

DOCUMENTER LES NOUVELLES
TENDANCES CULTURELLES ET
LINGUISTIQUES À L'ŒUVRE AU
SEIN DE LA FRANCOPHONIE



DISPOSITIF D'OBSERVATION DES DYNAMIQUES CULTURELLES ET LINGUISTIQUES

Perspectives de recherche
Sous la direction de B. Dufrêne

Cet ouvrage a été réalisé par la Direction Langue française, culture et diversités

Directrice : **Youma Fall**

Spécialiste de programme : Véronique Girard

Avec l'appui de la direction de la communication et des instances de la Francophonie

Conception graphique : **Abdoul Assane Diaby**

Ont contribué :

François Chaubet

Enseignant-chercheur, Histoire contemporaine, Université de Nanterre, Paris.

Bernadette Dufrière

Professeure des Universités en Sciences de l'information et de la communication (muséologie et médiation culturelle, Université Paris 8).

Souleymane Bachir Diagne

Professeur d'études francophones et de philosophie, Columbia University, New York.

Dominique Jutras

Directeur, Direction de la société des statistiques de la société du savoir et Observatoire de la culture et des communications du Québec, Institut de la statistique du Québec.

Yacouba Konaté

Professeur de philosophie, Université de Cocody, Abidjan, Directeur général du MASA d'Abidjan.

Ronald Paul

Expert en politique culturelle et action artistique, Haïti.

Hervé Sabourin

Directeur Bureau du Moyen-Orient, Agence universitaire de la Francophonie.

Destiny Tchéouali

Chercheur, Université du Québec à Montréal, Directeur de l'Observatoire ORISON

Fernand de Varennes

Doyen, Faculté de Droit de l'Université de Moncton, Nouveau Brunswick

Remerciements à :

Francine Moock, responsable de la gestion de l'information et de la valorisation des actions, DLFCD

Seynabou Seye, Attachée de programme, Direction Langue française, culture et diversités, OIF

Mélanie Léger Saint-Cyr, Chargée de veille, Direction Langue française, culture et diversités, OIF.

Perspectives de recherche

Comité d'orientation des
Dynamiques culturelles et linguistiques
Organisation internationale de la Francophonie
Direction Langue française, culture et diversités



ISBN : 978-92-9028-431-4

Perspectives de recherche

Sous la direction de
BERNADETTE DUFRÊNE

Sommaire

Avant-propos par <i>Youma Fall</i>	7
Liste des membres du Comité d'orientation	9
Introduction. <i>Dynamiques culturelles et linguistiques : quels enjeux en 2017? Le cas de l'Afrique</i> par <i>Bernadette Dufrêne</i>	11

I.

PERSPECTIVES OPÉRATIONNELLES

Faire des langues africaines des langues de science et de création Proposition de <i>Souleymane Bachir Diagne</i>	27
Il paraît que... par <i>Yacouba Konaté</i>	31
Les représentations des langues et la représentation de la Francophonie chez les jeunes de l'espace francophone par <i>Hervé Sabourin</i>	35
Note d'orientation pour une étude sur Proposition de <i>Destiny Tchéhouali</i>	39
Note d'orientation pour une étude sur Proposition de <i>Dominique Jutras</i>	45
Éducation culturelle et artistique à l'école et consommation culturelle par <i>Ronald Paul</i>	49

II.

DONNÉES SUR L'ACTION DE LA FRANCOPHONIE

I. Compte rendu synthétique de la première réunion du comité d'orientation du dispositif d'observation des dynamiques culturelles et linguistiques	57
--	----

PERSPECTIVES DE RECHERCHE

II. Actions de l'OIF dans le domaine de la Culture : résultats 2017	61
III. Le français, une langue mondiale.....	73
IV. Francophonie et éducation	75
1. Institut de la Francophonie pour l'éducation et la formation.....	75
2. L'Agence universitaire de la Francophonie (AUF)	76
3. TV5MONDE.....	77
4. Université Senghor	78
V. Chiffres relatifs à l'économie culturelle en Afrique.....	81

Avant-propos

Youma Fall

Moteur de transformation des sociétés, la culture est à la croisée de plusieurs enjeux. Elle occupe une place essentielle dans le développement, à la fois comme vecteur de cohésion sociale et de dialogue, mais aussi catalyseur de créativité et d'innovation. Fondée sur la langue française que ses États et gouvernements membres ont en partage, la Francophonie s'est attachée dès ses origines, à promouvoir le rôle de la culture comme dimension incontournable du développement économique et social.

Engagée dans une action permanente de promotion du dialogue des cultures et de renforcement de la coopération pour le développement culturel, la Francophonie accompagne les États, les créateurs et les entrepreneurs culturels par un ensemble de programmes qui apporte des réponses concrètes aux risques d'uniformisation des cultures.

Inscrite dans une vision ouverte et guidée par les principes d'adéquation aux besoins des acteurs du développement culturel, son action dans le domaine de la culture a constamment visé la valorisation des identités et des expressions culturelles dans le dialogue et le respect de leur diversité.

Au sein de l'OIF, c'est à la Direction de la langue française, culture et diversités (DLFCD) qu'il revient de mettre en œuvre ces programmes qui illustrent parfaitement le rapport entre langue et culture, véhicule et espace de valorisation et de créativité.

L'absence de vision claire sur les dynamiques culturelles et linguistiques dans le monde rend, toutefois, aléatoire la définition de stratégies adéquates de développement culturel et de promotion de la diversité. Cette situation a incité la DLFCD à créer un Comité d'orientation des dynamiques culturelles et linguistiques avec pour objectif d'avoir une perception plus fine tant des expressions que des identités de la Francophonie. Ce dispositif s'insère dans le programme « Observation de la langue française et de la diversité culturelle et linguistique », aux côtés de l'Observatoire de la langue française qui concentre son action plus particulièrement sur les enjeux, la présence et les usages de la langue française dans le monde.

Le travail de ce Comité s'articule autour de deux axes complémentaires, l'un portant sur les enjeux globaux et présenté sous forme d'études théoriques, l'autre portant sur des réflexions spécifiques et présenté sous forme d'études de terrain. L'identification et l'analyse de ces mutations, des innovations, des bonnes pratiques permettront de rendre compte et de documenter les nouvelles tendances culturelles et linguistiques à l'œuvre en Francophonie.

Ce document préliminaire concrétise le lancement du dispositif dont le Comité d'orientation, constitué d'experts internationaux, s'est réuni pour la première fois en juillet 2017, au siège de l'OIF.

Présentant les différentes études spécifiques qui seront menées dans les prochaines années, il inscrit d'emblée le nouveau dispositif au niveau des enjeux et des problématiques de la diversité culturelle et linguistique en regard des profondes évolutions qui ont marqué ces cinquante dernières années.

Il pose les bases d'un travail qui viendra nourrir la réflexion de l'OIF, celui des opérateurs de la Francophonie et des États et gouvernements membres et observateurs, mais aussi de tous les acteurs concernés, en mettant en lumière les défis à relever, les opportunités à saisir et les stratégies à mettre en œuvre pour accroître la promotion et la valorisation de la diversité culturelle et linguistique dans l'espace francophone et au-delà.

Les membres du Comité d'orientation partagent ici leurs réflexions et visions sur les dynamiques culturelles et linguistiques en tenant compte, bien entendu, des nouveaux défis que pose le numérique dans la création, la diffusion et la consommation de contenus culturels.

Nous sommes heureux et honorés de pouvoir compter sur l'engagement à nos côtés de personnalités du monde universitaire qui partagent la même passion pour la culture et dont la stimulante diversité assurera la pluralité des points de vue.

Qu'ils soient remerciés, au nom de Madame la Secrétaire générale de la Francophonie et au nom de Monsieur l'Administrateur de l'OIF pour leur engagement.

Liste des membres du Comité d'orientation

Dynamiques culturelles et linguistique

Présidente

BERNADETTE DUFRÊNE. Professeure des Universités en Sciences de l'information et de la communication (muséologie et médiation culturelle, Université Paris 8).

Membres

DESTINY TCHÉOUALI. Chercheur, Université du Québec à Montréal, Directeur de l'Observatoire ORISON.

DOMINIQUE JUTRAS. Directeur, Direction de la société des statistiques de la société du savoir et Observatoire de la culture et des communications du Québec, Institut de la statistique du Québec.

FERNAND DE VARENNES. Doyen, Faculté de Droit de l'Université de Moncton, Nouveau Brunswick.

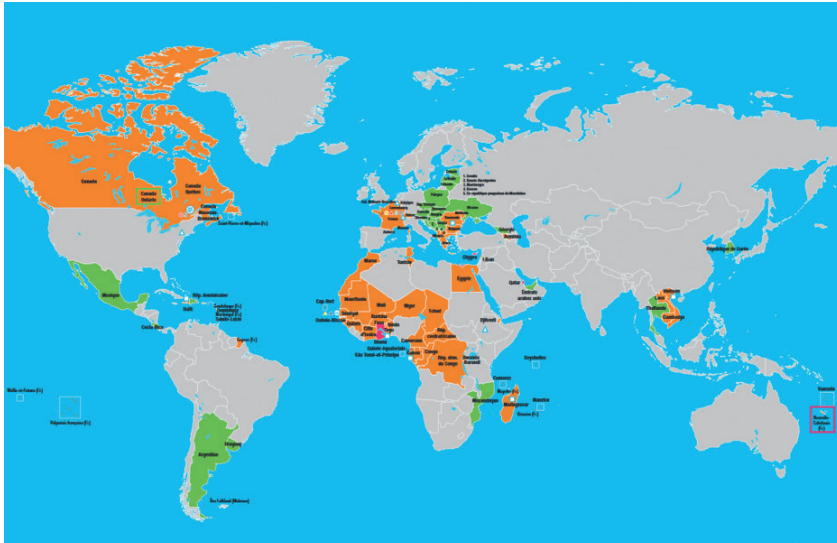
FRANÇOIS CHAUBET. Enseignant-chercheur, Histoire contemporaine, Université de Nanterre, Paris.

HERVÉ SABOURIN. Directeur Bureau du Moyen-Orient, Agence universitaire de la Francophonie.

RONALD PAUL. Expert en politique culturelle et action artistique, Haïti.

SOULEYMANE BACHIR DIAGNE. Professeur d'études francophones et de philosophie, Columbia University, New York.

YACOUBA KONATÉ. Professeur de philosophie, Université de Cocody, Abidjan ; Directeur général du MASA d'Abidjan



La carte de la Francophonie

Introduction

Dynamiques culturelles et linguistiques : quels enjeux en 2017? Le cas de l'Afrique

Bernadette Dufrêne

À première vue, les constats établis à propos de la Francophonie dans le monde sont totalement satisfaisants comme le montrent les chiffres présentés sur le site du Ministère français des Affaires étrangères. : outre le fait qu'on dénombre 274 millions de francophones dans le monde¹, le français est la langue officielle de 29 pays, ce qui le place au 2^e rang après l'anglais ; en Europe il est la deuxième langue la plus parlée avec 77 millions de locuteurs (derrière l'allemand qui en compte 100 millions) ; il se situe-rait au 6^e rang des langues les plus utilisées dans le monde². Pour autant, ces constats laissent dans l'ombre deux faits préoccupants : même dans les zones traditionnellement francophones, la concurrence de l'anglais se développe, notamment dans le domaine de l'éducation et, par ailleurs, ce qui constitue le maillage de la Francophonie (soutien aux médias, à la culture, à l'enseignement) doit être constamment pensé et adapté aux attentes des sociétés francophones sous peine de les voir se tourner vers d'autres offres.

Dans ce contexte le rôle assigné au Comité d'orientation *Dynamiques culturelles et linguistiques* mis en place en juillet 2017 est, d'une part, d'assurer une veille et de repérer les questions qui se posent dans la perspective d'un développement de la Francophonie, et d'autre part, de fournir des pistes de réflexion et des propositions d'action pour renforcer la Francophonie. Composé de représentants de différentes zones francophones, il a aussi pour mission de cerner la question de la Francophonie en fonction des contextes. Si l'Afrique est le premier terrain sur lequel porte la réflexion du

1. Source <<https://www.francophonie.org/220-millions-de-francophones-dans.html>>.

2. Source <<https://www.diplomatie.gouv.fr/fr/politique-etrangere-de-la-france/franco-phonie-et-langue-francaise/pourquoi-promouvoir-la-langue-francaise/article/etat-des-lieux-du-francais-dans-le-monde>> consulté le 20 octobre 2017.

Comité, c'est d'abord en raison de la représentation de l'Afrique au sein de l'OIF (l'OIF regroupe 84 États et gouvernements membres répartis en 54 membres, 26 observateurs et 4 membres associés). La répartition géographique fait apparaître que l'Afrique est représentée par 28 pays membres dont un associé et un observateur ; par ailleurs elle réunit à elle seule la moitié des francophones dans le monde. Selon l'OIF, l'Afrique concentre désormais 54,7 % des francophones devant l'Europe (36,4 %), la zone Amérique et Caraïbe (7,6 %), le Moyen-Orient 0,9 % et l'Océanie (0,3 %) ; par ailleurs ce continent en pleine expansion suscite des convoitises, de plus en plus de médias cherchant à s'y implanter. D'après une estimation rapportée dans *Afrik.com*, d'ici 2050 les Africains pourraient représenter 85 % de l'ensemble des francophones de la planète.

Selon la même source reprise par le journal *Jeune Afrique*, c'est au Gabon et au Congo-Brazzaville que le français est le plus parlé sur le continent en termes de pourcentages. La RDC se distingue quant à elle comme le pays qui compte le plus de locuteurs francophones : plus de 33 millions, soit 57 % de sa population, selon les estimations de l'ONU pour 2015³.

Les enjeux sont multiples. Ils se situent sur plusieurs plans : celui des médias, de l'éducation et de la culture.

Nous partons en effet de l'hypothèse que le développement de la Francophonie n'est possible que si la langue française est non seulement une langue officielle mais surtout une langue vernaculaire, qu'elle soit utilisée ou non dans une situation de plurilinguisme. C'est l'usage qui en assure le développement. Or cet usage ou plutôt ces usages sont à considérer dans les trois cadres mentionnés et d'abord dans celui de l'éducation.

I. LA PLACE DE LA LANGUE DANS L'ÉDUCATION : QUELLE ÉQUATION ?

Une dynamique à laquelle doit s'affronter la Francophonie est celle de la concurrence de l'anglais même en zone francophone.

Celle-ci est due à plusieurs facteurs :

3. <<http://www.jeuneafrique.com/40545/politique/francophonie-o-parle-t-on-le-plus-français-en-afrique/>>.

- d’abord un facteur d’ordre économique : en ce qui concerne l’Afrique, la santé économique des pays anglophones est souvent meilleure que celle des pays francophones ; ceci a un impact sur le choix d’une langue, la langue anglaise étant souvent perçue comme le moyen d’accéder à un monde du travail élargi.

L’analyse d’Hervé Sabourin pose la question de la représentation des langues dans une classe d’âge.

- en deuxième lieu un facteur d’hégémonie linguistique : l’usage généralisé de la langue anglaise dans les organisations internationales, l’ouverture de nombreuses écoles américaines contribuent à renforcer la présence de l’anglais partout en Afrique.

Par ailleurs, nous le verrons, outre un système éducatif national qui utilise le français comme langue de scolarisation, il existe un réseau d’établissements français non négligeables⁴. Ces établissements ne sont pas toujours accessibles à la classe moyenne en raison des tarifs pratiqués.

En outre, certains États adoptent l’anglais comme langue officielle : c’est le cas du Rwanda, du Gabon (comme 2^e langue officielle après le français) avec l’espoir que le bilinguisme « permettra de pénétrer dans la sphère anglo-saxonne et de bénéficier de nouveaux réseaux de partenariats pour appuyer le développement économique du pays⁵ ».

- en troisième lieu un problème de ressources humaines : de nombreux constats montrent un problème en ce qui concerne la qualité de l’enseignement du français. Les cours dispensés à l’école ou au lycée ne sont pas toujours suffisants pour que les élèves acquièrent une maîtrise de la langue qui leur permette une bonne insertion professionnelle. C’est ce dont s’est ému le rapport PASEC 2014 publié dans le cadre de la Conférence des États et des gouvernements de la Francophonie⁶ comme en témoigne l’introduction : Depuis 15 ans, les pays d’Afrique de l’Ouest

4. <<http://www.aefe.fr/reseau-scolaire-mondial/les-etablissements-denseignement-francais>>, consulté le 25 octobre 2017 ; sur ce site est disponible aussi la brochure « L’enseignement français à l’étranger »

5. <<http://m.afrik.com/francophonie-50-de-francophones-en-afrique>>.

6. <http://www.pasec.confemen.org/wp-content/uploads/2015/12/Rapport_Pasec2014_GB_webv2.pdf> consulté le 2 novembre 2017

et la communauté internationale ont réussi à étendre l'accès au primaire. Or, une évaluation régionale sans précédent des acquis scolaires révèle que la qualité de l'enseignement n'est pas au rendez-vous. La plupart des enfants couverts par l'enquête n'acquièrent pas les compétences de base en lecture, écriture et calcul, une situation qui compromet le renforcement du capital humain dans la région. L'enquête a été réalisée en 2014, sous forme de tests administrés à des élèves de deuxième et cinquième années du Bénin, du Burkina Faso, du Burundi, du Cameroun, de la Côte d'Ivoire, du Niger, de la République du Congo, du Sénégal, du Tchad et du Togo. L'échantillon comprenait pratiquement 40 000 élèves de plus de 1 800 écoles. Le tableau ainsi dressé de l'état actuel de l'enseignement primaire est préoccupant. Dans ces dix pays, 71 % des enfants en deuxième année n'ont pas un niveau de français suffisant et sont incapables de comprendre une information claire donnée oralement ou le sens d'une série de mots écrits. Par ailleurs, 59 % des élèves de cinquième année sont trop faibles en mathématiques pour pouvoir effectuer des opérations avec décimales ou identifier une formule mathématique simple permettant de résoudre un problème. « Les données collectées mettent également en évidence le gouffre persistant entre les enfants les plus démunis et les enfants les plus aisés. Ainsi au Bénin, au Cameroun et au Togo, les écarts de niveau en langue entre les élèves en dernière année du primaire dont les parents savent lire, écrire et compter et ceux dont les parents sont analphabètes correspondent à pratiquement un écart-type. Nous devons impérativement remédier à ces inégalités pour rompre le cercle vicieux de la transmission de la pauvreté d'une génération à l'autre », souligne Raja Bentaouet Kattan, responsable des programmes de développement humain pour le bureau de la Banque mondiale au Sénégal⁷.

D'autre part, la question du plurilinguisme doit être prise en compte : Musanji Ngalasso-Mwatha – professeur de sociolinguistique et de linguistique africaine à l'Université de Bordeaux III – explique qu'« il se parle sur le continent africain environ 2 000 langues. Le nombre total des idiomes avoisine les 5 000, voire 6 000, si l'on tient compte du fait que chaque langue connaît, en moyenne, deux ou trois variétés dialectales. Les langues de grande

7. <<http://www.banquemondiale.org/fr/news/feature/2016/03/10/education-quality-measuring-learning-outcomes-in-francophone-africas-primary-schools>> consulté le 2 novembre 2017.

expansion comme le kiswahili, le kikongo, le haoussa, le manding ou le fulfuldé possèdent plusieurs variétés régionales entre lesquelles l'intercompréhension n'est pas garantie à cent pour cent sur de longues distances⁸ ». Des études ont montré que les résultats scolaires étaient meilleurs si l'enseignement était plurilingue.

