

La diplomatie publique et culturelle de demain :

nouvelles stratégies pour de nouveaux défis

Charles Nattier
Sous la direction de Robert Laliberté



Une publication de l'Association internationale des études québécoises (AIEQ).
32 rue Notre-Dame,
Québec (Québec) G1K 8A5
www.aieq.qc.ca, accueil@aieq.qc.ca

ISBN : 978-2-9812535-3-8 (publication numérique)

Dépôt légal – Bibliothèque et Archives nationales du Québec, 2015
Dépôt légal – Bibliothèque et Archives Canada, 2015

© Tous droits de traduction, de reproduction et d'adaptation réservés – AIEQ



AVANT-PROPOS

L'Association internationale des études québécoises (AIEQ) a été créée en mai 1997 à l'initiative d'une trentaine d'universitaires venant du Québec, d'ailleurs au Canada et de l'étranger. En mettant en place cette association, ces universitaires souhaitaient encourager le développement, partout à travers le monde, de cours, de recherches, de colloques ou de publications qui contribueraient à mieux faire connaître, comprendre et apprécier le Québec tel qu'il est en réalité et non pas tel qu'on l'imagine et l'idéalise parfois ou qu'on le représente et discrédite d'autres fois. Ils voulaient, de plus, que celles et ceux qui se consacrent à l'étude du Québec et qui, bien souvent, le font en étant isolés dans leur milieu, soient regroupés au sein d'un seul et même réseau international et se voient offrir la possibilité de collaborer plus facilement avec des collègues partageant leur intérêt à l'égard du Québec.

Depuis sa création, l'AIEQ a toujours bénéficié du soutien du ministère des Relations internationales du Québec. S'il en a toujours été ainsi, c'est loin d'être par hasard. En fait, au cours des cinquante dernières années, ce ministère a toujours encouragé et soutenu le développement des études québécoises dans le monde parce que ces études, comme le rappelait encore récemment Mme Christine St-Pierre, l'actuelle ministre des Relations internationales, font connaître le Québec et enrichissent le regard que les Québécois ont sur eux-mêmes. Si le ministère a jugé bon, depuis 1997, de soutenir une association internationale d'études québécoises, c'est qu'il a compris qu'il était dans son intérêt d'ajouter à son arsenal de diplomatie publique et culturelle le relai que représente ce réseau d'universitaires; chercheurs qui sont d'autant plus crédibles pour aider à mieux faire connaître, comprendre et apprécier le Québec à l'étranger qu'ils sont indépendants du gouvernement.

Après quelque quinze années d'existence, il était bien normal que l'AIEQ s'interroge sur son rôle et sa mission, mais également sur les défis auxquels elle était susceptible de devoir faire face en tant qu'organisme associé à la diplomatie publique et culturelle du Québec. Ce questionnement allait d'autant plus de soi que la France avait elle-même senti le besoin, en décembre 2011, de s'interroger sur l'utilité et l'efficacité de sa diplomatie culturelle. Sans compter que le gouvernement canadien avait décidé, en mai 2012, d'abolir son programme de soutien aux études canadiennes et que le gouvernement québécois devait lui-même faire face à une conjoncture budgétaire particulièrement difficile.

C'est dans ce contexte que s'est tenu, les 7 et 8 mai 2013, un colloque qui avait pour titre et pour thème : « La diplomatie publique et culturelle : nouvelles stratégies pour de nouveaux défis ». Ce colloque, auquel ont participé des chercheurs aussi bien que des praticiens, venant de France, d'Allemagne, du Royaume-Uni, des États-Unis, du Canada hors Québec, de Wallonie-Bruxelles, de Catalogne et bien sûr aussi du Québec, poursuivait quatre grands objectifs : 1) mettre en évidence le

fait qu'il est de plus en plus fréquent, dans bon nombre de pays, qu'une diplomatie « de second ordre », relevant d'organismes privés ou parapublics, vienne compléter une diplomatie « de premier ordre », relevant directement des représentants des gouvernements; 2) mieux connaître les pratiques et moyens que différents pays utilisent pour mettre en œuvre leur diplomatie publique et culturelle, analyser l'évolution de ces pratiques et moyens ainsi que leurs convergences et différences; 3) identifier les principaux enjeux auxquels la diplomatie publique et culturelle de ces pays devra faire face dans les années à venir; 4) tirer, si possible, de l'expérience des autres, des enseignements utiles pour le Québec.

Je tiens à remercier tous les ministères et organismes qui ont rendu possible la tenue de ce colloque et plus particulièrement le ministère des Relations internationales, de la Francophonie et du Commerce extérieur (MRFCE), le ministère de la Culture et des Communications (MCC), le ministère de l'Enseignement supérieur, de la Recherche, de la Science et de la Technologie (MERST) et le Consulat général de France. Je tiens à remercier également tous les conférenciers qui ont participé à ce colloque et qui ont bien voulu nous fournir le texte de leur intervention; ces textes sont présentés, suivant l'ordre alphabétique du nom de leurs auteurs, dans la série d'annexes que comporte ce document. Enfin, je tiens à remercier Francesca Bourgault, dont la collaboration a été bien précieuse pour organiser le colloque et par la suite assurer l'édition de la présente publication, et bien sûr aussi Charles Nattier qui, dans les pages qui suivent, fait en quelque sorte la synthèse de l'ensemble des communications présentées lors du colloque. Sous la supervision de sa directrice de stage, la professeure Alexandre Couture-Gagnon, de l'École nationale d'administration publique (ÉNAP) et sous ma direction, il a su faire une analyse attentive de toutes ces communications et en extraire les éléments ayant un intérêt particulier pour mettre en valeur chacun des différents objectifs du colloque.

Dans un premier temps, il commence par nous fournir un aperçu théorique des notions de diplomatie publique et culturelle. Il nous aide ainsi à avoir une définition plus claire et plus rigoureuse de ces notions et du coup à comprendre les ressemblances et différences qu'elles ont entre elles, mais aussi à faire la distinction entre ces notions et celles de propagande ou encore de *branding*.

Puis, il nous dresse un portrait des pratiques de diplomatie publique et culturelle que les États représentés lors du colloque ont mises en place au fil des ans. Ce portrait est d'autant plus éclairant qu'il révèle que ces pratiques se caractérisent moins par les moyens utilisés par chacun de ces États que par l'autonomie que chacun d'eux accorde aux acteurs qu'ils mettent à contribution pour les aider à atteindre leurs objectifs. Si certains États, tels que la France et les États-Unis, ont tendance à centraliser leur diplomatie publique et culturelle au sein d'un seul ou de quelques rares organismes publics, certains autres États, tels que l'Allemagne et le Royaume-Uni, ont plutôt tendance à déléguer cette responsabilité à différents organismes publics, voire privés, qu'ils financent tout en leur accordant une grande autonomie d'intervention dans leur domaine de spécialisation. Ce constat est d'autant plus intéressant qu'il nous conduit à considérer que, contrairement à ce que l'on pourrait penser à première vue, la diplomatie publique et culturelle du Québec se serait davantage inspirée de l'Allemagne et du Royaume-Uni que de la France et des États-Unis.

Par la suite, il souligne certains des grands enjeux actuels de la diplomatie publique et culturelle, en insistant tout particulièrement sur ceux reliés à l'enseignement du français ainsi qu'à l'établissement et à l'élargissement des réseaux, incluant bien sûr les réseaux numériques. Enfin, il attire notre attention sur quelques enseignements que le Québec pourrait tirer de l'expérience d'autres pays et fait valoir, en guise de conclusion, que sa diplomatie publique et culturelle, pour être encore plus efficace, a moins besoin d'ajouts de nouveaux acteurs que d'une stratégie d'ensemble qui se doit d'être élaborée et coordonnée par le ministère des Relations internationales, puis mise en œuvre par chacun de ces acteurs, qu'ils soient du secteur public ou privé, en fonction de leur spécialisation et de leur capacité à développer des réseaux.

La diplomatie publique et culturelle du Québec est-elle appelée à se développer encore davantage dans les années à venir? La ministre des Relations internationales du Québec, Mme Christine St-Pierre, a annoncé récemment que ce serait le cas. Dans une allocution qu'elle a prononcée le 10 octobre dernier, après avoir rappelé que les relations entre États restaient au cœur des relations internationales, elle a déclaré ce qui suit:

L'évolution, la diversification exponentielle des moyens de communication ont décentralisé le pouvoir et donné aux opinions publiques et à des millions de groupes d'intérêt un pouvoir accru. Pour promouvoir ses intérêts à l'étranger, il faut désormais influencer de nombreux acteurs. Et dans cette tâche, la diplomatie publique, c'est-à-dire la capacité d'influer sur les perceptions et sur l'opinion, dans les territoires et marchés que l'on veut cibler, est un levier important. La diplomatie publique est un outil puissant dans toutes ses déclinaisons, qu'il s'agisse de diplomatie économique, culturelle, humanitaire, scientifique, numérique. Elle a pour objet la création d'une image forte et cohérente, ancrée dans ce que nous sommes. Avec, pour finalité, des retombées concrètes. J'entends engager le ministère des Relations internationales dans la diplomatie publique, et j'entends en faire un outil de développement.¹

L'Association internationale des études québécoises pourrait-elle à l'avenir être associée encore plus étroitement au développement de cette diplomatie publique qu'elle l'a été par le passé? Il est à espérer que ce soit le cas et que les informations, analyses et réflexions qui se trouvent dans les pages qui suivent soient une source d'inspiration pour l'élaboration d'une prochaine Politique internationale du Québec. Quant à moi, il serait d'autant plus souhaitable que ce soit effectivement le cas que, dans la conjoncture budgétaire prévisible pour les années à venir, le gouvernement du Québec aura tout à gagner à s'appuyer sur un réseau comme celui de l'AIEQ pour accroître le rayonnement de la culture québécoise à l'étranger aussi bien que pour attirer au Québec un plus grand nombre d'investisseurs, de touristes, de travailleurs qualifiés, de chercheurs et d'étudiants étrangers.

Robert Laliberté
Directeur général
Association internationale des études québécoises

¹ Conseil des relations internationales de Montréal (CORIM), *Définir et déployer ENSEMBLE l'action internationale du Québec*, Allocution de la ministre des Relations internationales et de la Francophonie, Mme Christine St-Pierre, Montréal, le 10 octobre 2014.

TABLE DES MATIÈRES

Avant-propos	3
Introduction	10
La diplomatie publique et culturelle en théorie	12
Le <i>soft power</i> comme fondement.....	13
La diplomatie publique, qu'est-ce que c'est?	14
Quelques distinctions à retenir	18
o Diplomatie publique et propagande	19
o Diplomatie publique et <i>branding</i>	19
o Diplomatie publique et philanthropie	20
Conclusion.....	22
La diplomatie publique et culturelle en pratique	23
Les pays souverains	24
o L'Allemagne	24
o Le Canada	27
o Les États-Unis.....	30
o La France.....	34
o Le Royaume-Uni.....	38
Les pays non souverains	42
o La Catalogne.....	42
o Le Québec	45
o La Fédération Wallonie-Bruxelles.....	51
Les enjeux actuels de la diplomatie publique et culturelle	55
L'importance des réseaux	55
L'enseignement de la langue	59
L'autonomie des acteurs.....	61
La spécialisation des acteurs	62
L'aide au développement.....	64
Conclusion.....	64
Quelques enseignements pour le Québec	66
L'exploitation des synergies	66
La conservation des réseaux.....	68
L'enseignement du français langue étrangère (FLE) et la diffusion des connaissances sur le Québec	69
Conclusion.....	70
Conclusion générale	72
ANNEXES – Communications des participants au colloque	74
ANNEXE 1 – Annie Chaloux	75
La diplomatie climatique québécoise en perspective	75
Introduction	75

Origine de la diplomatie climatique québécoise.....	76
o D'abord un enjeu régional.....	76
o La scène internationale vs la fédération canadienne : les compétences québécoises sur la question climatique.....	77
o Relations fédérale-provinciales sur la question climatique.....	78
o L'engagement international du Québec et la mise en œuvre de traités internationaux.....	78
Les récentes orientations de la diplomatie climatique québécoise.....	80
Constats et critiques	80
Bibliographie	81
ANNEXE 2 – Andrew Davis	83
Politique de la diplomatie publique et culturelle en Catalogne	83
Réseau.....	83
L'agenda	84
L'atout culturel.....	85
Le conseil.....	86
Diplomatie numérique.....	86
Société civile et diplomatie publique.....	87
ANNEXE 3 – John W. Graham.....	88
Le saccage de notre diplomatie culturelle par Ottawa : quelle importance?.....	88
Le cas des études canadiennes.....	88
ANNEXE 4 – Annick Landreville.....	93
Diplomatie publique et culturelle vue des États-Unis	93
ANNEXE 5 – Stéphan La Roche.....	97
La promotion de la culture et la diplomatie québécoise à l'étranger : des partenariats fructueux	97
Réciprocité	102
L'enjeu numérique	102
Le talent, l'atout principal.....	103
Perspectives d'avenir.....	103
ANNEXE 6 –Christian Lequesne.....	106
La diplomatie culturelle reste une affaire d'État : le cas de la France	106
La notion de diplomatie publique	106
Une approche fonctionnelle de la diplomatie publique	107
La diplomatie culturelle, bien public d'État.....	108
Le changement de référentiel du milieu des années 2000.....	109
En guise de conclusion : la difficile évaluation de la diplomatie culturelle.....	111
Note	112
ANNEXE 7 – Jean-François Lisée.....	113
Allocution du ministre des Relations internationales, de la Francophonie et du Commerce extérieur du Québec	113
ANNEXE 8 – Hans-Jürgen Lüsebrink	119
Le concept de « culture » dans la diplomatie culturelle moderne : évolutions et mises en perspectives comparatistes France-Allemagne-Québec	119

Traditions et ruptures.....	119
La notion de « culture » dans la diplomatie culturelle – significations et enjeux.....	122
Conclusions.....	124
Notes.....	125
ANNEXE 9 – François Macerola	126
La SODEC et la diplomatie culturelle du Québec	126
ANNEXE 10 – Frédéric Mayer et Nelson Michaud.....	130
Soft power et diplomatie publique.....	130
Introduction	130
Le <i>soft power</i>	131
De nouvelles possibilités.....	132
Le prestige ou le succès des institutions?	133
Indicateurs.....	134
<i>Soft power</i> passif et <i>soft power</i> actif.....	135
<i>Soft power</i> et diplomatie publique.....	136
Le cas du Québec	138
Conclusion.....	140
Bibliographie	140
ANNEXE 11 – Sylviane Tarsot-Gillery.....	142
La diplomatie publique et culturelle vue de l'extérieur du Canada : la diplomatie culturelle vue de France	142
Construire du lien et de la confiance implique d'être à l'écoute d'un monde qui change.....	144
Favoriser les convergences, en tant que centre de ressources et d'échanges	145
S'inscrire dans les objectifs stratégiques du ministère des Affaires étrangères.....	146
ANNEXE 12 – Ulrich Ufer	148
La politique culturelle allemande à l'étranger : acteurs, ambitions et défis actuels.....	148
Introduction	148
Politique culturelle allemande – en Allemagne et à l'étranger.....	149
Aperçu historique des acteurs de la politique culturelle allemande à l'étranger.....	149
o Les Instituts Goethe	150
o La Fondation Alexander von Humboldt.....	150
o L'Institut pour les relations avec l'étranger	151
o Les écoles allemandes à l'étranger	151
o Les Maisons des sciences et de l'innovation à l'étranger.....	151
o Les chaînes radio et de télévision allemandes à l'étranger.....	151
Le DAAD – un des acteurs principaux de la politique culturelle allemande à l'étranger.....	152
o Le budget et les domaines d'engagement du DAAD.....	152
o Structure administrative du DAAD	153
o Engagement du DAAD en Amérique du Nord	153
Historique du DAAD – d'un échange transatlantique jusqu'à l'engagement mondial.....	154
La politique culturelle allemande à l'étranger du DAAD dans le contexte des défis actuels.....	155
o Adapter la politique culturelle à l'étranger aux besoins démographiques nationaux.....	155

o Adapter l'éducation supérieure nationale à la politique culturelle allemande à l'étranger	156
o Compétition sur le marché mondial de l'éducation	157
Conclusion.....	158

INTRODUCTION

Au moment de l'ouverture du colloque qui avait pour titre et pour thème « La diplomatie publique et culturelle de demain : nouvelles stratégies pour de nouveaux défis », organisé par l'Association internationale des études québécoises (AIEQ), les 7 et 8 mai 2013, monsieur Jean-François Lisée, ministre des Relations internationales, de la Francophonie et du Commerce extérieur du Québec, a déclaré ceci : « La qualité de l'image que projette le Québec est fondamentale dès lors qu'il s'agit d'attirer des investissements, de consolider la présence d'entreprises étrangères, de positionner nos propres entreprises, nos artistes et nos produits, de défendre nos intérêts politiques, économiques et sociaux, tout autant que notre identité et nos valeurs. Elle est fondamentale dès lors qu'il s'agit de convaincre les travailleurs qualifiés, les étudiants, les touristes, les entrepreneurs et les artistes étrangers que le Québec est l'endroit où il faut être pour s'installer, élever une famille, démarrer une entreprise, innover et créer. »

En faisant une telle déclaration, le ministre Lisée n'aurait pu trouver de meilleure formule pour mettre en évidence le fait que l'image a pris une importance considérable dans les relations internationales d'aujourd'hui; une image que les États affirment, modifient ou améliorent à travers leurs actions de diplomatie publique et culturelle. En effet, dans un contexte où les pays sont de plus en plus interdépendants et dans lequel ils doivent tenir compte, afin d'atteindre leurs objectifs, d'un nombre croissant d'enjeux dépassant leurs propres frontières, les États sont encouragés à favoriser une approche diplomatique qui met non seulement l'accent sur le dialogue entre les cultures, la persuasion, la conciliation, l'influence, bref sur le *soft power* plutôt que sur la confrontation, mais qui met également à contribution les réseaux internationaux dont font partie les membres des milieux de la culture, de l'éducation, de la science et de l'économie.

Il n'est donc pas étonnant que la diplomatie publique et culturelle fasse de plus en plus partie intégrante de l'arsenal que déploie la plupart des gouvernements pour développer leurs échanges avec l'étranger, que ce soit pour ménager des sympathies politiques et entretenir une image positive ou pour établir un climat de coopération facilitant les partenariats dans le milieu de la culture bien entendu, mais plus largement dans ceux de l'économie, de la finance et du savoir. Toutefois, différents phénomènes laissent penser que la diplomatie publique et culturelle, même dans les pays où elle est installée de longue date, se trouve à un tournant, et ce, pour plusieurs raisons.

Tout d'abord, parce qu'il devient nécessaire plus qu'auparavant de bien faire la distinction entre la diplomatie culturelle proprement dite et les relations culturelles internationales qui, avec la mondialisation et la banalisation des technologies de l'information et de la communication (TIC), dont Internet est l'expression la plus visible, ont pris une expansion phénoménale depuis quelques années.

Ensuite, parce qu'il devient tout aussi nécessaire de mieux articuler la diplomatie « de premier ordre », qui est exercée directement par les autorités gouvernementales responsables de la politique extérieure, avec la diplomatie « de second ordre », qui relève d'organismes privés ou parapublics. Également, parce que de nos jours la diplomatie culturelle est de plus en plus fréquemment et étroitement associée à la science et à l'économie, alors qu'elle concernait historiquement l'éducation et les arts. Enfin, parce que ces différentes tendances apparaissent dans un contexte de restriction budgétaire et de compétition accrue au sein d'un monde globalisé.

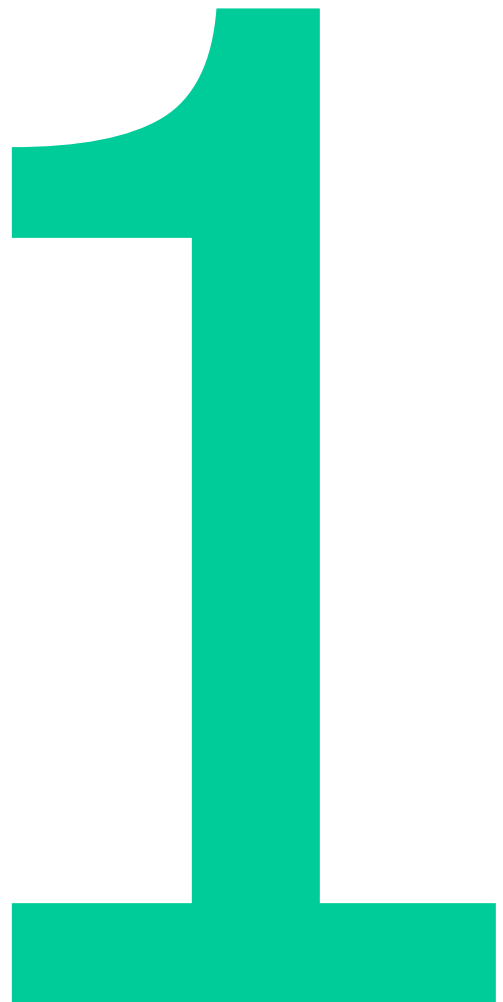
Le colloque organisé par l'AIEQ visait à examiner comment les États, qu'ils soient souverains ou non, exercent aujourd'hui leur diplomatie publique et culturelle, quelles actions ils entreprennent, quels ajustements ils ont dû faire pour contrecarrer les pressions budgétaires, quel usage ils ont fait des nouvelles technologies de l'information, etc. Étaient présents plusieurs représentants d'appareils diplomatiques, notamment français, américain et britannique, ainsi que plusieurs dirigeants d'organismes impliqués dans le domaine de la culture et de nombreux chercheurs intéressés par les questions culturelles, de diplomatie et d'action publique.

À la lumière des communications qui ont été présentées dans le cadre de ce colloque, il convient de s'interroger sur la pratique québécoise de la diplomatie publique et culturelle et de chercher à identifier, le cas échéant, différentes pistes qui lui permettront de relever les défis actuels et futurs en conservant toute sa pertinence et son efficacité. Dans le présent document, nous fournirons donc d'abord un aperçu théorique de ce qu'est la diplomatie publique et culturelle, puis nous décrirons les différentes pratiques et spécificités de la diplomatie publique et culturelle des États représentés, pour enfin proposer quelques enseignements issus du colloque et dont la diplomatie publique et culturelle du Québec pourrait bénéficier.

LA DIPLOMATIE PUBLIQUE ET CULTURELLE EN THÉORIE

Malgré ses nombreuses utilisations, il apparaît que la compréhension du terme « diplomatie publique » est parfois partielle ou inexacte, ce qui justifie un exercice de définition rigoureux. Exercice au cours duquel nous tâcherons également de différencier « diplomatie publique » et « diplomatie culturelle », car, bien qu'elles soient souvent liées, il s'agit de deux concepts distincts.

La première utilisation du terme « diplomatie publique » est attribuée au diplomate américain Edmond Gullion lorsqu'il écrit en 1965 que celle-ci « s'intéresse à l'influence de l'opinion publique sur la formulation et l'exécution des décisions en politique étrangère ». Bien entendu, le phénomène est bien plus ancien, certains auteurs faisant état d'actions de diplomatie publique sous le règne de souverains comme Louis XIV ou François I. Néanmoins, l'affirmation formulée par Edmond Gullion nous permet immédiatement de dissocier la diplomatie publique de la diplomatie dite « classique ». Cette dernière concerne en effet les relations formelles entretenues par les représentants officiels des États, tandis que la diplomatie publique caractérise les relations entre les représentants officiels d'un État et une



« opinion publique », autrement dit : une population. Élément intéressant à signaler, il serait possible pour un État, en vertu de cette définition, de pratiquer des activités de diplomatie publique en direction de sa propre population. Néanmoins, le terme est plus généralement utilisé à propos d'actions entreprises par un État en direction de la population d'un autre pays.

LE *SOFT POWER* COMME FONDEMENT

En 1991, le chercheur américain Joseph Nye cherche à expliciter les sources de la puissance des États-Unis, alors devenus la seule superpuissance mondiale. Il développe l'idée que cette puissance américaine repose sur deux piliers distincts, mais complémentaires. Il s'agit du *hard power*, ou « puissance dure », constituée des forces militaires et économique permettant de contraindre un État à agir comme les États-Unis le souhaitent; et du *soft power*, ou « puissance douce », constituée de la culture, des idées et des valeurs américaines, qui, une fois partagés, amènent les autres pays à penser et à agir dans la même optique que les États-Unis. Ainsi, le *soft power* vient renforcer le *hard power* en poussant les autres pays vers une position favorable aux États-Unis sans que ces derniers n'aient besoin d'utiliser la contrainte, bien qu'ils en soient capables. Toutefois, comme le remarque Brian Hocking², ce renforcement n'est effectif qu'à la condition que les actions entreprises dans le domaine du *hard power* soient compatibles avec les idées et valeurs composant le *soft power*. En effet, si ce n'est pas le cas, la crédibilité de l'État instigateur n'est plus assurée. Par exemple, il est de plus en plus difficile pour le Canada de se reposer sur son image de « contributeur à la paix mondiale » dans la mesure où sa participation au sein de l'Organisation des Nations Unies (ONU), notamment dans les opérations de maintien de la paix, a grandement diminué au cours des dernières années.

Depuis leur création, les concepts de *hard power* et de *soft power* ont été affinés à l'aide de plusieurs précisions, parfois apportées par Joseph Nye lui-même. Deux éléments nous semblent particulièrement importants. Tout d'abord, l'utilisation simultanée et complémentaire de ces deux formes de puissance a reçu le nom de *smart power* ou « pouvoir intelligent », disqualifiant définitivement l'idée qu'un pays puisse négliger l'un ou l'autre des deux aspects. Ensuite, Walter Russel Mead a introduit la notion de *sticky power* ou « puissance attractive » pour désigner l'action spécifique de l'économie et des institutions de régulation dans la puissance des États-Unis³. Il montre ainsi que les États-Unis amènent les autres pays à adhérer à un système économique libéral à travers le mécanisme du libre-échange et les institutions issues des accords de Bretton Woods. Or, une fois intégré dans ce système, il n'est plus possible – ou du moins, extrêmement complexe – pour un pays d'en sortir. Cela permet au pays dominant le système d'exercer une influence, voire une contrainte, sur les autres. L'utilisation du dollar américain comme monnaie internationale donne par exemple aux décisions de la Réserve fédérale une portée mondiale. De la même façon, le *sticky power* peut devenir coercitif à l'image des pressions exercées par les États-Unis sur l'Égypte sous la forme d'une

2 Brian Hocking (2005) « Rethinking the 'new' public diplomacy », dans Jan Melissen, *The new public diplomacy. Soft power in international relations*, 2005, Palgrave Macmillan, New York

3 Walter Russel Mead, 1^{er} mars 2004, « America's sticky power », *Foreign Policy* [en ligne], http://www.foreignpolicy.com/articles/2004/03/01/americas_sticky_power

suspension de l'aide militaire tant que la démocratie ne serait pas restaurée⁴.

À partir de cette distinction de différentes sources de puissance, il est possible de comprendre pourquoi la diplomatie publique est très souvent présentée comme relevant du *soft power*, mais il est toutefois préférable d'ajouter un élément à la définition de Joseph Nye, à savoir : le succès, comme l'expliquent Frédéric Mayer et Nelson Michaud dans leur allocution :

La raison pour laquelle un État change ses politiques, c'est pour avoir un plus grand succès dans ses activités tant au niveau local qu'au niveau international. Le meilleur modèle à suivre est naturellement celui qui a déjà eu du succès.

Frédéric Mayer et Nelson Michaud

Ainsi, un État qui a du succès dans un domaine devient un modèle pour les autres, qui cherchent à l'imiter. En conséquence, « l'État modèle » possède un grand *soft power* dans le domaine où il réussit. Cependant, il ne serait pas judicieux pour cet État de prendre une position attentiste jusqu'à ce que les autres l'imitent : il est préférable qu'il projette à l'extérieur de ses frontières l'image de sa réussite pour apparaître comme un acteur important sur la scène internationale. C'est dans cette projection de la réussite à l'extérieur qu'intervient la diplomatie publique. Comme l'expriment Frédéric Mayer et Nelson Michaud :

*[...] la diplomatie publique serait l'approche utilisée lorsqu'un gouvernement adresse son *soft power* à la population d'un autre État avec l'intention que celle-ci fasse pression sur son gouvernement pour qu'il adopte certaines solutions qui soutiendront ses intérêts.*

Frédéric Mayer et Nelson Michaud

De ce fait, la diplomatie publique devient une composante du *soft power* d'un État, ou plutôt, l'incarnation concrète de son *soft power* lorsqu'il l'utilise pour influencer la population d'un autre pays, ce qui explique pourquoi la diplomatie publique est généralement liée, voire assimilée, au *soft power*. Néanmoins, une étude détaillée de la diplomatie publique nous permet d'élargir quelque peu cette définition.

LA DIPLOMATIE PUBLIQUE, QU'EST-CE QUE C'EST?

Afin d'aller au-delà de la définition proposée par Edmond Gullion, qui est plutôt succincte et généraliste, d'autres auteurs ont tenté de préciser ce qu'était la diplomatie publique. Paul Sharp la décrit comme « le processus par lequel des relations directes sont entretenues avec la population d'un pays dans le but de faire progresser les intérêts et d'étendre les valeurs de ceux qui sont

4 Hélène Sallon, 10 octobre 2013, « Israël s'inquiète de la suspension de l'aide militaire américaine à l'Égypte », *Le monde* [en ligne], http://www.lemonde.fr/afrique/article/2013/10/10/israel-s-inquiete-de-la-suspension-de-l-aide-militaire-americaine-a-l-egypte_3493466_3212.html

représentés »⁵ et en 1990, dans *Communicating with the world : U.S. public diplomacy overseas*, Hans Tuch était légèrement plus précis lorsqu'il présente la diplomatie publique comme « un processus de communication gouvernementale avec des publics étrangers dans le but de leur apporter une compréhension des idées et idéaux du pays, de ses institutions et de sa culture, ainsi que des objectifs et politiques nationaux »⁶. De ce fait, l'action de diplomatie publique d'un État va plus loin qu'un simple intérêt pour les opinions publiques étrangères : elle vise à apporter une meilleure compréhension de l'État émetteur aux populations ciblées pour les rendre favorables à ce dernier.

Néanmoins, il est évident que cet objectif d'influence est totalement rejeté si la population ciblée le perçoit. D'ailleurs, ce genre de situation est particulièrement d'actualité depuis qu'Internet et les réseaux sociaux se sont généralisés. Grâce à ces nouveaux mécanismes d'information, les populations utilisent de nombreuses sources d'information, qui augmentent fortement leur capacité critique. Les individus sont aujourd'hui capables d'avoir accès à des analyses diversifiées, de relier différents éléments pour en tirer des conclusions, de critiquer les affirmations officielles, etc. L'échec de la campagne publicitaire menée par les États-Unis en Indonésie pour lutter contre un antiaméricanisme croissant depuis la « guerre contre le terrorisme » lancée par George W. Bush et l'invasion de l'Irak, actions qui ont été comprises dans plusieurs pays musulmans comme des positions antimusulmanes⁷, illustre bien cette nouvelle réalité. Montrant des familles musulmanes heureuses, vivant aux États-Unis, cette campagne avait pour objectif de réduire l'antiaméricanisme en tentant de convaincre les populations musulmanes qu'il n'y avait pas d'incompatibilité entre l'Islam et les États-Unis. L'intention d'influencer la population était trop évidente et, par conséquent, cette campagne a été très mal reçue par la population indonésienne. Elle a eu l'effet inverse à celui qui était recherché et s'est traduit par le maintien voire l'augmentation de l'antiaméricanisme.

En règle générale, les actions de diplomatie publique masquent donc leur objectif d'influence. Elles s'affirment comme des activités qui visent à favoriser la compréhension mutuelle et la coopération, et cherchent à se justifier par le fait que les populations qui possèdent une meilleure connaissance d'un État collaborent plus souvent avec lui et sont plus susceptibles de se montrer favorables aux intérêts de ce dernier. Dans une telle perspective, la diplomatie publique peut être définie comme un processus de communication gouvernementale qui est dirigé vers une population étrangère dans le but d'accroître la compréhension que celle-ci a de l'État émetteur et de la rendre plus favorable à ses intérêts.

Le champ d'application des activités de diplomatie publique est extrêmement vaste. Qu'elle cherche à promouvoir les réussites de l'État émetteur ou simplement à expliquer ses actions et valeurs, tous les domaines peuvent être concernés par la diplomatie publique. Certains semblent néanmoins plus propices que d'autres à une action de diplomatie publique. C'est le cas, par exemple, du domaine des

5 Paul Sharp (2005) « Revolutionary states, outlaw regimes and the techniques of public diplomacy », dans Jan Melissen, *op. cité*, 2005, New York, traduction libre

6 Hans Tuch, *Communicating with the world : U.S. public diplomacy overseas*, 1990, St. Martin's press, New York, cité dans Jan Melissen (2005) « The new public diplomacy : between theory and practice » dans Jan Melissen, *op. cité*, 2005, New York, traduction libre

7 Voir notamment : http://www1.rfi.fr/actufr/articles/042/article_22297.asp

politiques publiques, qui peuvent facilement être présentées à des populations étrangères de manière à leur faire apparaître les avantages qu'elles auraient à ce que leur gouvernement s'en inspire pour corriger certains problèmes dans leur propre société.

Il n'est pas sans intérêt de signaler que la *Politique nationale de recherche et d'innovation* (PNRI), adoptée par le gouvernement du Québec en octobre 2013, fournit un bel exemple de la façon dont un État peut s'appuyer sur sa réussite dans certains domaines pour renforcer sa diplomatie publique. Ainsi, cette politique mentionne que :

[...] on trouve à l'étranger un nombre important de chercheurs spécialisés en études québécoises. Leurs travaux rendent compte d'une partie de notre singularité. Cela nous offre des possibilités de maillage qui sont essentielles pour prendre notre place dans le monde. Pour plusieurs de ces chercheurs, le Québec constitue une forme de laboratoire. On s'y intéresse à notre littérature, à notre musique, à nos mouvements sociaux et à notre façon de régler les conflits.

PNRI

Parmi les différents objectifs que poursuit cette politique, il y en a certains qui relèvent nettement d'une action de diplomatie publique. C'est le cas notamment de celui qui consiste à développer ce réseau de chercheurs étudiant le Québec, afin d'améliorer la connaissance et la compréhension du Québec à l'étranger et, éventuellement, d'y augmenter son influence. Cette dernière pourra ensuite se traduire de différentes façons : le gouvernement national pourrait adopter des politiques similaires à celles du Québec, les entreprises québécoises deviendraient capables d'exporter plus facilement vers le pays en question puisque leur expertise serait reconnue, etc. Ainsi, le Québec retirera de son action de diplomatie publique un gain, politique en s'affichant comme un modèle à suivre ou économique en augmentant le volume d'activité de ses entreprises.

L'exemple précédent illustre le fonctionnement de la diplomatie publique dans un contexte bilatéral impliquant le Québec et un autre pays. Cependant, dans le monde globalisé d'aujourd'hui, plusieurs situations nécessitent une approche multilatérale. À nouveau, il est possible pour un État d'utiliser la diplomatie publique afin de favoriser sa position, cette fois au niveau international. En effet, en influençant les populations des autres pays pour qu'elles soient favorables à son point de vue, l'État émetteur peut facilement amener l'État ciblé à adopter sa position, car la population de ce dernier y est favorable! En contournant les représentants d'un État pour s'adresser directement à sa population, la diplomatie publique permet alors de « forcer la main » aux représentants, puisqu'il leur est difficile de défendre une orientation politique que leur population ne soutient pas.

À cet égard, l'action que le gouvernement du Québec a menée il y a une dizaine d'années lors de l'adoption en 2005 à l'UNESCO de la *Convention sur la protection et la promotion de la diversité des expressions culturelles*, puis de la ratification de cette convention par le plus grand nombre possible d'États est fort éclairante sur le fonctionnement de la diplomatie québécoise et la place que peut occuper la diplomatie publique dans un contexte multilatéral. N'ayant ni le poids ni le statut politique voulus pour avoir à lui seul une influence significative sur le processus d'adoption puis de ratification

de cette convention, qui lui garantit la protection du droit de pouvoir soutenir la culture québécoise, le gouvernement du Québec s'en est fait l'un des plus ardents promoteurs, en menant à la fois une action de diplomatie « classique », notamment auprès des pays membres de l'Organisation internationale de la Francophonie (OIF), avec le soutien principalement du gouvernement français et du gouvernement canadien, et une action de diplomatie publique, d'abord auprès des populations des pays francophones et par la suite de celles de pratiquement tous les pays du monde, avec le soutien de la société civile, représentée par *La Coalition pour la diversité culturelle*. Cette Coalition, qui regroupe une trentaine d'associations d'artistes et d'autres professionnels de la culture, du Québec et d'ailleurs au Canada, a joué un rôle déterminant pour promouvoir les bienfaits de cette convention auprès des acteurs de la société civile de différents pays dans le monde, qui à leur tour ont fait pression sur leurs concitoyens et leurs gouvernements pour qu'ils se prononcent en faveur de l'adoption puis de la ratification de la convention. Grâce à cette intense action de diplomatie publique, en plus des gains politiques directs liés à l'adoption de la convention, le gouvernement du Québec a projeté l'image d'un acteur entreprenant dans l'amélioration des normes en vigueur au plan international.

L'élément important à retenir de cet épisode récent des relations internationales, c'est que la diplomatie publique n'est pas menée uniquement par un État. Bien au contraire, elle implique d'autres acteurs qui font très souvent partie de réseaux. Les organisations non gouvernementales (ONG), les associations, les syndicats ou encore les groupes industriels et commerciaux peuvent exercer une action de diplomatie publique en militant en faveur d'un pays à travers des manifestations ou des actions de lobbying. Un gouvernement initie généralement l'action, mais celle-ci peut également provenir d'un acteur qui se juge concerné et apte à agir, quitte à ce que son action soit ensuite rattachée à celle du gouvernement. De ce fait, les acteurs du champ de la diplomatie publique peuvent être très nombreux et provenir des secteurs publics, parapublics ou privés. Comme le signale Andrew Davis, le Délégué du gouvernement de la Catalogne aux États-Unis, certains de ces acteurs peuvent jouer un rôle important quand vient le temps de veiller à ce que l'opinion des populations étrangères soit conforme à la réalité de leur pays :

Pour en donner un exemple, il existe un groupe qui s'appelle « Col·lectiu Emma », réseau de Catalans et de non-Catalans vivant dans divers pays qui se dédient au suivi et à l'examen des reportages d'actualité sur la Catalogne dans les médias internationaux. En clarifiant et questionnant les informations présentées dans les médias, leur but est d'assurer que l'opinion publique mondiale ait une image légitime de la réalité du pays, aujourd'hui et dans l'histoire.

Andrew Davis

De plus, dans certains cas, ces acteurs exercent une activité de diplomatie publique grâce à l'influence qu'ils possèdent sur la société à laquelle ils appartiennent. Il s'agit notamment des intellectuels, des journalistes et des artistes. Ces personnes étant capables d'influer sur l'évolution de l'opinion des sociétés, elles sont des acteurs majeurs de la diplomatie publique, autant lorsqu'elles se rendent à l'étranger pour présenter ou promouvoir leur pays d'origine que lorsqu'elles s'expriment en faveur d'un autre gouvernement au sein de leur propre pays.

Comme l'explique Brian Hocking⁸, la diplomatie publique a été fortement marquée par la mise en réseau des sociétés, à la fois virtuellement à travers les réseaux sociaux et physiquement avec l'internationalisation de nombreux mouvements et organisations non gouvernementales. Que ce soit en utilisant Facebook et Twitter ou en participant aux actions de Greenpeace et du mouvement Occupy, les citoyens d'un grand nombre de pays répartis sur toute la surface du globe sont aujourd'hui en communication les uns avec les autres à une fréquence extrêmement élevée. Deux conséquences, potentiellement contradictoires, en découlent pour la diplomatie publique. Tout d'abord, les affirmations des représentants d'État pratiquant la diplomatie publique font partie d'un flot d'informations diverses dans lequel elles sont facilement noyées. Autrement dit, la mise en réseau nuit fortement à la capacité d'être entendue, essentielle pour la diplomatie publique. D'un autre côté, cette circulation des informations crée une incertitude, du fait des nombreuses contradictions et erreurs, qui renforce la nécessité d'avoir une action de diplomatie publique pour un État, afin d'assurer que les populations étrangères comprennent correctement ses actions. À cet égard, il est remarquable que la mise en réseau des sociétés ait contribué à lier les dimensions domestiques et internationales de la politique des États. Un élément de politique étrangère peut avoir des répercussions sur le plan national, tout comme un élément de politique nationale peut rejaillir sur la scène internationale. Ainsi, le rejet du Protocole de Kyoto par le Canada pour des considérations domestiques, alors même qu'il fut l'un des pays industrialisés les plus impliqués dans la signature de cet accord, a fortement nui à son image et à sa crédibilité sur le plan international.

À ce propos, il nous semble indiqué de souligner que les États non souverains, comme le Québec ou la Catalogne, sont plus susceptibles que les pays souverains d'être fortement contraints par les liens qui peuvent exister entre des problématiques domestiques et internationales du fait qu'ils doivent également gérer leurs relations avec l'État central. Ainsi, en nous inspirant de l'image de Robert D. Putnam⁹ d'un jeu à deux niveaux, nous pouvons dire que les États non souverains mènent un jeu à trois niveaux : domestique, fédéral et international. Les activités de diplomatie publique de ces États non souverains, aussi nommée paradiplomatie par plusieurs auteurs, sont donc cruciales, puisqu'elles doivent permettre de défendre et de faire valoir leurs positions tant auprès de leur État central qu'auprès d'autres pays, *à fortiori* lorsque la position de l'État non souverain diffère, voir s'oppose, à celle de son État central, comme c'est actuellement le cas entre le Québec et le Canada à propos de la lutte contre le réchauffement climatique.¹⁰

QUELQUES DISTINCTIONS À RETENIR

La diplomatie publique a fait l'objet de nombreuses définitions depuis son retour à l'avant-scène des relations internationales au début des années 2000. Plusieurs confusions ont pu apparaître, notamment avec les notions de propagande, de *branding* et de philanthropie. D'où l'importance de

8 Brian Hocking dans Jan Melissen, *op. cité*, 2005, New York

9 Robert D. Putnam (1988) « Diplomacy and domestic politics: the logic of two-level games », *International Organization*, vol. 42, n°3, pp. 427-460

10 Voir le texte d'Annie Chaloux situé en annexe pour plus de détails à propos de cette situation.

rétablir la distinction entre ces différentes pratiques.

○ **Diplomatie publique et propagande**

L'une des critiques communément formulées par un État dont la population est ciblée par la diplomatie publique d'un autre pays est de la qualifier de propagande. Cette notion, fortement connotée négativement depuis la Seconde Guerre mondiale et la Guerre froide, peut s'approcher de la diplomatie publique dans la mesure où la propagande cherche à influencer la population ciblée en diffusant des idées, une culture, un objectif national, etc. Ainsi, diplomatie publique et propagande utilisent la même « matière première ». Toutefois, une distinction nette apparaît dès que leurs objectifs respectifs sont mis en lumière : si la diplomatie publique cherche à apporter une compréhension dans une perspective d'ouverture d'esprit et d'échange, la propagande tente au contraire, grâce à une action systématique de « matraquage », de restreindre la capacité critique de la population ciblée dans le but d'établir une pensée unique¹¹.

○ **Diplomatie publique et *branding***

La diplomatie publique étant avant tout une question de communication, il est aisé de comprendre que la notion d'image y est très importante. En effet, la façon dont un État est perçu à l'étranger détermine sa crédibilité et sa capacité à être écouté, qui sont fondamentales pour créer la confiance nécessaire à l'instauration d'un véritable dialogue. Il est d'ailleurs intéressant de remarquer que plusieurs pays ont développé un programme de diplomatie publique en réaction à une opinion négative croissante ou à une image nationale écornée. De même, il est notable que les stéréotypes et les images ont une influence sur la perception d'un État à l'étranger et donc sur sa capacité de diplomatie publique. Par exemple, l'affaire des caricatures de Mahomet en 2005 a durablement compromis l'image du Danemark auprès des pays musulmans.

Ce poids de l'image dans les relations internationales a amené des entrepreneurs et des États à considérer l'application des techniques de marketing pour améliorer et/ou modifier certains aspects de leur image. Cela a donné naissance à la technique du *branding*, mot signifiant « création d'une marque » dans le langage du marketing. Cette technique vise à mobiliser toutes les composantes d'une société autour d'une image nationale particulière, qui est ensuite projetée à l'étranger. Comme le montre Jan Melissen¹², cette approche holistique, à la fois sur le plan des acteurs impliqués et sur celui de l'image, créée de toutes pièces, rend cependant le projet extrêmement coûteux et complexe, sans garantir son succès, car la perception d'un État à l'étranger relève de nombreux facteurs difficiles à maîtriser et elle ne se modifie que lentement. Le *branding* s'efforce néanmoins de changer cette perception afin de faire distinguer le pays qui le pratique des autres en accentuant ses spécificités. En ce sens, un certain antagonisme apparaît entre les objectifs de la diplomatie publique et ceux du *branding*, puisque ce dernier cherche à différencier, tandis que la diplomatie publique souhaite rapprocher les populations en favorisant la compréhension mutuelle. Cependant, des actions de

11 Jan Melissen (2005) « The new public diplomacy : between theory and practice » dans Jan Melissen, *op. cité*, 2005, New York

12 Jan Melissen (2005) « The new public diplomacy : between theory and practice » dans Jan Melissen, *op. cité*, 2005, New York

branding et de diplomatie publique peuvent se compléter dans la mesure où l'affirmation de la spécificité par le premier est utilisée par la seconde pour faciliter la compréhension du pays d'origine à l'étranger. Il est également notable que le *branding* peut s'avérer nécessaire pour certains États, qui souhaitent être clairement distingués sur la scène internationale, et ce notamment pour des raisons politiques. À titre d'exemple, la République tchèque a eu à intervenir pour dissiper d'éventuelles confusions avec la Tchétchénie¹³. Les États non souverains sont également souvent tentés de faire appel au *branding* pour établir une distinction nette entre eux et leur État central. Toutefois, leurs moyens étant limités, les États non souverains mènent généralement une action de *branding* incomplète en n'insistant que sur un ou quelques aspects distinctifs plutôt que de définir une image exhaustive. Comme le montre Annie Chaloux, le cas du gouvernement libéral de Jean Charest au Québec est un bon exemple :

Le Québec a choisi d'orienter son discours autour des questions énergétiques, afin de promouvoir l'image d'un géant énergétique vert. Il a tenté de faire de l'énergie verte québécoise une image de marque et de promotion du Québec au niveau international.

Annie Chaloux

o **Diplomatie publique et philanthropie**

La diplomatie publique doit également être différenciée de la philanthropie, car leurs objectifs diffèrent. La diplomatie publique cherche à améliorer la perception et la compréhension de l'État émetteur par la population ciblée. La philanthropie peut certes contribuer à améliorer la perception de celui qui la pratique, mais ce n'est qu'un effet secondaire de son action. En effet, comme le montre Ludovic Tournès¹⁴, sous couvert de « faire le bien », la philanthropie se fonde d'abord sur une croyance forte en un universalisme que nous pourrions résumer par « ce qui est bon chez nous l'est aussi ailleurs ». Ainsi, l'action philanthropique apparaît comme unidirectionnelle : elle ne cherche pas à provoquer un échange, une discussion, mais à instaurer chez la population ciblée une situation similaire à celle du pays d'origine. L'auteur de l'action se place – consciemment ou non – dans un rapport de domination vis-à-vis de celui qu'il « aide ». Au contraire, la diplomatie publique se base sur un rapport d'égalité entre les intervenants : l'échange, qu'elle a pour objectif de faciliter, nécessite que tous soient considérés de la même façon.

La diplomatie culturelle, qu'est-ce que c'est?

Les échanges culturels existent depuis l'Antiquité sous forme de voyages d'intellectuels ou d'artistes dans des pays étrangers afin d'échanger des idées et des techniques ou simplement de trouver l'inspiration. Ces voyages permettaient également d'établir des relations amicales durables entre les individus, comme le prouvent par exemple les nombreux courriers échangés entre les écrivains et

¹³ Voir notamment l'article dans *La Presse* : Hugo Pilon-Larose, « La République tchèque n'est pas la Tchétchénie, rappelle l'ambassadeur », 20 avril 2013, *La Presse*, <http://www.lapresse.ca/international/dossiers/attentats-de-boston/201304/20/01-4642917-la-republique-tcheque-nest-pas-la-tchetchenie-rappelle-lambassadeur.php>

¹⁴ Ludovic Tournès, « La fondation Rockefeller et la naissance de l'universalisme philanthropique américain » dans *Critique internationale*, 2007, vol. 2, n°35, p. 173-197

intellectuels européens participant aux Lumières de la Renaissance. À travers ces relations, une véritable compréhension mutuelle des idéaux, des cultures et des politiques respectives a pu se développer, aboutissant à des travaux collaboratifs ou comparatifs, à l'image du philosophe politique Alexis de Tocqueville écrivant sur le système pénitentiaire américain dans le but de favoriser la réforme des prisons françaises¹⁵. De nos jours, ces échanges culturels existent toujours, mais leur ampleur a énormément augmenté et ils sont souvent doublés d'une volonté de la part des individus de répandre certaines valeurs comme la liberté d'expression ou la démocratie. De ce fait, la frontière entre les échanges culturels et la diplomatie publique se brouille, en particulier lorsque la diplomatie publique se saisit des échanges culturels pour remplir ses objectifs, notamment en les subventionnant. Comme Mette Lending l'exprime :

Les échanges culturels ne sont pas seulement de « l'art » et de la « culture », ils sont également la communication d'une pensée nationale, de la recherche, du journalisme et des débats d'une nation. Dans cette perspective, les espaces traditionnels des échanges culturels deviennent une nouvelle forme de communication internationale et le développement de la « diplomatie publique » se fait en réaction à la connexion étroite entre les activités culturelles, médiatiques et diplomatiques résultant de nouvelles réalités sociales, économiques et politiques¹⁶

Mette Lending

Il convient cependant de remarquer que ce « mélange » entre les échanges culturels et la diplomatie publique n'est pas sans conséquence. Tout d'abord, les diplomates n'ont pas toujours la formation nécessaire à la gestion efficace des échanges culturels, alors même qu'ils ont de plus en plus besoin de se reposer sur les réseaux qui en sont issus pour remplir leur mission. Ensuite, « l'intrusion » de la diplomatie publique dans les échanges culturels fait courir le risque que les artistes, intellectuels, etc. soient perçus comme politisés, ce qui va nuire à leur crédibilité et ainsi, paradoxalement, diminuer leur capacité à remplir une mission de diplomatie publique en créant un canal d'échange et de compréhension entre deux pays. En conséquence, la « diplomatie culturelle », nom donné à l'association de la diplomatie publique avec les échanges culturels, n'est positive que si cette participation est suffisamment distante pour ne pas donner à ces échanges une dimension politique.

La diplomatie sportive constitue un domaine important de la diplomatie culturelle, puisque l'organisation d'événements sportifs, reconnus comme politiquement neutres, permet à la fois d'établir des relations politiques avec d'autres pays et d'exister sur la scène internationale. Par exemple, des matchs de ping-pong ont servi de préambule aux rétablissements des relations diplomatiques entre la Chine et les États-Unis au cours de la Guerre froide. De même, aujourd'hui, un pays comme le Qatar parvient à occuper une place très importante sur la scène internationale, car il est un acteur incontournable dans les institutions sportives internationales, ainsi que dans l'organisation et la diffusion des événements sportifs partout autour du globe. La diplomatie sportive semble alors être

15 Jean Heffer, « Alexis de Tocqueville, *Oeuvres complètes*, tome IV, *Écrits sur le système pénitentiaire en France et à l'étranger* » dans *Annales. Économie, société, civilisations*, 1986, vol. 41, n°3, pp. 724-726 [en ligne], http://www.persee.fr/web/revues/home/prescript/article/ahess_0395-2649_1986_num_41_3_283304_t1_0724_0000_000

16 Mette Lending, 2000, *Change and renewal : Norwegian foreign cultural policy 2001-2005*, Royal Norwegian Ministry of Foreign Affairs, Oslo, cité dans Jan Melissen (2005) « The new public diplomacy : between theory and practice » dans Jan Melissen, *op. cit.*, 2005, New York, traduction libre

une forme réussie de diplomatie culturelle, puisqu'elle permet de poursuivre des objectifs politiques tout en maintenant la neutralité de l'échange culturel réalisé à travers le sport.

CONCLUSION

Dans cette première partie, nous avons focalisé notre analyse sur les aspects théoriques reliés à la diplomatie publique et culturelle dans le but d'obtenir une idée claire de leur signification et de leurs implications. Il en ressort que la diplomatie publique est un processus de communication gouvernemental en direction d'une population étrangère afin que celle-ci connaisse les valeurs du pays émetteur et comprenne ses décisions politiques, ce qui – idéalement – la rend bienveillante à l'égard du pays émetteur et l'amène à militer en sa faveur. Quant à la diplomatie culturelle, il s'agit de l'utilisation des échanges culturels par les acteurs de la diplomatie publique, puisque ces échanges sont autant de canaux de communication par lesquels il est possible de faire transiter une vision du monde.

Cependant, comme nous l'avons souligné, l'efficacité de la diplomatie publique et culturelle ne se mesure que très rarement sur le court terme : les processus d'échange, de compréhension et d'appropriation de la culture étrangère déclenchés par les actions de diplomatie publique et culturelle nécessitent généralement un certain temps pour produire leurs effets. De plus, la franchise et la subtilité sont essentielles à la réussite de la diplomatie publique et culturelle : notamment grâce à Internet, les populations ont aujourd'hui accès à de nombreuses sources d'information qui leur permettent de développer une capacité critique suffisante pour identifier les situations dans lesquelles un pays tente de diffuser une image surestimée de sa réalité.

Dans cette partie, nous avons également établi que la diplomatie publique et culturelle doit être distinguée des activités de propagande, de *branding* et de philanthropie. Bien qu'il soit possible de faire plusieurs rapprochements, les objectifs et/ou les schémas de pensée qui sous-tendent ces trois activités diffèrent de ceux de la diplomatie publique et culturelle. Il est notable que la confusion entre ces notions est à l'origine de nombreuses critiques, pas toujours correctement fondées, envers la diplomatie publique et culturelle.

Enfin, nous avons tenté de mettre en évidence le fait que le champ d'application de la diplomatie publique et culturelle est extrêmement vaste, puisqu'il englobe presque l'intégralité des échanges entretenus par les États. Les séjours de personnalités, de journalistes, d'artistes, d'étudiants et de sportifs donnent lieu à des actions de diplomatie publique et culturelle, de même que les expositions itinérantes, les spectacles et festivals. Pour simplifier, toutes les activités rattachées à un État et produites dans un autre, à l'exception des échanges économiques, constituent des actions de diplomatie publique et culturelle. L'exclusion de l'économie peut d'ailleurs être discutée, puisque si les échanges économiques ne relèvent pas en tant que tels de la diplomatie publique et culturelle, cette dernière peut exercer une forte influence sur eux.

