

Réseaux d'*alumni* et diplomatie d'influence

Colloque AVRIST 3/12/2014, 9 h – 17 h

Ce colloque, organisé à la Cité internationale universitaire de Paris (CIUP, Salle des fresques, Fondation Deutsch de la Meurthe), a réuni environ 80 participants.

Introduction :

Les publications sur le *soft power* et sur l'influence citent les réseaux et associations d'anciens étudiants (« *alumni* ») et les anciens boursiers étrangers des gouvernements comme des relais d'influence, à l'international, des pays d'accueil. Cet argument d'influence est fréquemment invoqué par les gouvernements pour fonder leurs politiques d'accueil. Pour autant les politiques d'accueil n'ont pas systématiquement comporté des dispositifs de suivi, après leur retour, des personnes accueillies. Cependant, depuis quelques années les gouvernements ou les institutions de niveau national des pays d'accueil s'efforcent de fédérer les réseaux d'*alumni* et notamment d'anciens boursiers voire de piloter leurs initiatives grâce à diverses actions de politique publique.

Le rôle joué par les réseaux d'anciens est cependant rarement éclairé par l'analyse d'exemples concrets. Et si la conviction de l'efficacité, en termes d'influence, de tels réseaux est communément répandue, les conditions pratiques et sociopolitiques de cette efficacité ainsi que sa portée réelle ne sont pas parfaitement maîtrisées.

L'objet de cette journée d'étude était d'éclairer ces conditions par la confrontation de témoignages de personnalités ayant vécu l'expérience de la mobilité, d'animateurs et de membres d'associations d'*alumni* telles que celles des anciens de la Fondation Alexander von Humboldt, des programmes Fulbright ou Chevening, d'anciens d'universités et écoles, françaises et américaines notamment, ainsi que de représentants de la Fondation Nationale Alfred Kastler, de la Cité internationale universitaire de Paris, de la Fondation Maison des sciences de l'homme. Elle s'est conclue par la présentation et la discussion d'initiatives fédératrices telles que celles du DAAD, du British Council, du Département d'Etat, du MAEDI et de Campus France.

Résumé des interventions et des débats :

Carine Camby, Déléguée Générale de la Cité Internationale Universitaire de Paris accueille les participants et situe la CIUP et sa place dans la problématique des *alumni* : il existe des associations d'anciens de la Cité, qui organisent des réunions même dans leurs pays après leur retour.. Question politique : faut-il laisser repartir ou plutôt essayer de garder dès le début ces étudiants talentueux ? (et donc favoriser leur intégration professionnelle ?)

Michel Foucher, diplomate et géographe, introduit les débats :

1) Trois dates :

-1836 Alexis de Tocqueville : la démocratie ne peut se développer que là où les peuples croient en quelque chose de plus grand qu'eux-mêmes (*De la démocratie en Amérique*). Contre l'individualisme et le repli sur soi ;

-1883 Création de l'Alliance française (Paul Cambon) dont l'objectif explicite est d'accroître l'influence de la France par la propagation de la langue (la langue est vue comme outil d'influence) ;

-Alger 30 octobre 1943 pour les 60 ans de l'Alliance Française : le discours de Charles De Gaulle instaure le concept d'Influence Culturelle, qui ne doit pas être à sens unique ; il faut se laisser

pénétrer par le vent de l'extérieur ; il s'agit de réarmement moral ; nos atouts : Honoré de Balzac, Romain Rolland, Alexandre Dumas.

Aux Etats-Unis : il n'y a pas d'American Council/Institut, c'est la société entière qui rayonne.

Selon Laurent Fabius (MAEDI), il y a deux aspects de la diplomatie : la diplomatie économique et la diplomatie d'influence.