Prenant acte de ces spécificités, un séminaire « Améliorer les premiers apprentissages en Afrique, un défi pour la Francophonie : lire et écrire en contexte plurilingue », a eu lieu à Dakar : « Pour répondre au défi des premiers apprentissages en lecture/écriture, plusieurs pays d'Afrique francophone ont fait, depuis quelques années, le choix d'une école bi/plurilingue qui permet d'articuler l'apprentissage des langues africaines maternelles et de la langue française afin de parvenir à un meilleur enseignement-apprentissage en langue française, principale langue d'enseignement. À titre d'exemple, l'initiative ELAN de l'OIF accompagne une dizaine de pays dans la mise en œuvre d'un enseignement bilingue. Chaque pays conçoit un plan d'action national et peut bénéficier des ressources spécifiques et d'une expertise internationale⁹ ».

Enfin la donne linguistique a été bouleversée par les possibilités offertes par le numérique dans tous les secteurs (médias, éducation, culture). L'objectif de l'OIF annoncé en septembre 2016 est de former 100 000 jeunes au numérique. Pour l'ex-directeur adjoint de la Francophonie économique et numérique, M. Éric Adja, il faut veiller à la prédominance de la langue anglaise sur Internet : « Au cours d'une séance thématique qui plaçait le numérique au cœur du développement, il a notamment dénoncé la « tendance monopolistique des géants du web », Google en tête. L'exemple choisi par Éric Adja est édifiant : en avril dernier, le groupe Alphabet a annoncé lancer un programme afin de former un million de jeunes africains au numérique. Or tous les pays sélectionnés par la firme américaine font partie de l'Afrique anglophone¹⁰ ».

Le projet Afripedia lancé par l'Institut français, l'AUF et Wikimedia, qui vise à développer l'accès sur le continent à l'encyclopédie collaborative

8. Danusia Richer, L'édition en langues africaines, <<http://mondedulivre.hypotheses.org/1607>>, article consulté le 5 novembre 2017.

9. Rapport d'activité de l'Institut français, p. 110.

10. <<https://business.lesechos.fr/directions-numeriques/metier-et-carriere/associations-professionnelles-et-reseaux/0211290063191-afrique-l-oif-veut-former-100-000-jeunes-au-numerique-214049.php>> consulté le 2 novembre 2017.

et à encourager les contributions africaines montre les difficultés auxquelles concrètement se heurte la mise en place d'une Afrique numérique francophone : bien que Wikipedia soit le 5^e site le plus consulté au niveau mondial, il est peu alimenté par des contributeurs africains – à hauteur de seulement 2 % des pages francophones. Pour en augmenter le taux, il est nécessaire de renforcer l'accompagnement déjà mis en place grâce aux campus numériques de l'Agence universitaire de la Francophonie.

II. LA QUESTION DES MÉDIAS AU REGARD DE LA CULTURE FRANCOPHONE

Si l'attrait pour l'anglais en zone francophone est porté non seulement par des considérations utilitaristes (diversification des partenariats, accès à une zone élargie), il l'est aussi, comme un article récent le montre, par « l'influente culture américaine : les clips, films, séries n'étant pas disponibles tout de suite en français poussent les personnes à se mettre au bilinguisme obligé ». De plus « le mandarin réalise, quant à lui, une percée formidable à la faveur des investissements chinois sur le continent souvent accompagnés de l'implantation de projets de promotion de la culture et de la langue chinoise¹¹ ».

Néanmoins, tant dans le domaine des médias que de celui de la culture (qui inclut les industries créatives), la Francophonie peut résister non pas seulement parce que « selon les projections de l'ONU, l'espace francophone devrait représenter 1,1 milliard d'habitants et devenir le 4^e espace linguistique en 2050¹² », le nombre de francophones étant alors porté par « le boom de la croissance démographique en Afrique » mais surtout en raison de la prise de conscience qui s'opère actuellement chez les opérateurs du secteur audiovisuel, qu'il s'agisse des grands médias comme la télévision ou des médias dont l'audience est plus restreinte comme c'est le cas de la presse écrite : l'Afrique commence à représenter un immense continent à où investir en ce qui concerne les médias, quels qu'ils soient.

Cet intérêt émergent pour l'Afrique et l'enjeu qui en est corolaire, – populariser le français au lieu qu'il soit la langue de l'élite-, a été bien montré

11. <<http://afrique.latribune.fr/politique/2016-11-26/francophonie-le-francais-a-t-il-encore-de-l-influence-en-afrique.html>>.

12. <<http://afrique.latribune.fr/politique/2016-11-26/francophonie-le-francais-a-t-il-encore-de-l-influence-en-afrique.html>>.

récemment¹³ : l'analyse de Maxime Bourdier met en avant plusieurs faits : depuis le 24 octobre 2014, Canal+ a lancé une nouvelle chaîne baptisée A+ entièrement dédiée aux contenus africains. Qualifiée de « populaire et moderne », fédérant « un très large public », cette chaîne mêlant télé-réalité, séries et cinéma sera incluse dans le bouquet de base de Canalsat. Elle devrait diffuser à 40 % des programmes produits en Afrique francophone. Canal+ a accru son audience sur le continent ces dernières années, jusqu'à atteindre 1,3 million d'abonnés.

L'auteur fait en outre remarquer que « l'existence de médias français et/ou internationaux destinés à l'Afrique n'est certes pas une nouveauté : « On pense à un précurseur comme *Jeune Afrique*, édité à Paris depuis 1960 et premier magazine panafricain en termes d'audience, mais aussi à *Africa n° 1*, radio généraliste internationale fondée en 1981 en partie grâce à des capitaux publics français. Sans oublier TV5 Afrique, lancée par TV5 en 1991, la radio RFI ou encore la chaîne France 24 et sa concurrente Africa 24 ». Mais cette expansion vers l'Afrique s'est accélérée ces dernières années. Au-delà de Canal+ et A+, la version française de Slate a ainsi lancé Slate Afrique en février 2011. Le site traite de l'actualité africaine et de sa diaspora, en particulier francophone, du Maghreb à Madagascar en passant par la Côte d'Ivoire et le Sénégal. Le *Huffington Post* s'est récemment joint à cette dynamique, d'abord en Tunisie, puis en Algérie et prochainement au Maroc. Le groupe Lagardère a lui lancé un bureau de production télévisuelle. Une radio qui mêle musique et information en français ainsi qu'en wolof ».

Maxime Bourdier fait aussi observer qu'Euronews a par ailleurs lancé « Africanews qui émettra d'abord en anglais et en français, avant d'être diffusée dans d'autres langues parlées par des dizaines de millions de personnes en Afrique, à l'image du portugais, de l'arabe et du swahili ».

Cette stratégie d'expansion est d'autant plus cruciale que les médias français ont de la concurrence, avec les anglo-saxonnes BBC et CNBC ou l'agence de presse turque Anadolu, qui publie des dépêches en français et le fera prochainement en anglais, arabe, russe, turc, kurde et bosniaque. La chaîne CCTV, contrôlée par l'État chinois, s'est elle aussi déclinée

13. <http://m.huffingtonpost.fr/2014/10/24/afrique-medias-francais-internationaux-nouveaux-marches_n_6028592.html>.

en Afrique en lançant CCTV Africa au Kenya en 2012. Et Al Jazeera pourrait bientôt faire de même¹⁴.

Cette stratégie fondée sur la présence de la Francophonie dans les médias est, selon des experts, la voie de l'avenir, surtout lorsque l'on considère d'une part le poids du continent africain comparable à celui de l'Inde ou de la Chine en matière de démographie et de développement, d'autre part, les offensives lancées par la Chine et l'Inde sur le plan de la diffusion de leur culture notamment par les médias de masse. Selon les auteurs d'un ouvrage paru en 2013¹⁵, à l'horizon 2030, la Chine, l'Inde et l'Afrique, avec chacune près d'un milliard et demi d'habitants, formeront un nouveau triangle la « Chindiafrique », « avec des interactions fortes dans tous les domaines : capital humain, migrations, échanges économiques, matières premières, politique internationale ou écologie ». Les auteurs soulignent que « les Indiens exportent avec succès leurs films de Bollywood un peu partout en Afrique : Sharukh Khan, l'immense star indienne, est presque aussi connu en Afrique du Sud que Daniel Craig. Les ONG indiennes ont notamment tissé des liens forts avec leurs homologues africaines et diffusent leur savoir-faire en matière d'éducation des femmes, de micro-finance, d'énergies renouvelables ou d'inclusion des plus pauvres dans les circuits économiques ». Quant aux Chinois, ils ouvrent des Instituts Confucius qui distribuent des bourses d'études aux étudiants africains ; s'y met en place la « conception d'un modèle chinois de développement fondé sur l'exportation, des zones économiques spéciales et un régime politique qui ne serait pas « imposé de l'extérieur ». Autant d'outils et d'idées de marketing du « modèle de Pékin » derrière lesquelles se glissent de gigantesques accords de fournitures d'infrastructures chinoises, en échange des ressources naturelles africaines très convoitées ».

Les auteurs plaident en conséquence pour la défense d'un modèle culturel de dialogue et de diversité qui pourrait être porté par l'Europe, bien au-delà de la production cinématographique ; selon cette étude, les 54 États africains pourraient être dans cette perspective des alliés précieux.

14. <http://www.huffingtonpost.fr/2014/10/24/afrique-medias-francais-internationaux-nouveaux-marches_n_6028592.html>.

15. Boillot Jean-Joseph, Dembinski Stanislas, *Chindiafrique, ou comment la Chine, l'Inde et l'Afrique feront le monde de demain*, Paris, Odile Jacob, 2013.

1. Politiques culturelles et événements au service de la Francophonie

Bien que l'Afrique francophone accueille un grand nombre de Biennales et d'événements culturels dont un certain nombre sont soutenus dans le cadre de la Francophonie et que, sur un autre plan elle dispose de centres culturels artistiques actifs, une information exhaustive et synthétique n'est pas disponible.

Le rapport le plus complet est le rapport concernant les actions culturelles de l'OIF en annexe (Liste des manifestations culturelles p.) ; il comporte les données sur lesquelles s'appuie notre analyse.

Au regard de ce compte rendu d'activités, la Francophonie a une action diversifiée sur le continent africain.

Cette action vise plusieurs objectifs :

- le premier est communicationnel : en termes d'image, il s'agit d'être un partenaire dans le cadre des manifestations culturelles et un appui pour le soutien aux industries créatives et aux industries culturelles (livre, cinéma) ;
- le deuxième est d'ordre structurant : au-delà des soutiens à des manifestations temporaires ou des soutiens ponctuels, l'objectif est de créer un réseau culturel facilitant les échanges à l'intérieur du continent mais aussi dans l'espace mondial de la Francophonie ;
- le troisième objectif visé est la formation de professionnels de la culture grâce à des actions spécifiques permettant l'appropriation de savoir-faire déjà éprouvés ailleurs ;
- enfin le dernier objectif est l'accès élargi à la culture notamment grâce au réseau de centres de lecture et d'animation culturelle (CLAC)¹⁶.

2. Le rôle structurant et communicationnel des événements culturels

Le rapport de l'OIF met l'accent sur la diversité des événements soutenus dans le cadre de son action qui se situe, du fait même de son statut, à l'échelle internationale. Ces événements sont de différentes tailles : manifestations d'envergure internationale, régionale ou locale. L'action de l'OIF concerne aussi bien les arts visuels que le spectacle vivant ou le cinéma.

16. 321 centres dans 21 pays d'Afrique subsaharienne, de l'océan Indien, de la Caraïbe et du Proche-Orient. L'organisation met progressivement en place 25 centres supplémentaires au Congo, au Cameroun et en République de Djibouti.

Par le soutien à ces manifestations l'OIF cherche à favoriser, d'une part, « la circulation des artistes francophones et de leurs œuvres dans les festivals et marchés internationaux », d'autre part, « la dynamisation et la structuration des filières artistiques des pays du Sud ».

Dans le domaine des arts visuels, c'est le rôle que joue l'OIF par rapport à deux manifestations réputées, la Biennale de Dakar et la Biennale de Bamako. La Biennale de Dakar consacrée à l'art africain (produit par des artistes vivant en Afrique) a comme partenaire l'OIF depuis l'origine. La réputation de la Biennale de Bamako n'est plus à faire : consacrée à la photographie africaine, elle bénéficie d'aides de l'OIF : elle est aussi l'occasion de la remise d'un prix obtenu en 2016 par l'artiste malien Aboubacar Traoré pour sa série baptisée « Inch'Allah ».

Dans la même logique, l'OIF soutient le spectacle vivant : un des principaux bénéficiaires est le MASA, créé en 1993, festival des arts vivants africains (théâtre, musique et danse) organisé sous l'égide de l'OIF et du Ministère de la Culture et de la Francophonie de Côte d'Ivoire tous les 2 ans à Abidjan. Il constitue l'un des plus grands événements culturels d'Afrique. Le MASA relève d'un concept original qui rassemble des artistes africains et d'ailleurs autour de plusieurs scènes. Pour chaque édition, un appui financier direct de 300 000 euros est apporté par l'OIF à l'organisation du Marché des arts du spectacle africain (MASA).

En Scène! est un autre programme qui sert la circulation des artistes du Sud et de leurs productions. L'OIF soutient aussi des événements d'ampleur plus limitée : 3^e édition du festival Karane (Oujda, Maroc, du 18 au 20 août 2017), mêlant les arts traditionnels et modernes, 10^e édition du festival Koom Koom (prévu à Ziguinchor, Sénégal, du 14 au 17 décembre 2017) ; le Grand Tour 2017, Voyage en Francophonie lancé le 15 février 2017 et placé sous le Haut Patronage du Président de la République française, a pour objet de révéler et d'illustrer la richesse, la diversité et la vitalité de la Francophonie culturelle en rassemblant sous un label unique cent grands événements sélectionnés sur les cinq continents.

Les manifestations culturelles constituent donc un vecteur important de la Francophonie. Elles concernent aussi le domaine du cinéma (Fespaco) ou du livre par le soutien à l'organisation de salons du livre qui se traduit souvent par la prise en charge de la participation des auteurs francophones. Il serait sans doute souhaitable que des productions éditoriales émergentes comme les livres d'art soient également soutenues.

3. Professionnalisation et soutien aux entreprises

Qu'il s'agisse d'industries culturelles ou créatives, la politique de l'OIF favorise la professionnalisation des filières culturelles africaines. Celle-ci se décline dans les filières du livre, du cinéma et de l'audiovisuel, des arts du spectacle, des arts visuels, de la mode.

Dans le domaine du numérique, « Expertise, formations et sensibilisation sont apportées aux pays africains francophones pour la mise en œuvre de politiques publiques porteuses pour les secteurs culturels. Elles s'adressent aux décideurs politiques, aux représentants des organisations professionnelles d'artistes, aux producteurs et promoteurs culturels ainsi qu'aux professionnels juridiques ». Il est à noter que « l'OIF a également contribué intellectuellement et financièrement à l'organisation du colloque international sur *le droit d'auteur et la régulation de l'audiovisuel à l'ère du numérique* », organisé par la Haute autorité de la communication audiovisuelle de Côte d'Ivoire et l'OMPI et qui a rassemblé 15 pays de l'espace francophone : Mali, Maroc, Guinée, Togo, Benin, Tunisie, Moldavie, Niger, Cameroun, Centrafrique, Congo, Sénégal, France, Tchad et la Côte d'Ivoire. Dans le domaine du livre, l'OIF soutient « des rencontres professionnelles entre éditeurs, libraires et autres intervenants de la chaîne du livre ainsi que des formations afin de contribuer à la professionnalisation du secteur du livre en Afrique. Elle agit en partenariat avec les associations et regroupements professionnels que sont le Bureau international de l'édition française (BIEF), l'Association internationale des libraires francophones (AILF), l'Alliance internationale des éditeurs indépendants, Afrilivres qui a recours au Centre africain de formation à l'édition et à la diffusion (CAFED) ». Enfin dans le domaine du cinéma, l'OIF a contribué intellectuellement et financièrement à l'organisation de rencontres professionnelles dans le cadre du FESPACO et notamment du colloque « Formation et métiers du cinéma et de l'audiovisuel » qui a réuni une centaine de participants en provenance d'Afrique, d'Europe et d'Amérique. Un partenariat avec l'Université Senghor d'Alexandrie et l'Université Gaston Berger, Saint-Louis du Sénégal, portant sur l'enseignement d'un master en gestion des industries culturelles a été mis en place

4. Le soutien aux entreprises

Outre la professionnalisation, le soutien s'exprime par un appui aux entreprises africaines. Le soutien au livre inclut le soutien aux éditeurs. Dans cette perspective, une vingtaine d'éditeurs du Sud ont été invités en octobre

2017 à la Foire internationale du livre de Francfort, où le Prix des cinq continents a été remis. L'OIF soutient également depuis plusieurs années Afrilivres, une association d'éditeurs d'Afrique francophone subsaharienne, de Madagascar et de l'Île Maurice basée à Cotonou au Bénin. En 2017, l'Alliance Internationale des Éditeurs Indépendants et Afrilivres ont bénéficié d'un soutien dans le domaine de la coédition et pour assurer la présence d'un représentant à Francfort (dans le cadre de la Foire internationale du livre). En ce qui concerne le cinéma, comme nous l'avons déjà souligné, l'accroissement des investissements en Afrique par des groupes français (Canal+, Lagardère et Orange) permet de soutenir la production télévisuelle et conforte l'action de l'OIF à travers le Fonds image de la Francophonie mis en œuvre par l'Organisation en collaboration avec le CIRTEF (Conseil international des radios et des télévisions d'expression française). Les aides au doublage financées par l'OIF ont permis l'augmentation des ventes de fiction africaine.

Il est enfin à noter que si l'OIF soutient « la création d'une Bibliothèque numérique francophone, qui devrait permettre, à terme, l'accès à tous les fonds en français (et également en langues nationales) des Bibliothèques nationales ou assimilées des pays francophones sur un portail unique », il serait aussi souhaitable qu'elle apporte son aide à la numérisation du patrimoine dans l'espace francophone. Cette aide devrait naturellement s'accompagner d'actions de formation afin de réduire la fracture numérique entre le Nord et le Sud et de soutiens à des *start up* locales.

III. QUELLES PERSPECTIVES DANS LE CADRE DU COMITÉ D'ORIENTATION DES DYNAMIQUES CULTURELLES ET LINGUISTIQUES ?

Notre introduction visait à rappeler les questions les plus pressantes qui se posent à la Francophonie, notamment la question de la conception du plurilinguisme et celle de la concurrence de l'anglais, et, au regard de ces questions, les enjeux de la présence de la Francophonie dans l'éducation, les médias ou les événements culturels. Le choix de centrer dans un premier temps la réflexion sur l'Afrique permet de traiter non seulement le cas d'un continent particulièrement important étant donné le nombre de francophones et le développement à venir mais aussi d'induire des réflexions qui peuvent être généralisées.

