



N° 4655

ASSEMBLÉE NATIONALE

CONSTITUTION DU 4 OCTOBRE 1958

QUATORZIÈME LÉGISLATURE

Enregistré à la Présidence de l'Assemblée nationale le 6 juin 2017.

PROPOSITION DE LOI

*visant à interdire les publicités en langues étrangères
sur le territoire national en vertu de la nécessaire compréhension
du peuple français,*

(Renvoyée à la commission des affaires culturelles et de l'éducation, à défaut de constitution
d'une commission spéciale dans les délais prévus par les articles 30 et 31 du Règlement.)

présentée par

M. Jean-Jacques CANDELIER,

député.

EXPOSÉ DES MOTIFS

MESDAMES, MESSIEURS,

Après plus de 20 ans d'application, la loi n° 94-665 relative à l'emploi de la langue française, dite loi Toubon, a montré ses failles, par lesquelles s'engouffrent les entreprises étrangères, mais aussi nombre d'entreprises publiques, voire certaines institutions, grandes écoles et universités qui ne respectent pas notre langue française. Ce faisant, en dévalorisant notre langue nationale, nous pouvons en déduire qu'elles ne respectent pas non plus leurs clients français et francophones.

Les banques, les grandes entreprises, les systèmes politiques en place voire certaines institutions supranationales telles la Commission européenne, tentent d'imposer l'anglais partout, en négation totale des langues souveraines parlées en France et dans les autres Nations européennes. Il faut dénoncer ces manœuvres et mettre fin à l'hégémonie du tout-anglais, qui est devenue d'autant plus aberrante que depuis la sortie britannique de l'Union européenne, seules Malte et la République d'Irlande ont encore l'anglais comme langue officielle.

Se défendre contre l'hégémonie croissante de la langue anglaise sur notre sol, c'est se défendre contre l'instrument par excellence de la mondialisation libérale, visant à uniformiser nos comportements, notre mode de vie, notre façon de penser. L'impérialisme de *Wall Street* essaye par tous les moyens de contourner les règles de la concurrence, y compris par le TAFTA, traité inique dont le but ultime est de standardiser les normes, d'uniformiser les productions, au nom d'une prétendue modernité, alors qu'il est rejeté majoritairement par les peuples.

Pour illustrer l'hégémonie américaine et anglo-saxonne dans l'espace publicitaire français, les exemples ne manquent pas. Une grande entreprise française comme *Oasis* a décidé de retenir pour slogan « *Oasis is good* » (soit « Oasis est bon ») en remplacement du slogan précédant « *Be fruit* » (« Soyez fruit »). L'entreprise étrangère *Adecco*, société d'intérim, décide pour sa part de communiquer en France avec la phrase « *Better work, better life* » (soit « un meilleur travail pour une meilleure vie »).

Ces entreprises privées pourraient avoir comme argument, comme souvent, qu'elles s'adaptent à un public mondialisé. En réalité, en apposant une minuscule traduction française identifiée avec astérisque visible à la loupe, ces sociétés ne contreviennent pas à la loi actuelle du 4 août 1994 relative à l'emploi de la langue française, et qui précise dans son article 4

qu'en cas d'annonces ou slogans en langue étrangère, il est nécessaire qu'ils soient complétés d'une ou plusieurs traductions en langue française.

Plus étonnant encore, un cap a été franchi dans le grotesque impérialisme linguistique de l'anglo-américain lorsque les communicants de la branche SNCF « Gares et Connexions » ont décidé de baptiser deux de leurs dispositifs « *Work & Station* » et « *Collect & Station* ». Pour preuve, la description de ces services dans les brochures institutionnelles de la SNCF de 2015, où on apprend aussi que les retraits de colis en gare doivent s'effectuer en consigne « *Pickup Station* ». Tous ces programmes auraient pu tout à fait être baptisés avec des noms en français.

Par ailleurs, une émission de service public nommée « *Actuality* » vient de voir le jour sur France 2. Cette chaîne appartient au groupe France Télévisions, un service public proposé par des Français pour des Français. Ce magazine d'information n'aurait-il pas pu tout simplement s'intituler « *Actualité* » ?

Sur France Inter, station du groupe Radio France, existe une émission intitulée « *Very Good Trip* », tandis que sur France-Culture, on a pu écouter un programme consacré au féminisme nommé « *Women's Power* ».

La culture et la langue française doivent être respectées. Ainsi ces décisions mercatiques s'apparentent à un piétinement caractérisé du droit fondamental du peuple français à comprendre. Il s'agit là d'un coup porté à la langue française d'autant plus inacceptable que la SNCF tout comme France Télévisions ou Radio France sont toutes trois des entreprises publiques détenues par l'État français. Cette situation est d'autant plus anormale que l'on nous dit partout (encore plus en cette année électorale) que l'heure est au « renforcement de la cohésion nationale » dont le socle, il faut bien le rappeler, est en premier lieu, la langue française.