LA DIPLOMATIE PUBLIQUE ET CULTURELLE EN PRATIQUE

Dans la première partie de ce document, nous avons abordé différents aspects théoriques de la diplomatie publique et culturelle. Nous avons ainsi pu clarifier la nature des actions qui relèvent de cette diplomatie plutôt que de la diplomatie « classique » et identifier les champs d'activités dans lesquels elle se manifeste principalement. Dans cette seconde partie, nous allons décrire les pratiques de diplomatie publique et culturelle développées par les pays représentés lors du colloque de l'AIEQ, en nous efforçant de mettre en évidence les spécificités de chaque État aussi bien que les ressemblances et différences entre eux. Cette description se fera à l'aide de courtes synthèses comprenant un bref historique de l'apparition ainsi que de l'évolution de cette diplomatie dans chacun des États, un rappel des objectifs justifiant sa mise en place ainsi que son maintien et, finalement, des informations concernant l'organisation de son dispositif et les moyens employés.



LES PAYS SOUVERAINS

o L'Allemagne

Historique

La diplomatie publique et culturelle allemande se développe à la fin du 19^e siècle et au début du 20^e en concurrence avec son équivalente française. Cependant, l'arrivée du régime nazi dans les années 1930 provoque la transformation des instruments allemands de diplomatie publique et culturelle en outils de propagande. Il faut attendre la fin de la Seconde Guerre mondiale pour voir la diplomatie publique et culturelle allemande renaître au sein de la République fédérale allemande (RFA). Comme l'a rappelé Ulrich Ufer dans sa communication, l'Institut pour les relations avec l'étranger (IfA), les Instituts Goethe et la Fondation Alexander von Humboldt ont été fondés ou recréés respectivement en 1949, 1951 et 1953. Les Instituts Goethe, qui sont probablement l'incarnation la plus connue de la diplomatie publique et culturelle allemande, poursuivent la mission de la Deutsche Akademie, à savoir la promotion de l'enseignement de la culture et de la langue allemandes à l'étranger. Quant à la Fondation Alexander von Humboldt, elle finance des séjours permettant à des chercheurs étrangers de réaliser leurs travaux en Allemagne. Pour sa part, l'Institut pour les relations avec l'étranger (IfA) reprend l'objectif de l'Institut allemand pour l'étranger en cherchant à promouvoir la coexistence pacifique et enrichissante des peuples grâce aux échanges artistiques et culturels. Comme Hans-Jürgen Lüsebrink l'a souligné dans sa propre communication, cette « nouvelle » diplomatie publique et culturelle de l'Allemagne cherche alors à se dissocier de l'héritage du régime nazi en mettant de l'avant une Allemagne démocratique, progressiste et cosmopolite.

La diplomatie publique et culturelle allemande est également enrichie par la présence de nombreuses écoles allemandes à l'étranger. En 1968, un Bureau central pour les écoles à l'étranger (*Zentralstelle für das Auslandsschulwesen*, ZfA) a été fondé par le gouvernement allemand afin de soutenir leur fonctionnement, notamment en fournissant des moyens financiers et du matériel pédagogique¹⁷. L'action de promotion de la langue et de la culture allemande à travers l'apprentissage, menée par les écoles allemandes à l'étranger, est renforcée par les nombreux programmes d'échanges universitaires mis en place par l'Office allemand d'échanges universitaires (DAAD). Ce dernier, fondé en 1950, a pour objectifs de soutenir les échanges d'étudiants (Allemands allant à l'étranger et étrangers venant en Allemagne), de favoriser la coopération entre les secteurs éducatifs allemand et étranger et de promouvoir l'enseignement des études et de la langue allemandes à l'étranger.

Depuis 2009, le gouvernement allemand a ajouté un nouvel instrument à sa diplomatie publique et culturelle en installant cinq Maisons des sciences et de l'innovation à l'étranger, dans le cadre de l'Initiative 2009 de politique scientifique extérieure¹⁸. Ces Maisons constituent autant de vitrines pour promouvoir l'excellence de la recherche et de l'innovation en Allemagne. Elles permettent également de favoriser l'établissement de relations entre les chercheurs allemands et étrangers et ce faisant

17 Source : site du ZfA, traduction libre, <http://www.bva.bund.de/DE/DasBVA/Rueckblick/rueckblick-node.html>

18 Source : Ambassade de France en Allemagne, *Bulletin électronique Allemagne*, 21/01/2009, numéro 420, disponible en ligne, <http://www.bulletins-electroniques.com/actualites/57391.htm>

d'encourager le développement de coopérations scientifiques internationales. Ainsi, l'Allemagne prend acte des évolutions contemporaines de l'économie et utilise son expertise pour améliorer sa position sur la scène internationale.

Dans le domaine des médias, l'Allemagne peut compter sur la radio *Deutsche Welle* pour diffuser internationalement des émissions à propos de l'Allemagne et de sa culture, en allemand et dans 29 autres langues. De plus, la chaîne de télévision Arte, coproduction franco-allemande, diffuse depuis 1992 des programmes à la fois en allemand et en français afin de promouvoir la compréhension et la coopération entre les deux peuples. Pour faciliter ses activités de diplomatie publique et culturelle, le gouvernement allemand peut aussi compter, depuis 2002, sur deux fondations : la Fondation Max Weber qui réalise et diffuse des recherches historiques, économiques, culturelles et sociales à partir de dix centres situés à l'étranger¹⁹, et la Fondation culturelle du gouvernement fédéral allemand qui finance des projets artistiques et culturels à l'échelle internationale²⁰. Le secteur associatif participe également à la diplomatie publique et culturelle allemande, principalement sur la base de collaborations bilatérales, mises en place par des organismes tels que la Société germano-canadienne ou l'Association allemande pour les relations culturelles à l'étranger qui entretient des programmes d'échanges avec sept pays (Argentine, Brésil, Paraguay, Chili, Salvador, Namibie et Russie).²¹

Objectifs

Aux côtés de l'économie et de la politique, le *Federal Foreign Office* considère les relations culturelles (incluant l'éducation) comme l'un des fondements de la politique étrangère de l'Allemagne. À cet égard, il a établi une série d'objectifs pour sa politique de relations éducatives et culturelles :

- promouvoir l'image de l'Allemagne en tant que pays possédant une scène culturelle vivante, diversifiée et reconnue internationalement;
- renforcer la place de l'Allemagne comme pays favorables aux études, à la science et à la recherche, par exemple en fournissant des bourses aux étudiants et aux jeunes chercheurs prometteurs provenant de tous les pays du monde;
- renforcer l'intérêt pour la langue allemande en Europe et ailleurs dans le monde;
- participer à la prévention des crises et des conflits internationaux en aidant, par exemple, à reconstruire des écoles et des universités en Afghanistan;
- promouvoir l'intégration européenne, notamment en introduisant des standards de formation et d'éducation à l'échelle européenne;
- préserver la diversité culturelle mondiale en soutenant, par exemple, des projets de restauration des sites culturels menacés dans les pays en développement;
- créer des bases stables pour les relations internationales futures en favorisant le dialogue et les rencontres.²²

19 Source : site de la Fondation Max Weber, traduction libre, <http://www.maxweberstiftung.de/en/ueber-uns.html>

20 Source : site de la Fondation culturelle du gouvernement fédéral allemand, traduction libre, <http://www.kulturstiftung-des-bundes.de/cms/en/stiftung/>

21 Ce résumé est fortement inspiré des textes de Ulrich Ufer et Hans-Jürgen Lüsebrink qui se trouvent en annexes.

22 Source : site du Federal Foreign Office, traduction libre, http://www.auswaertiges-amt.de/EN/Aussenpolitik/KulturDialog/ZieleUndPartner/ZielePartner_node.html

Organisation

Le dispositif de diplomatie publique et culturelle allemand s'organise autour de neuf institutions qui disposent chacune de leur champ d'expertise et collaborent en permanence :

- les Instituts Goethe, qui font la promotion de l'enseignement de la culture et de la langue allemandes à l'étranger;
- la Fondation Alexander von Humboldt, qui finance des séjours de chercheurs étrangers en Allemagne;
- l'Institut pour les relations avec l'étranger (IfA), qui soutient les échanges artistiques et culturels;
- les écoles allemandes à l'étranger;
- l'Office allemand d'échanges universitaires (DAAD) qui soutient les échanges universitaires, la coopération dans le domaine éducatif et participe à la promotion de l'enseignement de la culture et de la langue allemandes à l'étranger;
- les Maisons des sciences et de l'innovation à l'étranger qui soutiennent la coopération scientifique internationale;
- la Fondation Max Weber qui diffuse la recherche allemande en sciences humaines, et la Fondation culturelle du gouvernement fédéral allemand qui soutient financièrement des projets artistiques et culturels;
- le *Federal Foreign Office* qui gère le réseau des représentations officielles, détermine les priorités gouvernementales en matière de diplomatie publique et culturelle et finance toutes les institutions précitées;
- le *Federal Ministry for Economic Cooperation and Development* qui gère l'intégralité des projets d'aide au développement.

Bien que le gouvernement allemand soit à l'origine des financements de toutes ces institutions, à travers le *Federal Foreign Office*, ces dernières restent parfaitement autonomes dans leur gestion et indépendantes dans leurs choix d'activités, dans la mesure où elles contribuent à l'atteinte des priorités fixées par le *Federal Foreign Office*.

Les chaînes de radio *Deutsche Welle* et de télévision *Arte* se situent en marge du dispositif précédent. En tant que médias, elles n'entretiennent pas de relations avec le gouvernement allemand, bien qu'il leur fournisse des subventions. Les associations issues de la société civile sont dans la même situation.

Moyens mis en œuvre

La diplomatie publique et culturelle allemande peut compter sur un budget d'environ 1,6 milliard d'euros par an et sur un réseau mondial comprenant plus de 350 institutions ou organismes. En effet, les 150 Instituts Goethe et les 140 écoles allemandes à l'étranger, auxquels s'ajoutent les 61 représentations du DAAD, les 5 Maisons des sciences et de l'innovation et les 10 instituts de la Fondation Max Weber, assurent une « présence » allemande sur tous les continents. Grâce à ce réseau, plus de 230 000 personnes étudient l'allemand chaque année dans le monde et plus de 80 000 élèves fréquentent les écoles allemandes à l'étranger. Dans le même temps, les programmes

d'échanges du DAAD ont permis à 70 000 étudiants de venir en Allemagne en 2011, soit un peu moins du tiers des 240 000 étudiants étrangers reçus annuellement par l'Allemagne.

En parallèle, la Fondation Alexander von Humboldt a permis à 24 000 chercheurs de se rendre en Allemagne depuis 1953, créant autant de relais pour la culture et l'excellence allemandes à l'étranger. Les Maisons des sciences et de l'innovation permettront assurément de dynamiser ce réseau, bien que leur création récente ne permette pas d'en évaluer l'impact pour le moment.

Sur le plan culturel, les différentes institutions de diplomatie publique et culturelles organisent un grand nombre d'événements chaque année sur la base de projets ponctuels et diversifiés. Plusieurs des festivals reconnus internationalement qui se déroulent en Allemagne, comme le festival international du film de Berlin, sont aussi soutenus par les instances allemandes de diplomatie publique et culturelle, puisque ceux-ci contribuent au rayonnement mondial de l'Allemagne et de sa culture. De plus, le *Federal Foreign Office* a organisé en 2013 une année culturelle allemande en Russie et au Brésil, ce qui laisse transparaître un intérêt particulier pour l'instauration de liens avec les pays émergents. Cette orientation est également visible dans la répartition de l'aide au développement allemande avec 51 pays situés en Asie, en Afrique et en Amérique du Sud sur un total de 58 pays recevant du soutien²³.

Autres éléments significatifs

Certains *Länder* ont établi leurs propres représentations à l'étranger dans le but de promouvoir leur économie et leurs spécificités culturelles, à l'image de la Représentation de l'État de Bavière à Montréal. Ces représentations ne semblent pas constituer une concurrence pour la diplomatie publique et culturelle menée par le gouvernement fédéral allemand, mais plutôt des relais supplémentaires.

o Le Canada

Historique

Grâce au rôle de son premier ministre Lester B. Pearson dans la création des Casques bleus des Nations Unies en 1956, le Canada a acquis à cette époque une image de promoteur de la paix entre les peuples sur la scène internationale. À l'exemple d'autres pays poursuivant ou engageant au cours des mêmes années des politiques de coopération culturelle dans le but de favoriser cette paix mondiale, le Canada développe son premier instrument de diplomatie publique et culturelle en 1957 avec la création du Conseil des Arts du Canada, chargé de « favoriser et promouvoir l'étude et la diffusion des arts, ainsi que la production d'œuvres d'art ». La création de cet organisme fait suite à la Commission royale Massey-Lévesque sur l'avancement des arts, des lettres et des sciences au Canada, dont le rapport, publié en 1951, recommandait la « canadianisation » de la vie culturelle et scientifique qu'on jugeait alors menacée par l'influence croissante des États-Unis dans les domaines

23 Source : site du Federal Ministry for Economic Cooperation and Development, traduction libre, http://www.bmz.de/en/what_we_do/countries_regions/index.html

des arts et de l'enseignement au Canada. Cette perspective défensive explique pourquoi le Conseil des Arts concentre dans un premier temps ses activités à l'intérieur du Canada²⁴.

La recommandation de la Commission royale Massey-Lévesque est renforcée au cours des années 1960 et 1970 par les écrits de plusieurs chercheurs pointant le manque d'intérêt pour la culture canadienne au sein même du Canada. Cette prise de conscience aboutit à la mise en place, en 1972, d'une commission d'enquête dirigée par Thomas H.B. Symons pour étudier « l'état de l'enseignement et de la recherche dans les divers champs d'études se rapportant au Canada ». Le rapport de cette commission est publié en 1975 et explique que, du fait de la quasi-absence d'une politique étrangère dans les domaines de la culture et de la science, le Canada est plus souvent considéré comme un élément d'un ensemble (le Commonwealth, la *Francophonie*, etc.) que comme un pays à part entière. Les recommandations du rapport Symons amenèrent le ministère des Affaires étrangères du Canada à accorder de plus en plus d'importance à la diplomatie culturelle, et même à en faire, en 1995, l'un des trois piliers – avec le commerce et la défense – de la politique internationale du Canada.

On assiste alors à la création de centres et d'associations d'études canadiennes dans différents pays, notamment en Europe et aux États-Unis. Du point de vue du Ministère des Affaires étrangères, ces centres et associations constituent autant de diffuseurs de l'image du Canada à l'étranger, ce qui explique le soutien financier immédiat du ministère des Affaires étrangères du Canada lorsqu'en 1981 les différentes associations d'études canadiennes se regroupent au sein du Conseil international d'études canadiennes (CIEC), qui devient une plateforme d'échange et de coopération entre les chercheurs intéressés par le Canada. Le ministère des Affaires étrangères du Canada développe au cours de la même période plusieurs aides aux études canadiennes, regroupés sous le programme intitulé *Comprendre le Canada : études canadiennes*. Les bourses offertes permettent notamment à des chercheurs et des étudiants intéressés par le Canada de venir y séjourner. Ils participent alors au rayonnement international du Canada. À partir de 1987, le CIEC est chargé de gérer ce programme.

Cette période marque la croissance des études canadiennes dans le monde avec l'augmentation du nombre d'associations d'études canadiennes affiliées au CIEC. Il apparaît alors que le programme *Comprendre le Canada : études canadiennes* a un effet positif sur le rayonnement du Canada sur la scène internationale et sur l'intérêt que les autres peuples lui portent. Toutefois, cette action du ministère des Affaires étrangères dans le domaine de la recherche universitaire donne parfois naissance à des critiques, notamment fondées sur l'idée que ce domaine ne relève pas du champ d'action du ministère. Ce dernier entretient d'ailleurs une action plus « traditionnelle » de diplomatie publique et culturelle à travers l'organisation non gouvernementale Droits et Démocratie, qui milite pour le respect des droits de la personne au niveau international depuis 1988 grâce au soutien financier du ministère. De même, le gouvernement du Canada participe aux activités d'aide au développement depuis les années 1960 à travers l'Agence canadienne de développement international (ACDI).

L'arrivée d'un gouvernement conservateur, majoritaire à partir de 2011, bouleverse le paysage de la

24 Source : site du Conseil des Arts du Canada, <http://conseildesarts.ca/fr/council/about%20the%20council>

diplomatie publique et culturelle du Canada, l'accent étant mis sur le commerce international et le développement économique canadien. Les priorités de l'ACDI sont notamment revues afin de concentrer l'aide au développement dans les pays où le Canada possède des intérêts économiques importants. L'ACDI sera finalement intégrée au sein du ministère Affaires étrangères, Commerce et Développement Canada en 2013, ce qui provoque une forte diminution des programmes d'aide au développement au profit des actions d'aide humanitaire d'urgence.

En 2012, le gouvernement conservateur a mis fin aux activités de Droits et Démocratie²⁵ et supprimé le programme *Comprendre le Canada : études canadiennes*. Comme John Graham l'a souligné dans sa communication, cette suppression est très dommageable pour le dispositif de diplomatie publique et culturelle du Canada, puisqu'elle lui fait perdre le soutien d'un réseau de plus de 7 000 chercheurs provenant d'une cinquantaine de pays. Sans compter que si les études canadiennes avaient pu se développer comme elles l'avaient fait à partir des années 1970, c'est qu'elles avaient su susciter l'intérêt de chercheurs étrangers qui pour se consacrer à ces études avaient mis à contribution les ressources matérielles et financières de leurs propres universités et gouvernements. Grâce à un investissement restreint, le Canada gagnait ainsi une visibilité internationale importante. Comme l'ont montré plusieurs lettres de protestation et articles de journaux²⁶, cette décision du gouvernement canadien est perçue à l'étranger comme l'abandon de la diplomatie publique et culturelle au profit du commerce.²⁷

Objectifs

Actuellement, le ministère Affaires étrangères, Commerce et Développement Canada ne mentionne pas la diplomatie publique et culturelle au sein de ses priorités pour 2013-2014²⁸. De même, Patrimoine canadien (équivalent d'un ministère de la Culture) a une action internationale très réduite et centrée sur les domaines « où il contribue aux priorités du Canada en matière de commerce international et de politique étrangère »²⁹. En conséquence, les objectifs de diplomatie publique et culturelle du Canada se réduisent à ceux du Conseil des Arts du Canada, à savoir « favoriser et promouvoir l'étude et la diffusion des arts, ainsi que la production d'œuvres d'art »³⁰.

25 Source : « Le gouvernement Harper abolit Droits et Démocratie », 3 avril 2012, *Radio-Canada* [en ligne], <http://www.radio-canada.ca/nouvelles/Politique/2012/04/03/005-droits-democratie-fin.shtml>

26 Voir notamment : Gaëtan Pouliot, « Ottawa abolit le soutien aux études canadiennes dans le monde », 7 mai 2012, *Radio-Canada* [en ligne], <http://www.radio-canada.ca/nouvelles/Politique/2012/05/04/003-compressions-etudes-canadiennes.shtml> ; « Fin de l'ACDI : des employés et des organismes toujours inquiets », 3 juillet 2013, *Radio-Canada* [en ligne], <http://www.radio-canada.ca/regions/ottawa/2013/07/02/008-acdi-fusion-employes.shtml> ; Pierre Baudet, « La fin de l'ACDI, prévue et prévisible », 23 mars 2013, *Le Devoir* [en ligne], <http://www.ledevoir.com/politique/canada/373964/la-fin-de-l-acdi-prevue-et-previsible>

27 Ce résumé s'inspire du texte de John Graham disponible en annexe et de Serge Jaumain, *Les Canadianistes. Le CIEC / 25 ans au service des études canadiennes*, 2005, Conseil international d'études canadiennes [en ligne], http://www.iccs-ciec.ca/administration/ckeditor/ckfinder/userfiles/files/CEIC_25_fr.pdf

28 Source : *Priorités pour 2013-2014*, site d'Affaires étrangères, Commerce et Développement Canada, <http://www.international.gc.ca/departement-ministere/priorities-priorites.aspx?lang=fra>

29 Source : *Cadre stratégique internationale*, site de Patrimoine canadien, <http://www.pch.gc.ca/fra/1332858500504/1332859513650>

30 Source : site du Conseil des Arts du Canada, <http://conseil-des-arts.ca/fr/conseil/information-sur-l-organisme/aperçu-du-conseil-des-arts-du-canada>

Organisation

Le dispositif de diplomatie publique et culturelle du Canada présente actuellement un aspect extrêmement éclaté. À l'exception du Conseil des Arts du Canada, dont l'action de diplomatie publique et culturelle est financée par le gouvernement canadien, il existe plusieurs associations et centres d'études canadiennes à l'étranger qui tentent de continuer leurs travaux sans ce soutien.

Moyens mis en œuvre

Dans le domaine de la littérature, le Conseil des Arts du Canada organise des rencontres littéraires entre des écrivains canadiens et étrangers. Il soutient également la traduction de livres canadiens en langue étrangère et réciproquement. Selon son *Rapport annuel 2012-2013*, le Conseil des Arts entretient plusieurs programmes de soutien financier pour les artistes canadiens sur la scène internationale. En particulier, il cherche à faciliter l'accès de ces artistes aux marchés émergents, par exemple en finançant l'envoi de délégations artistiques canadiennes à l'étranger, notamment dans la région Asie-Pacifique³¹. Cette orientation fait apparaître que le Conseil des Arts s'aligne sur les priorités du gouvernement canadien en matière de politique étrangère.

Autres éléments significatifs

Certaines provinces du Canada, en particulier le Québec, ont développé une action de diplomatie publique et culturelle distincte de celle du gouvernement fédéral. Dans les pages qui suivent, nous précisons comment se manifeste cette diplomatie publique et culturelle du Québec.

o Les États-Unis

Historique

Fidèle à la doctrine Monroe prônant l'isolationnisme, les États-Unis n'interviennent pas directement dans les relations internationales jusqu'à la Première Guerre mondiale. Bien qu'ils constituent un pôle d'attraction du fait de leur puissance économique et du dynamisme de leur création culturelle, ils n'ont donc pas à cette époque d'instruments officiels de diplomatie publique et culturelle. Leur implication dans la Première Guerre mondiale et le militantisme du président Woodrow Wilson en faveur d'une diplomatie ouverte et transparente mettent fin à cet isolationnisme : dès lors, les États-Unis s'expriment sur la scène internationale et tentent d'influencer son évolution. Pour ce faire, ils se contentent néanmoins des outils de la diplomatie « classique » gérés par le *Department of State*.

C'est une initiative privée qui donne naissance au premier instrument de diplomatie publique des États-Unis : la création en 1919 de l'*Institute of International Education* qui organise des échanges d'étudiants entre les États-Unis et les autres pays. En effet, les fondateurs de l'*Institute of International Education* pensaient que l'atteinte de la paix mondiale ne serait possible que si les peuples étaient capables de mieux se comprendre et que cette compréhension découlerait des

31 Source : Conseil des Arts du Canada, *Rapport annuel 2012-2013 du Conseil des Arts du Canada. Commentaires et analyse de la direction* [en ligne], <http://conseildesarts.ca/~media/images/annual-report-2013/newpdfs/fr/commentaires%20et%20analyse%20de%20la%20direction.pdf?mw=1382>

échanges universitaires. Le gouvernement fédéral américain ne s'implique dans le fonctionnement de l'*Institute of International Education* qu'à partir de la Seconde Guerre mondiale, puisqu'il y voit un moyen de contrer l'influence de la propagande nazie, notamment en Amérique latine. La coopération fonctionne et le gouvernement des États-Unis confie à l'*Institute of International Education* la gestion du programme *Fulbright* lors de sa création en 1946.

En parallèle, le *Department of State* administre depuis 1940 l'*International Visitor Leadership Program (IVLP)*, qui permet à des individus influents dans leurs pays de séjourner aux États-Unis pendant quelque temps pour établir des liens avec les élites américaines. Comme l'a signalé Annick Landreville dans sa communication, ce système d'échange basé sur les rencontres de personne à personne est une caractéristique durable de la diplomatie publique et culturelle des États-Unis : « les échanges de personne à personne entre les États-Unis et d'autres pays parviennent depuis des décennies à accroître la compréhension mutuelle ». À partir de 1961, le Bureau of *Educational and Cultural Affairs*, qui gère l'*IVLP*, est intégré au *Department of State*. La diplomatie publique et culturelle des États-Unis relève alors presque intégralement du gouvernement, qui s'en sert pour lutter contre le communisme, à l'image des radios Voice of America ou Radio Free Europe. La Guerre froide marque donc l'utilisation des instruments de diplomatie publique et culturelle par le gouvernement américain dans une situation parfois proche de la propagande.

Cette situation perdure tout au long de la Guerre froide. Pendant cette période, le dispositif de diplomatie publique et culturelle américain n'évolue presque pas, à l'exception notable de la création en 1975 de la *Japan United States Friendship Commission (JUSFC)*, chargée d'organiser des activités scolaires et culturelles dans le but de faciliter la compréhension et de promouvoir la coopération entre le Japon et les États-Unis, et de la création en 1983 du *Congress-Bundestag Youth Exchange Program*, qui assure des échanges universitaires entre l'Allemagne et les États-Unis afin de renforcer les liens entre les deux pays. Dans le domaine culturel, on remarque toutefois la création du *National Endowment for the Arts* en 1965, qui est une agence gouvernementale indépendante chargée de promouvoir l'excellence artistique. Elle a mis en place au cours des décennies suivantes différents programmes de bourses et d'échanges destinés aux artistes américains et étrangers.

La fin de Guerre froide ne provoque pas de réel « sursaut » de la diplomatie publique et culturelle américaine : les années 1990 montrent une stagnation du dispositif avec la création d'un seul nouveau programme, le *Future Leaders Exchange Program*, qui est destiné à des jeunes provenant des anciens pays du Bloc soviétique. En 2001 est instauré l'*International Exchange Alumni*, qui est un réseau pour les anciens participants aux programmes d'échanges américains, assurant ainsi la durabilité des liens créés. Il faut attendre les attentats du 11 septembre 2001, puis les guerres en Afghanistan et en Irak, pour voir la diplomatie publique et culturelle des États-Unis évoluer fortement, du fait de la prise de conscience de l'ampleur de l'antiaméricanisme dans plusieurs pays. En conséquence, comme l'a souligné Annick Landreville, un nouveau cadre stratégique pour la diplomatie publique est publié en 2010 avec trois priorités : contrôler le message, développer et renforcer les relations de personne à personne, contrer l'extrémisme violent. Plusieurs programmes à dominante culturelle sont également lancés, tels que *DanceMotion USASM* dans le domaine de la danse et *American Film Showcase* dans le

domaine du documentaire.³²

Objectifs

Les objectifs du réseau de diplomatie publique et culturelle des États-Unis sont énoncés par le *Department of State* : « supporter l'atteinte des objectifs de la politique étrangère américaine, faire progresser les intérêts nationaux et améliorer la sécurité nationale en informant et influençant les publics étrangers, ainsi qu'en élargissant et renforçant la relation du peuple et du gouvernement des États-Unis avec les citoyens du reste du monde »³³. En conséquence, il est clair que la diplomatie publique et culturelle est un outil au service de la réussite de la politique étrangère des États-Unis. Cette idée est d'ailleurs confirmée par les objectifs affichés en termes d'aide au développement : « l'aide au développement américaine a toujours eu le double objectif de poursuivre les intérêts des États-Unis tout en améliorant la vie dans les pays en développement »³⁴.

Organisation

L'organisation du dispositif de diplomatie publique et culturelle est très centralisée, puisque le *Department of State* gère les financements de tous les programmes, même lorsque l'administration de ceux-ci est déléguée à une université, un musée ou une organisation non gouvernementale. De même, malgré l'importance des programmes qu'il gère dans les domaines de l'éducation et des échanges universitaires, l'*Institute of International Education* reste dépendant du *Department of State* pour son financement.

Quelques rares instruments de diplomatie publique et culturelle sont toutefois indépendants du *Department of State* puisqu'ils disposent de leurs propres lignes budgétaires, accordées par le Congrès des États-Unis : l'*United States Agency for International Development* (USAID), qui est responsable des programmes d'aide au développement menés par les États-Unis et qui travaille en étroite collaboration avec le *Department of State*, et le *Broadcasting Board of Governors*, qui supervise l'ensemble des diffusions radiophoniques américaines à l'extérieur des États-Unis. Enfin, l'agence *National Endowment for the Arts*, consacrée à la promotion des arts aux États-Unis et à l'étranger, est également entièrement indépendante du *Department of State*.

Il en ressort que le dispositif de diplomatie publique et culturelle des États-Unis peut être divisé en plusieurs catégories en fonction du degré d'indépendance vis-à-vis du *Department of State* :

- les agences dépendantes financièrement, notamment l'*Institute of International Education*;
- l'USAID, qui est indépendante, mais travaille en étroite collaboration;
- la *Japan United States Friendship Commission*, le *Broadcasting Board of Governors* et la *National Endowment for the Arts*, qui sont indépendants.

32 En plus du texte d'Annick Landreville situé en annexe, ce résumé s'inspire des sites du *Department of State* (<http://eca.state.gov/about-bureau/history-and-mission-eca>) et de l'*Institute for International Education* (<http://www.iie.org/Who-We-Are/History>).

33 Source : site du *Department of State*, traduction libre, <http://www.state.gov/r/>

34 Source : site de USAID, traduction libre, <http://www.usaid.gov/who-we-are>

Moyens mis en œuvre

Les moyens au service de la diplomatie publique et culturelle des États-Unis sont immenses : 1,1 milliard de dollars devraient être consacrés en 2014 à « la diplomatie publique et les échanges universitaires et culturels »³⁵, permettant au *Department of State* de maintenir les 46 programmes d'échanges³⁶ dont il a la charge, notamment les prestigieux Fulbright et *IVLP* (ce dernier étant administré par l'*Institute for International Education*).

Comme Annick Landreville l'a mentionné, le Department s'appuie ensuite sur les anciens participants à ces programmes d'échanges pour organiser d'autres événements culturels et scientifiques visant à mieux faire connaître les États-Unis et expliquer leurs politiques. De ce fait, il est difficile de chiffrer avec exactitude le nombre d'événements de diplomatie publique et culturelle organisés par les États-Unis chaque année, ces derniers relevant plus de l'opportunité que d'une programmation régulière. Le Department utilise également le réseau EducationUSA, composé de centres d'information dans 170 pays qui fournissent des explications et du soutien aux étudiants étrangers souhaitant se rendre aux États-Unis³⁷.

Sur le plan de la culture, plusieurs programmes administrés par le *Department of State* ou des agences dédiées visent à promouvoir la création artistique américaine à l'étranger et à organiser des rencontres entre les artistes, comme *DanceMotion USASM* pour la danse, *American Film Showcase* pour le documentaire, *American Music Abroad* pour la musique, *Arts Envoy* pour les résidences d'artistes ou *Museums Connect* pour les échanges entre les musées. De plus, le *Department of State* cherche à favoriser la présence américaine dans certaines manifestations artistiques mondiales jugées majeures avec des programmes de soutien, tels que *Venice Art Biennale*, *Venice Architectural Biennale* et *Cairo International Art Exhibition*.

Caractéristique de la diplomatie publique et culturelle des États-Unis, le sport possède également deux programmes spécifiques : le *Sport Envoy Program* et le *Sport Visitor Program*. Le premier permet à des sportifs et des entraîneurs américains de se rendre à l'étranger pour y diriger des activités sportives (organisées par les ambassades et consulats sur place); tandis que le second permet à de jeunes sportifs étrangers de se rendre aux États-Unis pour des sessions d'entraînement. Dans le domaine de l'aide au développement, USAID travaille dans plus d'une centaine de pays en développement, avec une implication particulièrement importante dans les pays où les États-Unis ont des intérêts, ainsi qu'au Pakistan et en Afghanistan³⁸.

Autres éléments significatifs

CEC ArtsLinks est une organisation non gouvernementale américaine, fondée en 1962 afin de créer des relations entre des Américains et des Russes, qui mène des projets artistiques, offre des bourses

35 Source : USAID, budget prévisionnel du *Department of State* et de USAID, en ligne, http://www.usaid.gov/sites/default/files/documents/1869/FY2014Highlights_FactSheet.pdf

36 La liste complète des programmes et leurs descriptions sont disponibles en ligne : <http://exchanges.state.gov/us/alphabetical-list-programs>

37 Pour plus d'information, voir le site d'EducationUSA : <https://www.educationusa.info/about.php>

38 Source : site de l'USAID, <http://www.usaid.gov/where-we-work>

et organise des résidences d'artistes étrangers aux États-Unis. Elle travaille en partenariat avec la *National Endowment for the Arts*, mais présente une forte spécificité dans le dispositif de diplomatie publique et culturelle des États-Unis, puisqu'elle y participe sans être liée au gouvernement.³⁹

o La France

Historique

Il est difficile de dater avec exactitude le début de la diplomatie publique et culturelle de la France. Toutefois, la période des Lumières est souvent considérée comme marquant ce commencement, notamment parce que de nombreux intellectuels et savants accompagnent alors les hommes politiques lors de leurs voyages et négociations, créant ainsi un lien entre culture et diplomatie. Après la Révolution de 1789, l'État français perpétue ce lien en investissant dans la culture à travers les premiers accords culturels, portant principalement sur la propriété intellectuelle et artistique, et le soutien aux congrégations religieuses, qui enseignaient le français. Deux grandes évolutions marquent cependant la fin du 19^e siècle et le début du 20^e siècle.

En 1883, l'Alliance française est fondée : c'est une association qui vise à regrouper « les amis de la France » situés à l'étranger en créant dans chaque pays un comité local, régi par les règles du pays en question, mais lié à l'Alliance française de Paris. En 1902, la Mission laïque française est créée avec pour objectif d'ouvrir des écoles françaises à l'étranger. Elle est remplacée en 1910 par l'Office national des universités et écoles françaises, créé conjointement par le ministère des Affaires étrangères et le ministère de l'Instruction publique. Cet Office fonde des « instituts français » à travers le monde, combinant enseignement du français et actions culturelles.

La fin de la Première Guerre mondiale marque l'institutionnalisation de la prise en charge des relations culturelles extérieures par l'État avec la création du Service des Oeuvres au sein du ministère des Affaires étrangères en 1920. Ce dernier devient la Direction générale des relations culturelles et des œuvres françaises à l'étranger après la Seconde Guerre mondiale. Les objectifs de cette Direction sont : de rétablir les échanges intellectuels interrompus pendant la guerre, de démontrer la vitalité de la pensée française et de recréer une politique d'enseignement du français à l'étranger. Dans ce but, les premiers postes de conseiller culturel sont créés dans les ambassades à partir de 1949. Les instituts français locaux sont alors rattachés aux ambassades, le conseiller culturel étant généralement aussi le directeur de l'institut. En 1975 est également créée l'Office national de diffusion artistique (ONDA), qui est notamment chargé de stimuler les échanges entre la France et l'étranger dans le domaine des arts vivants (danse, cirque, spectacle de rue, etc.)⁴⁰.

Les années 1960 marquent le début du partenariat culturel exceptionnel entre la France et le Québec. L'année 1965 est particulièrement importante, puisqu'une entente franco-québécoise « sur un programme d'échanges et de coopération dans le monde de l'éducation » est conclue. Cette même

39 Pour plus d'information, voir le site de CEC ArtsLink : http://www.cecartslink.org/about/mission_history.html

40 Source : site de l'ONDA, <http://www.onda.fr/fr/qui-sommes-nous.php>

année est signée l'entente de coopération France-Québec en matière de culture, qui instaure la Commission permanente de coopération franco-québécoise, encore en activité aujourd'hui, ce qui donne au partenariat culturel entre la France et le Québec une dimension exceptionnelle.

L'appareil français de diplomatie publique et culturelle se développe tout au long de la deuxième moitié du 20^e siècle (augmentation du nombre d'instituts français, etc.), jusqu'en 1995 où il est profondément réformé autour de quatre orientations : mettre en avant l'action extérieure grâce à des restructurations et des rapprochements dans les secteurs culturels et linguistiques; déconcentrer et accélérer les procédures de gestion du personnel; instaurer des instruments d'évaluation quantitative et qualitative; et proposer une nouvelle gestion des carrières des personnels. Cette réforme provoque un fort débat sur l'organisation, l'utilité et l'efficacité du réseau de diplomatie publique et culturelle français, qui aboutit à l'affirmation du concept de « diplomatie d'influence », équivalent à l'affirmation d'une ambition politique derrière les activités culturelles, et à la refonte du réseau dans la *Loi du 27 juillet 2010 relative à l'action extérieure de l'État*. Cette dernière donne en effet naissance à trois agences publiques : l'Institut français, Campus France et France Expertise internationale.⁴¹

Organisation

Le dispositif de diplomatie publique et culturelle français s'appuie sur trois éléments :

- trois ministères : le ministère des Affaires étrangères, le ministère de la Culture et de la Communication, le ministère de l'Éducation et de l'Enseignement supérieur;
- des agences sous la tutelle d'un ou plusieurs des ministères précédents : l'Institut français à Paris, les instituts français à l'étranger, Campus France, l'Agence pour l'enseignement français à l'étranger et France Expertise Internationale;
- des associations indépendantes : l'Office national de diffusion artistique et les Alliances françaises.

L'acteur principal de la diplomatie publique et culturelle française est l'Institut français, en tant qu'établissement public apte à réaliser des activités payantes. Cette agence est placée sous la tutelle du ministère des Affaires étrangères, qui définit ses objectifs (conjointement avec le ministère de la Culture), ses moyens et son organisation. L'Institut français a pour finalité de promouvoir la culture française à l'étranger, à travers l'Art, les échanges et la langue dans une optique de partenariat avec les pays d'accueil. Il s'appuie pour cela sur le réseau des instituts français. Depuis la loi de 2010, ceux-ci représentent l'unique « vitrine » culturelle de l'État français à l'étranger : ils regroupent sous une même appellation les services culturels des ambassades, les anciens instituts français et les centres culturels⁴². Ils restent toutefois sous la tutelle des ambassadeurs. L'Institut français étant chargé d'animer ce réseau, une expérimentation a été conduite entre 2010 et 2013 dans douze pays afin de déterminer si le rattachement institutionnel des instituts français situés à l'étranger au siège de l'Institut français à Paris était préférable. Bien que cette expérience ait été jugée concluante, elle n'a

41 Ce résumé s'inspire des textes de Sylviane Tarsot-Gillery et de Christian Lequesne, ainsi que de Philippe Lane, *Présence française dans le monde. L'action culturelle et scientifique*, 2011, La Documentation française, Paris.

42 Pour plus de détail, voir le site de l'Institut français : <http://www.institutfrancais.com/fr/le-reseau-culturel-dans-le-monde>

pas été étendue aux autres instituts français⁴³. En plus de son action de promotion, l'Institut français est également responsable de la formation du personnel œuvrant dans le réseau français de diplomatie publique et culturelle.

Dans le domaine de la promotion culturelle, le ministère de la Culture et de la Communication subventionne une association à but non lucratif : l'Office national de diffusion artistique (ONDA), qui complète l'activité des instituts français en favorisant les voyages d'artistes français à l'étranger. L'ONDA travaille beaucoup à l'échelle de l'Union européenne pour développer et faciliter les échanges artistiques entre les pays qui la composent.

Sur le plan de l'enseignement, deux agences publiques se partagent les responsabilités. Campus France, sous la tutelle conjointe du ministère des Affaires étrangères et du ministère de l'Éducation et de l'Enseignement supérieur, est chargé de la promotion de l'enseignement supérieur français à l'étranger, ainsi que de l'accueil et de la gestion de la mobilité internationale des étudiants et des chercheurs, français et étrangers⁴⁴. En parallèle, l'Agence pour l'enseignement français à l'étranger, placée sous la tutelle du ministère des Affaires étrangères, gère le réseau des établissements d'enseignement français à l'étranger.⁴⁵

La dernière agence publique soutenant l'action de diplomatie publique et culturelle française est France Expertise internationale. Également sous la tutelle du ministère des Affaires étrangères, cette agence est chargée de promouvoir l'assistance technique et l'expertise française à l'étranger, notamment dans le domaine de l'aide au développement. Elle est aussi responsable de la maîtrise d'œuvre des projets financés bilatéralement ou multilatéralement⁴⁶.

En plus des agences précitées, la diplomatie publique et culturelle française s'appuie sur le réseau des Alliances françaises. Association de droit local, chacune d'elles travaille en collaboration avec l'institut français du pays concerné pour offrir des cours de langue et promouvoir la culture française. Certains médias diffusés internationalement, comme Radio France internationale (RFI), France 24, Arte et TV5 Monde, constituent également des relais de la culture française à l'étranger et contribuent à cet égard à l'activité de diplomatie publique et culturelle de la France⁴⁷.

Objectifs

Au vu de la tutelle extrêmement forte exercée par le ministère des Affaires étrangères sur les acteurs de la diplomatie publique et culturelle française, il est raisonnable de considérer que les priorités de cette dernière sont identiques à celle du ministère, soit pour l'année 2013 :

43 « L'expérimentation de l'Institut français ne sera pas étendue », *Le Monde*, 23 octobre 2013 [disponible en ligne], http://www.lemonde.fr/culture/article/2013/10/23/l-experimentation-des-instituts-francais-ne-sera-pas-etendue_3501206_3246.html

44 Pour plus de détail, voir le site de Campus France : <http://www.campusfrance.org/fr/page/lagence-campus-france>

45 Pour plus de détail, voir le site de l'Agence pour l'enseignement français à l'étranger : <http://www.aefe.fr/aefe/operateur-du-ministere-des-affaires-etrangees/systeme-educatif-francais-letranger>

46 Pour plus de détail, voir le site de France Expertise internationale :

47 Pour plus de détail, voir : Philippe Lane, *Présence française dans le monde. L'action culturelle et scientifique*, 2011, La Documentation française, Paris

- l'influence de la France dans le monde, grâce à l'augmentation des moyens pour l'enseignement français à l'étranger et à la préservation des instruments d'attractivité que sont les bourses d'études et missions d'expertises;
- l'aide au développement grâce aux instruments de coopération bilatérale, notamment en partenariat avec les organisations non gouvernementales;
- la préservation des crédits d'aide sociale pour les familles et les Français de l'étranger en difficulté et la réforme du système d'aide à la scolarité, dans un souci de justice sociale;
- la sécurité des implantations à l'étranger.⁴⁸

Bien entendu, l'action de diplomatie publique et culturelle est principalement concernée par les deux premiers objectifs. De ce fait, l'influence à travers tous les champs de l'expression culturelle, l'enseignement et l'aide au développement constituent les fondements de la diplomatie publique et culturelle française.

Moyens mis en œuvre

Le budget combiné de « l'action extérieure de l'État » et de « l'aide au développement » s'élevait en 2013 à 4,9 milliards d'euros, soit une légère diminution par rapport à l'année précédente. Selon le projet de loi de programmation des finances publiques 2017, ce budget devrait rester constant.⁴⁹ Il permet d'entretenir le plus important réseau de diplomatie publique et culturelle du monde, composé de 96 instituts français, de 161 services de coopération et d'action culturelle et de 182 espaces Campus France, auxquels s'ajoutent les 445 alliances françaises conventionnées par le ministère des Affaires étrangères (sur plus de 800 alliances existantes⁵⁰) et les 488 établissements d'enseignement français à l'étranger.⁵¹

Ce réseau assure l'organisation de 50 000 événements culturels par année sur la base de projets ponctuels ou périodiques, à l'image du festival *Croisements*, qui est le plus grand événement culturel étranger en Chine, et du programme *Focus*, qui permet de faire connaître des œuvres et de mettre en relation des professionnels français et étrangers dans les domaines du cirque, de la danse, des arts visuels, de la musique et du théâtre. L'Institut français est également à l'origine du concept des « Saisons culturelles ». Celles-ci sont consacrées à un pays étranger, qui est invité à présenter sur l'ensemble du territoire français des manifestations culturelles dans tous les domaines afin de faire découvrir sa culture. Dans une optique de réciprocité, le pays invité accueille en parallèle des manifestations culturelles françaises sur son territoire.⁵²

48 Priorités énoncées par le ministère des Affaires étrangères à l'automne 2012 : <http://www.diplomatie.gouv.fr/fr/le-ministere-et-son-reseau/evenements-et-actualites-du/actualites-du-mae/article/presentation-du-projet-de-loi-de>

49 Ministère de l'Économie et des Finances, 2013, *Les chiffres clés du projet de loi de programmation des finances publiques 2017* [en ligne], http://www.performance-publique.budget.gouv.fr/fileadmin/medias/documents/ressources/PLF2013/plf2013_chiffres_cles.pdf

50 Selon la Fondation Alliance française qui coordonne le réseau : <http://www.fondation-alliancefr.org/?cat=16>

51 Données issues du ministère des Affaires étrangères au 1er juillet 2013 : <http://www.diplomatie.gouv.fr/fr/le-ministere-et-son-reseau/decouvrir-le-ministere-des/le-ministere-des-affaires-22556/article/infographie-le-ministere-des-103268>

52 La liste des Saisons culturelles organisées jusqu'à présent est disponible sur le site du ministère de la Culture et de la

L'Office national de diffusion artistique (ONDA) participe également à ce rayonnement culturel français en offrant des bourses aux artistes français désirant se rendre à l'étranger pour y présenter leurs œuvres ou participer à un événement culturel mondialement reconnu. De plus, l'ONDA a créé une plateforme de réflexion, nommée *Supporting the Performing Arts Circulation in Europe* (SPACE), dans le but de favoriser la diffusion artistique à l'échelle européenne. De nombreuses organisations de promotion des arts, comme le *British Council*, participent à SPACE.⁵³

De plus, les programmes de promotion et de soutien offerts par Campus France ont permis à la France d'accueillir près de 290 000 étudiants étrangers en 2011-2012. En parallèle, 310 000 élèves fréquentaient les établissements d'enseignement à l'étranger et près de 900 000 personnes suivaient des cours de français dans les alliances françaises et les instituts français.

Autres éléments significatifs

Le Ministère de la Culture supervise plusieurs établissements publics qui ont une action à l'étranger relevant de la diplomatie publique et culturelle. Ainsi, Unifrance, association chargée de la promotion des films français à l'étranger, dépend du Centre national du cinéma et de l'image animée, lui-même sous la tutelle du ministère de la Culture. De même, de nombreux musées importants, comme le Louvre, entretiennent leurs propres politiques internationales, qui contribuent indirectement à la diplomatie publique et culturelle de l'État français.

o Le Royaume-Uni

Historique

Bien qu'il soit évident que le Royaume-Uni ait mené des actions de diplomatie publique et culturelle avant le 20^e siècle au sein de ses ambassades et consulats, ces actions n'étaient pas liées à une institution spécifique. Ce n'est qu'avec l'ouverture du BBC Empire Service en 1932 (la British Broadcasting Corporation, plus connue sous l'acronyme BBC, a été fondée en 1922) par le roi George V que la diplomatie publique et culturelle britannique acquiert un organisme dédié à sa réalisation. La BBC investit très rapidement ce champ en diffusant, dès 1938, des émissions en langue étrangère.

En parallèle, le Royaume-Uni se dote en 1934 d'une autre institution de diplomatie publique et culturelle : le Comité britannique pour les relations avec les autres pays, qui devient le *British Council* en 1935. Grâce à ce nouvel organisme, la classe dirigeante du Royaume-Uni souhaite étendre et renforcer l'influence britannique dans le monde à travers les relations culturelles. Il est raisonnable de penser que les nombreux troubles – politiques, économiques et sociaux – ainsi que les poussées nationalistes qui touchaient l'Europe à cette époque ont sûrement joué un rôle dans le développement de cette ambition. La Seconde Guerre mondiale puis la soviétisation de l'Europe de l'Est vont d'ailleurs freiner fortement le développement des représentations du *British Council* en Europe, amenant ce

Communication : <http://www.culturecommunication.gouv.fr/Ministere/Les-evenements-du-ministere/Saisons-culturelles>
53 Source : site de l'ONDA, <http://www.onda.fr/fr/qui-sommes-nous.php?rub=5&page=17>

dernier à se tourner principalement vers les pays d'Afrique et d'Asie.

Au cours de la seconde moitié du 20^e siècle, les deux organes de diplomatie publique et culturelle que sont la BBC (en particulier le BBC World Service, successeur du BBC Empire Service) et le *British Council* vont suivre des trajectoires nettement différentes, puisque la BBC se développe et gagne en audience tout au long de la période, tandis que le réseau international du *British Council* s'agrandit et se rétrécit en fonction du soutien financier que lui accorde le gouvernement britannique.

Deux événements marquent fortement l'histoire du *British Council* : tout d'abord, l'échec de l'intégration du Marché commun européen en 1963, dû à des relations trop distantes selon les autorités britanniques, entraîne un réinvestissement du *British Council* en Europe de l'Ouest; ensuite, le rapport Berrill de 1977, réalisé par le Central Policy Review Staff, un bureau chargé de développer les stratégies et de coordonner les politiques, recommande la fermeture complète de l'organisme ou *a minima* la suppression de son réseau à l'étranger. Le gouvernement britannique ne suivit pas la recommandation, mais diminua les subventions accordées au *British Council* au cours des années 1980. L'effondrement de l'URSS et la demande croissante d'enseignement de la langue anglaise liée à la mondialisation permettront à ce dernier de revenir sur le devant de la scène pendant les années 1990.

Cependant, comme l'a expliqué Patrick Holdich dans sa communication, l'image traditionnellement associée à la Grande-Bretagne à l'étranger, celle des cabines téléphoniques rouges et des bus à impériale par exemple, se trouve bousculée au cours de cette période par de nombreux changements internes, découlant notamment de la volonté du premier ministre Tony Blair de moderniser le pays à la fois sur les plans économiques et sociaux et sur celui de son image internationale. Un groupe d'experts a alors été réuni par le gouvernement afin de renouveler la diplomatie publique et culturelle britannique en faisant appel au *branding*. L'idée d'avoir recours à cette approche a provoqué un débat au Royaume-Uni à propos de la possibilité de « vendre » le pays comme une marque. Toutefois, la guerre en Irak a eu pour effet de couper court à ce mouvement.

Il faut attendre 2006 et le rapport de Lord Carter of Coles pour que la diplomatie publique et culturelle britannique évolue à nouveau. Ce rapport souligne non seulement que le rendement des subventions publiques à la BBC et au *British Council* pourrait être amélioré, mais également que ces deux organismes devraient aligner leurs activités sur les priorités internationales du gouvernement. Dans la présentation qu'il a faite de la campagne GREAT, menée par le *British Council*, Patrick Holdich fait comprendre que ces recommandations ont été appliquées, puisque cette campagne de diplomatie publique, formellement très proche d'une campagne publicitaire, cherchait notamment à promouvoir l'économie britannique à l'étranger.⁵⁴

Objectifs

De façon surprenante, les priorités du *Foreign and Commonwealth Office*, qui est chargé des relations

54 Pour plus de détail à propos de la BBC, voir : <http://www.bbc.co.uk/historyofthebbc/wherenext/index.shtml> ; pour plus de détail à propos du *British Council*, voir : <http://www.britishcouncil.org/organisation/history/timeline>

internationales du gouvernement britannique, ne mentionnent pas les questions de diplomatie publique et culturelle. Ces priorités sont centrées sur la sécurité (réduction des conflits, lutte contre les armes de destruction massive) et l'économie (développement de nouvelles opportunités d'affaires). Les objectifs affichés par la BBC – enrichir la vie des individus grâce à des programmes et services d'information, d'éducation et de divertissement – et par le *British Council* – créer des opportunités au niveau international entre les Britanniques et les autres peuples en développant la confiance entre eux – sont vagues.

Néanmoins, en analysant plus précisément les activités du *British Council*, on observe trois fondements à son action : l'enseignement de l'anglais, les échanges d'étudiants et la promotion de l'Art et de la culture britanniques⁵⁵. En ajoutant l'aide au développement, il est raisonnable de considérer que ces quatre éléments constituent les objectifs de la diplomatie publique et culturelle britannique. L'orientation en direction des pays émergents est également affirmée, en accord avec la priorité gouvernementale de recherche de nouvelles opportunités d'affaires, notamment en Chine, en Inde, au Brésil et dans les pays du Golfe Persique.

Organisation

Selon le rapport de Lord Carter of Coles, la diplomatie publique et culturelle britannique s'organise autour de trois pôles, qui sont : le *Foreign and Commonwealth Office*, le *British Council* et le BBC World Service. On remarque alors qu'il n'y a pas de hiérarchie stricte dans ce dispositif, puisque le *British Council* est autonome dans sa gestion et couvre environ 75 % de ses dépenses grâce à la facturation des services qu'il propose et à des partenariats. Le reste de ses revenus provient de subventions du *Foreign and Commonwealth Office* et il oriente son action en fonction des priorités du gouvernement en matière de relations internationales. De même, la BBC, et donc le BBC World Service, est reconnue comme indépendante par le gouvernement britannique, qui en assure tout de même le financement à travers le *Department for Culture, Media and Sport*.

La structure du dispositif de diplomatie publique et culturelle britannique semble alors simple :

- deux ministères : le *Foreign and Commonwealth Office* et le *Department for Culture, Media and Sport*,
- deux organismes autonomes : le *British Council* et le *BBC World Service*.

Toutefois, à cela s'ajoute de nombreux autres participants spécialisés dans des domaines d'action précis :

- le *Department for International Development* et la *Westminster Foundation for Democracy* pour l'aide au développement;
- la *Commonwealth Scholarship Commission in the UK* et la *Chevening Foundation* pour les échanges universitaires;
- le *Great Britain – China Centre* pour le développement de la coopération entre le Royaume-Uni et la Chine;
- *UK Sport* pour la promotion du sport de haut niveau à l'échelle internationale;

55 Pour plus de détail, voir le rapport annuel 2012-2013 du *British Council*, disponible en ligne à l'adresse suivante : <http://www.britishcouncil.org/sites/britishcouncil.uk2/files/annual-report-2012-13.pdf>

- *VisitBritain* pour la promotion du tourisme en Grande-Bretagne.

Ainsi, le système de diplomatie publique et culturelle britannique se divise entre des organismes importants ayant des compétences étendues et des organismes spécialisés plus petits, qui travaillent en collaboration avec les premiers sur des problématiques particulières.

Moyens mis en œuvre

La diplomatie publique et culturelle britannique s'appuie sur un réseau étendu, puisque le *Foreign and Commonwealth Office* entretient plus des 270 représentations diplomatiques, auxquelles s'ajoutent les bureaux du *British Council* dans plus d'une centaine de pays différents. Actuellement, ce dernier repositionne une partie de ces ressources en les concentrant dans les pays émergents, notamment le Brésil (avec le programme *Transform* en prévision des Jeux olympiques de 2016), l'Inde (avec l'initiative indo-britannique d'éducation et de recherche), la Russie (avec des programmes d'échanges culturels et une future année de la culture Grande-Bretagne – Russie en 2014) et la Chine (avec les programmes d'enseignement de l'anglais et le festival culturel UK Now). Ce repositionnement est lié aux priorités géostratégiques du gouvernement, ce qui montre que les actions du *British Council* sont mises à contribution pour soutenir la diplomatie britannique. Malgré cela, le gouvernement britannique n'a offert que 181 millions de livres sterling sur les 739 millions que comptait le budget du *British Council* en 2011-2012. À travers ses différents événements et expositions culturels, le *British Council* a touché plus de 9,5 millions de visiteurs à travers le monde en 2012. Il a également permis à près de deux millions de candidats de passer un examen d'anglais et il a soutenu les échanges universitaires, permettant aux universités britanniques d'accueillir environ 400 000 étudiants étrangers.⁵⁶

De son côté, grâce à l'Internet, la BBC est aujourd'hui accessible partout dans le monde, cette accessibilité étant fortement renforcée par la traduction des programmes en 31 langues différentes. La « voix » du Royaume-Uni peut donc être écoutée et comprise sur tous les continents, ce qui en fait un formidable outil de diplomatie publique et culturelle.