C'est en ce sens qu'il faut lire les pistes proposées par certains membres du comité :

- réflexion sur la place des langues africaines au regard de la Francophonie et leur réévaluation comme langues de science et de création, comme le propose le P^r. Bachir Diagne ;
- réflexion sur la place du livre dans les sociétés africaines par le P^r. Yacouba Konate ;
- analyse des représentations des langues dans une classe d'âge, comme le suggère M.H. Sabourin, directeur de l'AUF Moyen-Orient ;
- recherche sur la découvrabilité des contenus francophones dans un web concurrentiel comme le propose Destiny Tchéhouali, Directeur de l'Observatoire ORISON et chercheur à l'Université du Québec à Montréal ;
- recherche sur les modèles d'affaires émergents dans des industries culturelles créatives, par Dominique Jutras, Directeur général de l'observatoire de la culture et des communications du Québec, Canada ;
- recherche sur les modèles d'éducation artistique fondée sur l'examen des programmes francophones, par Ronald Paul expert en Politique culturelle et action artistique, Haïti.

Enfin comme il a été souligné dans l'introduction, il manque aussi un travail sur les réseaux et les centres artistiques dans l'Afrique contemporaine (privés pour la plupart d'entre eux) ainsi que sur l'enseignement dans les écoles des beaux-arts dont la connaissance pourrait être un soubassement de l'action de la Francophonie (étude à mener par B. Dufrêne et Y. Konate).

I.

PERSPECTIVES OPÉRATIONNELLES

Faire des langues africaines des langues de science et de création

Proposition de Souleymane Bachir Diagne

I. AFFIRMER LE PLURALISME

Il est important de rappeler ce qui fait de la Francophonie, pour ainsi dire, un sixième continent, celui dont l'existence tient à ce qu'il participe de toutes les cinq grandes régions géographiques du globe : le pluralisme. Il s'agit bien entendu d'affirmer la présence de la langue française dans le monde, de toujours conforter et développer l'internationalisme dont elle est le visage et la voix. Il s'agit aussi de donner justement à « internationalisme » sa signification pleine et entière. Internationale, en effet, est la langue qui tisse du lien entre les nations, les ouvre les unes sur les autres, et continument s'enrichit des différences qu'elles apportent et entre lesquelles elle crée en permanence de la rencontre et de la réciprocité. En ce sens-là il faut faire la différence entre une langue internationale et ce que l'on appelle une langue globale : le *globish* ainsi que l'on a surnommé l'idiome par défaut de bien des rencontres entre des locuteurs de langues différentes n'est pas la langue de culture et internationale qu'est l'anglais. Internationalisme signifie donc aussi vouloir le pluriel des langues et des contenus culturels qu'elles portent.

Voilà pourquoi c'est tout naturellement, organiquement, non par simple addition et en considération annexe, que notre espace francophone doit se vouloir, s'est voulu et se veut celui du développement de toutes les langues et les cultures qui l'habitent et le nourrissent. Est-il besoin de rappeler que Léopold Sédar Senghor, l'éloquent héraut d'une communauté qui réunirait les peuples ayant en partage, avec le français, les valeurs d'un humanisme intégral, avait pensé la Francophonie dans la continuité de sa réflexion sur la nécessité de voir le développement de « l'homme nouveau » être celui du « bilingue », qui penserait et créerait en français et en bambara, en français et en serer, en français et en wolof Il amorça cette réflexion dans son tout premier essai en négritude qui prit la forme de la conférence qu'il donna en 1937 à la Chambre de Commerce de Dakar.

Continuer cette réflexion fondatrice de l'éloge du plurilinguisme qu'est la Francophonie en son essence et lui donner corps dans l'Organisation internationale qu'elle s'est donnée, c'est donc, entre autres, accompagner les initiatives qui visent à faire des langues du sixième continent les langues de science et de création modernes qu'elles ont vocation à être.

II. PRODUIRE UNE VERSION WOLOF DU *DICTIONNAIRE DES INTRADUISIBLES*

Est donc ici proposée une initiative qui a vocation à valoir comme exemple : il s'agira de produire une version en langue wolof du grand projet qu'est *Le vocabulaire européen de la philosophie. Le dictionnaire des intraduisibles*, publié sous la direction de la philosophe Barbara Cassin.

1. Qu'est-ce que ce *dictionnaire*? Barbara Cassin a réuni plus de cent cinquante collaborateurs autour du projet de penser à partir de ce fait que les langues humaines sont plurielles, toutes complètes et équivalentes et qu'elles ont vocation, également, à être langues de la philosophie. Cela devrait être une évidence mais l'histoire de la constitution des « histoires de la philosophie » montre qu'au rebours de ce que dit cette évidence persiste la notion que la philosophie parle une langue idéale qui serait le *Logos* et que celui-ci élit, pour s'incarner, tout naturellement le Grec, l'allemand, et peut-être d'autres idiomes, en tout cas tous d'Europe.

Il est vrai que ce *vocabulaire* est en français et qu'il se présente comme *européen*. Mais en étant dictionnaire des *intraduisibles*, il manifeste :

- d'une part qu'il y a une multiplicité des langues européennes irréductible à un *logos* dont elles participeraient et qui ferait la synonymie de leurs manières de dire les concepts qui constituent les entrées du dictionnaire ;
- d'autre part que le *Vocabulaire* a tout naturellement vocation à viser le pluriel des langues dans le monde et non pas seulement en Europe.

2. Voilà pourquoi le *Dictionnaire des intraduisibles* a voyagé déjà en plusieurs langues et contextes, en différentes versions (et non traductions) : ukrainienne, arabe, hébreu, anglaise, etc.

Il y a deux manières de faire voyager en d'autres langues le *Vocabulaire*. La première est de reprendre pour l'essentiel les entrées originelles et les traduire en en ajoutant de nouvelles, appelées par le contexte et les nouvelles circonstances : la version anglaise illustre cette approche. La seconde manière

est de procéder, ainsi que le fait la version arabe, à une sélection de certains articles du *dictionnaire* pour manifester une unité thématique.

3. La version wolof qui est proposée ici se constituera sur ce second modèle de la sélection. Elle se donnera comme thème *les langues, la logique et la traduction*. À la traduction d'entrées des versions française et anglaise elle ajoutera des entrées nouvelles afin que la totalité de l'ouvrage qui sera produit remplisse la fonction qui lui est assignée d'éclairer une réflexion sur la langue wolof et l'activité philosophique aujourd'hui : qu'il devienne œuvre pionnière dans l'entreprise de philosopher aujourd'hui en wolof.
4. Le projet concerne la seule langue wolof, véritable *lingua franca* de la Sénégalie. Mais il faut répéter qu'il aura valeur d'exemple en étant une réalisation concrète de la demande que les philosophes africains formulent aujourd'hui de voir les langues africaines, aux côtés d'autres langues d'Afrique internationales, le français surtout, porter les questionnements philosophiques modernes. Voilà pourquoi l'OIF a certainement vocation à accompagner un tel projet.

III. COMMENT L'OIF SOUTIENDRAIT CETTE INITIATIVE ?

L'initiateur que je suis constituera une équipe d'une quinzaine de collaborateurs, pour l'essentiel des philosophes de l'université Cheikh Anta Diop de Dakar, des linguistes de cette même institution, et un ou deux intellectuels formés en arabe et en ce qu'on appelle le *wolofal*, c'est-à-dire l'écriture en wolof utilisant les caractères arabes.

- Deux réunions de l'équipe seraient sans doute nécessaires même si l'essentiel de la collaboration se ferait par voie électronique.
- Un soutien à la publication (la collection que dirige l'écrivain Boubacar Boris Diop sera pressentie pour accueillir l'ouvrage) sera aussi d'un apport crucial pour ce genre d'entreprise dans une langue peu présente dans le monde de l'édition.

C'est sur ces deux aspects que l'OIF et la division en charge des dynamiques linguistiques et culturelles apporteraient un soutien décisif.

Il paraît que...

Yacouba Konaté

Il paraît que les Africains ne lisent pas.

Et partant, certains ont proféré des paroles difficiles à répéter sans donner dans l'auto-flagellation. Genre si tu veux cacher quelque chose aux yeux d'un Africain, mets-le...

Il paraît que les jeunes gens préfèrent engloutir des dizaines de milliers de francs dans les bières du week-end, tandis qu'ils trouvent qu'à 5 000, 10 000, un livre c'est cher. Lors de la dernière foire du livre de Francfort au début d'octobre 2017, j'ai entendu un des ténors de la littérature dite africaine répéter cet argument du livre contre la bière ou *vice-versa*.

Il paraît que les étudiants soutiennent des thèses sans avoir lu de livres et donc que les professeurs lisent de moins en moins les thèses qu'ils font cependant soutenir.

Il paraît que... On dirait que... Il apparaît qu'en Côte d'Ivoire, pour deux grandes maisons d'édition dans les années 1970-1990, on en est aujourd'hui à six grandes maisons d'éditions. Outre les Nouvelles Éditions Africaines (NEA) devenues Nouvelles Éditions Ivoiriennes (NEI) et le Centre d'Édition et de Diffusion Africaine (CEDA), il faut compter à présent avec Frat-Mat Éditions, Eburnie, Les Classiques Africains, Edilis, Balafons et une bonne vingtaine de petites entreprises qui, à côté des Éditions L'Harmattan qui ont ouvert un bureau à Abidjan depuis quelques années, impriment et éditent avec une certaine boulimie. Les pouvoirs publics ont pris leur part dans cet essor dès lors qu'ils ont cassé le monopole de l'édition des livres scolaires longtemps réservée aux deux maisons citées en amont qui étaient au départ des succursales de maisons françaises, Nathan et Hatier en l'occurrence.

Des romans et des essais, aujourd'hui il s'en publie plus de 300 par an, là où entre 1980 et 1990, il s'en publiait à peine une trentaine. Certes publier n'est pas vendre et acheter ce n'est pas encore lire. L'accès au livre est une chose, l'acte de lire, le plaisir du texte en sont une autre. Et par ailleurs, à imiter quelques éditeurs parisiens qui dans une logique déguisée

de la publication à compte d'auteurs, proposent côte à côte de très bons et de très mauvais textes, le risque d'un nivellement par le bas, reste réel. Il reste que la multiplication et la diversité de l'offre élargissent de façon irrésistible l'accès au livre, avec à la clé une diversité d'activités autour du livre : dédicaces, clubs de lecture, centre de lecture, les bibliothèques, des lectures scéniques, prix littéraires, galas, caravanes du livre, sans oublier des émissions à la radio et à les télévisions nationales et dans la dizaine de radio de proximité. Aujourd'hui en Côte d'Ivoire, à côté de l'Institut Français dont le club de lecture a longtemps constitué le lieu principal où on pouvait parler livre en dehors des classes et des amphis, une cinquantaine d'espaces sont ouverts au livre : des centres culturels publics, des espaces culturels privés, des galeries d'art, des hôtels, des restaurants, des boîtes de nuit, accueillent des cérémonies de dédicaces, des séances de lectures, des présentations de livres.

Si bien que tout en reconnaissant que chacun de nous devrait lire davantage et mieux, il y a à l'évidence un changement du rapport à la lecture. Des milliers de personnes qui ne liront pas un livre de tout le mois ou même de tout le trimestre, lisent au quotidien deux ou trois journaux. Dans la foulée du mouvement des ouvertures démocratiques des années 1990, le printemps de la presse qui a mis définitivement fin au journal monochrome du parti unique, a élargi l'assiette des lecteurs de journaux et a acquis à cet exercice que Hegel tenait pour sa prière quotidienne, des milliers de citoyens qui y recherchent les éléments pour se faire une opinion du monde tel qu'il va et du monde de la politique, de la culture et du sport tel qu'il se présente devant sa porte et dans la rue en face.

Il paraît que les Africains ne lisent pas, mais les pays africains dans leur ensemble sont les premiers marchés du *smartphone* et des SMS auxquels s'ajoutent, à un rythme accéléré, les abonnements à *WhatsApp*, loin devant *Facebook* et le courrier électronique. Oui le *Slam* et le *Rap* qui ne se lisent pas mais ils s'entendent et maintiennent allumé dans le cœur des publics, le plaisir des beaux textes. La musique classique africaine et toutes les nouvelles musiques urbaines qui parfois distillent des chansons qui sont de purs poèmes, participent à cet effort. Plusieurs humoristes à succès sortent le livre de leurs sketches irrésistibles.

C'est vrai que le livre se vend mal ou pas assez bien. Il paraît qu'en Côte d'Ivoire, l'espérance de vente d'un livre d'art l'année de sa parution n'excède pas 500 exemplaires, alors qu'en France, il atteint facilement les 10 000. Le livre se vend mal. Selon une enquête des Éditions Karthala en 1995, le seuil psychologique au-delà duquel un livre était considéré comme cher en Côte d'Ivoire, était de 3 000 francs. Autant dire que ceux qui l'achètent à 3 500 francs sont les mêmes qui l'achèteront à 10 000 francs. En revanche, on en vendra deux ou trois fois davantage si on en maintient le prix de vente à moins de trois-mille, par exemple à 2 900 francs.

Aujourd'hui, ce seuil psychologique semble se situer autour de 5 000 francs. 5 000 francs c'est combien de bière déjà ? Huit, dix ? Peu importe. On perd en jouant le livre contre la bière ou la bière contre le livre. Le vrai débat, la vraie bataille, me semble-t-il, c'est d'avoir des acheteurs et des lecteurs de livres qui peuvent être aussi de parfaits consommateurs de bières ou de jus de gingembre. Qui aiment le foot, la sape, mais aussi le livre. Rien ne sert de rêver à un tel avènement si par ailleurs, il manque à l'appel une politique du livre qui cultive une proximité du livre et des publics, crée une animation autour du livre et qui arrive à mettre ensemble ceux qui ont lu un livre et ceux qui ne l'ont pas lu, de façon à ce qu'à la fin de la séance, ceux qui n'ont pas lu, se sentent en dette de lecture. Il nous faut autant des éditeurs qui développent un intérêt intellectuel pour le livre que des libraires qui soient des passionnés du livre : qui lisent des livres et se donnent les moyens de les faire aimer aux publics. Il nous faut des profs et des maîtres sensibles au plaisir du texte et qui tirent les conséquences pédagogiques de ce que l'école, c'est le lieu où apprendre en général et apprendre à lire en particulier sont des loisirs et des opportunités qui de toute évidence, ne se représenteront pas une seconde fois.

Les représentations des langues et la représentation de la Francophonie chez les jeunes de l'espace francophone

Hervé Sabourin

Le monde dans lequel nous vivons a subi de profondes et durables mutations, se trouvant confronté assez périodiquement à de multiples évolutions systémiques qui impactent aujourd'hui le développement de nos sociétés. En effet, le déploiement rapide de l'économie de la connaissance, la globalisation des échanges et des pratiques, la place grandissante de l'outil numérique, imposent, individuellement autant que collectivement, une redéfinition des objectifs et des modes de fonctionnement. En particulier, les technologies de l'information et de la communication ou plus simplement les nouvelles technologies ont eu un impact considérable sur l'ensemble de nos sociétés et ont profondément modifié les usages, les réflexes, voire les modes de pensée.

Dans un monde sans cesse en mouvement, où les cheminements de la pensée sont autant virtuels que réels, où le développement permanent de l'outil numérique permet à l'information de circuler de manière quasi-instantanée et sans contraintes ou presque, rendant accessibles à tous un nombre sans cesse croissant de données, où la communication et les échanges se font en priorité *via* les réseaux sociaux, notamment chez les jeunes, où les réflexes identitaires prennent donc une toute autre dimension, la place des langues, leur rôle et leurs représentations, sont autant de questions qu'il est nécessaire de poser.

Les représentations des langues, de leurs normes, leurs caractéristiques, leur statut au regard d'autres langues influencent lourdement les procédures et stratégies de ceux qui les apprennent ou en font usage et il y a bien sûr fort à parier qu'apprendre le français ou l'anglais de nos jours ne se décide plus en fonction des mêmes critères qu'il y a une ou même deux générations. L'usage d'une langue en fonction de ce qu'elle porte ou de ce qu'elle véhicule dépend très fortement des représentations que les usagers s'en font, ces représentations pouvant être aussi bien valorisantes ou sécurisantes que dévalorisantes ou même culpabilisantes...

La langue a longtemps été, au sein des communautés qui la pratiquent un vecteur d'identité commune et de valeurs partagées tout autant qu'un outil de communication et je pense en particulier bien sûr à notre espace francophone. La Francophonie en effet, est bien une communauté de destin consciente des liens et du potentiel qui procèdent du partage d'une langue, le français, mais aussi de valeurs universelles et ce n'est pas un hasard si l'Organisation internationale de la Francophonie (OIF), dès sa création, fixe des objectifs qui guideront son action jusqu'à aujourd'hui : instauration et développement de la démocratie, prévention, gestion et règlement des conflits, soutien à l'État de droit et aux droits de l'homme, intensification du dialogue des cultures et des civilisations, rapprochement des peuples par leur connaissance mutuelle, renforcement de leur solidarité par des actions de coopération multilatérale en vue de favoriser l'essor de leurs économies, promotion de l'éducation et de la formation.

La question qui se pose aujourd'hui est de savoir si cette vision-là est toujours aussi communément partagée par les jeunes de notre espace francophone. Certes, l'appréhension de la langue française ne peut être la même pour tous du fait de la diversité des situations de chaque pays de la Francophonie, il y a bien sûr celles ou ceux pour lesquels le français est une langue du quotidien, en France et dans une grande partie du continent africain par exemple, mais il a aussi celles et ceux pour lesquels le français ne fait pas partie du quotidien de chacun devenant de fait une langue de « conquête » plutôt qu'une langue « d'environnement ».

Les représentations sont nécessairement différentes selon les cas, mais la demande de langues pour ces jeunes, ceux qui parlent le français et ceux qui le parlent moins ou pas du tout, se rejoint au moins sur trois points :

- La langue doit être un outil de communication moderne adapté au mode de vie d'aujourd'hui, en particulier doit être présent sur Internet et les réseaux sociaux
- La langue doit être un outil de mobilité et d'échanges internationaux
- La langue doit être un vecteur fort d'intégration professionnelle.

L'anglais a su conjuguer totalement ces trois données et représente de fait l'outil universel pour répondre à ces demandes. À titre d'exemple :

- De plus en plus d'universités françaises proposent des programmes de formation entièrement en Anglais, notamment en sciences exactes ou dans les écoles de commerce, sans doute pour permettre d'accroître

leurs échanges internationaux mais aussi pour mieux ouvrir le champ de l'insertion professionnelle de leurs étudiants.

- On constate assez communément au Liban que les familles choisissent facilement une école francophone jusqu'au baccalauréat parce que dit-on la formation y est particulièrement performante mais décident tout aussi délibérément d'envoyer leurs jeunes dans une université plutôt anglophone. Et pourquoi donc si ce n'est peut-être encore ce « rêve d'Amérique » ?
- Une étude faite auprès d'étudiants palestiniens apprenant le français dans les années 2010 montre que 25 % d'entre eux associent le français à une langue favorisant l'insertion professionnelle et que pour la très grande majorité d'entre eux, le français est, je cite, une « jolie langue de poésie et de culture, alors que l'anglais est avant tout un moyen de communication surtout avec Internet et les nouvelles technologies ».

Ce que nos jeunes savent moins, semble-t-il, c'est que dans le monde francophone, les nouvelles technologies ont une place de choix et bénéficient de compétences tout aussi pointues qu'ailleurs, que la France par exemple est l'un des tout premiers producteurs au monde de jeux vidéo, que de très nombreux francophones ouvrent eux aussi des *start-ups*... et il est en effet essentiel que le message véhiculé par l'OIF du dynamisme de la Francophonie économique soit fortement relayé auprès des jeunes générations.

