



Contribution de Patrick Sevaistre, 3^e section – ASOM

« De Villers-Cotterêts à Siem Reap, le projet francophone : quelques repères »

Séance de l'ASOM du 4 juillet 2025

État des lieux de la francophonie économique depuis le 19^e Sommet de la Francophonie

Dit à plusieurs reprises, le 19^e Sommet de la Francophonie, qui s'est tenu en octobre dernier à Villers-Cotterêts, a constitué une étape symbolique importante pour la francophonie.

En matière économique, le Sommet, placé sous le thème « *Innover et entreprendre en français* », a réaffirmé les ambitions économiques de la Francophonie, lesquelles figurent clairement dans la Déclaration politique de Villers-Cotterêts.

C'est vrai que pour la première fois, on a vu plusieurs chefs d'entreprise échanger avec des dirigeants politiques au sujet de l'évolution du secteur économique de la Francophonie

La question aujourd'hui est de savoir si cette évolution est confirmée et si la francophonie économique connaît des avancées concrètes majeures depuis Villers-Cotterêts

Vu du secteur privé, le premier constat : des engagements politiques clairs mais encore largement déclaratifs. Ces déclarations restent principalement programmatiques et doivent encore être traduites en réalisations concrètes, même si beaucoup sont au rendez-vous

La SEF - Stratégie économique pour la Francophonie 2020-2025 dont la Déclaration de Villers-Cotterêts a salué les résultats positifs, a certes permis des avancées tangibles qu'il s'agisse de missions économiques ou de coopération avec des institutions de développement – plusieurs rencontres économiques plutôt réussies en juin avec un soutien institutionnel important

- Organisées par l'OIF au Bénin, en juin dernier
- Rencontres économiques francophones, à Lyon
- REF Alliance Patronats francophones fin juin, grand succès avec 2500 participants venus de 40 pays

Cependant, malgré leur réussite, ces actions restent ponctuelles et dispersées en raison d'un engagement encore limité du secteur privé francophone dans la francophonie économique :

C'est le 2^e constat : peu d'entreprises francophones placent la Francophonie au cœur de leur stratégie d'expansion

Le fait est que la francophonie aujourd'hui pour nos entreprises une préoccupation accessoire. Fardeau pour les uns, atout pour les autres, le français comme langue des affaires est perçu comme ayant une importance très relative, voire marginale par rapport à l'anglais

Facile à voir dans les enceintes internationales, l'usage du français a reculé au profit de l'anglais et plus souvent du *globish*, cet ersatz de la langue anglaise qui réduit les horizons de pensée et limite l'expression plus qu'elle ne la facilite.

Flagrant à Bruxelles où l'effet Brexit ne joue pas en faveur de la francophonie, loin de là. Il y a 25 ans, 40 % des documents de la Commission européenne étaient rédigés en français, aujourd'hui il n'y en a plus que 3 %, cela parce que nos représentants laissent faire : l'anglais, rappelons-le, n'est pas la langue maternelle de l'Union européenne.

On se demande d'ailleurs où elle est cette francophonie économique quand on voit le nom des derniers programmes que développent Bercy et l'AFD pour soutenir l'entrepreneuriat en Afrique francophone (déclaration de Villers-Cotterêts) : *French Tech, Choose Africa, Digital Africa, MEETAfrica, PASS AFRICA, TECH VALLEY...* et cela par peur de passer pour « ringards » (has been) auprès de la jeunesse africaine.

Du point de vue des entreprises, je dois vous dire que l'on a du mal à comprendre la manière dont la Francophonie est organisée. Malgré des améliorations récentes, on constate que la Francophonie gère aujourd'hui un dispositif institutionnel qui ne contribue ni à la visibilité ni à la lisibilité de ses actions, en tout cas pour le monde économique. La diplomatie économique francophone reste morcelée et sans doctrine commune.

Le fait est que les outils économiques mis en place par la francophonie ont du mal à intéresser les entreprises francophones. Ces outils sont au carrefour du politique et des affaires. En voulant mélanger le politique et l'économique et en voulant institutionnaliser ces relations, le résultat est que ces outils sont déconnectés du monde réel de l'entreprise. Ce mélange des genres fini par avoir un effet dissuasif au nord comme au sud sur les entrepreneurs les plus sérieux, surtout au Sud... Quant au Nord, la notoriété de ces outils auprès des milieux d'affaires est faible.

Avec ce mélange des genres, on n'a pas réussi à donner un prolongement économique à la langue française comme l'ont fait les Britanniques avec le *Commonwealth Business Forum* (CBF) ou les Portugais avec la *Communauté des Pays de Langue portugaise* (CPLP), ce qui permet à ces organisations de potentialiser l'influence de leurs membres au sein des organisations internationales ou lors des négociations internationales.

Quelles perspectives et recommandations

Pour que la dynamique impulsée par Villers-Cotterêts se traduise par des progrès tangibles, il conviendrait :

De clarifier les finalités économiques de la Francophonie et en distinguant la logique politique de la logique économique

S'inspirer des exemples du *Commonwealth Business Forum (CBF)* et de la *CPLP Business Confederation* qui ont su ancrer leur action sur des objectifs économiques explicites dans le cadre d'une diplomatie économique structurée autour d'une doctrine commune : promouvoir l'investissement, faciliter les échanges commerciaux, renforcer l'intégration régionale et appuyer les entreprises dans l'accès aux marchés.

