

LES DOSSIERS DE L'ASFE

LA LANGUE ET LA CULTURE FRANÇAISES À L'ÉTRANGER

Dans sa déclaration de Mexico sur les politiques culturelles de 1982, l'Unesco donne la définition suivante :

« La culture, dans son sens large, est considérée comme l'ensemble des traits distinctifs, spirituels et matériels, intellectuels et affectifs, qui caractérisent une société et un groupe social. Elle englobe, outre les arts et les lettres, les modes de vie, les droits fondamentaux de l'être humain, les systèmes de valeurs, les traditions et les croyances. »

En 2016, près de 29 pays du monde comptent le français comme langue officielle, de jure, pour une population totale de plus de 440 millions d'habitants dont approximativement 274 millions de francophones. Les prévisions des Nations Unies pour l'horizon 2050 sont de plus de 700 millions de francophones dans le monde, consolidant ainsi la 5^{ème} place du français en tant que langue parlée.

Afin de favoriser la diffusion de notre langue, de nos valeurs et de notre culture, la France pratique une diplomatie culturelle d'influence dynamique, alliant enseignement du français puis promotion, partenariats et échanges culturels dans le monde.

Avec un budget annuel de plus de 740 millions d'euros, le programme 185 du MAEDI « Diplomatie culturelle et d'influence » permet la réalisation de plus de 50 000 manifestations culturelles dans le monde chaque année et dote la France d'un réseau culturel d'excellence.



« La culture, c'est ce qui demeure dans l'homme lorsqu'il a tout oublié »

Edouard Herriot

Le saviez-vous ?

Mécène était le nom du conseiller culturel de l'Empereur Auguste qui, soucieux de faire oublier les guerres civiles aux Romains, s'est présenté comme le souverain hellénistique et a permis l'introduction dans le monde latin des coutumes grecques. On parle alors du « siècle d'Auguste ».



FICHE N°1 (pages 2 et 3)

La langue française à l'étranger



FICHE N°2 (pages 4 et 5)

Le réseau des Alliances Françaises



FICHE N°3 (pages 6,7 et 8)

Le réseau des centres culturels et Instituts Français



FICHE N°4 (pages 9 et 10)

L'accès aux médias français à l'étranger

LA LANGUE FRANÇAISE DANS LE MONDE

La langue française est la cinquième langue la plus parlée au monde d'après le dernier rapport publié par l'Observatoire de la langue française. Avec 274 millions de locuteurs, elle arrive derrière le mandarin (1,35 milliard), l'anglais (1,2 milliard), l'espagnol (485 millions), et l'hindi ou l'arabe selon les estimations.

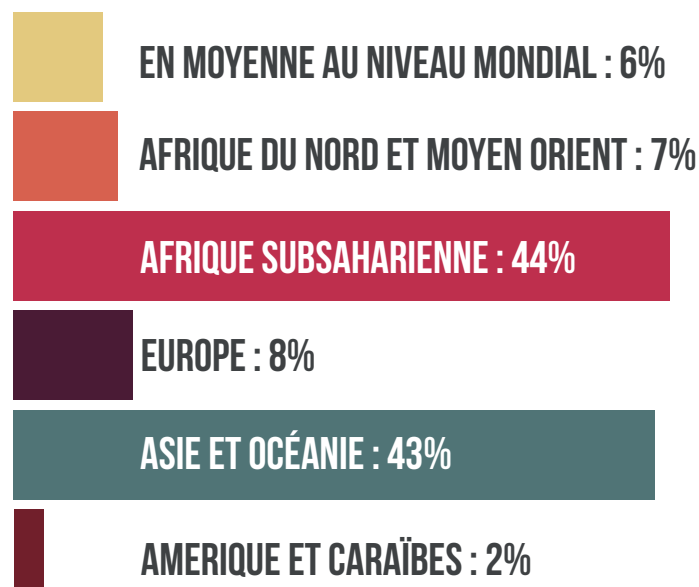
Mais c'est également, la 4^e langue d'Internet, 3^e langue des affaires (après l'anglais et le chinois), 2^e langue d'information internationale dans les médias, 2^e langue de travail de la plupart des organisations internationales et 2^e langue la plus apprise dans le monde.

Le français constitue donc un atout pour ceux qui le maîtrisent.

On estime que 212 millions de personnes ont le français pour langue maternelle (acquise dès l'enfance à l'école ou en famille) et l'utilisent quotidiennement. On nomme l'ensemble des pays ayant pour langue officielle le français « francophonie ». Ce terme francophonie est apparu en 1880 pour désigner l'ensemble des personnes et territoires parlant français, il est aujourd'hui communément utilisé.