Autres éléments significatifs

Bien que les relations internationales soient gérées de façon centralisée par le *Foreign and Commonwealth Office*, il est remarquable que l'Écosse, le Pays de Galles et l'Irlande du Nord possèdent des représentations à Bruxelles (respectivement le *Scottish Government European Union Office*⁵⁷, le *Welsh European Office*⁵⁸ et l'*Office of the Northern Ireland Executive in Brussels*⁵⁹). Celles-ci ont pour objectif d'influer sur les politiques européennes et de promouvoir les spécificités de ces régions. L'Irlande du Nord possède également une représentation à Washington pour promouvoir son image et faciliter les coopérations⁶⁰. Quant à l'Écosse, elle cherche à développer une véritable politique internationale : elle n'a des représentations qu'à Washington et Toronto, mais elle met en place des programmes d'aide au développement et de coopération en Amérique du Nord, en Asie et

56 Tous les chiffres sont issus du site Internet du *British Council* : <http://www.britishcouncil.org/organisation/facts>

57 Pour plus de détail, voir : <http://www.scotland.gov.uk/Topics/International/Europe/About/Scotland-in-EU>

58 Pour plus de détail, voir : <http://wales.gov.uk/topics/international/europeanaffairs/?lang=en>

59 Pour plus de détail, voir : <http://www.ofmdfmi.gov.uk/index/promoting-ni/onieb.htm>

60 Pour plus de détail, voir : <http://www.nibureau.com/index/about-the-bureau.htm#nibureau-role>

en Afrique⁶¹.

LES PAYS NON SOUVERAINS

o La Catalogne

Historique

Depuis 1932, la Catalogne possède un statut d'autonomie au sein du Royaume d'Espagne. Toutefois, entre 1939 et 1978, la dictature de Franco en Espagne réprime fortement toute expression d'une différence entre la Catalogne et le reste de l'Espagne, notamment en abolissant le gouvernement provincial catalan et en interdisant l'utilisation de la langue catalane. De ce fait, la diplomatie publique et culturelle catalane ne se développe qu'à partir de l'année 1978, date à laquelle le gouvernement provincial catalan, nommé Generalitat, est rétabli. La reconnaissance de sa compétence dans le domaine de la culture dans le *Statut d'autonomie de 1979* constitue le fondement de son action. En effet, le Generalitat choisit délibérément de mettre fortement l'accent sur la culture, à la fois au niveau régional et international, afin de renforcer le sentiment des Catalans d'appartenir à une même nation et de donner à la Catalogne une identité clairement distincte de l'Espagne sur la scène internationale.

Pour cela, le Generalitat prend activement part à des réseaux et institutions internationaux, notamment l'Union européenne (UE) et l'UNESCO. Ainsi, le Generalitat établit dès 1982 le Patronat Català pro Europa à Bruxelles, qui est un consortium public faisant office de lobby de la Catalogne auprès des institutions européennes. En 1986 est fondée la Délégation du gouvernement catalan auprès de l'UE, ce qui donne une présence officielle à la Catalogne au sein de l'organisation et lui fournit également un espace de promotion de sa culture. De même, le Centre UNESCO de la Catalogne (Unescocat) est créé en 1984 afin de représenter la Catalogne au sein de l'organisation. L'UNESCO reconnaît officiellement l'Unescocat en 1993 et lui donne le statut de « fondation entretenant des relations officielles avec l'UNESCO ». En parallèle, l'Unescocat s'est associé au Département de l'information des Nations Unies et prend part depuis 2002 au Conseil économique et social de l'ONU, où il a obtenu en 2007 un statut « consultatif spécial » lui permettant de parler en son nom propre au sein des comités thématiques du Conseil.⁶²

En plus d'intégrer les organisations internationales, la Catalogne a établi des relations bilatérales avec d'autres États non souverains, notamment la Californie et le Québec. Ainsi, comme le signale Andrew Davis, le Délégué du gouvernement de la Catalogne aux États-Unis,⁶³ l'accord entre le Parlement catalan et le Sénat californien favorisant les échanges artistiques, académiques et culturels date de 1986 et dure encore aujourd'hui. De même, les échanges entre le Québec et la Catalogne remontent aux années 1980 et ont donné naissance en 1996 au Comité mixte Québec-Catalogne, qui assure la

61 Pour plus de détail, voir : <http://www.scotland.gov.uk/Topics/International>

62 Pour plus d'information sur l'Unescocat, voir son site Internet : <http://www.unescocat.org/fr/>, en particulier les sections « présentation » et « relations institutionnelles ».

63 Andrew Davis a dû annuler à la dernière minute sa participation au colloque. Il nous a néanmoins transmis un texte dont il est possible de prendre connaissance dans les annexes.

poursuite de la coopération entre les deux États. Afin de toucher d'autres pays et de promouvoir sa culture à plus grande échelle, la Catalogne a également développé un réseau de représentations au niveau mondial. Cinq représentations officielles du Generalitat sont établies à Paris, Londres, Berlin, Bruxelles et New York. À cela s'ajoutent les représentations de quatre autres organismes publics : l'Agence catalane de coopération pour le développement (ACCD), l'Institut catalan pour les expressions culturelles (ICEC), l'Institut Ramon Llull (chargé de la promotion de la langue catalane et des études catalanes à l'étranger) et les Catalan Tourist Boards⁶⁴. Grâce à cette superposition des différents réseaux, tous faisant la promotion de la culture catalane, la Catalogne obtient une présence sur tous les continents.

Il est aussi notable que le Generalitat a fortement développé sa présence sur les réseaux sociaux au cours des années 2000, ce qui renforce sa visibilité puisque le gouvernement catalan devient facilement accessible pour les nombreuses personnes qui fréquentent ces réseaux. De plus, le collectif bénévole et non gouvernemental nommé « Col·lectiu Emma », au sein duquel des individus expliquent et informent sur la situation catalane à travers l'Internet et plusieurs journaux, participe à cette visibilité de la Catalogne sur la scène internationale et contribue à améliorer la compréhension de la situation catalane par les autres peuples.

Dans le but de faire participer ses instruments de diplomatie publique et culturelle à sa démarche d'indépendance, le Generalitat a fondé en 2012 un consortium public-privé nommé Conseil sur la diplomatie publique de la Catalogne (Diplocat), auquel participent à la fois le gouvernement catalan, l'université de Catalogne, des municipalités et des fédérations d'entreprises. Ce dernier a pour but de concevoir et de promouvoir la stratégie de diplomatie publique et culturelle de la Catalogne en tenant compte des difficultés budgétaires rencontrées par le Generalitat à cause de la crise économique européenne.⁶⁵

Objectifs

Le Secrétariat aux Affaires étrangères et européennes du Generalitat, chargé des relations internationales de la Catalogne, définit ses objectifs comme étant de « coordonner et promouvoir la politique étrangère du gouvernement de la Catalogne [...] dans le cadre du Statut d'autonomie de la Catalogne ». Décliné en actions, cet objectif devient :

- promouvoir la Catalogne à l'étranger;
- soutenir les représentations du Generalitat à l'étranger;
- améliorer la présence de la Catalogne au sein de l'UNESCO et des autres organisations internationales opportunes;
- représenter et promouvoir la Catalogne dans le cadre de la coopération internationale au sein

64 Pour plus d'information, voir le site des Catalan Tourist Boards : <http://www.act.cat/act-about-us/welcome-director/?lang=en>

65 Ce résumé est inspiré du texte d'Andrew Davis, ainsi que des sites du gouvernement de la Catalogne (<http://www20.gencat.cat/portal/site/afersexteriors/menuitem.3659032e67b88949fea66dfbb0c0e1a0/?vgnnextoid=a1d12d2e8b9e7110VgnVCM1000000b0c1e0aRCRD&vgnnextchannel=a1d12d2e8b9e7110VgnVCM1000000b0c1e0aRCRD>) et du rapport *2011 Cultural Policy Catalonia* réalisé par l'ERICarts Institute en 2012 [en ligne], http://www20.gencat.cat/docs/msi-cultura/Relacions%20Internacionals/Noticies/Documents/Arxiu/2011_angl_02-02.pdf

- des Nations Unies et de leurs agences;
- encourager la coopération et l'action humanitaire;
- coordonner la participation du gouvernement de la Catalogne au côté des autres institutions présentes dans les consortiums et organisations agissant sur la scène internationale;
- coordonner les différentes instances gouvernementales de politique étrangère;
- supporter les communautés de Catalans à l'étranger;
- promouvoir et améliorer l'image des organisations catalanes à l'étranger.⁶⁶

On observe alors que la diplomatie publique et culturelle fait intimement partie de la politique étrangère catalane, puisque l'amélioration de l'image projetée par la Catalogne à l'étranger est fortement priorisée.

Organisation

Le dispositif de diplomatie publique et culturelle de la Catalogne est très centralisé au sein du Secrétariat aux Affaires étrangères et européennes, qui représente le Generalitat pour les affaires extérieures. En effet, le gouvernement catalan dirige ou participe au sein :

- des délégations officielles à Bruxelles, Paris, Londres, Berlin et New York;
- du Comité mixte Québec-Catalogne et des autres comités bilatéraux;
- de l'Unescocat;
- des Catalan Tourist Boards;
- de l'Agence catalane de coopération pour le développement.

De plus, bien qu'ils soient autonomes dans leur gestion, l'Institut catalan pour les expressions culturelles et l'Institut Ramon Llull restent des organismes publics et sont donc dépendants du Generalitat pour leur financement. Finalement, le récent Conseil sur la diplomatie publique de la Catalogne est l'instrument de diplomatie publique et culturelle le plus indépendant du gouvernement, puisque c'est un consortium public-privé, ce qui signifie que le Generalitat s'y exprime, mais ne le contrôle pas.

Moyens mis en œuvre

L'addition des différents réseaux des acteurs de la diplomatie publique et culturelle catalane permet à la Catalogne de disposer d'environ 70 représentations à travers le monde, auxquelles s'ajoutent 140 centres, soutenus par l'Institut Ramon Llull, dans lesquels l'enseignement du catalan est proposé. Le même institut soutient également les activités de traduction des œuvres littéraires catalanes en d'autres langues afin d'en assurer la diffusion. Il facilite également la présence des écrivains catalans lors des manifestations littéraires internationales. En parallèle, l'Institut catalan pour les expressions culturelles soutient les acteurs de l'industrie culturelle pour faciliter la diffusion internationale de leurs œuvres, notamment en éditant du matériel de promotion et en finançant leur présence dans les

66 Source : site Internet du Generalitat, traduction libre, <http://www20.gencat.cat/portal/site/afersexteriors/menuitem.548116b848978a59fea66dfbb0c0e1a0/?vgnextoid=13e19a0701550310VgnVCM1000008d0c1e0aRCRD&vgnnextchannel=13e19a0701550310VgnVCM1000008d0c1e0aRCRD&vgnextfmt=default>

événements internationaux⁶⁷.

Quant aux Catalan Tourist Boards, leur action vise d'abord à augmenter le nombre de touristes visitant la Catalogne en établissant des partenariats avec les acteurs de l'industrie touristique. Néanmoins, ces activités de partenariat participent à la promotion de la culture catalane, puisque cette dernière est mise en valeur pour attirer les touristes.

Dans le domaine de l'aide au développement, l'Agence catalane de coopération pour le développement travaille principalement sur la question de la réduction des inégalités. Selon le plan stratégique 2011-2014, elle cible en priorité la Colombie et le Nicaragua⁶⁸.

Autres éléments significatifs

Comme le souligne Andrew Davis, le collectif « Col·lectiu Emma » est totalement indépendant du gouvernement catalan, mais mène une action de diplomatie publique et culturelle très importante :

Il existe un groupe, nommé « Col·lectiu Emma », réseau de Catalans et de non-Catalans vivant dans divers pays qui se dédient au suivi et à l'examen des reportages d'actualité sur la Catalogne dans les médias internationaux. En clarifiant et critiquant les informations présentées, leur but est d'assurer que l'opinion publique mondiale ait une image juste de la réalité du pays, aujourd'hui et dans l'histoire. [...], En ce qui concerne leur capacité d'influence, lorsque les gens des médias internationaux parlent de la Catalogne [...], c'est « Col·lectiu Emma » qui est souvent cité et ce sont ses membres qui sont souvent les premiers contactés lorsque les journalistes ont des questions sur la Catalogne.

Andrew Davis

Aux activités de diplomatie publique et culturelle menées par le gouvernement de la Catalogne, et parfois en collaboration avec ce dernier, viennent s'ajouter celles menées par plusieurs régions catalanes et quelques villes, notamment Barcelone, qui ont développé leurs propres outils et politiques de promotion culturelle. Ces actions contribuent à la réussite de celle du Generalitat.

o Le Québec

Historique

Bien qu'il existe une représentation du Québec à New York depuis 1940, la diplomatie publique et culturelle québécoise, de même que ses relations internationales, n'a pris son essor que dans les années 1960. En effet, au cours de cette décennie, le Québec s'affirme comme un acteur distinct du Canada sur la scène internationale et se dote d'institutions responsables de la gestion de sa politique à l'égard des autres pays, notamment dans le domaine de la culture.

67 Source : site de l'ICEC, traduction libre, <http://www20.gencat.cat/portal/site/CulturaDepartament/menuitem.01121f9326561a075a2a63a7b0c0e1a0/?vgnextoid=2e8eb1eeac37a010VgnVCM1000000b0c1e0aRCRD&vgnnextchannel=2e8eb1eeac37a010VgnVCM1000000b0c1e0aRCRD&vgnnextfmt=default>

68 Source : site de l'ACCD, traduction libre, <http://www20.gencat.cat/portal/site/cooperaciocatalana/menuitem.dd34c9fffb3e6ddf28323e10b0c0e1a0/?vgnextoid=25fd8030c2035210VgnVCM1000000b0c1e0aRCRD&vgnnextchannel=25fd8030c2035210VgnVCM1000000b0c1e0aRCRD&vgnnextfmt=default&contentid=069d0e7023f86210VgnVCM1000008d0c1e0aRCRD>

L'histoire de la diplomatie publique et culturelle québécoise commence avec la création du ministère des Affaires culturelles en 1961 avec pour objectifs de développer un attrait pour le domaine de la culture dans la population, de promouvoir un sentiment de fierté pour la langue française et de jouer un rôle actif auprès des autres communautés francophones. L'ambition d'agir internationalement est donc affirmée dès la création du ministère. L'ouverture d'une « maison du Québec à Paris » également en 1961 vient d'ailleurs la confirmer. Cette « maison » devient la Délégation générale du Québec à Paris en 1964; tandis qu'un an plus tôt, le gouvernement québécois installait une autre Délégation générale à Londres. La coopération culturelle avec la France s'organise et se structure à partir de 1965 avec la signature d'une entente franco-québécoise « sur un programme d'échanges et de coopération dans le monde de l'éducation » puis de l'entente de coopération France-Québec en matière de culture, qui instaure la Commission permanente de coopération franco-québécoise, encore en activité aujourd'hui.

Durant cette première moitié de la décennie 1960, plusieurs ministères québécois ont mis sur pied des services chargés des relations avec l'étranger, le ministère des Affaires culturelles bien sûr, mais aussi le ministère de la Jeunesse ou celui de l'Éducation. Afin de coordonner l'action de ces différents services, une Commission interministérielle des relations extérieures du Québec est créée en 1965. Cette dernière est intégrée en 1967 au nouveau ministère des Affaires intergouvernementales, qui est responsable de « coordonne[r] toutes les activités du gouvernement à l'extérieur du Québec ainsi que celles de ses ministères et organismes ». Il est à noter que ce qui deviendra le ministère québécois des Relations internationales en 1984 est apparu après l'établissement de ces relations, dans le but de les coordonner, et non avant, dans le but de les établir. Il poursuit néanmoins le développement de celles-ci, notamment en ouvrant de nouveaux bureaux du Québec à l'étranger, particulièrement en 1969 où plusieurs bureaux sont créés aux États-Unis (Chicago et Los Angeles notamment) et à Düsseldorf.

Pour faciliter le développement de son rayonnement international, le Québec s'appuie sur plusieurs événements mondiaux importants, comme l'organisation de l'Exposition universelle en 1967 puis celle des Jeux olympiques en 1976 à Montréal. En effet, ceux-ci attirent au Québec des représentants officiels étrangers, ainsi que du public et des journalistes, ce qui permet de montrer et de diffuser la culture québécoise. De la même façon, en 1979, le gouvernement du Québec profite de la Journée du Québec (à l'occasion des semaines du Canada à l'UNESCO) pour présenter diverses activités culturelles à Paris.

En 1973, un bilan de l'action internationale du Québec est réalisé par le ministère des Affaires intergouvernementales. Celui-ci conclut que cette action est principalement culturelle et franco-québécoise. Cet état de fait sera encore renforcé à partir de 1977 avec l'instauration des visites alternées annuelles des premiers ministres français et québécois. Néanmoins, d'autres dimensions de l'action internationale du Québec, notamment dans le domaine de l'aide au développement, se développent peu à peu au cours de la même période. En effet, dans les années 1970, des fonctionnaires québécois sont détachés auprès de gouvernements de pays en voie de développement

dans le cadre des programmes de l'Agence canadienne de Développement international (ACDI). Une entente avec cette agence canadienne permet alors au Ministère des Affaires intergouvernementales d'assurer la maîtrise d'œuvre de projets de développement en Afrique, ce qui donne au Québec une implication et une participation dans l'aide au développement. C'est d'ailleurs cet intérêt pour l'aide au développement qui conduira le Ministère des Affaires intergouvernementales à subventionner, à partir de 1977 et encore aujourd'hui, l'Association québécoise des organismes de coopération internationale (AQOCI), une association qui regroupe 67 organismes québécois de coopération internationale. De plus, à partir de 1975, le Québec est parfois représenté aux conférences organisées par différentes organisations internationales (Nations Unies, Organisation de coopération et de développement économiques, Organisation mondiale de la santé). Il lui arrive cependant de refuser d'être représenté à certaines de ces conférences, comme ce fut le cas lors de la Conférence générale du travail (OIT) à Genève en 1975, faute d'avoir l'assurance du gouvernement fédéral qu'à titre d'observateur au sein de la délégation canadienne il pourra le faire de manière adéquate.

Sur le plan interne, le ministère des Affaires intergouvernementales devient le responsable officiel de la gestion des relations internationales à partir de 1974 avec la mutation en son sein des fonctionnaires des services internationaux des autres ministères québécois. Au cours des années 1990, de nouvelles transformations du dispositif québécois de diplomatie publique et culturelle se produisent avec la création du Conseil des arts et des lettres du Québec (CALQ) en 1992 puis celle de la Société de développement des entreprises culturelles (SODEC) en 1994. Ces deux organisations participent à la promotion de la culture québécoise à l'étranger. Comme l'a expliqué Stéphan La Roche dans sa communication, le CALQ soutient les artistes québécois pour qu'ils aillent produire ou résider à l'étranger et invitent des artistes étrangers à faire de même au Québec. Quant à la SODEC, comme l'a rappelé pour sa part François Macerola, elle a pour mission d'aider les entreprises culturelles québécoises à produire et diffuser leurs œuvres, notamment à l'étranger, en investissant dans leurs projets, en leur accordant des subventions ou encore une aide financière remboursable. Elle participe ainsi au dynamisme de l'industrie culturelle québécoise.

Dans le domaine académique, le ministère de l'Éducation, du Loisir et du Sport (MELS) et celui de l'Enseignement supérieur, de la Recherche, de la Science et de la Technologie (MESRST) ont développé plusieurs programmes d'échanges d'étudiants à tous les stades de la formation, permettant l'envoi à l'étranger d'étudiants québécois et l'accueil au Québec d'étudiants étrangers. Plusieurs instances spécialisées dans les échanges de jeunes (étudiants ou en recherche d'emploi) ont aussi été créées à la suite d'accords de coopération bilatérale, comme l'Office franco-québécois pour la jeunesse (OFQJ) et l'Office Québec Wallonie-Bruxelles pour la Jeunesse (OQWBJ), ou d'initiatives du gouvernement québécois pour promouvoir les échanges de jeunes à l'échelle internationale, comme l'Office Québec-Amériques pour la Jeunesse (OQAJ) et l'Office Québec-Monde pour la Jeunesse (OQMJ). Depuis 2007, les Offices jeunesse internationaux du Québec (LOJIQ) regroupent les quatre organismes précédents dans le but d'offrir un portail unique et spécialisé pour tous les échanges de jeunes entre le Québec et l'étranger⁶⁹.

69 Pour plus de détail, voir le site de LOJIQ, <http://www.lojiq.org/a-propos/les-offices/>

De plus, l'Association internationale des études québécoises (AIEQ) est créée en 1997 afin de faire la promotion des études menées à l'étranger à propos du Québec. Grâce au réseau de chercheurs intéressés par le Québec que l'AIEQ a constitué, elle exerce une action de diplomatie publique et culturelle en augmentant la visibilité du Québec et sa compréhension dans les autres pays. La *Politique internationale* du gouvernement québécois, publiée en 2006, met d'ailleurs l'accent sur la contribution de l'AIEQ au développement de l'identité québécoise à l'échelle nationale et internationale. Depuis 2007, le gouvernement québécois a enrichi cette promotion du savoir québécois depuis l'étranger par une action de promotion du savoir-faire québécois depuis le Québec avec le Centre de valorisation internationale de l'expertise publique québécoise (CVIEPQ)⁷⁰, qui fait la promotion de l'expertise québécoise en administration publique à l'étranger.⁷¹

Objectifs

Les objectifs de la diplomatie publique et culturelle québécoise sont définis depuis 2006 dans le cadre de la *Politique internationale* du gouvernement du Québec⁷². Cette politique repose sur cinq orientations, la diplomatie publique et culturelle québécoise reposant sur le premier, le quatrième et le cinquième :

- renforcer la capacité d'action et d'influence de l'État québécois;
- favoriser la croissance et la prospérité du Québec;
- contribuer à la sécurité du Québec et du continent nord-américain;
- promouvoir l'identité et la culture du Québec;
- contribuer à l'effort de solidarité internationale.

Il est notable que cette même politique mentionne la France et les États-Unis comme des partenaires particuliers du Québec, du fait de l'ancienneté des relations et de la proximité culturelle pour la première, de l'importance économique et de la proximité géographique pour les seconds.

Organisation

Le dispositif de diplomatie publique et culturelle du Québec s'appuie sur un ensemble d'acteurs relevant principalement de quatre ministères : le ministère des Relations internationales, de la Francophonie et du Commerce extérieur (MRIFCE), le ministère de la Culture et des Communications (MCC), le ministère de l'Enseignement supérieur, de la Recherche, de la Science et de la Technologie (MESRST) et le ministère de l'Éducation, du Loisir et du Sport (MELS). En plus d'entretenir leurs propres programmes, ces ministères subventionnent les activités des autres acteurs de la diplomatie publique et culturelle québécoise, qui demeurent néanmoins indépendants pour le choix et

70 Pour plus de détail, voir le site du ministère des Relations internationales, de la Francophonie et du Commerce extérieur : <http://www.mrifce.gouv.qc.ca/fr/solidarite-internationale/quebec-et-la-solidarite/cviepq>

71 Ce résumé s'inspire des textes de François Macerola et de Stéphan La Roche, ainsi que des documents suivants : *Révolution tranquille 50 ans. Un courant d'inspiration en culture*, 2011, ministère de la Culture et des Communications [en ligne], <http://www.mcc.gouv.qc.ca/fileadmin/documents/publications/50ans-revolution-tr-mcccf.pdf> ; Michel Brunet, 2007, *Chronologie des relations internationales du gouvernement du Québec 1960-1967*, ministère des Relations internationales [en ligne], http://www.mrifce.gouv.qc.ca/Content/documents/fr/Chronologie_1960_1967.pdf ; Michel Brunet, 2007, *40 ans au cœur de l'action internationale du Québec. Chronologie 1967-2007*, ministère des Relations internationales [en ligne], http://www.mrifce.gouv.qc.ca/Content/documents/fr/Chronologie_40ans.pdf

72 Source : *Politique internationale du Québec. La force de l'action concertée*, 2006, ministère des Relations internationales [en ligne], <http://www.mrifce.gouv.qc.ca/Content/documents/fr/Politique.pdf>

l'organisation de leurs activités.

En plus des ministères précités, le dispositif québécois repose sur :

- le Conseil des arts et des lettres du Québec (CALQ) et la Société de développement des entreprises culturelles (SODEC) qui dépendent du MCC;
- les Offices jeunesse internationaux du Québec (LOJIQ) qui dépendent conjointement du MRIFCE et du MESRST;
- l'Association internationale des études québécoises (AIEQ) et le Centre de valorisation internationale de l'expertise publique québécoise (CVIEPO) qui sont principalement subventionnés par le MRIFCE.

Moyens mis en œuvre

L'action de diplomatie publique et culturelle du Québec repose d'abord sur un réseau de représentations officielles à l'étranger dans 17 pays, ainsi qu'auprès de trois instances multilatérales. Ces représentations possèdent toutefois des tâches différentes en fonction de leur statut : les délégations générales et délégations offrent une grande variété de services et d'activités, tandis que les bureaux et antennes sont spécialisés dans une ou quelques activités, très souvent dans le commerce. Néanmoins, même lorsque ça n'est pas leur domaine d'expertise, toutes les représentations du Québec à l'étranger participent à la diplomatie publique et culturelle québécoise, puisqu'elles assurent la visibilité du Québec et créent un intérêt à l'étranger pour ce dernier.

En plus de ces représentations, le ministère des Relations internationales, de la Francophonie et du Commerce extérieur entretient plusieurs programmes de soutien à la diplomatie publique et culturelle, notamment le programme d'invitation et d'accueil des personnalités étrangères (PIAPE), qui permet de faire venir au Québec des individus influents dans leur société d'origine, et le programme de stage en didactique du français, culture et société québécoises, qui permet de faire venir au Québec des professeurs de français langue étrangère provenant de divers pays dans le monde. Les échanges universitaires et culturels sont également encouragés et soutenus par le MRIFCE à travers différentes ententes de coopération que le gouvernement du Québec a signées avec des gouvernements, comme celui de la France, ou des organismes étrangers, comme le *British Council*.

La diplomatie publique et culturelle québécoise s'appuie ensuite sur le ministère de la Culture et des Communications, qui finance des projets d'échanges culturels (accueil d'artistes étrangers au Québec, promotion des artistes québécois à l'étranger, etc.)⁷³. Cette action est renforcée par les activités du CALQ et de la SODEC. Le CALQ soutient financièrement les artistes québécois qui souhaitent réaliser une tournée à l'étranger ou séjourner au sein de l'un de ses studios et ateliers-résidences (présents dans 24 villes réparties sur 18 pays). De plus, le CALQ soutient financièrement l'accueil d'artistes étrangers en résidence au Québec et la réalisation de coproduction en offrant une contribution monétaire équivalente à celle de l'organisme étranger. Quant à la SODEC, elle concentre son action sur les entreprises québécoises du secteur de la culture pour faciliter leur rayonnement sur la scène internationale, notamment en soutenant financièrement leur participation à des événements culturels

73 Source : site du ministère de la Culture et des Communications, http://www.mcc.gouv.qc.ca/index.php?id=274&no_cache=1

internationaux reconnus (festivals de cinéma, foires et salons du livre, etc.). La SODEC et le ministère de la Culture et des Communications ont également créé le Fonds capital culture Québec, qui finance des entreprises culturelles québécoises souhaitant exporter leurs productions à l'étranger⁷⁴.

Le ministère des Relations internationales, de la Francophonie et du Commerce extérieur, le ministère de la Culture et des Communications, ainsi que le CALQ et la SODEC participent aussi à l'organisation de nombreux événements culturels de portée internationale au Québec, en particulier à Montréal (festival MEG Montréal, festival international du jazz, etc.).

Le dispositif de diplomatie publique et culturelle québécois profite également de l'action de l'AIEQ, qui apporte son soutien à l'élaboration de cours ou de recherches contribuant à améliorer la connaissance et la compréhension du Québec et organise des tournées d'écrivains québécois à l'étranger au sein de son réseau d'environ 3 000 chercheurs, professeurs et étudiants qui se consacrent à l'étude du Québec. Les activités académiques et scientifiques des membres du réseau de l'AIEQ portent sur tous les domaines (culture, économie, enjeux de société, système gouvernemental, politiques environnementales, etc.) et, par conséquent, elles permettent non seulement de mieux faire connaître le Québec, y compris ses positions concernant certains enjeux internationaux, mais aussi d'en faire un modèle à suivre. Tout en bénéficiant des subventions que lui versent notamment le MRIFCE et le MCC, l'AIEQ est un organisme privé dont l'indépendance vis-à-vis du gouvernement du Québec assure la neutralité et garantit la crédibilité de ses membres.

Dans le domaine de l'aide au développement, le ministère des Relations internationales, de la Francophonie et du Commerce extérieur travaille en collaboration avec les organisations non gouvernementales québécoises à travers le programme québécois de développement international, qui offre un soutien financier à ces organisations, et le programme Québec sans frontières, qui finance des stages de jeunes québécois dans ces organisations. Il est notable que ces programmes mentionnent l'Afrique francophone, les Antilles et l'Amérique latine comme destinataires principaux de l'aide au développement québécoise.⁷⁵ Depuis sa création, le Centre de valorisation internationale de l'expertise publique québécoise (CVIEPQ) participe à cette action en offrant des programmes de renforcement des capacités dans le domaine de l'administration publique.

Sur le plan des échanges universitaires, le ministère de l'Enseignement supérieur, de la Recherche, de la Science et de la Technologie (MESRST) offre plusieurs bourses permettant à des Québécois d'aller étudier à l'étranger.⁷⁶ Les Offices jeunesse internationaux du Québec (LOJIQ) complètent cette action en finançant des projets d'études et de formation professionnelle de Québécois à l'étranger.

74 Source : site du Fonds capital culture Québec, <http://capitalculture.ca/>

75 Source : site du ministère des Relations internationales, de la Francophonie et du Commerce extérieur, <http://www.mrifce.gouv.qc.ca/fr/solidarite-internationale/programmes-de-solidarite/presentation>

76 Source : site du ministère de l'Enseignement supérieur, de la Recherche, de la Science et de la Technologie, <http://www.mesrst.gouv.qc.ca/universites/etudiants-a-luniversite/experiences-hors-quebec-a-luniversite/>

o La Fédération Wallonie-Bruxelles

Historique

La diplomatie publique et culturelle de Wallonie-Bruxelles prend naissance dans les années 1980, lorsque les réformes successives de l'État fédéral belge aboutissent à la délégation d'une quantité croissante de responsabilités, d'une part, aux communautés culturelles (la communauté francophone, la communauté flamande et la communauté germanophone), et d'autre part, aux régions de Belgique (la région wallonne, la région flamande et la région bruxelloise). Les compétences de gestion de l'État se trouvent donc réparties entre ces trois communautés, en ce qui concerne notamment la culture, l'enseignement, la recherche, la santé et l'emploi des langues, et ces trois régions, en ce qui concerne notamment l'agriculture, l'économie, l'emploi, le territoire et l'environnement. Dès 1982, la culture devient une compétence qui relève des communautés culturelles. Or, la constitution belge prolongeant les compétences internes au niveau international, les communautés se trouvent également responsables de la politique culturelle à l'étranger. Pour assumer cette tâche, la communauté francophone crée en 1983 le Commissariat général des relations internationales (CGRI). Au même moment, la région wallonne crée la Direction des relations internationales (DRI).

Il en découle que la diplomatie publique et culturelle de Wallonie-Bruxelles est assurée par deux organismes distincts ayant chacun leurs propres administrations, programmes et objectifs. Elle se constitue alors en grande majorité d'accords bilatéraux entretenus par le CGRI ou la DRI, en raison de leurs compétences dans les domaines de l'éducation et de la culture. La collaboration entre les deux entités se développe à partir de 1996, mais il faut attendre août 2006 pour que la communauté francophone et la région wallonne définissent une stratégie conjointe de relations internationales dans une *Note de politique internationale*. Cette mutualisation des efforts se poursuit en 2009 avec une seconde *Note de politique internationale* aboutissant cette fois à la fusion du CGRI et de la DRI pour former une nouvelle agence : Wallonie-Bruxelles international (WBI).

Cette fusion des structures permet à la diplomatie publique et culturelle de Wallonie-Bruxelles de gagner en lisibilité sur la scène internationale, puisqu'elle est à présent représentée par un acteur unique. Sur le plan interne, la création de WBI a aussi permis de faciliter les coopérations entre les différents acteurs de la diplomatie publique et culturelle de la communauté francophone et de la région wallonne. En plus de reprendre la gestion des accords bilatéraux, WBI a ainsi développé de nombreux partenariats avec les autres organisations contribuant, directement ou indirectement, à la diplomatie publique et culturelle de Wallonie-Bruxelles, telle que l'Agence wallonne à l'exportation et aux investissements étrangers (AWEX), qui soutient les acteurs de l'industrie culturelle, et la Commission universitaire pour le développement (CUD), qui définit et gère la politique de coopération internationale des universités belges⁷⁷. De plus, comme l'a montré Charles-Étienne Lagasse dans sa communication, WBI a créé de nombreuses instances spécialisées dans un domaine particulier de la diplomatie publique et culturelle, comme Wallonie-Bruxelles images ou encore Wallonie-Bruxelles théâtre et danse, dans le but de rendre son action la plus efficace possible.⁷⁸

77 Source : site de la CUD, http://www.cud.be/index.php?option=com_content&task=view&id=408&Itemid=343

78 Ce résumé s'inspire des documents suivants : dossier « 30 ans de relations internationales » dans *W+B*, décembre 2012,

Par ailleurs, la diplomatie publique et culturelle de Wallonie-Bruxelles peut compter sur l'Association pour la promotion de l'éducation et de la formation à l'étranger (APEFE). Depuis 1976, cette association œuvre dans le domaine de l'aide au développement. Initialement créée pour permettre aux enseignants francophones de Belgique de contribuer au renforcement des capacités des pays en développement, l'APEFE travaille aujourd'hui sur tous les aspects de l'aide au développement : renforcement des capacités, construction d'un État de droit, prévention des conflits, promotion des droits humains, etc.⁷⁹

Enfin, la diplomatie publique et culturelle de Wallonie-Bruxelles possède une forte visibilité sur la scène médiatique internationale grâce à la Radio télévision belge de la communauté française (RTBF). Créée en 1977, cette entreprise de service public est devenue en 2010 RTBF.be, acquérant simultanément une présence sur Internet⁸⁰, qui lui permet d'être accessible partout dans le monde et donc de contribuer à la connaissance et la compréhension de la Wallonie-Bruxelles à l'échelle mondiale.

Objectifs

Les objectifs de Wallonie-Bruxelles international sont définis dans la note de politique internationale ayant abouti à sa création. Ces objectifs s'articulent autour de quatre directions :

- défendre des valeurs politiques fondamentales pour une mondialisation juste, humaine et durable, notamment grâce au dialogue interculturel;
- renforcer la solidarité internationale de Wallonie-Bruxelles;
- promouvoir la mise en place d'une Europe forte, sociale et durable dans laquelle chaque région bénéficie des meilleures conditions pour atteindre les objectifs socio-économiques d'une union compétitive et tournée vers l'extérieur;
- renforcer la visibilité internationale, contribuer à l'attractivité et au développement de la Wallonie et de la communauté Wallonie-Bruxelles.⁸¹

Plus spécifiquement, WBI a décliné ces objectifs au sein d'un double programme d'action. Ainsi, en fonction du pays avec qui la coopération est réalisée, WBI insiste sur les intérêts de Wallonie-Bruxelles (pour les pays du Nord) ou sur le développement (pour les pays du Sud).⁸²

numéro 118, Fédération Wallonie-Bruxelles et Wallonie [en ligne], http://www.wbi.be/sites/default/files/attachments/publication/revue_wb_118_0.pdf ; *Rapport d'activités 2012*, Wallonie-Bruxelles international [en ligne], http://www.wbi.be/sites/default/files/attachments/publication/rapport_activite_wbi_2012.pdf ; *Note de politique internationale 2*, 2009, Wallonie et communauté Wallonie-Bruxelles [en ligne], http://www.wbi.be/sites/default/files/attachments/page/note_de_politique_internationale2.pdf

79 Source : site de l'APEFE, <https://www.apefe.org/prsentation-topmenu-2.html> et <https://www.apefe.org/prsentation-topmenu-2.html?showall=&start=1>

80 Source : site de la RTBF, <http://www.rtbef.be/entreprise/rtbf-groupe/entreprise/historique?id=8046228>

81 *Note de politique internationale 2*, 2009, Wallonie et communauté Wallonie-Bruxelles [en ligne], http://www.wbi.be/sites/default/files/attachments/page/note_de_politique_internationale2.pdf

82 *Rapport d'activités 2012*, Wallonie-Bruxelles international [en ligne], http://www.wbi.be/sites/default/files/attachments/publication/rapport_activite_wbi_2012.pdf

Organisation

Le dispositif de diplomatie publique et culturelle de Wallonie-Bruxelles est centré sur l'agence Wallonie-Bruxelles international. En effet, cette dernière possède un réseau international de 17 délégations ayant un statut diplomatique, complété par six bureaux Wallonie-Bruxelles gérés en partenariat avec l'APEFE. De plus, WBI est responsable des accords bilatéraux de Wallonie-Bruxelles avec 70 pays et régions. Parmi ceux-ci, les coopérations avec la Suède, la Pologne et le Québec sont particulièrement importantes. Pour cette dernière, des instances spécifiques ont même été créées, comme l'Office Québec Wallonie-Bruxelles pour la jeunesse (OQWBJ).

L'action de WBI est également renforcée par les nombreuses instances spécialisées qui en dépendent :

- le Bureau international jeunesse (BIJ) et Wallonie-Bruxelles Campus pour les échanges universitaires, en partenariat avec la Commission universitaire pour le développement;
- Wallonie-Bruxelles design et mode;
- Wallonie-Bruxelles images;
- Wallonie-Bruxelles musiques;
- Wallonie-Bruxelles théâtre et danse;
- Wallonie-Bruxelles architecture;
- Wallonie-Bruxelles tourisme.

WBI n'a cependant pas créé d'instance spécialisée dans le secteur de l'aide au développement, cette dernière étant poursuivie à travers les autres activités. De plus, l'APEFE constitue déjà une organisation spécialisée dans ce domaine apte à représenter la Wallonie-Bruxelles.

Moyens mis en œuvre

La diplomatie publique et culturelle menée par WBI s'appuie sur de nombreux partenariats bilatéraux impliquant des programmes et des activités spécifiques, à l'image du Centre culturel Wallonie-Bruxelles à Paris pour la France. WBI a aussi développé des programmes d'échanges et de résidences d'artistes afin d'encourager les coopérations entre les créateurs de Wallonie-Bruxelles et étrangers.

De plus, afin de promouvoir l'image de Wallonie-Bruxelles, WBI soutient la participation des artistes lors des événements internationaux, comme la Biennale de Venise. Il est notable que WBI utilise beaucoup les événements culturels internationaux pour promouvoir l'image de Wallonie-Bruxelles : « Mons, capitale européenne de la culture » en 2015 et la candidature de Liège pour l'organisation de l'exposition universelle de 2017 ont ainsi été mis en avant par WBI pour promouvoir l'image de Wallonie-Bruxelles auprès des publics étrangers.

Dans le domaine des échanges universitaires, le Bureau international jeunesse a développé une approche originale en finançant certes les échanges d'étudiants, mais également des appels à projets tournés vers la mobilité internationale des jeunes.

Autres éléments significatifs

Le pouvoir fédéral belge entretient également des activités de diplomatie publique et culturelle, ainsi

que d'aide au développement. Celles-ci sont toutefois organisées en parallèle des actions de WBI, ce qui peut limiter leur visibilité et leur impact en plus d'entraîner des gaspillages de ressources. De ce fait, l'amélioration des synergies entre WBI et le pouvoir fédéral est l'un des enjeux futurs pour WBI.⁸³

83 *Note de politique internationale 2*, 2009, Wallonie et communauté Wallonie-Bruxelles [en ligne], http://www.wbi.be/sites/default/files/attachments/page/note_de_politique_internationale2.pdf

LES ENJEUX ACTUELS DE LA DIPLOMATIE PUBLIQUE ET CULTURELLE

Dans cette troisième partie, nous abordons différents enjeux de la diplomatie publique et culturelle d'aujourd'hui qui ont été discutés lors du colloque. Ces enjeux sont abordés différemment par chacun des États représentés en fonction de la compréhension qu'ils en ont et de l'importance qu'ils leur attachent. Nous chercherons donc à présenter les convergences et divergences entre les États sur chacun des enjeux évoqués.

L'IMPORTANCE DES RÉSEAUX

Nous avons déjà mentionné l'influence de la mise en réseau des sociétés sur la diplomatie publique en affirmant qu'elle entraîne à la fois une dilution du message porté par ses acteurs et un accroissement de l'importance de la communication pour éviter d'éventuelles incompréhensions. L'aspect contradictoire de cette double conséquence rend difficile de s'y opposer, puisque la répétition d'un même message par les acteurs de la diplomatie publique, afin de s'assurer d'être entendu et compris, provoque souvent des résultats mitigés : le message est entendu, mais il perd en crédibilité, car ses émetteurs semblent



insensibles aux débats, questions et commentaires qui en découlent. De ce fait, il est nécessaire pour la diplomatie publique de trouver une autre façon de tenir compte de l'importance des réseaux. Les participants au colloque nous offrent à cet égard plusieurs pistes de solution.

Tout d'abord, si les réseaux conduisent à la dilution du message des acteurs de la diplomatie publique, ils peuvent également devenir de formidables « caisses de résonance » de ce message. Lorsque des individus ou des groupes, appartenant à divers réseaux, reprennent le message de la diplomatie publique d'un État et le diffusent, à l'identique ou en le commentant, ils contribuent à l'action de diplomatie publique de cet État, puisqu'ils augmentent sa visibilité dans le réseau et créent des débats à son propos. Il est donc essentiel que les acteurs de la diplomatie publique s'appuient sur ces personnes. Comme l'a affirmé Andrew Davis lors du colloque de l'AIEQ :

Pourtant, en ce qui concerne leur capacité d'influence, lorsque les gens des médias internationaux parlent de la Catalogne [...], c'est « Col·lectiu Emma » qui est souvent cité et ce sont ses membres qui sont souvent les premiers contactés lorsque les journalistes ont des questions sur la Catalogne.

Andrew Davis

Ainsi, alors même que ce collectif n'appartient pas au réseau diplomatique établi par la Catalogne, il contribue à son action de diplomatie publique. Nous pouvons d'ailleurs remarquer que pour un État non souverain, comme la Catalogne ou le Québec, l'existence d'un réseau consacré à son étude est extrêmement utile, puisqu'il constitue un relai pour la communication gouvernementale. Relai d'autant plus important que les membres du réseau se situent à l'étranger : ils sont capables de prendre part rapidement à un débat qui commence et ils entrent facilement en contact avec les médias étrangers, limitant ainsi les risques d'une incompréhension de la position diplomatique de l'État qu'ils soutiennent.

De plus, cet intérêt des réseaux pour la diplomatie publique est renforcé par un second élément, que Christian Lequesne a évoqué en parlant de la création de l'Institut français :

Un second référentiel influençant cette réforme est issu de la circulation des idées à propos des pratiques diplomatiques, à savoir que la nouvelle diplomatie publique s'impose d'autant plus qu'elle échappe à l'image d'un contrôle direct par l'État. [...] Les directeurs des Instituts français, par exemple, tiennent de plus en plus un discours selon lequel la véritable diplomatie d'influence se pratique en dehors des murs de l'ambassade.

Christian Lequesne

Il en ressort que les réseaux d'individus peuvent obtenir une crédibilité plus importante que les acteurs étatiques de la diplomatie publique grâce à leur apparence de neutralité. La majorité des pays en sont conscients et cherchent à favoriser l'émergence de tels réseaux, notamment à travers les programmes d'échanges d'universitaires, d'artistes et d'étudiants. En permettant à ces personnes de voyager, qu'ils partent à l'étranger ou soient accueillis sur le territoire national, les États leur offrent la possibilité de créer ou de s'insérer dans un réseau international. L'idée sous-jacente étant que ce

réseau facilitera la compréhension mutuelle et l'avancée des intérêts nationaux. Ulrich Ufer a particulièrement mis en exergue cette situation en présentant le rôle des « professeurs DAAD » :

Au Canada et aux États-Unis, le Deutscher Akademischer Austauschdienst (DAAD) finance également une vingtaine de positions de professeurs invités dans diverses universités. Mandatés pour une durée de cinq ans au maximum, ces « professeurs DAAD » sont chargés d'enseigner les études allemandes et européennes, d'améliorer le réseautage scientifique entre l'Allemagne et l'Amérique du Nord et de s'engager dans la politique culturelle allemande à l'étranger.

Ulrich Ufer

De la même façon, l'un des objectifs du cadre stratégique daté de 2010 de la diplomatie publique états-unienne est de « développer et promouvoir les relations de personne à personne », comme l'a expliqué Annick Landreville :

Pour atteindre cet objectif, nous avons maintenu des programmes, tels que l'International Visitor Leadership Program (IVLP), fondé en 1940, et Fulbright, qui sont depuis longtemps les piliers de nos échanges de personne à personne. [...] Provenant de tous les secteurs, ces anciens participants ont tous réalisé un voyage de familiarisation aux États-Unis, ce qui facilite nos échanges avec eux.

Annick Landreville

L'importance des réseaux semble donc comprise par les États, qui en favorisent l'émergence et en entretiennent l'activité grâce à divers programmes d'échange. De manière surprenante, le Canada s'inscrit en faux par rapport à cette tendance : comme l'a montré John W. Graham, il possédait un programme d'études canadiennes dont l'intégrité et l'efficacité étaient reconnues, permettant au Canada de disposer d'un réseau de chercheurs se consacrant à son étude au niveau mondial et constituant autant de relais potentiels pour sa diplomatie publique. Cependant, le gouvernement canadien a choisi de mettre fin à ce programme, fragilisant son réseau alors que tous les autres pays maintiennent et développent le leur, souvent en dépit de moyens financiers en diminution.

Une remarque s'avère néanmoins nécessaire : si les États doivent s'appuyer sur les réseaux d'individus pour renforcer l'impact de leur diplomatie publique, ils ne peuvent pas négliger pour autant leur réseau de représentations diplomatiques officielles. Comme le montre Christopher Malone dans *Quelques réflexions à propos du métier de diplomate en 2012*⁸⁴, ces instances officielles représentent la volonté d'un pays de s'investir dans les relations internationales : le fait de les négliger est perçu par les autres acteurs internationaux comme un abandon du champ de la diplomatie. Tirer profit des réseaux d'individus doit donc être fait en parallèle de l'utilisation des instruments diplomatiques « traditionnels ».

Bien entendu, la place majeure occupée aujourd'hui par le virtuel, en particulier à travers les médias

84 Christopher Malone (2012), *Quelques réflexions à propos du métier de diplomate en 2012*, Cahier de recherche du Laboratoire d'étude sur les politiques publiques et la mondialisation (LEPPM), vol. 5, no2 [disponible en ligne], http://www.leppm.enap.ca/leppm/docs/Cahier%20recherche/Cahier%20de%20recherche_Malone_Final_WEB.pdf

sociaux, constitue une évolution dont les gouvernements ont tenu compte dans leurs pratiques de diplomatie publique. Ces médias, notamment Facebook et Twitter, qui sont les plus connus et les plus usités dans les pays occidentaux, permettent de diffuser un message à un grand nombre d'interlocuteurs, mais également d'interagir avec ceux-ci. Cette possibilité d'interaction permet aux acteurs de la diplomatie publique de recueillir les réactions à leur message puis d'expliquer et d'adapter ce dernier pour faciliter sa compréhension et augmenter son effet. Comme l'a dit Annick Landreville lors du colloque, la communication sur les réseaux sociaux permet aussi aux acteurs de la diplomatie publique d'augmenter la portée de leurs activités, puisqu'ils sont en mesure de contacter facilement un grand nombre de personnes pour les inviter à participer :

Par exemple, nous utilisons les réseaux sociaux pour mieux communiquer le point de vue américain et entendre ceux de notre auditoire. Au Canada, l'Ambassade des États-Unis à Ottawa est suivie par plus de 15 000 personnes sur Twitter et plus de 7 000 sur Facebook. Le Consulat des États-Unis à Montréal a créé sa propre page Facebook il y a un an et compte plus de 2 500 adeptes. Cette présence nous permet de faire participer la collectivité et d'amplifier les événements que nous soutenons dans toute la région.

Annick Landreville

Ces médias permettant facilement de susciter des débats, certains acteurs de la diplomatie publique les utilisent pour augmenter la visibilité de leur État : à travers des discussions virtuelles, le pays en question explique sa situation, ses choix politiques et tente de rallier des personnes à sa cause. En effet, plusieurs événements récents nous ont montré qu'une forte mobilisation dans la sphère virtuelle provoque à un moment ou à un autre des changements dans le monde réel. À partir de cette idée, certains gouvernements utilisent la mobilisation virtuelle pour soutenir leurs objectifs politiques. C'est notamment le cas de la Catalogne, comme le montre Andrew Davis :

Le bureau du Diplocat a également lancé une initiative basée sur l'utilisation d'un compte Twitter et inspirée des expériences de @ScotVoices et @Sweden (réalisées respectivement par l'Écosse et la Suède). Chaque semaine, un Catalan différent, ou une personne qui vit ou a vécu en Catalogne, envoie un microblog à partir de ce compte et parle de ce qu'il/elle aime, ressent et pense au sujet de la Catalogne. Cette initiative vise à sensibiliser les gens à la situation de la Catalogne et à promouvoir les discussions au sujet du processus politique démocratique en cours concernant le statut politique de la Catalogne en Europe et en Espagne.

Andrew Davis

Cependant, plusieurs intervenants du colloque ont mentionné le fait que l'intégration des nouveaux modes de communication liés au virtuel modifiait la pratique de la diplomatie publique. Ce changement étant d'autant plus sensible que la maîtrise de ces outils n'est encore que partielle, à l'image de cette affirmation d'Andrew Davis :

Dans le cadre de notre effort d'amélioration dans ce domaine, nous avons rejoint un nouveau réseau informel lancé à New York par le Consulat général de Suisse et visant à réunir les gestionnaires des

médias sociaux, les directeurs des communications et les chefs du marketing numérique des consulats et délégations étrangères à New York pour partager leurs expériences, apprendre les meilleures pratiques et explorer ce nouvel univers de la « diplomatie numérique ». Soit dit en passant, l'une des choses intéressantes que nous avons apprises de ce groupe était le fait que Twitter avait démarré une initiative pour informer les gouvernements et les diplomates de la meilleure façon d'utiliser les comptes Twitter.

Andrew Davis

Nous remarquons également qu'il semble exister une certaine crainte de perdre le contrôle de la communication lorsque celle-ci est réalisée à travers les nouveaux médias. Cette inquiétude peut s'expliquer par le manque de maîtrise des outils, mais également par leur multiplicité, qui rend extrêmement complexe de suivre l'évolution du message : une fois celui-ci énoncé sur un réseau social, il peut être copié, discuté et déformé à la fois sur le réseau où il a été émis, mais aussi sur d'autres plateformes virtuelles, sur lesquelles les acteurs de la diplomatie publique à l'origine du message ne sont peut-être pas présents et donc ne peuvent pas influencer sur le débat. L'affirmation suivante de Sylviane Tarsot-Gillery illustre bien cette crainte de perdre le contrôle du message :

Consubstantiel à l'idée de réseau, le déploiement du numérique redéfinit l'exercice de nos métiers, en épouse l'évolution, la prévoit et l'anticipe. Il encourage sur un mode horizontal les mises en relation et la convergence. L'offre numérique est devenue pléthorique, nous sommes confrontés à l'« hyperchoix ». Il importe plus que jamais de hiérarchiser, de donner du sens, d'apprendre à apprendre à travers l'indexation et l'éditorialisation de ces nouveaux outils.

Sylviane Tarsot-Gillery

En conclusion, nous pouvons dire que les réseaux sont un élément important de la diplomatie publique, puisqu'ils permettent de relayer la communication gouvernementale et sont souvent plus réactifs que les instances officielles face aux controverses naissantes. Les programmes d'échange mis en place par les différents États sont une méthode efficace pour favoriser l'émergence de tels réseaux, de même que l'utilisation du numérique, bien que cette dernière fasse encore naître des appréhensions, particulièrement à cause de la difficulté de contrôler un message circulant sur les médias sociaux.

L'ENSEIGNEMENT DE LA LANGUE

Élément essentiel à la communication, mais aussi marqueur culturel, la langue occupe une place à part dans plusieurs stratégies gouvernementales de diplomatie publique et culturelle. En effet, si l'apprentissage d'une langue étrangère permet aux individus de communiquer aisément avec ses locuteurs, il leur offre également un accès privilégié à la culture étrangère associée, parce que la langue porte en elle-même un héritage culturel et parce que ces personnes peuvent accéder à toutes les œuvres culturelles, même si elles n'ont pas été traduites dans leur langue d'origine. De plus, l'apprentissage d'une langue étrangère démontre un intérêt pour un pays, ce qui fait des apprenants des candidats idéaux pour intégrer les réseaux d'influence de ce dernier, en particulier lorsque c'est lui qui a financé et dispensé les cours de langue dont les individus ont bénéficié. L'un des premiers pays

qui a pratiqué cet enseignement de la langue à l'étranger est la France, avec le réseau mondial des Alliances françaises, Sylviane Tarsot-Gillery mentionnant à ce propos :

Plus de 900 Alliances françaises sont recensées, dont près de 400 conventionnées par le ministère des Affaires étrangères. Elles dispensent des cours de langue française et assurent des activités culturelles.

Sylviane Tarsot-Gillery

Néanmoins, d'autres pays misent également beaucoup sur la langue :

Dans ce but, l'Institut Ramon Llull signe des accords avec des universités étrangères afin d'y promouvoir l'enseignement du Catalan; il coordonne et offre un soutien à plus de 140 centres où est proposée l'étude du Catalan dans le monde entier. L'Institut Ramon Llull encourage aussi la traduction des œuvres écrites en Catalan, en supportant les maisons d'édition et les traducteurs étrangers afin d'assurer que la littérature catalane soit diffusée le plus possible.

Andrew Davis

Nous avons également accru l'accès à l'éducation. L'apprentissage de l'anglais dans les pays en voie de développement, par exemple, constitue un moyen de promouvoir la compréhension [des États-Unis] et de notre peuple et peut fournir une compétence cruciale menant à de meilleures opportunités économiques et éducatives. Nous avons élargi l'accès aux programmes, comme « ACCESS Micro-Scholarships », qui donnent à des adolescents sous-représentés, en particulier dans les pays musulmans, du financement pour assister à des cours d'anglais et de découverte de l'Amérique.

