



Cartographie et situation des associations FLAM dans le Monde

Introduction : Les objectifs slide 3

Cette enquête a été lancée par FLAM Monde au printemps 2023 dans le but de réaliser une **cartographie qualitative** et un **état des lieux** de l'univers des associations FLAM. Il s'agissait de mettre en lumière leurs spécificités régionales, leurs structures organisationnelles et leurs principales activités et de visualiser et comprendre la diversité des approches organisationnelles, structurelles et pédagogiques. D'une part pour mieux comprendre cet univers et faire le point sur les similitudes et les différences et d'autre part pour **proposer des recommandations permettant d'améliorer leur efficacité et pour structurer les axes prioritaires de travail de la Fédération.**

Un autre objectif clé était d'identifier les défis spécifiques auxquels les associations FLAM sont confrontées. Qu'il s'agisse de contraintes financières, de problèmes d'infrastructure, de besoins en formation, ou de difficultés administratives, ce rapport vise à mettre en lumière ces obstacles. L'analyse des réponses de l'enquête permet d'élaborer un diagnostic assez précis des besoins des associations, offrant ainsi une base pour des interventions et aides ciblées.

Méthodologie slide 4

Pour mener à bien cette enquête, un questionnaire a été élaboré pour servir de guide d'entretien. L'accent a été mis dès le départ sur la qualité des entretiens plutôt que sur la collecte de données statistiques. Le questionnaire devait plutôt

servir à ne pas oublier les points importants et avoir une certaine homogénéité dans les résultats mais ne devait pas entraver le dialogue avec les personnes interrogées. L'intention était de couvrir un large éventail de sujets, allant des aspects pédagogiques et administratifs aux besoins en ressources et aux relations institutionnelles et d'obtenir des réponses qualitatives et quantitatives, permettant une analyse approfondie des différents aspects des associations FLAM.

L'enquête a été confiée à une personne: prise de rendez-vous, réalisation des entretiens et exploitation des données recueillies; cette dernière phase en collaboration avec le Conseil d'administration de FLAM Monde. Les entretiens duraient de 1h00 à 1h30.

Toutes les associations répertoriées en tant qu'association FLAM, notamment sur le site de l'AEFE <https://www.associations-flam.fr/>, ont été contactées à partir d'avril 2023 pour y participer. S'y sont ajoutées des entretiens avec des associations qui ont contacté FLAM Monde au fil du temps.

Fin septembre 2024, 45 responsables associatifs, à travers le monde, y avaient participé; fournissant une représentation diversifiée et significative de l'univers FLAM; même si l'objectif initial était nettement plus ambitieux.

En effet, les prises de rendez-vous se sont avérées difficiles. En dépit d'une disponibilité permettant une adaptation aux différences de fuseaux horaires, les contacts avec les responsables des associations ont été complexes. Ces responsables sont très difficiles à joindre car en général débordés tout au long de l'année. La majorité d'entre eux jonglent en effet entre leurs obligations professionnelles et familiales et leurs engagements au sein de la vie associative, rendant leur disponibilité limitée. Ces obstacles ont ralenti le processus d'enquête et contribué à un résultat nettement en-deçà des objectifs en termes de nombre d'associations interrogées. Néanmoins, nous pensons que les associations concernées constituent un échantillon représentatif de l'univers FLAM et de sa diversité.

Les 45 associations interviewées représentent 3 600 enfants inscrits dans un programme FLAM régulier.

L'analyse des données collectées permet d'identifier les tendances, les défis communs et les réussites notables et fait ressortir neuf thèmes principaux, offrant une vue d'ensemble cohérente et détaillée de l'état actuel des associations FLAM.

Certains éléments très récurrents, issus des échanges entre responsables et intervenants FLAM dans les groupes Whatsapp de la Fédération FLAM Monde ont été ajoutés aux données de l'enquête.