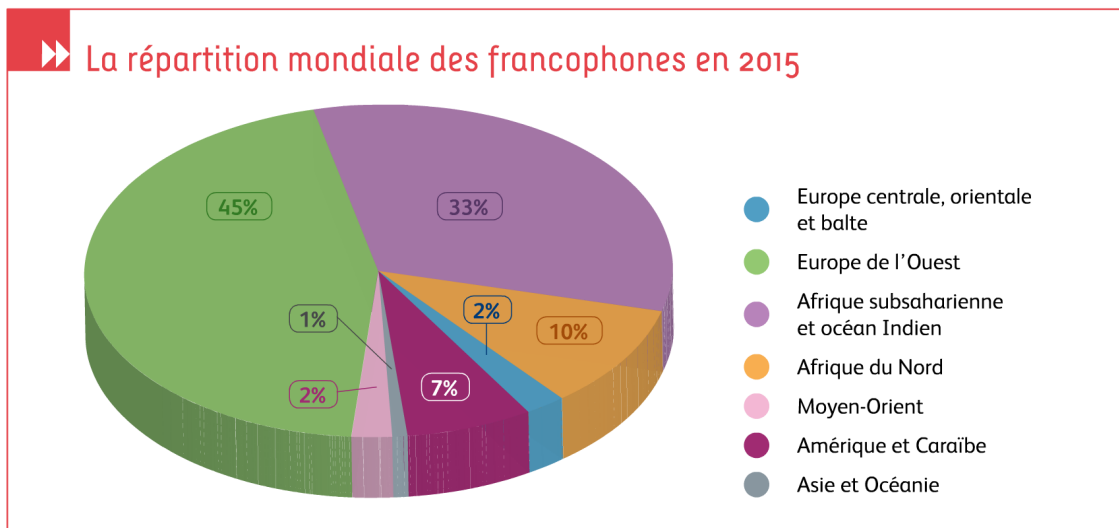
Les 62 autres millions de locuteurs l'ont apprise en tant que langue étrangère au cours de leur scolarité. Il faut savoir que le français est l'une des seules langues, avec l'anglais, à avoir le privilège d'être enseignée sur les cinq continents et dans pratiquement tous les pays du monde.

Evolution du nombre d'apprenants le français par zone depuis 2010 -
(Français langue étrangère)



L'EXPANSION DE LA LANGUE FRANÇAISE

La langue française compte de plus en plus de locuteurs. Le nombre de francophones aurait augmenté de 7% rien qu'entre 2010 et 2014 d'après le rapport de l'Observatoire de la langue française, ce qui représente 13 millions de personnes dont elle est la langue maternelle. C'est en Afrique subsaharienne que cette croissance est la plus forte, tant en pourcentage qu'en nombre d'individus, notamment au Bénin, Burkina Faso, Burundi, Cameroun, Congo, Gabon et Sénégal.



source : Rapport «La Langue française dans le monde 2014», Observatoire de la langue française

A long terme, en se basant sur les projections démographiques de l'ONU, la population des pays ayant le français comme langue officielle dépassera celle des pays réunis par d'autres langues officielles communes : l'allemand, le portugais, l'espagnol et même l'arabe.

Le français ne semble donc pas du tout menacé, et il pourrait même devenir la seconde langue la plus couramment parlée d'ici 2050 d'après une étude menée par la banque d'investissement Natixis. Une autre étude menée par l'Organisation Internationale de la Francophonie estime que pas moins de 700 millions de personnes parleront couramment français dans le monde d'ici 35 ans.

L'ORGANISATION INTERNATIONALE DE LA FRANCOPHONIE (OIF)

En 1967, une Assemblée parlementaire de la francophonie a été créée sur une proposition de Léopold Sédar Senghor. Cette Assemblée, alors composée des membres de 23 parlements, préconise la création d'une institution intergouvernementale francophone. Ainsi est née en 1970 l'Agence de coopération culturelle et technique (ACCT), devenue aujourd'hui l'Organisation internationale de la Francophonie (OIF).

LES ETATS MEMBRES

L'OIF compte 57 Etats et gouvernements membres et 23 observateurs, ce qui représente plus de 900 millions d'habitants répartis sur cinq continents soit 14% de la population mondiale, mais aussi 14% du revenu brut mondial et 20% des échanges commerciaux. En réduisant à l'Espace francophone qui regroupe uniquement les pays dont le français est la/l'une des langues officielles (33 territoires), l'ensemble représente encore 6,5% de la population mondiale, 8,4% du PIB mondial, 11% des terres agricoles et 6% des réserves mondiales de ressources énergétiques.

Les chiffres démontrent que l'appartenance à l'OIF d'une part, et le partage de la langue française d'autre part, produisent des effets économiques positifs. En effet, pour les pays de l'Espace francophone, le partage du français est créateur de valeur puisque cela augmente de 22% en moyenne les flux commerciaux entre deux pays et permet une augmentation globale moyenne de la richesse des habitants de 6%.

L'ORGANISATION

L'OIF rassemble les pays de la francophonie et contribue à la prévention des conflits au sein de l'Espace francophone, favorise la consolidation de l'état de droit et de la démocratie, et agit pour la promotion et l'effectivité des droits de l'homme.

La Secrétaire générale de la Francophonie est Michaëlle Jean, d'origine haïtienne qui a été désignée à ce poste lors du Sommet de la Francophonie en 2014 à Dakar au Sénégal. Elle a pris ses fonctions en janvier 2015 succédant ainsi à Abdou Diouf.