2) Les piliers de notre influence sont :

- La Francophonie : il y a 260 millions de personnes pouvant parler français, dont 60 millions d'étrangers s'exprimant en français.
- Le français est la 4^{ème} langue sur les réseaux sociaux.
- La Francophonie s'ouvre à d'autres pays en plus de l'Europe et l'Afrique ; Michaëlle Jean, ancienne gouverneure générale du Canada devient la nouvelle présidente de cette organisation.
- Richesse de notre langue : enrichie par l'apport de mots apportés par les Québécois, Suisses, Africains, Maghrébins.
- Notre Art de vivre, notre expérience dans l'aménagement, **la santé** (32 Instituts Pasteur, dans le monde, notoriété de Pasteur, Yersin, etc..). Notre expérience des maladies tropicales est une référence dans le monde.
- Autres atouts : La Mission Laïque, le Livre français.
- Notre enseignement supérieur accueille de 280.000 à 320.000 étudiants étrangers. Et, en dehors de l'Afrique, nous allons accueillir : 10.000 Brésiliens, peut-être 50.000 Chinois
- **Il y a une diversité de formes de « France » dans le monde** : en Algérie, c'est la langue, en Chine le romantisme, au Brésil la rigueur (Auguste Comte), en Italie la pensée politique. Au Japon, la France est appréciée précisément parce qu'elle s'intéresse à la culture japonaise. Aux Etats-Unis, notre influence est très contrastée (nous agaçons parfois...). En Grande-Bretagne, nous avons une grande proximité géographique et culturelle. En Afrique, ne nous faisons pas trop d'illusions : les langues locales (swahili, bambara, etc.) risquent de supplanter un jour le français au quotidien.

3) Nos points faibles:

- La présence économique française serait-elle en déclin ? Nos entreprises travaillent trop en français, rédigent – à tort - leurs contrats en français.
- Il faut internationaliser (on exporte essentiellement en Europe et pays francophones) et adapter l'offre à la demande.
- Nous sommes en retard d'initiatives dans le domaine technologique, les dernières datent de De Gaulle.
- La diplomatie française : encore à l'origine de 23% des résolutions à l'ONU, mais pas toujours suivies d'effet ;
- Notre APD (Aide Publique au Développement) est au 4^{ème} rang dans le monde (10 G€ en 2011¹), mais quelles retombées sur notre économie ?
- Nous devons cultiver les réseaux, l'hospitalité : la France n'est pas assez hospitalière qualitativement alors qu'on reçoit depuis toujours étudiants/chercheurs/invités. On ne leur renvoie pas de l'information, des cartes postales « la France vous remercie pour votre visite il y a ... pensez à revenir... » seraient bienvenues. Problème dans l'attribution des visas. La France est encore trop fermée...
- Il faut développer la traduction d'ouvrages français et les exporter davantage.

4) Conclusion ; il faut soigner davantage notre pouvoir d'attraction et notre pouvoir d'émission. Il n'y a pas assez de medias internationaux en français (rayonnement de TV 5 Monde ?). Nous ne sommes pas un pays *prescripteur* (par exemple nous ne participons pas à la création des classements). **Ce qui est attendu de la France c'est de produire des idées** (il ya peu de pays où les intellectuels réfléchissent à ou s'inquiètent de la marche du monde). Nous sommes producteurs d'initiatives, mais en assurons peu de suivi. (cf. atlas de l'influence française)

Questions : C. Duhamel évoque le problème des visas pour venir en France, que chacun déplore. Remarque du public : il y a aussi de la diplomatie terre, de la diplomatie mer, de la diplomatie numérique, de la diplomatie culturelle.

1^{ère} table ronde : les réseaux d'anciens élèves/boursiers, leurs objectifs, leurs méthodes de travail, leur rôle comme relais d'influence. Témoignages de responsables de programmes de bourse et d'institutions d'accueil et d'animateurs de réseaux d'anciens.

