

TRIBUNAL ADMINISTRATIF DE PARIS

PREMIERES OBSERVATIONS EN DÉFENSE

POUR :

Etat français, représenté par le Ministère de l'économie, des finances et de la relance, Direction générale des entreprises, représentée par Benjamin Delozier.

CONTRE :

L'Association Francophonie Avenir (ci-après AFRAV) dont le siège social est au 2811 chemin de Saint-Paul, Parc Louis Riel à Manduel (30129).

Sur la requête n° 2000013/5-1

FAITS

1. —

L'Association Francophonie Avenir (ci-après AFRAY) a formé le 17 octobre 2019 un recours gracieux auprès du Ministère de l'économie et des finances à propos des marques La French Tech et Next 40 (production adverse n°1).

Dans cette lettre, l'AFRAY estime que ces deux marques « contrevien[draient] à la loi linguistique de notre pays, et notamment à l'article 14 de la loi n°94-665 » (production adverse n°1).

En conséquence, sans autre forme d'analyse, l'association requérante considère ces marques comme illégales et il est demandé de « ne plus les employer, d'y renoncer et de veiller » à ce que les services ministériels « trouvent d'autres appellations, mais respectueuses de notre langue cette fois-ci, afin que ces marques qui représentent l'avenir de la France dans le numérique soient conformes à la loi et ne soient pas, ce faisant, le tombeau de la langue française en France et à l'étranger » (production adverse n°1).

Une décision implicite de rejet est née du silence gardé par l'administration pendant deux mois.

2. —

Par une délibération du 8 décembre 2019 mais datée du 18 mai 2018, le Conseil d'Administration de l'AFRAY aurait « donné autorisation à son président, Monsieur Régis Ravat de porter l'affaire « La French Tech – Next 40 » au Tribunal administratif de Paris » (production adverse n°5).

3. —

Le 2 janvier 2020, l'AFRAY a déposé devant le tribunal administratif de Paris une requête tendant, d'une part, à annuler la décision implicite de rejet sur sa demande de ne pas employer les marques La French Tech et Next 40, et, d'autre part, de constater l'illégalité dont serait entachée ces marques.

L'association requérante demande en outre d'enjoindre au Ministère de l'économie et des finances de ne plus utiliser les marques La French Tech et Next 40 dans l'espace public ainsi que de respecter et de faire respecter cette décision à tout service de l'Etat.

Enfin, elle demande à ce que la somme de 100 euros soit mise à la charge de l'Etat au titre de l'article L.761-1 du code de justice administrative.

DISCUSSION

I. Sur la recevabilité de la requête de l'AFRAV

Sur le défaut d'intérêt donnant qualité à agir

1. En premier lieu, l'objet social général de l'Association ne lui donne pas qualité à agir.

4. —

En droit, il ressort de la jurisprudence administrative qu'un objet social général ne donne pas qualité à agir à une association pour demander l'annulation d'une décision.

Ainsi, le Conseil d'Etat dans un arrêt du 29 janvier 2003 a considéré :

qu'en « estimant qu'un objet social aussi général, qui ne vise pas précisément les questions d'urbanisme ni même la défense du site, ne conférerait pas à l'UNION DES PROPRIETAIRES POUR LA DEFENSE DES ARCS un intérêt de nature à lui donner qualité pour demander l'annulation du permis de construire litigieux, la cour administrative d'appel, par un arrêt qui est suffisamment motivé et qui n'est pas entaché de dénaturation des pièces du dossier, a fait une exacte application des règles relatives à l'intérêt pour agir » (CE, 29 janvier 2003, Union des propriétaires pour la défenses des Arcs, req. n°199692, mentionné aux tables du recueil Lebon).

5. —

En l'espèce, les statuts modifiés de l'AFRAV confèrent un objet social particulièrement général à cette association. L'article III de ses statuts expose en effet :

*« on adhère à l'AFRAV dans l'intérêt et le but de promouvoir, d'illustrer et de défendre la langue française, et cela en dénonçant, notamment, l'hégémonie constante de la langue anglaise, que ce soit en France dans l'Union européenne ou ailleurs dans le monde non anglophone ;
on adhère également à l'AFRAV dans l'intérêt et le but de promouvoir et défendre la francophonie, afin de sensibiliser les Français au fait que la langue française est une grande langue internationale parlée dans le monde entier, sur les 5 continents ;
enfin, on adhère à l'AFRAV dans l'intérêt et le but de favoriser, dans un esprit fraternel et de respect mutuel des identités nationales, la communication et la coopération entre les peuples francophones du monde entier ; pour défendre les intérêts, buts et objectifs énoncés dans le présent article, l'association se donne le droit d'ester en justice ».*

L'objet social de l'association requérante est particulièrement général, ses statuts ne lui confèrent donc pas un intérêt de nature à lui donner qualité à agir.

En conséquence, la requête de l'AFRAV devra être rejetée comme étant irrecevable.

2. En deuxième lieu, la lésion prétendue de l'intérêt que l'Association semble défendre n'est ni suffisamment directe, ni suffisamment certaine.