Annick Landreville

Nous remarquons alors deux conceptions distinctes de la place de la langue dans la diplomatie publique et culturelle. En Catalogne, en Allemagne et dans les pays anglo-saxons, l'enseignement de la langue à l'étranger est compris comme un instrument d'échange et de coopération; tandis qu'au Québec et en France, cet enseignement est perçu comme un moyen de lutter contre une forme d'uniformisation liée à la mondialisation. Hans-Jürgen Lüsebrink illustre cette distinction ainsi :

La France et le Québec représentent actuellement les États-nations en Occident qui valorisent, à travers leur diplomatie culturelle, d'une manière accentuée et programmatique, les notions d'exception culturelle, d'identité culturelle et de défense de leur patrimoine linguistique et culturel face aux processus homogénéisants de la mondialisation. [...] La diplomatie culturelle de l'Allemagne [...], a intégré depuis le début des années 1970 une conception étendue de la culture – la culture première au sens de Fernand Dumont – foncièrement diversifiée et interculturelle, utilisant les médias de masse et les notions d'échange, de dialogue, de controverse, de débat et d'interculturalité.

Hans-Jürgen Lüsebrink

Il est possible que le maintien des concepts de « mission » et de « modèle » dans les fondements des diplomaties publiques et culturelles française et québécoise explique cette attitude défensive. L'acceptation des idées de cosmopolitisme et de compréhension comme bases de la diplomatie

publique et culturelle permettant, semble-t-il, aux autres pays d'aborder la question linguistique de manière plus neutre, tout en restant conscients des enjeux, échanges universitaires et commerciaux notamment, qui y sont liés.

L'AUTONOMIE DES ACTEURS

Une autre divergence importante apparaît dans les pratiques de diplomatie publique et culturelle des États représentés au colloque sur le plan de l'autonomie des acteurs. Certains pays, comme l'Allemagne avec les Instituts Goethe et le Royaume-Uni avec le *British Council*, délèguent totalement les activités de diplomatie publique et culturelle à des associations et des fondations, qui, bien que financées par des fonds publics, fonctionnent de manière autonome, comme le montre Hans-Jürgen Lüsebrink :

Les rares confrontations ouvertes entre les Instituts Goethe et le gouvernement fédéral (par exemple lorsque le Chancelier Kohl a demandé la fermeture ou tout au moins la modification d'une exposition de caricatures politiques, présentée dans différents Instituts Goethe en 1995, où il se voyait lui-même caricaturé) ont toujours abouti à affirmer, voire à renforcer, depuis la refondation des Instituts Goethe en 1951, l'indépendance politique et l'autonomie financière de ces derniers.

Hans-Jürgen Lüsebrink

À l'opposé, d'autres États mènent leur diplomatie publique et culturelle directement à travers les instituts étatiques, notamment la France avec le Quai d'Orsay et les États-Unis avec le Département d'État, comme le remarque Christian Lequesne :

La diplomatie culturelle a donc été conçue en France comme un bien public d'État, faisant l'objet d'une forte centralisation. Ce modèle historique de diplomatie culturelle est aussi celui de l'administration directe, plutôt que de la délégation à des fondations ou à des acteurs non gouvernementaux.

Christian Lequesne

D'ailleurs, il est notable que le gouvernement français a tenté durant les années 2000 de modifier ce modèle d'administration directe en confiant certaines activités de diplomatie publique et culturelle à des agences autonomes plutôt qu'aux ambassades :

La principale idée est de réduire le pouvoir d'administration directe du ministère en créant des agences, qui deviendront les opérateurs des activités culturelles, éducatives et artistiques réalisées à l'étranger. [...] La réaction des ambassadeurs à cette proposition est cependant si virulente et négative que le ministre des Affaires étrangères, Bernard Kouchner, est contraint de lancer la réforme à titre expérimental pour une durée de trois ans. La Loi du 27 juillet 2010 relative à l'action culturelle de l'État prévoit en effet que le rattachement des agents de l'Institut français ne sera effective que dans treize pays dans un premier temps et que la suite de la réforme tiendra compte des résultats de cette expérimentation. (Christian Lequesne)

Christian Lequesne

D'après les derniers éléments connus, cette expérimentation est jugée positivement par le gouvernement français, mais ce dernier ne souhaite pas l'étendre à l'ensemble des pays. L'actuel ministre des Affaires étrangères, Laurent Fabius, avance deux explications : la première est budgétaire et la seconde se fonde sur l'idée que les ambassades françaises sont responsables du rayonnement du pays à l'étranger. Selon le ministre, elles doivent donc conserver un certain nombre de prérogatives : « le rayonnement de la France est un tout, et il faut que les ambassades aient à leur disposition une palette assez large : l'élément culturel est un élément de cette palette. Si on systématisait le rattachement des éléments culturels à un opérateur unique, la palette serait moins large »⁸⁵. La tendance centralisatrice d'administration directe sera conservée.

La Catalogne présente une situation intéressante, puisqu'elle possède un réseau de diplomatie publique et culturelle mixte. En effet, on y trouve à la fois des organisations directement liées à l'État, comme le Comité mixte Québec-Catalogne pour la coopération, des organisations non gouvernementales, comme le groupe « Col•lectiu Emma », et un partenariat public/privé, sous la forme du Conseil sur la diplomatie publique (nommé Diplocat). Selon Andrew Davis, ce dernier est :

[...] un consortium ayant pour but de concevoir et de promouvoir la stratégie de diplomatie publique de la Catalogne. À ce consortium public/privé participent le gouvernement de la Catalogne et les représentations politiques des municipalités catalanes, ainsi que les associations, universités, banques et sociétés catalanes pertinentes qui ont accueilli favorablement et se sont jointes à l'initiative.

Andrew Davis

Ce modèle d'organisation de la diplomatie publique mêlant à la fois organisations gouvernementales et non gouvernementales constitue une particularité catalane et semble adapté à la situation contemporaine, puisqu'il permet de tirer profit de la crédibilité d'institutions non directement liées à l'État tout en gardant un contrôle raisonnable sur les objectifs et le message transmis.

LA SPÉCIALISATION DES ACTEURS

Malgré leurs organisations générales différentes, tous les appareils de diplomatie présentés lors du colloque montrent une tendance à la spécialisation des services. Ainsi, l'Allemagne délègue les différents éléments de sa diplomatie publique et culturelle à plusieurs organismes, chargés chacun d'un segment spécifique : les Instituts Goethe se concentrent sur l'enseignement de la langue et de la culture allemandes à l'étranger, la Fondation Alexander von Humboldt finance des séjours de chercheurs étrangers en Allemagne, les Maisons des sciences et de l'innovation font la promotion de l'Allemagne en tant que pays d'excellence pour la recherche et l'innovation et s'investissent dans le dialogue scientifique international, etc. De même, la France, pourtant centralisatrice dans sa pratique de la diplomatie publique et culturelle, a créé au cours des dernières années plusieurs agences gouvernementales chargées de missions spécifiques : l'Agence pour le développement des entreprises

85 « L'expérimentation de l'Institut français ne sera pas étendue », *Le Monde*, 23 octobre 2013 [disponible en ligne], http://www.lemonde.fr/culture/article/2013/10/23/l-experimentation-des-instituts-francais-ne-sera-pas-etendue_3501206_3246.html

françaises à l'étranger (Ubifrance) accompagne les entreprises françaises à l'international et Campus France est l'opérateur responsable des échanges universitaires.

Cette spécialisation découle de deux éléments. Tout d'abord, l'expertise nécessaire pour remplir correctement les missions de promotion, de négociation, etc. est de plus en plus importante, ce qui oblige les pays à offrir des formations de plus en plus pointues à leur personnel. Il n'est alors plus possible pour une même personne de remplir toutes les missions relevant de la diplomatie publique et culturelle : chaque individu se concentre sur un élément qu'il maîtrise parfaitement. Comme l'explique Sylviane Tarsot-Gillery :

L'Institut français est responsable de la professionnalisation des agents du réseau – Instituts français et Alliances françaises – dans la mesure où il s'agit de métiers à part entière qui s'exercent dans un environnement concurrentiel. À cet effet, il met en œuvre des programmes de formation aussi bien dans les différents domaines de compétences du réseau (artistique, culturel, audiovisuel) que dans le champ des compétences techniques et managériales.

Sylviane Tarsot-Gillery

Ce besoin d'expertise est également renforcé par la quantité d'informations à connaître pour mener à bien une activité de diplomatie publique : les interactions constantes et très nombreuses entre les États, ainsi que les échanges numériques, créent des situations internationales changeantes qu'il est plus facile de suivre et de contrôler en se focalisant sur un seul domaine d'expertise. Enfin, confier la gestion d'un type d'activité à un acteur spécialisé dans le domaine permet de donner une légitimité très forte à ce dernier pour remplir son action, comme l'a souligné Christian Lequesne :

Pour prendre un exemple concret, les services culturels des ambassades ne sont pas vraiment formés pour attribuer les bourses d'étude et de stage aux étudiants étrangers [...]. Il serait logique que l'État, s'il souhaite contribuer financièrement à l'attractivité des étudiants étrangers, délègue complètement l'attribution des bourses aux établissements d'enseignement supérieur, qui disposent de beaucoup plus de légitimité pour vérifier les conditions spécifiques d'admissibilité et faire les choix de recrutement.

Christian Lequesne

Cette spécialisation des acteurs de la diplomatie publique et culturelle dépend aussi des objectifs politiques de chaque État derrière la volonté de rayonner à l'international. Ainsi, les bureaux du Québec à l'étranger ont pour mission de favoriser les liens commerciaux entre des sociétés québécoises et locales, ils y consacrent jusqu'à 85 % de leurs activités. On comprend alors facilement pourquoi le chef d'un bureau du Québec à l'étranger affirme qu'il n'a pas les moyens d'organiser un événement culturel du type « exposition à propos du Québec » dans sa ville d'affectation : il est prêt à soutenir financièrement un entrepreneur réalisant un tel événement, mais son personnel n'a ni le temps ni l'expertise pour gérer l'organisation, la logistique, etc., nécessaires à la réussite d'un événement culturel.⁸⁶

86 Source : entretien avec le chef du bureau du Québec à Moscou le 29 novembre 2013.

L'AIDE AU DÉVELOPPEMENT

Bien qu'aucun des intervenants présents lors du colloque ne l'ait explicitement évoquée, l'aide au développement constitue l'une des formes que prend la diplomatie publique et culturelle d'aujourd'hui. En effet, lorsqu'un pays entreprend une action d'aide au développement, il fournit certes à un autre pays les moyens d'améliorer sa situation intérieure, mais il valorise aussi son image dans le « pays aidé » et sur l'ensemble de la scène internationale. Cette valorisation repose sur deux éléments.

Tout d'abord, fournir de l'aide au développement améliore l'image du pays donateur sur la scène internationale, puisqu'il participe à la solidarité mondiale envers les pays en développement, ce que les peuples observent positivement. Cependant, ce « bonus » à l'image du pays donateur peut facilement être remis en cause si les populations étrangères perçoivent un intérêt, de nature stratégique ou commerciale par exemple, dans son geste. De ce fait, il peut être difficile pour l'État donateur de mettre en avant sa contribution à l'aide au développement : une promotion trop appuyée de son action dans ce domaine peut alimenter l'idée que l'État donateur instrumentalise l'aide au développement pour « dorer » son image internationale. En conséquence, l'aide au développement est un instrument de diplomatie publique puisqu'elle crée une opinion favorable du pays dans les populations étrangères, mais la maîtrise de cet instrument par les États n'est que partielle, puisqu'ils ne peuvent pas exposer leur participation à l'aide au développement en permanence sans risquer d'en perdre les bénéfices d'image.

L'autre élément de diplomatie publique inclus dans l'aide au développement est la promotion de l'expertise de l'État donateur dans un ou plusieurs domaines d'activité, en particulier lorsque l'aide au développement prend la forme d'actions de renforcement des capacités du « pays aidé ». En effet, celles-ci consistent à permettre à un pays en difficulté d'acquérir les compétences nécessaires à sa bonne gestion au travers d'activités de formation organisées par l'État donateur ou à travers un accompagnement des fonctionnaires par des « tuteurs » provenant de l'État donateur. Ce dernier acquiert donc une image d'expert à l'échelle internationale dans les domaines visés par les activités de formation. Cette reconnaissance est renforcée par l'expansion du « modèle » de l'État donateur, puisque ce dernier forme les autorités du « pays aidé » selon sa propre méthode de fonctionnement. Bien entendu, des ajustements en fonction des particularités locales sont réalisés, mais la base reste le fonctionnement de l'État donateur, qui voit un autre pays utiliser le même schéma d'activité et devient ainsi un exemple à suivre. Ce statut soutient le rayonnement de l'État à l'échelle mondiale, puisqu'il sert de référence et fait l'objet de nombreuses études visant à comprendre et reproduire sa réussite. Les politiques sociales et éducatives des pays scandinaves ont par exemple beaucoup contribué à la place de ces pays sur la scène internationale, puisque de nombreux États, notamment européens, aimeraient définir des politiques aussi efficaces.

CONCLUSION

Dans cette troisième partie, nous avons développé différents enjeux liés à la diplomatie publique et culturelle actuelle, tels qu'ils ont été évoqués par les participants au colloque de l'AIEQ. L'élément le

plus marquant semble être l'importance croissante des réseaux, en particulier numériques, avec un grand nombre d'intervenants qui ont mentionné ce fait comme un problème ou au minimum, une préoccupation. La perte de contrôle du message lorsqu'il est diffusé dans les réseaux sociaux ou qu'il est émis par des réseaux non gouvernementaux rend en effet plusieurs États craintifs vis-à-vis de cette évolution. À l'opposé, quelques États s'investissent beaucoup sur les réseaux numériques et favorisent le développement de réseaux d'individus pratiquant une diplomatie publique et culturelle parallèle à l'action gouvernementale. Quelle que soit leur position, les pays entretiennent dans tous les cas de nombreux programmes d'échange visant à assurer une bonne compréhension de leurs valeurs et choix politiques par certains individus, appelés à devenir des relais de la diplomatie publique et culturelle dans leur État d'origine.

Un autre élément essentiel à la réussite de l'action de diplomatie publique et culturelle selon les participants au colloque est l'enseignement de sa langue dans les pays étrangers, particulièrement dans ceux avec qui l'État souhaite nouer des liens importants et durables. Le partage de sa langue permet de faciliter la transmission d'une vision du monde spécifique, ce qui permet aux étrangers de mieux comprendre les décisions qui en découlent puis de les expliquer à leurs compatriotes.

Si la nécessité d'une formation de plus en plus pointue fait consensus entre les intervenants, l'autonomie des acteurs de la diplomatie publique et culturelle est au contraire fortement discutée. Certains États garantissent cette autonomie, tandis que d'autres préfèrent conserver un contrôle étatique sur les activités de diplomatie publique et culturelle entreprises. Il semble que des considérations historiques expliquent en grande partie ces différences. Néanmoins, la crédibilité accordée par les populations aux acteurs de la diplomatie publique et culturelle dépend beaucoup aujourd'hui de la perception d'indépendance qu'elles ont desdits acteurs. En effet, si l'État est perçu comme trop influent, les populations ciblées deviennent fortement méfiantes vis-à-vis de la véracité du message transmis.

Il est intéressant de noter qu'aucun intervenant n'a mentionné l'aide au développement comme une composante de la diplomatie publique et culturelle, alors que celle-ci contribue au rayonnement d'un pays sur la scène internationale, ce qui soutient fortement l'action de diplomatie publique et culturelle : un pays qui sert de référence fait l'objet de nombreuses études et attentions, ce qui facilite la compréhension de sa situation et de ses choix à l'étranger, laquelle est exactement l'objectif de la diplomatie publique et culturelle.

QUELQUES ENSEIGNEMENTS POUR LE QUÉBEC

À partir des synthèses et des analyses sur la diplomatie publique et culturelle qui précèdent, nous pouvons identifier plusieurs enseignements pour le gouvernement du Québec, afin qu'il puisse maximiser l'efficacité de son réseau de diplomatie publique et culturelle dans les prochaines années.

L'EXPLOITATION DES SYNERGIES

Comme nous l'avons montré dans la synthèse qui lui est consacrée, le Québec possède déjà un dispositif de diplomatie publique et culturelle important, composé à la fois d'un ensemble de représentations gouvernementales dans les pays étrangers et d'organisations indépendantes spécialisées, certaines publiques, comme le CALQ et la SODEC, et d'autres privées, comme l'AIEQ. Or, il semble que ces différentes composantes travaillent de manière relativement cloisonnées les unes par rapport aux autres. Par exemple, l'AIEQ organise des tournées d'auteurs dans les universités de différents pays afin que les membres de l'association puissent agrémenter leurs cours sur le Québec, en particulier dans les domaines de la littérature, de l'histoire et des sciences sociales, d'un artiste québécois. Le CALQ réalise en parallèle des tournées d'auteurs dans le but de faire la promotion de ces derniers et à travers eux de la culture québécoise. Sans nier les différences dans les missions respectives de chaque organisation, il



serait sans doute judicieux d'augmenter la collaboration entre elles afin qu'un auteur québécois dont la tournée est soutenue par l'une prenne également part à la réalisation de la mission de l'autre, contribuant ainsi au rayonnement du Québec tant sur le plan de la diplomatie culturelle que sur celui de la diplomatie du savoir.

Cette synergie entre l'AIEQ et le CALQ pourrait d'ailleurs être étendue aux autres arts, puisque les musiciens, dessinateurs, peintres, danseurs, etc., dont le CALQ soutient les tournées peuvent également intervenir dans les institutions académiques étrangères qui sont dédiées à l'apprentissage de leurs disciplines. L'excellence québécoise en matière culturelle serait exposée aux futurs artistes étrangers, les encourageant à nouer des liens avec les artistes québécois et ainsi à assurer la durabilité du rayonnement du Québec. Les professeurs des différentes disciplines seraient également incités à étudier et enseigner « l'approche québécoise », participant à l'expansion des études québécoises dans des domaines pour le moment sous-représentés. L'ouverture et la diversification du réseau de l'AIEQ sont néanmoins nécessaires à la réussite d'une telle coopération.

L'élargissement du soutien apporté par le MRIFCE à l'AIEQ permettrait cette diversification du réseau de l'association, dont la diplomatie publique et culturelle québécoise profiterait grandement, puisque le Québec deviendrait un objet d'étude incontournable dans toutes les disciplines artistiques et académiques. Il serait d'ailleurs intéressant d'inclure les sciences dites « dures » (mathématiques, biologie, physique, chimie) dans cette diversification afin d'assurer la reconnaissance internationale de la recherche faite au Québec dans ces domaines.

Sur le plan des représentations gouvernementales du Québec à l'étranger, il est remarquable que le réseau qu'elles constituent s'étende au cours des dernières années avec l'ouverture de nouveaux bureaux (Moscou, Mumbai). Cependant, ceux-ci ont une vocation principalement commerciale et, bien qu'ils soient essentiels à la vitalité économique du Québec, ils ne participent pas ou peu à son rayonnement culturel à l'échelle mondiale. Par exemple, ils n'ont pas les moyens en termes de temps et d'expertise pour réaliser des événements de promotion culturelle du Québec dans leurs pays respectifs⁸⁷. Cet état de fait se comprend dans la mesure où les contraintes budgétaires du gouvernement québécois ne lui permettent pas de doter toutes ses représentations de personnel dédié à la culture. Néanmoins, il est nécessaire de garder à l'esprit que, comme l'a dit Stéphane Paquin dans son intervention lors du colloque de l'AIEQ, la culture contribue à attirer les investissements étrangers, ce qui en fait un élément de réussite commerciale et économique. Cette affirmation a d'ailleurs été répétée par Sylviane Tarsot-Gillery :

C'est une conviction forte de la France qui n'a pas échappé aux postes diplomatiques américains, dont certains télégrammes révélés par Wikileaks, soulignent que la France pénètre des marchés économiques ou obtient des succès commerciaux en s'abritant derrière – je cite – « le paravent de la coopération culturelle ».

Sylviane Tarsot-Gillery

87 Source : entretien avec le chef du bureau du Québec à Moscou le 29 novembre 2013.

Il est donc essentiel pour le gouvernement du Québec de faire participer ses représentations gouvernementales à l'étranger à son action de diplomatie publique et culturelle. Sans nécessiter un investissement supplémentaire important, cette participation peut s'appuyer sur une coopération étroite entre les représentations gouvernementales à l'étranger et les organisations spécialisées, publiques comme le CALQ et la SODEC, et privées comme l'AIEQ, qui peuvent mettre à contribution les relayeurs, diffuseurs et multiplicateurs que sont les membres de leurs réseaux respectifs. En effet, ces organisations ont à leur disposition des réseaux de partenaires qui possèdent, en raison de leurs formations et fonctions, le temps et l'expertise nécessaires à l'organisation des événements de promotion culturelle dont les représentations manquent. De ce fait, ces individus peuvent être appelés à remplir un rôle « d'ambassadeurs culturels ». Les représentations gouvernementales peuvent pour leur part apporter des financements et une connaissance du milieu. En conséquence, la collaboration entre les organisations spécialisées et les représentations permettrait de renforcer l'action culturelle de ces dernières, ce qui contribuerait à la fois au rayonnement international et à la réussite économique du Québec.

LA CONSERVATION DES RÉSEAUX

Nous avons déjà mentionné la nécessité pour l'AIEQ de diversifier son réseau en y intégrant de nouvelles disciplines dans lesquelles le Québec peut faire l'objet d'études. Cependant, cette expansion ne doit pas se faire au détriment du réseau existant (près de 3 000 chercheurs, professeurs et étudiants mondialement répartis). En effet, ce réseau, qui dispose d'une indépendance et d'une crédibilité scientifique reconnues, est un instrument de diplomatie publique et culturelle majeur, puisqu'il favorise la connaissance et la compréhension de la réalité québécoise à l'étranger.

La décision du gouvernement du Canada de mettre fin au programme *Comprendre le Canada : études canadiennes* constitue à cet égard une menace qui ne doit pas être négligée, puisque nombre de chercheurs en études québécoises bénéficiaient de ce programme pour réaliser leurs recherches sur le Québec, notamment à travers des séjours dans les universités québécoises. Selon les calculs de l'AIEQ, près du tiers des chercheurs qui bénéficiaient du programme *Comprendre le Canada : études canadiennes* faisaient porter leurs recherches sur le Québec. Les opportunités de financement pour les études québécoises ayant diminué d'environ 1,5 million de dollars suite à la fin du programme, il est clair que le dynamisme de ces dernières à l'étranger va diminuer. Cette situation se répercutera sur les études québécoises au Québec, puisque les échanges entre chercheurs québécois et étrangers constituaient la source principale de renouvellement de la discipline. Une action vigoureuse du gouvernement du Québec dans le champ des études québécoises semble donc nécessaire au maintien de cet instrument de diplomatie publique et culturelle.

Sur le plan des échanges de personnalités et d'étudiants, le Québec est déjà doté des outils, comme le programme PIAPE, et des institutions, comme les Offices jeunesse internationaux du Québec (LOJIO), nécessaires. Toutefois, un élément présenté par Annick Landreville retient notre attention :

Alors que l'Irlande du Nord continue de se remettre de décennies tumultueuses, notre Consulat à Belfast a formé un réseau d'anciens participants locaux aux programmes d'échanges parrainés par les États-Unis, tels Fulbright et le International Visitor Leadership Program. Les liens établis entre les anciens participants par le Consulat ont déjà eu des répercussions dans toute la province : des anciennes participantes ont créé un organisme de femmes activistes et deux groupes d'anciens participants ont établi un service public de mentorat.

Annick Landreville

Il apparaît clairement qu'au-delà de la période d'échange, les États-Unis conservent un contact avec les participants à leurs programmes et n'hésitent pas à les faire contribuer à des événements de diplomatie publique et culturelle américains. La création en 2001 de l'International Exchange Alumni, réseau d'anciens participants aux programmes d'échanges des États-Unis, illustre également cette volonté de garder une relation avec ces individus. En effet, ils constituent des relais potentiels pour la diplomatie publique et culturelle du pays qu'ils ont visité. De plus, ils sont d'autant plus susceptibles de devenir des relais effectifs que le lien qu'ils entretiennent avec cet État reste vivace. Or, actuellement, le Québec ne réalise aucune action spécifique en direction des anciens participants à ses programmes d'échanges, qui sont pourtant principalement des personnalités influentes dans leur pays d'origine ou des étudiants qui influenceront sur les choix de leur pays d'origine dans le futur. Ce manque constitue une perte évidente pour la diplomatie publique et culturelle du Québec. Il serait pourtant aisé d'y remédier en créant un réseau similaire à l'International Exchange Alumni. L'AIEQ, qui maintient déjà des contacts avec les anciens participants à ses programmes, pourrait être chargée d'un tel réseau.

Le maintien des réseaux existants et leur expansion passeront également par l'investissement des différents organismes québécois de diplomatie publique et culturelle dans les réseaux sociaux. Ceux-ci permettent en effet de communiquer facilement et rapidement avec un grand nombre d'individus. De plus, comme l'AIEQ l'a découvert depuis son inscription du Facebook, les réseaux sociaux permettent de joindre une population différente des personnes touchées par les canaux de communication traditionnels, ce qui participe au renouvellement et à l'expansion du public réceptif et éventuellement participant de la diplomatie publique et culturelle du Québec. Cet investissement dans les réseaux sociaux semble en bonne voie dans les différentes organisations du dispositif de diplomatie publique et culturelle du Québec, puisqu'elles sont toutes sur un ou plusieurs réseaux sociaux. Cette tendance doit être poursuivie.

L'ENSEIGNEMENT DU FRANÇAIS LANGUE ÉTRANGÈRE (FLE) ET LA DIFFUSION DES CONNAISSANCES SUR LE QUÉBEC

Comme un grand nombre de participants au colloque de l'AIEQ l'ont souligné, l'enseignement de la langue est un élément primordial pour faciliter la connaissance et la compréhension entre les peuples. En conséquence, la diplomatie publique et culturelle d'un pays a tout intérêt à promouvoir l'enseignement de sa langue. À cet égard, le gouvernement québécois soutient l'enseignement du français langue étrangère (FLE) à travers différents programmes, dont celui du MRIFCE qui permet à

des enseignants étrangers de venir au Québec pour participer à un stage en didactique du français, culture et société québécoises, et celui du MELS qui permet à de jeunes Québécois se spécialisant dans l'enseignement du français langue seconde ou étrangère de séjourner à l'étranger à titre d'assistant de langue. Il y aurait sans doute lieu d'envisager d'accroître ce soutien. Il serait intéressant, par exemple, d'examiner la possibilité de travailler en collaboration avec la France, en particulier avec les instituts français et les alliances françaises qui, dans certains cas, pourraient se montrer intéressés à intégrer dans leurs cours de français des enseignants québécois de français langue seconde ou étrangère.

En plus de l'enseignement de la langue, il est nécessaire de fournir aux populations étrangères les moyens de s'informer à propos du Québec, à travers des œuvres culturelles bien entendu, mais aussi à travers des études scientifiques ou des formations portant sur le Québec. En conséquence, il conviendrait de soutenir des professeurs étrangers souhaitant créer des cours à propos du Québec en leur fournissant l'information et le matériel nécessaires. L'AIEQ remplit déjà en partie ce rôle grâce à des sessions de formation intensives sur un ou plusieurs aspects de la réalité québécoise, ce qui permet aux professeurs qui y assistent de réaliser ensuite des cours sur le Québec dans leurs propres universités. De même, l'AIEQ crée du matériel utile pour ces cours, comme sa nouvelle série d'ouvrages numériques *Le Québec, connais-tu?* Cependant, cette action n'a pas l'ampleur suffisante pour soutenir efficacement le rayonnement du Québec sur la scène internationale à cause des moyens limités de l'association.

Afin de remplir à la fois les objectifs d'enseignement du FLE et de diffusion des connaissances sur le Québec, il pourrait également être judicieux pour le gouvernement québécois d'ouvrir des organismes spécifiques dans les pays jugés prioritaires pour les intérêts du Québec. Fournissant à la fois un enseignement du français et de la documentation sur le Québec, ces organismes, sortes d'« instituts québécois », permettraient au Québec de renforcer rapidement et durablement son influence dans les pays d'implantation. Ils pourraient aussi servir de relai pour l'organisation d'événements culturels et ainsi participer au rayonnement québécois dans le monde.

Il est notable que le développement de l'apprentissage en ligne grâce à Internet constitue une opportunité de diffuser les connaissances sur le Québec à travers des cours à distance, ce qui pourrait compléter les actions précédentes. Cette opportunité est d'autant plus réelle que la TÉLUQ, composante de l'Université du Québec, fournit déjà des cours via Internet à plusieurs milliers d'étudiants chaque année. Ceux-ci se trouvent d'abord au Canada, mais aussi aux États-Unis, dans les Antilles, en Europe et en Afrique. En conséquence, les activités de la TÉLUQ participent à la diffusion des connaissances sur le Québec et leur expansion doit être encouragée.

CONCLUSION

À partir des analyses menées auparavant, nous avons établi dans cette quatrième partie plusieurs enseignements dont le gouvernement du Québec devrait tenir compte s'il souhaite maximiser l'efficacité de son action de diplomatie publique et culturelle. En effet, le Québec possède déjà un

dispositif conséquent, mais il peut assurément améliorer certains aspects.

Tout d'abord, il est nécessaire que les différents acteurs de la diplomatie publique et culturelle québécoise travaillent en collaboration afin d'exploiter les synergies existantes. Leurs possibilités étant parfois restreintes, une coopération accrue permettrait de réaliser une activité de diplomatie publique et culturelle plus importante tout en rationalisant les coûts.

Le maintien des réseaux existants, particulièrement celui des chercheurs étudiant le Québec, est un autre enjeu auquel doit faire face le gouvernement québécois : nier les conséquences de l'abandon du champ de la diplomatie publique et culturelle par le Canada conduirait le Québec à perdre une partie du réseau d'individus qui participent à sa propre diplomatie publique et culturelle, ce qui nuirait profondément et durablement à son rayonnement sur la scène internationale. De plus, au-delà du simple maintien des réseaux existants, il est nécessaire de les développer en y intégrant des personnes provenant de domaines d'activité sous-représentés et en exploitant au maximum le potentiel des réseaux sociaux.

Enfin, il est nécessaire que le gouvernement québécois intensifie son soutien à l'enseignement du français à l'étranger et à la diffusion des connaissances sur le Québec à l'étranger. Il existe déjà des programmes consacrés à ces questions, mais, à la vue de l'importance attachée par les intervenants à la question de l'apprentissage de la langue et de la concurrence croissante entre les États dans le domaine de la diplomatie publique et culturelle, il semble raisonnable de penser que ces programmes sont insuffisants. D'autant plus que le partage d'une même langue, et donc l'accès aux ressources nécessaires à son apprentissage et à sa pratique, favorise grandement la réussite des actions de diplomatie publique et culturelle.

CONCLUSION GÉNÉRALE

À partir des interventions présentées dans le cadre du colloque de l'AIEQ, intitulé « La diplomatie publique et culturelle de demain : nouvelles stratégies pour de nouveaux défis » et tenu à Québec dans le cadre du Congrès de l'ACFAS les 7 et 8 mai 2013, nous avons cherché dans ce document à expliquer ce qu'était la diplomatie publique et culturelle, à décrire la situation de cette dernière dans les différents États, souverains et non souverains, représentés lors du colloque, à exposer divers enjeux de la diplomatie publique et culturelle d'aujourd'hui et à déduire quelques enseignements dont le Québec pourrait tirer profit. Il ressort de cet exercice plusieurs éléments marquants.

Tout d'abord, malgré les apparences, la diplomatie publique et culturelle n'est pas un phénomène nouveau. Elle revient toutefois à l'avant-scène des relations internationales après avoir été négligée pendant une longue période. De plus, diplomatie publique et diplomatie culturelle sont deux activités distinctes, bien que très proches et très souvent pratiquées simultanément. Il en ressort une certaine confusion. Cette dernière est d'ailleurs renforcée par la proximité d'autres activités comme la propagande, le *branding* et la philanthropie. Nous avons tenté dans ce document d'établir la signification exacte de chaque notion afin d'aboutir à une définition claire de la diplomatie publique et culturelle. Cette dernière est un processus de communication, impliquant des échanges culturels subventionnés, menés par un gouvernement en direction d'une population étrangère afin de rendre celle-ci plus réceptive à ses valeurs et plus favorable à ses choix politiques.

L'étude comparée des dispositifs de diplomatie publique et culturelle des États représentés lors du colloque nous amène à la conclusion qu'ils présentent à la fois de nombreuses similitudes et des différences marquées. Ce paradoxe s'explique notamment par la compréhension particulière de chaque pays de l'objectif de la diplomatie publique et culturelle et donc de la méthode qui doit être employée pour l'atteindre. Il en découle que les objectifs affichés par les dispositifs de diplomatie publique et culturelle sont relativement similaires, mais que l'organisation du dispositif et les programmes mis en œuvre présentent des particularités propres à chaque État. Ainsi, favoriser la compréhension mutuelle et les échanges est un objectif pour tous, mais pour l'atteindre, certains États favoriseront l'autonomie des acteurs de la diplomatie publique et culturelle tandis que d'autres conserveront un fonctionnement centralisé, certains attacheront une importance au sport, d'autres feront participer activement la société civile, etc.

Concernant les enjeux actuels de la diplomatie publique et culturelle, deux éléments ressortent particulièrement : l'enseignement de la langue et l'importance des réseaux. Le premier se comprend aisément, puisque la langue est un instrument majeur de la diffusion des cultures et peut grandement faciliter (ou complexifier lorsqu'elle n'est pas partagée) la compréhension mutuelle. Le second

s'explique par le potentiel et la crainte qui caractérisent les réseaux. En effet, ils permettent à un gouvernement de faire circuler sa position facilement, rapidement et à grande échelle, mais dans le même temps, ils ne permettent plus à ce gouvernement de contrôler totalement ce qui est dit et les débats qui en découlent. De ce fait, les États utilisent les réseaux pour leurs activités de diplomatie publique et culturelle, mais la majorité d'entre eux restent méfiants vis-à-vis de ces outils. Sur cette question, il est possible qu'un élément générationnel soit en jeu et que la prochaine génération de diplomates, plus familière avec le concept de réseaux, notamment numériques, ne considère plus cela comme un problème.

Pour terminer, nous avons identifié plusieurs enseignements dont le gouvernement québécois pourrait s'inspirer pour améliorer l'efficacité de son action de diplomatie publique et culturelle. Cette dernière étant déjà importante, il ne semble pas nécessaire de créer de nouveaux organismes publics ou privés dédiés à cette tâche, mais plutôt d'exploiter au maximum les capacités et les possibilités offertes par les organisations existantes. Néanmoins, cela exige un travail de définition d'une stratégie d'ensemble et une coordination des activités des différents acteurs que seul le ministère des Relations internationales, de la Francophonie et du Commerce extérieur peut réaliser.

ANNEXES – COMMUNICATIONS DES PARTICIPANTS AU COLLOQUE

ANNEXE 1 – ANNIE CHALOUX

Annie Chaloux

Doctorante à l'École nationale d'administration publique

Chercheuse-boursière à la Chaire de recherche du Canada en économie politique internationale et comparée (CREPIC)

LA DIPLOMATIE CLIMATIQUE QUÉBÉCOISE EN PERSPECTIVE

Pour nous, l'environnement est devenu un levier de prospérité. Pour nous, l'environnement est devenu un moyen d'accroître notre rayonnement sur la scène internationale.

Premier ministre Jean Charest, 23 novembre 2009.

De très nombreux Québécois partagent une grande ambition : celle de voir le Québec devenir un exemple, un chef de file environnemental dans le monde. Je vous demande de tracer le chemin d'un pays que nous voulons vert et bleu.

Première ministre Pauline Marois, 19 septembre 2012

INTRODUCTION

L'enjeu des changements climatiques a pris une place importante dans l'agenda politique international au cours des vingt dernières années. Toutefois, la nature initialement plutôt diffuse et incertaine des effets des changements climatiques a fait en sorte qu'aujourd'hui, l'action demandée aux États pour réduire leurs émissions de gaz à effet de serre (GES) est beaucoup plus importante. En effet, la complexité même de l'enjeu climatique fait en sorte que celui-ci ne peut être régulé seulement à l'intérieur des frontières étatiques, puisque la nature du problème est globale et que les sources d'émissions de GES sont situées à l'intérieur des États et localisées. Les villes et gouvernements

locaux, les entreprises et les consommateurs, les organisations de la société civile et les citoyens sont à la fois parties du problème et des solutions. Ainsi, la régulation de la problématique des changements climatiques est maintenant considérée dans une perspective à niveaux multiples et dans une logique multi-acteurs. Dans cette perspective, depuis le début du 21^e siècle, le Québec a fait de l'enjeu climatique l'un des piliers de son action internationale. Encouragé par une société civile fortement engagée, mais aussi par sa propre volonté de protéger et de promouvoir son identité et ses intérêts, le Québec est devenu un ardent défenseur de la lutte contre les changements climatiques à la fois au sein de la fédération canadienne, en Amérique du Nord et au niveau international.

Dans ce contexte, l'analyse de la diplomatie climatique québécoise nous semble être un cas d'étude fort important pour ceux et celles intéressés par les politiques climatiques au niveau international. Pourquoi un État fédéré nord-américain a-t-il décidé de s'investir et de s'engager de façon si importante face à cet enjeu global? Quels sont la portée et l'impact réel de cette diplomatie climatique québécoise? L'objectif de cette présentation est ainsi de faire état de cette diplomatie climatique québécoise et de proposer une réflexion quant à la portée et au potentiel des actions internationales du Québec dans ce secteur. Nous présenterons donc dans un premier temps l'historique de la diplomatie climatique québécoise. Dans un deuxième temps, nous présenterons les récentes orientations de la diplomatie climatique québécoise et nous terminerons par une analyse des constats et critiques à l'égard de la cohérence de la politique climatique québécoise dans une perspective domestique et internationale.

ORIGINE DE LA DIPLOMATIE CLIMATIQUE QUÉBÉCOISE

○ D'abord un enjeu régional

L'émergence de la diplomatie climatique québécoise s'effectue d'abord et surtout dans une perspective régionale et nord-américaine. De façon plus large, elle résulte du développement d'une paradiplomatie verte à compter des années 1960 et 1970 avec ses partenaires voisins de la *Conférence des gouverneurs de la Nouvelle-Angleterre et des premiers ministres de l'Est du Canada*. Partageant des compétences constitutionnelles analogues relativement aux questions environnementales, une coopération s'est développée pour réguler des problématiques environnementales particulières, tels que la gestion de l'eau, les pluies acides, le mercure, la pollution transfrontalière, etc. ([Rausch, 1997](#)). Ainsi, on comprend que la Conférence devient un alors laboratoire de la paradiplomatie environnementale québécoise, et légitimera, à terme, sa capacité d'action internationale sur les questions relevant de ses compétences constitutionnelles.

Quant à la question climatique, l'intérêt des premiers ministres et gouverneurs apparaît assez tôt dans les années 1990. Par la suite, en 2001, la Conférence adopte le tout premier plan d'action régional de lutte contre les changements climatiques dans un contexte très particulier. En effet, lors des premières discussions visant la mise sur pied d'un tel plan d'action au niveau transfrontalier, les États-Unis et le Canada n'avaient toujours pas confirmé leur intention de ratifier ou non le Protocole de Kyoto. Par la suite, et malgré le rejet du Protocole par les États-Unis en mars 2001, la Conférence continuera ses

travaux et adoptera lors de sa Conférence annuelle d'août 2001 son plan d'action régional de lutte contre le changement climatique. Il s'agit alors du tout premier plan d'action du genre, en Amérique du Nord et dans le monde, ce qui témoigne du haut niveau de coopération entre les membres. Les cibles de réduction prévues par le plan d'action sont par ailleurs très ambitieuses pour l'époque. On vise essentiellement trois phases de réduction des émissions de GES : d'abord une stabilisation pour 2010 des émissions de GES aux niveaux de 1990, puis, dans un deuxième temps, une réduction de 10 % des émissions sous les niveaux de 1990 pour 2020, et enfin une réduction des émissions de GES pour 2050 de 75 à 85 % sous les niveaux de 2001 ([CGNA-PMEC, 2001](#)). Les objectifs sont régionaux et non pas individuels, permettant une collaboration entre les divers acteurs et une reconnaissance des particularités de chaque État membre. Ainsi, ce plan d'action confirme le leadership régional sur la question et démontre la pertinence de réguler la question climatique au niveau des États fédérés ([Chaloux, 2009](#) ; [Selin et Vandevveer, 2009](#)).

Par la suite, plusieurs ententes et organisations transfrontalières se développent en Amérique du Nord, forgeant en quelque sorte un nouveau type de fédéralisme environnemental sur le continent. Le Québec, quant à lui, devient membre ou observateur de plusieurs de ces organisations, telles que :

- Le Western Climate Initiative (marché de carbone avec la Californie);
- Le RGGI (marché de carbone dans le nord-est pour les producteurs d'énergie);
- Le récent North America 2050, qui cherche à coordonner les actions climatiques entre les États et provinces canadiennes, américaines et mexicaines.

Le contexte de paralysie fédérale à la fois constaté au niveau canadien et états-unien n'a pas empêché les provinces canadiennes et États américains de développer des politiques innovantes et ambitieuses, notamment à propos des normes d'émissions des véhicules ou des cibles de réduction des émissions. Le développement de ces activités para-diplomatiques au niveau continental a par la suite été la pierre angulaire de revendications plus importantes concernant la capacité d'action et le rôle des États fédérés dans la régulation de la question climatique et de la mise en œuvre d'un régime climatique global.

○ **La scène internationale vs la fédération canadienne : les compétences québécoises sur la question climatique**

Bien qu'actif au niveau régional, le Québec a rapidement reconnu l'importance d'être également présent au niveau international et qu'un enjeu global comme celui du climat nécessite une implication directe dans les forums internationaux. Ainsi, le déploiement d'une paradiplomatie climatique plus globale au Québec s'est fait relativement tôt dans l'histoire des changements climatiques en général. Le gouvernement du Québec dépêchait déjà, en 1992, des observateurs à la Conférence de Rio ([Québec, 1995, p. 5-6](#)), qui donnera naissance à la Convention-cadre des Nations Unies sur les changements climatiques (CCNUCC). Ainsi, le Québec cherche à influencer la position canadienne, à mettre en œuvre les ententes internationales dans ses champs de compétence constitutionnelle, et tente d'influencer, selon ses moyens, certains aspects des négociations climatiques internationales.

○ Relations fédérale-provinciales sur la question climatique

Quant aux relations fédérale-provinciales sur la question des négociations climatiques internationales, elles ont certainement eu un impact sur le développement d'une diplomatie climatique québécoise dans les années qui suivirent l'entrée en vigueur de la Convention-cadre des Nations Unies sur les changements climatiques. Le contexte fédéral canadien entraîne de lourdes tensions intergouvernementales, que ce soit sur les compétences constitutionnelles liées à cet enjeu ou sur les cibles de réduction possibles entre les différentes provinces ([Harrison, 2007](#) ; [Stilborn, 2003](#)).

La fin des années 1980 et le début des années 1990 correspondent à l'apogée du leadership canadien en matière de protection environnementale au niveau international. D'ailleurs, en 1988, de concert avec l'Organisation météorologique mondiale (OMM) et le Programme des Nations Unies sur l'environnement (PNUE), le Canada a été l'instigateur d'une conférence internationale sur les changements climatiques. Le premier ministre Brian Mulroney avait alors affirmé lors du discours d'ouverture que : « Humanity is conducting an unintended, uncontrolled, globally pervasive experiment, whose ultimate consequences are second only to global nuclear war » ([May, 2007](#)). Puis, dès 1990, le gouvernement canadien s'engage à stabiliser ses émissions de GES; deux années avant les négociations qui déboucheront sur la Convention-cadre des Nations Unies sur les changements climatiques (CCNUCC) ([Windfield et Macdonald, 2008](#)). Le Canada est par ailleurs l'un des premiers États à ratifier cette convention, en décembre 1992 (ONU, 2011).

Toutefois, par la suite, le processus entourant l'élaboration de la position canadienne dans le cadre des négociations climatiques internationales suscitera de nombreux débats entre le gouvernement fédéral et les provinces canadiennes, mais aussi entre les provinces entre elles. En effet, bien que des rencontres aient été organisées entre le gouvernement fédéral et les gouvernements des provinces entre 1995 et 2002 pour entamer des négociations concernant les positions à adopter et les moyens de mettre en œuvre les engagements du Canada envers le Protocole de Kyoto, le gouvernement fédéral en vient tout de même à s'engager unilatéralement sur des cibles de réduction (1997), sur l'adoption d'un plan d'action (en novembre 2002) et sur la ratification du Protocole de Kyoto en décembre 2002 ([Bakvis, Baier et Brown, 2009, p. 214-215](#) ; [Windfield et Macdonald, 2008, p. 277](#)). Ainsi, il négocie une cible de réduction dans le cadre des négociations internationales sans l'aval des provinces, alors que cet enjeu touche les compétences constitutionnelles de celles-ci, ce qui légitimera, pour le Québec du moins, le développement d'une paradiplomatie climatique québécoise par la suite.

○ L'engagement international du Québec et la mise en œuvre de traités internationaux

Dans une perspective québécoise, les tensions fédérales-provinciales n'ont pas entraîné une course vers le plus petit dénominateur commun. Affirmant sa responsabilité sur la question du climat avant même la ratification du Protocole de Kyoto par le Canada, l'Assemblée nationale du Québec adoptait à l'unanimité, en avril 2001, une motion d'appui au Protocole de Kyoto, qui appelait le gouvernement fédéral canadien à le ratifier et à « mettre en œuvre les mesures qu'il s'est engagé à réaliser dans le

cadre du premier plan d'action pancanadien sur les changements climatiques » (Assemblée nationale du Québec, 2001). Quelques années plus tard, en 2006, une motion analogue est à nouveau adoptée par les législateurs québécois.

Dans le même esprit, en 2006, le gouvernement du Québec adopte un plan d'action de lutte contre les changements climatiques, à l'intérieur duquel il réitère sa volonté de « mettre en œuvre le Protocole [de Kyoto] dans ses domaines de compétence » ([Québec, 2008](#)). Se faisant, le Québec réaffirmait les principes de son action internationale en vertu de la doctrine Gérin-Lajoie, énoncée pour la première fois il y a plus de quarante ans. L'adoption du plan d'action 2006-2012 par le Québec démontre sans conteste sa volonté de mettre en œuvre le Protocole de Kyoto sur son territoire : ce Plan vise une réduction de 6 % des émissions de gaz à effet de serre sous les niveaux de 1990 d'ici 2012 et met en œuvre une série de mesures ciblées pour y parvenir. Le Plan comprend également quelques mesures portant sur l'adaptation aux impacts des changements climatiques sur la population et le territoire québécois. Le Plan est financé par l'imposition d'une redevance sur les hydrocarbures, à hauteur de 200 millions de dollars par année ([Chaloux et Séguin, 2012](#)).

Par la suite, le Québec va encore plus loin. En avril 2008, il adhère au *Western Climate Initiative*, marché de carbone mis en place par des États fédérés nord-américains pour réduire les émissions de GES sur le territoire. Ensuite, alors que les négociations internationales portant sur la deuxième phase du Protocole de Kyoto se préparent en 2009, le Québec, à la suite d'un important processus de consultation publique, adopte une cible de réduction calquée sur celle de l'Union européenne, soit une cible de réduction de 20 % des émissions sous les niveaux de 1990 pour 2020 ([Québec, 2009](#)). On constate donc une volonté de développer une politique distinctive de la part du Québec à l'égard du climat.

Une étude réalisée en 2012 montre que le Québec cherche à se conformer aux différentes obligations découlant de la Convention-cadre des Nations Unies sur les changements climatiques et du Protocole de Kyoto. Dans les faits, si l'on regarde concrètement le processus de mise en œuvre et d'intégration du Protocole de Kyoto en droit interne au Québec (et dans ses champs de compétence), on constate que le Québec a implanté la très grande majorité des dispositions de la Convention et du Protocole de Kyoto, indépendamment du gouvernement fédéral. Pour le moment, l'une des seules exceptions relatives à la mise en œuvre du Protocole de Kyoto au Québec concerne le soutien financier aux pays en développement ([Chaloux et Séguin, 2012](#)).

Malgré cette image, qui peut paraître très positive, de l'action internationale du Québec sur la question du climat, certains éléments méritent d'être signalés. Notamment, malgré une forte volonté de mettre en œuvre des politiques ambitieuses, on peut questionner leur effectivité. En effet, si les émissions de GES ont diminué de l'ordre de 1,6 % sous les niveaux de 1990 en 2010, et que le Québec affirme que cela résulte en partie du succès de son plan d'action, plusieurs critiques mettent en exergue le fait que ce résultat découle davantage de la crise économique et de la délocalisation de certaines industries polluantes.

LES RÉCENTES ORIENTATIONS DE LA DIPLOMATIE CLIMATIQUE QUÉBÉCOISE

À compter de 2006, les orientations internationales du Québec sur la question du climat ont suivi deux axes principaux. D'abord, le Québec a choisi d'orienter son discours autour des questions énergétiques, afin de promouvoir l'image d'un *géant énergétique vert*. Il a tenté de faire de l'énergie verte québécoise une image de marque et de promotion du Québec au niveau international. L'objectif de cette publicité étant notamment de vendre les surplus énergétiques du Québec sur le marché nord-américain. De même, grâce à cette image de marque, le Québec souhaitait se lancer dans une transition énergétique vers une économie verte ([Charest, 2009](#)).

L'autre orientation de la diplomatie québécoise à compter de 2005 s'est manifestée à travers le renforcement de la doctrine Gérin-Lajoie face à l'enjeu climatique international. Ainsi, le Québec a renforcé sa participation aux Conférences des Parties (CdP) de la Convention-cadre des Nations Unies sur les changements climatiques. Bien que le Québec ait été présent à chacune des CdP depuis 1995, à partir de 2005, la présence de ministres et même du premier ministre à deux reprises témoigne de l'intérêt accru porté à cette question ([Chaloux et Séguin, 2012](#)). De même, à compter de 2005, le Québec s'est joint à différentes organisations internationales, telles que le Climate Group et NRG4SD. Ce réseau para-diplomatique élargi a ainsi permis au Québec d'obtenir une vitrine supplémentaire quant à la promotion de ses intérêts sur la question climatique, en cherchant à accentuer son influence dans le cadre des négociations climatiques internationales officielles.

CONSTATS ET CRITIQUES

Que pouvons-nous constater de l'activité internationale du Québec en matière de changements climatiques? Et de façon plus particulière sous le gouvernement libéral de 2003 à 2012? D'abord, il apparaît clairement que l'enjeu climatique a été l'un des principaux piliers de l'activité internationale du Québec pendant cette période. En effet, le premier ministre de l'époque, Jean Charest, a fait de cet enjeu une priorité, ce qui a permis de distinguer le Québec des politiques fédérales canadiennes à l'égard du climat, à un moment où les positions canadiennes étaient de plus en plus critiquées au niveau international. C'est également sous le gouvernement libéral que l'idée d'un marché du carbone a été lancée à travers le *Western Climate Initiative*. De même, c'est au cours de cette période que des plans d'action de lutte contre les changements climatiques fort ambitieux et novateurs ont été adoptés. De plus, Jean Charest a non seulement co-présidé le « Sommet des leaders » à trois reprises (2005, 2009 et 2010), événement organisé par le Climate Group, mais il s'est aussi vu décerner un prix par l'État de l'Australie-Méridionale : *l'International Climate Change Leadership Award*, pour son implication dans le dossier climatique au niveau international ([Journet, 2010](#)). On peut donc estimer que le premier ministre du Québec, à cette époque, a joué un rôle d'entrepreneur politique au niveau international. Mais, au-delà de cette énumération, peut-on affirmer qu'il a été proactif ou qu'il a simplement fait du *green washing*, comme l'opposition l'a souvent affirmé?

En effet, il convient de noter que l'action internationale du Québec s'est située dans un contexte

politique favorable, alors que les préoccupations des Québécois à l'égard du climat étaient importantes et à un moment où, à Ottawa, le gouvernement conservateur était critiqué à la fois au niveau international et par la population québécoise à l'égard de la question climatique ([Léger Marketing, 2006](#)). D'ailleurs, on ne peut passer sous silence certains paradoxes constatés entre les politiques publiques québécoises sur le plan interne et international. Les cas récents des débats entourant le développement des gaz de schiste et du pétrole sur le territoire québécois, les dossiers d'infrastructures de transports comme l'échangeur Turcot ou les autoroutes 25 et 30, mais également les dossiers des terminaux méthaniers Rabaska et Gros Cacouna sont autant d'exemples exposant les défis de structuration de la politique climatique québécoise en regard des impératifs de développement économique.

De ce fait, il semble qu'il soit difficile pour l'heure de conclure sur la cohérence de la politique climatique québécoise sur le plan interne et international, et la question de la proactivité et du *green washing* demeure donc en suspend, même avec l'arrivée d'un nouveau gouvernement depuis septembre 2012. En effet, avec l'arrivée d'un gouvernement minoritaire du Parti québécois, les choses vont-elles changer? Et comment changeront-elles? Alors qu'il était dans l'opposition, le Parti québécois a fortement critiqué le gouvernement libéral, arguant que ce dernier adoptait un double discours sur la question des changements climatiques. Arrivé au pouvoir, il a souhaité se doter d'une cible de réduction encore plus ambitieuse : 25 % de réduction des émissions sous les niveaux de 1990 pour 2020 ([Québec, 2012](#)). Or, à nouveau, un paradoxe demeure : le nouveau gouvernement a déjà montré un grand enthousiasme à la perspective de développer l'industrie pétrolière dans la province, une possibilité qui va inévitablement augmenter la production de gaz à effet de serre et nuire à l'atteinte des objectifs fixés.

En somme, au Québec, les politiques de lutte contre les changements climatiques sont à la croisée des chemins. Si la première décennie du 21^e siècle a permis d'effectuer des avancées notables dans ce dossier, sans drastiquement modifier certaines façons de faire sur le plan économique et social, il en est tout autrement pour la poursuite et l'effectivité des engagements québécois pour l'avenir, à la fois au niveau international et au niveau interne. Les prochaines actions du nouveau gouvernement péquiste seront donc cruciales pour voir si le Québec saura développer des politiques climatiques cohérentes à la fois au niveau interne et international, et s'il pourra revendiquer cette image de géant vert québécois, tant prisée par la population en général.

BIBLIOGRAPHIE

Bakvis, Herman, Gerald Baier et Douglas M. Brown (2009). *Contested Federalism: Certainty and Ambiguity in the Canadian Federation*. Toronto, Oxford University Press : 304 p

CGNA-PMEC. (2001). *Plan d'action sur le changement climatique*, Conférence des gouverneurs de la Nouvelle-Angleterre et des premiers ministres de l'Est du Canada, 21 p.

Chaloux, Annie. (2009). *Fédéralisme, relations transfrontalières et changements climatiques en Amérique du Nord : le cas de la CGNA-PMEC*, Mémoire *es arts*, Sherbrooke, Université de Sherbrooke, 112 p.