Animée par **Jean-Claude Arditti**, Président de l'Avrist. Intervenants : **Nicolas Catzaras** (Secrétaire général de la Fondation Maison des sciences de l'homme et Secrétaire du bureau de l'association des Alumni de Sciences Po) ; **Damien Ehrhardt**, (Président de l'association Humboldt France et Vice-président culture Université d'Evry Val d'Essonne) ; **Emma Ghariani** (SG de l'association France Fulbright Alumni) ; **Beverley Margaria** (Dr d'acc&ss Paris Ile-de-France) ; **Arnaud Roujou de Boubée** (Dr de la Commission Franco-Américaine - Fulbright) ; **Jordi Saniger** (associations des anciens, Ecole Centrale Paris) ; **Jocelyn Smith** (International Liaison Officer, programme bourses Chevening, UK)

- NB : l'*alumnus/alumna* est « *alumnus/alumna* » dès son entrée (à l'origine *alumnus* veut dire élève et non ancien, terme réducteur et moins intéressant). On essaie de l'intégrer dès le début
- Il y a un bureau « *alumni* » des universités/programmes américains à l'ambassade des Etats-Unis en France. Et 349 associations d'alumni en Grande Bretagne. Ces associations sont en relation avec les institutions et les chargés de programme : co-organisation d'événements, prêt de salles, parfois participation au conseil d'établissement. On s'efforce de leur donner un rôle actif, voire de leur confier des tâches ou de leur demander des services.
- Sciences Po : Appel aux dons et financements des anciens dont l'association date de 1875. Il y a une convention entre l'association des anciens et l'Institution « Sciences Po », mais chacune reste une entité distincte (communication, partage d'information et des listes d'élèves, subvention).
- Il en va de même pour la CIUP (spécificité : ici le lien est plutôt affectif), mais il est difficile de garder une trace. Contrairement à Sciences Po, les étudiants suivent différents cursus et les anciens n'ont pas spécialement d'intérêt professionnel commun.
- Humboldt- France : on cherche à valoriser les initiatives des anciens (réseaux dans plus de 70 pays) et les inciter à soumettre des idées (*bottom up*). Organisation de journées transversales
- Programme américain Fulbright : c'est un programme mondial qui a pour objectif de faciliter les échanges (américains vers l'étranger et inversement) de manière à produire des *alumni*. Il n'a de sens que parce qu'il y a des *alumni* (les anciens parrainent les nouveaux) et s'appuie sur les anciens pour se financer. Mais le principal acteur est le gouvernement fédéral qui y consacre 230 M\$. On compte 310.000 anciens, dont 54 prix Nobel. Un programme

multiforme qui comporte souvent des déclinaisons bilatérales (pays partenaires impliqués). Les *alumni* américains jouent un rôle important. Il y a une plateforme state-alumni.gov.

- Il existe aussi un réseau social des *alumni* allemands : <http://www.alumniportal-deutschland.org> . La France vient de lancer le sien Francealumni.fr sur le modèle allemand. (particularité : un étudiant indien à la Sorbonne, logé à la Cité Internationale et qui travaille chez Orange, fera la liaison des groupes d'*alumni* de toutes ces institutions sur un seul réseau social).
- Plutôt que de se demander ce que les associations d'anciens apportent à leurs membres, on peut s'interroger sur ce que les membres peuvent faire : leur confier une responsabilité est un moyen de les mobiliser.
- Les plus âgés des *alumni* ne sont pas des habitués des **réseaux sociaux**, mais ce sont ceux qui financent le plus... Il faut donc leur adresser les programmes de diffusion d'informations par lettres. Cependant **l'impact du numérique** est important pour les relations à distance. Il ya d'ailleurs une offre de logiciels dédiés à la gestion de réseaux d'anciens d'une institution.
- Chiffres pour Sciences Po : 65.000 anciens, 58.000 connus par l'association, 32.000 adresses courriels connues et 41.000 adresses postales (dont 6.000 à l'étranger), 7.000 adhérents (dont 700 étrangers), 15.000 inscrits sur LinkedIn et 6.500 sur Facebook. La survie de l'association est difficile, car 80% du budget de l'association vient des cotisations des membres adhérents et non des présents sur les réseaux sociaux. On s'efforce de convertir les membres réseaux en adhérents.
- Comment sont financées les associations d'*alumni* ? Subventions institutionnelles, sponsors, mais souvent par les seules cotisations et dons des adhérents. Certaines associations choisissent des cotisations peu élevées et se financent par des événements payants. Les anciens de Sciences Po organisent des événements et des conférences et une aide à la recherche d'un emploi.
- Comment créer le sentiment d'appartenance quand il n'y a pas de vécu commun (comme l'ont les résidents CIUP ou les étudiants d'une institution) ? C'est le cas des boursiers : on organise des « Welcoming Events ». Il faut alors insister sur le partage de valeurs communes plutôt que sur la trajectoire d'études. Et sur la procédure de sélection du boursier pour qu'il devienne un « ambassadeur culturel ».