6. —

En droit, il apparaît que la lésion de l'intérêt du requérant doit être suffisamment directe et certaine.

Dans cette perspective, le Conseil d'Etat a rappelé ce principe dans un arrêt du 14 novembre 2008 :

« Considérant d'une part que le décret attaqué, relatif au tarif des greffiers des tribunaux de commerce, ne porte pas atteinte aux droits que les avocats à la cour d'appel de Paris tiennent de leur statut ; que, d'autre part, ceux-ci ne font état d'aucun préjudice que leur causerait le décret attaqué ; que, d'ailleurs, à supposer même que ce décret puisse avoir des répercussions sur le coût des procédures devant les tribunaux de commerce pour les justiciables et par voie de conséquence indirectement sur la rémunération des avocats, ce préjudice ne serait pas suffisamment direct et certain pour rendre l'Ordre des avocats à la Cour d'appel de Paris recevable à demander l'annulation de ce décret ; qu'ainsi, les conclusions de la requête de l'Ordre des avocats à la Cour d'appel de Paris n'étant pas recevables, la fin de non-recevoir opposée par le ministre et tirée du défaut d'intérêt à agir de l'Ordre des avocats à la Cour d'appel de Paris doit être accueillie ; » (CE, 14 novembre 2008, Ordre des avocats à la Cour d'appel de Paris, req. n° 307364, Mentionné dans les tables du recueil Lebon)

7. —

En l'espèce, à la lecture des écritures de l'AFRAV, il est possible de comprendre qu'elle recherche, dans une certaine mesure, la protection de la langue française.

Au-delà du fait que la langue française est une langue internationale vivante, par nature donc évolutive et influencée par la société et ses interactions avec d'autres langues, la décision contestée ne lèse pas de manière suffisamment directe et certaine le prétendu intérêt de l'association requérante, compris ici comme la protection de la langue française.

En effet, tout d'abord, les marques La French Tech et Next 40 ne portent pas atteintes à la langue française en raison de leur existence même.

Ensuite, la langue française étant soumise par nature à des transformations, par promotion à des évolutions, par plaisir des mots à des explorations ou par cohabitation avec d'autres langues à des hybridations, l'emploi de ces termes et la décision querellée ne peuvent avoir de manière directe et certaine raisonnablement lésé la langue française (nous nous permettons sur ce point de renvoyer plus particulièrement à la démonstration développée au paragraphe III du présent mémoire).

Bien au contraire, ces transformations, évolutions, explorations ou encore hybridations rendent la langue française plus vivante et attractive réduisant encore un peu plus la prétendue lésion de l'intérêt que l'association requérante prétend défendre.

En conséquence, l'AFRAV ne justifie pas d'un intérêt suffisamment direct et certain de nature à lui donner qualité pour demander l'annulation de la décision implicite de rejet contestée.

Dès lors, la requête devra être rejetée comme étant irrecevable.

II. Sur la légalité de la décision implicite de rejet querellée

8. —

L'association requérante ne développe aucun moyen relatif à la légalité externe de la décision contestée et il sera donc démontré que cette dernière ne fait l'objet d'aucune illégalité interne.

L'association soutient exclusivement que cette décision implicite de rejet serait entachée d'une erreur de droit, laquelle porterait atteinte à l'ordre public et causerait divers préjudices à la langue française.

9. —

En droit, la loi n°94-665 du 4 août 1994 relative à l'emploi de la langue française organise dans une certaine mesure l'utilisation du français.

L'article 3, alinéa 1 de cette loi dispose ainsi que « *toute inscription ou annonce apposée ou faite sur la voie publique, dans un lieu ouvert au public ou dans un moyen de transport en commun et destinée à l'information du public doit être formulée en langue française* ».

Par ailleurs, l'article 6 de la loi n°94-665 du 4 août 1994 concerne l'organisation de manifestation organisée en France, notamment pour la promotion du commerce extérieur de la France. Il est ainsi disposé que :

« Tout participant à une manifestation, un colloque ou un congrès organisé en France par des personnes physiques ou morales de nationalité française a le droit de s'exprimer en français. Les documents distribués aux participants avant et pendant la réunion pour en présenter le programme doivent être rédigés en français et peuvent comporter des traductions en une ou plusieurs langues étrangères.

[...]

Ces dispositions ne sont pas applicables aux manifestations, colloques ou congrès qui ne concernent que des étrangers, ni aux manifestations de promotion du commerce extérieur de la France ».

En d'autres termes, dès lors que la manifestation (c'est-à-dire toute action visant à exprimer une position) est à destination d'un public étranger ou qu'elle vise à promouvoir le commerce extérieur français, celle-ci n'est pas nécessairement organisée en français.

Enfin, l'article 14 de la loi n°94-665 porte sur l'emploi d'une marque et dispose que :

« I. L'emploi d'une marque de fabrique, de commerce ou de service constituée d'une expression ou d'un terme étranger est interdit aux personnes morales de droit public dès lors qu'il existe une expression ou un terme français de même sens approuvés dans les conditions prévues par les dispositions réglementaires relatives à l'enrichissement de la langue française.

Cette interdiction s'applique aux personnes morales de droit privé chargées d'une mission de service public, dans l'exécution de celle-ci.