Chaloux, Annie, et Hugo Séguin (2012). «États fédérés et mise en oeuvre de traités climatiques internationaux: le cas du

Québec», *Revue de droit de l'Université de Sherbrooke*, vol. 41.

Charest, Jean. (2009). *Allocution du Premier ministre du Québec, 23 novembre 2009*, Montréal, Conseil des relations internationales de Montréal.

Harrison, Kathryn (2007). «The Road Not Taken: Climate Change Policy in Canada and the United States», *Global Environmental Politics*, vol. 7, no 4, p.p. 92-117.

Journet, Paul (2010). «Une forêt nommée « Charest »», *La Presse*, 7 décembre.

Marketing, Léger (2006). *Étude quantitative sur les perceptions des Québécois à l'égard de la position du gouvernement Harper sur le Protocole de Kyoto*, Montréal.

May, Elizabeth (2007). «Brian Mulroney and the Environment», dans R. B. Blake (dir.), *Transforming the Nation: Canada and Brian Mulroney* Montreal, McGill-Queen's University Press, p. 381-392.

Québec. (1995). *Éléments de planification québécoise du développement durable*, Québec, ministère de l'Environnement et de la Faune.

Québec. (2008). *Le Québec et les changements climatiques: un défi pour l'avenir : plan d'action 2006-2012*, 2e édition, mise à jour, ministère du Développement durable, de l'Environnement et des Parcs.

Québec. (2009). *Cible de réduction des émissions de GES. Avec une cible de -20% pour 2020, le Québec est un leader dans la lutte aux changements climatiques: Communiqué de presse* [en ligne], <<http://www.mddep.gouv.qc.ca/infuseur/communiquie.asp?no=1591%3E>>.

Québec. (2012). *Lutte contre les changements climatiques : le gouvernement Harper recule, le gouvernement Marois avance: Communiqué de presse*, Québec [en ligne], <<http://communiquies.gouv.qc.ca/gouvqc/communiquies/GPOF/Decembre2012/19/c2389.html%3E>>.

Rausch, Ulrike (1997). *The Potential of Transborder Cooperation: Still Worth a Try. An Assessment of the Conference of New England Governors and Eastern Canadian Premiers*, Centre for Foreign Policy Studies, Dalhousie University, 51 p.

Selin, Henrik, et Stacy D. Vandever (2009). *Changing Climates in North American Politics. Institutions, Policymaking and Multilevel Governance*. Cambridge, The MIT Press

Stilborn, Jack. (2003). «Canadian Intergovernmental Relations and the Kyoto Protocol: What Happened, What didn't», dans *CPSA 2003 Conference*, 24 p.

Windfield, Mark S., et Douglas Macdonald (2008). «The Harmonization Accord and Climate Change Policy: Two Case Studies in Federal-Provincial Environmental Policy», dans Herman Bakvis et Grace Skogstad (dir.), *Canadian Federalism: Performance, Effectiveness and Legitimacy* Toronto, Oxford University Press, p. 266-288.

ANNEXE 2 – ANDREW DAVIS

Andrew Davis

Délégué du gouvernement de la Catalogne aux États-Unis

POLITIQUE DE LA DIPLOMATIE PUBLIQUE ET CULTURELLE EN CATALOGNE

Je remercie tout d'abord les organisateurs pour leur aimable invitation à participer au colloque; c'est un honneur pour moi de représenter la Catalogne pour la discussion d'aujourd'hui. Le sociologue catalan Manuel Castells avait dit que « l'objet de la diplomatie publique n'est pas de convaincre, mais de communiquer, il n'est pas de déclarer, mais d'écouter ». Mais pour pouvoir écouter l'opinion d'autrui, il est nécessaire d'avoir des contacts avec les gens ou les groupes. La question suivante se pose donc pour un représentant de l'État comme moi : comment faire de la diplomatie sans les outils traditionnels, sans ambassades? Sans ces outils, la diplomatie a évidemment ses limites. Pour pouvoir se rapprocher du grand public des pays étrangers sans disposer d'une structure diplomatique formelle, le gouvernement de la Catalogne a dû développer des méthodes créatives, il a dû adopter une approche polyvalente pour les efforts diplomatiques publics et culturels. La liste des stratégies passées et présentes est trop longue pour pouvoir la décrire ici, mais je voudrais rapidement aborder trois aspects de la diplomatie publique et culturelle catalane qui ont été à la base de nos stratégies d'internationalisation.

RÉSEAU

Le premier aspect de nos stratégies de diplomatie publique concerne le réseau de bureaux de l'État et d'accords avec les institutions internationales : ensemble, ceux-ci servent de structure de soutien pour rapprocher la Catalogne du grand public des pays étrangers afin d'encourager la coopération, les alliances et la meilleure compréhension de sa langue et de sa culture. Cependant, il est important de se souvenir que, jusqu'à la fin des années 1970, l'Espagne était gouvernée par une dictature qui avait activement réprimé l'identité et la langue catalanes et qui avait aboli l'autonomie catalane en 1939.

C'est pour cela que l'histoire de la diplomatie publique et culturelle de la Catalogne dans l'époque moderne commence dans les années 1980, avec la restauration de la démocratie et du gouvernement catalan, ou *Generalitat*.

Le gouvernement de Catalogne nouvellement restauré, conduit par le président Jordi Pujol, a agi rapidement pour rétablir la présence de la Catalogne dans le monde. Un élément clé de cette stratégie consistait à jouer un rôle actif pour aider à fonder plusieurs réseaux et institutions internationaux, à commencer par l'Europe. Par exemple, il fut rapidement décidé que des contacts directs avec Bruxelles étaient cruciaux, même avant l'intégration de l'Espagne dans l'Union européenne en 1986. C'est pourquoi le Patronat Català Pro Europa fut créé en 1982. Ce consortium public fonctionna véritablement comme le lobby de la Catalogne à Bruxelles pendant les années 1980 et 1990. Ce fut un effort de pionnier. À l'époque, il n'existait que très peu de représentations régionales à Bruxelles. Aujourd'hui, elles sont évidemment monnaie courante. En 1985, le président Pujol a entrepris une collaboration avec Edgar Faure – ancien premier ministre français – dans le Conseil des régions de l'Europe (CRE), qui est devenu ultérieurement l'Assemblée des Régions d'Europe (ARE). Jordi Pujol est d'ailleurs devenu le président de cette Assemblée de 1992 à 1996. D'autres initiatives ont été entreprises, par exemple le Groupe de travail des Pyrénées, l'Eurorégion transpyrénéenne, ainsi que les « Quatre moteurs pour l'Europe », qui était une alliance des quatre régions hautement industrialisées d'Europe. Elle est constituée de la région Rhône-Alpes en France, centrée sur Lyon, la région de la Lombardie en Italie, centrée sur Milan, la Catalogne, centrée sur Barcelone, et le Baden-Württemberg, centré sur Stuttgart. Le protocole d'accord a été signé en 1988 et promettait une coopération de longue durée dans les domaines de la science, de la recherche, de l'éducation, de l'environnement et autres.

Cette présence a été enrichie par un réseau de bureaux internationaux, structure édifée graduellement depuis la fin des années 1980 et qui inclut maintenant des bureaux dans le monde entier. Elle rassemble des délégations en Europe et en Amérique du Nord, un certain nombre de bureaux de commerce et d'investissement dans le monde, ainsi que d'autres bureaux spécialisés dans des secteurs comme la culture, les industries liées à la culture, le tourisme et le développement coopératif. Ces types de bureaux et d'accords internationaux entre les États fédérés sont monnaie courante, mais à l'époque je dirais qu'ils étaient très rares. Les bureaux internationaux et l'activité du gouvernement du Québec font évidemment exception. Ces bureaux ont donné à la Catalogne une voix dans les affaires internationales, ce qui a permis par la suite l'organisation d'activités visant à promouvoir le pays dans les secteurs liés au tourisme, à la culture et à la langue, mais aussi des échanges académiques et de la promotion commerciale.

L'AGENDA

Deuxièmement, la diplomatie publique catalane a été bien servie par un agenda chargé de visites internationales du président Pujol, qui a tiré profit de ces voyages pour institutionnaliser les relations avec d'importants partenaires commerciaux et politiques grâce à des accords bilatéraux. Grâce à ces incessants voyages, il a commencé à placer la Catalogne sur les cartes (ou à la replacer sur les cartes). Ainsi, en 1986, le Parlement catalan a signé un accord avec le Sénat de Californie pour créer

des échanges artistiques, académiques et culturels entre les deux États. Ceci a donné naissance à une coopération dans les domaines académiques et commerciaux qui dure encore aujourd'hui. Des accords au niveau institutionnel ont suivi avec les gouvernements du Brésil et du Chili en Amérique du Sud, et d'autres dans la région Asie-Pacifique et en Amérique du Nord. En plus de la Californie, on trouve l'Illinois, le Massachusetts et, bien sûr, le Québec. Le Québec est un partenaire particulièrement important pour la Catalogne. À la suite de plusieurs missions bilatérales au Québec et à Barcelone pendant les années 1980, un protocole d'accord officiel a été signé par les deux gouvernements en 1996. L'organisme officiel qui a été créé par la suite pour donner forme aux relations bilatérales est le Comité mixte Québec-Catalogne, qui assure la continuité des contacts et de la coopération dans divers secteurs, depuis le commerce et les investissements jusqu'à la culture, la jeunesse et les sports, entre autres. Le comité est convoqué officiellement tous les deux ans pour suivre les progrès de la collaboration dans les domaines clés et pour établir les priorités des deux années suivantes. Ces initiatives politiques ont assisté l'internationalisation de la Catalogne dans les sphères publique, privée et académique. Au début, les travaux avaient deux objectifs : informer les gens sur la Catalogne et créer des opportunités pour des collaborations internationales dans les secteurs privé, académique et de la recherche avec des partenaires stratégiques en Europe, en Amérique du Nord et dans les autres régions du monde.

L'ATOUT CULTUREL

Finalement, la Catalogne est un pays qui a la chance de posséder des talents extraordinaires dans les industries de la culture. À mesure que sa présence internationale a augmenté, l'attrait de sa culture est devenu l'un de ses atouts majeurs pour ses activités de diplomatie culturelle. De Gaudí à Miró, de Tapies à Dalí, au Chef Ferran Adrià et à l'équipe de football FC Barcelone, nous avons promu la langue et la culture catalanes grâce à nos ambassadeurs littéraires et culturels. L'Institut Ramon Llull est l'organisme public fondé dans le but de promouvoir les études de la langue catalane dans les universités étrangères, la traduction des œuvres littéraires et de philosophie écrites en Catalan, et la production culturelle catalane dans d'autres domaines tels que le théâtre, le cinéma, le cirque, la danse, la musique, les arts visuels, le design et l'architecture. Dans ce but, l'Institut Ramon Llull signe des accords avec les universités étrangères afin d'y promouvoir l'enseignement du Catalan; il coordonne et offre un soutien à plus de 140 centres où est proposée l'étude du Catalan dans le monde entier. L'Institut Ramon Llull encourage aussi la traduction des œuvres écrites en Catalan, en supportant les maisons d'édition et les traducteurs étrangers afin d'assurer que la littérature catalane soit diffusée le plus possible. Finalement, l'Institut Ramon Llull entreprend de disséminer la littérature catalane tout entière lors des foires du livre et autres événements internationaux, et d'assurer que les artistes de la Catalogne participent aux programmes majeurs de création contemporaine internationale, grâce à des accords avec les institutions, les festivals internationaux, les centres artistiques et les musées. Pour vous donner une idée des travaux de l'Institut, en 2004, la culture catalane était l'invitée d'honneur de la Foire internationale du livre de Guadalajara, qui est le plus grand marché du monde pour les publications en langue espagnole, langue dans laquelle la plupart des chefs-d'œuvre de la littérature catalane sont traduits et vendus en Espagne et en Amérique latine; la culture catalane a été l'invitée d'honneur de la plus grande et la plus importante foire du livre du monde : la Foire du livre de Francfort en 2007; et Barcelone a été en 2013 la ville invitée à la Foire du

livre de Paris. Tous ces événements, soutenus par l'Institut Ramon Llull et d'autres partenaires de l'industrie, ont donné à la langue et la culture catalanes une place centrale, en l'introduisant à des milliers de lecteurs partout dans le monde. À cela s'est ajoutée la promotion des artistes les plus réputés de Catalogne. Par exemple, en 2011-2012, une nouvelle exposition sur Miró, intitulée « L'échelle de l'évasion », a été organisée. Elle a commencé au musée Tate Modern de Londres, puis est venue au musée Miró de Barcelone et a abouti l'été dernier à la Galerie nationale de Washington DC. Ainsi, les noms catalans tels que Dalí et Gaudí sont désormais reconnus dans le monde entier et la culture catalane devient une marque internationale. Elle sert de carte de visite, en facilitant les partenariats dans les domaines public et privé.

LE CONSEIL

Mais récemment, le gouvernement de la Catalogne a conclu que ses efforts de diplomatie publique, bien qu'estimables pour leur force et leur portée, nécessitaient une meilleure coordination. Dans cette perspective, le Conseil sur la diplomatie publique (Diplocat) a été créé récemment. Il s'agit d'un consortium ayant pour but de concevoir et de promouvoir la stratégie de diplomatie publique de la Catalogne. À ce consortium public/privé participent le gouvernement de la Catalogne et les représentations politiques des municipalités catalanes, ainsi que les associations, universités, banques et sociétés catalanes pertinentes qui ont accueilli favorablement et se sont jointes à l'initiative. L'objectif du Conseil pour la diplomatie publique est d'informer les décideurs politiques et économiques principaux aux niveaux européens et internationaux sur le processus démocratique qui a commencé en Catalogne. Diplocat souhaite servir d'organisme démocratique qui explique au monde le droit du peuple catalan d'exercer sa liberté d'expression et son droit de décider de son avenir politique de façon pacifique dans l'Europe du 21^e siècle. En outre, Diplocat sert d'outil pour former des experts en affaires européennes et internationales et pour promouvoir la présence catalane auprès des organismes internationaux. Le bureau du Diplocat a également lancé une initiative basée sur l'utilisation d'un compte Twitter et inspirée des expériences de @ScotVoices et @Sweden (réalisées respectivement par l'Écosse et la Suède). Chaque semaine, un Catalan différent, ou une personne qui vit ou a vécu en Catalogne, envoie un microblog à partir de ce compte et parle de ce qu'il/elle aime, ressent et pense au sujet de la Catalogne. Cette initiative vise à sensibiliser les gens à la situation de la Catalogne et à promouvoir les discussions au sujet du processus politique démocratique en cours concernant le statut politique de la Catalogne en Europe et en Espagne. Le gouvernement catalan a ainsi essayé de tirer profit des nouvelles technologies dans le but de promouvoir et de soutenir ses buts et objectifs politiques.

DIPLOMATIE NUMÉRIQUE

Cependant, les médias numériques/sociaux changent la façon dont nous communiquons, ce qui affecte aussi l'avenir de la diplomatie publique. Dans le cadre de notre effort d'amélioration dans ce domaine, nous avons rejoint un nouveau réseau informel lancé à New York par le Consulat général de Suisse et visant à réunir les gestionnaires des médias sociaux, les directeurs des communications et les chefs du marketing numérique des consulats et délégations étrangères à New York pour partager leurs expériences, apprendre les meilleures pratiques et explorer ce nouvel univers de la « diplomatie

numérique ». Soit dit en passant, l'une des choses intéressantes que nous avons apprises de ce groupe était le fait que Twitter avait démarré une initiative pour informer les gouvernements et les diplomates de la meilleure façon d'utiliser les comptes Twitter. Ce projet vise à promouvoir et soutenir le succès des objectifs de politique étrangère des gouvernements, à faire avancer leurs intérêts nationaux et à informer et influencer le grand public national et étranger en développant et renforçant la relation entre la population, le gouvernement et les citoyens du monde entier. Voici donc une société privée qui cherche à soutenir les efforts de la diplomatie publique.

SOCIÉTÉ CIVILE ET DIPLOMATIE PUBLIQUE

Finalement, je voudrais vous dire qu'il existe aussi des travaux incroyables entrepris par la société civile dans le domaine de la diplomatie publique. Il y a un débat constant concernant les limites de début et de fin de la diplomatie publique, mais si nous adoptons une définition plutôt générique comme celle-ci : « la communication avec le grand public étranger pour établir un dialogue conçu pour informer et influencer », je n'ai aucun doute qu'une grande partie de ces travaux, bien que non coordonnée par un organisme administratif public quelconque, constitue une forme nouvelle et innovante de diplomatie publique et devient un outil de plus en plus puissant pour « informer et influencer ». Avec les avantages de l'Internet, cette forme de diplomatie publique s'est énormément développée en termes de sophistication et d'influence. Par exemple, il existe un groupe, nommé « Col•lectiu Emma », réseau de Catalans et de non-Catalans vivant dans divers pays qui se dédient au suivi et à l'examen des reportages d'actualité sur la Catalogne dans les médias internationaux. En clarifiant et critiquant les informations présentées, leur but est d'assurer que l'opinion publique mondiale ait une image juste de la réalité du pays, aujourd'hui et dans l'histoire. Ce groupe est fascinant, parce que l'on peut contraster leur influence démesurée avec leur présence juridique, minimale en tant que personne morale. Je veux dire que, d'une part, « Col•lectiu Emma » n'a pas d'existence juridique. Il n'a pas d'employés et n'a pas de budget : comme je l'ai dit, c'est un réseau non officiel de gens engagés dans des activités diverses, qui offrent gratuitement leur temps et leur expérience. Pourtant, en ce qui concerne leur capacité d'influence, lorsque les gens des médias internationaux parlent de la Catalogne, que ce soit dans le *New York Times*, dans *The Guardian* au Royaume-Uni, dans *L'Indépendant* en France ou dans *Die Zeit* en Allemagne, c'est « Col•lectiu Emma » qui est souvent cité et ce sont ses membres qui sont souvent les premiers contactés lorsque les journalistes ont des questions sur la Catalogne. Je pense qu'il sera très intéressant de voir, dans cet âge numérique, comment ces formes plus radicales et décentralisées de diplomatie publique se développent.

Dans l'ensemble, le gouvernement de la Catalogne a fait des efforts importants pour établir et institutionnaliser le dialogue entre la Catalogne et nos partenaires internationaux, et nous nous proposons de nous adapter aux nouvelles technologies et méthodes pour améliorer et mieux concentrer nos efforts. Nous sommes un petit pays avec une langue peu connue, mais nous sommes aussi fiers de la forte présence que nous avons, dans les affaires européennes et internationales d'une part, sur la scène mondiale de la culture d'autre part.

ANNEXE 3 – JOHN W. GRAHAM

John W. Graham

Président émérite de la Fondation canadienne pour les Amériques

LE SACCAGE DE NOTRE DIPLOMATIE CULTURELLE PAR OTTAWA : QUELLE IMPORTANCE?

LE CAS DES ÉTUDES CANADIENNES

Dans le contexte de la compétition internationale actuelle, un mélange de commerce, technologie, sécurité et philanthropie ne peut être complet sans l'apport des arts et de l'éducation. L'avantage national peut... être atteint sans recours à l'appui de la culture. Mais, si nous voulons nous assurer du respect et de la confiance des pays que nous respectons et à qui nous faisons confiance, nous devons projeter l'image d'un pays civilisé possédant des ressources humaines riches et variées, autant que des ressources matérielles.

Revue du ministère des Affaires étrangères du Canada

Ces mots se trouvent dans la revue officielle du ministère des Affaires étrangères, en 1976, un an après la mise en œuvre du programme d'études canadiennes par le Ministère en tant que nouvelle dimension du rayonnement culturel du Canada à l'étranger. L'article continuait en expliquant que le défi du nouveau programme résidait dans une image du Canada sujette à plus de distorsions que nul autre pays ayant un poids politique et économique comparable. Ce qu'il fallait alors, c'était de l'information et de la sensibilisation à notre caractère, nos valeurs, nos accomplissements et la riche diversité de nos gens. L'article tentait d'expliquer qu'un changement dans les perceptions risquait fort peu de se matérialiser par la chimie naturelle des échanges internationaux. Il considérait essentiel que le gouvernement joue un rôle de facilitateur et il présentait aussi le fait que le succès résidait dans la neutralité du gouvernement. Ce dernier devait remplir son rôle sans permettre que le programme soit utilisé pour passer des messages sélectifs. En d'autres termes, le programme d'études canadiennes ne

devait pas devenir un outil de propagande pour le gouvernement sous peine de perdre rapidement toute crédibilité. Le principe de l'intégrité du programme était donc établi dès le début et a continué d'en demeurer le principe de base pendant les 37 années qui ont suivi.

Au début, le programme s'intéressait surtout aux disciplines des sciences sociales et des sciences humaines ayant un contenu canadien significatif et avec une accentuation sur la distinction, la qualité, et les innovations de la société canadienne, de la science et du travail universitaire. En très peu de temps, des disciplines se sont ajoutées pour inclure une myriade d'autres domaines.

Le programme d'études canadiennes a connu un succès presque immédiat. Pour un programme principalement gouvernemental, sa croissance a été phénoménale : un réseau de plus de 7 000 universitaires disséminés dans plus de 50 pays; 290 centres et programmes; 30 associations nationales ou multinationales et trois réseaux régionaux. Le programme a généré des milliers d'ouvrages dans 21 langues. Il a facilité la traduction et la publication d'auteurs canadiens à l'étranger et la vente de droits d'auteurs canadiens pour des livres, des films et des microfilms. Il a généré annuellement plus de 70 millions de dollars dans l'économie canadienne et a fréquemment contribué à une meilleure compréhension des politiques nationales et internationales du Canada. Plusieurs canadianistes ont obtenu des positions d'influence, politique ou économique, dans leur pays. Un est même devenu président de son pays.

Les gouvernements étrangers comme les États-Unis et l'Inde, contribuent directement au programme. D'autres, incluant l'Allemagne, l'Argentine, la Chine, la France, le Japon et le Royaume-Uni ont contribué indirectement. Tout cela pour un investissement d'environ 5,5 millions de dollars par année, soit à peu près le même montant que celui maintenant dépensé pour le bureau de la liberté de religion du même ministère.

Une histoire remarquable. Malgré cela, l'an dernier, le gouvernement a annoncé l'élimination de son appui financier au programme. Est-ce que cette décision a du bon sens? Ou y a-t-il de meilleures façons, plus économiques peut-être, d'atteindre ces résultats? La réponse à la première question est catégoriquement non. Pour la deuxième, on ne peut nier qu'il y a toujours place à l'amélioration, incluant l'utilisation des médias sociaux et un accroissement des liens avec le recrutement d'étudiants étrangers pour les universités et collèges canadiens (je reviendrai sur ce dernier point). Cependant, la base demeure valide. Le programme a enrichi nos universités et autres établissements de recherche et généré bien plus de dividendes que le modeste investissement d'Ottawa. C'était un exemple extraordinaire de rentabilité. On n'est donc pas surpris de voir que d'autres pays ont suivi le modèle. La mécanique est toute simple, elle fonctionne comme un moteur hybride : vous mettez un peu d'essence (argent du gouvernement), puis les universités étrangères, les gouvernements étrangers et le secteur privé gardent la batterie chargée. Mais, au départ, il faut de l'essence. Elle amorce la pompe.

Conscient de notre milieu ici, je veux souligner que ce programme fédéral s'est déroulé avec la coopération des partenaires provinciaux. Bien entendu, les buts des études québécoises et des études

canadiennes ne sont pas identiques. Mais, malgré les différences, il y a eu de nombreuses collaborations bénéfiques pour les deux programmes. L'Association internationale d'études québécoises a grandement contribué à des événements d'études canadiennes partout dans le monde et le programme d'études canadiennes a appuyé certaines activités de l'Association, comme son programme pour les professeurs de français langue seconde.

Il serait utile d'aborder la question sous un angle plus large. Nous sommes tous conscients que la place de notre pays dans le monde a diminué en importance, mais nous ne réalisons peut-être pas à quel point elle continuera de diminuer face à nos nouveaux compétiteurs. Goldman Sachs a préparé une projection relative à la position des divers pays en 2050.

Ils calculent qu'à ce moment, les sept principaux pays du monde incluront seulement un des pays occidentaux « traditionnels » – les États-Unis – en deuxième place. En 2050, cette projection place le Canada juste derrière le Vietnam et juste devant les Philippines en tant que puissance économique. Pour un pays qui a déjà fait partie du G7, il s'agit d'un changement qui demande un réajustement politique, diplomatique et psychologique. L'échec de la candidature du Canada pour un siège au Conseil de sécurité de l'ONU est susceptible de donner un avant-goût de ce qui se profile à l'horizon, si le Sud continue de surpasser le Nord en terme de croissance du PIB.

Cependant, une perte relative de poids économique ne signifie pas nécessairement qu'il faille une perte proportionnelle de puissance et d'influence internationales. La Norvège, Singapour, Taiwan et d'autres ont fait face et partiellement surpassé ces défis. Regardez l'influence exercée par le petit Qatar. L'Australie est maintenant dans une catégorie supérieure à son poids réel.

Avec tous les avantages que nous possédons dans ce pays – géographiques, économiques et intellectuels – nous devrions être en mesure de développer des niches d'expertise et d'influence qui permettront à notre pays et nos partenaires de faire les ajustements nécessaires. On ne se facilite pas la tâche quand on se tire dans le pied. Mais on doit aussi faire attention à ne pas exagérer les dommages.

Le progrès ou l'échec des études canadiennes, en réalité, de notre politique culturelle en général – un secteur largement démantelé – ne sera pas le facteur le plus important pour relever le défi. Je dirais même que malgré l'abandon du financement du programme et la dégradation de notre image à l'étranger, le gouvernement n'a pas tué les études canadiennes. Bien des semences plantées séparément, puis nourries et développées par le gouvernement, seront entretenues par des universitaires dévoués et la valeur intrinsèque des disciplines elles-mêmes. Il n'y a pas de doute qu'il y a eu des dommages et qu'il y aura beaucoup moins d'enthousiasme à polir l'image de la politique étrangère du Canada dans un réseau de canadianistes qui risque de rétrécir. Mes conversations et échanges de courriels avec de nombreux distingués canadianistes m'ont révélé une certaine détresse, de la frustration et, peut-être plus révélateur encore, une grande surprise.

Il est clair qu'on souhaite partout que le gouvernement réalise son erreur et infirme sa décision, ou

alors qu'un nouveau gouvernement introduise les mesures nécessaires pour réparer les dommages. Peu importe laquelle de ces solutions devrait survenir, est-ce que la politique de reconstruction et de réactivation des études canadiennes à l'étranger devrait simplement consister en la réinstallation des conditions existantes? Ou est-ce que la revigoration des études canadiennes devrait prendre une nouvelle approche?

Plusieurs des anciens outils du programme comme les bourses de complément de spécialisation et de recherche, les bourses de doctorat et l'aide aux bibliothèques ont connu tant de succès qu'il serait mal avisé de la part des nouveaux développeurs de jeter le bébé avec l'eau du bain. Néanmoins, ce coup imprévu aux études canadiennes nous donne l'opportunité de réfléchir aux changements, à l'innovation et aux ajustements.

La technologie des médias évolue très rapidement. Ici, Marshall McLuhan nous a enseigné l'importance du *médium* comme message. Il n'y a pas de doute que la réception du message repose de plus en plus sur les vidéo-clips, Facebook, Twitter et la sophistication de l'outil électronique. McLuhan voulait prouver un point avec sa fameuse maxime, mais dans les domaines dont nous discutons, le *médium* sera surtout cosmétique et donc pas vraiment efficace sans la substance du message.

Depuis la mise en œuvre du programme d'études canadiennes, il y a eu une relation dynamique avec le recrutement d'étudiants étrangers pour les universités et collèges canadiens. Accroître la connaissance sur le Canada, ses régions et ses ressources intellectuelles a stimulé la venue d'étudiants étrangers au Canada. Les programmes de bourses offerts par le Canada ont aussi été un élément clef du mouvement des étudiants vers le Canada.

Les rapports coûts/bénéfices de l'accueil des étudiants étrangers au Canada sont maintenant publiés par le gouvernement. L'an dernier, on estimait que la valeur totale pour l'économie canadienne, incluant frais d'inscription, logement, nourriture, voyage et autres dépenses connexes, totalisait 8,2 milliards de dollars. En 2012, cet apport était généré par environ 265 000 étudiants passant au moins six mois au pays et représentant environ 7 % des étudiants inscrits dans nos universités et collèges. Il va sans dire que ces données ne tiennent pas compte des effets à long terme des échanges intellectuels et commerciaux et des contacts politiques. En effet, le phénomène de « cross fertilization » est très important. Un rapport récent du *British Council* affirme l'importance de cette stratégie pour l'économie et l'image du pays.

La politique du gouvernement canadien pour la promotion du Canada à l'étranger est curieusement inconstante. Pendant qu'on élimine le financement des études canadiennes, qu'on coupe lourdement dans les bourses internationales et qu'on démonte presque tout le programme d'exportations culturelles, le gouvernement annonçait récemment une augmentation significative de ses investissements dans le recrutement des étudiants étrangers. Le Bureau canadien de l'éducation internationale, l'Association des universités et collèges du Canada et l'Association des collèges communautaires canadiens ont d'ailleurs ardemment milité en ce sens pendant plusieurs années.

Pour le pays en général et plus particulièrement pour la communauté universitaire, toujours à court d'argent, c'est une entreprise vitale. La bonne nouvelle, c'est que le phénomène grandit régulièrement depuis les 15 dernières années. La mauvaise se divise en trois parties. Tout d'abord, même si nous faisons bien en matière de promotion, nous ne sommes pas les meneurs. L'Australie, avec une population plus petite attire plus d'étudiants. Proportionnellement à leurs populations, c'est la même chose pour le Royaume-Uni et la Nouvelle-Zélande. Deuxièmement, on peut faire des efforts pour attirer plus d'étudiants seulement si les infrastructures et le corps professoral peuvent les soutenir. Les études démontrent que nous avons presque atteint la limite en ce qui a trait au nombre de professeurs dans les universités. Finalement, tel que je l'ai déjà mentionné, pendant qu'on fait des efforts importants pour attirer des étudiants étrangers, le gouvernement a décidé qu'il n'a pas besoin d'un réseau de 7 000 canadienistes à travers le monde, qui ont toujours été des partenaires inestimables dans cette entreprise.

Ceci nous ramène à la réalité de notre position, qui s'affaiblit dans le monde, et au besoin de trouver des niches effectives si nous voulons nous ajuster à notre place relative et conserver une influence. Devenir l'un des plus grands centres d'éducation au monde est peut-être l'une de ces niches. Un partenariat dynamique et revigoré avec les études canadiennes à l'étranger pourrait nous faire avancer vers ce but.

ANNEXE 4 – ANNICK LANDREVILLE

Annick Landreville

Conseillère aux Affaires publiques au Consulat général des États-Unis à Montréal

DIPLOMATIE PUBLIQUE ET CULTURELLE VUE DES ÉTATS-UNIS

Nos diplomates sont le visage et la voix des États-Unis sur le terrain à travers le monde. Ils sont depuis longtemps habiletés à échanger avec les gouvernements étrangers, mais, au 21^e siècle, notre engagement doit aller bien au-delà des interactions de gouvernement à gouvernement. Les acteurs non étatiques, allant des organisations non gouvernementales aux groupes d'affaires, des organismes religieux aux organismes communautaires, jouent un rôle de plus en plus grand, tant localement que mondialement. De plus, dans cette ère de l'information, l'opinion publique prend une importance accrue, même dans les États autoritaires.

Nos diplomates doivent établir des partenariats et des réseaux, mettre en œuvre des programmes et s'engager auprès des citoyens, groupes et organisations. Et nous devons nous assurer qu'ils le font à l'aide des compétences, des ressources, des stratégies et des structures organisationnelles nécessaires.

Avec l'émergence de nouvelles démocraties à travers le monde (40 au cours des 20 dernières années), il est devenu clair pour le Département d'État que le pouvoir et l'influence, autrefois détenus par quelques personnes, sont maintenant entre les mains de la majorité. De même, l'ouverture des marchés a permis à des millions de personnes d'exiger davantage de contrôle sur leur propre destin. Même dans les sociétés autocratiques, les dirigeants doivent de plus en plus prendre les opinions et les passions de leurs peuples en considération.

La révolution dans le domaine des communications a accéléré cette tendance en créant d'innombrables nouvelles plateformes pour les idées et le dialogue. De plus, les changements démographiques et sociaux créent de nouvelles opportunités pour ceux qui pratiquent la diplomatie publique, notamment auprès des femmes et des jeunes.

Nos efforts en diplomatie publique visent à corriger les perceptions erronées des États-Unis à l'étranger de façon à entretenir des relations à long terme entre le peuple des États-Unis et nos partenaires à travers le monde.

Après avoir procédé à un examen approfondi de la diplomatie publique, l'ancienne Secrétaire adjointe à la diplomatie publique et aux affaires publiques Judith McHale a publié en 2010 un cadre stratégique pour la diplomatie publique, qui est aujourd'hui employé dans les Missions américaines partout dans le monde. Parmi les objectifs définis dans ce cadre stratégique, notons :

- Contrôler le message;
- Développer et renforcer les relations de personne à personne;
- Contrer l'extrémisme violent.

Nous avons réalisé que nous devons développer des stratégies plus proactives de sensibilisation du public et être prêts à quitter le podium traditionnel pour les nouveaux lieux dans lesquels les idées sont discutées et transmises, en particulier les médias sociaux. Ainsi, nous avons renforcé nos centres médias régionaux afin d'augmenter la visibilité des porte-paroles officiels des États-Unis dans les médias pour pouvoir expliquer nos politiques de manière plus efficace.

Ces centres médias travaillent étroitement avec les bureaux régionaux à Washington et les bureaux des affaires publiques dans nos Missions à l'étranger. Au Canada, par exemple, le porte-parole de l'Ambassadeur est basé à Ottawa et travaille en étroite collaboration avec Washington et les sept consulats à travers le pays.

Pour que nos messages soient entendus, nous devons nous assurer que notre diplomatie publique se concentre sur ce qui est important aux yeux du public. Les échanges de personne à personne entre les États-Unis et d'autres pays parviennent depuis des décennies à accroître la compréhension mutuelle. Nous élargissons maintenant la base démographique de personnes avec lesquelles nous interagissons en mettant particulièrement l'accent sur les jeunes et les femmes, de façon à élargir le cercle de participation à ces échanges.

Pour atteindre cet objectif, nous avons maintenu des programmes, tels que le *International Visitor Leadership Program* (IVLP), fondé en 1940, et *Fulbright*, qui sont depuis longtemps les piliers de nos échanges de personne à personne. Dans la grande région de Montréal, nous avons plus de 125 diplômés de ces programmes, dont un des organisateurs de ce colloque, Stéphane Paquin, avec lesquels nous communiquons et collaborons régulièrement. Provenant de tous les secteurs, ces anciens participants ont tous réalisé un voyage de familiarisation aux États-Unis, ce qui facilite nos échanges avec eux.

Par le biais de petites subventions, nous parvenons également à rejoindre de nouveaux auditoires. Par exemple, au cours de l'année en cours, nous avons collaboré avec l'Université du Québec à Montréal sur une série de conférences sur les élections américaines et sur une soirée électorale; avec le Festival

international du film black sur la venue à Montréal de Harry Belafonte; avec la Fondation Jasmin Roy sur le visionnement du documentaire « Bully » et avec Warner Brothers Canada sur la première du film « 42 » à propos de Jackie Robinson.

Nous employons également les nouvelles technologies. Par exemple, nous utilisons les réseaux sociaux pour mieux communiquer le point de vue américain et entendre ceux de notre auditoire. Au Canada, l'Ambassade des États-Unis à Ottawa est suivie par plus de 15 000 personnes sur Twitter et plus de 7 000 sur Facebook. Le Consulat des États-Unis à Montréal a créé sa propre page Facebook il y a un an et compte plus de 2 500 adeptes. Cette présence nous permet de faire participer la collectivité et d'amplifier les événements que nous soutenons dans toute la région.

Ceci fait partie de ce que le Département d'État appelle « la conduite des affaires de l'État au 21^e siècle » (21st Century Statecraft). L'utilisation des nouveaux outils est au cœur de cette approche. Par exemple, le Département d'État a parrainé le concours « Apps for Africa », qui invite les jeunes Africains à créer des applications qui servent l'intérêt général. Le premier gagnant a créé une application qui prédit la période de gestation des vaches. Le concours a également fait connaître le talent technologique sur le continent.

Nous avons également accru l'accès à l'éducation. L'apprentissage de l'anglais dans les pays en voie de développement, par exemple, constitue un moyen de promouvoir la compréhension de notre nation et de notre peuple et peut fournir une compétence cruciale menant à de meilleures opportunités économiques et éducatives. Nous avons élargi l'accès aux programmes, comme « ACCESS Micro-Scholarships », qui donnent à des adolescents sous-représentés, en particulier dans les pays musulmans, du financement pour assister à des cours d'anglais et de découverte de l'Amérique. Au Canada, comme ailleurs dans le monde, nous avons également élargi notre réseau de conseillers pédagogiques EducationUSA. Ces conseillers aident à informer les jeunes partout à travers le monde sur les opportunités d'études aux États-Unis.

Nous avons également augmenté nos investissements dans les activités scientifiques et technologiques. Le renforcement de la capacité des Américains à collaborer avec les autres en science et technologie est un élément essentiel de la diplomatie publique américaine. Au Québec, par exemple, nous avons organisé un « webchat » avec l'astronaute canadienne et déléguée scientifique du Québec à Washington, Julie Payette. Mme Payette a pu ainsi expliquer le travail de la NASA à un auditoire composé d'élèves du secondaire à Gatineau, Montréal et Québec.

La lutte contre l'extrémisme violent nécessite une communication efficace avec le public à travers le monde, de même qu'auprès d'extrémistes potentiels. Nos réponses doivent être préparées et rapides, et renforcer une image positive des États-Unis. Pour ce faire, nous avons créé un Centre de communication stratégique contre le terrorisme à Washington. Celui-ci oriente et informe les activités de communication visant l'extrémisme violent à l'étranger pour l'ensemble du gouvernement et s'assure que le message transmis par les États-Unis est cohérent et coordonné.

En plus de la diplomatie publique, nos efforts portent également sur la diplomatie communautaire, c'est-à-dire l'identification et l'aide au développement de réseaux de contacts par le biais de projets précis sur le terrain, sur des sujets aussi variés que la non-prolifération nucléaire, les changements climatiques et les opportunités pour les femmes et les filles. Nos postes diplomatiques et consulaires sont sur la première ligne de la diplomatie communautaire. Belfast, en Irlande, en constitue un exemple parmi tant d'autres. Alors que l'Irlande du Nord continue de se remettre de décennies tumultueuses, notre Consulat à Belfast a formé un réseau d'anciens participants locaux aux programmes d'échanges parrainés par les États-Unis, tels *Fulbright* et le *International Visitor Leadership Program*. Les liens établis entre les anciens participants par le Consulat ont déjà eu des répercussions dans toute la province : d'anciennes participantes ont créé un organisme de femmes activistes et deux groupes d'anciens participants ont établi un service public de mentorat.

C'est grâce aux efforts de ce genre, ainsi que par le biais de partenariats avec le secteur privé que nous favorisons des liens plus étroits entre les Américains et les peuples du monde entier. Les États-Unis estiment que la sécurité à long terme viendra non pas de notre capacité à susciter la crainte chez les autres peuples, mais bien par le biais de notre capacité à répondre à leurs espoirs.

ANNEXE 5 – STÉPHAN LA ROCHE

Stéphan La Roche

Président-directeur général du Conseil des arts et des lettres du Québec (CALQ)

(Le texte prononcé fait foi)

LA PROMOTION DE LA CULTURE ET LA DIPLOMATIE QUÉBÉCOISE À L'ÉTRANGER : DES PARTENARIATS FRUCTUEUX

Je suis très heureux d'être ici aujourd'hui. Il s'agit d'une de mes premières sorties publiques en tant que nouveau président-directeur général du Conseil des arts et des lettres du Québec (CALQ), un organisme que je connais bien par ailleurs.

La culture est un élément essentiel et même incontournable de la diplomatie publique. Qui dit diplomatie, dit dialogues et échanges. Et qui dit échanges, dit ententes, accords, partenariats. C'est pourquoi j'ai voulu mettre les partenariats au centre de mon intervention, comme l'indique l'intitulé de départ : « La promotion de la culture et la diplomatie québécoise à l'étranger : des partenariats fructueux ».

Tout récemment, le CALQ a reçu une lettre de la Fondation Ernest Von Siemens, de la famille industrielle allemande Siemens, nous annonçant qu'elle récompensait un jeune compositeur montréalais, Samy Moussa, qui fait carrière comme chef d'orchestre en Europe depuis 2007. Pour vous situer, la Fondation Ernest Von Siemens remet chaque année un prix de 250 000 euros. Olivier Messiaen, Mstislav Rostropovitch, Pierre Boulez, Leonard Bernstein et Anne-Sophie Mutter comptent parmi les prestigieux lauréats de ce concours, qui existe depuis 1978.

Samy Moussa a étudié à l'Université de Montréal avec José Evangelista et au moins une de ses œuvres a déjà été jouée par l'Orchestre symphonique de Montréal. Je mentirais si je disais que je le connais bien, mais il est manifestement très apprécié des Allemands puisqu'il reçoit l'une des trois bourses de 15 000 euros que la Fondation Ernest Von Siemens accorde à de jeunes talents musicaux. Samy Moussa s'ajoute à une belle liste de musiciens québécois qui rayonnent dans le monde actuellement : Bernard Labadie des Violons du Roy; Jacques Lacombe, directeur musical du New Jersey Symphony Orchestra; Jean-Marie Zeitouni, directeur musical du Columbus Symphony; et Yannick Nézet-Séguin – qui pourrait peut-être gagner ce premier prix de la Fondation Ernst Von Siemens un jour – à Philadelphie, Rotterdam et Londres.

Yannick Nézet-Séguin faisait justement l'objet d'un article élogieux, dans le prestigieux *New York Times*, intitulé affectueusement « Le maestro avec le tatouage de tortue ». J'ai eu le plaisir de croiser le journaliste du *New York Times*, monsieur Daniel Wakin, lors d'un concert de l'Orchestre métropolitain à Montréal. Il était non seulement sous le charme de Yannick Nézet-Séguin, mais il se demandait comment le Québec arrivait à produire autant de talents musicaux. Il apporte quelques réponses dans son article, que je vous invite à lire si jamais vous avez besoin de vous remonter le moral. Parmi celles-ci, il mentionne que : « *Quebec's unusually rich classical music culture results partly from generous government spending on the art* », ce qui se traduit par : « l'inhabituelle richesse culturelle du Québec en musique classique résulte partiellement du généreux soutien financier du gouvernement aux arts ».

Pour ce journaliste, il y a actuellement une vague de talents québécois en musique qui rayonnent dans le monde. Mais on pourrait dire la même chose en cinéma, car des films québécois ont été en lice pour un Oscar trois ans de suite : ce n'est pas un hasard. On pourrait aussi parler de vagues internationales en danse (Marie Chouinard, Edouard Lock), en théâtre (Robert Lepage, François Girard), en arts du cirque (Les 7 doigts de la main, Cavalia), en arts numériques (Moment Factory), en littérature (Yann Martel, Dany Laferrière), en arts visuels (Raphaëlle de Groot, Marc Séguin), en mode (Rad Hourani), en musique populaire (Arcade Fire et Céline Dion évidemment). J'ai nommé une vingtaine de noms d'artistes québécois qui nous ont tous procuré, chacun à leur tour, un pincement de fierté. Je pourrais facilement en nommer autant d'autres qui s'illustrent sur la scène internationale. Et il y a aussi, plus nombreux, ceux et celles que je connais moins ou pas, comme Samy Moussa, mais qui font leur marque, avec patience ou éclat, dans chacun des multiples réseaux artistiques ayant des ramifications dans toutes les disciplines, partout dans le monde. Il ne s'agit donc pas d'une petite vague, mais d'un courant de fond!

La présence d'artistes et d'organismes québécois soutenus par le CALQ se manifeste dans plus de 60 pays, grâce aux bourses de déplacement, aux possibilités de séjourner dans un studio ou dans un atelier-résidence, ou grâce aux subventions à la tournée et à la coproduction internationale. Chaque jour, un peu plus de six spectacles québécois soutenus par le CALQ sont présentés quelque part dans le monde. L'an dernier nous avons investi 7,6 millions de dollars, soit 10 % de notre budget, pour soutenir la présence artistique québécoise à l'étranger. Chaque année, nous attribuons environ 700

bourses de déplacement totalisant près d'un million de dollars. Nous favorisons les séjours dans des studios et des résidences de création pour une cinquantaine d'artistes en leur accordant des bourses de près de 500 000 dollars.

Les subventions que le CALQ verse aux organismes pour la diffusion hors Québec – surtout en arts de la scène – et la circulation des œuvres dans les autres disciplines se traduisent par 1 700 représentations en arts de la scène sur les quatre continents. Une centaine d'organismes et quelques 1 800 artistes et travailleurs culturels bénéficient de leurs retombées, ainsi que de l'aide à la prospection et au développement de marchés et de notre soutien à la coproduction internationale, aux opérateurs et à la traduction.

Nous attribuons également deux prix de 10 000 dollars chacun pour souligner l'excellence de tournées hors Québec et nous sommes partenaires de la Commission internationale de théâtre francophone (CITF) et des Jeux de la francophonie. Sans compter tous les projets internationaux qui se réalisent grâce à l'appui d'autres partenaires, comme la Société de développement des entreprises culturelles (SODEC), le ministère de la Culture et des Communications (MCC), le ministère des Relations internationales, de la Francophonie et du Commerce extérieur (MRIFCE), les conférences régionales des élus (CRÉ), les fondations et parfois les mécènes et les entreprises privées.

Le talent artistique est une importante ressource québécoise, de plus en plus valorisée, de plus en plus utilisée, dans le bon sens du terme.

Le courant de fond dont je vous parlais n'est pas le fruit du hasard. Daniel Wakin, le journaliste du *New York Times*, a raison : il résulte des investissements collectifs, d'abord publics, mais aussi privés, qui sont consentis depuis plus de 50 ans. Le Québec a vraiment pris soin de cette richesse depuis la « patente à Lapalme », comme on surnommait le ministère des Affaires culturelles créé avec entêtement par Georges-Émile Lapalme en 1961. Il a été amèrement déçu à l'époque du manque d'intérêt et, surtout, de soutien politique. Mais il a planté une graine et je pense qu'il serait fier aujourd'hui de voir l'important soutien à notre culture qu'apporte le gouvernement du Québec. Même si certains trouvent ce soutien insuffisant, il fait l'envie de nombreux pays et régions dans le monde. Ce qui ne nous empêche pas de travailler pour en obtenir davantage!

Pour réaliser toutes ses activités, le CALQ disposait l'an dernier d'un budget de 93 millions de dollars. Comme la plupart d'entre vous le savez, le CALQ évolue depuis bientôt 20 ans sur la base du modèle anglo-saxon des conseils des arts. Mais ce que vous ignorez peut-être, c'est qu'à la différence des structures du genre qui existent dans d'autres pays, le CALQ soutient à la fois la recherche et la création, la production et la diffusion, au Québec et à l'étranger. Or, on l'a vu dans ce colloque, la fonction de soutien à l'international est distincte dans plusieurs pays : au Royaume-Uni, elle relève de la responsabilité du *British Council*; en France, de l'Office national de diffusion artistique (ONDA) et de l'Institut français; en Allemagne, des *Goethe Instituts*; au Japon, de la *Japan Foundation*; et j'en passe.

Au Québec, au CALQ, nous avons adopté une logique plus intégrée, car le rayonnement international s'inscrit de plus en plus tôt et naturellement dans la carrière artistique. Dès le début de sa carrière, voire durant ses études, l'artiste trouve rapidement la possibilité d'aller se former, se perfectionner, créer, interpréter, travailler, explorer et tourner à l'étranger. Il est donc important de le soutenir dans chaque étape de sa carrière pour l'aider à se constituer un réseau international avec les pairs de sa génération. La rencontre est formatrice, la confrontation des esthétiques est enrichissante, la force de l'amitié inestimable. Qui sait si les liens d'aujourd'hui ne deviendront pas les grandes tournées de demain? C'est bon pour lui, c'est bon pour eux, c'est bon pour le Québec!

Comme nous investissons dans leur talent, dans leurs œuvres, il serait inconséquent de ne pas donner les coups de pouce nécessaires pour enrichir et amortir nos investissements dans une tournée internationale, une résidence de création ou une présentation à un diffuseur important. Ce n'est pas seulement une question de survie, c'est de l'argent habilement investi.

Le soutien à la circulation des artistes et à l'exportation des œuvres est non seulement économiquement utile, mais il est nécessaire. Il est intelligent et conséquent à tous nos investissements dans les arts. Et ces investissements dans les arts et la culture sont aussi rentables et bénéfiques sur le plan diplomatique. Un article du *New York Times* vantant le Québec musical auprès de l'intelligentsia américaine a une immense valeur diplomatique. Demandez à n'importe quel diplomate. Et, permettez-moi de le souligner, je suis sûr que la diplomatie canadienne se sert de cet article et est présente aux concerts dirigés par Yannick Nézet-Séguin, bien qu'elle ne pratique plus officiellement de diplomatie culturelle!

Savez-vous combien coûte une publicité dans le *New York Times*? Je préfère que le CALQ ait investi cette somme dans le soutien de nos artistes. L'effet sera aussi plus durable : à chaque concert de Yannick Nézet-Séguin, à chaque affiche, dans chaque annonce, dans chaque programme. Je suis également certain que des articles de ce genre sont bons pour les affaires.

Ex-diplomate moi-même, puisque j'ai été Premier conseiller et directeur des services culturels à la Délégation générale du Québec à Paris, je peux vous assurer que le succès de cette présence artistique québécoise à l'étranger est une carte de visite extraordinaire pour les réseaux de diplomatie. C'est pourquoi la majorité des artistes et compagnies qui se déplacent sont en lien avec les instances de représentation du Québec. Ces dernières les appuient par des actions de promotion et, souvent, de développement de marchés, dans l'objectif de consolider les relations avec ces partenaires de diffusion, élément fort important pour les compagnies artistiques québécoises. Les délégations générales et les bureaux du Québec ont ainsi développé une expertise et une connaissance fine des réseaux de diffusion artistique et culturelle sur leurs territoires. Que ce soit sous la forme de délégations, de bureaux ou d'antennes, ce réseau des représentations gouvernementales du Québec à l'étranger, toutes tailles confondues, se déploie dans plus de 26 villes de 15 pays. Par ailleurs, les artistes, écrivains et organismes que le CALQ a soutenus par ses programmes de mobilité internationale ont été présents dans 66 pays en 2012-2013, ce qui permet d'affirmer que les artistes ont développé leurs propres réseaux et que ces réseaux permettent au Québec de rayonner par

l'excellence de ses créateurs.

Nos partenariats sont développés dans le respect des compétences de chacun. Les délégations font un travail de développement de marchés et de promotion de la présence des artistes et écrivains sur leurs territoires. Parallèlement, le MCC et le CALQ soutiennent des initiatives de développement de marchés et de promotion, en collaboration avec les délégations. Le CALQ soutient aussi la mobilité des artistes et des organismes qui se produisent à l'étranger par des bourses de déplacement et divers programmes de soutien à la tournée. Ainsi, en contribution à l'effort de diplomatie publique ou culturelle, les productions artistiques et les artistes québécois évoluent d'eux-mêmes parmi les réseaux artistiques d'avant-garde les plus importants à travers le monde. Il n'est donc plus ici question de veiller à « ménager les sympathies politiques » envers le Québec en exposant ses meilleurs produits culturels, mais d'inviter et de programmer des artistes qui suscitent la curiosité et l'intérêt en raison de leur travail et qui parfois obtiennent des succès importants.

Pour que s'établisse une synergie entre culture et diplomatie, il faut assurer une présence artistique et entretenir d'étroites collaborations, en partie avec les réseaux diplomatiques officiels, mais aussi avec des partenaires du milieu des arts qui accordent au Québec une vitrine culturelle sans précédent sur la scène internationale. Et cela, on le doit à l'excellence de la création artistique québécoise. Le travail du CALQ se fait donc en appui, en complémentarité et en synergie avec l'ensemble des partenaires gouvernementaux, soit le réseau des représentations du Québec à l'étranger, le MRIFCE, le MCC et la SODEC.

Un des exemples de ce travail en synergie est le réseau des Studios du Québec à l'étranger. Ce réseau, unique en son genre, témoigne de l'importance qu'accorde notre gouvernement au soutien à la culture et à la reconnaissance du statut de l'artiste et de l'écrivain. En partenariat avec le MRIFCE et le MCC, le CALQ accorde des bourses à des artistes et écrivains pour leur permettre d'effectuer un séjour de ressourcement de six mois dans l'une des six grandes capitales culturelles mondiales que sont Paris, New York, Rome, Berlin, Londres et Tokyo. De plus, ces studios sont une forme de présence permanente du gouvernement dans les grandes capitales culturelles mondiales.

Rappelons-nous l'inauguration du tout premier Studio du Québec à Paris, qui accompagnait l'ouverture de la Délégation générale du Québec à Paris, il y a plus de 50 ans. S'imposant comme une véritable assise de la diplomatie culturelle québécoise, le studio envoyait déjà un signal fort de l'importance que le gouvernement du Québec accordait et a toujours accordée à la nécessité pour l'artiste de voyager, de se ressourcer, de se comparer, de s'inspirer et de se rassurer; bref, la nécessité de lui donner les conditions optimales au développement de sa carrière.

Le CALQ a par la suite déployé son réseau de studios et d'ateliers-résidences à l'étranger, assurant des échanges d'artistes dans quelque 18 pays et 24 villes à travers le monde. La signature d'ententes internationales avec des organismes gouvernementaux, des fondations privées, des organisations artistiques et d'autres conseils des arts a permis d'élargir ce réseau. Le programme de résidences de création du CALQ lui a valu le Prix d'excellence du rayonnement international 2010 de l'Institut

québécois d'administration publique.

Le rayonnement international des créateurs québécois est un phénomène qui a crû de manière accélérée au cours des 30 dernières années. Les organismes ainsi que les artistes et écrivains sillonnent le monde et font rayonner la créativité artistique et littéraire québécoise aux quatre coins de la planète. Aujourd'hui, la mobilité internationale des créateurs, ainsi que les contacts et échanges avec l'étranger, ne représentent plus l'exception, mais plutôt la règle, tellement ils habitent le quotidien de nombreux artistes et écrivains.

RÉCIPROCITÉ

L'un des enjeux de la diplomatie culturelle, qui a surgi il y a une dizaine d'années, est probablement la réciprocité. On reprochait au Québec d'être peu accueillant financièrement pour les artistes d'ailleurs, tandis que ses artistes étaient invités un peu partout, souvent aux frais des pays hôtes. Cette réciprocité est importante pour trois raisons.

