



La Francophonie économique: une réalité

Le français est bien une langue d'affaires et non pas, comme souvent le pensent de nombreux détracteurs de la langue de Molière, une langue de culture obsolète et de salon.

Ce sont les pays du Nord ou grands opérateurs commerciaux qui nous le montrent.

Parlent français 14,5% des Allemands, 16,8% des Anglais, mais aussi 1 million de suédois ou les Américains qui en font leur troisième langue.

Plus surprenant encore, les Chinois ont même une chaîne d'informations de télé en français (fr.cctv.com) comme les Russes (francais.rt.com).

C'est donc bien une réalité économique...

116 millions de personnes suivent à l'instant un enseignement du (ou en) français dans le monde. Le français est aussi la langue étrangère la plus apprise après l'anglais. Il y avait 284 millions de francophones en 2015 et leur nombre approchera des 700 millions en 2050, soit 8% de la population mondiale, tout un programme pour les marketeurs et commerciaux.

Si nous additionnons les PNB des pays de la Francophonie, nous sommes sur la troisième marche, juste derrière les É.-U. et la Chine.

Sauf que contrairement à eux, qui sont sur une pente inverse et avec des perspectives économiques alarmantes sur le long terme, nous les régions aux langues françaises, sommes en croissance forte.

La croissance de la population en Afrique est à deux chiffres, mais elle l'est aussi en Europe. Prenons pour exemple les courbes démographiques de la France, du Luxembourg de la Belgique francophone, Suisse romande, toutes en croissance. Idem en Amérique du Nord ou dans les Caraïbes et l'Océanie.

L'Afrique, ce grand continent en vérité vierge sur 80% de sa superficie, est en germination économique. Regardons la réalité économique de l'Afrique: c'est 6% de croissance.

La Fnac (chaîne française de magasins d'électroniques) ferme deux points de vente à Paris et en ouvre deux à Abidjan en Côte d'Ivoire et un au Maroc à Casablanca. Que dire de Renault qui ouvre une nouvelle usine au Maroc qui comme Dacia en Roumanie utilise le français dans sa communication interne, car ce sont deux pays de la Francophonie.

Deux des trois plus grands producteurs d'avions sont francophones et présents en Afrique.

Au Maroc, l'avionneur canadien Bombardier fabrique des éléments pour son groupe nord-américain et Airbus possède Selia, mais aussi Aerospace Maroc, une autre usine historique, spécialisée dans l'assemblage de sous-ensembles métalliques, la fabrication composite, la maintenance et le support d'équipements avioniques. Filiale à 100% d'Airbus, Stelia Aerospace est née de la fusion au 1er janvier 2015 d'Aerolia et de Sogerma. Le groupe disposant aussi d'une usine en Tunisie. Idem pour le sucre d'importation. L'Algérie est devenue exportatrice ce qui devrait avoir un impact sur la production de betterave ici et sur les prix.

L'Afrique de 2018, dont la moitié de la population est francophone, c'est la Chine de 1980 et peu de personnes en ont réellement conscience.

Ce continent, souvent stigmatisé par les médias par des conflits ou quelques famines sporadiques, est loin de cette réalité dans sa globalité, car il est constitué de nombreuses régions qui, elles, sont modernes et dans une spirale de croissance folle. Les investissements chinois, indiens et du golfe ont poussé les infrastructures, mais aussi deux révolutions invisibles et puissantes. La formation des élites locales par leurs formations universitaires à l'étranger (et locales) ou la diaspora de retour, mais aussi, et surtout, via la communication: l'information instruit et forme toutes les régions même les plus reculées.

Droit des affaires et législations en français

Il est important pour nos commerçants et industriels de pouvoir traiter dans une langue commune, car non seulement les subtilités se comprennent mieux dans une langue maternelle, mais surtout en cas de litige les droits sont différents.

Des droits d'auteurs contestés en langue anglaise dans une juridiction des pays de common law (système issu du droit anglais commun dans de nombreuses anciennes colonies britanniques, de façon générale dans les pays du Commonwealth) seront radicalement différents des pays de droit civil (de tradition civiliste) pour une grande partie du monde.