II. Les dispositions du présent article ne sont pas applicables aux marques utilisées pour la première fois avant l'entrée en vigueur de la présente loi ».

Il existe ainsi une limite à l'interdiction prévue par cet article dans la mesure où l'expression ou le terme équivalent doit être approuvé dans les conditions prévues par les dispositions réglementaires relatives à l'enrichissement de la langue française. Il ne s'agit donc pas d'une simple traduction du mot par un dictionnaire laquelle est possible dans toutes les langues.

Dans ce sens, dans un arrêt récent du 22 juillet 2020, le Conseil d'Etat a parfaitement exposé ce principe en indiquant que :

« cette loi qui prévoit que l'emploi, dans le nom d'une marque utilisée pour la première fois après l'entrée en vigueur de la loi, d'une expression ou d'un terme étranger à la langue française, n'est interdit aux personnes morales de droit public que s'il existe une expression française de même sens approuvée par la commission d'enrichissement de la langue française et publiée au Journal officiel de la République française » (CE, 22 juillet 2020, Association Francophonie Avenir, req. n°435372).

Autrement dit, l'interdiction d'utilisation est limitée aux expressions ou mots approuvés par la commission d'enrichissement de la langue française.

Ainsi, dès lors que la commission d'enrichissement de la langue française n'a pas approuvé une expression ou un mot alors les personnes morales de droit public peuvent utiliser des expressions ou mots dans une langue étrangère.

10. —

La jurisprudence administrative admet par ailleurs des nuances à cette supposée intransigeance législative.

Le Conseil d'Etat dans un arrêt du 11 juin 2003 a pu remarquer que la loi n°94-665 n'empêche pas l'introduction de mots nouveaux dans la langue française :

« les dispositions constitutionnelles et législatives ci-dessus rappelées [article 2 de la constitution de la Vème république, article 1^{er} de la loi du 4 août 1995] n'interdisent pas au gouvernement d'introduire dans la langue française des mots nouveaux, empruntés notamment à des langues étrangères, pour désigner des institutions ou des notions nouvelles ; » (CE, 11 juin 2003, Association Avenir de la langue française, req. n°246971, publié au recueil Lebon).

Ensuite, la Cour administrative d'appel de Lyon a pu considérer que les dispositions relatives à l'obligation pour toute inscription d'utiliser une formulation en langue française sur la voie publique ou dans un lieu ouvert au public n'étaient pas applicables aux sites internet :

« L'association requérante fait valoir que l'affiche de présentation de cette manifestation de rencontres sportives inter-entreprises, organisée par une association qui n'assure aucune activité de service public, comporte de nombreux anglicismes notamment pour identifier les sports concernés, alors que des termes français existent pour désigner les mêmes activités, et que la manifestation est désignée par des termes anglais. D'une part, toute utilisation ponctuelle de la langue anglaise n'est cependant pas proscrite par les dispositions précitées de l'article 2 de la loi du 4 août 1994. D'autre part, les sites internet bien qu'accessibles au public, ne peuvent être qualifiés de voie publique, de lieu ouvert au public ou de moyen de transport en commun au sens de l'article 3 précité de la loi du 4 août 1994, qui considère comme tels seulement des lieux physiquement localisés sur le territoire français. Dès lors, l'emploi obligatoire de la langue française pour toute inscription ou annonce apposée ou faite sur la voie publique, dans un lieu ouvert au public ou dans un moyen de transport en commun et l'obligation corrélatrice de double traduction, pesant spécifiquement sur les personnes publiques et les personnes privées chargées d'une mission de service public, ne s'appliquent pas aux sites internet, dont celui créé et animé par l'organisateur de la manifestation en litige. L'association requérante n'est donc pas fondée à soutenir que le refus d'engager la procédure de restitution de la subvention versée pour cette manifestation devait être censuré par le tribunal administratif » (CAA de Lyon, 4 juin 2020, Association de défense de la langue française en Pays de Savoie, req. n°18LY01058).

En d'autres termes, les sites internet sont certes accessibles au public mais ils ne peuvent être qualifiés de voie publique et les dispositions de la loi n°94-665 sont donc inapplicables.

11. —

Par ailleurs, la Cour administrative d'appel de Marseille a admis la légalité d'un jeu de mots composé de mots anglais avec le nom d'une commune :

« La marque " Let's Grau ", qui a été enregistrée auprès de l'INPI le 2 mars 2016, est utilisée par les structures touristiques communales du Grau-du-Roi par l'intermédiaire de la société d'économie mixte " Le Grau-du-Roi Développement ". Elle est également apposée sur les outils de communication événementielle de la commune en complément de son logo. Cette marque présente donc une dimension publicitaire. Mais elle est également un slogan qui fait référence à l'expression anglaise " let's go ", qui a la nature d'un calembour, et qui joue sur l'utilisation presque homophonique du nom de la commune. En ce sens, il ne dispose pas d'équivalent en langue française. Il en résulte que la décision de refus qui a été opposée par la commune à la demande de l'association ne méconnaît pas les dispositions précitées de l'article 14 de la loi n° 94-665 du 4 août 1994, ni d'ailleurs l'article 2 de la Constitution » (CAA de Marseille, 11 mars 2019, Association Francophonie et Avenir, req. n°18MA02081).