L'OIF est l'organisation qui représente l'unité et en même temps la diversité des ces pays où l'on parle le français. Cette langue qui permet à tous de se comprendre même si elle connaît des adaptations locales et l'introduction de nouveaux mots bien spécifiques.


QUELQUES EXEMPLES DU FRANÇAIS D'AILLEURS

 **BELGIQUE :**
«**BROL**» = **FOUILLIS**
«**A POUF**» = **AU HASARD**

 **QUEBEC :**
«**PATENTEUX**» = **BRICOLEUR INGÉNIEUX**
«**TIGUIDOU**» = **C'EST DACCORD**

 **SUISSE :**
«**AGENDER**» = **PRENDRE RENDEZ-VOUS**

 **CÔTE D'IVOIRE :**
«**CAMEMBÉRER**» = **SENTIR DES PIEDS**

 **CAMEROUN :**
«**MOTAMOTER**» = **FAIRE DU MOT À MOT**

 **MALI :**
«**ÊTRE AMOURÉ**» = **TOMBER AMOUREUX**

 **TCHAD :**
«**CADONNER**» = **OFFRIR UN CADEAU**

 **BURKINA FASO :**
«**MORDRE LE CARREAU**» = **ÊTRE BATTU**

 **AFRIQUE FRANCOPHONE :**
«**L'ESSENERIE**» = **LA STATION ESSENCE**

LE RÉSEAU DES ALLIANCES FRANÇAISES**ORIGINE**

L' Alliance française a été créée à Paris en 1883 à l'initiative de Paul Cambon, un diplomate qui était alors chef de cabinet de Jules Ferry, le célèbre ministre de l'éducation. De nombreuses personnalités françaises avaient soutenu Paul Cambon et participé activement à la création de l'Alliance française. Parmi elles, Jules Verne, Louis Pasteur et Armand Colin, qui étaient tous présents en 1884 à la première assemblée générale de fondation. Dès l'origine, l'objectif de l'Alliance était de renforcer la langue et le rayonnement culturel français à l'étranger, notamment la philosophie des Lumières dans l'empire colonial naissant (en 1883, le nom officiel du projet était « association nationale pour la propagation de la langue française dans les colonies et à l'étranger »).

MISSIONS ET VALEURS

Les Alliances françaises ont 3 grandes missions :

- proposer des cours de français, en France et dans le monde, à tous les publics (sur les 800 et quelques Alliances présentes dans le monde, plus de 700 ont une activité enseignante) ;
- mieux faire connaître les cultures françaises et francophones ;
- favoriser la diversité culturelle.

Par ailleurs, elles soutiennent plusieurs valeurs, qui sous-tendent chacune de leurs actions : le respect de la diversité des cultures, la passion de l'échange et la solidarité, les valeurs associatives, la convivialité, la recherche de l'excellence dans toutes les activités entreprises, la modernité et l'innovation.

DÉVELOPPEMENT ET FONCTIONNEMENT

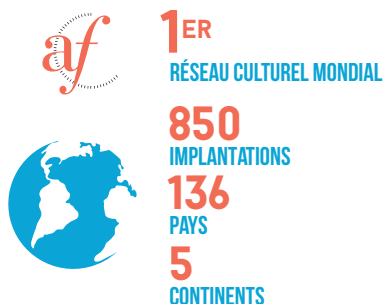
Très vite, les Alliances se développent en France et à l'étranger, à l'intérieur et à l'extérieur des colonies françaises, comme par exemple en 1889, avec la création d'une Alliance en Inde et en Australie. Dès 1904, le réseau compte 150 comités en France et 450 à l'étranger !

Actuellement, les Alliances françaises constituent le plus grand réseau culturel de ce type au monde, et le seul à fonctionner ainsi. En effet, contrairement à ses équivalents espagnols (Instituto Cervantes), allemands (Goethe Institut) ou encore britanniques (British Council), les Alliances françaises sont créées le plus souvent par des initiatives locales et sont gérées par des étrangers sur place. Associé au fait qu'environ 85% des Alliances françaises sont des associations autonomes sans but commercial et sont créées en utilisant le droit local étranger, elles coûtent peu d'argent et sont un incroyable réseau culturel pour notre pays, bien plus étendu que celui de nos voisins européens cités au-dessus.

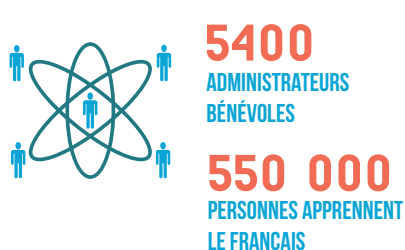
La plus importante des Alliances est celle d'Ile-de-France, qui historiquement, est l'héritière de la toute première Alliance et qui a élaboré les premières méthodes d'enseignement du Français Langue Etrangère (FLE). Elle accueille chaque année 10 000 étudiants de 160 nationalités différentes, et forme 2 300 professeurs de français, qui iront à leur tour enseigner le français à l'intérieur et à l'extérieur de nos frontières.