Lien avec la diplomatie d'influence

- Les *alumni* de la CIUP participent à de nombreux ateliers interculturels lors de leur séjour, ils continuent plus tard à fréquenter les Instituts français et événements francophones. Ils arrivent en tant qu'ambassadeurs de leur pays, ils repartent ambassadeurs de la France.
- Les programmes américains insistent sur l'enrichissement culturel et la connaissance du pays : ceux qui viennent aux USA sont invités à séjourner quelques jours dans une famille et à parler de leur pays d'origine dans des écoles ou donner des conférences dans des centres sociaux, quand ils repartent dans leurs pays on leur suggère d'inviter un Américain. Cultiver les valeurs : disponibilité, service, ouverture.
- Le gouvernement américain incite ses *alumni* à monter entre eux des projets : équipes constituées sur le réseau dont le financement doit être approuvé par tous les *alumni*. C'est une manière de faire vivre ce réseau.

2^{ème} table ronde : témoignages personnels d'anciens bénéficiaires d'une mobilité à l'étranger. Impact sur leur carrière et leur vie. Liens gardés avec ceux qui ont partagé leur expérience. Se sentent-ils toujours ambassadeurs des pays qui les ont accueillis ?

Animateur : **Pierre-Bruno Ruffini**, Avrist et Université du Havre. Intervenants : **Randy Duran** (Pr Louisiana State University, association Chateaubriand – Science) ; **Benoît de L'Estoile** (Directeur de Recherche CNRS-IRIS, ancien chercheur invité par le CNPq au Brésil) ; **Anthony Mauvais** (Fondation A. Kastler, post-doc français en Allemagne, boursier Von Humboldt) ; **Gregory Nelson** (University of Chicago Alumni Club in France et alumnus INSEAD) ; **Behrang Pourhosseini** (doctorant iranien en France, philosophie, ancien étudiant Erasmus-Mundus) ; **Maria Carolina Sera Barrera** (alumna uruguayenne, programme Chevening, Chargée de la section consulaire, Ambassade d'Uruguay à Paris)

- Remarque : « alumni » est un meilleur terme qu'« ancien ». Il englobe ceux qui partent, ceux qui viennent de rentrer et les anciens. Ils ont tous un statut commun, et appartiennent à une même communauté. Notion d'*appartenance*.
- Extension du concept d'alumni aux **anciens chercheurs invités** : ceci permet de créer des liens et des réseaux parmi les scientifiques, d'échanger des pistes de recherche, mais aussi de donner aux doctorants ou post-docs des informations sur les conditions matérielles d'accueil et de travail dans les labos ou les instituts de recherche dans le pays où ils vont séjourner.
- La Fondation Alexander von Humboldt propose un programme de sélection de boursiers parmi les meilleurs scientifiques pour l'Allemagne : facilite l'accueil à l'arrivée et permet ensuite d'entretenir des contacts. La FNAK (Fondation Nationale Alfred Kastler) cherche à devenir un équivalent et un correspondant en France.
- Certaines entreprises comme Microsoft proposent des communautés d'anciens salariés
Suggestion : créer un réseau d'anciens de l'Alliance Française.
- Ceux qui sont partis apprennent la langue et se familiarisent avec la culture du pays d'accueil. En échange, ils se font ensuite les *ambassadeurs* de ce pays après leur retour chez eux.
- Plus qu'« ambassadeur », celui qui est parti peut devenir « consul » à son retour : c'est-à-dire participer à l'accueil de ceux qui proviennent de ce pays ou en reviennent.
- Existence des micro-réseaux de participants à des programmes plus ciblés et souvent non pérennes comme des Masters Erasmus Mundus, à de brefs séjours de recherche, etc. Ici l'influence n'est pas politique, mais est importante néanmoins. Ces micro-réseaux sont comme des synapses du milieu de la recherche.