L'Association requérante a formé un pourvoi à l'encontre de cet arrêt et le Conseil d'Etat a constaté que pour être effective l'interdiction devait concerner des termes approuvés par la commission d'enrichissement de la langue française.

Or, « il est constant que l'expression anglaise " let's " n'a pas fait l'objet de l'approbation, par la commission d'enrichissement de la langue française, d'une expression française équivalente publiée au Journal officiel. Il en résulte que la cour a exactement qualifié les faits qui lui étaient soumis en jugeant que cette expression ne dispose pas d'équivalent en langue française au sens des dispositions de l'article 14 de la loi du 4 août 1994 et que, par suite, conformément à ce qui a été dit au point 4, la marque " Let's Grau " ne méconnaît pas l'obligation d'emploi de la langue française.

Il ressort, il est vrai, des termes de l'arrêt attaqué que la cour s'est également fondée sur la circonstance que l'expression " Let's Grau " a le caractère d'un calembour. Ainsi qu'il vient d'être dit, cette considération est, quel que soit son bien-fondé, sans incidence sur l'absence d'équivalent en langue française au sens des dispositions de l'article 14 de la loi du 4 août 1994, laquelle ne résulte que de l'absence d'approbation, par la commission d'enrichissement de la langue française, d'un terme ou d'une expression française équivalente publiée au Journal officiel. Le moyen tiré de ce que la cour aurait, sur ce point, commis une erreur de droit est, par suite, inopérant » (CE, 22 juillet 2020, Association Francophonie Avenir, req. n°435372).

En conséquence, dès lors que la commission d'enrichissement de la langue française n'a pas approuvé une expression ou un mot alors les personnes morales de droit public peuvent utiliser des expressions ou mot dans une langue étrangère.

12. —

Enfin, le juge des référés du tribunal administratif de céans, dans une ordonnance du 2 mai 2017, a effectué une balance des intérêts en cause d'une décision informelle d'une projection du slogan « *made for sharing* » sur la Tour Eiffel et par l'organisation d'une conférence de presse « dont l'objet était de démontrer aux participants, et au-delà, aux membres du Comité international olympique, notamment la qualité, la pertinence et l'adhésion de la France à la candidature de la ville de Paris à l'organisation des jeux olympiques et paralympiques de 2024 ».

Rejetant la demande des associations requérante de cesser toute forme de communication - quel qu'en soit le support - en langue anglaise, le juge des référés du tribunal administratif de Paris relève que :

« l'utilité des mesures sollicitées ne saurait se déduire de la seule satisfaction des intérêts poursuivis par les associations requérantes en conformité avec les buts et **doit être apprécié à l'aune de l'ensemble des intérêts et des enjeux sportifs, de développement économique, de santé publique, et de rayonnement international** que représentent l'attribution des jeux olympiques et paralympiques à la ville de Paris et au-delà à la France, dont a en charge le GIP « Paris 2024 » ; que **si elles étaient accordées, les mesures sollicitées auraient, par leur caractère disproportionné, nécessairement pour effet de réduire la portée et la lisibilité de la candidature de la ville de Paris et par suite, de limiter la capacité du GIP « Paris 2024 » de convaincre l'autorité décisionnaire, en l'espèce, les 95 membres, majoritairement anglophones, du Comité international olympique**; qu'ainsi, les mesures sollicitées se heurtent à une contestation sérieuse qui fait obstacle à ce qu'elles soient accordées ; » (TA de Paris, Ord., 2 mai 2017, Association Francophonie et Avenir et Association pour la sauvegarde et l'expansion de la langue française union nationale des écrivains de France, req. n° 1702872/9-1).

Ainsi, classiquement la juridiction de céans compare les objectifs poursuivis par les associations requérantes et leurs demandes par rapport aux avantages que procure la mesure contestée. Or, malgré le but poursuivi par les associations requérantes, le juge des référés du tribunal administratif estime que la remise en cause de toute forme de communication en langue anglaise serait disproportionnée au regard de l'ensemble des intérêts et des enjeux sportifs, de développement économique et de rayonnement international que représente l'attribution des jeux olympiques.

13. —

En l'espèce et en premier lieu, la commission d'enrichissement de la langue française ne s'est pas prononcée sur les termes querellés.

En effet, il est constant que les termes French et Next n'ont pas fait l'objet de l'approbation, par la commission d'enrichissement de la langue française, d'une expression française équivalente publiée au Journal officiel.

Bien que traduisible dans un dictionnaire classique, il en résulte que ces mots ne disposent pas d'équivalents en langue française au sens des dispositions de l'article 14 de la loi du 4 août 1994

Dès lors, le Ministère n'a commis aucune erreur de droit et ce moyen devra être écarté.

14. —

En second lieu, les enjeux économiques sont importants au regard de l'action internationale des marques contestées.