Le souci sera aussi présent pour déposer un brevet en swahili ou créole, la langue française est une des trois langues de dépôt de brevet de l'Union européenne qui ne doit pas être traduit dans d'autres langues pour être validé. Ce qui implique qu'un inventeur, un auteur ou un industriel qui transmet sa demande de brevet en français dans un des pays de l'Union pourra pour quelques euros avoir un brevet reconnu partout sans avoir besoin de traduction. Étrangement, le droit d'auteur déposé en français est plus fort que le copyright déposé en anglais...

Normalisation et emballage

N'oublions pas aussi la normalisation qui elle aussi est souvent nécessaire pour vendre un produit en dehors de son pays (des dates, du beurre de karité, des médicaments ou une machine) dont la documentation en français est valide dans plus de cent pays. L'emballage et la notice qui dans la langue de la Francophonie permettent une standardisation donnant une compétitivité accrue face à des compétiteurs non francophones.

La toile et le commerce électronique sont aussi importants: 550 millions de portables en Afrique dont plus de 120 millions d'utilisateurs francophones (et 50 millions de plus dans dix ans).

Ainsi, si vous avez une appli à vendre, ce n'est pas les cinq millions de danois, même riches, qui doivent être votre objectif, mais ce continent rempli de francophones qui ont soif de consommation. Si leur salaire n'est pas comme en Europe, ils disposent du montant suffisant pour acheter votre application, votre programme informatique, votre livre en ligne ou vos conseils en consultance pour les nouveaux entrepreneurs du continent. L'Afrique va avoir une nécessité immense de formateurs, professeurs, consultants pour répondre au besoin de la croissance et de la démographie.

La nouvelle consommation est sans frontières et permanente 24 heures sur 24, car le français est la seule langue (avec l'anglais) active sur cinq continents et qui permet des échanges en ligne partout en direct. Un centre d'appel 24 heures sur 24 peut être actif via des bureaux à Vanuatu ou Tahiti, à Madagascar et à Haïti: trois horaires de huit heures jour comblé par des francophones pour répondre aux questions des clients, formant un centre d'appel mondial pour les services en ligne.

Un autre exemple concret: Savee Afrik, une nouvelle application permettant de réduire la consommation d'énergie et prolonger la durée d'autonomie des téléphones portables. Conçue par un trio franco-belgo-togolais, l'application est adaptée au contexte africain où le téléphone portable a atteint un taux de couverture de plus 70% dans de nombreux pays. En Côte d'Ivoire, première puissance économique d'Afrique francophone, le nombre d'abonnés de la téléphonie mobile est passé de 16 millions à près de 25 millions en trois ans. Pendant cette période, le nombre d'abonnés à internet a explosé, passant de 200 000 à 8 millions.

Les jeux en ligne, nouvelle aventure pour les francophones qui décrochent des prix partout comme UBISOFT troisième plus grand éditeur indépendant du monde (Rayman, Prince of Persia, les jeux Tom Clancy, Assassin's Creed, Far Cry, Just Dance, Watch Dogs [1 & 2] ou les Lapins crétins). Mais qui imagine des francophones créateurs d'autant de ces succès?

Avec les jeux vidéo, les applications, les livres, le commerce en ligne et les tutoriels, la Francophonie est présente sur cinq continents 24 heures sur 24: c'est la réalité économique.

Quand je demande à mes étudiants européens qui sont les locuteurs francophones, j'ai comme réponse les Belges, les Canadiens et les Suisses puis après, quelque hésitations: un ou deux pays plus lointains. Mais les faits sont que 33 millions de Congolais, 11 millions d'Algériens, 10 millions de Marocains ou 9 millions de Camerounais soit bien loin des 6 millions de Québécois ou des 2 millions de Suisses. Pour les médias culturels, les consommateurs sont partout.

La culture est un moteur économique que les Anglo-saxons utilisent consciemment depuis des années, alors que les francophones, qui sont souvent moins portés sur la marchandisation, l'ignorent à tort.

Les produits culturels rapportent plus en Europe que la production de véhicules automobiles. Souvent, cette donnée est oubliée par nos dirigeants de langue française, pensant naïvement que la culture est à mettre dans la case dépenses et non dans la case recettes.

Sur une planète-village mondialisée, une langue commune est un vecteur d'affaires stratégique pour nos usagers, producteurs, entreprises et chercheurs, bien plus que politique.

Bruno Bernard, *expert en commerce international francophone*
Sprimont (Belgique)

<https://www.acadienouvelle.com/mon-opinion/2018/01/07/francophonie-economique-realite/>

le 8 Janvier 2018