D'abord, parce que l'échange est la base des rapports entre les nations : pour recevoir, il faut aussi donner. Ensuite, parce que la réciprocité favorise l'émulation par la rencontre avec les meilleurs artistes étrangers et avec de nouvelles propositions esthétiques sur son propre territoire. Enfin, elle permet au milieu d'accueil de se ressourcer à domicile, en recevant de nouveaux regards venant d'ailleurs, et de développer la curiosité du public. L'accueil permet également de positionner le Québec comme pôle d'attractivité internationale sur le plan culturel. Ainsi, en musique, en danse et en arts du cirque notamment, Montréal représente un lieu où les artistes veulent venir. L'accueil permet aussi d'améliorer la programmation des événements internationaux, sur lesquels le Québec mise beaucoup dans le développement culturel actuel. Ces événements attirent également des programmeurs étrangers et offrent une vitrine à nos grands créateurs d'ici, qui seront invités par la suite à se produire à l'étranger.

Il y a eu plusieurs réponses aux reproches faits au Québec de se montrer « peu accueillant ». Celle du CALQ fut de développer des programmes d'accueil d'artistes en résidence et d'accueil de spectacles étrangers. Certains organismes soutenus financièrement par le CALQ accueillent aussi des artistes en résidence.

L'ENJEU NUMÉRIQUE

Aujourd'hui, le principal enjeu de la diplomatie culturelle concerne le développement des technologies numériques, qui ont grandement accéléré la mobilité des œuvres et des artistes. Ces technologies ont favorisé la multiplication des contacts et des contrats en provoquant l'apparition de nouveaux territoires d'échanges et de création. Maintenant, les frontières physiques se franchissent d'abord « virtuellement ». C'est pourquoi le CALQ participe aux travaux devant mener à une stratégie numérique de la culture pour le Québec. La technologie aide à préparer le terrain aux rencontres réelles que l'artiste réalise en continuant de voyager, de se ressourcer ou encore de se mettre en danger, en explorant de nouveaux territoires. Peut-être aurons-nous dans le futur des « délégations

virtuelles », qui sait?

LE TALENT, L'ATOUT PRINCIPAL

Dans une économie de plus en plus basée sur le savoir et la technologie, mais aussi sur la collaboration, les artistes ont une longueur d'avance. Leur talent est le meilleur capital démontrant la capacité de création, d'innovation et d'invention dont le Québec est doté. Le talent est désormais une ressource enviable et les nations se font concurrence pour l'attirer. Étant une petite nation dans le monde, nous sommes condamnés à exceller. Nous le faisons à notre manière, avec professionnalisme et curiosité, d'égal à égal, sans l'arrogance des puissants. Dans ce contexte, le Québec doit entretenir un marché domestique fort, dynamique et diversifié, en tenant de plus en plus compte du développement international. Le financement de la culture domestique ne peut plus se faire sans une perspective internationale.

PERSPECTIVES D'AVENIR

À l'image d'autres secteurs d'activités, où les mouvements structurés ou spontanés de la société civile influencent l'action gouvernementale, les artistes et les écrivains évoluent dans leurs propres réseaux d'affinités artistiques, dans lesquels ils récoltent reconnaissances et distinctions internationales. La multiplication de ces réseaux parallèles est d'autant plus importante avec l'omniprésence croissante des technologies numériques et l'exploitation qu'en font les artistes et les écrivains. À ce sujet, le CALQ a fait les constats suivants.

Le maintien du positionnement international chèrement acquis par les compagnies québécoises est un enjeu, notamment dans un contexte de crise économique (très forte en Europe) induisant la menace d'un climat de protectionnisme culturel. La disparition des aides à la tournée du gouvernement fédéral représente une source stratégique de financement de moins. Les coûts des tournées augmentent. La réduction des finances publiques impose des défis.

L'enjeu du maintien dans les marchés se pose aussi en termes de renouvellement de l'offre artistique et le CALQ y veille. On remarque une diversification des organismes et on peut même constater l'apparition de nouveaux joueurs, ainsi que la présence consolidée de compagnies qui étaient, il y a peu de temps, considérées comme appartenant à la relève. Le dollar de démarrage, accordé par le CALQ et destiné à la circulation hors Québec, a une incidence sur la prolongation de la durée de vie des productions. Le ratio entre le soutien à la tournée et les revenus que les compagnies en tirent, donc l'impact économique de la tournée, est démontré. Il faut saisir toute l'importance que peut avoir un 25 % de revenus provenant de source publique, s'il permet à une compagnie de théâtre d'aller chercher quelque 75 % de revenus autonomes liés à sa tournée par la suite.

Dans ce contexte, le CALQ est davantage à l'écoute des milieux et adapte ses modes de soutien. Il offre à une nouvelle génération d'acteurs culturels un accompagnement plus soutenu, afin d'avoir toujours un pas d'avance! Il a établi de nouveaux types de partenariats pour agir de concert en pays tiers, ce qui renforce les relations bilatérales et multilatérales d'un seul coup. Il offre aussi des

conditions favorables au positionnement des organismes en appuyant leurs initiatives de développement. Par exemple, le Québec sera présent en « OFF » à la 55^e Biennale de Venise grâce à un projet développé par la Galerie de l'Université du Québec à Montréal (UQAM) et appuyé par le CALQ, autour d'une performance de l'artiste Raphaëlle de Groot.

Le CALQ appuie aussi des présences collectives. Par exemple, en janvier 2013, il a soutenu le magnifique projet de Montréal-Brooklyn qui a réuni, sous la coordination du *Centre Clark*, environ une dizaine de centres d'artistes de Montréal et un nombre équivalent venant de Brooklyn, autour d'un projet d'échanges et d'expositions dans des galeries à Montréal et à Brooklyn. Le CALQ tente d'assurer la présence des créateurs québécois, tout en respectant les choix des directions artistiques de grands événements. Il a récemment mis en œuvre des mesures de soutien à la coproduction qui prévoient un appariement monétaire égal à l'investissement d'un ou de plusieurs coproducteurs hors Québec dans de nouvelles productions originales québécoises. Cette mesure permet d'assurer une diffusion hors Québec de ces productions et procure aux organismes un effet levier qui renforce leur poids dans les négociations avec des partenaires étrangers. Le CALQ fait aussi connaître la vision québécoise (ou plutôt les visions québécoises) par l'organisation et la participation à des colloques, débats, séminaires et tables rondes, ainsi qu'en participant à des vitrines et à des événements spéciaux, tels que Mons Capitale culturelle européenne.

La stratégie gouvernementale en matière d'accompagnement en est une de non-ingérence face au marché, qui s'exerce dans le plus grand respect des décisions artistiques. On pourrait y voir un modèle québécois de soutien au développement international des arts et des lettres : un modèle de non-ingérence dans les négociations contractuelles et une certaine convention tacite voulant que le Québec ne paie pas de cachets, contrairement à d'autres pays, mais facilite l'accès de l'artiste ou de la compagnie à son réseau de diffusion à l'étranger. Cette forme de soutien aux créateurs et aux compagnies a comme résultats aujourd'hui de grands noms invités sur toutes les scènes du monde à diriger des orchestres, des ensembles, à créer des opéras, à produire des œuvres théâtrales au sein d'institutions mythiques, etc. Je pense par exemple à Robert Lepage au Metropolitan Opera, à Wajdi Mouawad à Avignon, à Denis Marleau à la Comédie française, à la commissaire Louise Déry et à l'artiste David Altmedj à la Biennale d'arts visuels de 2007. Et à Yannick Nézet-Séguin, bien sûr.

La présence des artistes québécois est remarquée dans les festivals, biennales et autres événements à travers le monde, mais aussi, et de plus en plus, dans la programmation des saisons régulières d'organismes à l'étranger. Il apparaît important également d'occuper une place dans les territoires où la présence institutionnelle du Québec est historiquement ancrée. Par exemple, en France, où certaines compagnies entretiennent des relations de longue date avec des créateurs québécois, dont elles intègrent les productions à la programmation de leur saison régulière, comme le Théâtre de Chaillot l'a fait récemment. On note une présence importante dans les pays où se trouvent les délégations du Québec, car ce sont les grandes capitales et métropoles du monde. Le Québec est présent dans la Francophonie, mais aussi en Europe, aux États-Unis, en Asie et en Afrique, en cohérence avec les stratégies gouvernementales. Il a notamment accru sa présence dans les pays émergents du BRIC (Brésil, Russie, Inde et Chine).

Je crois que le CALQ a la responsabilité, en tant que société d'État, de se porter garant du soutien à l'excellence artistique et de saisir les occasions parmi les moments forts, les événements majeurs, les territoires culturels les plus porteurs pour les artistes et les écrivains québécois. Le Québec rayonne et se distingue par sa culture forte, empreinte de créativité, originale, avant-gardiste et audacieuse, autant de qualificatifs qui la caractérisent et qui lui donnent une image. Et nous ne sommes pas les seuls à le penser.

Le CALQ fait le pari de continuer à demeurer à l'écoute des milieux et d'accompagner ces agents de changement et développeurs de tendances que sont les artistes. Il en va de l'avenir de l'identité québécoise. La créativité est un outil puissant dont nos sociétés ont besoin, car elle permet de croire en ses capacités et ses forces pour relever des défis, qu'ils soient culturels, écologiques, sociaux, économiques ou politiques. La créativité est aussi un antidote à la morosité et à l'indignation ambiantes.

On compte sur les artistes pour améliorer le positionnement concurrentiel des nations et attirer les professionnels de l'économie du savoir. Dans ce sens, les attentes de la diplomatie envers la culture et les arts sont plus grandes que jamais et souvent liées à des enjeux économiques. La création artistique est le meilleur atout dont une diplomatie a besoin pour affirmer son identité, sa modernité et son sens de l'innovation, et pour faire face à la révolution numérique et à la mondialisation de l'économie et des cultures qui l'accompagne.

Bref, j'aimerais bien recevoir encore plus souvent des lettres comme celle de la Fondation Ernest Von Siemens!

Je vous remercie de votre attention.

ANNEXE 6 –CHRISTIAN LEQUESNE

Christian Lequesne

Directeur du Centre d'études et de recherches internationales (CÉRI)

Professeur de politique européenne à Science Po (Paris)

LA DIPLOMATIE CULTURELLE RESTE UNE AFFAIRE D'ÉTAT : LE CAS DE LA FRANCE

LA NOTION DE DIPLOMATIE PUBLIQUE

La littérature attribue la paternité du terme « diplomatie publique » à Edmund Gullion, un ancien diplomate américain, qui fut le doyen de la Fletcher School of Law and Diplomacy à Boston¹. En 1965, Edmund Gullion utilisa ce terme pour souligner que la formation des diplomates américains devait absolument comprendre un module sur ce qui était appelé, dans la tradition wilsonienne, la « diplomatie ouverte ». Il visait essentiellement l'art du diplomate à bien s'insérer dans les débats au sein des enceintes multilatérales de l'Organisation des Nations Unies.

Très vite, l'expression « diplomatie publique » fut requalifiée pour désigner les activités que les diplomates avaient longtemps appelé la propagande ou l'information, à savoir toute pratique diplomatique visant à agir directement sur les sociétés et non sur les seuls gouvernements. Ces activités avaient beaucoup cru à l'occasion de la Première Guerre mondiale. La Seconde Guerre mondiale les avait renforcées, donnant naissance à des créations institutionnelles d'un type nouveau, comme les ministères de l'Information ou encore les postes d'attachés d'information au sein des ambassades².

En Grande-Bretagne, la notion de diplomatie publique a été mise en avant par le rapport Wilton en 2002, puis par le rapport de Lord Carter of Coles en 2005. Aux États-Unis, pas moins de 25 rapports ont été publiés entre 2008 et 2010 pour souligner l'importance de la diplomatie publique dans la

défense des intérêts américains. En revanche, pendant longtemps, la France n'a pas utilisé ce terme : aucune référence ne figure, par exemple, dans le *Livre blanc sur la politique étrangère et européenne de la France* de 2008. Il faut attendre 2010 pour que l'expression apparaisse dans le discours officiel du ministère français des Affaires étrangères, au travers d'ailleurs d'une autre formule qui est « diplomatie d'influence »³. L'appropriation par la diplomatie française se fait dans le contexte des révolutions arabes, qui n'avaient pas du tout été anticipées. Elle vise à souligner l'importance d'entretenir un dialogue avec les sociétés de la Rive-Sud de la Méditerranée; tâche qui n'aurait pas été suffisamment remplie auparavant par la diplomatie française, ce qui aurait empêché d'évaluer les revendications sociales à leur juste valeur.

UNE APPROCHE FONCTIONNELLE DE LA DIPLOMATIE PUBLIQUE

Une approche fonctionnelle de la diplomatie publique, comme cela se fait régulièrement dans les manuels de diplomatie⁴, conduit généralement à identifier quatre tâches, dont aucune n'est vraiment nouvelle pour le diplomate :

1. Procéder à une diffusion ouverte d'informations sur les positions officielles de son État auprès des sociétés, soit par la diffusion d'écrits, soit par l'utilisation de l'Internet;
2. Entretenir régulièrement les médias des positions de l'État, notamment les correspondants de presse étrangers pour les structures centrales des ministères des Affaires étrangères;
3. Favoriser l'échange de positions avec des publics larges, soit par l'organisation de débats d'idées, soit en utilisant les ressources des nouvelles technologies que constituent les blogues et les réseaux sociaux;
4. Développer une politique d'échanges culturels – incluant l'éducation, les activités artistiques, le sport – soit par la voie directe des ministères des Affaires étrangères, soit en déléguant à des agences spécialisées subventionnées par les gouvernements (comme les *Goethe Institut* en Allemagne, le *British Council* en Grande-Bretagne et maintenant l'*Institut français* en France).

Encore une fois, aucune de ces fonctions ne correspond à des pratiques diplomatiques tout à fait innovantes. Pour prendre l'exemple de la France, une diplomatie culturelle a été mise en place dès le 19^e siècle, avec le concours apporté à des entreprises religieuses et universitaires de scolarisation des élites autochtones à l'étranger : bourses, billets de transport aux religieux des écoles qui regagnaient leurs postes, etc. Historiquement, la première ambassade de France, au sens moderne du terme, fut à Constantinople. Sa responsabilité était fondée sur l'accord réglant le sort des étrangers, conclu vers 1535-1536 par le roi de France François 1^{er} et le sultan ottoman Soliman le Magnifique, que l'on appela *les Capitulations*. De même, l'idée de « francophonie », mot employé pour la première fois en 1836 par le géographe Onésime Reclus dans son ouvrage *France, Algérie et Colonies*, a inspiré dès la fin du 19^e siècle l'action culturelle extérieure de la diplomatie française⁵.

En France, pays dans lequel l'État central a historiquement été, selon le mot de Pierre Rosanvallon, « l'instituteur du social »⁶, la politique culturelle extérieure est considérée dès la Troisième République comme faisant partie du bien public. Son organisation s'est donc faite sous l'égide du ministère des Affaires étrangères (le Quai d'Orsay) et des ambassades et légations diplomatiques. En 1909, Philippe Berthelot, figure marquante de la diplomatie française de la Troisième République, créa le Service des

Œuvres, destiné à conduire une action culturelle diplomatique. Ce service s'étoffait de façon substantielle à partir de 1920. Avant la Seconde Guerre mondiale, les ambassades de France ne comptaient pas de poste spécifique de conseiller ou d'attaché culturel. La fonction était exercée par les directeurs d'instituts culturels, dont le ministère avait multiplié les ouvertures à partir des années 1930. En parallèle, cette action reposa sur un réseau associatif subventionné par l'État français et animé très souvent par des personnalités locales francophiles : les Alliances françaises, créées en 1883. Ce réseau existe encore aujourd'hui et joue un double rôle dans l'enseignement de la langue française et la diffusion des activités culturelles, notamment artistiques.

Après la Seconde Guerre mondiale, l'État institutionnalise sa politique d'action culturelle dans un contexte d'extension des budgets. Au sein du ministère des Affaires étrangères, une Direction générale des Relations culturelles, version modernisée et étoffée du Service des Œuvres, voit le jour en 1945. De même, en 1949, est inventée la fonction de conseiller culturel au sein des ambassades et de certains consulats⁷. En 2010, on dénombre 161 services de coopération et d'action culturelle dans les ambassades et consulats français. Dans le *Projet de loi de finances 2013*, la partie consacrée à la diplomatie culturelle et d'influence s'élève à 747,60 millions d'euros. Ce budget culturel est en majeure partie assumé par les crédits du ministère des Affaires étrangères⁸.

LA DIPLOMATIE CULTURELLE, BIEN PUBLIC D'ÉTAT

La diplomatie culturelle a donc été conçue en France comme un bien public d'État, faisant l'objet d'une forte centralisation. Ce modèle historique de diplomatie culturelle est aussi celui de l'administration directe, plutôt que de la délégation à des fondations ou à des acteurs non gouvernementaux. Au sein d'une ambassade ou d'un consulat, le conseiller culturel et son équipe sont supposés mener des activités d'intervention directe dans des domaines aussi divers que l'enseignement du français, les échanges scolaires et universitaires, la promotion de la recherche scientifique et technique, la diffusion du livre, l'organisation d'expositions et la promotion des arts vivants. Selon les pays, le conseiller culturel est assisté ou non d'attachés culturels et scientifiques spécialisés. De plus, il cumule le plus souvent sa fonction avec celle de directeur de l'Institut ou du Centre culturel français régional. Le conseiller culturel assure également une tutelle sur les établissements français d'enseignement primaire et secondaire à l'étranger, qui forment par ailleurs un réseau géré par une agence rattachée au ministère des Affaires étrangères : l'Agence pour l'enseignement du français à l'étranger (AEFE). En 2013, l'AEFE administre 461 établissements scolaires dans 130 pays : 77 sont en gestion directe et 166 sont conventionnés, auxquelles s'ajoutent 212 écoles homologuées.

On est donc face à un système très étatisé et très hiérarchisé, qui renvoie directement au modèle historique de construction de l'État en France. Ainsi, dans la pratique, les conseillers culturels sont des agents pleins et entiers des ambassades et sont soumis à la tutelle des ambassadeurs. L'investissement concret de ces derniers dans la diplomatie culturelle étant variable en fonction de leur socialisation professionnelle et des États d'accréditation. Certains ambassadeurs, dont la carrière s'est déroulée au sein des directions politiques du ministère des Affaires étrangères (par exemple la filière « sécurité et défense ») peuvent montrer un intérêt très limité pour les questions culturelles,

considérant que la « vraie » diplomatie ressort encore du *hard power*, dans ce cas, ils laissent les coudées très franches à leur conseiller culturel. Mais, à l'inverse, d'autres ambassadeurs peuvent avoir des opinions tranchées sur la diplomatie culturelle et prendre en main les orientations du service de coopération et d'action culturelle. Cette tendance s'est accentuée au cours des dix dernières années à mesure que le nouveau débat sur la puissance a remis en avant le rôle du *soft power*. Dans les ambassades situées dans les petits États de l'Union européenne, par exemple, la diplomatie culturelle est souvent devenue le principal vecteur de l'activité diplomatique et, dès lors, les ambassadeurs s'en préoccupent beaucoup. Alors que la très grande majorité des postes de conseillers culturels était occupée par des enseignants détachés jusque dans les années 1990 – souvent des professeurs agrégés qui pouvaient faire toute leur carrière en tant que conseiller culturel – ils ont de plus en plus tendance à être occupés par des diplomates de carrière. La contrainte budgétaire explique en partie cette évolution : les diplomates occupant un poste budgétaire existant. Mais elle est aussi le résultat d'une prise en compte accrue de l'importance de la diplomatie culturelle par les diplomates dans l'exercice de leur fonction.

Historiquement, le modèle français de diplomatie culturelle est donc construit sur un modèle d'administration directe par les ambassades et consulats. À l'exception des Alliances françaises, il échappe à la délégation aux acteurs non gouvernementaux, comme cela est le cas depuis 1949 en Allemagne, où le ministère des Affaires étrangères subventionne l'activité extérieure de fondations. Le modèle français d'administration directe s'accompagne d'une distribution de fonds (bourses d'étude et de stage, subventions aux expositions, etc.) et d'une rémunération symbolique, par exemple l'attribution de décorations aux élites d'un pays engagées dans la coopération avec la France.

LE CHANGEMENT DE RÉFÉRENTIEL DU MILIEU DES ANNÉES 2000

Le milieu des années 2000 est marqué par de forts débats sur la nécessité de changer le référentiel de cette diplomatie culturelle construite à la fois sur l'administration directe et sur un budget généreux. Ces débats s'inscrivent dans un nouveau contexte, où l'équilibre des finances publiques de l'État (qui n'existe plus en France depuis 1974) devient un sujet politique majeur, en lien avec les contraintes macroéconomiques fixées par les traités européens et une forte légitimité conférée aux politiques de réduction des dépenses en général.

En 2007, l'introduction par le président de la République nouvellement élu, Nicolas Sarkozy, d'une Rationalisation générale des politiques publiques (RGPP) aboutit à proposer une réduction des dépenses dans tous les budgets des ministères. Dans celui du ministère des Affaires étrangères, la diplomatie culturelle est particulièrement visée, dans la mesure où elle constitue l'un des principaux postes de dépenses et qu'elle n'a jamais été soumise à des indicateurs de performance. En effet, la RGPP est une traduction des recettes néolibérales prônant l'introduction d'indicateurs de performance (essentiellement quantitatifs) pour assurer la « bonne gestion » des politiques publiques. Une seconde idée, également contenue dans la RGPP et héritée des recettes néolibérales, est que l'externalisation des politiques publiques à des agences permet une meilleure efficacité dans la mise en œuvre que l'administration directe par les départements ministériels. Parallèlement, un *Livre blanc sur la politique étrangère et européenne de la France* est remis en 2008 au ministre des Affaires étrangères, Bernard

Kouchner, par un ancien Premier ministre (et titulaire du même ministère), Alain Juppé, et un haut fonctionnaire et patron d'entreprise, Louis Schweitzer. Ce *Livre Blanc* préconise lui aussi une rationalisation du dispositif de la diplomatie culturelle française en vue d'assurer une meilleure allocation des dépenses.

La principale idée est de réduire le pouvoir d'administration directe du ministère en créant des agences, qui deviendront les opérateurs des activités culturelles, éducatives et artistiques réalisées à l'étranger. Parmi celles-ci serait notamment créée une agence appelée Institut français, responsable de la gestion des 150 établissements du même nom, employant au total 600 agents. La réaction des ambassadeurs à cette proposition est cependant si virulente et négative que le ministre des Affaires étrangères, Bernard Kouchner, est contraint de lancer la réforme à titre expérimental pour trois ans. La *Loi du 27 juillet 2010 relative à l'action culturelle de l'État* prévoit en effet que le rattachement des agents à l'Institut français ne sera effectif que dans 13 pays dans un premier temps et que la suite de la réforme tiendra compte des résultats de cette expérimentation².

L'idée de délégation a donc fait son chemin. Elle est sans nul doute le résultat de l'avancée du référentiel néolibéral, qui considère que les deniers publics sont mieux gérés par des agences indépendantes que par les services de l'État. Toutefois, il serait faux de limiter la réforme visant à introduire plus de délégation dans l'exercice de la diplomatie culturelle française au seul référentiel néolibéral. Un second référentiel influençant cette réforme est issu de la circulation des idées à propos des pratiques diplomatiques, à savoir que la nouvelle diplomatie publique s'impose d'autant plus qu'elle échappe à l'image d'un contrôle direct par l'État. La priorité donnée à l'Institut français dans la promotion du débat d'idées comme activité diplomatique ou encore dans la constitution d'une plateforme numérique montre bien combien ce nouveau référentiel de diplomatie publique a pénétré la pensée des experts français. Les directeurs des Instituts français, par exemple, tiennent de plus en plus un discours selon lequel la véritable diplomatie d'influence se pratique en dehors des murs de l'ambassade. À la différence des pratiques dominantes auparavant, on sent depuis dix ans une volonté d'organiser de plus en plus d'activités « en dehors des murs », comme le dit l'expression consacrée, et en partenariat avec les institutions locales, plutôt que dans les locaux officiels de la France. On assiste dès lors à une intéressante contradiction chez certains diplomates (en particulier les ambassadeurs) entre l'acceptation de l'idée que l'influence nécessite plus de délégation et le fait de vouloir garder la main sur la diplomatie culturelle.

Il conviendrait d'ailleurs de se demander davantage pourquoi la dépossession des ambassades des dossiers économiques n'a jamais suscité la même réaction négative de la part des ambassadeurs. La mise à l'écart des ambassadeurs des affaires économiques a largement commencé dans les années 1950 avec la création du corps des conseillers de l'expansion économique, dépendant non pas du ministère des Affaires étrangères, mais du ministère de l'Économie. Elle s'est poursuivie en 2004 avec la création de l'Agence pour le développement des entreprises françaises à l'étranger (Ubifrance), qui est chargée d'accompagner les entreprises françaises à l'international. Marie-Christine Kessler n'hésite pas à écrire qu'Ubifrance, avec ses 66 bureaux installés à travers le monde, « doit prendre progressivement le contrôle des missions économiques »¹⁰. Pour autant, ces évolutions n'ont pas

donné naissance à de fortes contestations de la part des ambassadeurs, comme si les diplomates acceptaient que les rapports avec les entreprises puissent leur échapper, car ils requièrent une spécialisation particulière. En revanche, la diplomatie culturelle reste perçue par les ambassadeurs comme un secteur qu'ils maîtrisent, plus proche de leur activité de politique générale. Ils considèrent donc que toute réforme visant à diminuer leur tutelle aboutit pour eux à une réelle perte de pouvoir¹¹.

EN GUISE DE CONCLUSION : LA DIFFICILE ÉVALUATION DE LA DIPLOMATIE CULTURELLE

Sans être adepte des indicateurs quantitatifs, un praticien pourrait logiquement être tenté de demander à un universitaire de bien vouloir évaluer si la diplomatie culturelle de la France réussit à produire de l'influence. En 2007, le ministère des Affaires étrangères a donc introduit un système d'indicateurs quantitatifs pour tenter d'évaluer la diplomatie culturelle de la France qui ne fait que reproduire ce qui se pratique dans les hôpitaux, les universités ou les commissariats de police. Autre recette héritée du néolibéralisme : l'évaluation par le nombre et l'art du *benchmarking*, fondés sur l'ascèse de la concurrence comme principe sain de régulation des activités sociales¹². Dans les travaux comparés sur le nouveau management public, on a parfois tendance à penser que la France y aurait échappé parce qu'elle aurait mieux résisté à l'idéologie néolibérale que d'autres pays. Ce n'est pas vrai en ce qui concerne la réforme de l'État, comme le montre précisément l'exemple de la diplomatie culturelle. S'il n'y a jamais eu en France de véritable macrodiscours de la part des politiciens sur les bienfaits du nouveau management public, ce dernier s'est imposé dans les administrations d'État comme une recette, de la même manière que dans la plupart des autres pays européens¹³. Au sein de la direction de la mondialisation du ministère des Affaires étrangères, qui supervise la diplomatie culturelle de la France, dix ans de pratique montrent cependant que l'on ne tire pas grand-chose d'intéressant de l'évaluation quantitative. Comme l'écrit Daniel Haize : « les effets du *soft power* sont difficiles à évaluer. Visant les hommes plus que les structures [cette forme de puissance] est souvent insaisissable quand elle n'est pas vectrice de résultats inattendus »¹⁴. La réussite de la diplomatie culturelle semble plutôt être une affaire qualitative de bricolages intelligents faits par des hommes sur le terrain : l'inventivité de tel ambassadeur ou la réceptivité d'un conseiller culturel à son environnement vont fortement compter dans leur capacité à produire de l'influence.

Il convient tout de même de mentionner l'importance d'une série de facteurs structurels. Le premier est l'importance de disposer d'un budget de fonctionnement à la hauteur d'objectifs toujours aussi ambitieux. Le problème de la diplomatie culturelle de la France depuis l'entrée en vigueur de la RGPP est que peu d'établissements ont été fermés malgré une diminution parfois considérable de leurs budgets de fonctionnement. On aboutit donc à la pérennisation de coquilles vides qui ne peuvent plus délivrer d'activités faute de moyens.

Deuxièmement, la question de la délégation des activités n'est pas réglée. Elle concerne d'ailleurs moins la question des tutelles administratives (ministère ou agence) que celle de l'appréciation qualitative des activités à conserver ou non sous la tutelle des ambassades. Ainsi, la décentralisation ne devrait pas concerner seulement les lieux d'organisation des activités culturelles ou des débats publics. Pour prendre un exemple concret, les services culturels des ambassades ne sont pas vraiment

formés pour attribuer les bourses d'étude et de stage aux étudiants étrangers, ce qu'ils continuent pourtant à faire (avec des budgets réduits). Il serait logique que l'État, s'il souhaite contribuer financièrement à l'attractivité des étudiants étrangers, délègue complètement l'attribution des bourses aux établissements d'enseignement supérieur, qui disposent de beaucoup plus de légitimité pour vérifier les conditions spécifiques d'admissibilité et faire les choix de recrutement.

Bien sûr, on ne saurait, au final, réduire la diplomatie culturelle d'un pays (dans notre cas la France) à l'action de l'État. Il va de soi que les orchestres, les peintres, les universitaires, etc. nourrissent toute une série de flux qui font rayonner la culture du pays sans avoir besoin de la médiation de leur État. Comme dans de nombreuses autres activités, le travail de l'État vient s'entrecroiser avec des flux transnationaux. Il est possible de constater empiriquement l'existence de la diplomatie d'une université, d'un groupe de musique ou d'un écrivain. Cependant, il est caractéristique de la France que la diplomatie culturelle d'État reste forte, malgré tous les changements des années 2000 que nous avons soulignés plus haut. Il serait néanmoins intéressant de se demander ce qui participe le plus en 2013 au rayonnement d'une diplomatie culturelle : est-ce les politiques d'État ou est-ce les flux que génèrent les acteurs non gouvernementaux? Dans le fond, la question de la diplomatie culturelle de la France renvoie à un débat classique de la théorie des relations internationales : la projection extérieure du pouvoir reste-t-elle, comme le pensent les néoréalistes, une affaire d'État, ou répond-elle à une logique qui serait devenue transnationale?

NOTE

[1](#) Geoffrey Allen Pigman, *Contemporary Diplomacy*, Cambridge, Polity, 2010, p. 121.

[2](#) Jan Melissen, *Beyond the new public diplomacy*. Clingendael Paper n°3, The Hague, Netherlands Institute of International Relations, 2011.

[3](#) Voir l'entretien de Michèle Alliot-Marie au quotidien *Le Monde* du 6 décembre 2010.

[4](#) Voir par exemple G.R. Berridge, *Diplomacy. Theory and Practice*, Basingstoke, Palgrave McMillan, 2010.

[5](#) Marie-Christine Kessler, *Les Ambassadeurs*, Paris, Presses de Sciences Po, 2012.

[6](#) Pierre Rosanvallon, *L'État en France de 1789 à nos jours*, Paris, Le Seuil, 1993.

[7](#) Jean Bayens (dir.), *Les affaires étrangères et le corps diplomatique français*, Paris, CNRS Éditions, 1984, 2 tomes.

[8](#) Daniel Haize, *La diplomatie culturelle française : douce puissance?* Manuscrit en vue du numéro 2013 de la revue en ligne *Ceriscope*, consacrée à la puissance. Voir www.ceriscope.sciencespo.fr.

[9](#) Les pays en question sont : le Cambodge, le Chili, le Danemark, les Émirats arabes unis, la Géorgie, le Ghana, la Grande-Bretagne, l'Inde, le Koweït, le Sénégal, la Serbie et la Syrie (cette dernière ayant été sortie du champ de l'expérimentation suite aux événements politiques qu'elle traverse).

[10](#) Marie-Christine Kessler, *op.cit.*, p. 317.

[11](#) On peut trouver dans la presse de nombreuses prises de parole d'anciens ambassadeurs sur la nécessité de conserver la diplomatie culturelle dans le giron des ambassades.

[12](#) Isabelle Bruno & Emmanuel Didier, *Benchmarking. L'État sous-pression statistique*, Paris, Zones, 2013

[13](#) Philippe Bezes, *Réinventer l'État. Les réformes de l'administration française (1962-2008)*, Paris, PUF, 2009.

[14](#) Daniel Haize, *op.cit.*

ANNEXE 7 – JEAN-FRANÇOIS LISÉE

Jean-François Lisée

Ministre des Relations internationales, de la Francophonie et du Commerce extérieur du Québec

ALLOCUTION DU MINISTRE DES RELATIONS INTERNATIONALES, DE LA FRANCOPHONIE ET DU COMMERCE EXTÉRIEUR DU QUÉBEC

Imaginez un chercheur étranger sur le point de rejoindre le vaste réseau de l'Association internationale des études québécoises, qui tenterait de décrire le Québec à partir de sa seule présence internationale.

Suivant l'actualité cinématographique, il constaterait que chaque année depuis trois ans, un film québécois est en nomination aux Oscars pour le meilleur film étranger. Poursuivant ses recherches culturelles, il noterait que des Québécois sont chargés de créer les plus grandes productions du temps dans le temple new-yorkais de l'opéra, qu'ils occupent une place de choix à Las Vegas, que certains de leurs chanteurs dominent les marchés francophones et anglophones des ventes et que leurs troupes de danse sont reconnues de Philadelphie à Berlin. Il constaterait aussi que les meilleurs jazzmen, humoristes et contorsionnistes convergent chaque année vers la métropole québécoise pour partager leur art en au moins quatre langues : la musique, le fou rire, l'anglais et, par-dessus tout, le français. Notre chercheur saurait, car il a des comparables, que le Québec n'est pas une superpuissance culturelle, car il n'est ni Hollywood, ni Bollywood, ni Paris. Mais il conclurait que le Québec est une *puissance* culturelle.

Il devrait aussi remplir son calepin de notations économiques. Il apprendrait que dans les tunnels de métro de 40 villes et sur les chemins de fer de 21 pays, du Chili à l'Ouzbékistan, roulent pas moins de 100 000 véhicules portant un logo québécois : Bombardier. Il apprendrait qu'en aérospatiale, la métropole québécoise est sur le podium des trois grandes places mondiales et que des avions québécois sillonnent le ciel de 100 pays. Ils atterrissent dans des aéroports américains, russes ou africains. Des aéroports fabriqués par des ingénieurs québécois. Il noterait aussi que le Québec est une référence en matière de coopératives. On lui dirait que 2 800 coopératives du monde entier sont venues fêter à Lévis, en 2012, l'année internationale des coopératives. Et ils en sont revenus avec cette information étonnante que le premier employeur privé au Québec n'était pas Walmart, comme ailleurs, mais une force financière majeure et coopérative : le Mouvement Desjardins. On lui dirait aussi que le Chantier de l'économie sociale du Québec est également un point de référence en la matière et qu'il accueillait, en 2011, ses collègues de 65 pays.

Continuant ses investigations, notre chercheur s'intéresserait au poids politique du Québec. À Washington, il apprendrait qu'un des plus grands accords de libre-échange de l'histoire récente, l'ALÉNA, n'existerait tout simplement pas sans le poids politique mis dans la balance par le Québec il y a bientôt 30 ans. À Bruxelles, on lui expliquerait qu'un autre accord historique, en voie de négociation, entre toute l'Europe et le Canada, n'existe que grâce à la volonté du Québec de le voir émerger. À Paris, on lui dirait que la force de caractère du Québec, incarnée par une certaine Louise Beaudoin, fut déterminante dans la conception d'une convention internationale protégeant la capacité des États à soutenir leur culture nationale. Convention d'abord portée par le Québec, la France et le Canada, puis par la Francophonie, puis par tous les pays du monde, sauf deux. Dans plusieurs capitales africaines, il apprendrait que le Québec est un des gouvernements les plus influents d'une organisation qui en compte 77 : l'Organisation internationale de la Francophonie (OIF). L'OIF, dirigée magistralement par un grand Sénégalais, Abdou Diouf, lui-même secondé admirablement par un Québécois, Clément Duhaime. À Haïti, au Maghreb, en Afrique subsaharienne, on lui dirait que les Québécois de 65 organisations de coopération humanitaire membres de l'Association québécoise des organismes de coopération internationale (AQOCI) aident des populations locales à devenir plus autonomes, sur tous les plans. Il apprendrait que l'an dernier seulement, le Directeur général des élections du Québec a accompagné la transition démocratique au Bénin, au Maroc, à Madagascar, au Mexique, au Gabon et au Burkina Faso, et aussi conseillé les Catalans, les Américains et les Français.

À Boston, la grande ville intellectuelle américaine, on lui dirait qu'elle ne connaît qu'une rivale en termes de nombre d'universités, d'étudiants locaux et étrangers : Montréal. S'intéressant à la science, on lui expliquerait qu'un Québécois, Pierre Dansereau, est le père de l'écologie, qu'un autre, Hans Seyle, a le premier décrit le stress, que le rachitisme a été battu en brèche parce que des chercheurs québécois ont su comment enrichir le lait. Il apprendrait qu'on a su dépister l'hypothyroïdie congénitale chez 150 millions de nouveaux nés grâce aux travaux de Jean H. Dussault. Ou encore que Bernard Belleau a conçu le 3TC, premier médicament mondialement utilisé contre le sida. Au cours des 30 dernières années, grâce aux chercheurs québécois...

... on comprend mieux les mécanismes de la douleur et la maladie d'Alzheimer

... on connaît des gènes prédisposant au cancer du sein,
... on a découvert la capacité des neurones de se régénérer dans le système nerveux central,
... on sait diagnostiquer précocement la scoliose et des infections bactériennes fulgurantes,
... et on invente, pour les voitures électriques, les piles les plus performantes.
C'est la liste courte.

De retour dans son bureau, avec toutes ses notes, qu'en retiendrait notre chercheur? Difficile à dire. Mais il est facile d'imaginer ce qu'il ne déduirait pas. Il ne croirait pas qu'un peuple de seulement 8 millions de personnes est responsable de tout ce rayonnement. Il ne croirait pas que le PIB de ce peuple ne le hisserait pas, au moins, dans le G20. Il aurait beaucoup de difficulté à comprendre que ce peuple n'est pas membre des Nations Unies et qu'il ne peut presque jamais voter dans les forums où se décident des grands enjeux où il a pourtant tant à dire et à offrir. Il y a certainement une chose qu'il ne demanderait pas, et c'est la suivante : le Québec a-t-il du *soft power*?

La qualité de l'image que projette le Québec est fondamentale dès lors qu'il s'agit d'attirer des investissements, de consolider la présence d'entreprises étrangères, de positionner nos propres entreprises, nos artistes et nos produits, de défendre nos intérêts politiques, économiques et sociaux, tout autant que notre identité et nos valeurs. Elle est fondamentale dès lors qu'il s'agit de convaincre les travailleurs qualifiés, les étudiants, les touristes, les entrepreneurs et les artistes étrangers que le Québec est l'endroit où il faut être pour s'installer, élever une famille, démarrer une entreprise, innover et créer.

Nous sommes nombreux à porter l'identité québécoise dans le monde. Il revient au gouvernement de rallier les forces autour d'une vision commune de notre positionnement international et d'en faire un projet inspirant. Par sa diplomatie et son réseau de représentations, le gouvernement du Québec développe une « intelligence » des territoires sur lesquels nous sommes actifs. Cela nous permet de connaître les sensibilités, d'anticiper quelles questions, quels événements, quels débats, au Québec, pourraient y être perçus positivement ou négativement. Ou encore de savoir quelles cartes il faut jouer, quelles caractéristiques du Québec il faut présenter et lesquelles seront les mieux reçues.

Michel Robitaille, délégué général du Québec à Paris, donne l'exemple des dernières primaires socialistes. Il était alors difficile pour un diplomate de rencontrer les candidats Hollande et Aubry. Grâce à des événements culturels québécois, notre délégué général a pu passer une soirée entière avec Martine Aubry à l'occasion de la présentation d'une pièce de Wajdi Mouawad au festival d'Avignon et une heure avec François Hollande dans le cadre du spectacle « le Québec prend la Bastille » mettant en scène Pierre Lapointe, Ariane Moffat, Yann Perrault et les groupes Karkwa et Alpha Rococo. Notre futur délégué du Québec à Mumbai, Alain Olivier, alors à la tête du Bureau du Québec à Washington, a su avec son équipe profiter de la conférence onusienne Rio+20 en 2012 pour organiser une conférence sur les politiques environnementales des États fédérés avec la participation de la principale conseillère environnementale du président Obama à l'époque, Mme Nancy Sutley. À Rome, notre déléguée Daniela Renosto raconte que Céline Dion est souvent perçue en Italie comme une artiste américaine, et le Cirque du Soleil confondu comme une compagnie française. Mais les

Italiens n'ont aucun doute : Gilles Villeneuve est « le petit canadien », il est Québécois, et ils sont même nombreux à savoir qu'il est né à Berthierville. Il est considéré comme un véritable mythe en Italie en raison notamment de son association avec l'écurie Ferrari. Des dizaines d'événements ont eu lieu dans toute l'Italie en 2012 pour souligner le 30e anniversaire de son décès. Lorsque l'on fait référence à lui sur le territoire, cela nous fournit l'occasion de mettre en valeur une figure emblématique du Québec, et par le fait même de parler du Québec.

La diplomatie publique et culturelle du Québec peut aussi prendre appui sur des organismes publics et sur des organismes non gouvernementaux comme l'Association francophone pour le savoir (ACFAS), l'Association internationale des études québécoises (AIEQ) et les ONG, qui permettent à des artistes, des intellectuels, des professeurs, des chercheurs et des bénévoles engagés dans l'action humanitaire d'intervenir sur la scène internationale et, ce faisant, d'attirer l'attention sur le Québec. Ainsi, les études québécoises sont un autre outil efficace de notre diplomatie publique auquel le gouvernement attache une grande importance. Elles permettent un regard sur le Québec nourri par d'autres sensibilités et d'autres cultures.

Les Québécois sont les premiers surpris quand on leur dit qu'il y a dans le monde près de 3 000 professeurs, chercheurs et étudiants qui font du Québec un objet d'étude. Cette société dynamique à majorité francophone en Amérique du Nord ne se lasse pas de susciter de nombreuses études sur à peu près tous ses aspects : sa littérature, son histoire, son évolution sociale et politique, son économie, son cinéma, le statut de la langue française, son identité culturelle, son caractère pluriel, l'éducation, les femmes, la religion, les médias, sa production culturelle, ses relations avec le reste du Canada et, bien sûr, ses relations internationales.

Anne Hébert est étudiée et traduite au Brésil, en Corée, mais aussi dans bien d'autres pays. Dany Laferrière est étudié un peu partout à travers la francophonie, mais aussi en Amérique latine et au Japon, ce qui ne surprendra guère puisque, de son propre aveu, il est un écrivain japonais. Le théâtre de Michel Tremblay a depuis nombre d'années fait l'objet de plusieurs thèses de doctorat, notamment en Inde. Et c'est à Innsbruck, en Autriche, qu'on retrouve le plus grand centre d'études sur la chanson québécoise hors Québec. Si vous cherchez un expert du cinéma québécois, allez à l'Université de Londres. Et si vous cherchez un endroit où des étudiants suivent pendant cinq ans un programme d'étude sur le Québec, aussi paradoxal que cela puisse paraître, ce n'est pas dans une université québécoise que vous allez le trouver, mais bien à l'Université des Sciences humaines de Moscou.

Je souhaite encourager la promotion des études québécoises à travers le monde et, incidemment, assurer la pérennité d'un réseau international d'acteurs des milieux universitaires québécois, canadien et international. Je souhaite intensifier et diversifier mon partenariat avec l'AIEQ. Je souhaite établir une collaboration très étroite avec cet organisme, notamment pour administrer un programme de soutien aux activités de recherche, d'études, d'enseignement et de publication universitaires sur le Québec. Je souhaite, en somme, établir une réelle synergie pour favoriser une plus grande cohérence de nos actions respectives et mener des actions de visibilité coordonnées afin d'en faire bénéficier chacune des parties au maximum.

Plus généralement, quels sont les défis de la Politique internationale du Québec pour les années à venir et que sa diplomatie publique et culturelle pourra aider à relever?

Pour pouvoir attirer plus de touristes, d'immigrants, d'étudiants, de professeurs et de chercheurs étrangers, d'investisseurs, mais aussi pour pouvoir mieux profiter des nouvelles possibilités de pénétration des marchés qu'offrent les nouvelles technologies, le Québec se doit de poursuivre ses efforts pour être encore mieux connu et apprécié dans le monde. Pour exercer une influence sur des enjeux internationaux qui le concernent et le préoccupent, comme les changements climatiques, les droits de la personne et la démocratie, le Québec doit mieux faire connaître les positions qui sont les siennes sur ces questions qu'il défend. Que ce soit pour attirer ou influencer, le Québec a besoin de la société civile et des réseaux qui regroupent au sein de différentes associations des gens qui peuvent être des relayeurs et des diffuseurs de l'image du Québec aussi bien que de ses valeurs, principes, idéaux et objectifs.

Enfin, la tendance ne s'infléchira pas : la communication planétaire instantanée et l'irruption des réseaux sociaux donnent aux opinions publiques internationales une influence croissante dans les affaires du monde, petites ou grandes. L'image qu'une société projette dans les médias internationaux, son identité numérique dans l'espace public international, le capital de sympathie qu'elle sait créer – ou pas – ouvre ou ferme des portes, parfois littéralement. Cet espace numérique revêt aujourd'hui un caractère aussi important que d'assurer une présence physique à l'étranger. Il y a encore tout un territoire numérique à arpenter en dehors des jeux de pouvoir traditionnels, avec ses propres règles, dynamiques et frontières.

Je suis arrivé en poste à un moment où les réseaux sociaux deviennent de plus en plus influents. Ils sont à la fois de merveilleux outils pour « écouter » et pour intervenir. Le ministère que je dirige, tout comme les délégations, sont actifs sur leurs sites Internet respectifs, ainsi que sur Facebook et Twitter. Pour ma part, j'ai décidé de poursuivre, comme ministre, le blogue que je tenais et je m'en sers pour informer – concrètement – les Québécoises et les Québécois sur les relations internationales. Et de fait, les réseaux sociaux m'ont bien servi, de même qu'ils ont servi les relations internationales du Québec. Ainsi, le blogue me permet de communiquer directement avec les Québécois et me donne la possibilité de compléter l'information et de m'expliquer plus longuement à l'époque de l'information en continu. Lors du Sommet de la Francophonie à Kinshasa et à l'occasion de notre mission en Inde, par exemple, j'ai pu expliquer ce que nous y faisons, exposer le détail de nos rencontres et de nos actions. Cet espace fréquenté peut être mis à jour très rapidement. Je peux en outre y verser des documents d'intérêt. Je n'ai qu'un seul regret : mon emploi du temps ne me permet pas d'interagir comme je le voudrais.

J'aimerais conclure en disant que, s'agissant de diplomatie du savoir, l'ACFAS projette une excellente image du Québec auprès des chercheurs qui participent à cette extraordinaire conférence annuelle. Ils ne sont guère nombreux les événements scientifiques du monde qui se comparent aux congrès annuels de l'ACFAS. Il est fascinant de feuilleter le programme du congrès, qui offre simultanément,

année après année, depuis plus de 80 ans, au profit de milliers de chercheurs, de nombreux colloques sur les champs de recherche avancée les plus diversifiés. Aussi, je veux souligner l'apport incomparable de ce carrefour de la recherche scientifique, sa longue histoire, tout autant que l'envergure de ses congrès et de ses publications. Son existence même démontre, si besoin était, que les Québécois se sont intéressés très tôt aux sciences et à l'activité intellectuelle. Elle rappelle le souvenir de ces Québécois et Québécoises qui ont bâti nos grandes institutions du savoir, nos grands départements universitaires et plusieurs de nos entreprises. En ce sens, elle participe d'une diplomatie québécoise du savoir.

Je vous souhaite de fructueuses assises.

ANNEXE 8 – HANS-JÜRGEN LÜSEBRINK

Hans-Jürgen Lüsebrink

Professeur à la Chaire d'études culturelles romanes et de communication interculturelle de l'Université de Sarrebruck (Allemagne)

LE CONCEPT DE « CULTURE » DANS LA DIPLOMATIE CULTURELLE MODERNE : ÉVOLUTIONS ET MISES EN PERSPECTIVES COMPARATISTES FRANCE-ALLEMAGNE-QUÉBEC

TRADITIONS ET RUPTURES

Vouloir s'interroger, dans une perspective comparative, sur la signification et les enjeux de la notion de « culture » au sein de la politique culturelle, et plus précisément de la diplomatie culturelle de trois pays très différents – la France, l'Allemagne et le Québec – implique d'abord la nécessité de mettre en relief les traditions et les ruptures caractérisant ce domaine de la politique culturelle. Outre le paramètre de comparaison commun – l'existence, aujourd'hui, d'une politique et d'une diplomatie culturelles dans chacun de ces trois pays – on doit d'emblée constater de très grandes différences sur le plan historique. La diplomatie culturelle française a été mise en place pendant la Troisième République, à partir des années 1880, avec la création des réseaux institutionnels de l'Alliance

française en 1884, puis des centres culturels français à l'étranger à partir de 1909. Elle a été précédée d'une longue tradition de politique culturelle, d'illustration et de défense de la langue et de la culture françaises à partir du règne de François I^{er}, c'est-à-dire du 16^e siècle, accentuée au 17^e siècle sous le règne de Louis XIV. La politique culturelle, comme l'affirme Jean-Michel Dijan, « est une invention française. Elle est le fruit d'une préoccupation constante des pouvoirs monarchiques, impériaux ou républicains de s'accaparer, au nom d'une mystique nationale, la protection du patrimoine artistique, et, par extension, d'encourager ce qui en adviendra. »¹ Fondées sur la « volonté de rayonner » qui « exprime le vieux fonds monarchique sur lequel elle campe et prospère »², la politique et la diplomatie culturelles françaises semblent caractérisées, dans l'ensemble, par une continuité fondamentale où les notions d'exception culturelle, de défense de la langue et de la culture françaises, de « mission civilisatrice » et un certain « messianisme » ont été – et demeurent dans une certaine mesure – des termes clés associés à celui de « culture ».

L'Allemagne, au contraire, est caractérisée par une tradition de politique et de diplomatie culturelles née beaucoup plus récemment et marquée par de profondes ruptures. Mise en place, parallèlement et en concurrence avec la diplomatie culturelle française, à la fin du Deuxième Reich, à partir de 1913, et profondément renouvelée ensuite sous la République de Weimar, avec la création en 1932 du DAAD (Service allemand d'échanges universitaires) et de la Fondation Alexander von Humboldt en 1925 (dans le domaine de la recherche), son orientation basée initialement sur la perspective d'échanges démocratiques a de nouveau été bouleversée par la diplomatie culturelle du Troisième Reich, fondée sur la conviction de la suprématie de la race aryenne et de sa culture, susceptible de légitimer culturellement l'hégémonie politique et militaire de l'Allemagne nazie sur l'Europe. L'évolution de la diplomatie culturelle allemande depuis 1949, année de la fondation de la République fédérale Allemande et de la République démocratique Allemande, que nous allons retracer dans la seconde partie de cet article à partir de la notion de « culture », est marquée par une troisième rupture, aussi radicale que les précédentes, qui est en particulier caractérisée par le refus de toute forme de diplomatie culturelle basée sur les notions de « mission » ou de « modèle », une telle visée ayant été fondamentalement discréditée depuis la politique du Troisième Reich. Profondément traumatisée par l'« héritage très lourd du Troisième Reich » (« das lastende Erbe des Dritten Reiches »³), comme l'a formulé Wolfgang Bergem dans un article paru en 2010 dans la *Revue d'Allemagne et des pays de langue allemande*, la diplomatie culturelle de la nouvelle République fédérale Allemande visa, au contraire, à montrer, avec une certaine retenue tout à fait délibérée, l'image culturelle d'une autre Allemagne, démocratique, progressiste et cosmopolite, se réclamant notamment de Wolfgang von Goethe, de Heinrich Heine, d'Alexander et Wilhelm von Humboldt, de Georg Forster, des scientifiques allemands d'origine juive (comme Albert Einstein) et des écrivains et artistes allemands exilés pendant le Troisième Reich, comme Heinrich Mann, Thomas Mann et Walter Benjamin.

La diplomatie culturelle au Québec, enfin, mise en place essentiellement depuis les années 1960, s'est développée largement en relation avec la mise en place, d'abord, des institutions de la francophonie à la même époque, puis à partir de l'élaboration de la conception d'une « nation québécoise ». La mise en place d'une politique culturelle extérieure du Québec, qui a été, selon l'expression de Louis Bélanger, le « fer de lance de l'institutionnalisation d'une politique internationale de l'État québécois »⁴

depuis la Révolution tranquille, est en définitive liée à tout un ensemble de notions remontant en grande partie aux dernières décennies du 19^e siècle et aux premières décennies du 20^e siècle : celles de « littérature nationale » canadienne-française, de « langue nationale », d'« héritage culturel » et de « patrimoine culturel » canadiens-français; et, enfin, celle d'une « mission » du Canada français en Amérique, en particulier en Amérique du Nord, de défenseur de valeurs spirituelles universelles, mais aussi de défenseur de la langue et de la culture françaises sur le continent américain. La diplomatie culturelle québécoise contemporaine, dont l'histoire est récente puisqu'elle date en définitive des débuts de la Révolution tranquille en 1961, est ainsi ancrée dans des traditions intellectuelles et culturelles plus que centenaires au Québec, liées à des écrivains et des intellectuels canadiens-français comme Camille Roy, Louis-Honoré Fréchette, Edmond de Nevers, Lionel Groulx et Gaston Miron. Ceux-ci proviennent d'horizons intellectuels et idéologiques très divers et sont aussi marqués profondément par leurs ancrages historiques respectifs; mais ils semblent partager un socle commun de convictions, fondé en particulier sur la conviction profonde d'une « mission canadienne-française » en Amérique du Nord liée à la nécessité de défendre la langue française, ainsi que la littérature et la culture canadienne française ou québécoise sur le continent américain. À côté des deux grandes priorités traditionnelles de la politique et de la diplomatie culturelles du Québec – la valorisation et la défense de la langue française et la valorisation du patrimoine culturel québécois – une troisième priorité s'est toutefois imposée ces trente dernières années, celle du renforcement du dialogue des cultures, qui implique deux objectifs : d'une part celui de « favoriser les échanges interculturels », et, d'autre part, celui d'« intensifier la présence du Québec dans les réseaux et les grands forums internationaux »⁵.

La diplomatie culturelle, comme champ d'action politique, fait partie à la fois de la politique extérieure et de la politique culturelle, se situant ainsi à l'intersection entre deux champs politiques qui sont marqués chacun par une tradition et une histoire beaucoup plus longue.⁶ Représentant, dans le cas de l'Allemagne par exemple, environ 8 % du budget total consacré à la politique culturelle, et disposant d'un budget de près 1,6 milliard d'euros par an, la diplomatie culturelle allemande (*Außenkulturpolitik*) peut être subdivisée essentiellement en trois champs d'action majeurs : en premier lieu les affaires éducatives, englobant les programmes d'échanges et de coopération universitaires et concernant également, notamment dans les cas de l'Allemagne et de la France, les très nombreuses écoles à l'étranger subventionnées par ces deux états; puis, en second lieu, les affaires culturelles dont l'ampleur et le contenu dépendent largement de la notion même de « culture » inhérente à la diplomatie culturelle, et des stratégies en matière de politique internationale qui les encadrent; et, enfin, en troisième lieu, la diplomatie culturelle englobe aussi une dimension supranationale, c'est-à-dire des coopérations avec des réseaux et institutions supranationaux, où les organismes de la Francophonie jouent un rôle important pour la France et le Québec, tandis que l'Allemagne est plus orientée vers les institutions bilatérales, notamment franco-allemandes et européennes.