Il est indéniable que les marques La French Tech et Next 40 ont une vocation internationale afin de favoriser les investissements étrangers dans l'écosystème technologique français, attirer les talents étrangers en France et promouvoir de jeunes entreprises françaises innovantes dans le monde. En effet, le développement de l'écosystème de startups en France est conditionnée à l'attractivité de financeurs et de talents étrangers. Dans son rapport de septembre 2020 "Performance économique et sociale des start-ups du numérique en France" (production n°3), EY identifie le recrutement des talents comme le principal obstacle au développement des start-ups. Au sein du baromètre de l'attractivité de la France d'EY en mai 2020 (production n°4), le rôle crucial des investissements internationaux pour l'économie française, notamment pour les startups, est souligné.

Ainsi, la French Tech a une double mission : rendre, d'une part, la France plus attractive pour les investissements étrangers, pour les talents ou pour l'implantation de nouvelles start-ups étrangères et, d'autre part, favoriser l'émergence de start-ups françaises sur la scène internationale.

Sur le premier volet de sa mission, La French Tech cherche de façon concomitante à attirer les start-ups étrangères pour qu'elles développent leurs innovations sur le territoire national mais aussi à inciter les investisseurs étrangers à soutenir les start-ups françaises et aider au recrutement de talents étrangers dont les compétences peuvent faire défaut en France ou être insuffisamment développées (notamment dans les métiers du numérique).

La French Tech permet également d'accroître l'influence de la France dans le domaine de l'innovation en créant, en France mais aussi à l'étranger, des écosystèmes structurés autour des jeunes entreprises françaises.

Les « Communautés French Tech » sont des regroupements de start-ups, investisseurs, employés et autres partie-prenantes de l'écosystème par zone

géographique. Les communautés déploient la vision de la French Tech au niveau local et participent à la réalisation de ses objectifs à l'échelle mondiale.

Les « Capitales French Tech », quant à elles, rassemblent des communautés avec une forte densité de start-ups en hyper croissance, pilotées par une équipe dédiée dont le but est de mettre en œuvre la stratégie nationale en l'adaptant aux spécificités des écosystèmes locaux.

La labellisation de Capitales et Communautés "French Tech" sous une marque commune avec un élément anglophone vise à associer les actions de l'État et celles portées par les acteurs privés dans le monde entier.

La dimension internationale des Capitales et Communautés French Tech est en effet au cœur de leurs missions, à savoir favoriser les liens entre les réseaux territoriaux de start-ups et les réseaux internationaux.

Dans cette perspective, et à titre d'exemples : il existe en Inde à Bangalore une communauté labellisée French Tech Bangalore, destinée à créer un pont entre la France et l'Inde en matière d'innovation et de création d'entreprises innovantes. Un autre exemple : la French Tech Cracovie crée des synergies Tech entre la France et la Pologne et connecte les start-ups polonaises et françaises, et les épaula dans leur stratégie d'expansion sur le territoire français et polonais, notamment pour aider les start-ups lyonnaises à trouver des investisseurs et des talents en Europe de l'Est, et à s'y développer commercialement.

15. –

Le second volet a également une perspective internationale et doit être associé au terme contesté Next 40 par lequel la France souhaite développer des champions technologiques de niveau mondial. La French Tech vise ainsi à aider les entreprises à développer leur activité à l'international, et notamment aux Etats-Unis qui représentent leur premier marché. Les actions portées par la French Tech sont ainsi intégrées aux actions de diplomatie économique.

Next 40 désigne donc, sur le modèle des entreprises cotées en bourse, une sélection annuelle des entreprises françaises en forte croissance et à fort potentiel technologique, destinées à devenir des champions français sur la scène internationale.

Les critères d'accès au programme Next 40 sont les suivants : une **valorisation supérieure au milliard d'euros** ; effectuer l'une des plus importantes levées de fonds des trois dernières années ; ou **avoir un chiffre d'affaires supérieur à 5 millions d'euros** lors de son dernier exercice et **une croissance annuelle supérieure à 30 % lors des trois exercices précédents**.

Les enjeux économiques sont ainsi particulièrement importants pour ces entreprises à forts potentiels. A ce titre, elles bénéficient d'un accompagnement particulier destiné à soutenir leur croissance et leur développement hors de France.

De nombreuses actions sont menées pour renforcer la notoriété internationale des start-ups du Next40, dont voici quelques exemples.

Dix communautés French Tech des Etats-Unis et du Canada ont organisé en décembre 2020 le French Tech America Online Summit qui a pour objectif de partager l'expérience des entrepreneurs français expérimentés présents en Amérique du Nord (recruter, trouver des financements, développer son activité commerciale), et de créer des ponts avec les partenaires locaux. L'événement a bénéficié d'un soutien important des Consuls généraux de France en Amérique du Nord et de Business France et l'intégralité des entreprises du FT Next40 ont été invitées et plusieurs sont intervenues : Ynsect, Ivalua, Cybelangel, Botify.

En janvier 2020, neuf start-ups du FT NEXT40 représentaient la French Tech au World Economic Forum de Davos, événement organisé par le ministère de l'Economie, (direction générale du Trésor), Business France et la Mission French Tech. Les entreprises françaises présentes étaient les suivantes : ContentSquare, Mirakl, OpenClassrooms, Shift Technology, Ledger, Ynsect, TalentSoft, Vadesecure et BioSerenity.