Thèmes principaux : slide 5

1. Enseignement et pédagogie : Analyse des méthodes d'enseignement utilisées, des programmes éducatifs développés et des défis spécifiques liés à l'enseignement du français langue maternelle, hors scolarisation.
2. Ressources humaines : Évaluation des besoins en personnel, des stratégies de recrutement, de la formation continue des enseignants et de la gestion des ressources humaines au sein des associations.
3. Financement et subventions : Exploration des sources de financement disponibles, de la dépendance aux subventions publiques ou privées, et des défis financiers rencontrés par les associations FLAM.
4. Technologie et innovation : Utilisation des technologies numériques, des plateformes en ligne et des outils innovants pour soutenir l'enseignement et la gestion des associations FLAM.
5. Relations institutionnelles : Étude des relations avec les institutions locales, les ambassades et consulats, l'Institut Français et autres partenaires institutionnels, ainsi que des défis et opportunités qui en découlent.
6. Impact et Réussites : Identification des réussites et des impacts positifs observés dans les communautés locales, ainsi que des facteurs clés contribuant à leur réussite.
7. Défis et perspectives d'avenir : Analyse des défis majeurs auxquels sont confrontées les associations FLAM, ainsi que des opportunités futures et des recommandations pour renforcer leur pérennité et leur efficacité.
8. Collaboration entre Associations : Aborder l'importance des partenariats, du réseautage, et comment améliorer la coopération.
9. Défis et Opportunités Régionales : Analyser les défis spécifiques par région et les opportunités locales pour les associations FLAM.

Ces thèmes pourront servir de base au futur travail de la Fédération FLAM Monde.

Répartition Géographique des Associations FLAM slide 6

Comprendre la répartition géographique permet d'identifier les régions où les besoins en enseignement du français comme langue maternelle sont les plus présents avec comme objectif de soutenir l'implantation de nouvelles associations dans des zones sous-représentées. Par exemple, en Afrique non francophone ou en Amérique du Sud.

Les données montrent une répartition assez large, mais concentrée dans des zones à forte présence francophone. Cela suggère que les associations FLAM répondent efficacement aux besoins des communautés francophones locales.

Données Statistiques

- Total des associations : 45 + 1 Alliance française
- Europe : 19 associations (41% du total)
- Amérique : 10 associations (22% du total)
- Asie : 4 associations (9% du total)
- Afrique : 1 association (2% du total)
- Amérique du Sud : 1 association (2% du total)

Taille des associations:

En se basant sur les données fournies concernant le nombre d'élèves inscrits aux cours et ateliers FLAM, on peut identifier trois types d'associations en termes de taille :

Petites Associations (Moins de 50 élèves) :

Exemple : Le Cercle Français en Turquie (10 élèves), FLAM Grenade (18 élèves).

Caractéristiques : Ces associations accueillent un nombre limité d'élèves, principalement en raison de la taille restreinte des communautés francophones dans leur région.

De plus, plusieurs obstacles freinent l'inscription d'un plus grand nombre d'enfants : une méconnaissance du dispositif FLAM, l'absence d'information disponible dans les consulats, ainsi que des contraintes économiques liées à la participation financière demandée aux parents. Ces facteurs limitent l'accès et la visibilité de ces programmes pour certaines familles francophones.

Associations de Taille Moyenne (+50 à 160 élèves) :

Exemple : L'École du FLAM ou La langue de Molière en Espagne (150)

Caractéristiques : Ces associations ont une taille moyenne, représentant une communauté francophone plus importante ou bénéficiant d'une bonne adhésion locale.

Grandes Associations (Plus de 160 élèves) :

Exemple : L'association FLAM de New York (800 élèves), EFGS aux États-Unis (230 élèves).

Note: Il est important de noter que la taille d'une association n'est pas seulement déterminée par le nombre d'élèves, mais aussi par d'autres facteurs tels que la taille de la communauté francophone locale, la disponibilité des ressources, les facilités ou obstacles sur le plan local et le dynamisme de l'équipe dirigeante.

Profil des Bénéficiaires slide 7

Les bénéficiaires sont principalement des enfants de familles françaises, binationales et francophones cherchant à maintenir une connexion culturelle et linguistique. Cela souligne l'importance des programmes FLAM dans le soutien à l'identité culturelle de ces enfants.

