n'ont pas le même statut : 68 seulement sont gérés directement par l'AEFE, 161 ont passé une convention administrative, financière et pédagogique avec l'AEFE et sont gérés par des associations ou fondations de droit privé, et 351 établissements ont signé un accord de partenariat avec l'Agence, tout en étant gérés par des organismes de droit privé. Tous ces établissements ont néanmoins en commun d'avoir été homologués par le ministère de l'Éducation nationale, ce qui autorise les individus qui bénéficient des enseignements dispensés à passer d'une école à l'autre sans examen. Cela représente un véritable atout pour les expatriés. L'homologation du Ministère atteste ainsi de la conformité aux principes, aux programmes et à l'organisation pédagogique du système éducatif français – avec un aménagement possible pour introduire l'enseignement de la langue et de la culture du pays hôte dans les cursus.

Parmi les élèves ayant effectué leur scolarité dans des établissements français, il est estimé qu'environ 50% poursuivent leurs études supérieures en France – en fonction des aléas propres aux événements mondiaux. Entre autres freins mentionnés à un taux de conversion plus important figurent (1) la distance, l'éloignement géographique (depuis l'Amérique latine par exemple), (2) les difficultés pour obtenir un visa (notamment pour les jeunes Africains), et (3) la volonté, après plusieurs années passées en son sein, de découvrir un autre système que le système francophone, souvent au bénéfice d'un pays anglophone.

Il convient de noter qu'afin d'atteindre son ambitieux objectif consistant à doubler l'effectif de ses élèves en dix ans (entre 2020 et 2030) et ainsi de parvenir à un total de 700 000 individus scolarisés dans l'un des établissements du réseau, l'AEFE en facilite l'ouverture aux écoles privées en tant que partenaires. **Toutefois, cette privatisation risque d'accroître encore davantage les inégalités d'accès déjà observées avec l'augmentation constante des frais de scolarité.** Ces augmentations ne sont en effet pas suivies de revalorisations suffisantes des bourses versées aux familles françaises sur critères sociaux. Elles ont donc provoqué une baisse de la mixité sociale au sein des établissements de l'AEFE. Cela constitue sans doute une répercussion de la stratégie pragmatique adoptée en matière d'influence par le MEAE, en particulier en ce qui concerne le positionnement des lycées français à l'étranger comme lycées *internationaux* visant à attirer l'élite locale – comme nous le verrons ci-dessous.

Mais avant d'évoquer l'élaboration de politiques publiques en la matière, les effets latéraux du projet du réseau d'enseignement français à l'étranger soulignés précédemment nous enjoignent à insister sur l'importance du tissu associatif et de la société civile dans le succès d'une francophonie influente.

LE ROLE INCONTOURNABLE DE LA SOCIETE CIVILE

Les Français de l'étranger ne sont pas tous des expatriés – il y en a même de moins en moins. Ces Français se fondent dans la société du pays dans lequel ils vivent. Pourtant, leur contribution à la vie de la francophonie est essentielle. C'est ce qu'illustre par exemple le dispositif FLAM (français langue maternelle). Puisque toutes les familles françaises à l'étranger ne sont pas nécessairement en mesure de scolariser leurs enfants dans une école francophone, le dispositif FLAM regroupe des associations qui proposent des activités en langue française pour les enfants scolarisés dans les écoles locales. Créées par les parents d'élèves ou par des associations de Français de l'étranger, elles s'adressent à tous les francophones et non uniquement aux ressortissants Français, et leur permettent de maintenir un lien avec la culture et la langue françaises.

De la même manière, des associations reconnues d'utilité publique **comme l'Union des Français de l'Étranger (UFE), qui œuvre à l'accueil, l'entraide et la convivialité entre Français et francophiles, et Français du monde – Association Démocratique des Français à l'Étranger (ADFE),** qui défend les droits des Françaises et Français établis à l'étranger, opèrent souvent en complément des consulats qui ont de moins en moins de moyens et sont parfois débordés.