« La France des Droits de l'Homme » tout autant que « l'Amérique terre d'accueil de tant de générations d'immigrés en quête de nouvelle insertion sociale et professionnelle », le français comme porteur de valeurs humanistes ou l'anglais comme vecteur de réalisation sociale sont des images qui restent fortement présentes et qui expliquent aisément ce « désir d'Amérique » toujours si vivace chez les jeunes d'aujourd'hui.

Promouvoir la diversité culturelle et linguistique et les dynamiques que cette diversité engendre est un atout supplémentaire à faire valoir à la jeunesse de notre espace francophone, beaucoup moins enfermée par nature dans les sectarismes et les clivages que nos sociétés parfois génèrent. La diversité ne peut être que bien vécue par des populations qui souhaitent découvrir le monde et qui ont acquis des aptitudes plutôt propices à la navigation, qu'elle soit réelle ou virtuelle. L'université, par exemple, est un lieu particulièrement adapté au dialogue interculturel qui s'y pratique de manière assez naturelle, et les dynamiques culturelles et linguistiques trouvent beaucoup d'échos

dans une enceinte universitaire dédiée essentiellement à la promotion des savoirs, des savoir-faire et des savoir-être.

Il est par ailleurs tout aussi important de faire auprès de nos jeunes « francophones » la promotion de leur propre langue que de leur permettre d'acquérir d'autres langues, et nous devons le faire en pensant à la préservation de l'identité culturelle de chaque pays de notre communauté, facteur de stabilité sociale et intellectuelle. La langue natale est parfois vécue comme une langue « moins utile » que d'autres dans les pays qui en pratiquent plusieurs, comme c'est souvent le cas dans les pays de la Francophonie. Elle est pourtant fondamentale comme ciment social et vecteur des traditions culturelles, elle doit donc être préservée.

Dans un monde où la langue anglaise est devenue incontestablement la langue de communication universelle, ce qui est un avantage considérable pour l'ouverture et la pratique des échanges et donc un atout pour tous, la Francophonie a aussi tous les potentiels pour répondre aux aspirations des jeunes d'aujourd'hui. Elle doit simplement montrer ce qu'elle est, un espace de liberté, de diversité, de modernité et de dynamisme, ouvert aux autres et ouvert sur le monde, où la langue française, au même titre que les autres langues, porte les espérances et les appétences des jeunes générations. La langue française est bien sûr une langue de culture et elle doit le revendiquer mais elle est aussi une langue de l'entrepreneuriat, une langue des affaires, une langue des nouvelles technologies, une langue qui favorise l'intégration professionnelle. Elle est peut-être une « langue de salon » pratiquée par une élite dans certains pays, comme on entend parfois le dire, mais elle est aussi une langue qui porte des valeurs auxquelles sont sensibles les jeunes générations, celles de l'humanisme et de la diversité.

Note d'orientation pour une étude sur

Les enjeux, défis et opportunités de la découvrabilité en ligne des contenus culturels francophones

Proposition de Destiny Tchéhouali

La « découvrabilité » s'est imposée au cours de ces dernières années comme un enjeu central dans le processus de promotion et de mise en visibilité de la diversité des expressions culturelles sur Internet (Fonds des médias du Canada, 2016). La notion de découvrabilité réfère notamment à l'ensemble des stratégies et des pratiques du Web permettant la découverte d'un contenu sur les plateformes numériques, en s'appuyant entre autres sur des outils et des techniques d'indexation, de référencement ou d'utilisation avancée de métadonnées, mais aussi sur des processus de prescription ou de recommandation algorithmique. L'Office québécois de la langue française définit notamment la découvrabilité comme « *le potentiel pour un contenu, un produit ou un service de capter l'attention d'un internaute de manière à lui faire découvrir des contenus autres* », en rajoutant une note explicative qui précise que : « *L'emploi, notamment de métadonnées, d'algorithmes de recherche, de mots-clés, d'index, de catalogues augmente la découvrabilité d'un contenu, d'un produit ou d'un service* » (OQLF, 2016).

Rappelons que depuis l'avènement des plateformes numériques et des médias sociaux, l'offre globale de contenus culturels diffusés ou partagés en ligne a littéralement explosé. Selon des données de Statista, chaque minute sur le Web, 46 200 photos sont publiées sur Instagram ; 4,1 millions de vidéos sont visionnées sur YouTube et 70 017 heures de films sur Netflix (Statista 2017). Cisco, le géant de l'informatique, prévoit même qu'en 2021, 82 % du trafic Internet sera attribuable à la consommation de contenu vidéo, comparativement à 73 % en 2016.

La principale question que suscitent ces constats est de savoir quelle est la part de présence de contenus culturels francophones dans cette offre surabondante. À ce sujet, le dernier rapport sur la langue française dans le monde publié par l'OIF en 2014 nous apprend que le français est

la 4^e langue sur Internet du point de vue du nombre d'utilisateurs et aussi en tenant compte des contenus Web (incluant les articles en français sur Wikipédia). Ces indicateurs ne renseignent pas toutefois sur la manière dont les contenus et productions francophones sont mis en avant et découverts par les consommateurs culturels, en tenant compte de la concurrence que leur livrent par exemple les productions anglophones.

En effet, les choix et habitudes de consommation de contenus culturels en ligne (en particulier l'écoute ou le visionnement de contenus musicaux et audiovisuels) sont de plus en plus influencés par les logiques prescriptives des algorithmes des plateformes numériques qui favorisent la découverte de certains types de contenus au détriment d'autres. Si les algorithmes peuvent favoriser la découvrabilité d'une diversité d'expressions culturelles francophones en ligne, ils peuvent aussi orienter les individus vers une offre culturelle standardisée, en exposant exclusivement des œuvres à succès ou des produits-vedettes des artistes ou créateurs non francophones ayant une forte notoriété, et ce parfois au détriment de la découverte de nouveaux talents et de l'accès à une véritable diversité de contenus. S'il est donc plus simple pour les créateurs/producteurs ou éditeurs francophones de produire ou de diffuser aujourd'hui des films, des morceaux de musique ou des livres à l'ère du numérique, le véritable défi une fois les œuvres mises en ligne consiste plutôt de faire en sorte qu'elles attirent l'attention nécessaire afin de rencontrer leurs publics, malgré le fait que ceux-ci soient submergés par un hyper-choix, dans un environnement numérique devenu compétitif grâce à l'augmentation de l'offre de contenus originaux de grande qualité, mais aussi grâce à la possibilité d'accéder de manière illimitée à des plateformes de contenus offerts gratuitement ou moyennant des abonnements mensuels à faible coût.

La menace ici pour l'offre culturelle francophone est de se retrouver totalement noyée dans la surabondance de contenus internationaux, sachant que l'offre mise en avant dans les catalogues des géants internationaux comme Netflix, Youtube, iTunes, Spotify ou Amazon, n'est pas aussi diversifiée qu'on pourrait le croire. Cette offre, qui se caractérise plutôt par une forte concentration et une standardisation globalisante, obéit avant tout à des stratégies et intérêts commerciaux, offrant peu de visibilité aux contenus francophones.

Par ailleurs, dans un univers numérique où il demeure encore problématique de chercher à imposer les règles de quotas minimum de diffusion

de productions locales/nationales francophones, les nouveaux intermédiaires et diffuseurs numériques internationaux manifestent peu de sensibilité à ces productions et ne sont pas contraintes par les législations nationales existantes de faire des efforts en faveur de leur promotion et de leur découvrabilité.

La visibilité et la découvrabilité des œuvres et productions culturelles francophones en ligne constituent donc un enjeu crucial pour la promotion de la diversité des expressions culturelles et il importe dès lors de dresser un premier état des lieux des défis à relever et des opportunités à saisir pour accroître cette découvrabilité, afin de favoriser l'exportation, la monétisation, et la consommation effective des produits et contenus culturels francophones, au-delà même des frontières de la Francophonie.

I. OBJECTIFS DE L'ÉTUDE ET QUESTIONS À TRAITER

L'étude proposée vise à mieux définir et comprendre le phénomène de la découvrabilité en ligne des contenus et produits culturels francophones, en analysant d'une part les enjeux et défis liés à la diffusion/distribution, la promotion et l'accès à la diversité des expressions culturelles numériques francophones et d'autre part en explorant les opportunités et les bonnes pratiques qui permettent de renforcer la découverte et la consommation effective de cette diversité de contenus culturels francophones circulant en ligne.

Les produits et contenus francophones qui feront l'objet de cette étude sont ceux relevant principalement des secteurs des industries culturelles tels que la musique, l'audiovisuel/cinéma (vidéos, clips musicaux, web-documentaire, webséries, séries, fiction, documentaire, animation de différents formats/durées/genres...), le livre/édition, la mode/design, les arts plastiques et la photographie.

La couverture géographique de l'étude peut s'étendre à certains grands ensembles régionaux de l'espace francophone (Afrique de l'Ouest et Afrique centrale, Europe, Amérique/Canada-Québec), de telle sorte à relever les spécificités et les dynamiques de certaines régions francophones par rapport à d'autres. L'étude des bonnes pratiques en matière de promotion et de découvrabilité des contenus culturels francophones dans l'environnement numérique pourrait s'appuyer sur quelques études de cas, en ciblant des territoires/pays d'intérêt comme le Québec, la France, la Belgique, mais aussi des pays d'Afrique comme le Sénégal, la Côte d'Ivoire, le Mali, le Bénin, le Togo, le Gabon, le Cameroun et la République démocratique du Congo.

L'étude devrait permettre de répondre aux questions suivantes :

1. En tenant compte des secteurs concernés par le champ de l'étude, quels types de contenus francophones (musique, vidéos, films, livres, photos...) sont les plus visibles et lesquels sont les plus difficilement accessibles sur le Web (notamment sur les plateformes numériques)?
2. Quelle est la capacité des industries culturelles francophones à faire valoir et à exporter les produits et contenus qu'ils créent?
3. Quels sont les facteurs de découvrabilité (en termes d'obstacles et d'atouts) qui font que les contenus culturels numériques francophones sont compétitifs (ou non), sont plus visibles/accessibles (ou pas assez) par rapport aux contenus d'autres langues présents sur le Web? Concrètement, comment les stratégies commerciales qui sous-tendent les algorithmes de recommandation influencent la découvrabilité des contenus francophones?
4. La multiplication des plateformes de diffusion culturelle offre-t-elle plus de visibilité aux contenus francophones en ligne ou au contraire provoque-t-elle une saturation de l'offre et une fragmentation des auditoires, nuisibles pour l'accessibilité et la découvrabilité des œuvres francophones?
5. Parmi les plateformes internationales telles que Netflix, Youtube, Spotify, iTunes, lesquelles mettent le plus en avant les œuvres francophones dans leurs catalogues; autrement dit, dans quelle proportion les œuvres francophones sont-elles visibles/découvrables sur les grands portails ou plateformes de diffusion internationaux et comment cette découvrabilité peut être améliorée? Faudrait-il créer un Netflix francophone?
6. Quelles sont les opportunités à saisir et les retombées potentielles (économiques, professionnelles, artistiques) que peuvent tirer les créateurs/producteurs francophones d'une meilleure visibilité et découvrabilité de leurs œuvres en ligne?
7. Quelles sont les bonnes pratiques favorisant la découvrabilité en ligne des contenus francophones dans l'espace francophone et au-delà et comment peuvent-elles être dupliquées ou pérennisées? Existe-t-il des pratiques en termes de géolocalisation des œuvres et contenus culturels francophones ou d'utilisation de métadonnées standardisées, interopérables et centralisées pour favoriser spécifiquement la découvrabilité des contenus francophones?
8. Quelle est la capacité des gouvernements des pays francophones à promouvoir et à favoriser la présence en ligne et le rayonnement de leurs

productions locales au-delà des frontières nationales et de l'espace francophone ?

9. Quels sont les pays francophones qui soutiennent le plus la diffusion, la promotion et la découvrabilité des œuvres culturelles et artistiques nationales dans l'environnement numérique, soit à travers des mesures réglementaires, des politiques culturelles, ou le développement de plateformes nationales de vitrines culturelles ?
10. Quelles stratégies les organisations internationales comme l'OIF et l'UNESCO devraient mettre en œuvre pour accroître la visibilité, la découvrabilité et l'accès à la diversité des expressions culturelles numériques francophones aussi bien dans les pays du Nord que dans les pays du Sud ?

II. RÉSULTATS ATTENDUS

Au terme de la mission d'étude, un rapport final d'étude analysant les enjeux, défis et opportunités relatifs à la découvrabilité en ligne des contenus francophones (produits par les industries de la musique, du cinéma et de l'audiovisuel, du livre, du design, de la mode, des arts plastiques, de la photographie) sera remis à l'OIF. Ce rapport doit mettre en évidence des données exploratoires ainsi que des indicateurs quantitatifs et qualitatifs pouvant renseigner sur la présence/disponibilité et l'accessibilité des contenus francophones sur les plateformes numériques internationales et nationales. Il doit permettre d'identifier, de répertorier et d'analyser les bonnes pratiques (politiques publiques, et mesures réglementaires des États, initiatives de la société civile, stratégies des opérateurs privés et des organisations internationales) en matière de promotion et de mise en visibilité des œuvres et productions francophones en ligne.

L'étude permettra aussi de mieux comprendre les processus et logiques de fonctionnement des algorithmes de recommandation des plateformes numériques et d'évaluer les facteurs et les critères d'indexation, susceptibles de renforcer la capacité des œuvres francophones à gagner davantage de visibilité et à se démarquer de la concurrence des contenus internationaux (non francophones), afin de pouvoir capter des auditoires monétisables.

Les conclusions et recommandations de l'étude devront nourrir la réflexion stratégique de l'OIF sur l'état de la diversité des expressions

culturelles francophones dans l'environnement numérique. Par ailleurs, ces recommandations et conclusions pourront servir les opérateurs culturels francophones mais aussi les décideurs politiques dans la formulation et l'adaptation de leurs politiques et stratégies culturelles à l'ère du numérique. En outre, il importe que les différentes analyses menées dans l'étude soient cohérentes avec la « Stratégie de la Francophonie numérique Horizon 2020 », dont le quatrième axe concerne spécifiquement la production et la promotion en ligne de contenus francophones (français et langues nationales) et de nouveaux modes d'expression numérique. Par ailleurs, certaines recommandations de l'étude devraient s'inspirer des nouvelles directives opérationnelles relatives à une meilleure mise en œuvre des principes de la Convention de l'UNESCO sur la protection et la promotion de la diversité des expressions culturelles dans l'environnement numérique.

Note d'orientation pour une étude sur

Les modèles d'affaires émergents dans certaines industries culturelles et créatives de l'espace francophone

Proposition de Dominique Jutras

La pénétration des technologies numériques ne connaît pas de frontières et l'ensemble des citoyens des pays francophones y est exposé, mais selon des niveaux d'intensité variable en fonction des ressources technologiques et économiques disponibles dans ces pays.

Incidentement, pour chacune des industries culturelles que sont l'audiovisuel, le livre et l'enregistrement sonore, les impacts induits par le numérique sur les modèles d'affaires et la création de valeurs sont variables.

Ainsi, l'industrie de la musique a été profondément affectée et cela à plusieurs reprises par les développements technologiques. Il faut se rappeler que les premiers éléments ayant affecté le modèle d'affaires se sont fait sentir avec la nouvelle accessibilité sur le Web des contenus offerts par l'intermédiaire des fichiers MP3. C'est avec cet outil informatique que des firmes et usagers ont mis en circulation et échangé de plus en plus massivement les pièces musicales ou les albums de musique. Dans cette foulée, le marché s'est développé autour de la vente d'albums et de pièces musicales numériques sur des sites spécialisés (iTunes principalement). Ce mode de diffusion n'aura été quasiment qu'une étape de transition, car il s'est fait supplanter après seulement quelques années par la diffusion en continu de musique (*streaming*). Aujourd'hui, les consommateurs (principalement ceux des pays francophones du nord) font le choix de s'abonner à un service gratuit (*freemium*) ou payant (*premium*) ce qui leur permet d'accéder à d'immenses banques de contenus musicaux. Cela exerce une pression sur le marché de la vente induisant un déclin rapide des achats supplanté par les abonnements à des services de musique en continu sur le Web.

Modèle d'affaires

Le modèle d'affaires peut être défini comme une convention d'affaires relative à la génération, à la rémunération et au partage de la valeur. En culture, cette valeur concerne une œuvre de l'esprit.

Le modèle d'affaires permet de mettre en lumière trois éléments d'une industrie culturelle, soit la création de valeur, la captation de cette valeur et le réseau des intermédiaires qui captent de la valeur.

En fait, la chaîne de valeur est l'élément central du modèle d'affaires. C'est sur elle que les entreprises doivent travailler pour demeurer concurrentielles.

En observant la transformation des modes de mises en marché et de consommation de l'enregistrement sonore, l'on constate aisément que cela a des incidences sur les fonctions en amont de la filière qui produisent des transformations dans la chaîne de valeur. Par exemple, la répartition de la rémunération des ayants droit et des intermédiaires s'administre dorénavant autrement qu'il y a dix ans. Ainsi, un CD vendu chez le disquaire permet une rémunération du disquaire, du distributeur, de l'éditeur, du producteur, des créateurs (auteurs, compositeurs et interprètes) et de quelques industries techniques comme le graveur de CD. Dans le cas des ventes d'enregistrements sonores numériques sur le Web, la plupart des fonctions sont assumées par de nouvelles firmes puisque les intervenants ne sont plus les mêmes. Incidemment, le disquaire qui a longtemps été un entrepreneur indépendant ou associé à une chaîne de magasins est remplacé par les services d'achat ou d'abonnement d'une plateforme détenue généralement par une entreprise multinationale ou un géant du Web. Ceux-ci ont, en raison de leur position dominante, la possibilité de fixer les règles marchandes et les prix, sans laisser beaucoup de place à la négociation avec les ayants droit qui selon divers experts y perdraient au change.

Bien sûr, cette transformation du modèle d'affaires n'est pas propre aux pays francophones. Toutefois, il serait fort instructif d'en observer l'évolution, de vérifier s'il y a plusieurs modèles qui fonctionnent en parallèle et d'analyser ce qui les distingue. Un objectif étant de déterminer s'il y a des modèles d'affaires différents entre les pays francophones du nord et ceux du sud. Par exemple, est-il possible de connaître le volume des entreprises et des artistes nationaux ou locaux sur le Web et d'en évaluer la diversité dans les pays d'Afrique francophone? Une analyse comparative des modèles en présence serait certainement éclairante.

Une analyse similaire peut être effectuée pour l'audiovisuel et le livre. Dans le cas de l'audiovisuel, le regard pourrait se poser indistinctement sur le cinéma et la production télévisuelle. En effet, les modèles d'affaires de ces deux domaines qui se sont longtemps différenciés tendent à se ressembler sous l'influence des technologies numériques.

Le modèle d'affaire pour l'exploitation des longs-métrages dans le circuit des salles de cinéma versus celui de leur exploitation sur des sites d'abonnement et de cinéma maison offre des possibilités de revenus différents aux ayants droit, car une partie des interlocuteurs ne sont plus les mêmes. Ces changements ont des incidences sur les modes de financement.