L'ALLIANCE FRANÇAISE EN CHIFFRES

C'EST



MAIS AUSSI



ET ENFIN



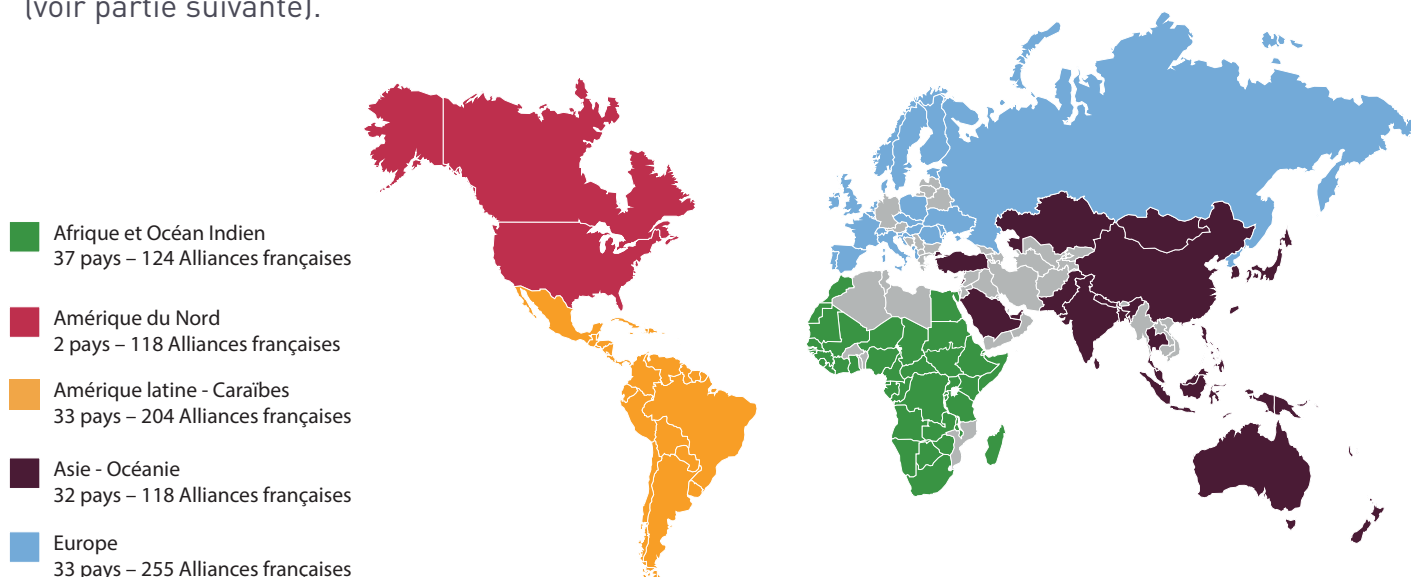
LA FONDATION ALLIANCE FRANÇAISE

Créée en 2007, la Fondation Alliance française, reconnue d'utilité publique et dont le siège est à Paris dans les mêmes locaux que l'Alliance française Ile-de-France, est devenue la référence morale et juridique des Alliances françaises. Désormais, lorsqu'une Alliance se crée, elle demande à la Fondation de la reconnaître, à travers une approbation de ses statuts. Lorsqu'elle souhaite s'étendre, la Fondation la conseille, et si elle a besoin de former son personnel, la Fondation peut aussi l'aider. Tous les 18 mois, la Fondation réunit les Alliances françaises implantées à travers le monde à l'occasion d'un colloque international organisé à Paris. Elle organise aussi régulièrement des Etats généraux, qui réunissent les Alliances de différents pays (généralement à l'échelle d'un continent).

Cependant, même si la mission de la Fondation est de veiller au respect des missions et des valeurs des Alliances françaises, les Alliances locales restent juridiquement et financièrement autonomes, comme expliqué précédemment, et fonctionnent donc vis-à-vis de la Fondation comme des franchises.

La Fondation reçoit des subventions du Ministère des Affaires étrangères (et les Alliances à l'étranger en reçoivent des ambassades, ou encore de la réserve parlementaire des députés et sénateurs des Français de l'étranger). Son taux d'autofinancement est de 97%. La Fondation travaille en collaboration avec le ministère des Affaires étrangères, notamment pour étudier l'évolution de la carte du réseau des Alliances et les emplois financés par le ministère.

Actuellement, la Fondation cherche à développer l'offre numérique et à « dépolluer la marque » Alliance française. La Fondation et les Alliances françaises cohabitent harmonieusement avec les Instituts français, qui ont aussi une politique de promotion de la culture et de la langue française (voir partie suivante).



source : Fondation Alliance française

LE RÉSEAU DES INSTITUTS FRANÇAIS ET DES CENTRES CULTURELS

Dotée en moyenne de 3,9 centres culturels ou Alliances françaises dans les pays où elle est représentée, la France possède un des réseaux culturels les plus denses et remarquables qui soit. Au-delà de ces organismes qui se caractérisent généralement par une présence matérielle (auxquels il faut ajouter les services culturels des ambassades françaises), le rayonnement culturel de la France s'exprime également au travers d'événements culturels, d'échanges bilatéraux avec un pays partenaire ou encore par le biais de collaborations entre artistes. En effet, la diplomatie culturelle de la France agit dans de nombreux domaines d'interventions : cinéma, livre, médias et audiovisuel, internet et nouvelles technologies, échanges culturels, etc. Dès lors, afin de remplir les objectifs de sa diplomatie culturelle, plusieurs organismes agissent au nom de la France à travers le monde.