Certes, le Conseil supérieur de l'audiovisuel (CSA) a lancé en 2015 une campagne intitulée « *Dites-le en français* » pour sensibiliser le public sur la montée des anglicismes. Pourtant, force est de constater qu'il reste beaucoup à faire, et encore dernièrement en septembre 2016, le CSA a dû monter au créneau pour rappeler à l'ordre les chaînes de télévision, et notamment celles du groupe France Télévisions, car les grilles de programmes sont aujourd'hui envahies d'émissions importées des pays anglo-saxons dans leur nom d'origine.

Ainsi comme le rappelait Patrice Gélinet, membre du CSA dont la mission est de promouvoir la langue française dans les médias, il convient

d'inciter voire de contraindre les dirigeants de chaînes à réagir et s'il le faut, à les obliger de traduire en français le titre de leurs émissions.

M. Cuisiniez, linguiste et syndicaliste, nous rappelle pour sa part que la prise en compte des langues maternelles de chaque peuple est une question fondamentale pour le développement et le vivre-ensemble d'une société. Ses travaux affirment que les hommes disposent du droit de comprendre et de pratiquer la langue de la société dans laquelle ils sont nés et ont grandi. Dans ce cadre, il souligne l'importance de devoir mettre fin à l'hégémonie linguistique, au tout-anglais, que ce soit à la télévision, à la radio, dans la rue ou aussi dans nos entreprises.

Rappelons, enfin, qu'il a été introduit dans l'article 2 de notre Constitution que : « La langue de la République est le français. ». Ce n'est pas l'anglais en tant que langue qui est combattu, c'est l'anglicisation, qui est un processus ni naturel, ni sain, car il gagne du terrain partout sur la planète (certes, à des vitesses différentes suivant les pays), et pose d'une manière globale le problème du maintien de la diversité linguistique, l'anglicisation n'étant pas générée par les peuples, mais par les élites financières, politiques et médiatiques.

Par conséquent, la présente proposition de loi vise à mettre fin à la mise à mal de notre langue dans l'espace économique et culturel. Elle vient en appui de la loi n° 94-665 dite loi Toubon, en interdisant et en pénalisant plus durement tous les comportements irrespectueux vis-à-vis de notre langue. La réforme prioritaire de cette loi concerne de toute évidence la communication commerciale, où abondent les publicités en anglais accompagnées de traductions françaises si petites qu'elles en sont quasiment illisibles, mais aussi les enseignes de magasin non traduites en langue française.

Ne sont pas visées les enseignes et produits dénommés en langues régionales, ces dernières faisant partie du patrimoine indivisible de la nation et ayant une parfaite légitimité pourvu qu'elles ne soient pas utilisées par des mouvements séparatistes.

Les contrevenants pourraient être verbalisés par les agents de la concurrence, de la consommation et de la répression des fraudes. Le niveau des amendes fixé par le législateur devrait être suffisamment dissuasif pour permettre de faire diminuer les infractions. Les sommes ainsi collectées pourraient être versées à un fonds géré par le Secrétariat d'État à la Francophonie pour l'aide à la création francophone.

La proposition veut mettre fin à ces situations trop souvent dévalorisantes pour le français.

PROPOSITION DE LOI

Article 1^{er}

- ① La loi n° 94-665 du 4 août 1994 relative à l'emploi de la langue française est ainsi modifiée :
- ② 1° Au premier alinéa de l'article 3, après les mots : « destinée à l'information du public », sont insérés les mots : « ou identifiant des lieux destinés à offrir un bien, un produit ou un service au public » ;
- ③ 2° Le deuxième alinéa de l'article 4 est complété par une phrase ainsi rédigée : « Les caractères du texte écrit en français doivent être d'un corps au moins aussi important que celui des caractères de sa ou de ses traductions. » ;
- ④ 3° L'article 14 est ainsi modifié :
- ⑤ a) Au premier alinéa du I, les mots : « aux personnes morales de droit public » sont supprimés ;
- ⑥ b) Le deuxième alinéa du I est supprimé ;
- ⑦ c) Après le mot : « avant », la fin du II est ainsi rédigée : « le 1^{er} janvier 2018 qu'à l'expiration de la première période de dix ans prévue par l'article L. 712-1 du code de la propriété intellectuelle qui débute après le 31 décembre 2017. »
- ⑧ 4° À l'article 16, les mots : « de l'article 2 » sont remplacés par les mots : « des articles 2, 3, 4 et 14 » ;
- ⑨ 5° Après l'article 16, est inséré un article 16 *bis* ainsi rédigé :
- ⑩ « *Art. 16 bis.* – Le produit des amendes consécutives aux infractions aux dispositions des textes pris pour l'application des articles 2, 3, 4, 6, 7, 10 et 14 est affecté à un fonds géré par le ministre chargé de la francophonie et destiné à soutenir la création francophone. »

Article 2

Au premier alinéa de l'article 2-14 du code de procédure pénale, les mots : « et 10 » sont remplacés par les mots : « , 10 et 14 ».

Article 3

Le deuxième alinéa de l'article L. 712-9 du code de la propriété intellectuelle est complété par une phrase ainsi rédigée : « En revanche, il est soumis à l'obligation posée par l'article 14 de la loi n° 94-665 du 4 août 1994 relative à l'emploi de la langue française. »