Concernant les pays francophones du nord il serait bien utile de disposer d'information sur l'évolution des modèles d'affaires reliant chacune des composantes de la chaîne de valeur. La même analyse serait également utile pour les pays francophones du sud sachant que ceux-ci ne disposent pas de moyens financiers comparables pour la production et la diffusion des œuvres. Néanmoins, observer diverses dynamiques économiques serait bien utile pour comprendre en quoi elles se distinguent de celles ayant cours dans les pays du nord. Par exemple, il serait intéressant de comprendre sur quelle base fonctionne le modèle d'affaires de l'industrie audiovisuelle du Nigeria – le Nollywood – et de le comparer avec d'autres modèles.

Nollywood

Il semblerait que le modèle d'affaire des entreprises de Nollywood soit assez simple finalement. La formule reposerait sur des coûts de production très bas (par exemple 20 000 euros) et un bassin d'acheteurs très important (182 millions d'habitants au Nigeria). Ainsi, la vente de 5 000 DVD à 4 euros suffirait à atteindre le seuil de rentabilité. Néanmoins, les producteurs travaillent aussi à contrôler les circulations pirates des œuvres sur le Web en tentant d'y introduire un contenu légal avec à la clé, la remontée de revenus. D'ailleurs, il semble que le doublage soit une pratique de plus en plus répandue dans l'espoir de rejoindre le public des pays francophones de la région et cela à travers le Web.

Il s'agira d'étudier, d'analyser et de présenter les observations pertinentes sur les modèles d'affaires ayant cours actuellement pour chacune des industries culturelles et créatives mentionnées. Les résultats pourraient mettre en perspective les différences entre les modèles pratiqués dans les pays du sud et ceux des pays du nord.

Parmi les renseignements que devrait livrer cette étude, il serait intéressant de préciser le type et la catégorie d'entreprises qui contrôlent ces marchés (entreprises locales, nationales, multinationales – de production, de diffusion, de télécommunication...).

RÉSULTATS ATTENDUS

Ce type d'étude est en mesure de jeter des éclairages nouveaux sur la dynamique économique et sociale des industries culturelles. Ainsi, les résultats attendus sont :

- Une présentation des modèles d'affaires dominants dans ces trois industries culturelles que sont l'audiovisuel, l'enregistrement sonore et le livre.
- Une comparaison entre les modèles d'affaires en place dans les pays francophones du sud et ceux du nord.
- Une caractérisation des modèles d'affaires en fonction des entreprises qui en ont le contrôle et du rôle, selon son importance, des technologies numériques.
- Un éclairage sur la création de valeur et la captation de cette valeur par les créateurs ou par des intermédiaires.
- Des indications sur l'impact de cette transformation induite par le numérique vers un modèle modifiant la remontée de valeur aux créateurs et autres ayants droit.

Éducation culturelle et artistique à l'école et consommation culturelle

Ronald Paul

L'équilibre entre aires culturelles met en jeu des déterminants dont l'analyse et la mise en lumière de leurs relations sont nécessaires à la compréhension des dynamiques culturelles. La politique visant à promouvoir la Francophonie dans ces contextes complexes et imprévisibles a donc besoin de ces travaux.

On légitime relativement facilement l'idée qu'on s'intéresse par exemple plus tard au théâtre quand, à l'école on a été mis en contact avec les œuvres de Molière, Racine, Corneille ou Shakespeare. Cependant nous constatons tous que cette corrélation est loin d'être parfaite ceci même en jouant sur les variables diverses liées aux formes d'exposition, la disponibilité de l'offre ou les variables classiques de la sociologie (sexe, âge, milieu social, etc.).

Évaluer le poids et le potentiel du *déterminant* éducation dans cette dynamique sous l'hypothèse selon laquelle l'éducation détermine les futures pratiques culturelles représente un gros chantier de recherche. Une déclinaison de cette hypothèse serait que les contenus des programmes d'éducation particulièrement de l'éducation culturelle et artistique nourrissent le lien avec la consommation culturelle.

Dans cette perspective, observer la consommation culturelle et artistique dans ses formes et contenus devrait nous indiquer des pistes de réflexion sur la mise en œuvre de programmes d'éducation culturelle plus en cohérence avec un projet de politique francophone de la culture.

Alors que dans nos écoles francophones nous ne sommes pas nécessairement mis en contact, ou très peu, avec les littératures (les textes en général) anglophones et hispanophones, nous en consommons pourtant une quantité suffisante pour concurrencer les contenus francophones.

Empiriquement nous constatons que cette consommation en ce début de siècle a littéralement explosé avec les nouvelles technologies. À côté des autres moyens de médiation de l'œuvre artistique, nous invitons à porter

une attention particulière sur ces technologies. En effet, les jeux d'offre et de réception dans lesquels les produits culturels sont médiatisés et qui s'effectuent au moyen d'outils « *smarts* » sont en soi des modes nouveaux de consommation. En même temps, ils arrivent avec de nouveaux codes esthétiques qui influencent notablement les manières de créer et de consommer les produits culturels. Accessibles à une population immense comme cela ne l'a jamais été dans l'histoire, ces outils rendent certains produits artistiques encore plus populaires.

Il faut cependant reconnaître que certaines formes de contenus sont mieux exploitées par ces technologies que d'autres. La musique, les représentations vidéo par exemple, connaissent plus de succès que la peinture ou la littérature. Tout ce qui est relativement fixé et silencieux se consomme moins bien à l'aide de ces technologies. Ce n'est pas tant de savoir pourquoi mais plutôt de questionner ce qui, de ce point de vue, est généralement promu, particulièrement dans le monde francophone.

À ce titre, en quoi l'enseignement ou plus directement ; quel enseignement de la musique, de la danse ou de l'histoire de l'art, pour ne prendre que ces disciplines, nourrit la créativité exploitable par les nouvelles technologies ?

D'un autre côté, la pratique d'utilisation de ces technologies a la particularité de faire du partage une composante à part entière du mode de consommation. À notre connaissance, il n'existe pas d'application qui ne propose le partage comme un de ses principaux services. Il faut consommer et faire savoir qu'on a consommé en partageant le contenu. Cela devient comme un rituel qui aurait pour fonction de signifier sa présence dans cet espace. Partager prend une valeur éthique qui renforce le lien entre consommateurs pour en faire une sorte de communauté dans un espace nouveau ; le cybernétique. Cette capacité de partage complète en quelque sorte le statut de l'individu en faisant de lui un diffuseur autant qu'il peut être un consommateur et ou un créateur. Nous avons donc affaire désormais à des diffuseurs qui se relaient le produit. De cette manière, ce dernier couvre un espace considérable et à une vitesse inédite. Le produit culturel voyage ainsi parmi différentes aires culturelles et peut au passage acquérir une valeur ajoutée qui stimule en retour sa consommation ; un *buzz* entraînant bien souvent un autre sur un territoire différent. Manifestement, ces acteurs de la télédiffusion jouent un rôle clé dans la dynamique culturelle mondiale.

Questions :

- Qui sont ces acteurs qui malgré (ou avec) les cadrages, les contraintes, mais sachant *être là* dans la communauté cybernétique, arrivent à faire passer *leurs* contenus? Quel est le parcours de ces créateurs-diffuseurs? Qui sont ces consommateurs-diffuseurs? Qu'ont-ils en commun qui facilite les relais?
- Quels sont ces contenus qui connaissent des succès phénoménaux particulièrement à travers les nouveaux médias?
- Quel pouvoir facilite ou pas la diffusion de ces contenus :
 - Quelle est la part de l'économique.
 - Quelle est la part du culturel (y compris de l'éducationnel).
 - Quelle est la part du politique.

L'ÉDUCATION

L'éducation est essentiellement culturelle. Dans le fond et dans la forme, elle promeut et transmet des contenus tels ; une ou des langues, des valeurs, une esthétique, des informations techniques et scientifiques, des postures, etc. Elle est mise en œuvre par des acteurs des différents espaces familiaux, communautaires et académiques dans une interaction permanente.

L'espace familial, en tant que berceau en quelque sorte, contient les éléments tel un ADN qui prédétermine dans une certaine mesure les pratiques culturelles futures. Que ce soit en continuité ou en rupture ou encore dans un équilibre entre les deux, nous *pratiquons* une identité culturelle liée à notre histoire familiale. Pratiquer une identité culturelle c'est créer et consommer suivant certains codes qui sont donnés à lire par une communauté dans laquelle on s'affirme comme semblable et différent.

Ici, il faut rappeler les différences anthropologiques de la structure familiale des différentes sociétés des pays francophones. Famille élargie, cellule familiale sont en effet des réalités qui sont vécues différemment au nord et au sud. Ces considérations, quoique sommaires, sont tout de même à prendre en compte dans une analyse de l'influence familiale sur les modes et les contenus de consommation culturelle future.

Phénomène relativement nouveau par son ampleur ; la structure familiale est marquée dans son mode de fonctionnement et dans sa performance

par une double accélération à la fois des flux d'informations et des flux migratoires. Nous pensons plus particulièrement aux pays francophones du sud dont les populations n'émigrent d'ailleurs pas nécessairement que vers les pays francophones du nord. Ainsi, la langue familiale par exemple, notion généralement occultée par la langue maternelle, évolue et parfois favorise une sorte d'atomisation de la communauté familiale. Se forment des sous-groupes qui se distinguent justement par des pratiques différentes.

L'espace **communautaire**, tout aussi important que les deux autres, il a une influence indéniable sur les choix de vie. Ce communautaire comprend en plus des relations sociales traditionnelles du quartier, du village et de tout autre lieu en dehors des espaces académique et familial un nouvel espace ; le cybernétique ou le virtuel. Créé à partir d'une technologie, l'espace cybernétique est un vrai espace de vie dans la mesure où l'interaction y est prédominante.

Sans négliger les autres, cet espace mérite une attention particulière notamment parce qu'il est à la fois un lieu de création, de diffusion et de consommation où les acteurs peuvent jouer plusieurs rôles en même temps.

La pratique, devenue culturelle, *d'être là* dans cet espace relève d'un communautarisme qui nous fait appartenir non plus seulement à une aire géographique ou une communauté familiale ou linguistique mais aussi et surtout à un temps : le présent. Ajoutons que ce n'est pas une appartenance passive, c'est aussi une praxis (dont une pratique du temps) qui fait que nous sommes dans ce présent sous la forme de *l'actuel*. Dans un moment où l'obsolescence est programmée, pour continuer à exister il faut pouvoir se renouveler quasiment chaque jour en se manifestant, en *s'actualisant*.

En fait cette grande dynamique culturelle observée est aussi le fruit d'une angoisse de mort. La remarque n'est pas sans nous porter à nous poser la double question suivante : La Francophonie est-elle menacée de mort si oui, par quoi ?

L'espace **académique** est conçu avec le pouvoir de reproduction de la structure sociale, il est cadré par un ensemble de règlements relevant d'une éthique et d'une esthétique qui consistent en même temps en des repères à franchir. Lieu officiel de formalisation, de transmission et de remise en question des informations techniques et scientifiques, l'espace académique est aussi le lieu de récupération et de légitimation des innovations. De ce fait, l'espace académique est le seul qui soit traversé par un projet universaliste.

Parfois consigné très clairement dans des documents d'orientation ou de philosophie de l'éducation, ce projet trace le profil de sortie de l'individu qui aura fait un parcours dans le système.

On peut cependant imaginer sinon des oppositions du moins des divergences au niveau des énoncés des orientations selon l'histoire des pays. En effet, les pays africains, du fait de leur culture propre et de leur histoire récente particulièrement par rapport à la France et la Belgique, promeuvent probablement les mêmes valeurs que ces derniers mais, de manières éventuellement différentes. Ceci entraîne logiquement des différences d'approches, de transmission et d'appropriation de ces valeurs.

Une question sans doute à éclairer serait celle de savoir s'il existe une philosophie de l'école francophone.

Cela dit, l'utilisation des nouvelles technologies étant formatée, les modes de consommation des produits culturels qui circulent à travers les outils sont sensiblement les mêmes. Dès lors, les programmes d'éducation ne gagnent plus rien à se construire en dehors de cette réalité. Pour une plus grande présence de l'identité francophone, des réponses doivent être trouvées à des questions telles :

- Quelle langue actualise le plus efficacement notre présence au monde ? Sous quelle étiquette ?
- Comment construire des programmes d'éducation pour garder mais aussi gagner plus de public ?
- Comment gagner les acteurs de la diffusion à la cause de la Francophonie sans renier la promotion de la diversité ?

L'éventail des questions peut évidemment se déployer plus largement. On doit en effet questionner aussi bien les acteurs pour en dresser les profils, les cadres sociaux, les contenus dans leur forme et essence et les ressorts qui sont actionnés et font cette dynamique culturelle. Des questions de méthodologie aussi doivent faire l'objet d'une attention spéciale car l'espace francophone recèle une variété qu'il convient de considérer pour assurer une observation scientifiquement valable.

Pour commencer, il serait utile de comparer les projets éducatifs des différentes régions francophones entre elles. On pourra pousser la comparaison en examinant les programmes d'éducation artistique et comment ils

sont mis en œuvre quand ils existent. Plus finement encore, examiner par exemple les contenus d'un cours d'histoire de l'art.

D'un autre côté, l'observation des comportements d'utilisation des nouvelles technologies pour rechercher les corrélations entre d'une part, les programmes d'éducation et d'autre part les performances avec ces technologies sont un objectif de recherche de premier plan. Par performance avec les NTIC nous entendons le nombre de créations consommées et diffusées à l'aide de ces moyens sur une période définie.

Le but est de documenter la performance des œuvres francophones à des échelles géographiques. Il est donc concevable d'élaborer des protocoles d'observation qui pourraient être appliqués à différents endroits et dont les résultats intégreraient une grande synthèse sous la forme d'un tableau montrant l'évolution d'indicateurs. Une telle entreprise associe non seulement les recherches sur la *découvrabilité* mais aussi toutes celles de l'observatoire.

II.

DONNÉES SUR L'ACTION DE LA FRANCOPHONIE¹

1. Source : Organisation internationale de la Francophonie.

I

Compte rendu synthétique de la première réunion du comité d'orientation du dispositif d'observation des dynamiques culturelles et linguistiques

OIF, Paris, le 10 juillet 2017

La première réunion du comité d'orientation du dispositif d'observation des dynamiques culturelle et linguistique s'est tenue à Paris, à la Maison de la Francophonie le 10 juillet 2017 en présence de l'ensemble de ses membres. Le comité a élu, la Professeure Bernadette Dufrêne présidente.

M^{me} Youma Fall, Directrice de la Langue française, culture et diversités (DLFCD) a accueilli les participants, en présence de ses collaborateurs. Elle a présenté au comité les missions de la direction, ses six programmes, la place du dispositif d'observation des dynamiques culturelles et linguistiques au sein de la direction au côté de l'Observatoire de la langue française.

Le programme « **observation de la langue française et de la diversité culturelle et linguistique** » présente deux dispositifs distincts :

- L'observatoire de la langue française qui se concentre sur les enjeux, la présence, les usages de la langue française dans divers domaines, et développe un volet sur la prospective.
- Le dispositif d'observation des dynamiques culturelles et linguistiques qui s'intéresse aussi bien aux expressions qu'aux identités et qui vient élargir les champs de l'observatoire.

L'absence de vision claire sur les dynamiques culturelles et linguistiques dans le monde a incité la DLFCD à mettre en place un tel dispositif. Son objectif est d'interroger des enjeux qui dépassent l'espace francophone et de mener des études précises qui apportent des données qui viennent

enrichir la compréhension de ces enjeux et tendances globales. Il doit aussi permettre de valoriser ce que fait l'OIF sur le terrain et qui est très peu ou pas connu.

Les membres du comité ont convenu que le CO se réunirait une fois par an, dans les 10 premiers jours de juillet en gardant la possibilité d'une deuxième rencontre en cas de nécessité. Ils ont validé la proposition d'un axe macro portant sur des enjeux globaux (études théoriques) et d'un axe micro portant sur des points spécifiques et plus concrets (études de terrain). Ils ont souligné la nécessité d'articuler au mieux ces deux axes complémentaires.

Au fil des échanges les experts ont dégagé quatre thématiques pour faire l'objet de publications sur la base d'appels à contribution ou journées d'étude et colloques :

1. La diversité linguistique dans l'espace francophone face à l'acculturation en anglais.
2. Le numérique articulé au domaine de la création et du patrimoine.
3. Le marché de la culture : diffusion, circulation, réception.
4. La Francophonie et ses enjeux culturels en vue de la commémoration des 50 ans de l'Organisation en 2020.

PROPOSITION DE JOURNÉES D'ÉTUDES ET OU COLLOQUE SUR LES ENJEUX GLOBAUX

Juillet 2018 – Dynamiques linguistiques et monde académique : acculturation et Francophonie (1^{re} journée d'études)

Coordination et argumentaire : François Chaubet et Hervé Sabourin.

Éléments clés : acteurs académiques de la Francophonie – politiques linguistiques des universités et grandes écoles – accès aux savoirs et aux connaissances.

Questions :

Mobilité élèves/étudiants : quelles représentations pour quelle insertion professionnelle ?

Pourquoi un « désir d'Amérique » chez les parents ?

Quelles politiques linguistiques des établissements publics/privés pour une diversité linguistique ?

**Juillet 2019 – Acteurs et espaces culturels : accès aux contenus
(2^e journée d'études)**

Coordination et argumentaire : Bernadette Dufrière, Yacouba Konaté et Destiny Tchhoualy.

Éléments clés : mobilité des créateurs et diffusion des œuvres – nouveaux modèles économiques – découvrabilité des contenus francophones – langue française et traduction des contenus culturels – modes de consommation – éducation, culture et pratiques.

Questions :

Quels enjeux de préservation, de promotion et de consommation des contenus pour le numérique ?

Quelles retombées économiques de la culture à l'ère du numérique ?

Quelle présence des contenus culturels en français sur le Net et les sites multilingues ?

**Colloque 2020 – Les enjeux culturels de la Francophonie 50 après :
réflexion critique**

Coordination et argumentaire : Fernand De Varennes et Souleymane Bachir Diagne.

Éléments clés : analyse du discours actuel – interrogation de l'histoire – évolution du concept de Francophonie – idéologie/hybridation.

Questions :

La France est-elle francophone ?

Qu'est-ce que l'identité francophone ?

PROPOSITION D'ÉTUDES SPÉCIFIQUES

1. Les nouveaux modèles d'affaires dans l'audiovisuel et le cinéma – Dominique Jutras.
2. Langues africaines, langues de création et de sciences – Souleymane Bachir Diagne.
3. La découvrabilité des contenus francophones sur Internet – Destiny Tchhoualy.
4. Création artistique, patrimoine culturel et pratiques numériques – Bernadette Dufrière.

5. Les représentations des langues chez les jeunes francophones – Hervé Sabourin.
6. La médiatisation des artistes par l'OIF/étudiante de master 2 – Bernadette Dufrêne.
7. Mobilité des créateurs et impact – Yacouba Konaté.
8. Éducation culturelle et artistique à l'école et modes de consommation culturels – Ronald Paul.
9. Les droits des minorités dans les politiques linguistiques – F. de Varennes.
10. Les politiques linguistiques des organisations internationales favorisent-elles la diversité culturelle et linguistique – F. de Varennes.

II

Actions de l'OIF dans le domaine de la Culture : résultats 2017

DONNÉES RÉUNIES PAR LA DIRECTION LANGUE FRANÇAISE, CULTURE ET DIVERSITÉS (OIF)

La coopération culturelle a depuis sa création été au cœur des missions de l'OIF. La récente tenue de la 4^e Conférence ministérielle de la Culture (Abidjan, les 22 et 23 juillet 2017) a montré l'impulsion d'une nouvelle dynamique de coopération autour des politiques culturelles. La prise en compte de la culture et des enjeux de la diversité culturelle comme éléments clés des politiques de développement des États est de plus en plus reconnue et perceptible.