LES INSTITUTS FRANÇAIS DANS LE MONDE

Historiquement, la France a fondé son action culturelle à une époque où culture et diplomatie entretenaient d'étroites relations (le français en tant que langue des relations internationales et des artistes de renommée internationale). Cependant, ce n'est qu'après la Première Guerre Mondiale, en 1922, que la France dynamise son action culturelle en créant l'Association française d'expansion et d'échanges artistiques, ancêtre de l'Association française d'action artistique (AFAA). Cette association, sous la tutelle du ministère des Affaires étrangères et du ministère de la Culture, avait pour mission de promouvoir et diffuser notre culture dans le monde, tout en développant les échanges et les partenariats.

En 2006, la fusion entre l'AFAA et l'Association pour la diffusion de la pensée française (ADPF), donnera naissance à CulturesFrance qui, toujours sous cette double tutelle ministérielle, sera chargé de soutenir l'action culturelle de la France dans le monde.

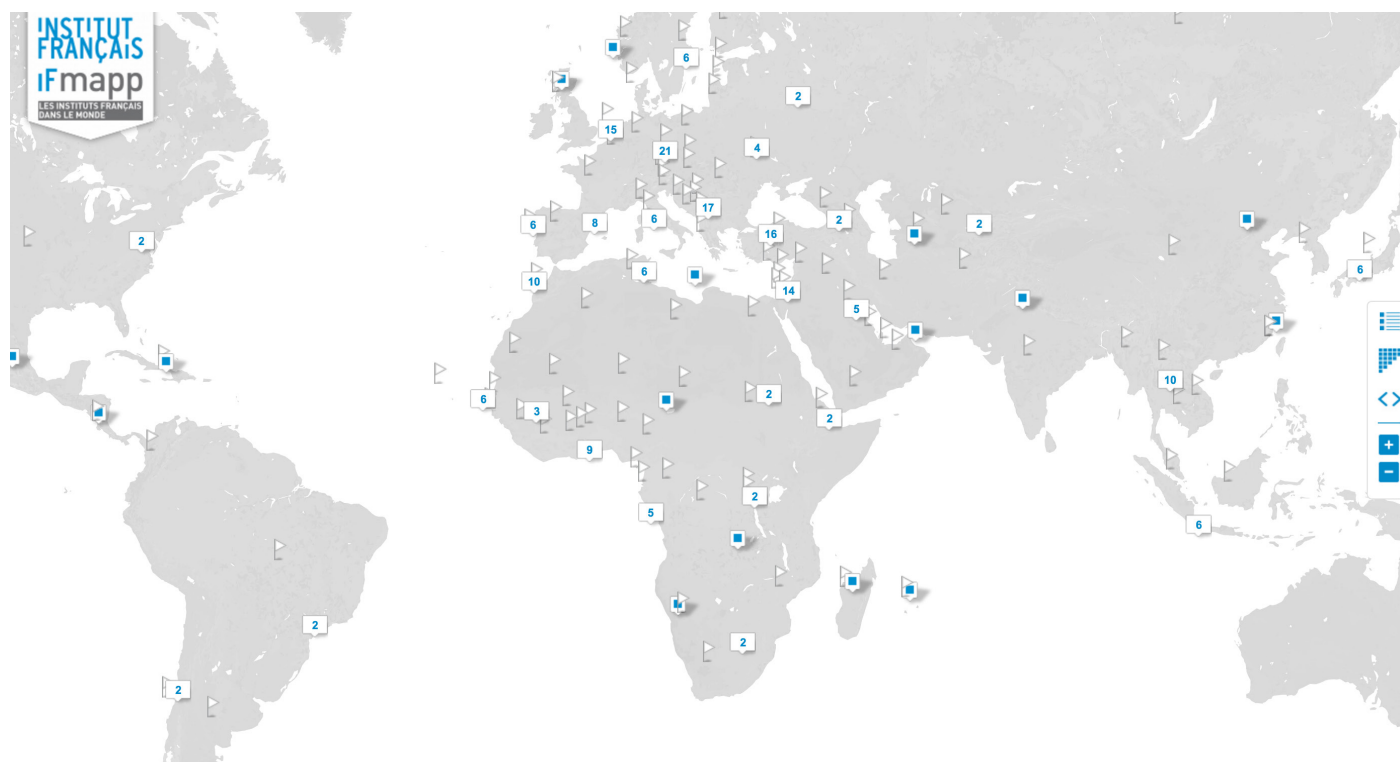
En 2011, l'Institut français succédera à cet organisme et sera placé sous l'unique tutelle du ministère des Affaires étrangères et du Développement international.

