

La Frenchia

Ce pays, mieux connu sous le nom de France, est en émergence. Les Frenchians, les citoyens de ce nouveau pays, ne forment encore qu'une petite minorité, mais ils exercent une très grande influence. Ils occupent des positions d'autorité dans les secteurs économique, politique, social et culturel. Ils restent attachés à leur pays, la France, ils parlent le français, leur langue maternelle, mais ils ont une grande propension à utiliser la langue anglaise pour désigner leurs entreprises, leurs inventions ou leurs créations. Les « **French Tech** », « **French Blue** » et autres initiatives du même genre pullulent, sans parler des expressions anglaises utilisées à tour de bras dans les domaines de la finance, de l'industrie, des nouveaux objets ou nouvelles pensées. À leur insu, les Frenchians adhèrent à la maxime anglo-saxonne : « If you can't beat them join them » (si tu ne peux les battre, soumets-toi).

En voulant servir la France, ils la dépouillent de sa langue, de son identité, de son histoire. On peut comprendre, sans l'excuser, qu'une entreprise française aux ambitions mondiales puisse se doter d'une raison sociale anglaise, mais lorsque cette entreprise ou organisation privée ou publique s'adresse spécifiquement aux Français, en France, c'est un non-sens, d'un ridicule consommé. Peut-on parler d'aliénation culturelle dans ce cas?

Voici des exemples édifiants qui ne devraient laisser aucun francophone indifférent fussent-ils d'Europe, d'Afrique, d'Amérique ou d'Océanie.

French Tech

Trois ans après son coup d'envoi, la **French Tech** se décompose comme suit : 13 métropoles, 12 **Hubs** à l'étranger et 9 réseaux thématiques. Ces réseaux, organisés autour d'un domaine d'expertise, sont désignés en anglais : **Health Tech, BioTech, Manufacturing, Entertainment, Clean Tech, FinTech, Security / Privacy, Reetail, FoodTech** et **Sports**. On sacrifie la langue française sous prétexte de servir les intérêts économiques et numériques de la France. Nous, francophones du monde entier, ne comprenons pas ce projet coupé de ses racines françaises.

French Burgers

Les 90 restaurants « La Pataterie » basculeront sous l'enseigne **French Burgers**, un concept bordelais de burgers élaborés par des chefs étoilés. Et ce n'est qu'un début avance-t-on. Changer une belle raison sociale pour une enseigne banale.

FrenchBlue

Cette nouvelle ligne aérienne, propriété du groupe Dubreuil, a été fondée en mars 2016. Basée à Orly Sud, **FrenchBlue** veut changer la donne sur le marché

du long courrier à bas coûts avec le concept du **smart cost**. Elle prépare le lancement de ses premiers vols **low cost** longs courriers.

Frenchwork

Cette jeune entreprise propose d'utiliser les restaurants en dehors des heures d'affluence comme lieu de travail de travailleurs nomades ou de petites entreprises en quête d'espaces à faible coût. Après Toulouse, elle compte étendre ce concept de **coworking** dans toute la France.

L'équipe de France chante en anglais

La Fédération française de football a choisi une chanson du groupe étasunien Kiss, en l'adaptant, comme hymne de l'équipe de France pour l'Euro 2016. Le secrétaire d'État à la francophonie a vivement réagi à cette décision.

Orangina lance MayTea

Pour séduire les adultes, Orangina, le numéro 2 des **soft drinks** en France, se lance à la conquête des thés glacés avec une nouvelle marque, **MayTea**. L'entreprise, détenue par le japonais Suntory, tente aussi de populariser le cola Dr Pepper. Quand l'américanisation passe par le Japon !

Mud Day

En à peine quatre ans, la **Mud Day** est devenue la plus importante course à obstacles du monde. Cet événement, qui se déroule dans la boue, a attiré plus de 25 000 participants sur trois jours à Beynes, dans les Yvelines.

Creative industry

Emmanuel Macron a exprimé son intention de lancer un label fédérateur, **Creative Industry**, pour redorer le blason de l'industrie française. Ce label, qui s'inspire de celui de la **French Tech**, est une déclinaison du slogan de **BusinessFrance** qui vante **Creative France** auprès des investisseurs internationaux.

Sharing Lille

C'est le titre du premier événement français dédié à l'économie collaborative au service des territoires. Tenu à EuraTechnologies, lieu emblématique du numérique lillois, **Sharing Lille** a réuni des chefs d'entreprises, des acteurs de la fonction publique, des particuliers, des artistes et des membres d'associations sociales et solidaires de Lille venus exposer leur vision de la nouvelle économie du partage.