Depuis sa création l'OIF soutient de nombreuses manifestations de mobilisation, ainsi que des formations de renforcement de capacités dans les domaines des industries culturelles, de la place de la culture dans les politiques de développement, ou encore dans la promotion du vivre ensemble.

L'accompagnement de l'Organisation permet aux artistes et aux opérateurs culturels de participer pleinement aux évolutions en cours dans les secteurs de la production audiovisuelle, du spectacle vivant, des arts visuels et des arts du textile, ainsi que de la littérature et de l'édition.

LES INDUSTRIES CULTURELLES ET CRÉATIVES

De façon générale, l'OIF inscrit ses actions en faveur de la professionnalisation des filières culturelles africaines. Expertise, formations et sensibilisation sont apportées aux pays africains francophones pour la mise en œuvre de politiques publiques porteuses pour les secteurs culturels. Elles s'adressent aux décideurs politiques, aux représentants des organisations professionnelles d'artistes, aux producteurs et promoteurs culturels ainsi qu'aux professionnels juridiques.

En 2016, trois (3) séminaires régionaux de formation (Afrique centrale et de l'est, océan Indien, Asie-Pacifique) ont été organisés et animés.

Ils portaient sur les politiques publiques d'encadrement, de financement et de développement des industries culturelles au profit de quatre-vingt-dix (90) haut-cadres de l'administration culturelle, notamment ceux en charge des filières du cinéma, de l'audiovisuel, du livre, de la musique et des arts du spectacle. Dix-sept (17) pays en ont bénéficié : Cameroun, Centrafrique, Congo, RD Congo, Djibouti, Gabon, Guinée équatoriale, Rwanda, Sao Tomé et Príncipe, Tchad, Madagascar, Maurice, Union des Comores, Cambodge, Laos, Vietnam, Vanuatu.

Du reste, sept (7) communes à Madagascar ont été accompagnées dans l'élaboration et l'adoption de plans communaux de développement intégrant les potentialités culturelles dans les axes stratégiques de développement de leur territoire. Un séminaire régional à Maurice sur le financement des entreprises et projets culturels à l'attention, d'une part, des entrepreneurs culturels en élaboration de plan d'affaires et dossiers de financement et, d'autre part, des cadres de banque en analyse des risques inhérents au financement des projets et entreprises culturelles a été organisé et animé. Une vingtaine d'entrepreneurs culturels et de cadres de banque originaires de Madagascar, Maurice, Union des Comores, Seychelles, Rodrigues et le département français de la Réunion ont bénéficié de la formation. L'OIF a également contribué intellectuellement et financièrement à l'organisation du colloque international sur « Le droit d'auteur et la régulation de l'audiovisuel à l'ère du numérique », organisé par la Haute autorité de la communication audiovisuelle de Côte d'Ivoire et l'OMPI. En 2017, le colloque a rassemblé 15 pays de l'espace francophone : Mali, Maroc, Guinée, Togo, Bénin, Tunisie, Moldavie, Niger, Cameroun, Centrafrique, Congo, Sénégal, France, Tchad et la Côte d'Ivoire. S'agissant de la professionnalisation du journalisme culturel, un atelier régional de formation de journalistes culturels a été organisé sur « la critique face aux enjeux culturels ». Cet atelier a réuni une vingtaine de journalistes de Madagascar, Maurice, Union des Comores et le département français de la Réunion.

Un partenariat avec l'Université Senghor d'Alexandrie et l'Université Gaston Berger de Saint-Louis, Sénégal, portant sur l'enseignement d'un master en gestion des industries culturelles a été mis en place. Plusieurs rencontres de concertations avec des partenaires institutionnels (Unesco, OMPI, FIDC, Association Racines, Culture et Développement, Arterial Network, etc.) et de promotion des actions de l'OIF en faveur de la diversité et du développement culturels ont eu lieu, notamment les travaux du

9^e Comité intergouvernemental de la Convention 2005 sur la protection et la promotion de la diversité des expressions culturelles.

LE CINÉMA

L'OIF soutient les productions audiovisuelles principalement à travers le Fonds image de la Francophonie mis en œuvre par l'Organisation en collaboration avec le CIRTEF (Conseil international des radios et des télévisions d'expression française). Il a succédé au Fonds francophone de production audiovisuelle du Sud (créé en 1988 et géré avec des commissions de sélection régulières depuis 1990) et permet de financer une quarantaine de projets chaque année. Ce dispositif d'appui à la production a généré environ 1 600 productions (cinématographiques et télévisuelles) depuis sa création.

En 2017, l'OIF a relancé le Fonds en augmentant légèrement son enveloppe (1 million d'euros répartis à parts égales entre cinéma et productions audiovisuelles), et en réformant la commission cinéma (deux sessions par an au lieu d'une seule), avec l'octroi de montants plus importants grâce à une sélection plus rigoureuse. L'environnement technique et économique des filières culturelles connaît une évolution rapide dans les pays francophones du Sud. Ces bouleversements peuvent favoriser les projets créatifs à condition que des actions d'accompagnement permettent les adaptations nécessaires.

En Afrique subsaharienne, l'accroissement des investissements (groupes français Canal+, Lagardère et Orange, mais aussi télévision ivoirienne) aboutit à la production de séries télévisées plus ambitieuses et de meilleure qualité. La filière cinématographique se reconstruit après plus de dix ans de « traversée du désert » (le film « Bienvenue au Gondwana », sorti dans dix pays en 2017 a atteint 17 000 entrées dans un parc de salles encore limité mais en croissance rapide). Les actions de l'OIF (détection de talents, formation, aides sélectives) visent à permettre aux projets créatifs de tirer parti de ces évolutions. Les opportunités de financement et de revenus pour les artistes et les entrepreneurs culturels ont augmenté ces dernières années, de même que la production audiovisuelle et cinématographique. Parmi les indices de cette évolution figurent l'augmentation du nombre de dossiers soumis au Fonds Image de la Francophonie (passé de 219 en 2015 à 303 en 2017, soit + 38 %), ou encore le relèvement des standards de qualité des séries télévisées (apparition du format 52' au Maghreb et en Afrique subsaharienne, augmentation spectaculaire des budgets de production, et investissements

croissants des diffuseurs). Les coproductions internationales se sont multipliées, en particulier pour les séries télévisées d'Afrique subsaharienne. Trois auteurs de série « détectés » et formés par l'OIF et la télévision ivoirienne en 2014 ont ainsi bénéficié, en 2015 et 2016, de l'arrivée de coproducteurs français et sud-africains sur leurs projets. Les ventes de fictions africaines se sont développées grâce aux efforts des distributeurs et aux aides au doublage mises en place par l'OIF. De nouvelles perspectives de ventes se sont ouvertes pour les producteurs grâce à la remise en circulation (dans le cadre du projet « Capital numérique ») de près de soixante films et séries des années 1980 à 2000 qui étaient devenus indisponibles. Par ailleurs, les films d'Afrique francophone ont connu un regain d'intérêt sur le marché français en 2017 avec 8 sorties en salles sur l'année (dont 4 pour des films soutenus par l'OIF : Félicité, Wallay, Bayiri et L'œil du cyclone) contre une seule en 2016.

L'OIF permet également de célébrer et de valoriser davantage les œuvres créatives. En effet, parmi les films soutenus par le Fonds Image de la Francophonie, « Félicité » a obtenu l'Ours d'argent (deuxième prix) du Festival de Berlin et l'Étalon d'or du Fespaco (Festival panafricain du cinéma de Ouagadougou). Le documentaire « Maman Colonelle » de Dieudo Hamadi (RDC) a remporté le premier prix du festival « Cinéma du réel » de Paris ainsi que le prix spécial du jury au Festival international du film francophone de Namur (festival où le prix du jury est allé au long-métrage Wallay de Berni Goldblat). Enfin, les Trophées francophones du Cinéma se sont imposés comme un espace de célébration itinérant (Sénégal, France, Côte d'Ivoire, Liban, Cameroun).

L'OIF contribue intellectuellement et financièrement à l'organisation de rencontres professionnelles dans le cadre du FESPACO et notamment du colloque « Formation et métiers du cinéma et de l'audiovisuel » qui a réuni une centaine de participants en provenance d'Afrique, d'Europe et d'Amérique.

Enfin, le nombre des pages vues sur le site « Images francophones » est passé de 84 921 à 88 244 entre 2015-2016 et 2016-2017.

LE LIVRE

L'OIF soutient des rencontres professionnelles entre éditeurs, libraires et autres intervenants de la chaîne du livre ainsi que des formations afin de contribuer à la professionnalisation du secteur du livre en Afrique.

Elle agit en partenariat avec les associations et regroupements professionnels que sont le Bureau international de l'édition française (BIEF), l'Association internationale des libraires francophones (AILF), l'Alliance internationale des éditeurs indépendants, Afrilivres qui a recours au Centre africain de formation à l'édition et à la diffusion (CAFED).

L'Organisation s'engage en faveur du rayonnement des littératures francophones en contribuant à faire connaître les écrivains francophones, dans toute la diversité de leurs origines et de leurs talents au-delà des frontières de leur pays ou région afin de souligner la créativité en français. Le soutien à l'organisation de salons du livre et autres rencontres littéraires, à travers le monde, se traduit notamment par la prise en charge de la participation des auteurs francophones. Ces manifestations, outre leur importance culturelle, sont aussi l'occasion d'assurer une meilleure diffusion des œuvres sur les marchés. Le soutien qu'apporte l'OIF à certains prix littéraires contribue à œuvrer dans le sens de la reconnaissance des écrivains-lauréats les plus talentueux et à distinguer leur production. Ils encouragent aussi l'activité des éditeurs et l'intérêt des lecteurs.

Prix des cinq continents

Le Prix des Cinq Continents, qui consacre chaque année un roman écrit en langue française est un véritable détecteur de grands talents littéraires francophones. Il a notamment révélé des écrivains africains de premier plan, tels qu'Alain Mabanckou (lauréat 2005, franco-congolais), Wilfried N'Sondé (lauréat 2007, République démocratique du Congo), Kossi Efoui (lauréat 2009, Togo), Amal Sewtohul (lauréat 2013, Maurice), Kamel Daoud (lauréat 2014, Algérie), In Koli Jean Bofane (lauréat 2015, Congo), Fawzia Zouari (lauréate 2016, Tunisie), et Yamen Menai (lauréat 2017, Tunisie).

LE RÉSEAU DES CENTRES DE LECTURE ET D'ANIMATION CULTURELLE (CLAC)

Un CLAC est un centre culturel abritant une bibliothèque et une salle d'animation, équipé pour répondre aux besoins d'une agglomération de 5 000 à 30 000 habitants. La bibliothèque permet aux populations d'accéder aux livres et aux supports numériques d'information et de formation. Elle est conçue pour répondre aux attentes des jeunes qui constituent 80 % des usagers. L'espace dédié à l'animation est équipé en matériel de sonorisation

et de projection cinéma mis à la disposition des enseignants, des opérateurs de développement, ainsi qu'aux groupements, associations et ONG. Véritables lieux de vie et d'échanges, les CLAC ont un impact important sur plusieurs des objectifs de développement du millénaire.



Pays bénéficiaires du programme de lecture publique de l'OIF.

En s'appuyant sur l'expertise acquise grâce au programme CLAC, l'OIF a diversifié son offre de service dans le domaine de la lecture publique en créant des Espaces du Livre Francophone (ELFE) dans des bibliothèques

existantes ou encore en organisant la circulation de malles de lecture dans plus d'une centaine d'établissements scolaires en milieu urbain.

En 30 ans l'OIF a créé, avec les autorités nationales et locales, 321 centres dans 21 pays d'Afrique subsaharienne, de l'océan Indien, de la Caraïbe et du Proche-Orient. L'Organisation met progressivement en place 25 centres supplémentaires au Congo, au Cameroun et en République de Djibouti. Elle a acquis une expertise unique et internationalement reconnue dans le domaine de la lecture publique.

Pour en savoir plus consulter la brochure ci-après : <https://www.francophonie.org/IMG/pdf/CLAC_un_programme_national_de_lecture_publicue.pdf>.

Soutien aux éditeurs du Sud

Force est de constater que les auteurs francophones du Sud sont de plus en plus reconnus au niveau international, mais la montée en puissance des éditeurs du Sud a besoin d'être soutenue. C'est dans cette perspective de professionnalisation qu'une vingtaine d'éditeurs du Sud ont été invités en octobre 2017 à la Foire internationale du livre de Francfort, où le Prix des Cinq Continents a été remis. L'OIF soutient également depuis plusieurs années Afrilivres, une association d'éditeurs d'Afrique francophone subsaharienne, de Madagascar et de l'Île Maurice basée à Cotonou au Bénin. En 2017, l'Alliance Internationale des Éditeurs Indépendants et Afrilivres ont bénéficié d'un soutien dans le domaine de la coédition et pour assurer la présence d'un représentant à Francfort (dans le cadre de la Foire internationale du livre).

Depuis 2015, l'OIF soutient la traduction de l'œuvre lauréate du prix des cinq continents et sa publication bilingue français-vietnamien.

Numérisation d'ouvrages francophones

L'OIF soutient la création d'une Bibliothèque numérique francophone, qui devrait permettre, à terme, l'accès à tous les fonds en français (et également en langues nationales) des Bibliothèques nationales ou assimilées des pays francophones sur un portail unique. L'Assemblée générale du réseau francophone numérique (RFN, Bruxelles, avril 2017), première assemblée de la nouvelle association internationale, dont l'OIF reste membre observateur a appuyé les activités des organisations professionnelles dans le domaine du livre. Le RFN s'est doté d'une personnalité juridique

en se transformant en association internationale sans but lucratif. Il s'agit d'une évolution majeure allant dans le sens d'une pérennisation. Le nouveau portail « Bibliothèque Réseau Francophone Numérique », soutenu par la Direction de la Francophonie économique et numérique (DFEN) a été officiellement lancé cette année.

Caravane du Livre

Dans le cadre de la promotion de la littérature africaine francophone en Afrique, l'OIF soutient la caravane du Livre. Elle sillonne les routes d'Afrique en proposant des livres à un prix accessible pour tous. Organisée par l'AILF depuis près de 10 ans, l'Association a également bénéficié en 2017 d'un soutien pour la production d'un catalogue et la formation de libraires-formateurs.

LE SPECTACLE VIVANT, LES ARTS VISUELS ET L'ARTISANAT

L'OIF soutient le spectacle vivant les arts visuels et l'artisanat, notamment à travers les programmes, Contrat de Confiance, En scène, Édition limitée, et finance de grands événements tels que le MASA, la Biennale de Dakar et la Biennale de Bamako.

Contrat de Confiance

Avec ce programme, l'Organisation apporte un appui structurel et pluriannuel à une dizaine d'entreprises créatives innovantes – dans les domaines des musiques actuelles, du théâtre, de la danse contemporaine, des arts visuels –, qui développent une politique active en faveur de la création contemporaine. Peuvent présenter une requête celles qui organisent des expositions, des festivals et des tournées de spectacles, produits dans un pays du Sud ou de l'Europe centrale et orientale membre de la Francophonie. Il s'agit pour l'OIF d'apporter un accompagnement au projet de développement des structures inscrites prioritairement dans une logique de mutualisation

En scène !

Dans le cadre d'« En Scène ! », l'OIF soutient la circulation des artistes du Sud et de leurs productions. Le programme est ouvert aux associations, entreprises culturelles, compagnies ou groupes artistiques qui disposent

d'un statut juridique, privé ou public, et qui organisent et participent à des expositions, des festivals et tournées de spectacles à dimension internationale.

Ce programme vise deux objectifs principaux :

- encourager la consolidation des réseaux de professionnels régionaux et l'interaction de différents acteurs autour d'un projet commun
- valoriser la complémentarité des compétences entre les structures des pays francophones du Nord et du Sud.

Édition limitée

Ici, l'OIF s'investit dans le secteur de l'artisanat de luxe en soutenant les professionnels des arts du textile et de la mode âgés de 20-35 ans, résidant et travaillant dans les pays membres de la Francophonie. Il s'agit de faciliter l'accès à la formation des créateurs et de promouvoir la recherche, la création artistique, les savoir-faire traditionnels et l'innovation dans le secteur de la mode et des arts du textile.

Marché des Arts du Spectacle Africain (MASA)

Le MASA, créé en 1993 par l'OIF¹, est un festival des arts vivants africains (théâtre, musique et danse) organisé sous l'égide de l'OIF et du Ministère de la Culture et de la Francophonie de Côte d'Ivoire tous les 2 ans à Abidjan. Il constitue l'un des plus grands événements culturels d'Afrique. Le MASA relève d'un concept original qui rassemble des artistes africains et d'ailleurs autour de plusieurs scènes. Il vise à renforcer les valeurs de la Culture africaine et la promeut. Cette année, un appui financier de 150 000 euros a été apporté par l'OIF à l'organisation de la 10^e édition du Marché des arts du spectacle africain (MASA) (prévu en mars 2018) au titre de sa contribution 2017.

Biennale de Dakar

La Biennale de Dakar, également intitulée Dak'Art, est l'une des principales manifestations d'Art contemporain africain à consacrer exclusivement sa sélection aux artistes qui vivent sur et hors du continent. L'événement est institué par l'État du Sénégal depuis 1989 avec une première édition dédiée à la littérature en 1990. La Biennale est réservée à l'art contemporain lors de sa deuxième édition en 1992 avant d'être définitivement consacrée à la

1. À l'époque Agence intergouvernementale de la Francophonie.

création africaine contemporaine à partir de 1996. C'est la plus ancienne Biennale de ce genre en Afrique. L'OIF est partenaire du Dak'Art depuis sa création. Au cours de la dernière édition (3 au 10 mai 2016), l'OIF a appuyé la présence des créateurs et professionnels francophones des pays du Sud, ainsi qu'un atelier de critique d'art. Et comme à chaque édition, remis sous forme de dotation financière, un prix d'une valeur de 5 000 euros et d'une résidence d'une valeur de 10 000 euros à un créateur francophone désigné dans le cadre de l'exposition internationale par le Comité international de sélection. Le prix 2016 a été attribué à l'artiste congolais Sammy Baloji.

La même année l'OIF avait également été partenaire de la 5e édition du festival Afropixel, manifestation internationale croisant technologies, créativité et innovation qui s'était tenue à Dakar du 4 avril au 15 mai dans le cadre du programme « Contours » de Dak'Art. À travers des installations, performances, débats et ateliers, le grand public comme les professionnels avaient pu se familiariser avec ces nouveaux modes d'expression culturelle et leurs potentialités dans le domaine du développement durable, de l'éducation, de la citoyenneté. Des formations, des résidences de création, des réunions de travail et de la mise en réseaux d'artistes et d'organismes africains avaient pour objectif de développer des outils et de contenus numériques sur le continent.