Aujourd'hui pourvu de missions élargies et fort d'un réseau de 96 établissements, l'Institut français contribue au rayonnement international de la France grâce à un dialogue renforcé avec les cultures étrangères. Pour cela, il agit afin de :

- promouvoir les échanges artistiques internationaux ;
- partager la création intellectuelle française ;
- diffuser le patrimoine cinématographique et audiovisuel français ;
- soutenir le développement culturel des pays du Sud ;
- encourager la diffusion et l'apprentissage de la langue française ;
- développer le dialogue des cultures via l'organisation de «saisons», «années», ou «festivals» en France et à l'étranger ;
- favoriser la mobilité internationale des créateurs, avec des programmes de résidences ;
- coordonner et favoriser les actions avec les collectivités territoriales françaises à l'international ;
- agir pour la diversité culturelle à l'échelle européenne via des partenariats européens et multilatéraux ;
- et d'assurer la formation et le suivi de carrière des agents du réseau culturel dans le monde.

Localement sous l'autorité des ambassades, l'Institut français bénéficie d'une liberté d'expression totale et participe à la diversité dans un contexte de mondialisation en affirmant sa compétence et son expertise en matière de promotion de la culture française dans le monde. A ce titre, il est un outil d'influence et de coopération, ainsi qu'un pôle d'expertise et de conseil.

Retrouvez votre Institut français en cliquant sur la carte ci-dessous.



LES SERVICES DE COOPÉRATION ET D'ACTION CULTURELLE

Dans la plupart des pays, la présence française est le plus souvent duale. Parallèlement aux centres culturels, un service de coopération et d'action culturelle (SCAC) est présent au sein de l'ambassade avec à sa tête un conseiller culturel.

Toutefois, la dynamique actuelle de révision des politiques publiques tend vers une fusion de ces organes ce qui apporte une solution aux délicates relations que peuvent parfois entretenir les directeurs des centres culturels et les conseillers culturels des ambassades.

Car en effet, le SCAC est chargé de la conception, de la mise en œuvre et de l'animation des actions culturelles de la France dans les domaines culturel, éducatif, universitaire, scientifique, institutionnel et technique. En collaboration avec les Instituts français et les partenaires locaux, le SCAC s'occupe de la promotion de la culture et de l'offre de formations françaises, en développant un réseau de relation et d'échange entre la France et un pays. Il fixe dès lors une programmation annuelle de soutien sur la base des recommandations du MAEDI et de l'Ambassade, ainsi que des partenaires de la coopération. Il anime en outre le réseau des centres culturels, Instituts français et d'Alliances françaises conventionnés, et assure aussi la tutelle des établissements scolaires français homologués.

Avec plus de 50 000 actions culturelles menées chaque année, près de 6 000 agents, un réseau composé de milliers d'organismes et mobilisant des centaines de milliers d'étudiants et volontaires, le réseau de coopération et d'action culturelle contribue indéniablement au rayonnement international de la France à travers le monde. Il est possible de consulter les nombreuses initiatives sur la vitrine du réseau de coopération et d'action culturelle du MAEDI, LatitudeFrance, mais également sur des sites spécialisés tel qu'UniFrance, organisme chargé de la promotion du cinéma français dans le monde.

L'ACCÈS AUX MÉDIAS FRANÇAIS À L'ÉTRANGER

L'accès aux médias français à l'étranger participe du rayonnement de la France. Mais au-delà de cet aspect, il revêt une importance capitale pour les quelques 2 millions de Français établis à l'étranger pour qui cet accès permet de maintenir le lien avec la France, son actualité politique, économique, sociale et culturelle.

L'ACCÈS AUX MÉDIAS FRANÇAIS À L'ÉTRANGER VIA LEURS SUPPORTS TRADITIONNELS

L'AUDIOVISUEL

L'accès direct aux médias français à l'étranger via leurs supports traditionnels (télévision, radio, journal papier, etc.) est possible en 2016, bien qu'il tende à diminuer au profit d'un accès numérique. Concernant les médias audiovisuels, cet « accès direct » est rendu possible grâce à l'activité de deux groupes : TV5 Monde et France Médias Monde.

TV5Monde, initialement baptisée TV5, est créée à Paris le 2 janvier 1984 sous l'impulsion du ministère des Affaires étrangères français, par cinq chaînes de télévision publiques francophones. Aujourd'hui, TV5Monde est devenue l'un des plus grands réseaux mondiaux de télévision, aux côtés de MTV et CNN. Ses programmes, dont un certain nombre de France Télévisions, l'actionnaire majoritaire, sont diffusés par câble ou satellite dans plus de 200 pays et territoires, et touchent environ 55 millions de téléspectateurs chaque semaine.

France Médias Monde regroupe la chaîne d'information continue France 24, Radio France Internationale, et la radio arabophone Monte-Carlo Doualiya. Le groupe assure leur diffusion dans près de 200 pays. Le 9 avril 2014, France Médias Monde a signé son premier contrat d'objectifs et de moyens avec l'Etat, qui prévoit entre autres le développement de la diffusion radio et de la distribution télévisuelle à l'échelle mondiale.