- La majorité des bénéficiaires sont des enfants de 5 à 15 ans.
- Les familles cherchent à établir et maintenir un lien actif et dynamique avec la culture et la langue française tout en étant localement très bien intégrées.
- Les familles recherchent du soutien dans leurs efforts d'éducation bilingue ainsi que l'intégration à une communauté partageant leur situation

Approches pédagogiques slide 8

Les méthodologies pédagogiques utilisées par les associations FLAM sont extrêmement variées. Ce sujet englobe les approches d'enseignement, les supports pédagogiques et les activités proposées, qu'elles soient ludiques, culturelles ou purement éducatives. Les associations utilisent une gamme de supports très variée, des cahiers d'exercices aux activités en ligne en passant par les projets, pour faciliter l'apprentissage et la pratique du français.

L'utilisation de méthodologies variées reflète l'adaptabilité des associations aux besoins locaux. Elles s'adaptent notamment au rythme des programmes scolaires des pays d'accueil. Elles s'adaptent également avec beaucoup de créativité à la situation particulière de leurs élèves pour qui la langue française n'est pas inconnue (ils l'entendent depuis leur naissance) mais n'est souvent pas non plus très familière du point de vue de la pratique. Enfin, elles s'adaptent aux différences de niveaux au sein d'un même groupe, d'une même classe ou d'une même tranche d'âge.

L'intégration d'activités ludiques et culturelles existe dans la grande majorité des associations. Elles sont des éléments essentiels pour susciter l'intérêt des enfants pour l'apprentissage et la pratique du français.

D'autre part, de nombreuses associations mettent l'accent sur l'enseignement de la langue française, en s'appuyant sur un modèle scolaire ou hybride. C'est notamment le cas au Royaume-Uni (ex: La Petite École d'Ealing, La Petite École de Newcastle), aux États-Unis (ex: EFBA, EFNY New York) ainsi qu'en Europe (ex: L'école du FLAM à Madrid) et aux Émirats Arabes Unis (Dubai).

Financement et Ressources slide 9

Le financement est un élément crucial pour la survie et le développement des associations FLAM.

L'enquête visait à comprendre les mécanismes et sources de financement des associations FLAM, incluant les cotisations des membres, les subventions AEFE et STAFE, pour les associations qui en demandent, et les partenariats avec des entreprises ou institutions locales, ainsi que les ressources matérielles et humaines disponibles (bénévolat et/ou rémunérations).

Il ressort essentiellement que :

- Les associations dépendent fortement des bénévoles et des stagiaires pour leur fonctionnement.
- Certaines associations reçoivent des subventions et cherchent à établir des partenariats (EFBA demande des subventions au gouvernement canadien, FLAM Porto a un partenariat avec la BNP pour communiquer auprès de ses salariés) pour obtenir un soutien financier

- Le coût de location des espaces et les frais opérationnels sont des défis récurrents pour de nombreuses associations qui ne peuvent pas, ou pas totalement, les répercuter sur les familles. Dans certaines régions, la hausse des coûts de l'immobilier pèse lourdement sur les budgets.

Les données montrent que le rôle des bénévoles et l'accès aux subventions jouent un rôle clé dans le fonctionnement de nombreuses associations FLAM. Cela met en lumière l'importance de diversifier les sources de financement afin de renforcer leur stabilité à long terme. Bien que l'engagement bénévole soit précieux et central, il ne suffit pas toujours à répondre aux besoins croissants des associations. Sans moyens financiers, il devient difficile d'offrir des programmes de qualité et d'atteindre un plus grand nombre de familles francophones tout en pratiquant des tarifs accessibles à tous.

Dispositif de subventionnement: slide 10

Les subventions de type Aide au démarrage sont très appréciées par les nouvelles associations, mais certaines expriment leurs inquiétudes quant à la capacité de s'auto-financer au bout de 5 ans. Les jeunes associations disent également apprécier le soutien et les encouragements que la fédération FLAM Monde leur a offerts.

Les subventions de regroupement sont également très appréciées car elles permettent à des associations éloignées les unes des autres mais appartenant à une même zone géographique d'établir des liens étroits.

Pour le reste, la plupart des associations interrogées souhaiteraient un dispositif de soutien plus proche de leur réalité de terrain. Elles regrettent qu'une fois passée la période d'aide au démarrage, le subventionnement, uniquement sur la base de projets non récurrents, les obligent à devoir constamment inventer du nouveau et de ne pas pouvoir travailler dans la continuité. Certaines préfèrent même renoncer à ce soutien.