À l'inverse, la francophonie économique reste prisonnière d'un discours institutionnel confus, trop souvent focalisé sur la promotion de la langue au détriment des valeurs ajoutées économiques concrètes pour les entreprises.

Tant le CBF que la CPLP ont su dissocier les instances politiques de leurs mécanismes économiques. Le CBF fonctionne comme une plateforme indépendante, au service des entreprises, bien que bénéficiant de l'appui des gouvernements membres. Cette autonomie garantit sa crédibilité et sa proximité avec le monde des affaires.

- **Recommandation 1 : Créer un organe économique autonome** au sein de la Francophonie, animé par les entreprises elles-mêmes, avec une gouvernance pilotée par des acteurs du secteur privé, afin de dépasser les logiques institutionnelles et diplomatiques qui freinent l'efficacité.
- **Recommandation 2 : Structurer une offre de services à forte valeur ajoutée pour les entreprises.** Définir clairement ce que les entreprises peuvent gagner concrètement à s'inscrire dans une dynamique économique francophone : marchés préférentiels, plateformes d'affaires, financements, co-investissements, accompagnement juridique.

Les modèles anglophones et lusophones ont mis en place des services attractifs : foires commerciales, plateformes B2B, appui à l'export, intelligence économique partagée, promotion de chaînes de valeur régionales. L'offre francophone reste très en retrait sur ces volets

Elles y trouveront un intérêt à partir du moment où la France fera de la francophonie offensive un objectif de premier plan de sa stratégie d'influence – non pas pour promouvoir les intérêts français – mais pour mettre en place une communauté d'intérêt qui profite à tous les francophones. *Il est temps* pour les francophones de faire vivre un sentiment d'appartenance et de mettre en mouvement une communauté d'intérêts à la condition que celle-ci ne soit pas subordonnée aux intérêts particuliers des États qui la composent.

- **Recommandation 3 : Capitaliser sur des réseaux privés déjà existants dans le cadre d'une diplomatie économique d'influence**

Le Commonwealth et la CPLP ont su mobiliser et structurer des réseaux d'affaires influents, comme la Commonwealth Enterprise and Investment Council. La Francophonie dispose également de réseaux influents, mais ceux-ci opèrent souvent en silos et sans vision d'ensemble et la diplomatie économique francophone reste morcelée et sans doctrine commune sur une zone qui représente 16 % du PIB mondial pour 17,5 % de la population mondiale et 20 % des échanges internationaux de marchandises

Mais la francophonie économique ne doit pas se limiter à améliorer les chances de faire des affaires en français... Son ambition doit être globale. Celle-ci doit se traduire par la création de nouveaux outils francophones d'influence, avec une culture de la guerre économique pour renforcer une sphère d'influence, notamment à partir du droit continental et des normes, en vue d'instaurer une union juridique et normative francophone.

Conclusion

Le Sommet de Villers-Cotterêts a certes réaffirmé la pertinence politique de la francophonie économique, mais à ce stade, il serait prématurné d'affirmer que celle-ci enregistre des avancées concrètes majeures depuis. Le Sommet a sans doute redonné une visibilité et une impulsions politiques à la francophonie économique. Mais la progression concrète reste à démontrer sur le terrain. Seule une volonté collective renforcée, adossée à des moyens durables et à une logique de résultats, permettra à la francophonie économique de devenir un véritable levier de développement partagé.

Sans action résolue, le risque demeure que la francophonie économique reste un idéal davantage proclamé que pleinement opérationnel

Le temps n'est plus pour la Francophonie de la défensive, mais bien celui de l'offensive. L'objectif doit être de bâtir un espace économique francophone pouvant durablement offrir des possibilités nouvelles d'échanges, d'accroissement des investissements et de développement des entreprises et du commerce.

Mais ce n'est pas gagné car beaucoup de Français ignorent la réalité du monde francophone. C'est peut-être la manifestation d'une crise d'identité nationale et d'un excès de faux modernisme, mais beaucoup de Français ne se considèrent même pas comme francophones. À leurs yeux, les francophones, ce sont tous ceux qui parlent français hors de France, et non les Français

Beaucoup se disent qu'il n'y a pas à s'en soucier car et que la francophonie est assurée de croître en fonction de la croissance démographique, tout particulièrement en Afrique. Mais ce n'est pas vrai et les Français ne réalisent pas à quel point celle-ci est vulnérable. Contrairement à l'idée reçue, il n'y a pas de dividende linguistique automatique de la démographie

Nous sommes face à une ignorance française de l'espace francophone qui s'oppose d'ailleurs à la plus grande culture qu'ont les Britanniques de leur espace linguistique, et qui explique en bonne partie leur attachement viscéral à leur langue, à sa défense et à sa diffusion

Sur ce plan, la France devrait donc s'inspirer du Royaume-Uni qui a toujours su faire preuve de pragmatisme, d'intelligence stratégique et de vision à long terme en privilégiant constamment son espace géolinguistique

La francophonie économique dispose d'atouts réels mais souffre d'une sous-exploitation de son potentiel. Elle doit se moderniser, s'institutionnaliser davantage et devenir un levier stratégique pour ses membres, en particulier en Afrique. Cela passe par la création d'instruments communs, une diplomatie économique active, des outils d'influence avec une meilleure articulation avec les grandes dynamiques continentales et globales.

Le choix est clair : investir dans une francophonie économique proactive ou accepter son effacement progressif.