LA PRESSE ÉCRITE

Répartition géographique des ventes à l'exportation par la messagerie de presse Presstalis (source : Mission d'étude de l'IGAC)	
Europe (dont Belgique, Luxembourg et Suisse)	70% (75%)
Afrique (Maghreb + Afrique subsaharienne)	15,2%
Amérique du Nord	7,2%
Amérique du Sud + Asie/Océanie	7,6%

Un état des lieux de la diffusion de la presse française à l'étranger a été réalisé en 2014 par l'Inspection Générale des Affaires Culturelles (cf. Mission d'étude sur le soutien au développement de la presse française à l'étranger). Les auteurs ont noté que cette diffusion à l'international est très variable selon les catégories de titres (quotidiens, magazines, presse professionnelle) et selon les territoires, en fonction à la fois de critères culturels (aires linguistiques) et géographiques (éloignement).

Le fonds culturel pour la diffusion de la presse française dans le monde, créé en 1957 et devenu en 1991 le fonds d'aide à l'expansion de la presse française à l'étranger (FAEPFE), a contribué durant près d'un demi-siècle au maintien d'une présence de la presse française dans toutes les régions du monde, notamment celles où le faible pouvoir d'achat rendait difficile l'achat de publications françaises.

Si la diffusion de la presse écrite française à l'étranger bénéficie du soutien de l'Etat depuis l'après-guerre, on assiste depuis un peu plus de 15 ans à une baisse significative de ces aides à l'export, renforcée par le contexte national de restriction budgétaire et le droit européen de la concurrence. Entre 2006 et 2014, les budgets des aides à l'export (énumérées ci-dessous) ont ainsi diminué de plus de 50%. Le dispositif d'aides actuel se répartit sur les trois acteurs principaux de l'export de la presse papier, à savoir :

- Presstalis, messagerie de presse française, exporte 3500 titres de presse nationale dans 90 pays. A ce titre, elle bénéficie d'aides à la distribution de la presse papier, à hauteur de 850.000 euros annuels ;
- les éditeurs, qui font le choix de la diffusion à l'international d'un titre de presse. L'exportation sur certains territoires entraîne automatiquement un manque à gagner, qui pourra être compensé par le Fonds stratégique pour le développement de la presse (FSDP). Ces aides sont aujourd'hui gérées comme un reliquat par le FSDP ;
- enfin, UNI-Press, association dont la mission essentielle est le recrutement d'abonnés dans le monde entier (elle propose la livraison de 650 titres de presse dans plus de 190 pays). Elle réunit l'ensemble des éditeurs de presse pour leurs actions de promotion à l'étranger (abonnements à tarifs préférentiels, participation aux foires, salons, etc.). UNI-Press reçoit une subvention annuelle du FSDP, réduite de 60% depuis 2007.

L'ACCÈS INDIRECT AUX MÉDIAS FRANÇAIS À L'ÉTRANGER : LE VIRAGE DU NUMÉRIQUE

Les difficultés de diffusion directe des médias français via leurs supports traditionnels a eu pour corollaire ces dernières années un revirement de ces médias vers le numérique.

L'AUDIOVISUEL

Depuis l'étranger, regarder un programme français à la télévision ou écouter une station française à la radio est bien souvent compliqué, voire impossible. S'adaptant à l'air du temps, les groupes audiovisuels ont donc développé leur offre numérique, en proposant en libre accès, via le replay, le visionnage des programmes sur leur site web ou sur une plateforme dédiée. Ainsi, France Diplomatie annonce sur son site internet que plus de 800 programmes des différentes chaînes de France Télévisions sont accessibles à l'étranger, sur le site web pluzz.francetv.fr, et sur TV5MondePlus.

Néanmoins, les droits de diffusion des programmes obéissent à une logique de territorialité, peu important leur moyen de diffusion, et la plupart de ces droits sont donc limités géographiquement, n'ayant été achetés que pour le territoire national.

La limitation des droits de diffusion a pour conséquence que la majeure partie des contenus censés être accessibles en replay soumettent l'internaute à une géolocalisation basée sur son adresse IP et bloqueront les tentatives d'accès depuis l'étranger. Pour outrepasser cette géolocalisation, deux principales techniques sont utilisées : le proxy et le VPN (pour Virtual Private Network). Les deux permettent à un internaute de changer d'adresse IP, et donc d'outrepasser les restrictions géographiques imposées par les chaînes.