Il faut souligner enfin, pour clore cette première partie de notre réflexion comparative, les ancrages et soubassements institutionnels très différents de la diplomatie culturelle dans les trois pays visés : tandis qu'en France et au Québec, la diplomatie culturelle est très largement entre les mains d'institutions étatiques, ou dépendant directement de l'État, les neuf grands organismes de la diplomatie culturelle allemande sont dans leur majorité des organisations non gouvernementales, très

largement autonomes, même si elles sont en grande partie financées par l'État fédéral allemand. Les Instituts Goethe, qui forment un réseau de plus de 130 instituts culturels dans le monde pourvus d'un budget total de 140 millions d'euros par an, constituent juridiquement une association de type comparable à celles instaurées par la *Loi de 1901* en France. Les rares confrontations ouvertes entre les Instituts Goethe et le gouvernement fédéral (par exemple lorsque le Chancelier Kohl a demandé la fermeture ou tout au moins la modification d'une exposition de caricatures politiques présentée dans différents Instituts Goethe en 1995 où il se voyait lui-même caricaturé) ont toujours abouti à affirmer, voire à renforcer, depuis la refondation des Goethe-Institute en 1951, l'indépendance politique et l'autonomie financière de ces derniers. De même, le DAAD (Deutscher Akademischer Austauschdienst), actuellement le plus grand organisme d'échanges universitaires au monde, pourvu d'un budget de presque un demi-milliard d'euros en 2012, représente lui aussi juridiquement une institution non gouvernementale. Et la prestigieuse Fondation Alexander von Humboldt, dont le budget (environ 100 millions d'euros en 2012) et l'impact mondial égalent aujourd'hui ceux de la Fulbright Foundation aux États-Unis, constitue, comme son nom l'indique, une « fondation » indépendante, même si son capital et ses ressources proviennent pour plus de 90 % de l'État fédéral.

LA NOTION DE « CULTURE » DANS LA DIPLOMATIE CULTURELLE – SIGNIFICATIONS ET ENJEUX

Si la notion de « culture » est à la base et au cœur même des politiques et de la diplomatie culturelles, celle-ci revêt des significations très variées et recouvre des champs sémantiques très différents si l'on se place dans une perspective comparatiste. En Allemagne, le terme *Kultur*, qui peut être traduit soit par « culture » soit par « civilisation », est resté jusque dans les années 1960 étroitement associé à la notion de *Bildung* (instruction), qui implique la connaissance et la maîtrise de formes esthétiques, intellectuelles et scientifiques complexes et raffinées. La diplomatie culturelle française a, par contre, choisi traditionnellement de placer au centre de son activité, outre la notion de « mission », celles de « patrimoine culturel », d'« héritage culturel » et de défense de la langue française. Il s'agissait en premier lieu, comme le général de Gaulle le formula de manière programmatique le 30 octobre 1942 dans son discours d'Alger, où il esqua les grandes lignes de la diplomatie française de l'Après-guerre, pour la diplomatie culturelle française de « diffuser la langue et la civilisation françaises à l'étranger ». « L'action culturelle extérieure », précise à ce propos Xavier North, délégué général à la langue française et aux langues de France à la fin des années 1990, « est alors chargée de faire oublier les avanes de l'histoire, ou plus simplement (et plus cyniquement) de faire illusion, la réaffirmation de la France comme grande puissance dans le domaine de la "pensée" masquant ses reculades économiques ou politiques. »⁷ La diplomatie française de l'Après-guerre trouva entre 1945 et 1949 un de ses champs d'application majeurs dans les territoires allemands occupés par la France. Comme le formula le journaliste et futur politologue et spécialiste des relations franco-allemandes Alfred Grosser en 1947 : « avant qu'il ne soit trop tard, la France doit faire aux Allemands de demain l'apprentissage de sa culture. »⁸ La « ré-éducation » des Allemands après la chute du régime nazi s'intégrait ainsi dans la conception française de la diplomatie culturelle, où l'universalisme républicain et démocratique, ancré dans les principes de la Révolution française, s'allie, d'une manière très spécifique, avec la défense de la langue et de la culture française. Dans une note diplomatique officielle, le germaniste Edmond Vermeil, président d'une commission chargée de la

rééducation de l'Allemagne après 1945, précisa à cet égard en avril 1946 les objectifs de la diplomatie culturelle française outre-Rhin comme suit :

Toute rééducation de l'Allemagne consistera à la diriger et la gouverner de telle sorte qu'elle comprenne et accepte la nécessité de son intégration dans la Communauté européenne reconstruite [...]. [Il faut] habituer [les Allemands] à cette idée que leur principal devoir est de s'intégrer dans une communauté à tout le moins européenne, donc internationale, et de se rapprocher des notions d'égalitarisme et d'humanisme.²

Edmond Vermeil

Basée ainsi essentiellement sur le concept de « civilisation », la diplomatie culturelle française a développé dans les années 1990 quatre grands axes d'activités dont les termes clés révèlent un ancrage dans une longue tradition à laquelle viennent s'ajouter des éléments innovateurs. La diplomatie française contemporaine, dans ses différents secteurs et à travers ses multiples institutions, se donne ainsi pour but de « concevoir » d'abord, puis de « mettre en œuvre l'aide publique française au développement »; de « favoriser », en second lieu, « la recherche et la formation des élites »; de « promouvoir », troisièmement, « la pensée française », en favorisant « l'usage du français dans le monde », en appuyant « le multilinguisme en Europe », en faisant « entendre la voix de la France dans le monde », en diffusant la création contemporaine française et en développant les « échanges de jeunes ». Enfin, le quatrième axe de la diplomatie culturelle française, développé en étroite coopération avec les institutions de la Francophonie, et en particulier à travers le réseau TV5, concerne le renforcement de la « présence française dans le paysage audiovisuel mondial ».¹⁰

Si l'on part de la distinction fondamentale entre culture esthétique et intellectuelle, d'une part, et culture au sens anthropologique, d'autre part,¹¹ que le sociologue québécois Fernand Dumont a proposé de conceptualiser à travers l'opposition entre « culture première » et « culture seconde »¹², on peut distinguer des voies d'évolution assez significatives en comparant la diplomatie culturelle dans les trois pays visés. La diplomatie culturelle française a longtemps privilégié, au niveau de la culture seconde, une conception restreinte de la culture en valorisant les grandes oeuvres et les « grands penseurs », tant sur le plan intellectuel que littéraire et artistique. La notion de « diversité », introduite dans les textes programmatiques de la diplomatie française depuis la fin des années 1990 et susceptible de refléter une conception renouvelée et actualisée d'une société et d'une culture françaises de plus en plus profondément marquées par l'immigration et la transculturalité, conçoit, en fait, comme l'a relevé l'historien Philippe Poirier, la diversité sous la forme de diversité artistique et « peine – modèle républicain oblige – à gérer les modèles politiques menés selon une exigence de diversité » ethnique ou religieuse.¹³ La diplomatie culturelle du Québec qui, au contraire, a délibérément favorisé, depuis sa mise en place dans les années 1960, la culture seconde au sens de Dumont, semble se caractériser par la double mise en valeur, d'une part, de l'identité culturelle québécoise, liée à la notion de « patrimoine culturel », et de sa défense, en particulier sur le plan linguistique et médiatique, face à l'américanisation et à la domination globale des langue et culture anglo-américaines; et, d'autre part, depuis la fin des années 1990, la valorisation de la diversité, au sens ethnoculturel et religieux du terme, dont elle a élaboré une conception originale et

spécifiquement québécoise à travers la notion programmatique d'« interculturalité ».

Dans la diplomatie culturelle allemande, on peut constater depuis 1970, c'est-à-dire depuis l'élaboration d'une nouvelle conception de la « culture » pendant le gouvernement du chancelier Brandt, un effacement de la distinction entre « culture » (*Kultur*) et « civilisation » (*Zivilisation*). Les thèses (*Leitsätze*) du sociologue et homme politique libéral Ralf Dahrendorf, formulées en 1970, allaient influencer profondément cette nouvelle orientation de la diplomatie culturelle allemande et de ses institutions. Elles soulignent en particulier la nécessité de considérer la « culture » non pas comme un « privilège de groupes élitistes », mais une « offre accessible à tous »; de considérer les valeurs de *Weltoffenheit* (cosmopolitisme) et de *Verständigung* (compréhension, entente) à l'égard d'autres cultures comme des principes fondamentaux de la diplomatie culturelle, impliquant l'abandon des concepts de « modèle » et de « mission » et la promotion du dialogue avec l'Autre (« interkultureller Dialog im Partnerland »¹⁴). Enfin, la diplomatie culturelle ne devrait plus, selon Dahrendorf, servir à la diffusion d'un canon d'idées, d'oeuvres et de modèles, mais au contraire refléter les débats et les controverses intellectuelles et sociales de l'Allemagne contemporaine. Depuis le début des années 1970, il est, suite aux positions de Dahrendorf et aux réformes consécutives, devenu habituel, au sein de la diplomatie culturelle allemande, de ne plus parler de « Deutsche Kultur » (culture allemande), mais de « Kulturen Deutschlands » (« cultures de l'Allemagne »), une expression mettant délibérément l'accent sur la diversité à la fois sociale, régionale et interculturelle (ou transmigatoire) des cultures dans l'Allemagne contemporaine.

CONCLUSIONS

La mise en perspective des stratégies adoptées en matière de diplomatie culturelle, et des notions clés qui leur sont inhérentes, mettent ainsi en relief des positions et des options assez différentes. La France et le Québec représentent actuellement les États-nations en Occident qui valorisent, à travers leur diplomatie culturelle, d'une manière accentuée et programmatique, les notions d'exception culturelle, d'identité culturelle et de défense de leur patrimoine linguistique et culturel face aux processus homogénéisants de la mondialisation. Dans ce positionnement, la notion, foncièrement ambivalente il est vrai, de « diversité culturelle », présentée comme une valeur fondamentale et incontournable, joue un rôle central depuis la fin des années 1990, et elle a été reprise par l'UNESCO en 2005. La diplomatie culturelle de l'Allemagne, profondément marquée par les hypothèques et les ruptures du passé, en particulier du national-socialisme, a intégré depuis le début des années 1970 une conception étendue de la culture – la culture première au sens de Fernand Dumont – foncièrement diversifiée et interculturelle, utilisant les médias de masse et les notions d'échange, de dialogue, de controverse, de débat et d'interculturalité. Plus des deux tiers des moyens financiers de la diplomatie culturelle allemande sont absorbés par le domaine des échanges et des coopérations universitaires et académiques, où le DAAD et la Fondation Alexander von Humboldt jouent un rôle de tout premier plan et représentent actuellement les organismes les plus importants au niveau mondial dans ces domaines. L'affirmation de ces priorités s'avère avoir contribué, de manière non négligeable et peut-être décisive, au dynamisme de la recherche universitaire, mais aussi de la recherche extra-universitaire et industrielle dans l'Allemagne contemporaine.

NOTES

- 1 Jean-Michel Djian, *Politique culturelle : la fin d'un mythe*. Paris, Gallimard, 2005 (Coll. Folio actuel), p. 9.
- 2 Ibid., p. 126.
- 3 Wolfgang Bergem, « Deutschlands langsamer Abschied von der Kulturnation » dans *Revue d'Allemagne et des pays de langue allemande*, t. 42, n°3, juillet-septembre 2010, p. 277-290, ici p. 278.
- 4 Louis Bélanger, « La diplomatie culturelle des provinces canadiennes » dans *Études internationales*, vol. 25, n°3, 1994, p. 421-452, ici p. 425.
- 5 *La Politique culturelle du Québec. Notre culture, notre avenir*. Édité par la Direction des Communications. Québec, 1992. www.mcc.gouv.qc.ca/publications/politique-culturelle-intro-pdf, p. 17.
- 6 Voir sur cette problématique l'ouvrage de Patrick Schreiner : *Außenkulturpolitik. Internationale Beziehungen und kultureller Austausch*, Bielefeld, Transcript, 2011 (Edition Politik) qui comporte également une réflexion théorique très différenciée sur la diplomatie culturelle.
- 7 Cité d'après Jacqueline Plum, *Französische Kulturpolitik in Deutschland 1945-1955. Jugendpolitik und internationale Begegnungen als Impulse für Demokratisierung und Verständigung*, Wiesbaden, Deutscher Universitätsverlag, 2007, p. 34-35.
- 8 Alfred Grosser dans *Combat* le 31-10-1947; cité d'après Plum, *Französische Kulturpolitik in Deutschland 1945-1955*, p. 166.
- 9 Edmond Vermeil, intervention devant la Commission pour la rééducation allemande, Direction de l'Éducation Publique (DEP), réunion du 2 avril 1946. Cité d'après Plum, *Französische Kulturpolitik in Deutschland 1945-1955*, p. 33-34.
- 10 Philippe Poirier, « Un demi-siècle de politique culturelle en France », *Diversité*, mars 2007, n° 148, p. 15-20. En ligne : <http://www2.cndp.fr/archivage/valid/89314/89314-14388-18199.pdf>
- 11 Voir sur cette distinction : Hans-Jürgen Lüsebrink, *Interkulturelle Kommunikation. Interaktion, Fremdwahrnehmung, Kulturtransfer*. Stuttgart/Weimar, Metzler, 2005, 3^e éd., 2012, p. 10-13.
- 12 Dumont Louis, *Genèse de la société québécoise*, Montréal, Boréal, 1993, rééd. 1995. Voir aussi Hans-Jürgen Lüsebrink, « Fernand Dumont face à la culture populaire. Écriture de la nostalgie et usages socioculturels » dans *Voix et Images* (Montréal), vol. 27, n°1, automne 2001, p. 48-58.
- 13 Poirier, article cité. Voir aussi sur le caractère ambivalent de la notion de « diversité » dans la diplomatie culturelle française contemporaine : Djian, *Politique culturelle*, p. 136-137.
- 14 Ralf Dahrendorf, « Leitsätze für die Auswärtige Kulturpolitik » (1970) dans http://www.ifa.de/pdf/aa/akbp_leitsaetze1974.pdf. Voir aussi sur les thèses de Dahrendorf et leur impact sur la diplomatie culturelle allemande depuis le début des années 1970 : Hansgert Peisert, *Die auswärtige Kulturpolitik der Bundesrepublik Deutschland. Gutachten im Auftrag des Auswärtigen Amtes*. Stuttgart, 1978, p. 14; et Gerrit Fischer, *Von der « Versöhnung » zur Internationalisierung: das Auseinanderklaffen von Programm und Programmatik. Deutsche Kulturinstitute in Frankreich (1945-2012)*, Saarbrücken, universaar, 2013, p. 109-124.

ANNEXE 9 – FRANÇOIS MACEROLA

François Macerola

Président et chef de la direction de la SODEC

LA SODEC ET LA DIPLOMATIE CULTURELLE DU QUÉBEC

On définit la diplomatie comme étant la branche de la politique qui concerne les relations entre les États. La culture joue-t-elle un rôle en diplomatie? Ma réponse est OUI! À chaque étape de ma carrière et encore plus aujourd'hui en tant que président et chef de la direction de la Société de développement des entreprises culturelles, la SODEC, j'ai travaillé activement pour soutenir et contribuer au rayonnement tout autant crucial que vital de notre culture. J'ai le plaisir de travailler depuis plusieurs années dans des entreprises culturelles, dont Téléfilm Canada, l'Office national du film, le Cirque du Soleil, et des entreprises privées œuvrant en culture. À mon avis, le rayonnement culturel qui affirme fortement l'identité d'une nation et d'un peuple crée un contexte propice, voire nécessaire, au développement des marchés internationaux en culture certes, mais aussi comme assises d'une nouvelle diplomatie qui se veut culturelle.

L'apport au développement économique du secteur de la culture et des communications est majeur. La culture et les communications au Québec représentent 4,1 % du PIB, soit dix milliards de dollars et plus de 130 000 emplois. À titre comparatif, le secteur de l'hébergement et de la restauration représente environ 2 % et le secteur minier représente 1,6 % du PIB. Les chiffres parlent d'eux-mêmes.

Avant d'aller plus loin, et afin de vous permettre de bien cerner la portée de nos actions et les limites de celles-ci, laissez-moi vous présenter la SODEC en quelques points. Tout d'abord, la SODEC est une société du gouvernement du Québec, sous la responsabilité du ministre de la Culture et des Communications, monsieur Maka Kotto. Elle a été créée en 1995 dans le but de promouvoir et de soutenir l'implantation et le développement des entreprises culturelles et de contribuer à accroître la qualité des produits et services et leur place au Québec, au Canada et à l'étranger. Dans ce contexte, le rôle de la SODEC en est un de soutien aux entreprises. Et comme vous le constaterez, les activités ainsi que la mission de la SODEC conjuguent le monde de la culture et de l'économie et de la diplomatie.

La SODEC, c'est :

- une équipe de 107 personnes;
- un partenaire économique et culturel incontournable au service des entreprises culturelles

québécoises des secteurs du cinéma, de la production télévisuelle, du livre, de la musique et des variétés, des métiers d'art et du patrimoine immobilier;

- un outil de développement économique;
- une enveloppe annuelle de 56 millions de dollars en programmes, tous secteurs confondus;
- une banque d'affaires possédant un capital de 50 millions et un programme de mesures fiscales d'une valeur de 200 millions de dollars;
- un partenaire investisseur auprès du Fonds d'investissement de la culture et des communications (FICC) possédant un portefeuille de 40 millions de dollars et du Fonds capital culture Québec dans lequel le gouvernement du Québec investit 60 millions et le Fonds de Solidarité FTQ 40 millions, pour un total de 100 millions de dollars.

La SODEC est une partenaire de choix qui comprend les besoins de son milieu et qui est fière d'accompagner les entreprises culturelles dans leur développement. Elle met à la disposition de ses clientèles des outils puissants et adaptés à leurs besoins. Grâce à ces initiatives, nous pouvons jouer notre rôle d'ambassadeur de la culture québécoise tout en étant entièrement au service de nos créateurs talentueux.

La culture est une assise vitale du développement identitaire et du maintien du tissu social. Mais la culture est aussi un important levier économique. Actuellement les entreprises culturelles au Québec, ont atteint un niveau de maturité sur notre marché domestique et je le répète, il y a, il doit y avoir, une adéquation entre la maturité acquise sur notre propre marché et notre rayonnement culturel à l'étranger. On peut aujourd'hui le dire haut et fort : la culture québécoise est omniprésente aux quatre coins de la planète. C'est un fait incontestable, notre culture circule et touche les gens de partout. C'est éminemment réjouissant de voir l'ampleur du rayonnement de notre culture sur l'échiquier mondial. Au prorata de la population, c'est particulièrement impressionnant.

Comme l'expliquait le ministre des Relations internationales, de la Francophonie et du Commerce extérieur du Québec, monsieur Jean-François Lisée, le 11 février dernier lors d'une allocution présentée devant le CORIM, le Québec est une puissance culturelle. Le ministre donnait pour exprimer son propos l'image suivante :

Si un chercheur devait décrire le Québec, sans jamais y avoir mis les pieds et sans rien connaître de son économie ou de sa démographie, il devrait décrire le Québec à partir de sa présence internationale. Il devrait, en fait, le déduire. Suivant l'actualité cinématographique, il constaterait que chaque année depuis trois ans, un film québécois est en nomination aux Oscars pour le meilleur film étranger. Poursuivant ses recherches culturelles, il noterait que des Québécois sont chargés de créer les plus grandes productions du temps dans le temple new-yorkais de l'Opéra, qu'ils occupent la place de choix à Las Vegas, que certains de leurs chanteurs dominent les marchés francophones et anglophones des ventes. Notre chercheur saurait, car il a des comparables, que le Québec n'est pas une superpuissance culturelle, car il n'est ni Hollywood, ni Bollywood, ni Paris. Mais il conclurait que le Québec est une puissance culturelle.

Jean-François Lisée

Sur la scène internationale, il est vrai de dire que l'appétit pour nos films, nos livres, notre musique, nos créations, a grandi de manière exponentielle. Grâce à nos cinéastes, nos auteurs, nos artisans, nos compositeurs, nos chanteurs, bref, nos créateurs, nous sommes partout à travers le monde. En

2012, sept longs métrages québécois ont pris l'affiche sur les écrans français! Pour une 3e année consécutive, un film québécois a été retenu en sélection pour la célèbre cérémonie des Oscars... C'est du jamais vu! Mentionnons également le prix remporté en France par Cœur de Pirate aux Victoires de la Musique ou encore le Prix Médicis remis à Dany Laferrière. Nommons également les Foires et Salons du livre de Guadalajara, Francfort, Paris, où les éditeurs et auteurs québécois se retrouvent grâce au soutien de Québec Édition; les métiers d'arts d'ici, très présents dans diverses expositions telles SOFA à Chicago, Armory Week à New York ainsi que l'exposition Innovation et Savoir-Faire : Les joailliers québécois, qui a eu lieu à la Aaron Faber Galery, également à New York. Bref, chaque année, la SODEC soutient la présence de nos films ou de nos émissions de télévision dans plus 40 festivals internationaux en audiovisuel, en plus des foires et salons du livre, des festivals de musique et des manifestations de métiers d'art.

Nous pouvons collectivement être vraiment fiers de ce rayonnement international, qui est le reflet direct de la qualité de nos œuvres, du talent de nos artistes et de la vitalité de nos entreprises culturelles, mais aussi de l'importance de nos efforts pour les faire jaillir à l'extérieur de nos frontières. Car effectivement, pour arriver à des succès pareils, il a fallu beaucoup de travail tant du côté de la création que du côté de la promotion. La SODEC œuvre ainsi également à titre de coordonnatrice des présences collectives lors de divers événements visant le marché international, veillant ainsi à la promotion de chacun de ses secteurs. Elle planifie désormais les présences québécoises lors de manifestations commerciales tels qu'aux récents MIPCOM et MIPTV, deux importants marchés internationaux de l'audiovisuel, de la production télévisuelle et de ses multiples plateformes. De plus, depuis maintenant 17 ans, la SODEC s'emploie à faire découvrir la culture québécoise à travers Cinéma du Québec à Paris, un rendez-vous annuel devenu incontournable, où nous ouvrons le dialogue avec d'autres formes d'expression, toujours en lien avec le cinéma, puissant moteur culturel.

Notre empreinte ailleurs dans le monde est, à mon avis, plus importante que notre poids démographique. Notre culture est littéralement notre marque de commerce, la base de notre image de marque et elle démontre d'ailleurs toute la puissance de création qui se trouve au Québec. C'est assez phénoménal et on ne peut que s'en réjouir, vraiment. La « marque » Québec est bien établie et jouit d'une réputation des plus enviées. Nous souhaitons favoriser et soutenir le positionnement international de nos entreprises culturelles afin d'accroître les opportunités de vendre nos produits culturels et de développer de nouveaux marchés. Ainsi, nous avons renouvelé notre stratégie internationale pour mieux servir les clientèles en optimisant les ressources financières et humaines consacrées aux activités internationales. Il est impossible de tout faire seul... Il s'agit d'un travail d'équipe rendu possible avec les délégations du Québec à l'étranger. Cette stratégie revisitée se doit d'avoir une composante de nouvelles technologies importantes. La SODEC doit accompagner, guider les entreprises culturelles sur des marchés internationaux en perpétuel changement et où la concurrence est de plus en plus féroce. Géré par la SODEC, le crédit d'impôt remboursable pour services de production est une mesure fiscale destinée à favoriser le tournage, au Québec, de productions étrangères. Il stimule grandement la création d'emplois et le développement de nos expertises.

Dès mon entrée en fonction, j'ai demandé que la SODEC investisse de plus en plus dans les actions de

nos entreprises sur la scène internationale. Et pour se faire, on a voulu mettre à contribution tous les acteurs.... Cette exigence dans un contexte économique difficile me semblait et me semble encore essentielle. Il n'y a pas si longtemps, le Québec en était encore à tenter de se faire reconnaître, de stimuler un intérêt pour ses produits culturels par la force de sa confiance en ses créateurs. La reconnaissance internationale était alors un rêve un peu fou pour nous, Québécois. Ce n'est plus le cas maintenant. Aujourd'hui, on nous invite partout, on en redemande. Notre sceau « fait au Québec », notre spécificité, notre authenticité sont ce qui a bâti notre succès. Aujourd'hui, nous sommes partout dans le monde. Aujourd'hui, la culture québécoise ne connaît plus de frontière. En musique, on a développé un SON Montréal, les plus grands festivals de cinéma au monde attendent à présent les nouveautés en provenance du Québec pour leur sélection... La culture au Québec c'est une industrie grandissante dont la vitalité profite à l'ensemble de la collectivité. La créativité de l'artisan, de l'écrivain, du scénariste, du musicien est, et reste la base essentielle de notre rayonnement culturel. C'est ce que j'appelais tantôt cette spécificité québécoise qui nous démarque.

Les enjeux auxquels notre culture fait face sont ceux des autres sociétés ou des autres secteurs d'activités du Québec. Nous ne sommes pas différents, mais nous sommes certainement très vulnérables. Il faut assurément que les principaux acteurs sur la scène de la culture se concertent et travaillent ensemble à protéger nos acquis et continuer à développer nos nombreux talents, mais aussi pour maintenir cette attention particulière sur la scène internationale. Les crédits destinés à la culture sont protégés par les gouvernements provinciaux, et ce, malgré les temps plus difficiles que nous traversons. C'est une question d'identité certes, mais on identifie aussi à présent la culture comme marque de commerce. Notre culture, c'est la plus belle des cartes de visite qui soit et un important levier économique pour le Québec. La puissance de création de nos artistes, leur « exportabilité » et leur succès ici et à l'étranger font d'eux notre atout majeur, notre carte de visite. La reconnaissance internationale n'est plus un rêve, c'est un fait.

La SODEC désire faire de la présence québécoise une force vive, permettant à notre culture de rayonner de tous ses feux. Une intervention de groupe est plus efficace qu'une intervention individuelle pour assurer le rayonnement de notre culture et offrir un cadre d'affaires exceptionnel à nos entreprises. Il est évident que chacun des secteurs dans lesquels œuvre la SODEC doit avoir une approche différente. On ne travaille pas de la même façon pour faire connaître un film, une série de télé, un auteur, un groupe de musique ou un artisan. Nous devons adapter nos stratégies pour chacun. On ne travaille pas de la même façon depuis l'arrivée du numérique dans nos vies. Jouer un rôle de premier ordre à l'affût des nouvelles technologies est primordial pour les entreprises qui veulent évoluer. La SODEC accompagne les entreprises dans ces nombreux changements. Les technologies numériques offrent d'immenses possibilités pour la création d'œuvres originales, pour leur diffusion et le développement des marchés.

En terminant, comme vous l'avez constaté durant la présentation de nos actions et de notre mission, la SODEC conjugue la culture, l'économie et la diplomatie, qui s'appuient de plus en plus sur la culture, devenue un pilier essentiel à la vie des pays et à leurs relations.

Merci.

ANNEXE 10 – FRÉDÉRIC MAYER ET NELSON MICHAUD

Frédéric Mayer

Doctorant à l'École nationale d'administration publique

Coordonnateur du Groupe d'étude, de recherche et de formation internationales (GERFI)

Chercheur-boursier de la Chaire de recherche du Canada en économie politique internationale et comparée (CREPIC)

Nelson Michaud

Professeur et Directeur général à l'École nationale d'administration publique

SOFT POWER ET DIPLOMATIE PUBLIQUE

INTRODUCTION

Dans l'objectif de bien saisir les liens entre le *soft power* et la diplomatie publique, nous allons dans un premier temps, revenir sur les fondements de ce qu'est le *soft power*. Après avoir introduit le concept que Joseph Nye a avancé, nous allons tourner notre attention sur quelques-unes des critiques qui ont été adressées envers ce concept. En modifiant légèrement la définition des sources du *soft power*, telles qu'elles ont été reconnues jusqu'à maintenant, nous allons ouvrir ses possibilités, clarifier son lien avec l'effet recherché et ainsi répondre à plusieurs des problématiques qui ont été soulevées en lien avec le *soft power*. De plus, cette nouvelle approche de cet outil d'influence permet de mieux cerner les leviers sur lesquels un État peut agir dans le but d'améliorer son *soft power*. Elle nous permet également de faire le lien avec plusieurs autres concepts avancés, dont les communautés épistémiques, ou encore la diplomatie publique. C'est ce qui nous permettra, du même coup, d'introduire la partie suivante sur la diplomatie publique. Nous positionnerons ces deux concepts l'un par rapport à l'autre puisque certains auteurs tendent à les confondre ou ne perçoivent pas le lien important qui les unit.

Pour démontrer notre propos, nous allons utiliser le cas québécois dans l'utilisation du *soft power*. En effet, le Québec s'est développé un *soft power* exceptionnel en appuyant fortement sur sa particularité culturelle au milieu du continent américain. Par ses artistes, mais aussi par ses

universités, ses grandes entreprises et son approche coopérative, le Québec parvient à tirer son épingle du jeu, ce qui lui ouvre des portes et lui permet de prendre sa place sur l'échiquier international. Nous chercherons ainsi à mettre en lumière les leviers à la disposition du Québec pour poursuivre et intensifier son travail dans le *soft power* par sa diplomatie publique, ainsi que sa diplomatie culturelle.

LE *SOFT POWER*

Le *soft power* se trouve à être les moyens non coercitifs d'influencer les décisions des autres États. Les moyens coercitifs, ou *hard power*, peuvent être décrits par le soutien ou les sanctions économiques, ainsi que par l'appui ou les menaces militaires. Selon ce dernier type d'approche, il est clair que nous nous trouvons devant des moyens qui sont liés à des conséquences pour l'État qui doit répondre aux demandes d'un autre État. L'aspect dur du *hard power* est que l'État qui refuse les propositions de l'autre État s'expose à des conséquences relativement importantes.

De l'autre côté, nous avons les situations où l'État doit mettre en place des moyens, ainsi que des stratégies pour influencer les autres États. Il s'agit en fait pour un État de créer des situations et des institutions basées sur des principes généraux qui assureront sa suprématie et qui seront satisfaisantes pour les autres États.

Joseph S. Nye, en 1991, a écrit pour la première fois à propos du *soft power*. Il l'a principalement décrit comme étant un atout des superpuissances (Nye, 1991). Toutefois, Henrikson soutient de son côté qu'il s'agit d'une approche qu'adopteront les petits États ou les pays qui ont une grosseur et une capacité pour jouer un rôle sur la scène internationale, mais qui ne sont pas assez puissants pour imposer leurs solutions (Henrikson, 2007, p. 67). Nye a défini que le *soft power* avait trois sources principales : la culture; les valeurs et politiques nationales; ainsi que l'attitude du gouvernement et ses politiques sur la scène internationale. Dans ses livres *Soft Power : Means to success in World Politics* (Nye, 2004) et *The Future of Power* (Nye, 2011), il a maintenu cette version du *soft power*, malgré les nombreuses critiques qui ont été soulevées au sujet de ce concept.

Parmi les plus importantes entre celles-ci, il est souligné que cette forme de puissance n'existe que quand l'autre État désire collaborer (Greenwald, 2010) ou lorsqu'il y a une interdépendance (Proudman, 2003, p. 336). En fait, le *soft power* est ce qu'un État utilise afin d'amener un autre État à collaborer. Également, dans une approche purement positiviste, les critiques ont soutenu qu'il est impossible d'évaluer le *soft power* (Shin, 2007, p. 459). Il faut mettre cette critique en perspective puisqu'il s'agit d'une affaire de *low politics*, et non de géostratégie. Il serait inutile de quantifier le *soft power* avec l'objectif d'en établir un ordre parmi les États, le but du *soft power* n'étant pas de dominer les autres États par la force. Il s'agit plutôt de les entraîner dans des systèmes et des institutions qui favoriseront l'État qui utilise son *soft power*. Par ailleurs, les critiques soutiennent également que ce n'est pas une source de domination, d'hégémonie (Bohas, 2006, p. 396). En ce sens, ils ne donnent de l'importance qu'aux superpuissances, ignorant au passage toutes les autres relations internationales. Ils ignorent de cette façon les structures et l'influence qui s'exerce aussi entre des États au niveau régional et à l'intérieur d'organisations de moindre importance.

Ainsi, des grandes puissances aux petits États, qu'ils soient unitaires ou fédérés (Mayer, 2011), ils ont la possibilité d'utiliser leur *soft power* pour influencer les autres États. Ces derniers réagiront positivement à cette influence dans les limites où cela a du sens pour eux. Il est cependant nécessaire de se questionner sur les raisons pour lesquelles cela a du sens pour un État de répondre positivement aux options que lui propose un autre gouvernement, sans que ce dernier lui impose de conséquences directes. En termes de *soft power*, la réponse serait parce que l'État qui produit ce *soft power* a du succès. Il devient, de cette façon, tout à fait sensé d'agir de la même façon que l'autre État de manière à reproduire son succès.

Dans le but de mieux comprendre comment agit cette forme de puissance, quels sont les leviers que les États ont pour l'activer ou l'améliorer, comment celle-ci affecte les autres États et comment les plus petits États et les États fédérés peuvent l'utiliser, il est nécessaire de redéfinir et de clarifier les sources du *soft power*.

DE NOUVELLES POSSIBILITÉS

En modifiant légèrement la première source du *soft power*, il devient possible de répondre à la plus grande part des critiques. La première source selon la définition de Nye est la culture. Toutefois, plutôt que d'établir ce qu'il entend véritablement par culture, il a donné une suite d'exemples qui laissent entendre les moyens par lesquels le *soft power* peut produire son effet. Selon Nye, « It is common to distinguish between high culture such as literature, art, and education, which appeals to elites, and popular culture, which focuses on mass entertainment » (Nye, 2004, p. 11). Au niveau de la culture populaire, celle-ci transportera et exposera plusieurs des valeurs que prône une société. La musique peut être utilisée pour véhiculer des messages politiques. Le cinéma et la télévision sont également des médias qui peuvent porter l'image d'une société, ses valeurs et ses symboles. « Even popular sports can play a role in communicating values » (Nye, 2004, p. 47), lorsque l'on considère la réussite des joueurs professionnels, par exemple. L'art culinaire est aussi porteur de ce qu'est une société. La haute cuisine française n'évoque pas les mêmes valeurs et la même image que le *fast food* américain. Sur l'importance de la haute culture et de ses réseaux de communication, les échanges universitaires et scientifiques occupent une place importante (Nye, 2004, p. 45).

Avant de poursuivre, nous devons éclaircir ce qu'est la culture puisque celle-ci est un concept très large qui a été mal défini dans le cadre du *soft power*. Il devient important de lui donner une définition sur laquelle nous pourrions développer les multiples possibilités qu'elle offre. Nous proposons donc d'utiliser, dans son sens le plus large, la définition qui a été proposée par Edward B. Tylor, soit : « [...] ce tout complexe qui inclut les savoirs, les croyances, l'art, le droit, la morale, les coutumes, et tous les autres facultés et habitudes acquises par un individu en tant que membre de la société. » (Tylor, 1924; cité dans Bohas, 2006, p.396)

Ceci nous mène à nous interroger sur le rôle véritable de la culture dans le *soft power*. Est-ce que la culture influence réellement les autres États au point de les amener à changer leurs politiques? Est-ce que c'est parce que Lady Gaga vend des disques par millions ou parce que Disney entend produire

une nouvelle série de *Star Wars* que d'autres États vont changer leurs politiques? Est-ce que c'est parce que le football américain attire des millions de téléspectateurs ou parce que McDonald's vend ses hamburgers par millions que les autres pays vont changer leur politique? Ce n'est pas ainsi que cela fonctionne. On ne peut résumer le *soft power* au syndrome Harvard-Hollywood-McDonald's-Microsoft, le « HHMMS » avancé par Josef Joffe (Joffe, 2001, cité dans Van Ham, 2005, p. 55). Il devrait être évident maintenant que la culture n'est pas ce qui influence les autres États à changer leurs politiques. Parler du *soft power* en termes de McDonaldisation ou d'invasion culturelle est une incompréhension de ce qu'est la puissance. Robert Dahl nous a souligné que le pouvoir est « [...] un rapport entre des acteurs par lequel l'un d'entre eux amène les autres à agir autrement qu'ils ne l'auraient fait sans cela » (Dahl, 1973, p. 53). C'est ainsi une capacité d'influence. La culture ne fait pas faire aux autres ce qu'ils n'auraient pas fait.

Si la culture d'un État peut influencer les politiques des autres pays, c'est par son succès, et non seulement par ses produits. La raison pour laquelle un pays changerait ses politiques serait pour laisser ses propres institutions grandir et avoir le même type de succès que ceux d'un autre État. Ce serait pour laisser son industrie musicale se développer de la même manière que l'industrie américaine, pour que ses musiciens puissent reproduire le succès des musiciens américains sur la scène internationale. Ce serait pour donner une chance à son industrie cinématographique d'atteindre le succès d'Hollywood. Si la culture a effectivement une influence, ce n'est pas la principale partie du *soft power*, comme cela était compris jusqu'à maintenant.

La raison pour laquelle un État change ses politiques, c'est pour avoir un plus grand succès dans ses activités tant au niveau local qu'au niveau international. Le meilleur modèle à suivre est naturellement celui qui a déjà eu du succès. Ainsi, c'est par le succès, et non la culture, qu'un pays produit son *soft power* et a de l'influence sur les autres. Plus précisément, c'est dans le succès et le prestige de différentes institutions d'un pays, ce qui comprend, mais non de manière exclusive, l'industrie culturelle, que nous devons chercher pour trouver la manière dont un pays peut influencer les autres dans leurs changements de politiques publiques.

LE PRESTIGE OU LE SUCCÈS DES INSTITUTIONS?

Par institution, nous devons comprendre quelque chose de beaucoup plus large que ce qui est généralement admis en relations internationales. Ce n'est donc pas seulement la culture, mais aussi ce qui vient avant et ce qui vient après la culture. Cette culture doit être développée, que ce soit de la culture populaire ou de la haute culture. Par exemple, l'ingénierie a besoin des recherches des grandes universités pour se développer pleinement et atteindre ses limites les plus avancées. Cependant, cette technologie avancée a besoin des grandes industries et des grandes entreprises comme la NASA ou Apple, ou encore Boeing aux États-Unis; Hydro-Québec et Bombardier au Québec; le CERN en Europe; nous pouvons également penser à Arc'teryx, Gore ou Adidas dans l'industrie du vêtement et Sony ou Samsung pour l'électronique. Ces entreprises ont un rôle d'institution dans leur pays. Elles ont une réputation qui dépasse les frontières de leur État. C'est le succès et le prestige de ces institutions qui sont véritablement influents.

Nous pouvons observer la même chose avec certains programmes gouvernementaux. Ces programmes peuvent être dans le développement de certaines ressources humaines ou techniques, ce peut aussi être des programmes structurants ou simplement en soutien d'événements qui aideront l'État à briller parmi ses pairs. Nous pouvons prendre pour exemple le programme canadien *À nous le podium* qui a aidé les athlètes canadiens à atteindre leurs buts aux Jeux olympiques de Vancouver en 2010. Ce programme n'a pas simplement appuyé les athlètes économiquement, pour que ceux-ci puissent se concentrer sur leur sport, mais leur a fourni un accès aux différentes ressources techniques du gouvernement afin qu'ils puissent développer leur plein potentiel. Dans le terme institution, nous incluons également ce type de programme qui permet à un État de se démarquer et d'obtenir une forme d'influence.

Ces institutions gouvernementales et privées apportent le succès à un État et l'aide à rehausser sa position dans le monde. Le prestige qui est amené à un État par ses institutions lui fournit une capacité d'influence. Par l'intermédiaire des réseaux de spécialistes et d'universitaires spécialistes de certains domaines, les communautés épistémiques (Haas, 1992), nous pouvons aisément comprendre comment un État, en appuyant les ententes internationales de ses universités, peut utiliser le prestige de celles-ci pour influencer d'autres États. Nous pouvons également regarder du côté de la diplomatie publique (Henrikson, 2007) où un État peut utiliser beaucoup plus que ses médias et son industrie culturelle pour démontrer le prestige de ses institutions. Ainsi, un gouvernement peut utiliser les différents réseaux d'organismes non gouvernementaux parmi lesquels nous retrouvons les syndicats, les chambres de commerce, les diasporas, les leaders d'opinion et plusieurs autres pour faire écho au prestige de ses institutions et de cette façon faire pénétrer ses idées et ses valeurs dans la population des autres États.

INDICATEURS

Par conséquent, pour comprendre comment un État peut soutenir et accroître son *soft power* nous devons identifier certains éléments qui composent cette première source que nous venons de préciser. Nous avons vu que le *soft power* n'est pas simplement une question de culture, de valeurs et de politiques, mais également de succès et de prestige des institutions. Celles-ci peuvent être groupées à l'intérieur de grands ensembles d'institutions sur lesquelles les gouvernements peuvent avoir un effet direct ou indirect et, de cette façon, avoir un effet sur leur *soft power* :

1. Éducation : principalement l'éducation supérieure, mais aussi l'éducation en général puisque construire une main-d'œuvre qualifiée commence dès l'école primaire;
2. Culture : tant la culture populaire que la haute culture, ce qui inclut la musique, le cinéma, les sports nationaux, les mets traditionnels, les programmes de recherches, les programmes universitaires, la littérature, l'architecture et l'ingénierie, etc.;
3. Entreprises de renom : il ne s'agit pas seulement des entreprises manufacturières ou de commerce au détail, mais également les entreprises artistiques, les médias de masse, les équipes sportives, etc. En fait, toute entreprise qui peut donner une visibilité internationale, qu'elle soit privée ou publique;
4. Événements d'envergure : comme les festivals, les foires ou les championnats sportifs. Ceux-ci peuvent être réguliers, comme le Festival de jazz de Montréal, le Festival des films de Cannes

et le Carnaval de Rio, ou des événements ponctuels comme les Jeux olympiques ou les foires internationales. Simplement pour obtenir la présentation de ces derniers, un État doit démontrer sa capacité à les recevoir. Déjà, ceci donne un prestige à l'État qui les reçoit;

5. Programmes gouvernementaux : ici, nous faisons référence à tous ces programmes qui peuvent faciliter et appuyer le développement de différentes sciences, artistes, ou d'athlètes à atteindre les standards internationaux et donner à un État une réputation internationale.

Il faut cependant garder à l'esprit que tous ces « [...] instruments of popular culture are not static » (Nye, 2004, p. 53). Il est ainsi possible pour un gouvernement d'agir sur ceux-ci pour les développer, les activer, les mettre en évidence de manière à en tirer un avantage et de cette manière faire avancer ses propres intérêts. Nous pouvons également souligner ici que la deuxième source de *soft power*, les valeurs et politiques nationales peuvent être d'intérêt dans notre explication. Nous devons nous tourner vers les valeurs qui sont universelles et les politiques en éducation, en économie, en finance ou encore en culture qui sont exportables dans le cadre de ces valeurs. Ces différents outils peuvent être utilisés par un gouvernement pour influencer les valeurs et décisions d'une autre société et son gouvernement.

SOFT POWER PASSIF ET SOFT POWER ACTIF

Le *soft power* se présente sous deux formes : d'abord le *soft power* passif qui ne peut que difficilement être dirigé vers un autre État; et le *soft power* actif qui s'exprime de différente manière, dont par la diplomatie publique. La première émane du succès d'un État dans la continuité de son développement national et international. Il s'agit de la forme de *soft power* dont l'effet est le plus difficile à comprendre dans une approche strictement rationnelle puisque l'État qui adopte volontairement les pratiques d'un autre État le fait, à première vue sans y être forcé, sans en avoir l'obligation ou de conséquence advenant l'option contraire. Nous nous retrouvons avec un *soft power* qui émane de l'État qui le produit et qui influence les autres États sans que le premier ait à intervenir; c'est le pouvoir de cooptation auquel référerait Nye (1991). Le simple fait qu'un État ait du succès avec ses institutions portera d'autres États à modifier leurs politiques de manière à reproduire ce succès. C'est la démarche qu'avait entreprise Deng Xiaoping lorsqu'il a ouvert la Chine au monde en soulignant que « peu importe que le chat soit noir ou gris s'il attrape les souris. » En agissant ainsi, il choisissait d'adopter une nouvelle philosophie économique parce qu'elle avait du succès. L'option qu'il a choisie à ce moment menait vers une série d'actions ultérieures pour la Chine, dont l'intégration de l'OMC. Le succès des différents systèmes capitalistes a influencé le choix des politiques de ce gouvernement chinois. Si des États ont pu faire des pressions sur la Chine pour qu'elle adopte cette forme d'économie, c'est en fait son succès qui aura été son argument le plus convaincant. C'est dans cette catégorie de *soft power* que nous retrouvons le HHMMS de Joffe (2001). Par le prestige et la réussite que dégage l'État dans ses entreprises de tout genre, ainsi que par l'agencement de l'agenda politique ou par le pouvoir de cooptation, un État peut se retrouver dans une situation où les autres États feront des choix qui favorisent sa position. « Si un État est capable de légitimer son pouvoir aux yeux des autres, il rencontrera moins de résistance pour les faire plier à ses vœux (Nye, 1992, p. 29). » Il pourrait même ne pas avoir à se légitimer.

Toutefois, en fonction de ses intérêts et intentions, un État mettra l'accent sur certains éléments de son *soft power* avec l'objectif d'influencer beaucoup plus précisément les décisions d'un autre État, ce sera le *soft power* actif. Dans ce deuxième cas, plusieurs occasions s'offrent à un État. Il peut ainsi agir directement sur un autre gouvernement ou indirectement par son administration en utilisant, par exemple, les communautés épistémiques (Haas, 1992). L'administration, agissant comme conseillère auprès de son gouvernement, proposera des alternatives aux problèmes sur lesquelles celui-ci doit apporter des solutions. Les solutions proposées au gouvernement peuvent avoir plusieurs origines. Les réseaux de politiques (Rhodes, 2006), ainsi que les communautés épistémiques (Haas, 1992) peuvent être utilisés par un gouvernement avec l'objectif de fournir à un autre gouvernement des solutions alternatives qui serviront ses propres intérêts.

L'exemple des démarches qu'a suivies le Québec pour l'adoption de la *Déclaration pour la diversité culturelle* est riche en enseignement. Ainsi, le Québec a agi par l'intermédiaire de cinq leviers qui lui permettaient d'influencer les décisions des autres États. On y retrouve la société civile, il s'agit ici d'un travail de diplomatie publique; on retrouve également les réseaux universitaires, donc les communautés épistémiques; finalement, ils ont agi par l'intermédiaire des relations bilatérales, de l'Organisation internationale de la Francophonie (OIF), ainsi que par le ministère des Affaires étrangères et du Commerce international du Canada. Ils ont donc mis à profit les institutions par lesquelles ils ont accès aux autres États, tant au niveau des gouvernements et des administrations que des citoyens. Cette liste de leviers est présentée, sans détail toutefois, dans la politique de relations internationales du Québec (Québec, 2006, p. 27).

Nous pouvons ainsi remarquer qu'il y a bien deux types de *soft power*, passif ou actif. Si la première forme produit son effet sans qu'un État ait à la diriger, la seconde a besoin d'un appui pour permettre d'arriver aux résultats visés. Différents outils diplomatiques peuvent être utilisés pour diriger et soutenir le *soft power* d'un État afin que celui-ci atteigne son objectif. Ainsi, Henrikson (2007, p. 73) souligne que Nye a raison de mettre l'accent sur « [...] the importance of non-military expressions and the subtler uses of power, for it is these that are usually manifested in diplomacy [...] ». »

SOFT POWER ET DIPLOMATIE PUBLIQUE

Hayden (2012, p. 226) positionne le débat qui est ouvert sur l'entrelacement du *soft power* et de la diplomatie publique. Il faut faire attention de ne pas utiliser le raccourci réducteur qui assimile la diplomatie publique au *soft power*, ce qui serait une erreur conceptuelle. La première est dépendante des valeurs morales, politiques et intellectuelles de la population à qui elle s'adresse (Henrikson, 2007, p. 73), alors que la seconde relève directement de l'État émetteur. Ce seront, en fait, les valeurs communes qui porteront le *soft power* et lui permettront de pénétrer et d'influencer la population qui le reçoit. Ici, devraient s'arrêter les similitudes entre ces deux concepts.

En fait, le *soft power* est un cadre beaucoup plus large qui utilise, entre autres, la diplomatie publique. « Yet soft power remains an underlying justificatory framework from which to argue for public diplomacy (Hayden, 2012, p. 226). » En se retournant vers ce que nous avons décrit comme le *soft power* actif, la diplomatie publique serait l'approche utilisée lorsqu'un gouvernement adresse son *soft*

power à la population d'un autre État avec l'intention que celle-ci fasse pression sur son gouvernement pour qu'il adopte certaines solutions qui soutiendront ses intérêts.

Ainsi, lorsque les démarches d'un État envers un gouvernement étranger n'obtiennent aucun succès, il lui est toujours possible d'utiliser les autres composantes d'un État, telles que ses citoyens, pour arriver à ses fins. C'est ainsi que, dans une approche par le *soft power*, la diplomatie publique entre en jeu. C'est l'aspect du *soft power* où la culture et les valeurs sont le plus mises de l'avant par différents moyens, dont les différentes formes de médias, ainsi que la culture populaire. Ce qui implique que certains gouvernements chercheront à garder les nouveaux médias hors des ententes internationales et hors de toute restriction possible (Bernier, 2004). De cette façon, ils gardent un accès direct à la population d'autres États.

Sur un autre niveau, nous retrouvons également les programmes d'échanges universitaires (Scott-Smith, 2009) et plusieurs autres programmes gouvernementaux visant à informer plus ou moins directement la population d'autres États. John Brown, dans un plaidoyer en faveur de la diplomatie artistique, fait clairement le lien entre la diplomatie culturelle et le *soft power*. Il souligne :

Some foreign-policy professionals would argue that arts diplomacy should not be on our government's radar screen because it is not, in the scheme of things, a priority. Far more significant, they would say, is maintaining a country's hard power while supporting "serious" soft power programs like international broadcasting (Brown, 2009).

John Brown

Si son appel à la diplomatie artistique trouve une justification, c'est dans l'outil qui permet de présenter les valeurs et idées d'une société à une autre. Cependant, son impression que le gouvernement américain ne fait pas appel à sa diplomatie artistique n'est pas fondée. Son expérience au *U.S. Foreign Service* lui a permis de constater que le gouvernement américain ne soutient pas, par l'intermédiaire de ses ambassades, des activités culturelles et artistiques. Toutefois, la culture américaine est probablement celle qui reçoit le plus de visibilité au niveau international, en partie par le HHMMS, mais également par les nouvelles ententes de libre-échange que signe ce gouvernement. À l'image des ententes signées dans le cadre du Plan Marshall et qui donnaient une priorité au cinéma américain en Europe, ces nouvelles ententes permettent la diffusion de la culture américaine par support électronique, entre autres par l'« effet YouTube » que Wyne (2009) prédit encore plus puissant que l'effet CNN.

Ces outils de promotion culturelle permettent à une culture, et ainsi à des valeurs et ultimement à des idées, de pénétrer une autre société et d'influencer ses choix. Cette influence pourra avoir des effets à plus ou moins long terme et plus ou moins directement. Il est effectivement possible d'imaginer une société dont les valeurs évolueraient pour qu'elle demande à son gouvernement d'appuyer une entente internationale, par exemple la *Déclaration pour la diversité culturelle*. Nous pouvons également penser à une société qui pousserait son gouvernement vers la démocratie, comme ce fut le cas en Chine en 1989 où les étudiants ont construit une statue de la liberté, symbole de démocratie

qu'ils demandaient à leur gouvernement en occupant la Place Tian'an Men.

LE CAS DU QUÉBEC

La politique de relations internationales du Québec est l'une des plus stables d'un gouvernement à l'autre. Depuis que le ministre Gérin-Lajoie a défini sa doctrine en 1965, les gouvernements se sont pratiquement tous entendus sur la nécessité pour le Québec de se tourner vers l'international.

Les leviers que la dernière politique de relations internationales du Québec, *La force de l'action concertée*, introduit sont directement liés au *soft power*. En utilisant les réseaux universitaires et la société civile, c'est l'influence du prestige de ces institutions que le gouvernement recherche. En visant la société civile, toutefois, c'est par l'intermédiaire de la diplomatie publique que le gouvernement québécois pourra le mieux la toucher. Nous sommes ainsi en présence d'une véritable utilisation du *soft power* qui a recours à la diplomatie publique.

Sous le gouvernement Charest, la ministre des Relations internationales et de la Francophonie, Monique Gagnon-Tremblay, lors d'une série de discours au Japon, a évoqué chacune des sources du *soft power*, choisissant d'insister sur l'une ou sur l'autre en fonction de son auditoire. Cependant, lors de chacun de ces discours, elle a insisté sur le prestige des institutions québécoises les plus connues au Japon :

L'émergence de nouvelles technologies dans les secteurs de pointe que je viens de citer montre tout le chemin parcouru par le Québec depuis quelques années. Aujourd'hui, l'économie québécoise repose à 70 % sur le secteur des services et non plus seulement sur les ressources naturelles. En voici la preuve :

- Montréal est le siège de 60 % de toutes les sociétés d'ingénierie du Canada;

- 40 % de l'industrie canadienne des télécommunications est établie au Québec;

- Québec est un chef de file du multimédia, de l'optique et de la photonique;

- La région montréalaise est le troisième centre aéronautique mondial après Seattle (Boeing) et Toulouse (Airbus);

- Québec est responsable de quelque 50 % des livraisons et 50 % des investissements dans l'industrie biopharmaceutique canadienne.

Monique Gagnon Tremblay

Lors d'autres discours, elle a mis en évidence les liens culturels qui unissent le Québec et le Japon :

Les premiers contacts entre le Québec et le Japon remontent à la fin du 19e siècle. C'est en 1898, que sœur Marie-Hélène Paradis, missionnaire québécoise s'installe au Japon où elle passera toute sa vie.

Par la suite, des centaines d'autres Québécois et Québécoises ont traversé le Pacifique, d'abord inspirés par des raisons spirituelles, pour installer des missions et fonder des écoles. Une soixantaine d'établissements scolaires, de la maternelle au collège universitaire, furent ainsi fondés par les diverses congrégations québécoises.