Toujours en 2020, l'ambassade de France au Japon et La French Tech Tokyo ont organisé un événement de promotion de 5 entreprises du FT NEXT40, en présence de l'ambassadeur de France et devant un public de plus d'une centaine de représentants d'entreprises, ministères, agences publiques, institutions financières et fonds de venture capital (VC) japonais. Les entreprises françaises présentes étaient les suivantes : Devialet ; Finalcad ; Meero ; Shift Technology ; Sigfox.

16. —

Il résulte de ces éléments qu'il est indéniable que l'ambition de La French Tech et de Next 40 est de favoriser et promouvoir le commerce extérieur français ainsi que l'investissement étranger vers des start-ups françaises.

Dans cette optique, et pour maximiser l'impact et la réussite de ces politiques, les marques La French Tech et Next 40 ont été élaborées pour être comprises partout dans le monde, l'anglais demeurant la langue des affaires. La langue anglaise permet en effet de toucher des cibles non francophones qui représentent un enjeu stratégique pour la France.

Dès lors, l'ancrage international de La French Tech et de Next 40 justifie la mixité des termes français et anglais au leur sein.

17. —

En conséquence, les enjeux de développement économique et de rayonnement international que représentent l'utilisation de ces marques sont particulièrement importants tant pour la France que pour ces jeunes entreprises en fort développement.

Les mesures réclamées par l'AFRAV auraient donc nécessairement des effets disproportionnés et porteraient gravement préjudice au développement économique ainsi qu'au rayonnement international de la France en matière d'innovation.

Ensuite, il n'existe pas d'équivalents de ces termes dans la langue française dans la mesure où il s'agit d'une création. En outre bien qu'il puisse exister une traduction dans un dictionnaire français/anglais, ceux-ci n'ont pas été approuvés dans les conditions prévues par les dispositions réglementaires relatives à l'enrichissement de la langue française.

Dès lors, le Ministère n'a commis aucune erreur de droit et ce moyen devra être écarté.

18. —

Au surplus et contrairement aux affirmations de l'association requérante, La French Tech et Next 40 jouent sur le présupposé selon lequel les français parlent peu ou mal l'anglais.

Cette marque décalée *via* l'utilisation du franglais permet alors d'attirer l'investisseur étranger sur des éléments reconnaissable par lui sans traduction : la France et les nouvelles technologies. Cela est renforcé par le logo accompagnant la marque, constitué d'un coq, emblème de la France, en origami rouge.

Enfin, cette marque fait écho, au plan sonore et conceptuel notamment, à la « French Touch », mouvement musical emblématique des années 90, ayant propulsé des groupes français sur la scène internationale auparavant réservé à des groupes étrangers, notamment américain. C'est dans le même esprit que La French Tech veut propulser des entreprises françaises dans un marché plutôt occupé par des entreprises étrangères. La marque fait ainsi référence à des valeurs de créativité et d'innovation, de disruption et d'audace, qui sous-tendent l'écosystème français.

La référence à ce précédent et le trait d'esprit ainsi créés par la marque La French Tech n'est pas traduisible en français. L'impact d'une marque dénommée "la tech française" aurait été bien moindre et dénué de caractère distinctif, empêchant par la même sa protection au plan juridique.

Par ailleurs, contrairement aux affirmations de l'association requérante, l'emploi simultané dans ces marques de mots anglais et français permet également d'attirer les locuteurs anglophones vers l'utilisation de la langue française et n'apparaît donc pas en contradiction avec les objectifs portés par la loi.

III. Sur les prétendues atteintes à l'ordre public et les préjudices soi-disant causés à la langue française

L'association requérante soutient que l'emploi de La French Tech et Next 40 causerait quatre préjudices qu'il convient de résumer ainsi : tout d'abord par l'emploi même de ces termes cela générerait une disparition de la diversité linguistique au niveau de la communauté internationale ; ensuite, il y aurait un recul de l'enseignement du français ; puis il s'agirait d'un « *signe négatif donné à la Francophonie, et notamment à la francophonie africaine* » et enfin, il y aurait une « *réduction de la diversité culturelle et de pensée* ».

19. —

En droit, le préjudice doit être personnel, direct et certain, il ressort également de la jurisprudence administrative qu'une personne publique ne peut être condamnée que si le requérant apporte la preuve du préjudice invoqué.

En d'autres termes et à titre d'exemple, le juge administratif considère que lorsqu'une entreprise invoque un préjudice quelconque encore faut-il produire des éléments de nature à prouver qu'elle a réellement subi un tel dommage (CE, 17 décembre 1999, *SA Antona et Cofi*, req. n°188952).

20. —

En l'espèce et en premier lieu, l'association requérante expose que, par principe, l'utilisation des expressions La French Tech et Next 40 causerait des préjudices divers à la langue française.

Or, l'AFRAV se contente d'affirmations péremptoires et ne démontre à aucun moment le caractère personnel, direct ou même certain de ces soi-disant préjudices.