Les représentants des Français de l'étranger se sont saisis du sujet à maintes reprises au cours des dernières années. La dernière en date remonte à mars 2015, où l'Assemblée des Français de l'étranger a adopté une résolution demandant la « mise en place de normes de protection de l'audiovisuel extérieur contre les offres dites illégales ». Le gouvernement a répondu que « *l'accès aux contenus audiovisuels français depuis l'étranger pose la question de la territorialité des droits et du modèle économique de la distribution des œuvres sur ces territoires. Si certains services sur Internet permettent d'accéder aux contenus français depuis l'étranger en contournant les procédures de géolocalisation des internautes, il est important de rappeler que ces pratiques n'entrent pas dans un cadre légal et qu'à plus long terme le financement de la création s'en trouve fragilisé. (...) L'accès à la télévision publique française est un souhait légitime exprimé par les Français de l'étranger. Le Gouvernement entend à cet égard favoriser le développement de l'offre légale. Il soutient les nombreuses initiatives des sociétés audiovisuelles publiques pour améliorer l'accessibilité de leurs programmes. Le principe de territorialité de l'achat de programmes ne permet toutefois pas de proposer aux Français de l'étranger une offre de programmes identique à celle proposée en France.* »

LA PRESSE ÉCRITE

La presse écrite a elle aussi pris le virage du numérique, et la visite des sites internet des titres français a progressé plus ou moins de la même manière pour les lecteurs français et ceux établis à l'étranger : +100% entre 2010 et 2014.

Outre les abonnements numériques qui font aujourd'hui partie de l'offre habituelle de la presse (via UNI-Press), il faut noter une initiative de l'Institut français. Depuis 2013, sur la plateforme Culturethèque, les adhérents des médiathèques du réseau culturel français (Instituts français et Alliances françaises) ont accès, depuis 92 pays, à de nombreux titres de presse en téléchargement ou streaming. Les Alliances françaises et certains lycées y sont abonnés et beaucoup d'enseignants sont connectés.

En 2014, à l'occasion de sa Mission d'étude sur le soutien au développement de la presse française à l'étranger, l'IGAC avait sondé les usages et les attentes des Français de l'étranger en matière d'accès à la presse, auprès de leurs représentants de proximité, les conseillers consulaires (cf. infographie ci-contre).

Si la presse numérique apparaît comme une opportunité de pénétrer de nouveaux marchés que la presse écrite traditionnelle a du mal à atteindre, et de fidéliser les lecteurs de presse les plus éloignés, comme les Français établis hors de France, il ne faut néanmoins pas oublier qu'elle comporte un certain nombre de limites, notamment la fracture numérique.



LA TV CONSTITUE LA PRINCIPALE SOURCE D'INFORMATION POUR PLUS DE 90% DES RÉPONDANTS



78% DES LECTEURS CONSIDÈRENT QUE LES CONDITIONS D'ACCÈS À LA PRESSE ÉCRITE SONT DIFFICILES

LES PRINCIPAUX OBSTACLES SONT : LIMITATION DE L'OFFRE, TARIFS ET DIFFICULTÉS D'ACHEMINEMENT, ETC.



80% ESTIMENT QUE L'ÉDITION NUMÉRIQUE EST LA BONNE RÉPONSE FACE AUX DIFFICULTÉS D'ACCÈS AUX ÉDITIONS PAPIER.

La France est un pays extrêmement riche culturellement grâce à la diversité de ses territoires et de ses monuments, sa gastronomie classée au patrimoine de l'UNESCO, ses artistes et l'abondance de l'offre culturelle, etc.

De nombreux événements à travers le monde font la promotion de la langue et de la culture française. Voici un petit tour d'horizon :

LES ANNÉES ET SAISONS

Les Années et Saisons sont des partenariats bilatéraux pris au plus haut niveau et s'inscrivent dans le cadre de la politique française en faveur de la diversité culturelle. Elles permettent de mener, avec des gouvernements et opérateurs étrangers, des manifestations dans les deux pays destinées à :

- valoriser et renouveler l'image de la France et du pays invités ;
- favoriser la connaissance et la compréhension mutuelles ;
- mettre en avant la vitalité des échanges dans les domaines culturel, éducatif, technologique, scientifique, etc. ;
- inviter à de nouvelles rencontres et à de nouvelles initiatives destinées à élargir les champs du dialogue et de la coopération.

2015-2016 : Année France-Corée

2016 : Tandem Paris-New York

2017 : Année France-Colombie

2018 : Année France-Israël

LE GRAND TOUR

En septembre 2015, Laurent Fabius a confié la mission de promotion et valorisation de l'attractivité culturelle de la France à Olivier Poivre d'Arvor qui a imaginé le projet « Le Grand Tour ». Le Grand Tour est une exposition itinérante pour révéler et illustrer la richesse culturelle française sur l'ensemble du territoire et à l'international, et dont l'objectif est de valoriser, dynamiser et renforcer l'attractivité.

Le programme du Grand Tour disponible dans plusieurs langues, circule de janvier à juillet 2016 dans tous les pays où les ambassades de France et leurs services culturels consacrent une part de leur énergie à la promotion du tourisme français.

GOÛT DE FRANCE

Grand événement pour célébrer la gastronomie française à travers le monde, Goût de France / Good France rassemblera, pour la deuxième année consécutive, plus de 1700 chefs sur 5 continents. Le 21 mars 2016, les grands chefs accueilleront les amateurs de bonne cuisine autour d'un dîner dans des centaines de restaurant à l'étranger. L'évènement rendra hommage à l'excellence de la cuisine française, à sa capacité d'innovation et aux valeurs qu'elle véhicule : partage, plaisir, respect du « bien-manger », de ses contemporains et de la planète.