Beaucoup d'associations, notamment parmi celles de taille moyenne, indiquent un contexte économique se dégradant depuis quelques années et notamment depuis la crise COVID et souhaiteraient donc plus de soutien. Cette situation freine leur développement et menace parfois même leur existence. Certaines associations ont d'ailleurs disparu depuis la pandémie : il n'y a plus d'associations FLAM en Chine par exemple.

Nous avons également relevé beaucoup d'incompréhension concernant les motifs de refus de certaines demandes de subventions. Une plus grande transparence est également souvent demandée ainsi que plus de clarté dans les instructions de constitution de dossiers.

Enfin la complexité du montage de dossiers subventions (AEFE ou STAFE) est signalée par des responsables associatifs bénévoles qui n'ont aucune formation pour cela et passent énormément de temps dessus, pour un résultat parfois décevant. Certaines associations doivent renoncer à déposer des demandes par manque de temps ou de compétence.

Défis et Obstacles: pas de slide spécifique

Les associations FLAM s'efforcent d'être accessibles à toutes les familles, quelle que soit leur situation financière, ce qui constitue souvent un frein à leur développement et à leur financement. Malgré leur volonté de maintenir des coûts réduits pour les familles, leur auto-financement reste une préoccupation majeure. Elles doivent également faire face à des défis croissants, tels que le manque de ressources, les contraintes administratives et les difficultés de recrutement des enseignants. Le recrutement et la rétention des enseignants, qu'ils soient bénévoles ou rémunérés, posent des défis constants.

Par exemple, l'association de Gironne a un partenariat contractuel avec l'Alliance Française de Gérone pour recruter des enseignants. Cependant, un énorme travail est nécessaire du côté pour concevoir des programmes et préparer des cours "clés en main" pour ces enseignants, un effort réalisé bénévolement par la responsable pédagogique de cette association.

Épuisement des cadres associatifs :

Un phénomène inattendu mais fortement récurrent dans les réponses à l'enquête est l'épuisement des cadres associatifs. Ces responsables, souvent bénévoles, doivent jongler entre leurs engagements professionnels, leurs responsabilités familiales et leur travail au sein de l'association. En plus des défis administratifs colossaux qu'ils rencontrent, beaucoup se retrouvent à cumuler plusieurs rôles : gestion administrative et financière, coordination pédagogique, communication, et gestion des défis économiques majeurs. Ce cumul de tâches crée une pression énorme, conduisant certains à l'épuisement.

La “*crise du bénévolat*” et la difficulté à trouver de la relève sont souvent évoqués.

Tout récemment, une association FLAM récente qui n’était pas encore rentrée dans le dispositif a jeté l’éponge du fait de l’épuisement de la présidente et faute de relève.

Concurrence des Alliances Françaises et des structures commerciales :

Plusieurs entretiens nous ont amené à comprendre que l'AF au Portugal, Madrid, l'Institut Français de Barcelone et le Lycée Français de Las Palmas proposent des cours FLAM, et confirme une volonté croissante de développement en ce sens et des cas similaires ont été signalés aux Etats-Unis. La frontière entre les missions éducatives des associations FLAM et les initiatives commerciales, **sur un même territoire**, devient floue, suscitant des inquiétudes pour l'avenir du modèle associatif FLAM.

Alors que la mission des AF est traditionnellement l'enseignement du français aux non-francophones (FLE), les associations FLAM s'adressent, depuis toujours, majoritairement aux familles francophones, **offrant un soutien culturel, social et psychologique en plus des cours et activités et répondent ainsi beaucoup mieux aux besoins spécifiques de ces enfants**. Cependant, face à des structures mieux équipées et à des tarifs plus élevés, les associations FLAM craignent de perdre en visibilité et de devenir inaccessibles aux familles moins aisées. La présence accrue d'entreprises commerciales accentue la menace et fait craindre que l'accès à FLAM passe par une “sélection par l'argent”.

Dans ce contexte, le rôle des fédérations est essentiel pour soutenir et accompagner les associations locales. Par exemple, des structures comme Parapluie FLAM au Royaume-Uni, FLAM USA, et la Fédération FLAM Monde jouent un rôle clé dans la coordination, la mise en réseau, et l'accompagnement des associations FLAM. Elles offrent un cadre d'entraide et des ressources précieuses qui contribuent à renforcer les capacités des associations, tout en facilitant l'accès à des subventions, à des partenariats, et à des solutions collectives pour relever les défis communs.