Biennale de Bamako

La Biennale de Bamako est la principale manifestation consacrée à la photographie africaine. Les Rencontres de Bamako s'inscrivent comme un lieu incontournable de révélation des photographes africains et de rencontres avec les professionnels du monde entier. Il s'agit d'une plateforme unique de visibilité pour les photographes et vidéastes du continent et de la diaspora. Organisée depuis 1994, la Biennale rassemble, lors de la semaine d'ouverture, plus de 400 professionnels internationaux. Partenaire des Rencontres de Bamako depuis leur création, l'OIF contribue financièrement à la prise en charge des frais liés aux transports, hébergement et droits d'auteur des artistes francophones. L'Organisation a également remis à l'occasion de la 10e édition le prix du « Jeune photographe francophone », sous la forme d'une dotation de 3 000 euros et d'une participation à la Biennale de Dakar. C'est l'artiste malien Aboubacar Traoré qui a été désigné pour sa série baptisée « Inch'Allah » qui traite de l'extrémisme religieux et de la guerre qui a éclaté dans le nord du pays en 2012. Ce partenariat s'inscrit dans le cadre

des actions de l'OIF pour la circulation des artistes francophones du Sud et de leurs œuvres dans les festivals et marchés internationaux, ainsi que pour la dynamisation et la structuration des filières artistiques des pays du Sud.

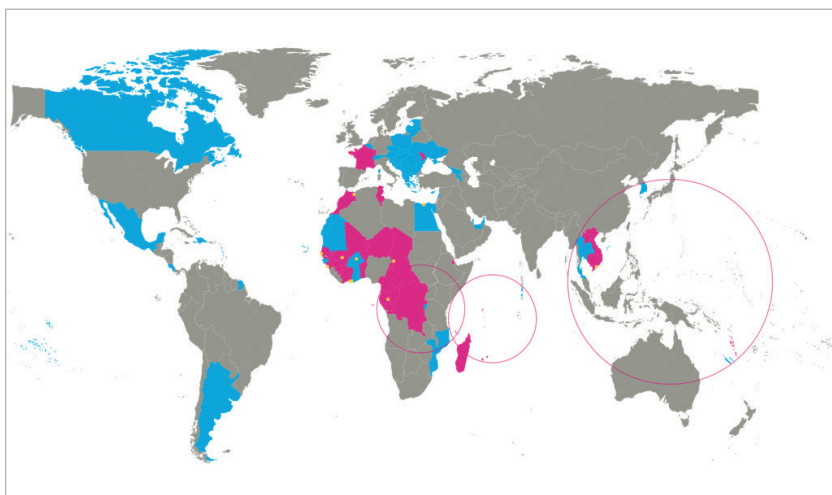
Autres festivals et manifestations culturelles soutenus par l'OIF

- Dans le cadre de l'activité « Soutien et organisation de festivals, expositions, rencontres traitant de l'altérité », l'OIF a soutenu l'organisation de la 3^e édition du festival Karane (Oujda, Maroc, du 18 au 20 août 2017), mêlant les arts traditionnels et modernes. Ce festival entend fédérer la population du nord tout en renforçant le lien entre les générations.
- Sur la déconstruction des stéréotypes, un atelier a été réalisé. Un appui a été également apporté à la 10^e édition du festival Koom Koom (prévu à Ziguinchor, Sénégal, du 14 au 17 décembre 2017).
- L'organisation d'un festival du dessin de presse à Grand-Bassam a été soutenu et a vu la participation de jeunes talents à un concours dont la thématique était « Libres ensemble ».
- La semaine de la Francophonie a été organisée avec différents partenaires francophones au Vietnam (IFV, AUF, Association d'amitié Vietnam-France, consulats Généraux de France, de Suisse, du Canada, de Belgique...) proposant des activités diverses : expressions, exposition d'art, festival de film, concerts, foire. La grande journée de la suite des événements s'est tenue au Jardin botanique et zoologique d'Ho Chi Minh Ville et a attiré un large public de toutes catégories. Environ 3 000 visiteurs se sont joints à cette grande journée.
- Enfin, lancé le 15 février 2017 et placé sous le Haut Patronage du Président de la République française, le Grand Tour 2017, Voyage en Francophonie, a pour objet de révéler et d'illustrer la richesse, la diversité et la vitalité de la Francophonie culturelle en rassemblant sous un label unique cent grands événements sélectionnés sur les cinq continents. On compte plusieurs étapes en Afrique², au nombre desquelles :
 - Le festival panafricain de cinéma et de télévision de Ouagadougou ;
 - Les 2^e rencontres du cinéma francophone en Afrique (Dakar, Sénégal, du 19 au 21 novembre 2017) ;
 - L'Africa Web Festival (Abidjan, Côte d'Ivoire, du 20 au 22 novembre 2017) ;

2. <http://www.grand-tour2017.com/9-toutes-les-etapes.htm?AGN_ZONE=Afrique>.

PERSPECTIVES DE RECHERCHE

- Le Festival de danse « Souar, Souar », (Ndjamena, Tchad, du 6 au 9 décembre 2017) ;
- Le Festival du Film de Masuku, (Franceville, Gabon, du 7 au 13 décembre 2017) ;
- Les rencontres de Bamako, Biennale africaine de la photographie (Bamako, Mali, du 2 décembre au 31 janvier) ;
- Le Festival des Arts et de la Culture DAN « *Tonkpi Nihidaley* » ;
- Conakry capitale mondiale du Livre (Conakry, Guinée, 23 avril 2017 au 23 avril 2018).



Carte des événements culturels soutenus par l'OIF.

III

Le français, une langue mondiale¹

5^e au monde avec 274 millions de locuteurs dont 212 millions en font un usage quotidien sur les 5 continents. Sur les 212 millions² :

- 55% des francophones résident en Afrique.
- +15% depuis 2010 sur ce continent.
- +30% au Bénin, au Burkina-Faso, au Burundi, au Cameroun, aux Comores, au Congo, au Gabon, en Guinée, à Madagascar, au Niger, au Sénégal, au Togo

• 125 millions d'apprenants du/en français

Langue d'enseignement

- Langue principale d'enseignement initiale ou partielle dans 35 États et gouvernements.
- Plus de 76 millions d'élèves et étudiants l'ont pour langue d'enseignement dont 54 millions en Afrique subsaharienne et dans l'océan Indien.
- Plus de 3 millions d'élèves et étudiants dans chacun des pays suivants : Burkina Faso, Cameroun, Côte d'Ivoire, Madagascar, Mali, Sénégal...
- Des programmes de la Francophonie qui intègrent les langues nationales (Élan-École et langue nationale) et qui accompagnent la formation initiale de maîtres du primaire en Afrique (Ifadem).
- L'Agence universitaire de la Francophonie regroupe près de 800 institutions d'enseignement supérieur et de recherche dans 98 pays et compte 65 représentations dans 40 pays.

1. Source : DLFCD/Observatoire de la langue française de l'OIF – nov. 2014 (mise à jour partielle en janvier 2017).

2. 77 millions de « francophones du quotidien » en Europe et 52 millions d'Européens capables d'avoir une conversation en français.

Langue étrangère

- 2^e langue présente comme langue étrangère après l'anglais.
- **Près de 49 millions** de personnes apprennent le français comme une langue étrangère (FLE) soit **+6,5 % depuis 2010**.
- 2^e langue vivante étrangère dans le primaire et le secondaire inférieur dans l'**Union européenne**.
- **52 %** des apprenants de FLE en **Afrique du Nord et au Moyen Orient**.
- **Des progressions supérieures à 30 % depuis 2010** en Angola, en Argentine, en Chine, au Costa Rica, au Danemark, en Égypte, au Ghana, en Inde, au Laos, au Mozambique, au Nigéria, aux Philippines, en Tunisie...
- **Plus d'1 million d'élèves et étudiants** dans chacun des pays suivants : Algérie, Allemagne, Canada (hors Québec), Égypte, Espagne, États-Unis, Inde, Italie, Maroc, Nigéria, Roumanie, Syrie...

Une valeur économique

- 2^e langue des affaires en Europe et 3^e dans le monde.
- **+22 % d'échanges commerciaux** en moyenne grâce au partage du français pour 33 pays.
- **+6% de PIB/habitant** en moyenne pour 33 pays.
- **84 États et gouvernements membres de l'OIF qui pèsent :**
 - **20,8 % de la population mondiale (2015).**
 - **16,9 % du PNB mondial (2015).**
 - **20 % des échanges commerciaux (2014).**
- **22,3% des importations mondiales de contenu audiovisuel** et de services associés pour les 29 pays ayant le français comme langue officielle ou co-officielle (2008).

Langue de communication internationale

- **Entre la 3^e et la 9^e place sur Internet (2016).**
- 2^e langue des **Organisations internationales**.
- Sur l'un des **5 plus grands réseaux audiovisuels mondiaux**.
 - **TV5MONDE s'adresse aux francophones** comme aux francophiles dans toute leur diversité linguistique et culturelle grâce à un sous-titrage en 12 langues. Elle réunit **55 millions de téléspectateurs** chaque semaine.

IV

Francophonie et éducation

1. INSTITUT DE LA FRANCOPHONIE POUR L'ÉDUCATION ET LA FORMATION

Quatre programmes de la Francophonie en matière d'éducation et de formation sont intégrés à l'IFEF :

- l'Initiative francophone pour la formation à distance des maîtres (IFADEM)
- l'Initiative « École et langues nationales » en Afrique (ELAN-Afrique)
- la formation et insertion professionnelle des jeunes (FIPJ)
- l'Appui aux innovations et réformes éducatives (PAIRE)

Basé à Dakar (Sénégal), l'IFEF est un organe subsidiaire de l'OIF et a pour mission principale de fournir aux États et gouvernements membres de l'OIF et à ses partenaires, une expertise technique pour l'élaboration, la mise en œuvre, le suivi et l'évaluation de leurs politiques éducatives afin d'assurer une éducation inclusive et équitable de qualité et de promouvoir des possibilités d'apprentissage tout au long de la vie pour tous. Sa création a été décidée par les chefs d'État et de gouvernement, réunis en 2014 à Dakar pour leur XVe Sommet.

Ses missions

- Mettre en œuvre des programmes de coopération dans le secteur de l'éducation, en accordant la priorité aux sous-secteurs de l'éducation de base et de la formation professionnelle et technique;
- contribuer à l'élaboration, à la mise en œuvre, au suivi et à l'évaluation des politiques nationales;
- proposer et organiser des activités de renforcement des capacités des enseignants, des personnels d'encadrement, des cadres et gestionnaires du système éducatif;
- renforcer les capacités des États et gouvernements membres de l'OIF et de ses partenaires afin d'améliorer la qualité des programmes d'enseignement du et en français;

- fournir aux États et gouvernements qui le souhaitent le conseil et l'expertise technique nécessaires sur différents aspects éducatifs ;
- promouvoir l'innovation dans le domaine de l'éducation, en particulier en ce qui concerne l'innovation techno-pédagogique ;
- entreprendre des recherches-actions sur les questions d'éducation, en tenant compte des besoins des États et gouvernements membres de l'OIF et de ses partenaires ;
- contribuer à l'élaboration des politiques et stratégies sectorielles en matière de formation professionnelle et technique ;
- contribuer aux évaluations des apprentissages des élèves dans les États et gouvernements membres de l'OIF et partenaires ;
- constituer un espace de concertation entre les partenaires publics et privés en matière de politiques et de programmes d'éducation et de formation.

2. L'AGENCE UNIVERSITAIRE DE LA FRANCOPHONIE (AUF)

L'Agence universitaire de la Francophonie (AUF) est une association internationale créée il y a plus de 50 ans. Elle regroupe des universités, grandes écoles, réseaux universitaires et centres de recherche scientifique utilisant la langue française dans le monde entier. Avec un réseau de 845 membres³ dans 111 pays, elle est l'une des plus importantes associations d'établissements d'enseignement supérieur et de recherche au monde.

Elle est également l'opérateur pour l'enseignement supérieur et la recherche du Sommet de la Francophonie. À ce titre, elle met en œuvre, dans son champ de compétences, les résolutions adoptées par les conférences des chefs d'État et de gouvernement des pays ayant le français en partage.

Dans le respect de la diversité des cultures et des langues, l'AUF promeut une Francophonie universitaire solidaire engagée dans le développement culturel, économique et social des sociétés. Elle favorise la solidarité active entre ses institutions membres et les accompagne dans leur dynamique de structuration (amélioration de la qualité de la formation, de la recherche, de la gouvernance universitaire, de l'employabilité des diplômés) et d'implication dans le développement.

3. Liste des membres : <https://www.auf.org/les_membres/nos-membres/>.

Ses équipes, présentes à travers le monde, apportent suivi et conseils pour la conception et la mise en place de projets, facilitent le partage de bonnes pratiques, de l'expertise et des innovations et proposent un accompagnement dans la recherche de nouveaux partenaires.

L'AUF collabore régulièrement avec les entreprises privées et leurs fondations, les États et gouvernements, les agences nationales d'aide au développement, les organisations internationales, les organisations non gouvernementales, et les associations universitaires, scientifiques et culturelles.

L'AUF dispose d'un réseau de plus de 61 représentations locales dans 40 pays⁴. Son siège est installé à Montréal (Canada), ses services centraux se répartissent entre Montréal et Paris (France).

Dix directions régionales pilotent les interventions de l'AUF sur le terrain en Afrique centrale et des Grands Lacs, en Afrique de l'Ouest, dans les Amériques, en Asie-Pacifique, dans la Caraïbe, en Europe centrale et orientale, en Europe de l'Ouest, au Maghreb, au Moyen-Orient et dans l'océan Indien.

Neuf antennes administratives, 37 campus numériques francophones consacrés au numérique et cinq instituts de la Francophonie consacrés à la formation, la recherche, au conseil et à l'expertise, complètent ce dispositif régional d'intervention.

3. TV5MONDE

TV5MONDE est l'un des quatre opérateurs de la Francophonie. Première chaîne généraliste mondiale en langue française, TV5MONDE est le deuxième réseau international de télévision diffusé auprès de 215 millions de foyers dans près de 200 pays et territoires. TV5MONDE édite simultanément, depuis Paris, huit chaînes régionalisées distinctes à destination de l'Europe francophone (France/Belgique/Suisse), l'Europe non francophone, le Maghreb et l'Orient, l'Afrique, l'Asie, les États-Unis, l'Amérique latine et le Pacifique; une chaîne spécifique destinée au territoire canadien est gérée par TV5 – Québec Canada, structure indépendante basée à Montréal.

L'ensemble des programmes de TV5MONDE rassemble une audience cumulée hebdomadaire de 55 millions de téléspectateurs uniques.

4. Liste des implantations : <<https://www.auf.org/lauf-dans-le-monde/>>.

Grâce au sous-titrage dans treize langues (allemand, anglais, arabe, coréen, espagnol, français, japonais, néerlandais, polonais, portugais, roumain, russe et vietnamien), TV5MONDE est regardée bien au-delà des publics francophones et assure ainsi pleinement sa mission de vecteur de la Francophonie. Ses huit réseaux continentaux sont aujourd'hui diffusés par toutes les technologies disponibles : 52 transpondeurs satellitaires, plus de 2500 opérateurs de réseaux câblés, le MMDS, et la diffusion hertzienne traditionnelle dans quelques pays d'Afrique.

Dès 1992 TV5MONDE s'est engagé dans le défi du numérique et des nouvelles technologies de diffusion en particulier dans celles qui se sont développées depuis les années 2000 : l'IPTV, l'ADSL, la téléphonie mobile, la vidéo à la demande (VAD), la télévision de rattrapage. Quant à sa politique de proximité, elle est illustrée au Burkina Faso, au Bénin, au Sénégal, au Niger, au Cap-Vert et au Burundi par les Maisons TV5MONDE.

Sous le label TV5MONDE PLUS, la chaîne propose une offre de programmes en ligne à partir de son site Internet tv5monde.com qui enregistre 8 millions de visites chaque mois. Les derniers-nés sont « TV5MONDE + Afrique », la première webtv entièrement consacrée à l'Afrique, « TV5MONDE + Cinéma » et « TV5MONDE + Documentaire », les plates-formes numériques de cinéma et documentaire francophones à la demande, ainsi que la webtv « TiVi5MONDE PLUS », destinée aux jeunes francophones de 3 à 12 ans.

Le site Internet de la chaîne propose aussi des programmes en ligne pour découvrir le français ; apprendre le français et enseigner le français.

4. UNIVERSITÉ SENGHOR

L'Université Senghor est l'un des quatre opérateurs de la Francophonie. Créée en 1989 par le Sommet des Chefs d'État et de gouvernement ayant le français en partage, l'Université Senghor est une institution de 3^e cycle dont la vocation est de former et de perfectionner des cadres africains et des formateurs de haut niveau et d'orienter leurs aptitudes vers l'action et l'exercice des responsabilités dans certains domaines prioritaires pour le développement. Elle est un pôle d'échanges et de rencontres dans l'espace francophone en organisant des colloques, séminaires et conférences,

et en collaborant notamment avec les autres opérateurs et institutions de la Francophonie.

L'Université Senghor propose un Master en Développement, de type Master professionnel. Le choix du niveau Master professionnel montre l'ambition de l'Université pour délivrer un diplôme reconnu internationalement et compatible avec les différentes réformes de type « LMD ». Ce Master est décliné en sept spécialités professionnelles : Management de projets, Gouvernance et management public, Gestion de l'environnement, Gestion du patrimoine culturel, Gestion des industries culturelles, Santé internationale et Politiques nutritionnelles.

Une première formation de Master entièrement à distance a commencé en avril 2008. Elle concerne la Gestion des Systèmes Éducatifs en Afrique et elle est réalisée en collaboration avec l'AUF, l'OIF, la CONFEMEN et l'AFIDES. Cette première expérience est limitée à 7 pays : Bénin, Burkina Faso, Cameroun, Congo, Gabon, Mauritanie et Niger.

Par ailleurs, la formation continue étant un secteur clé pour l'Université Senghor, chaque année, il est proposé un programme spécifique de formations continues de plusieurs semaines, pouvant être organisé soit à Alexandrie, soit dans un pays d'Afrique. Afin de favoriser des partenariats Nord-Sud et Sud-Sud pour ouvrir l'Université Senghor aux niveaux national, régional et international, plusieurs conventions ont été signées avec des Universités égyptiennes et des Universités et entreprises d'Europe, d'Afrique et du Canada.

Ainsi, l'Université Senghor, Université de la Francophonie, est devenue un pôle d'excellence reconnu dans l'ensemble des pays francophones.

V

Chiffres relatifs à l'économie culturelle en Afrique

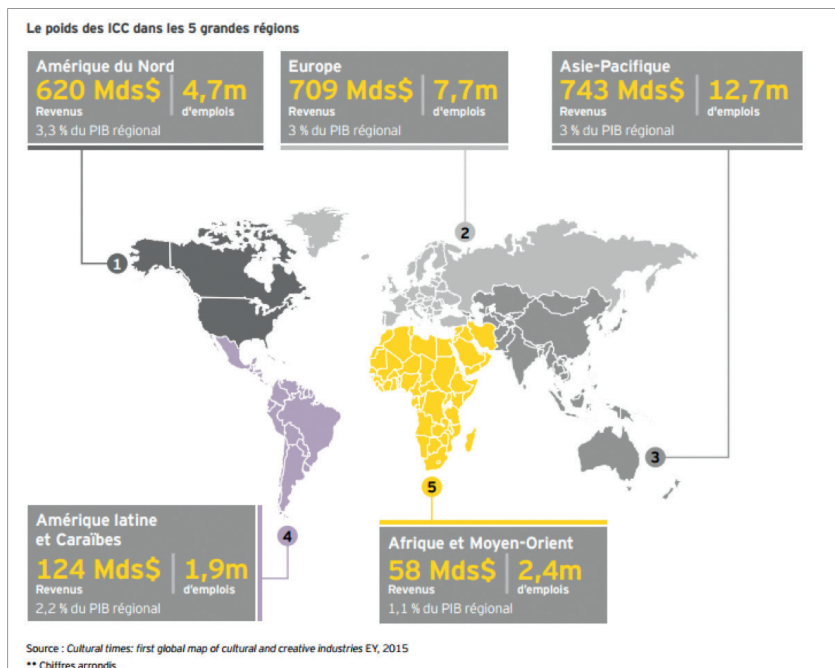
I. POIDS DE L'AFRIQUE DANS LES EXPORTATIONS ET IMPORTATIONS DE BIENS CULTURELS

En 2013, l'Afrique subsaharienne a connu une croissance de 4,5 % de son produit intérieur brut (PIB), dépassant la croissance de l'économie mondiale, à 3 %. Au cours de la dernière décennie, la hausse des prix des matières premières a stimulé les économies de certains pays émergents. Les exportations des pays africains sont concentrées sur quelques produits et quelques pays partenaires. Leurs économies sont très sensibles à la volatilité des matières premières.