Dès lors, ce moyen devra être écarté.

21. —

En second lieu, les prétendus préjudices avancés par l'association requérante sont faux et illusoire. Il convient de les aborder successivement afin d'exposer leurs inopérantes.

S'agissant tout d'abord de la prétendue disparition de la diversité linguistique au niveau de la communication internationale, il convient de remarquer que, dans le cadre du système des Nations Unies, la langue française a été reconnue dès l'origine comme l'une des cinq premières langues officielles de travail (Résolution 2 (I) du 1^{er} février 1946 de l'Assemblée générale des Nations Unies).

Il en va de même de l'Organisation mondiale du commerce où le français est reconnu comme langue de travail avec l'anglais et l'espagnol.

Le français constitue donc l'une des langues principales des relations internationales.

De plus, l'Organisation internationale de la francophonie (OIF) observe la diversité linguistique au sein de l'espace francophone comme un atout qu'il est nécessaire de préserver et non comme une menace :

« L'espace dit « francophone » est en réalité marqué par la présence d'un très grand nombre de langues et le français se trouve pratiquement toujours en situation de coexistence avec d'autres idiomes nationaux et même, très souvent, en position minoritaire, soit par le nombre de ses locuteurs, soit par l'usage qui en est fait quotidiennement. À cet égard, les dynamiques démolinguistiques propres aux pays d'Afrique subsaharienne sont particulièrement intéressantes à étudier (voir « Cohabitation des langues dans l'espace francophone » – extrait LFD-2014).

De ce fait, la Francophonie a, dès l'origine, reconnu et souhaité valoriser cette diversité comme une richesse développant de nombreux programmes favorables aux langues nationales désignées comme « partenaires » du français et à leur expression culturelle. Ainsi, par exemple, du soutien aux travaux consacrés à l'élaboration de bi-grammaires dans le cadre du programme ELAN, des prix attribués aux ouvrages ou aux traductions de et vers les langues nationales, des financements accordés aux industries et créations éditoriales, musicales et audiovisuelles par les différents fonds et appels à projets gérés par l'OIF.

Cette diversité linguistique francophone s'applique à la langue française elle-même, qui connaît ainsi des mutations, des variations, voire des hybridations selon les territoires dans lesquels elle est présente (voir « Le français comme on le parle »). Outre les particularités qui caractérisent les langues françaises pratiquées dans les pays où elle est la langue première, comme en Fédération Wallonie-Bruxelles, en France, au Québec ou en Suisse romande, le français se modifie et évolue au grès des usages et au contact des autres langues de ses locuteurs, comme au Maghreb, au Moyen-Orient, en Afrique subsaharienne et dans l'Océan indien, dans la Caraïbe et le Pacifique... On parle par exemple du nouchi (Côte d'Ivoire), du franbanais (Liban), du camfranglais (Cameroun), du Toli bangando (Gabon)...

La prise en compte des variétés du français et la valorisation des langues en contact avec le français constituent un enjeu majeur pour la Francophonie qui soutient des projets comme le VOCABULAIRE FRANCOPHONE DES AFFAIRES ou le Dictionnaire des francophones, en cours d'élaboration à l'initiative de la France » (production n°1).

22. —

S'agissant ensuite de la prétendue baisse de l'enseignement du français, l'OIF constate au contraire un accroissement de son apprentissage et note une tendance à la hausse de l'apprentissage du français comme langue étrangère (ci-après FLE).

L'OIF constate à propos du français à l'école « qu'elle s'accroît et que son centre de gravité s'ancre de plus en plus en Afrique » (production n°2 - rapport page 63).

Dans le même sens, au sein de son rapport 2019 relatif à langue française dans le monde, l'OIF expose notamment que :

« La répartition des effectifs de FLE s'est un peu modifiée entre 2014 et 2018. Ces changements reflètent essentiellement, sur un total à la hausse (+8% d'apprenants), les évolutions constatées pour le nombre d'apprenants par région » (production n°2 - page 109 du rapport).

Enfin, l'OIF observe une progression des francophones dans le monde :

« Avec près de 300 millions de francophones dans le monde, la langue française connaît une progression de 10 % du nombre de ses locuteurs depuis la dernière mesure réalisée en 2014 » (production n°2 - page 87 du rapport).

Par conséquent, les préjudices invoqués par l'association requérante sont totalement infondés et on ne peut considérer que la simple utilisation des expressions La French Tech et Next 40 puisse avoir les conséquences que l'AFRAV porte à leurs égards.

23. —

Concernant par ailleurs du prétendu préjudice d'un soi-disant « signe négatif donné à la Francophonie, et notamment à la francophonie africaine », on peine à comprendre les assertions de l'association requérante.

Au-delà du fait que les pays d'Afrique sont des États souverains et que la France n'a pas à orienter de manière directe ou indirecte leurs politiques linguistiques, les marques La French Tech et Next 40 ne peuvent en aucun cas être considérées comme un signe négatif quant à l'utilisation de la langue française.

En effet, comme il a déjà été démontré, l'apprentissage du français s'ancre de plus en plus en Afrique (cf. §. 24 du présent mémoire).