Sans doute moins connue du grand public que l'Organisation internationale de la Francophonie (OIF), **l'Assemblée parlementaire de la Francophonie (APF),** constituée de sections membres représentant 87 parlements ou organisations interparlementaires, travaille à ses côtés au rayonnement de la langue française et des cultures francophones ainsi qu'au renforcement de la solidarité entre institutions parlementaires francophones et à la promotion de bonnes pratiques de gouvernance démocratique. En tant qu'Assemblée parlementaire, l'un de ses objectifs consiste à représenter les intérêts et les aspirations des *peuples* de l'espace francophone auprès des instances de la Francophonie. À des fins illustratives, nous pouvons ici mentionner deux de ses actions. D'une part, sa contribution à une harmonisation juridique du monde francophone : si celle-ci a vocation à demeurer inatteignable, il reste désirable d'y tendre et **l'APF incite de ce fait ses membres à légiférer sur des sujets d'intérêt commun et à partager avec le reste de l'Assemblée leurs expériences législatives,** afin d'aider les parties prenantes qui ne disposeraient pas des compétences ou des ressources nécessaires. D'autre part, faisant écho à ce qui a été dit au sujet de la francophonie économique, et en vue du sommet de la Francophonie qui se tiendra fin 2024 au château de Villers-Cotterêts, l'APF entend élaborer une doctrine pour remédier au problème de l'octroi des visas et améliorer la mobilité citoyenne dans l'espace francophone.

Ces acteurs, auxquels il faut ajouter ceux que nous avons déjà évoqués (comme le **Groupement du Patronat Francophone et les conseillers du Commerce extérieur) et bien d'autres (Campus France, CIAN, AUF, AFAL, FIPF...),** reflètent la richesse et la diversité du réseau des structures francophones. Ils soulignent le rôle incontournable de la société civile, et en particulier des citoyens, dans la défense et l'avancement des intérêts de la francophonie. Ainsi l'avenir de cette dernière en tant que vecteur d'influence – sa vitalité – repose-t-il en grande partie sur la faculté qu'ont les individus à être force de proposition, y compris en dehors des institutions. La multiplicité des organismes et des dispositifs cités fait cependant apparaître le risque d'un manque de lisibilité émanant de l'écosystème francophone. **L'un des intervenants a d'ailleurs confessé : « à chaque fois que l'on parle de francophonie, je découvre un nouvel acteur » - avant d'ajouter : « il faut mettre tout le monde autour de la table ».** C'est ce qu'a tenté de faire, par le biais de cette conférence, le think tank SKEMA Publika, permettant par là aux perspectives exprimées de s'enrichir mutuellement.

POLITIQUE PUBLIQUE DE LA FRANCOPHONIE

Afin d'élaborer une politique réaliste et pragmatique en matière de Francophonie, le ministère de l'Europe et des Affaires étrangères (MEAE) s'appuie sur un ensemble de constats.

Premièrement, si la langue française est assurément une langue « vecteur », c'est-à-dire qu'elle présente (1) « une dimension mondiale comme langue de communication internationale » et qu'elle est (2) « porteuse d'opportunités » (d'échange, de commerce, d'emploi) pour les individus et les organisations, **toute tentative pour concurrencer l'anglais (1,3 milliard de locuteurs) sur le plan quantitatif semble désormais vouée à l'échec** et, de ce point de vue, la compétition pour l'hégémonie en termes d'influence est bel et bien terminée : « *game over* ». À titre indicatif, 80% des revues scientifiques de haut niveau sont en langue anglaise. Quel que soit le sujet d'étude, ne pas publier en anglais signifie de ce fait ne pas exister à l'échelle mondiale ; ni en physique, ni en économie, ni en sciences politiques.

Deuxièmement, si le chiffre de 321 millions de locuteurs a été évoqué plus haut, le français comme langue maternelle « réelle » ne représente qu'environ 100 millions d'individus dans le monde et le français comme langue pratiquée de façon usuelle totalise au mieux 250 millions de locuteurs.