La marque FLAM slide 11

Un point crucial abordé ces derniers mois concerne la marque FLAM, qui soulève des préoccupations importantes parmi les associations. Bien que la majorité des associations ayant fait une demande aient reçu une réponse favorable, un constat inattendu émerge : **100% d'entre elles admettent ne pas comprendre la signification ou l'impact de cette marque.**

Ce qui ressort de manière frappante est la perception négative de la marque FLAM qui est considérée par de nombreuses associations comme une chicanerie administrative supplémentaire et un processus sélectif qui fait passer des critères statutaires avant les activités et efforts menés par les associations au bénéfice des publics cibles.

Tout récemment, la différenciation nouvellement opérée entre les associations “Marque FLAM” et les autres dans le cadre des instructions aux demandes de subvention STAFE a suscité des réactions de frustration et d’incompréhension. Pour ces associations, la marque FLAM n'apporte pas la valeur ajoutée attendue mais est un facteur de division de l’univers associatif FLAM ; alors même que celui-ci se trouve actuellement dans une volonté de cohésion, de rapprochement et de développement comme en témoigne la création d'une fédération mondiale.

Les associations “recalées” auxquelles il est conseillé de changer leurs statuts pour pouvoir réintégrer un dispositif dans lequel elles sont pourtant déjà depuis de nombreuses années se sentent renvoyées à des tracasseries administratives, parfois quasiment insurmontables pour des équipes bénévoles souvent épuisées. Elles y voient un manque de reconnaissance de leur travail, de leur utilité et de leur réalité.

Impact Socioculturel: slide 12

Les associations FLAM se distinguent par leur contribution unique à la préservation de la culture française et à la cohésion sociale des familles françaises et francophones à l'étranger. Contrairement aux acteurs commerciaux ou institutionnels qui se concentrent principalement sur l'enseignement de la langue, les associations FLAM offrent bien plus que des cours. **Elles créent un espace où la dimension culturelle et communautaire est essentielle. En renforçant les liens socioculturels, elles aident les familles à**

s'intégrer localement tout en maintenant une connexion forte avec la culture française.

Leur approche associative favorise l'organisation d'activités culturelles et d'événements communautaires qui renforcent le sentiment d'appartenance, un aspect que d'autres structures ne proposent pas. Des programmes spécifiques comme les colos et les centres de loisirs sont des exemples concrets de cette dynamique associative. Au-delà de l'enseignement linguistique, les associations FLAM offrent un soutien et un encouragement global aux familles et créent des liens durables au sein des communautés francophones.

Conclusion slide 13

En conclusion, cette enquête souligne des tendances et des défis significatifs pour les associations FLAM. D'une part, l'engagement pour la cause de l'accès à l'enseignement et à la pratique de la langue française auprès du public cible reste indéfectible au sein de toutes les associations. Le sentiment d'appartenance à une communauté est également très fort, et la volonté de collaboration et de mutualisation des efforts entre les associations est palpable. Le travail conjoint et la recherche de partenariats s'avèrent essentiels pour le maintien et l'évolution du réseau FLAM, avec des actions collectives à renforcer afin de maximiser l'impact des projets éducatifs sur la francophonie à travers le monde.

On observe dans certaines régions une forte fragilisation due notamment à l'augmentation du coût de la vie (inflation, loyer) et à des répercussions de la période COVID.

C'est dans ce contexte que l'introduction de la Marque FLAM et surtout de son processus d'habilitation sur critères statutaires et non plus factuels et qualitatifs, comme il était d'usage depuis plus de 20 ans, suscite des réactions d'incompréhension, d'incertitudes voire de rejet.

Malgré des situations et des fonctionnements très diversifiés, les associations expriment quasiment toutes un besoin de meilleure reconnaissance par les institutions de leur engagement, de la qualité de leur travail et de leur utilité.

Pour terminer, nous souhaitons souligner la qualité des échanges avec ces responsables associatifs qui avaient envie et besoin de raconter et de partager leur histoire. Cette enquête était avant tout une initiative fondée sur l'humain ; en phase avec l'objectif « qualitatif » défini dès le départ. Nous leur exprimons notre gratitude.