So MEL, So Connected

Le président de la Métropole européenne de Lille (MEL) a annoncé avoir déposé le dossier **So MEL, So Connected** pour récupérer de l'argent et obtenir des engagements financiers importants auprès de partenaires privés comme ERDF, EDF, Dalkia, GE, Intent Technologies et des écoles HEI, ISA, ISEN et le LEM. En France, on communique en anglais pour recevoir du financement d'institutions françaises.

Smart City Innovation Center

La Métropole Nice Côte d'Azur et l'université Nice Sophia Antipolis ont mis sur pied en mars 2015 le **Smart City Innovation Center**. Cette plateforme vise à partager les données collectées grâce aux capteurs disséminés dans la ville de Nice entre chercheurs, entreprises et industriels.

Toulouse Clean Up

Le projet **Toulouse Clean Up** est un récupérateur de déchets flottants. Il a remporté le prix coup de cœur de la Fondation Orange dans le cadre du concours **I make 4 my city**.

Let's go France

Ce mouvement, lancé à l'initiative de PwC France, vise à valoriser la dynamique des acteurs de l'économie française et à lutter contre le **French Bashing**. On déplore un décalage profond dans la société française entre l'image de son économie et la réalité des affaires. Est-ce en utilisant un slogan anglais que l'on pense atteindre cet objectif?

Axa Africa Speciality Risks

L'assureur français Axa a annoncé avoir conclu un partenariat avec l'assureur britannique Chaucer pour étendre ses activités en Afrique. Ce partenariat se concrétisera par la création d'une nouvelle entité, **Axa Africa Speciality Risks**, spécialisée dans l'assurance de spécialités.

Push to Pass

Le pdg de PSA Peugeot Citroën, Carlos Tavares, a divulgué les grandes lignes de **Push to Pass**, le nouveau plan stratégique fondé sur la croissance. Ce dernier prend le relais du plan de redressement **Back to the Race**. Pauvres Français que l'on prend pour des Britanniques.

World Hair Concept

Le salon de coiffure Alexandre de Paris de la rue Saint-Honoré et les salons Tchips se sont rapprochés pour donner naissance à **World Hair Concept**, deuxième acteur en France.

Alliance Lyon Grenoble Business School

Les écoles de commerce **Emlyon Business school** et Grenoble Ecole de Management (GEM) ont scellé une alliance et portera désormais le nom d'**Alliance Lyon Grenoble Business School**.

Patroller contre Watchkeeper

Deux groupes français étaient en lice pour décrocher un contrat de 350 millions d'euros pour équiper l'armée de Terre de la future génération de 14 drones tactiques. Après une chaude lutte, la Direction générale de l'armement (DGA) a

porté son choix sur le **Patroller** de Safran au détriment du **Watchkeeper** de Thales.

Lyon, pionnière des Smart Cities de France

La ville de Lyon s'est résolument tournée vers le numérique. Elle a mené de front toute une série de projets, dont l'éco-quartier de **Lyon Smart Community**, le démonstrateur **GreenLys** et **Smart Electric Lyon**.

Younited Credit

La fintech Prêt d'Union, spécialiste du crédit à la consommation entre particuliers, vient d'ouvrir son premier bureau en Italie. Elle a pris le nom de **Younited Credit**. Pas très italien comme raison sociale.

Trust together

Voici le nouveau plan stratégique d'Air France-KLM. On veut rétablir la confiance au sein du groupe afin de lever les oppositions et d'enclencher des réformes structurelles. À propos, qui cible-t-on avec ce plan stratégique?

En vrac

Le collectif **France Green Industries** a été créé afin de promouvoir le savoir-faire français dans le secteur énergétique. Le pays de la mode organise annuellement la **Paris Fashion Week**. Dans le but de favoriser l'innovation dans le monde de l'alimentation, la mairie de Paris a lancé la plateforme **Smart Food Paris**. La filière équine de Normandie porte désormais le nom de **Horse N'Tech**. Le géant français Framatome s'est métamorphosé en **Areva Nuclear Power**. Le nouveau parc de loisirs d'Avignon porte le nom de **Splashword**. Le groupe GDF Suez est devenu **Engie** (tiré du mot anglais « engineering » sans doute).

Conclusion : Les faits se passent de commentaires. Comment en est-on arrivé là ? Cela cause un tort énorme à la langue française, notre langue en partage. Peut-on souhaiter une réaction salutaire à ce comportement préjudiciable?

Denis Turcotte

Un Québécois francophile