Aussi importe-t-il de ne pas se faire d'illusions sur la nature des langues natales et sur le niveau en langue française de populations francophones traditionnellement plurilingues, notamment dans certains pays d'Afrique où le français demeure pourtant la langue d'enseignement. C'est ainsi que, faute d'y former les professeurs *en français*, la qualité de l'enseignement peut se trouver dégradée dans ces régions pourtant francophones – ce qui justifie le financement de programmes de formation des enseignants par la sous-direction de la langue française et de la coopération éducative du MEAE.

Malgré son incapacité à rivaliser quantitativement avec l'anglais, le français demeure toutefois une langue aux opportunités qualitativement intéressantes. Outre qu'il ouvre le champ des possibles – pour les individus comme pour les organisations – sur les cinq continents, le français, lorsqu'il est reconnu comme langue officielle dans des pays où il ne constitue statistiquement qu'une seconde langue, permet souvent pour une certaine frange de la population **d'accéder à l'économie « formelle »**, à l'emploi salarié. C'est par exemple le cas au Maroc, où l'on estime que 10% des habitants ont un français usuel (mais non maternel), et où toutes les entreprises emploient le français, où l'université enseigne en français etc. – ce qui ne va pas sans poser des problèmes d'équité. Si l'anglais séduit aujourd'hui davantage de Marocains, grâce notamment à l'association dans l'imaginaire collectif de cette langue avec les possibilités offertes par les pays du Golfe, la réalité est que, du fait du *substrat français* hérité de l'Histoire, la langue française constitue une opportunité sans équivalent dans le paysage « accessible » à ces individus. Là où Dubaï serait à la portée de 0,5% de la population marocaine, le français est susceptible d'enrichir les possibles pour 40 à 50% des individus. Cela s'explique par le fait que parler un bon anglais, pour un Marocain ordinaire, est un projet difficilement réalisable, du fait notamment du manque de ressources (faible nombre d'enseignants qualifiés), mais aussi parce que c'est une langue qui ne s'accroche à rien dans l'univers familial, là où le français est parlé au quotidien par 10% de la population et le dialecte marocain regorge de gallicismes. Un Marocain qui apprend le français apprend de ce fait une seconde langue *de son monde*, là où l'anglais exige de sa part de *changer de monde*.

Pour que le français continue d'être un vecteur d'opportunités de qualité, il faut donc que la politique publique en matière de Francophonie passe par l'offre : il faut que les gens puissent apprendre le français et même apprendre en français. C'est notamment le but que poursuivent les Alliances françaises ainsi que les Instituts français. Les autres pays nous ont d'ailleurs suivis dans le domaine – comme l'illustre le cas des instituts Confucius. **La France a de ce point de vue une longueur d'avance : un réseau ancien, connu, et apprécié la plupart du temps.**

À l'avenir, l'influence de la France passera par l'attrait des têtes pensantes. Sa cible doit être la classe moyenne supérieure, les 10% qui forment les futurs journalistes, les futurs enseignants universitaires, les futurs employés de grandes entreprises – mais pas forcément leurs actionnaires, pas les 1%. Or, pour cette élite, parler anglais

est devenu un réquisit non-négociable. Il faut donc leur permettre de parler anglais *et une autre langue*, le français. **Dans une ère où les classes moyennes parlent elles aussi anglais, le français doit être perçu par comme un atout différenciant, un avantage compétitif. C'est là qu'il faut se situer : il faut mettre en avant la dimension plurilingue de l'école française, en faire une école internationale où l'on peut apprendre en français tout en apprenant l'anglais. C'est pourquoi le MEAE développe aujourd'hui avec l'AEFE l'image du « lycée français international » pour peser qualitativement auprès des classes moyennes supérieures.**