Ils sont donc « plus vulnérables aux chocs externes » (CNUCED, 2014b). Le commerce international se caractérise également par la fragmentation des processus économiques sur une base mondiale.

L'expansion de la chaîne de valeur mondiale a entraîné une augmentation du commerce des biens et services. Cependant, les pays africains ont joué un rôle marginal dans ce processus avec seulement 2,2 % de la chaîne de valeur mondiale en 2011 (BAD, 2014), ce qui explique la part relativement faible des exportations africaines dans le commerce des biens culturels.

Autrement dit, les économies à faible revenu dans des régions telles que l'Afrique subsaharienne, les Caraïbes et les pays arabes, jouent encore un rôle marginal dans les flux internationaux de biens et de services culturels.

II. ÉCONOMIE DE LA CULTURE, PANORAMA MONDIAL⁵

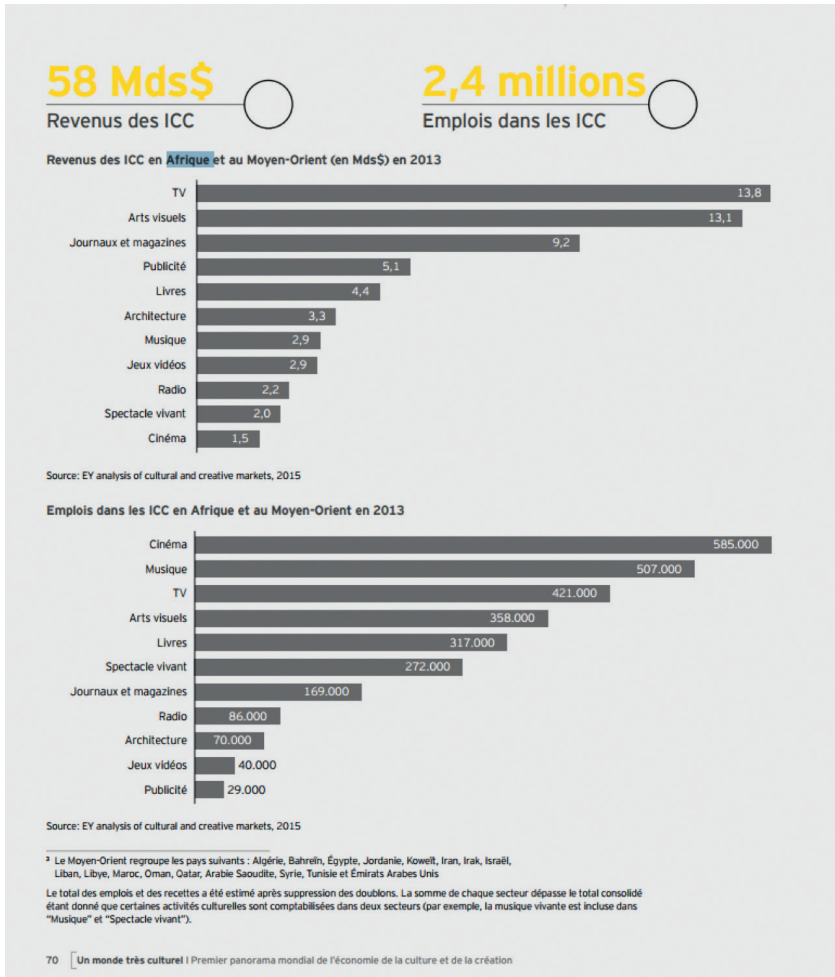
Afrique et Moyen-Orient

L'Afrique et le Moyen-Orient voient les revenus des ICC s'établir à 58 milliards de dollars (3 % du total). Elles génèrent 2,4 millions d'emplois (8 % du total des emplois ICC). La musique africaine a été au cœur du développement de la musique populaire en Amérique du Nord et du Sud, et même en Europe. Aujourd'hui, les sociétés africaines regorgent de richesses culturelles qui ne demandent qu'à se faire connaître grâce aux opportunités offertes par les nouvelles technologies et les échanges commerciaux. La production et la projection de films stimulent la création d'emplois dans les ICC, avec des réussites marquantes telles que l'avènement de Nollywood, l'industrie cinématographique nigériane, qui emploie directement 300 000 personnes.

5. Source : UN MONDE TRÈS CULTUREL, Premier panorama mondial de l'économie de la culture et de la création, décembre 2015, réalisé par le Cabinet Ernst and Young. <http://fr.unesco.org/creativity/sites/creativity/files/un_monde_tres_culturel._premier_panorama_mondial_de_leconomie_de_la_culture_et_de_la_creation.pdf>.

Cependant, le marché africain est peu structuré et les biens culturels sont essentiellement produits dans l'économie informelle : on estime que celle-ci emploie 547 000 personnes et génère 4,2 milliards de dollars de revenus.

III. REVENUS DES ICC ET EMPLOIS



Une culture omniprésente et multi- Bien qu'ils soient souvent matériellement pauvres, de nombreux pays africains possèdent des richesses culturelles qui bouillonnent et s'emparent des opportunités offertes par les nouvelles technologies et les nouveaux marchés. La musique qui s'est développée en Afrique du Nord et du Sud a remporté des succès dans le monde entier. Au cours de ces dernières décennies, les groupes de chanteurs de Raï ont tissé des liens avec des pairs ailleurs sur le continent, et enregistrent en studio, à Londres et à Paris, des reprises de musiques traditionnelles qui plaisent aussi bien aux consommateurs africains qu'euro péens. Aiguillonnée par la diversité linguistique et la médiocrité des moyens de communication, la culture est partout, et se concentre sur les concerts, les spectacles de conteurs, et les cérémonies rituelles ou religieuses. Les artisans et les femmes alimentent les marchés locaux, et les groupes de danse, les musiciens et les chanteurs se produisent lors de rassemblements, mariages et festivals. La richesse de l'art traditionnel africain, de la sculpture et de la musique, est célébrée à la fois en Afrique et en Europe. **Les festivals de musique, en Afrique, y compris MASA à Abidjan, en Côte d'Ivoire et FESPAM à Brazzaville, attirent des publics importants, tandis que les concerts et les festivals européens, notamment "L'Afrique dans tous les sens" à Paris, célèbrent également la diversité musicale africaine.** Il existe également une scène littéraire dynamique, en particulier au Nigéria. L'Association des Auteurs Nigériens (ANA) a été à l'avant-garde de la promotion de la littérature nigérienne et de ses écrivains. Parmi eux figurent Chinua Achebe et son livre *Things Fall Apart*, l'un des premiers romans africains en anglais à obtenir une reconnaissance mondiale, et Wole Soyinka, qui est devenu le premier Africain à obtenir le Prix Nobel de Littérature en 1986.

1. L'économie informelle : aucun risque pour les citoyens, aucune récompense pour les auteurs

L'économie informelle, système qui contourne les transactions contrôlées par l'État ou même les échanges monétaires, fait partie intégrante de la scène culturelle en Afrique et au Moyen-Orient. Les biens et les services culturels sont généralement fournis par l'économie informelle qui emploierait environ 350 000 personnes et générerait 4,2 milliards de dollars de recettes en 2013. La façon dont les gens appréhendent la culture en Afrique et au Moyen-Orient renforce ces canaux de distribution informels. La notion de « culture » est souvent déconnectée de la dimension économique : **en Afrique**

francophone, les gens ont l'habitude de se rendre à des festivals et à des spectacles et de faire du théâtre gratuitement. Les artistes s'appuient sur d'autres revenus, tels que le parrainage, pour financer leurs subsistances. Cette attitude africaine envers la culture encourage la reproduction gratuite – et illégale – de la musique, des enregistrements vidéo et d'autres arts, et les droits de propriété intellectuelle sont généralement ignorés. Un accès médiocre à la vie culturelle alimente aussi l'économie informelle. Le faible niveau d'équipement – la pénétration d'Internet en Afrique sub-saharienne est de 16,9 %, un des niveaux les plus faibles au monde, le manque d'infrastructures culturelles (la plupart des cinémas ont fermé il y a plus de vingt ans), ainsi que les médiocres réseaux de distribution légaux (il n'y a guère de magasins de musique en Afrique), laissent peu d'autres choix aux Africains qui ont envie d'acquérir des biens culturels que de le faire de manière informelle ou illégale.

2. Des publics avides d'information

La radio est la façon la plus accessible de partager informations et culture avec les publics en Afrique et au Moyen-Orient. Les gens écoutent partout des émissions en langue locale. Les pays africains ont généralement 100 à 150 radios locales, et les stations de radio communautaires sont très courantes. Petites, locales et profondément enracinées dans leur communauté, elles contribuent à renforcer et développer la mosaïque culturelle africaine. La télévision exerce également une énorme influence en Afrique et au Moyen-Orient, atteignant les 90 % de son audience potentielle en Afrique australe. La télévision est le média qui connaît la plus forte croissance dans cette région. Ceci a été enfin rendu possible par l'extension et le renforcement de la fourniture d'électricité, et le déploiement de la télévision numérique terrestre en 2015, qui ont ouvert le paysage audiovisuel. La télévision payante gagne du terrain, en particulier en Afrique du Sud. Le premier marché de la télévision payante du continent devrait croître de 7,4 % par an, entre 2013 et 2018, reflétant l'émergence progressive de la classe moyenne africaine. Journaux et magazines sont largement publiés. Ils desservent souvent des publics très locaux avec de petits tirages et, en Afrique de l'Ouest au moins, bénéficient de subventions. L'appétit d'information est fort et les habitudes de lecture bien enracinées : en moyenne, chaque exemplaire est lu par 8 à 10 personnes.

Les pays africains accèdent à Internet en priorité par les téléphones mobiles, ce qui offre de nombreuses opportunités pour les ICC dans l'industrie de la vidéo, des jeux et de la musique.

3. Une industrie cinématographique en forte croissance

La production cinématographique et sa diffusion ont connu une croissance rapide au cours de ces 10 dernières années, entraînant la croissance de l'emploi dans les ICC. Il y a dix ans, les telenovelas d'Amérique latine nourrissaient la télévision. Cependant, les téléspectateurs africains ont exigé de plus en plus des contenus locaux, inspirant le développement d'une production locale de séries. Aujourd'hui, les pays africains francophones tels que la Côte d'Ivoire et le Sénégal ont 25 sociétés de production chacun. Cependant, la grande histoire du cinéma africain est l'avènement de Nollywood, au Nigéria anglophone, dont on estime qu'il emploie 300 000 personnes (cf. P74 focus sur le Nigéria), et l'émergence d'une industrie cinématographique en Afrique du Sud. Favorisée par une bonne infrastructure et un climat sec, la ville du Cap est devenue un lieu privilégié pour le tournage de publicités et de films, et a acquis une réputation pour ses compétences techniques en son, ses équipements et l'accès à des financements. Cependant, le potentiel d'emplois du secteur de la culture reste largement inexploité. **L'Afrique déborde d'énergie et de talent entrepreneurial, mais doit surmonter les handicaps d'une infrastructure médiocre, de marchés relativement petits et pauvres et le manque de structures techniques et de formation.** Mais diffusion télévisuelle et Internet se développent, attirant dans leurs sillages l'industrie publicitaire.

4. Un appétit inégal pour les biens et services culturels

Les Africains consomment de plus en plus de culture, qu'elle soit ultralocale, nationale, étrangère ou numérique. La libéralisation du secteur audiovisuel dans de nombreux pays du Moyen-Orient et d'Afrique au début des années 2010 – permettant l'introduction de stations de radio privées – et l'avènement de plateformes numériques de vidéo et de musique ont favorisé la diffusion de contenus culturels étrangers dans la région. Les infrastructures de télécommunications, pierre angulaire de la transition numérique, s'améliorent aussi rapidement. Bien que l'accès à Internet soit médiocre dans la plus grande partie de l'Afrique et inabordable pour beaucoup, les câbles sous-marins et les relais téléphoniques fournissent, enfin, l'ossature des

communications pour relier l'Afrique à Internet. Ce développement s'avérera certainement un facteur de transformation des ICC dans tout le continent. La soif de culture se renforcera rapidement car une population jeune s'équipe de smartphones et tablettes bon marché. Le nombre d'habitants, environ 1,1 milliard aujourd'hui, devrait augmenter de 400 millions au cours des deux prochaines décennies, fournissant des bataillons de consommateurs avides de culture.

5. Développement d'économies transfrontalières

Le contenu culturel se vend de plus en plus dans toute l'Afrique. Les producteurs africains de télévision, de films et de musique se rendent compte que pour financer les coûts de production sur un marché sensible au prix, la meilleure stratégie est de maximiser les audiences en répondant aux goûts panafricains et en vendant au-delà des frontières nationales. Les films et les feuilletons nigériens, en version originale ou adaptée, sont regardés avidement en Afrique centrale et orientale. Parallèlement, ils sont devenus si populaires dans l'Afrique de l'Ouest francophone que la chaîne de télévision Nollywood a l'audience la plus forte de la région. Le contenu culturel africain s'exporte de plus en plus dans le monde à la fois grâce aux acteurs locaux et internationaux. Les chaînes de télévision locales commencent à raisonner globalement. RTI, la principale chaîne de télévision en Côte d'Ivoire, a créé des filiales de production et de distribution pour produire, distribuer et promouvoir des programmes de meilleure qualité à l'étranger. Les groupes de médias internationaux cherchent également à accroître la visibilité et les exportations de culture africaine. En 2014, le Français Canal+ a lancé une chaîne de télévision 100 % africaine, A+, désormais diffusée dans plus de 20 pays africains, tandis que Lagardère Active Radio International a lancé la station de radio Vibe au Sénégal.

6. L'Afrique entame une révolution industrielle de la création

Les gouvernements africains avaient prêté peu d'importance aux ICC, soit en raison du manque de compréhension de leur impact économique ou du fait que leurs administrations et les économies étaient trop faibles pour les soutenir. Cependant, ils reconnaissent de plus en plus la valeur du développement culturel. Le gouvernement nigérien soutient désormais son industrie cinématographique, reconnaissant sa capacité à créer des emplois, des recettes à l'exportation et des recettes fiscales. Le Conseil National de

la Censure des Films et des Vidéos est proactif dans le développement de cette industrie et a élargi son rôle, passant du contrôle des contenus au soutien de l'industrie. Il y a encore beaucoup à faire. Le défi est de structurer et de formaliser davantage les ICC pour accroître la visibilité internationale et l'exportation de contenus culturels africains. Malgré le soutien du gouvernement, Nollywood n'a pas de présence institutionnelle officielle en dehors du Nigéria, et est ignoré dans de nombreuses études de la production cinématographique internationale. Selon le rapport sur l'Économie de la Création de l'Unesco, étant donné que l'industrie cinématographique nigériane n'est pas connectée au circuit des ventes et des festivals internationaux, ses produits restent difficiles à acquérir en dehors de l'Afrique même si l'on peut en trouver quelques-uns en ligne. Toutefois, pour prospérer, les industries de la création devront passer d'un modèle gratuit à une rémunération des créateurs. Cela nécessitera l'élaboration de nouveaux modèles économiques, un changement d'attitude à l'égard de la propriété intellectuelle, et une protection efficace des droits d'auteur.

Achévé d'imprimer

L'Organisation internationale de la Francophonie (OIF) est une institution fondée sur le partage d'une langue, le français, et de valeurs communes. Elle rassemble à ce jour 84 États et gouvernements dont cinquante-huit membres et vingt-six observateurs. Le Rapport sur la langue française établit à 274 millions le nombre de locuteurs de français.

Présente sur les cinq continents, l'OIF mène des actions politiques et de coopération dans les domaines prioritaires la langue française et la diversité culturelle et linguistique; la paix, la démocratie et les droits de l'homme; l'éducation et la formation; le développement durable la solidarité. Dans l'ensemble de ses actions, l'OIF accorde une attention particulière aux jeunes et aux femmes ainsi qu'à l'accès aux technologies de l'information et de la communication.

58 États et gouvernements membres

• Albanie • Andorre • Arménie • Belgique • Bénin • Bulgarie • Burkina Faso • Burundi • Cabo Verde • Cambodge • Cameroun • Canada • Canada/Nouveau-Brunswick • Canada/Québec • Centrafrique • Chypre • Congo • Congo (RD) • Côte d'Ivoire • Djibouti • Dominique • Égypte • ERY de Macédoine • France • Gabon • Ghana • Grèce • Guinée • Guinée-Bissau • Guinée équatoriale • Haïti • Laos • Liban • Luxembourg • Madagascar • Mali • Maroc • Maurice • Mauritanie • Moldavie • Monaco • Niger • Nouvelle-Calédonie • Qatar • Roumanie • Rwanda • Sainte-Lucie • Sao Tomé-et-Principe • Sénégal • Seychelles • Suisse • Tchad • Togo • Tunisie • Vanuatu • Vietnam • Wallonie-Bruxelles (Fédération)n).

26 observateurs

• Argentine • Estonie • Pologne • Autriche • Géorgie • Serbie • Bosnie-Herzégovine • Hongrie • Slovaquie • Canada/Ontario • Kosovo • Slovénie • Corée du Sud • Lettonie • Tchéquie (République) • Costa Rica • Lituanie • Thaïlande • Croatie • Mexique • Ukraine • Dominicaine (République) • Monténégro • Uruguay • Émirats arabes unis • Mozambique.

Consciente des défis que pose la problématique de la diversité culturelle et linguistique dans l'espace francophone, l'OIF a souhaité mettre en place un dispositif d'observation des dynamiques culturelles et linguistiques. L'objectif est de documenter les nouvelles tendances culturelles et linguistiques au sein de la Francophonie, tant sur le plan des identités que des expressions. Un Comité d'orientation composé d'experts internationaux a été constitué pour mener des travaux de réflexion et d'étude sur ces défis au regard des profondes évolutions qui ont marqué ces cinquante dernières années.

Cette première publication entreprend une synthèse des questions et des données concernant l'action que l'OIF, et plus particulièrement la Direction de la Langue française, culture et diversité, mène en faveur du développement culturel et de la promotion de la diversité en Afrique. Elle présente également les différentes études spécifiques qui seront menées dans les prochaines années.

Organisation internationale de la Francophonie

Direction « Langue française, culture et diversité »

19-21, avenue Bosquet – 75007 Paris – France

Tél. : +33 (0)1 44 37 33 00

www.francophonie.org