Ensuite, l'emploi simultané dans ces marques de mots anglais et français permet également d'attirer les locuteurs anglophones ou le parlant vers l'utilisation de la langue française.

En conclusion, la francophonie et la France avec elle soutient dans les pays d'Afrique la diversité linguistique. Or, indépendamment de facteurs politiques et économiques propres à chaque pays, l'OIF constate ainsi que l'avenir de la langue française en Afrique dépendra principalement de son rapport avec les différentes langues nationales :

« Au-delà des dimensions budgétaires, de gouvernance et de gestion des ressources humaines, c'est probablement au cœur de cette articulation harmonieuse entre le français et les langues nationales que se joue aussi l'avenir de la francophonie en Afrique. L'apprentissage fondé sur une norme, si ce n'est unique, du moins harmonisée, d'un idiome commun, ne doit pas pour autant méconnaître la diversité linguistique. En l'occurrence, il ne s'agit pas seulement d'une réalité culturelle, mais bien d'une condition nécessaire à la réussite des processus éducatifs » (production n°2 - rapport page 69).

24. —

Enfin, à propos d'une supposée atteinte à la diversité culturelle et de pensée, l'analyse pour le moins hâtive de l'association requérante laisse perplexe et laisse supposer que, selon elle, toute utilisation de la langue anglaise constitue une réduction culturelle et de pensée.

Croyant sans doute détenir la bonne culture linguistique et de pensée, l'association requérante démontre par là son rigorisme et son propre manque d'ouverture d'esprit.

La diversité culturelle et de pensée ne peuvent se comprendre sans prendre en considération, parmi d'autres, les cultures anglophones et en aucun cas La French Tech et Next 40 ne portent atteintes à ces diversités.

Bien au contraire, l'ouverture internationale de ces marques va dans le sens d'une plus grande ouverture culturelle et de pensée en recherchant partout dans le monde des jeunes entreprises pouvant favoriser le commerce extérieur français.

En conséquence, l'utilisation de La French Tech et Next 40 ne cause nullement les prétendus préjudices que l'association requérante expose.

Aussi, ces préjudices n'étant ni personnels, ni directs, ni certains, les moyens invoqués devront être rejetés

IV. Sur les demandes d'injonction

25. —

En premier lieu, dès lors que vous aurez rejeté la conclusion à fin d'annulation, vous rejetterez également la conclusion présentée au titre de l'article L.911-1 du code de justice administrative.

En second lieu, les injonctions réclamées par l'AFRAV auraient des effets disproportionnés au regard des conséquences économiques, de crédibilité et de lisibilité du réseau La French Tech et de l'indice Next 40 déjà bien établis dans les relations commerciales internationales.

Dès lors, la demande de ne plus utiliser La French Tech et Next 40 porte nécessairement atteinte au développement économique et au rayonnement international de la France en matière d'innovation.

V. Sur l'application des dispositions de l'article L. 761-1 du code de justice administrative

26. —

Dès lors que vous aurez rejeté les conclusions aux fins d'annulation, vous rejetterez également la conclusion présentée au titre de l'article L. 761-1 du code de justice administrative.

27. —

Dans les circonstances de l'espèce, il serait particulièrement inéquitable que le Ministère de l'économie, des finances et de la relance ait à supporter le coût de la défense de ses intérêts.

L'association requérante sera donc condamnée à verser à l'Etat **la somme de 3 000 euros HT**, sur le fondement des dispositions de l'article L.761.1 du CJA.

28. —

PAR CES MOTIFS, et tous autres à produire, déduire ou suppléer, plaise à votre tribunal de bien vouloir :

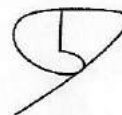
- rejeter la requête de l'Association Francophonie Avenir
- à ce qu'il soit mis à la charge de l'association requérante la somme de 3 000 € au titre de l'article L. 761-1 du Code de justice administrative.

avec toutes conséquences de droit.

PRODUCTIONS

1. OIF Diversité linguistique et langue française ;
2. OIF 2019 La langue française dans le monde ;
3. Synthèse du baromètre EY France Digital 2020 : baromètre de la performance économique et sociale des start-ups du numérique en France
4. Baromètre de l'attractivité de la France réalisé par EY en mai 2020

Benjamin Delozier
Chef du service de la compétitivité, de l'innovation et du
développement des entreprises
Direction générale des entreprises
Ministère de l'économie, des finances et de la relance



Le 08/01/2020



**MINISTÈRE
DE L'ÉCONOMIE
DES FINANCES
ET DE LA RELANCE**

*Liberté
Égalité
Fraternité*

**Direction générale
des Entreprises**

Paris, le 08 janvier 2021

Au Tribunal administratif de Paris

DOSSIER N° 2000013/5-1

INVENTAIRE DES PIÈCES JOINTES

1. Synthèse du baromètre EY France Digital 2020 : baromètre de la performance économique et sociale des start-ups du numérique en France
2. Baromètre de l'attractivité de la France réalisé par EY en mai 2020
3. OIF Diversité linguistique et langue française ;
4. OIF 2019 La langue française dans le monde, pages n°63, 69,87 et 109 ;