QUELQUES PISTES POUR L'AVENIR

L'élaboration d'une politique d'offre par le MEAE visant à accroître l'attractivité de la langue et de la culture françaises s'accorde avec plusieurs remarques émises par les participants quant à la nécessité de redynamiser la francophonie aux niveaux institutionnel, organisationnel et citoyen. Qu'ils soient président d'une ONG dans le secteur de l'éducation à Madagascar ou associé d'un cabinet d'avocats, **nos invités ont ainsi unanimement reconnu le besoin, afin de revitaliser l'espace francophone, de « donner envie de français ». Or, pour que les efforts fournis en ce sens portent leurs fruits, il est essentiel de ne pas s'en tenir à une logique purement administrative, « à la prussienne », mais de s'adresser « au cœur », à l'âme des francophones en construisant un récit auquel ils puissent adhérer.** Il faut faire rêver en jouant sur l'imaginaire du français. De ce point de vue, la suppression de l'ENA – école prestigieuse, gage d'excellence et réservée à quelques individus d'exception – a symboliquement été un message terrible pour l'élite des pays francophones qui aspirait à s'y former.

La séquence de questions-réponses a toutefois fait émerger **une nuance considérable par rapport à l'approche retenue par le MEAE : pour donner envie de francophonie, il est fondamental de ne pas s'adresser uniquement à l'élite et de la rendre accessible à chacun.** Afin de conserver cette association spontanée qui existe entre qualité et francophonie tout en faisant de cette dernière un espace linguistique plus abordable, nous pourrions investir davantage des champs comme celui du luxe et de la mode, figures de proue de la culture et de l'économie françaises. À ce sujet, le projet mort-né d'un *Vogue Afrique* en français constitue assurément une opportunité manquée qui illustre le manque d'appui des institutions auprès de certaines structures. Outre sa capacité à toucher le grand public, ce dessein eût été l'occasion de faire rêver en allant vers un véritable modèle de co-construction, de co-investissement, de co-production avec des partenaires locaux, comme doivent le faire les entreprises françaises. Il eût permis de montrer que « pour gagner, nous ne sommes pas obligés de fabriquer un vaincu ».

Le succès de la francophonie comme vecteur d'influence dépendra ainsi de sa capacité à provoquer des retombées favorables localement, pour les francophones « de l'avenir » et non uniquement les francophones « des racines ». Au niveau individuel, un dispositif exemplaire à ce sujet est celui de la cotutelle internationale de thèse, qui favorise la mobilité des doctorants et leur permet de bénéficier des apports et des ressources de deux directeurs de thèse au sein de deux universités de pays différents. Dans le cas de l'espace francophone, les doctorants en droit comparé peuvent par exemple tirer parti du savoir et des savoir-faire juridiques français tout en s'intéressant réellement au droit et aux législations de leur pays d'origine. En tant que pont entre institutions francophones, ce dispositif permet de renforcer non seulement les relations mais également les compétences des parties prenantes. Il demeure toutefois un outil compliqué à mettre en place, qui ne reçoit pas suffisamment de soutien pour opérer efficacement.

Enfin, **le futur de la francophonie semble inévitablement lié à celui de la *francophilie*.** Le fait que le passé ne soit pas garant de l'avenir est un dicton bien connu des sphères financières. Précisément, les moyens investis et le dynamisme économique de certaines régions francophiles semblent avoir accompli davantage ces dernières années pour le progrès de la francophonie que l'héritage de l'Histoire. C'est ainsi que **l'on constate en Asie un intérêt croissant pour la culture et la langue françaises dans des pays comme la Corée du Sud ou la Thaïlande**, contrastant avec le désintérêt relevé au Laos, au Cambodge et au Viêt Nam. **En Europe, une tendance francophile similaire est à l'œuvre dans des pays comme la Pologne et la Roumanie.** Il s'agit donc de saisir cette opportunité. Or, outre le dynamisme économique de certains secteurs comme le luxe et la mode, c'est peut-être par le biais du sport que la francophonie doit désormais entreprendre de « faire rêver ».