Monique Gagnon Tremblay

Ainsi, nous pouvons reconnaître que la ministre adoptait une approche dans la voie du *soft power*. C'est également le cas de la politique de relations internationales du Québec, *La Force de l'action concertée*. Certains passages portent sans équivoque sur le sujet. En gardant en tête que la première source de *soft power* est le prestige d'un État, ou ne serait-ce que la culture dans la définition que donnait Nye, la lecture du passage suivant peut laisser croire que le gouvernement s'alignait précisément sur cette source :

Conscient que le développement d'une image forte, qui reflète bien ses caractéristiques et ses atouts, contribue directement à l'atteinte de ses objectifs internationaux tant économiques, scientifiques que politiques, le Québec entend miser sur les traits qui ont forgé son rayonnement culturel pour développer et positionner son action et ses produits à l'étranger. (Québec, 2006, pp. 86-87)

Monique Gagnon Tremblay

Ces passages ne laissent aucun doute, le Québec sous le gouvernement Charest était aligné sur le *soft power*. Qu'en est-il du nouveau gouvernement québécois et de son ministre des Relations internationales, de la Francophonie et du Commerce extérieur, Jean-François Lisée? Un discours qu'il a prononcé devant le Conseil des Relations internationales de Montréal en février 2013 (Lisée, 2013) nous permet de voir où se situe le nouveau ministre. Ce discours se voulait une liste exhaustive des institutions qui font le prestige québécois. D'entrée de jeu, il énumère le succès des artistes québécois dans le monde artistique, culminant avec Montréal, ville des festivals de jazz, de l'humour et de la Francophonie, soulignant au passage que le Québec est une puissance culturelle. Il poursuit avec le développement économique :

Il devrait aussi remplir son calepin de notations économiques. Il apprendrait que dans les tunnels de métro de 40 villes et sur les chemins de fer de 21 pays, du Chili à l'Ouzbékistan, roulent pas moins de 100 000 véhicules portant un logo québécois, Bombardier.

Il apprendrait qu'en Aérospatiale, la métropole québécoise est sur le podium des trois grandes places mondiales et que des avions québécois sillonnent le ciel de 100 pays. Ils atterrissent dans des aéroports américains, russes ou africains. Des aéroports fabriqués par des ingénieurs québécois. (Lisée, 2013)

Jean-François Lisée

Il revient ensuite sur une particularité économique du Québec, la place particulière qu'occupent les coopératives et les possibilités que celles-ci ouvrent pour le rayonnement du Québec. Il ajoute le rôle que le Québec a joué dans la signature de grandes ententes économiques et culturelles internationales. Son discours est en fait une liste des différentes sources du *soft power* québécois, et

de son prestige international. Dans cet exemple, il met un très fort accent sur le *soft power*, sans toutefois faire référence à la diplomatie publique. Ceci laisse cependant la porte ouverte à ses fonctionnaires.

CONCLUSION

Le *soft power* est un ensemble d'outils d'influence à la disposition des États. Ce sont les différents moyens non coercitifs d'influence qui peuvent s'exprimer d'une manière passive ou d'une manière active. Dans un cas comme dans l'autre, toutefois, la première source du *soft power* est, comme nous l'avons vue, beaucoup plus large que la simple culture. C'est par le prestige de ses institutions qu'un État vient être influent sans qu'il ait à utiliser de soutien ou de menace militaire ou économique.

La forme active du *soft power* est intimement liée aux différents outils de diplomatie qui permettent à un État d'avoir une influence sur un autre État. La diplomatie publique est celle qui s'adresse à la population d'un autre État en utilisant les différents moyens de l'atteindre directement, entre autres par les différentes formes de médias, ou indirectement par divers réseaux d'influence.

Le Québec démontre qu'il utilise activement son *soft power* et qu'il est en mesure de l'exprimer par tous les moyens à sa disposition, dont la diplomatie publique.

BIBLIOGRAPHIE

Bernier, I. (2004). *Les accords de libre-échange conclus récemment par les États-Unis en tant qu'exemple de leur nouvelle stratégie relativement au secteur audiovisuel*.

Bohas, A. (2006). The Paradox of Anti-Americanism: Reflection on the Shallow Concept of Soft Power. *Global Society*, 20(4), 21 pages.

Brown, J. (2009). Arts Diplomacy: The Neglected Aspect of Cultural Diplomacy. Dans N. Snow et P. M. Taylor (Dir.), *Routledge Handbook of Public Diplomacy* (pp. 57-61). New York : Routledge.

Dahl, R. A. (1973). *L'analyse politique contemporaine*. Paris : Robert Laffont, 260 pages.

Greenwald, A. (2010). The Soft Power Fallacy. [Critic]. *Commentary Magazine*, 130(1), 5 pages.

Haas, P. (1992). Introduction : Epistemic Communities and International Policy Coordination. *International Organizations*, 46(1), 35 pages.

Hayden, C. (2012). *The Rhetoric of Soft Power: Public Diplomacy in Global Contexts*. Plymouth : Lexington Books, 300 pages.

Henrikson, A. K. (2007). Niche Diplomacy in the World Public Arena: the Global 'Corners' of Canada and Norway. Dans J. Melissen (Dir.), *The New Public Diplomacy : Soft Power in International Relations* (pp. 221). Basingstoke, New York: Palgrave MacMillan.

Joffe, J. (2001). Who's Afraid o Mr Big? *The National interest*(64)pages.

- Lisée, J.-F. (2013). *Québec : Des ambitions mondiales*. Retrieved from http://www.mrifce.gouv.qc.ca/fr/salle-de-presse/allocutions/2013/2013_02_11.
- Mayer, F. (2011). *Le soft power des États fédérés et la Chine*. Québec : Laboratoire d'étude sur les politiques publiques et la mondialisation, École nationale d'administration publique, 40 pages.
- Nye, J. S. (1991). *Bound to lead : the changing nature of American power*. New York: New York : Basic Books, 306 pages.
- Nye, J. S. (1992). *Le leadership américain : quand les règles du jeu changent*. Nancy: Nancy : Presses universitaires de Nancy pages.
- Nye, J. S. (2004). *Soft power : the means to success in world politics*. New York: New York : Public Affairs, 191 pages.
- Nye, J. S. (2011). *The Future of Power*. New York : PublicAffairs, 320 pages.
- Proudman, M. F. (2003). Soft Power Meets Hard : The Ideological Consequences of Weakness. Dans D. Carment, F. O. Hampson et N. Hillmer (Dir.), *Canada Among Nations : Coping with the American Colossus* (pp. 332-354). Toronto : Oxford university Press.
- Québec. (2006). *La politique internationale du Québec : la force de l'action concertée*.
- Rhodes, R. A. W. (2006). Policy Network Analysis. Dans M. Moran, M. Rein et R. E. Goodin (Dir.), *The Oxford Handbook of Public Policy*. Oxford : Oxford Press.
- Scott-Smith, G. (2009). Exchanges Programs and Public Diplomacy. Dans N. Snow et P. M. Taylor (Dir.), *Routledge Handbook of Public Diplomacy* (pp. 50-56). New York : Routledge.
- Shin, Y. (2007). Book Review : Joseph S. Nye Jr.: Soft Power: The Means to Success in World Politics. [Book Review]. *Millenium Journal of International Studies*, 35, 458-460 pages.
- Tylor, E. B. (1924). *Primitive Culture : Researches in the Development of Mythology, Philosophy, Religion, Art and Custom*. New York : Brentano's pages.
- Van Ham, P. (2005). Power, Public Diplomacy, and Pax Americana. Dans J. Melissen (Dir.), *The New Public Diplomacy : Soft Power in International Relations*. Basingstoke: MacMillan.
- Wyne, A. S. (2009). Public Opinion and Power. Dans N. Snow et P. M. Taylor (Dir.), *Routledge Handbook of Public Diplomacy* (pp. 39-49). New York : Routledge.

ANNEXE 11 – SYLVIANE TARSOT-GILLERY

Sylviane Tarsot-Gillery

Directrice générale déléguée de l'Institut français

LA DIPLOMATIE PUBLIQUE ET CULTURELLE VUE DE L'EXTÉRIEUR DU CANADA : LA DIPLOMATIE CULTURELLE VUE DE FRANCE

Je m'exprimerai pour l'Institut français, opérateur du ministère des Affaires étrangères créé en 2011 et présidé par M. Xavier Darcos, dont les propos m'inspireront largement, notamment ceux tenus lors du colloque que nous avons nous-mêmes organisé sur le sujet en décembre 2011.

La diplomatie française moderne est culturelle et passe par la langue. Marc Fumaroli, dans son recueil *Quand l'Europe parlait français*, nous le rappelle :

La distinction tranchée que nous sommes tentés de faire aujourd'hui entre culture et diplomatie fait obstacle à la compréhension d'un XVIII^e siècle où la diplomatie imprègne tout, parce que ce siècle a recherché passionnément une paix civilisée qu'il savait fragile.

Marc Fumaroli

Le 19^e siècle illustre aussi cette affirmation en commençant par soutenir l'essor des missions catholiques dans le monde, puis son pendant laïque, le mouvement de l'Alliance française, dont on fête le 130^e anniversaire cette année. Le 20^e siècle a mis en place le réseau public en créant des centres culturels, qui furent d'abord des antennes d'universités françaises, sous le nom d'« instituts », avant de devenir des instituts français auprès des ambassades.

C'est dire que la diplomatie française est héritière d'une longue tradition qui met la culture au cœur de son dispositif. Cette évidence a été confortée par l'évolution du monde, qui a favorisé l'émergence d'autres acteurs que les États dans le champ diplomatique, ce qui a donné corps à la notion de diplomatie publique.

Il est banal de dire aujourd'hui – à la suite de Joseph Nye et de son concept de *soft power* – que le pouvoir n'appartient plus seulement à celui qui détient la puissance militaire, industrielle, économique, mais aussi à celui qui a des valeurs à promouvoir et une histoire à raconter sur la destinée commune.

La place des « forces profondes », comme disait l'historien Pierre Renouvin, dans les relations internationales est centrale et implique que la diplomatie s'empare, décrypte et produise des images et du sens. Avec la chute du mur de Berlin et la montée du terrorisme islamiste, le barbu supposé fanatisé a pris la place de l'ancien SS ou du cadre du KGB dans la figure de l'Autre réputé hostile ou dangereux de la littérature ou du cinéma populaire. Parce que les terrains d'affrontement ne sont plus seulement militaires, les ponts culturels sont devenus indispensables pour éviter un « choc des civilisations » et rechercher une « alliance des civilisations ». C'est aussi pourquoi la diplomatie culturelle s'adresse, au-delà des États, à la société civile et aux professionnels.

Avec la globalisation a émergé une « culture-monde » pour reprendre le terme inventé par Gilles Lipovetsky. Les processus de production sont partagés dans les différentes régions du monde, les flux culturels ne connaissent quasiment plus de frontières et la consommation culturelle se fait à l'échelle de la planète. Pour autant, cette uniformisation à l'œuvre n'est pas l'américanisation des esprits, redoutée par certains, et elle produit même son propre antidote. La diversité culturelle est une réalité vivante que les technologies numériques permettent d'entretenir et de favoriser. Pour paraphraser Pascal, la culture est partout et son centre n'est nulle part : mangas japonais, design suédois, musique afro-caribéenne, tango argentin, cinéma indien, etc. résistent et cohabitent dans la « culture-monde ».

Toutefois, cette culture est entre les mains des grandes entreprises de l'industrie culturelle internationale. D'où l'importance à nos yeux de conserver une action publique forte et de se donner les moyens de faire entendre sa voix, de préserver ses intérêts nationaux et d'assurer le développement international du secteur culturel non commercial.

C'est une conviction forte de la France qui n'a pas échappé aux postes diplomatiques américains, dont certains télégrammes révélés par Wikileaks, soulignent que la France pénètre des marchés économiques ou obtient des succès commerciaux en s'abritant derrière – je cite – « le paravent de la coopération culturelle ».

Le rôle décisif et économique de la culture est chaque jour réaffirmé. Les négociations du moment entre l'Union européenne et les États-Unis autour d'un nouvel accord de libre-échange achoppent sur l'« exception culturelle » que défendent la France et quelques autres pays. Les questions culturelles

font dorénavant partie des grands sommets du G8/G20 avec les dossiers climatique ou monétaire.

Pour répondre à ces enjeux nouveaux, la France a réformé son action culturelle extérieure en 2010. Elle s'est dotée d'un opérateur dédié à la diplomatie culturelle – l'Institut français – ainsi que d'un opérateur chargé des échanges universitaires – Campus France – et s'appuie sur le maillage de son double réseau d'instituts et d'alliances. C'est une singularité française que de disposer d'un des réseaux culturels les plus denses au monde, malgré les contraintes budgétaires qui conduisent à en réduire l'envergure. On compte 94 instituts français et des services culturels dans 150 pays. Plus de 900 alliances françaises sont recensées, dont près de 400 conventionnées par le ministère des Affaires étrangères. Elles dispensent des cours de langue française et assurent des activités culturelles. Les Instituts français, appellation désormais de tous les centres culturels, sont publics, dépendants du ministère des Affaires étrangères, qui les finance, et bénéficient de l'expertise, du soutien et des services de l'Institut français à Paris. Les Alliances françaises sont d'initiative et de financement privés, mais accèdent aux subventions et services de l'Institut français et du ministère des Affaires étrangères.

Quel est le rôle de l'Institut français, et plus généralement du réseau culturel, en ce début de 21^e siècle?

À la lumière de la compréhension, que je viens de résumer, de l'idée française de la diplomatie culturelle, l'Institut français obéit à trois orientations essentielles. La première est d'établir des relations, de construire du lien et de la confiance. La deuxième est de favoriser les convergences, de diffuser et de hiérarchiser le flux des idées, des savoirs et de la création. Enfin, la troisième est de participer à la réalisation des objectifs stratégiques du ministère des Affaires étrangères.

CONSTRUIRE DU LIEN ET DE LA CONFIANCE IMPLIQUE D'ÊTRE À L'ÉCOUTE D'UN MONDE QUI CHANGE.

Les « Printemps arabes » ont montré l'importance d'être en capacité de décrypter les tendances de fond de la société civile. Le débat d'idées est, de ce point de vue, devenu une priorité de notre action qui relève clairement de l'influence. Mais d'autres voies permettent aussi de créer du lien. Ainsi, les Saisons culturelles sont un axe majeur pour l'Institut français, non seulement de mise en œuvre d'un savoir-faire en termes d'ingénierie culturelle, mais aussi de reflet d'une conception des échanges et de la coopération. Elles sont un outil diplomatique efficace pour installer une relation de proximité avec les États invités, voire contribuer au ralliement de ces derniers aux positions françaises, comme l'a illustré le festival « Croatie la voici ».

Cela implique aussi de passer d'une pure logique d'offre culturelle à une approche en termes de public, de veille et d'évaluation. C'est pourquoi nos actions sont de plus en plus ciblées vers les publics jeunes, les décideurs ou prescripteurs d'opinion, les francophones et que nous mettons en place un dispositif d'évaluation, sous forme d'indicateurs, en vue de nous assurer de l'efficacité de nos actions et de la pertinence de nos choix.

Créer du lien et de la confiance passe ensuite par la coopération avec les pays du Sud et les pays émergents, dans une logique d'échange et de réciprocité. Depuis plus de vingt ans, le programme *Afrique et Caraïbes en création* et, plus récemment, *Danse l'Afrique danse*, le fonds des *Cinéma du monde* ou le programme d'édition *Nord-Sud* illustrent la conviction qu'il n'y a pas de développement sans culture et que la diversité culturelle requiert une action volontariste.

La coopération passe non seulement par les acteurs diplomatiques traditionnels que sont les États, mais aussi par les relations nouées avec les autres acteurs de la culture. L'Institut français a développé dans cette perspective une politique active de partenariat avec :

- les institutions culturelles françaises et étrangères;
- les collectivités territoriales : villes et régions avec lesquelles nous cofinançons la présence à l'international des acteurs locaux du territoire;
- nos homologues, notamment européens – *British Council*, Goethe institut –, mais aussi québécois avec une entente en préparation avec le CALQ et la SODEC;
- les entreprises et fondations d'entreprises qui apportent un mécénat, devenu indispensable, ainsi qu'une proximité avec les préoccupations du monde économique.

L'Institut français joue le plus souvent un rôle d'assembleur, d'interface entre professionnels français et étrangers, entre professionnels et publics, entre professionnels et entreprises ou autorités internationales.

FAVORISER LES CONVERGENCES, EN TANT QUE CENTRE DE RESSOURCES ET D'ÉCHANGES

Pour remplir son rôle, l'Institut français se doit de construire, en lien avec le réseau culturel, un espace de convergence des formes françaises du savoir et de la création, un lieu d'échanges et de regards croisés sur le monde, un réservoir d'outils à disposition des acteurs et du réseau culturels, être producteur de références.

L'Institut français soutient prioritairement l'émergence des formes nouvelles, l'innovation et la création contemporaine, dans tous les domaines culturels et artistiques. Sans écarter les productions plus classiques ou reconnues, il vise à être en capacité de conseiller et d'accompagner le réseau dans la prise en compte des formes hybrides ou nouvelles pour contribuer à renouveler l'image de notre pays et le positionner dans l'actualité du monde.

Les publics auxquels il s'adresse sont le vaste public des francophones, le monde des professionnels et des chercheurs. Notre mission est de :

- favoriser la mobilité de ces publics, à travers des programmes dédiés selon des objectifs spécifiques (jeunes francophones et droits de l'homme, résidences de création, etc.);
- organiser la rencontre et le dialogue, notamment dans le champ des sciences humaines et sociales, autour des grandes problématiques de société;
- proposer des actions de repérage de la scène artistique française comme les « Focus »;
- susciter des projets de coproduction dont on assure ensuite la circulation avec le dispositif

« Circles ».

L'Institut français cherche aussi à atteindre le public des prescripteurs publics : médias, cercles de réflexion, parlementaires, élus locaux...

Pour cela, nous avons multiplié les espaces de dialogue et de discussion en privilégiant le numérique. Nous avons développé toute une série d'outils numériques et investi les réseaux sociaux :

- en direction du public : site web 2.0, web TV, Culturethèque, applications mobiles, Facebook, Twitter, etc.;
- en direction du réseau et des professionnels : IF prog, IF Cinéma, IF verso, Vizamonde.

Consubstantiel à l'idée de réseau, le déploiement du numérique redéfinit l'exercice de nos métiers, en épouse l'évolution, la prévoit et l'anticipe. Il encourage sur un mode horizontal les mises en relation et la convergence. L'offre numérique est devenue pléthorique, nous sommes confrontés à l'« hyperchoix ». Il importe plus que jamais de hiérarchiser, de donner du sens, d'apprendre à apprendre à travers l'indexation et l'éditorialisation de ces nouveaux outils.

S'INSCRIRE DANS LES OBJECTIFS STRATÉGIQUES DU MINISTÈRE DES AFFAIRES ÉTRANGÈRES

Cela veut dire d'abord mettre en œuvre des stratégies régionales attentives aux mouvements d'espaces géolinguistiques et politiques cohérents. L'Europe est un espace privilégié d'intégration des politiques culturelles et de collaboration, qui trouve aussi à s'exprimer hors de l'Union, notamment grâce au réseau des centres culturels EUNIC. Les pays en développement, en particulier l'Afrique, font partie de l'ADN de l'Institut français avec des dispositifs spécifiques favorisant le développement de la société civile et des scènes locales. Les pays prescripteurs et les pays émergents sont ciblés pour favoriser le développement les échanges et la structuration des marchés.

Par ailleurs, le ministre des Affaires étrangères a fait de la diplomatie d'influence la priorité de son action, qu'il fait reposer principalement sur l'économie et la culture. Dans ce cadre, l'Institut français soutient l'économie culturelle :

- dans le secteur du livre : l'aide à la publication, à la traduction et à la cession de droits;
- dans le secteur du cinéma : l'aide à la production des cinémas du Sud, promotion non commerciale dans les festivals;
- dans le secteur vidéo et numérique : fonds de mobilité, promotion non commerciale;
- dans le secteur musical : soutien aux tournées;
- dans le secteur des arts visuels : aide aux galeries dans les foires internationales, insertion professionnelle des jeunes artistes.

Enfin, l'Institut français est responsable de la professionnalisation des agents du réseau – Instituts français et Alliances françaises – dans la mesure où il s'agit de métiers à part entière qui s'exercent dans un environnement concurrentiel. À cet effet, il met en œuvre des programmes de formation aussi bien dans les différents domaines de compétences du réseau (artistique, culturel, audiovisuel) que dans le champ des compétences techniques et managériales. Plus de 1300 agents ont été formés

en 2012.

* * *

Face à la connexion universelle et aux stratégies industrielles et commerciales mondialisées, le message de la culture doit être fort. Il porte sur les enjeux humains, économiques et politiques par les valeurs que ce message permet de promouvoir et de diffuser.

La diplomatie culturelle contribue à peser politiquement dans le monde et en particulier là où il bouge, à défendre durablement la diversité culturelle et à contribuer à l'influence politique et économique de notre pays.

Pour paraphraser Clausewitz, la diplomatie culturelle, c'est la compétitivité poursuivie par d'autres moyens.

ANNEXE 12 – ULRICH UFER

Ulrich Ufer

Professeur au Département d'anthropologie et au Centre canadien d'études allemandes et européennes de l'Université de Montréal

LA POLITIQUE CULTURELLE ALLEMANDE À L'ÉTRANGER : ACTEURS, AMBITIONS ET DÉFIS ACTUELS

INTRODUCTION

La politique culturelle joue un rôle d'importance aujourd'hui, en Allemagne comme dans un grand nombre d'autres pays. Cependant, la politique culturelle allemande actuelle présente des particularités qui la distinguent de celles qui sont pratiquées ailleurs. La politique culturelle allemande se divise d'abord entre la politique culturelle à l'intérieur du pays et celle qui s'adresse à l'étranger. Toutes les deux devant être considérées avec pour arrière-fond l'histoire allemande, en particulier le régime nazi et la résurgence d'une Allemagne démocratique après la Deuxième Guerre mondiale. Nous nous intéresserons davantage à la politique culturelle à l'étranger en étudiant, sur la base d'un bref aperçu historique des autres acteurs, l'Office allemand d'échanges universitaires (*Deutscher Akademischer Austauschdienst*, DAAD) en tant qu'un des acteurs principaux de cette politique. Nous montrerons que l'Office allemand d'échanges universitaires est devenu aujourd'hui un outil politique qui opère à l'échelle mondiale et dont les tâches vont bien au-delà d'une simple politique culturelle. Cette affirmation sera étayée par l'analyse de trois défis importants actuellement adressés par le DAAD dans sa *Stratégie 2020* : premièrement, comment adapter la politique culturelle allemande à l'étranger aux besoins démographiques nationaux; deuxièmement, comment adapter l'éducation nationale aux besoins de la politique culturelle allemande à l'étranger; troisièmement, comment adapter la politique culturelle allemande à l'étranger à un marché mondial de l'éducation compétitif.

POLITIQUE CULTURELLE ALLEMANDE – EN ALLEMAGNE ET À L'ÉTRANGER

Du fait de sa structure fédérale et des compétences partagées entre l'État fédéral et les *Länder*, la politique culturelle allemande, y compris l'éducation et l'enseignement à tous les niveaux, est un champ qui rassemble divers acteurs. À l'intérieur de l'Allemagne, la politique culturelle relève de la responsabilité des *Länder*. Mais elle devient le privilège de l'État fédéral dès lors qu'elle concerne les relations avec d'autres pays, puisqu'elle relève des affaires étrangères. Cependant, cette distinction claire entre politiques culturelles à l'intérieur et à l'extérieur de l'Allemagne ne correspond pas tout à fait à la pratique réelle : souvent, les deux s'entrecroisent suite à un mélange d'intérêts ou de responsabilités, ou encore à cause de l'impact des lois fédérales sur les *Länder*.

Par exemple, la politique de l'éducation étant le privilège des *Länder*, elle est négociée et coordonnée entre eux au sein de la conférence des ministères de la Culture des *Länder*. Néanmoins, cette conférence doit aussi tenir compte des écoles allemandes à l'étranger, bien que celles-ci ne soient pas gérées par les *Länder*, mais cofinancées par l'État fédéral et des initiatives locales particulières. En 2005, la conférence des ministères de la Culture a donc approuvé le règlement pour l'examen international du baccalauréat (*Abitur*) offert par les écoles allemandes à l'étranger. De plus, plusieurs *Länder* entretiennent leurs propres « ambassades » à l'étranger dans la perspective de promouvoir l'économie du *Land* et de propager sa culture : il existe ainsi une Représentation de l'État de Bavière à Montréal.

D'un autre côté, la restructuration du paysage universitaire allemand dans le cadre du processus de Bologne témoigne de l'impact de la politique fédérale au niveau des *Länder*. Depuis 2005, la *Deutsche Forschungsgemeinschaft* (DFG), le plus grand organisme allemand de financement de la recherche au sein des universités, a proclamé l'« Initiative d'excellence ». Celle-ci a eu un fort impact en créant un petit nombre d'universités d'excellence qui doivent jouer le rôle de phares tant au niveau national qu'à l'échelle internationale. La DFG étant majoritairement financée par l'État fédéral, ce dernier arrive donc, à travers l'« Initiative d'excellence », à intervenir dans le domaine de la politique culturelle à l'intérieur du pays. Nous considérerons plus en détail l'impact de la politique culturelle allemande à l'étranger sur la politique culturelle à l'intérieur du pays lors de notre analyse de la *Stratégie 2020* du DAAD.

APERÇU HISTORIQUE DES ACTEURS DE LA POLITIQUE CULTURELLE ALLEMANDE À L'ÉTRANGER

Depuis la fin de la Deuxième Guerre mondiale, la politique culturelle à l'étranger a joué un rôle plus important pour l'Allemagne que pour d'autres pays. Elle faisait partie du renouveau de la société allemande après le régime des nazis, notamment quand il s'agissait de promouvoir dans le monde entier une nouvelle image de l'Allemagne d'après-guerre et de faciliter les processus de démocratisation à l'intérieur du pays et de réouverture vers le monde extérieur. Dans les années 1950,

on observe ainsi la fondation d'une gamme entière d'organisations et d'institutions dédiées à la coopération culturelle à l'échelle internationale. Il s'agissait parfois de créations nouvelles et parfois de réouvertures se basant sur la tradition d'institutions antérieures à la prise de pouvoir des nazis, mais qui avaient perdu leur indépendance sous ce régime à partir de 1933. Nous nous concentrerons ici sur les acteurs financés, au moins en partie, par les budgets de l'État fédéral ou par les *Länder*. En regard de notre intérêt pour la « politique culturelle », nous laisserons de côté toute une série d'associations et d'initiatives non politiques provenant de la société civile et engagées elles aussi dans la coopération culturelle internationale, telle que l'Association allemande pour les relations culturelles à l'étranger (*Verein für Deutsche Kulturbeziehungen im Ausland*), dont l'existence remonte à 1881, ou la Société germano-canadienne (*Deutsch-Kanadische Gesellschaft*). Au cours de ce bref aperçu, nous ne parlerons pas du DAAD, puisqu'il fera l'objet d'une analyse détaillée ensuite.

○ Les Instituts Goethe

Les Instituts Goethe sont un bon exemple de la vague de création d'institutions culturelles agissant à l'échelle internationale après la Deuxième Guerre mondiale : fondés en 1951, ils se basaient sur la tradition de la *Deutsche Akademie* qui, entre 1925 et 1945, s'occupait de l'enseignement de la culture et de la langue allemande à l'étranger. En fait, contrairement à la crainte de la *Deutsche Akademie* de voir ses coopérations internationales interdites par les nazis, les années de guerre connurent le financement le plus élevé, la politique culturelle à l'étranger ayant été transformée en outil de pouvoir, tentant à la fois d'améliorer la perception de l'Allemagne dans les territoires conquis et d'éviter l'isolement international que l'Allemagne a connu pendant la Première Guerre mondiale.

Aujourd'hui, on trouve des Instituts Goethe dans 13 villes d'Allemagne et dans 92 pays dans le monde entier. Dans ces pays, 150 Instituts Goethe et onze filiales administratives enseignent la langue et la culture allemandes à plus de 230 000 inscrits par année. Financé majoritairement par l'État fédéral, l'Institut Goethe disposait en 2010 d'un budget d'environ 334 millions d'euros, qui permet de subventionner les cours de langue et la propagation de la culture allemande à travers les échanges internationaux d'artistes et d'auteurs, l'entretien des bibliothèques allemandes et les expositions itinérantes sur la culture allemande actuelle.

○ La Fondation Alexander von Humboldt

La Fondation Alexander von Humboldt connaît une histoire similaire. Fondée en 1860 suite au décès de ce chercheur et explorateur réputé, la Fondation Alexander von Humboldt offrit d'abord de l'aide au financement des recherches menées à l'étranger par des chercheurs allemands. Puis, après la perte de tous ses capitaux lors de la crise inflationniste de 1923, elle fut fondée pour la deuxième fois en 1925 par le ministère des Affaires étrangères, cette fois dans le but de faciliter les séjours de chercheurs étrangers en Allemagne. Elle est refondée en 1953 par la République fédérale allemande avec le même objectif, accueillant jusqu'à aujourd'hui plus que 24 000 chercheurs étrangers en Allemagne.

○ L'Institut pour les relations avec l'étranger

L'Institut pour les relations avec l'étranger est l'une des toutes premières organisations dédiées à la politique culturelle à l'étranger. Fondé en 1949 à Stuttgart, l'*IfA* est financé depuis par l'État fédéral, le *Land* de Bade-Wurtemberg et la ville de Stuttgart. Il reprend la tradition de l'Institut allemand pour l'étranger (*Deutsches Ausland-Institut*) qui fut créé en 1917 sous la forme d'une initiative pour la paix et le rapprochement des peuples. Pendant le régime des nazis, il subit le même traitement que toutes les autres organisations, se voyant soumis au contrôle du parti nazi NSDAP à partir de 1933 et collaborant avec lui afin de germaniser les territoires occupés dans l'est de l'Europe. Aujourd'hui, l'*IfA* se positionne comme un médiateur entre les cultures, mettant particulièrement en avant la diffusion à l'étranger de l'art contemporain allemand, ainsi que les coopérations culturelles avec l'Europe de l'Est, du Sud-est et avec le Proche-Orient.

○ Les écoles allemandes à l'étranger

Nous comptons également parmi les acteurs de la politique culturelle allemande à l'étranger les écoles allemandes à l'étranger, qui sont autorisées à délivrer des diplômes reconnus en Allemagne. Financées en partie par l'État fédéral allemand et en partie localement par des initiatives privées à l'étranger, elles représentent plus de 140 institutions à travers le monde. Avec leurs programmes respectant à la fois les exigences locales et les exigences allemandes, les écoles allemandes à l'étranger enseignent, entre autres, la culture et la langue allemande, et elles délivrent des diplômes reconnus en Allemagne. Ainsi, elles offrent aux élèves étrangers ou expatriés qui achèvent le baccalauréat allemand (*Abitur*) une entrée privilégiée dans le système universitaire allemand.

○ Les Maisons des sciences et de l'innovation à l'étranger

Présentement, l'État fédéral allemand entretient cinq Maisons des sciences et de l'innovation (*Deutsche Wissenschafts- und Innovationshäuser*) à l'étranger. Ces institutions, situées à New York, Sao Paulo, Moscou, Tokyo et New Delhi, font partie d'une nouvelle stratégie mondiale du gouvernement fédéral, à travers le ministère des Affaires étrangères et en coopération avec la Chambre allemande de commerce et d'industrie, ainsi qu'avec diverses fondations pour le financement de la recherche, comme la fondation Alexander von Humboldt. En s'engageant pour la promotion de l'Allemagne en tant que pays d'excellence dans la recherche et l'innovation, pour le dialogue scientifique international et pour la coopération scientifique entre l'Allemagne et l'étranger, les Maisons des sciences et de l'innovation jouent un rôle de médiateur non seulement sur le plan scientifique, comme le DAAD, mais aussi sur le plan relationnel en rassemblant des institutions, des entreprises et d'autres acteurs non académiques.

○ Les chaînes radio et de télévision allemandes à l'étranger

Finalement, il y a un volet médiatique à la politique culturelle allemande à l'intérieur du pays ainsi qu'à l'étranger. La chaîne radio *Deutsche Welle* (l'Onde allemande) possède depuis 1953 le mandat de diffuser à l'étranger des émissions en langue allemande et en langues étrangères à propos de l'Allemagne et sa culture. Une chaîne radio antérieure portant le même nom avait été établie en 1924,

mais, comme toutes les autres institutions culturelles, les nazis en ont pris le contrôle à partir de 1933 et l'ont utilisée, en association avec la Chaîne allemande sur ondes courtes (*Deutscher Kurzwellensender*), comme outil de propagande. S'adressant à une audience située à l'étranger, la radio *Deutsche Welle* est totalement financée depuis la fin de la Deuxième Guerre mondiale par l'État fédéral allemand. Son travail est effectué par la *Deutschlandradio*, qui s'adresse à une audience germanophone à l'intérieur de l'Allemagne. Dans un contexte national où le paysage radio-médiatique est fortement diversifié, car chaque *Land* entretient ses propres chaînes radio, auxquelles s'ajoutent les multiples radios privées locales, la *Deutschlandradio* est diffusée partout en Allemagne. Elle offre ainsi depuis 1953 des émissions culturelles et éducatives qui cherchent à promouvoir une identité et une culture allemande partagée, tout en contribuant à l'éducation démocratique de la population. Ce volet médiatique de la politique culturelle à l'intérieur de l'Allemagne et à l'étranger s'est encore diversifié lorsque la chaîne de télévision ARTE a pris l'antenne en 1992 en tant que coproduction franco-allemande. Toutes les émissions sont synchronisées ou sous-titrées en allemand ou en français dans le but d'améliorer l'entente entre les deux peuples et de mettre en avant les valeurs d'une Europe unifiée.

LE DAAD – UN DES ACTEURS PRINCIPAUX DE LA POLITIQUE CULTURELLE ALLEMANDE À L'ÉTRANGER

Nous allons maintenant nous intéresser à l'institution la plus importante de la politique culturelle allemande à l'étranger : le DAAD. Créé en 1950, le DAAD dispose aujourd'hui du budget le plus élevé parmi les acteurs allemands de la politique culturelle à l'étranger. Avec 428 millions d'euros en 2012, son budget est plus important que celui des Instituts Goethe (334 millions d'euros en 2012) ou celui de la *Deutschlandradio* (271 millions d'euros en 2012). Environ 80 % du budget provient du gouvernement fédéral, en particulier du ministère des Affaires étrangères, du ministère de l'Éducation et de la Recherche et du ministère de la Coopération économique et du Développement. 13 % du budget est financé par l'Union européenne, le restant étant composé de revenus provenant de sources diverses. Avec un tel budget, le DAAD se présente comme la plus grande organisation dans le monde concernant la coopération universitaire sur les trois dimensions couvertes par son mandat : les échanges d'étudiants, les échanges de chercheurs et les coopérations institutionnelles. Son budget se compare avantageusement à celui du prestigieux programme *Fulbright* des États-Unis, qui représentait 253,8 millions de dollars en 2010 (auxquels s'ajoutaient 60 millions de dollars de financements bilatéraux).

o Le budget et les domaines d'engagement du DAAD

Le DAAD opère principalement dans cinq domaines, facilement identifiables en observant le budget de l'organisation. En 2010, pour un budget total de 392 millions d'euros, les dépenses du DAAD se répartissaient ainsi : en premier lieu, l'offre de bourses aux étudiants allemands pour aller étudier et faire des recherches à l'étranger (111 millions d'euros); en second lieu, l'offre de bourses aux étudiants étrangers pour venir étudier et faire des recherches en Allemagne (83 millions d'euros); en troisième lieu, l'engagement dans la coopération avec les pays en voie de développement dans le domaine de l'éducation (76 millions d'euros); en quatrième lieu, le soutien à l'internationalisation des

universités allemandes (75 millions d'euros); et finalement, la promotion de l'enseignement des études allemandes et de la langue allemande à l'étranger (47 millions d'euros).

○ Structure administrative du DAAD

Le champ d'opération du DAAD comprend le monde entier, mais la structure hiérarchique de son administration révèle des engagements plus importants dans des régions stratégiques. Depuis son siège principal à Bonn, le DAAD dirige 15 filiales distribuées, à l'exception de l'Australie, à travers tous les continents. Aux pays traditionnels de collaboration intensive, tels que les États-Unis, la France, l'Angleterre, le Japon, l'Inde ou la Russie, se sont ainsi ajoutées récemment de nouvelles filiales. Depuis l'an 2000, on remarque une présence grandissante en Asie (Beijing, Jakarta), en Afrique de l'Est (Nairobi) et en Amérique du Sud (Rio de Janeiro). Les 15 filiales coordonnent dans leurs régions respectives le travail de 51 Centres d'information. Le DAAD entretient ainsi des représentations institutionnelles dans 61 pays différents. Il faut y ajouter les nombreux pays avec lesquels le DAAD coopère sur la base de projets avec les institutions locales ou par l'échange d'étudiants et de chercheurs. Par exemple, même s'il n'y a ni filiale ni Centre d'information en Mongolie, le DAAD finance le poste d'un maître de conférence au département des études allemandes à l'université d'Oulan-Bator et il donne plusieurs bourses facilitant la mobilité étudiante entre les deux pays.

○ Engagement du DAAD en Amérique du Nord

L'importance du rôle des relations transatlantiques dans la fondation du DAAD (voir ci-après) explique que l'Amérique du Nord puisse servir d'exemple pour montrer les implications du DAAD dans la politique culturelle allemande à l'étranger. La filiale du DAAD à New York est l'une des plus anciennes. Sa position stratégique est démontrée, entre autres, par son adresse prestigieuse au 871 United Nations Plaza. Sous la direction de cette filiale new-yorkaise, deux Centres d'information gèrent les régions éloignées : l'un, situé à San Francisco, s'occupe de la côte ouest des États-Unis et l'autre, situé à Toronto, est responsable du Canada. Sur le plan de la coopération institutionnelle, le DAAD de New York a financé plusieurs centres nord-américains de recherche en études allemandes pour dix ans ou plus. Par exemple, les Centres d'études allemandes et européennes à l'Université de Montréal et à la York University ont été financés à 100 % par le DAAD de 1997 à 2007, et ils reçoivent encore aujourd'hui des sommes importantes sur la base de demandes de financement pour projets. Au Canada et aux États-Unis, le DAAD finance également une vingtaine de positions de professeurs invités dans diverses universités. Mandatés pour cinq ans au maximum, ces « professeurs DAAD » sont chargés d'enseigner les études allemandes et européennes, d'améliorer le réseautage scientifique entre l'Allemagne et l'Amérique du Nord et de s'engager dans la politique culturelle allemande à l'étranger. Leur travail est facilité, pour le Canada, par une entente bilatérale entre les deux pays : l'*Entente pour la coopération culturelle* datant de 1975. De nombreuses positions de maître de conférence s'ajoutent aux « professeurs DAAD ». Ils sont envoyés dans les universités nord-américaines pour enseigner la langue allemande et pour donner des cours sur la culture allemande.

Depuis 2010, l'action du DAAD de New York est soutenue par celle de la maison new-yorkaise des cinq Maisons des sciences et de l'innovation, qui entretient un important réseau incluant notamment des

acteurs non académiques. Le DAAD en Amérique du Nord fait un travail important pour la promotion des savoirs sur l'Allemagne et pour faciliter les échanges entre l'Allemagne et le Canada ou les États-Unis. Ainsi, en 2008, le DAAD a financé presque 500 bourses pour permettre à des étudiants allemands d'aller étudier au Canada. Dans le sens inverse, presque 300 étudiants canadiens ont reçu un financement pour leurs séjours d'études en Allemagne. Si on regarde le détail des chiffres, on s'aperçoit que l'invitation en Allemagne prend préséance sur l'envoi des Allemands à l'étranger : seul un étudiant allemand au Canada sur cinq a profité d'une bourse DAAD en 2008, mais presque trois étudiants canadiens en Allemagne sur cinq ont obtenu des bourses DAAD pour venir en Allemagne.

HISTORIQUE DU DAAD – D'UN ÉCHANGE TRANSATLANTIQUE JUSQU'À L'ENGAGEMENT MONDIAL

En 1925, un échange d'étudiants entre l'Université de Heidelberg et le New York Institute of International Education occasionne la fondation d'une institution antérieure au DAAD : la *Akademischer Austauschdienst*. Dans les années suivantes, les échanges se font principalement entre les États-Unis et l'Allemagne. En 1931, l'organisation change de nom et s'appelle par la suite *Deutscher Akademischer Austauschdienst*. L'ancêtre du DAAD maintient déjà à ce stade des relations avec dix pays, comptabilisant au total 110 bourses d'échange. Il existe alors dix bureaux du DAAD à l'étranger, neuf en Europe et un aux États-Unis. Avec la prise de pouvoir des nazis en 1933, le DAAD perd son indépendance comme toutes les autres institutions de la politique culturelle (voir ci-dessus). En 1934, le président du DAAD sera même arrêté. Après que le siège du DAAD ait été détruit par les bombardements en 1943, le DAAD cesse toutes ses opérations. Toutefois, sept ans après, en 1950, il est fondé à nouveau à l'initiative de l'Angleterre. Son mandat est de rebrancher l'Allemagne avec le monde et de promouvoir une nouvelle image de l'Allemagne d'après-guerre à l'étranger. Modestement financé, avec un budget de 7 000 Deutschemarks, le DAAD reprend son travail. Dès la fin des années 1950, la politique culturelle et les programmes d'éducation gagnent de l'importance en Allemagne : les activités du DAAD sont de plus en plus reconnues et valorisées. Une filiale est ouverte à Londres et le gouvernement fédéral met à disposition du DAAD un budget de 7,5 millions de Deutschemarks. Au cours des années 1960, de nouvelles filiales sont ouvertes au Caire et à New Delhi. En 1966, 420 professeurs d'Europe centrale et orientale acceptent l'invitation du DAAD à venir en Allemagne et le DAAD envoie 233 maîtres de conférence à l'étranger. Le budget du DAAD est alors de 34 millions de Deutschemarks. La prochaine décennie voit encore l'ouverture de nouvelles filiales et une augmentation importante du budget et des activités. Quatre nouvelles filiales sont ouvertes à New York, Rio de Janeiro, Tokyo et Nairobi. En 1975, le budget est de 87,7 millions de Deutschemarks et le DAAD compte 188 employés. Le nombre total des boursiers dépasse alors les 13 000, dont presque 9 000 étrangers et plus de 4 000 Allemands. Ces chiffres continuent de s'accroître : en 1985, le budget du DAAD est de 170 millions de Deutschemarks, il y a plus de 23 000 boursiers et une filiale ouvre à San José au Costa Rica.

Si la politique culturelle allemande à l'étranger pendant les quarante ans allant de 1950 à la fin des années 1980 a été marquée par la réintégration de l'Allemagne dans la communauté internationale et par la projection d'une image positive de son développement économique et démocratique, les années 1990 et la première décennie du nouveau millénaire représentent une période de transition et de

réorientation à travers la formulation de nouvelles stratégies et buts. Après la réunification allemande, le DAAD assume et continue les programmes d'échanges de l'ancienne République démocratique allemande. Ce qui implique des investissements importants en direction de l'Est. Au cours des années 1990, de nouvelles filiales sont ouvertes à Moscou, Beijing, Jakarta et Varsovie. En 1999, le DAAD représente un budget de 422 millions de Deutschemarks, 462 employés et 60 000 boursiers, dont 26 000 étrangers et 34 000 Allemands. Dans les 14 années qui suivent, son financement va encore doubler, atteignant 428 millions d'euros en 2012. Cette dernière explosion budgétaire donne lieu à une analyse approfondie du rôle stratégique accordé à la politique culturelle allemande à l'étranger en regard de plusieurs défis de politique intérieure et du contexte de mondialisation (voir ci-après). Au total, depuis 1950, le DAAD a financé les séjours d'études ou de recherches d'environ 760 000 étrangers en Allemagne et presque un million d'Allemands ont profité d'une bourse DAAD pour aller étudier ou faire de la recherche à l'étranger.

LA POLITIQUE CULTURELLE ALLEMANDE À L'ÉTRANGER DU DAAD DANS LE CONTEXTE DES DÉFIS ACTUELS

Bien que la politique culturelle allemande possède ses propres objectifs – améliorer les relations avec les autres pays, propager la culture allemande et contribuer à une image positive de l'Allemagne à l'étranger –, elle n'est pas déconnectée de la politique « dure » et stratégique. Les budgets grandissants des acteurs de la politique culturelle allemande à l'étranger depuis les années 1990 peuvent ainsi être analysés dans le contexte du paradigme sur la compétitivité et sur l'attrait de la place économique. Selon ce courant de pensée, souvent qualifié de « néolibéral », les nations et les régions sont en compétition pour attirer des investissements internationaux et des travailleurs qualifiés. La récente *Stratégie 2020* du DAAD s'attaque clairement à ces défis actuels, qui seront analysés par la suite en nous concentrant sur trois aspects : le changement démographique, l'adaptation de l'éducation supérieure nationale à la politique culturelle allemande à l'étranger et la compétition sur le marché mondial de l'éducation.

o Adapter la politique culturelle à l'étranger aux besoins démographiques nationaux

La population allemande s'atrophie. Actuellement, on compte 82 millions d'Allemands, mais, selon les pronostics de l'Office fédéral de la statistique, ce chiffre tombera entre 64 et 74 millions d'ici à 2050. De plus, la population allemande vieillit : la population en âge de travailler sera ainsi réduite de 50 millions en 2008 à un nombre entre 36 et 39 millions en 2050. Les deux facteurs – diminution et vieillissement – causeront des problèmes de grande ampleur. Ils vont affecter la compétitivité de l'économie allemande à travers le manque de personnel qualifié et nuire au fonctionnement du système social, car la couche active de la population, tout en se réduisant, sera confrontée au défi de supporter un groupe de retraités toujours plus nombreux. En conséquence, l'Allemagne aura besoin d'une immigration intensifiée dans les prochaines décennies. Elle devra en particulier attirer de jeunes immigrants lorsqu'ils entrent dans les programmes de qualification et spécialisation professionnelles. La *Stratégie 2020* du DAAD, publiée début 2013, a donc pour objectif d'attirer pas moins de 350 000 étudiants étrangers en Allemagne d'ici 2020. C'est-à-dire que, dans les sept prochaines années, le

DAAD va tenter de faire venir en Allemagne presque la moitié du total des étudiants étrangers qui sont venus depuis la fin de la Deuxième Guerre mondiale (760 000 étudiants étrangers entre 1950 et 2010). L'ampleur de la *Stratégie 2020* indique un changement d'échelle dans la politique culturelle allemande à l'étranger, au moins en ce qui concerne le travail du DAAD dans le domaine de l'éducation. Alors qu'il agissait surtout dans le champ de la diplomatie culturelle au cours des décennies qui ont suivi son inauguration – en promouvant une image positive de l'Allemagne à l'étranger à travers l'éducation et en donnant l'occasion aux étrangers de réaliser des expériences positives en Allemagne – le DAAD met aujourd'hui plus l'accent sur son rôle stratégique dans la réalisation des intérêts domestiques de l'Allemagne, notamment l'amélioration de la compétitivité allemande au niveau international.

- **Adapter l'éducation supérieure nationale à la politique culturelle allemande à l'étranger**

Augmenter le rôle de la politique culturelle allemande à l'étranger dans le domaine de l'éducation supérieure a aussi des conséquences pour le système universitaire domestique. La stratégie internationale doit notamment être coordonnée avec une stratégie interne à propos de la comparabilité des diplômes, de la structure et de la visibilité de l'excellence des universités allemandes, ainsi que de l'attractivité des universités allemandes pour les étudiants étrangers, en particulier sur les plans de la langue d'enseignement et des frais d'inscription.

Le processus de Bologne

Depuis 1999 et la signature de la convention de Bologne, l'Allemagne a commencé à adapter les diplômes issus des institutions allemandes d'éducation supérieure à un standard international. Le *Bachelor of Arts* et le *Master of Arts* ont remplacé la vieille structure du curriculum allemand, divisée auparavant en *Vordiplom* et *Diplom* pour les sciences naturelles et sociales et en *Zwischenprüfung* et *Magister* pour les sciences humaines. Dans le même temps, des « PhD schools » offrant des programmes coordonnés aux doctorants remplacent de plus en plus la vieille tradition allemande où le doctorat se comprenait comme une recherche solitaire et libre sans obligation scolaire. La convention de Bologne étant un produit de la coopération européenne, elle permet aussi la compatibilité des diplômes allemands à l'échelle mondiale. En particulier, elle permet aux étudiants venant des pays où il existe une structure de diplôme de type nord-américain de s'intégrer plus facilement dans les études de deuxième et troisième cycles en Allemagne. Ainsi, le travail du DAAD est facilité par l'élimination des barrières administratives auxquelles se heurtaient un grand nombre d'étudiants étrangers voulant réaliser leurs études en Allemagne.

Adapter le système d'éducation supérieure en Allemagne aux critères internationaux d'excellence

Le paysage de l'éducation supérieure en Allemagne est lui aussi marqué par l'esprit confédéral de l'Allemagne. Bien qu'il y ait des universités reconnues pour l'excellence de leur recherche et de leurs enseignements dans certaines disciplines, l'Allemagne ne connaissait pas les universités du type « Oxbridge » en Angleterre, « Ivy League » aux États-Unis ou « Grandes Écoles » en France. Le manque de visibilité de l'excellence, en particulier le manque d'universités-phares, qui attirent par leur

rayonnement les étudiants allemands et étrangers, a été reconnu comme un désavantage pour la compétitivité allemande à l'échelle internationale. Depuis 2005, l'« Initiative d'excellence » financée par le gouvernement fédéral (à travers l'Association allemande pour la recherche, DFG) et les *Länder*, attribue le titre d'« Université d'excellence » lors de concours nationaux en Allemagne. D'un côté, cette initiative reconfigure de manière hiérarchisée le paysage académique allemand en localisant des *clusters* thématiques au sein d'une seule institution. D'un autre côté, elle impacte la perception du paysage académique allemand à l'étranger en rendant ces centres d'excellence visibles. De ce fait, l'excellence des universités allemandes apparaît plus facilement dans les évaluations et les comparaisons à l'échelle internationale, comme celle du *Shanghai Ranking*. Mais, dans le même temps, le paysage de l'éducation supérieure en Allemagne est aujourd'hui plus hiérarchisé qu'il ne l'était auparavant.

L'attractivité des universités allemandes pour les étudiants étrangers

Si on regarde les universités allemandes sur le plan de leur attractivité pour les étudiants étrangers, l'un des plus grands défis est la langue d'enseignement. La langue allemande devrait certainement être classifiée comme une « langue de science » au vu des grands chercheurs provenant de quasiment toutes les disciplines qui ont publié leurs ouvrages en allemand. Cette identité linguistique de la science allemande, cependant, est en conflit avec les exigences actuelles : aujourd'hui, les chercheurs doivent publier en langue anglaise pour se faire remarquer dans la communauté mondiale des scientifiques. L'enseignement reflète également cette tendance à l'internationalisation : soutenus par le programme du DAAD dédié à l'internationalisation des universités allemandes, le nombre de programmes d'étude enseignés en langue étrangère en Allemagne a largement augmenté au cours des dernières années. Un nombre croissant de cours des premier, deuxième et troisième cycles sont maintenant entièrement offerts en langue étrangère pour attirer les étudiants internationaux. Actuellement, il y a déjà 1 541 programmes d'étude internationaux au sein des universités allemandes, dont 1 277 offerts en anglais. Si la langue d'enseignement reste un défi pour les universités allemandes qui souhaitent s'ouvrir à la compétition internationale, leur grand atout est la quasi-gratuité de l'éducation supérieure en Allemagne, tant pour les Allemands que pour les étrangers. La *Stratégie 2020* du DAAD souligne l'importance de maintenir la gratuité de l'éducation supérieure du fait de sa contribution à la compétitivité internationale de l'Allemagne, bien que plusieurs *Länder* aient expérimenté l'introduction de frais élevés pour lutter contre leurs déficits budgétaires.

○ **Compétition sur le marché mondial de l'éducation**

L'Allemagne n'est pas la seule à tenter d'attirer les étudiants internationaux. Malgré ses désavantages linguistiques, elle figure au quatrième rang dans le tableau des pays d'accueil. En première place viennent les universités des États-Unis, qui reçoivent annuellement autour de 670 000 étudiants internationaux; au deuxième rang, les universités du Royaume-Uni accueillent autour de 370 000 étudiants internationaux; les universités françaises suivent avec environ 266 000 étudiants internationaux. L'Allemagne, au quatrième rang avec 240 000 étudiants internationaux, se voit déjà concurrencée par la Chine, qui reçoit seulement quelques milliers d'étudiants internationaux de moins. L'Australie et le Japon figurent aussi parmi les pays qui atteignent plus de 100 000 étudiants

internationaux. Du fait des impératifs économique et démographique d'attirer dans les prochaines décennies un plus grand nombre d'étudiants internationaux, la mobilité étudiante s'est transformée en un champ compétitif et international de plus en plus perçu dans une optique commerciale : les pays comptabilisent leurs « *brain-gain* », « *brain-drain* » et « *brain-circulation* ». Dans ce processus de marchandisation de l'éducation internationale, la « société mondiale des savoirs » se transforme en un secteur économique international compétitif, qui implique la promotion du savoir et de la culture d'un pays par la différenciation et le marketing international. Grâce au rôle d'intermédiaire du DAAD, l'Allemagne présente mondialement ses attraits sur les « foires de l'éducation ». Des campagnes spécifiques de « *branding* universitaire et éducationnel » cherchent à promouvoir l'attractivité de l'Allemagne comme un lieu où étudier, faire de la recherche et s'installer à long terme. Nous citerons à titre d'exemple quatre campagnes menées par le DAAD et ses collaborateurs : en premier lieu, la campagne « Research in Germany – Land of Ideas » vise depuis 2006 à attirer tant les jeunes chercheurs que les chercheurs établis. En deuxième lieu, la campagne « GATE Germany » s'adresse aux universités allemandes en pourvoyant des aides financières et administratives à leurs programmes d'internationalisation. En troisième lieu, la campagne « GAIN Germany » se concentre sur les chercheurs allemands travaillant dans les universités nord-américaines. Ses objectifs sont, d'une part, le réseautage et, d'une autre part, de faciliter le retour en Allemagne de ces chercheurs. Finalement, la campagne « Study in Germany – Land of Ideas » s'adresse aux étudiants internationaux en promouvant les possibilités éducatives, professionnelles et culturelles en Allemagne.

CONCLUSION

Dans cet article, nous avons survolé l'histoire et les développements actuels de la politique culturelle allemande à l'étranger sous l'angle de l'éducation supérieure. Parmi une gamme d'institutions impliquées dans la politique culturelle allemande à l'étranger – l'Institut Goethe, les chaînes radio et de télévision, etc. – le DAAD a été identifié comme une institution de première importance au vu de son mandat et de son budget. Dans une première phase, allant de son instauration en 1950 au début des années 1990, sa politique culturelle à l'étranger était concentrée sur la promotion d'une image positive de l'Allemagne d'après-guerre et sur l'intégration du pays à la communauté internationale. Une deuxième phase, du début des années 1990 jusqu'à aujourd'hui, a vu la transformation de la politique culturelle allemande à l'étranger : la propagation de la culture et de la langue allemandes, ainsi que la projection d'une image positive de l'Allemagne, à travers les échanges culturels et universitaires, restent au cœur de la politique culturelle allemande à l'étranger, mais il s'y ajoute une dimension stratégique d'amélioration de la compétitivité allemande à l'échelle internationale. La *Stratégie 2020* souligne l'implication de la politique culturelle allemande à l'étranger du DAAD dans la politique domestique, car elle se joint à d'autres mesures qui devraient proposer des solutions aux défis que l'Allemagne va rencontrer dans les prochaines décennies, notamment les changements démographiques et le manque de personnel qualifié.