



ASSEMBLÉE NATIONALE

14ème législature

coopération culturelle

Question écrite n° 42319

Texte de la question

M. Gilles Lurton appelle l'attention de M. le ministre des affaires étrangères sur la question du réseau culturel de la France à l'étranger. L'action culturelle est un levier essentiel pour la promotion de l'image de la France. Avec plus de 1 500 implantations aux statuts divers, le réseau culturel français est le plus étendu du monde. Il exerce une mission bien plus large que la coopération et la diffusion culturelles, puisqu'il assure également la promotion de la langue française, le développement de partenariats et d'échanges scientifiques, la mobilité étudiante vers la France et la coopération éducative, chacune de ces missions appelant des moyens significatifs et des compétences distinctes. Un récent rapport de la Cour des comptes montre que ce réseau est aujourd'hui confronté à une érosion de ses moyens de financement. Il est également touché par des difficultés liées à ses ressources humaines. Le pilotage du réseau et des opérateurs n'est en outre pas exempt d'insuffisances. Au regard de ces constats, la Cour recommande une série d'actions correctives, en proposant notamment de mettre en place un instrument de mesure de l'impact des actions du réseau auprès des médias locaux et des publics. Il lui demande de bien vouloir lui indiquer la position du Gouvernement à ce sujet.

Texte de la réponse

La connaissance des publics et la mesure de l'impact représentent un enjeu majeur d'efficacité de l'action du réseau de coopération et d'action culturelle. La question des publics cibles et celle de la sensibilisation des médias locaux sous toutes leurs formes (télévisions, radios, journaux, plateformes numériques et réseaux sociaux) occupent une place centrale dans la réflexion du ministère des affaires étrangères et bien entendu dans la mise en oeuvre des actions menées par les opérateurs culturels, audiovisuels, et les postes à l'étranger. A titre d'exemple, dans le domaine des cours de langue, une approche marketing fondée sur des analyses des marchés et l'application d'une démarche-qualité est portée par le développement d'outils et de programmes par l'Institut français (formations, outils informatiques, référentiels) en lien avec la fondation Alliance française. L'impact de cette démarche au sein des instituts et alliances qui l'ont mise en oeuvre fait l'objet d'une étude des services intéressés du ministère des affaires étrangères (DGM), de l'IF et de la FAF. Dans le cadre du prochain contrat d'objectifs et de moyens de l'Institut français, il est prévu qu'il développe une mission de meilleure connaissance des publics et de la demande. L'Institut apportera dans ce domaine son appui au réseau culturel sous la forme de conseils méthodologiques sur le suivi et la fidélisation des publics ; de mise en place de réseau de jeunes professionnels et de mobilisation des leaders d'opinion ; d'un appui à la communication numérique afin d'améliorer la présence des instituts et alliances sur les réseaux sociaux et de développer des communautés de publics et de professionnels. Ces différentes actions permettront, en lien étroit avec les postes à l'étranger, de développer l'efficacité des actions culturelles du réseau et de mieux en mesurer l'impact sur le court et long termes.

Données clés

Auteur : [M. Gilles Lurton](#)

Circonscription : Ille-et-Vilaine (7^e circonscription) - Les Républicains

Type de question : Question écrite

Numéro de la question : 42319

Rubrique : Politique extérieure

Ministère interrogé : Affaires étrangères

Ministère attributaire : Affaires étrangères

Date(s) clé(e)s

Question publiée au JO le : [12 novembre 2013](#), page 11707

Réponse publiée au JO le : [10 décembre 2013](#), page 12879