CONCLUSION : « DONNER ENVIE DE FRANÇAIS » : L'EXEMPLE DE LA FRANCOPHONIE SPORTIVE

L'idée d'une francophonie sportive est encore relativement récente et beaucoup reste à faire pour en clarifier les enjeux, les parties prenantes et les valeurs. Cependant, un travail en ce sens peut s'avérer payant à moyen terme. Si le nombre de locuteurs venait à passer de 321 à 600 millions, nous atteindrions en effet les 300 millions de supporters et pratiquants francophones potentiels, contre 165 millions aujourd'hui.

L'accueil des Jeux Olympiques et des Jeux Paralympiques de Paris 2024 est à ce titre une chance non seulement pour le rayonnement de la France, mais également pour l'influence de la francophonie. Nous évoquons ci-dessus le besoin de s'adresser à l'âme des francophones et des francophiles : quoi de mieux que le sport, langage universel s'il en est, pour solliciter l'imaginaire des spectateurs ?

Si universel soit-il, le sport ne pourra cependant constituer un véritable vecteur de l'influence francophone qu'à la condition de pouvoir en parler en français. La première étape est donc de cesser d'utiliser la terminologie anglophone pour décrire et réglementer la pratique sportive, sous peine de ne pas pouvoir expliquer les disciplines au plus grand nombre. C'est ainsi que les journalistes de médias francophones se sont trouvés fort démunis pour commenter l'épreuve de snowboard lors des Jeux Olympiques d'hiver de Pékin 2022. Cette situation a depuis motivé une entreprise de traduction du vocable technique lié à la gestuelle de cette discipline. L'intérêt d'une telle démarche n'est évidemment pas simplement linguistique. Il s'agit bel et bien d'une question de puissance au sein des fédérations internationales. Il faut à tout prix éviter ce qu'il s'est produit lors de la création en 2007 de l'IFSC (*International Federation of Sport Climbing*), dont les statuts sont en anglais mais dont l'ancêtre, l'UIAA (Union Internationale des Associations d'Alpinisme), fondé en 1932 à Chamonix, était pourtant sous domination francophone. Le climat est par ailleurs propice à ce type de projets puisque les Français affirment être de plus en plus irrités par le recours à des anglicismes là où un lexique équivalent est disponible dans la langue de Molière.

Si la langue joue un rôle majeur dans la façon dont un sport est pratiqué – celle-ci changeant d'un pays à l'autre, selon l'interprétation qui peut être faite des normes édictées –, le français ne suffira pas à lui seul à promouvoir les intérêts de l'espace francophone au sein des fédérations et des comités. **Une coordination des acteurs de francophones et francophiles est requise pour peser au sein des instances décisionnelles.** Cet effort est loin d'être anecdotique, puisqu'il peut décider de l'issue de compétitions internationales. C'est d'ailleurs en ce sens que le président de la Fédération Française de Rugby soulignait, le 16 octobre dernier, le manque d'influence de la France auprès de World Rugby à la suite de la défaite de l'équipe nationale contre l'Afrique du Sud en quart de finale de la coupe du monde, à l'issue d'un match à l'arbitrage controversé.

À l'heure où les grands événements sportifs requièrent davantage de moyens et sont à présent régulièrement organisés par des pays partenaires – comme l'illustre l'octroi de l'Euro 2032 au couple Italie-Turquie –, la coopération des acteurs francophones peut se révéler être un atout majeur. Il faut cependant s'assurer que cette collaboration mobilise l'ensemble de l'écosystème francophone, y compris son versant économique. Il est ainsi regrettable que les derniers Jeux de la Francophonie, qui se sont déroulés à Kinshasa à l'été 2023, n'aient compté qu'un seul sponsor français (Vivendi) pour la restauration, tandis qu'étaient présentes des entreprises américaines, indiennes, turques etc.

Le chemin à parcourir est encore long mais le cap est clair : pour être vecteur d'influence demain, la francophonie doit aujourd'hui s'attacher à faire rêver.

Suivez SKEMA Publika :