3^{ème} table ronde : les responsabilités particulières de la puissance publique dans le suivi des anciens élèves et anciens boursiers. Les outils spécifiques élaborés à cet effet.

Animatrice : **Annick Suzor-Weiner** (Avrilst et Université Paris Sud). Intervenants : **Sandra Cohen** (représente Fabienne Couty, Sous Directrice pour l'Enseignement Supérieur, Direction de la coopération culturelle, universitaire et recherche, MAEDI) ; **Frédéric Goux** (représente Béatrice Khaiat, Directrice Générale adjointe Campus France) ; **Philippe Frayne** (Ministre – conseiller, affaires culturelles et communication, ambassade des Etats-Unis) ; **Sara Everett** (Head of External Engagement, Communication Directorate Foreign and Commonwealth Office, UK), **David Musial** (Attaché scientifique, Ambassade d'Allemagne), **Christian Duhamel** (Avrilst)

Sandra Cohen suit le projet Francealumni.fr depuis 2 ans (avec Campus France). C'est un projet ancien : 300 000 étudiants étrangers sont accueillis dans l'enseignement supérieur français chaque année. On veut savoir ce qu'ils deviennent. L'idée initiale est de créer une plateforme (opérationnelle depuis le 19/11/2014) pour garder un contact entre eux, avec les institutions qui les ont accueillis, faire la relation avec les entreprises qui recherchent un profil particulier, etc... Au début, des ambassades de France ont créé des pages web (réseaux France-Chine, France -Maroc) ou employé Facebook ou Twitter. Ces communautés locales fonctionnent bien, mais on a besoin d'un réseau global. Par exemple : si on organise une conférence sur l'agronomie dans tel pays, on va rechercher les *personnes ressources* qui figurent sur le fichier.

A la demande de L. Fabius et G. Fioraso (MESR), Campus France - fusion de Edufrance et de Egide - a réalisé en 2 ans cette plateforme (<https://www.francealumni.fr/fr>),. Au départ, il s'agissait de regrouper seulement les anciens boursiers mais on l'a étendue aux anciens étudiants ou stagiaires. Elle précise leur parcours d'études et professionnel. Et comporte une partie éditoriale, un forum d'échanges. Et les incite à participer à des groupes thématiques résultant d'initiatives individuelles. Un des objectifs ? Réveiller le « désir de France » Les partenaires sont : MAEDI, FR 24, TV 5 Monde, CIUP, ambassades.

Durant les 50 dernières années, les Etats-Unis ont accueilli 1 million d'étudiants, sans l'intention préalable de les structurer. Récemment on a souhaité suivre ce qu'ils font en rentrant dans leur pays. Il s'est ainsi créé des réseaux de toute nature, comprenant des dizaines de milliers de membres. Qui permettent de garder le contact, de trouver de l'aide pour démarrer un nouveau projet d'études ou professionnel. Il y a un fonds pour financer des projets jusqu'à 25.000 \$ par an pour des *alumni* des USA. Et des récompenses attribuées par le gouvernement mais surtout par des entreprises partenaires, avec accès gratuit à plus de 20.000 publications de presse (normalement payantes). On encourage la création de réseaux d'entrepreneuriat. Comme tous les réseaux, cela profite à ceux qui s'y investissent.

En Allemagne, la Fondation Alexander von Humboldt fonctionne bien pour les échanges de doctorants. Il y a aussi un réseau social d'*alumni* allemands réalisé par le MAE et le Ministère du Développement International. Ce réseau existe depuis 2008, il y a 100 000 inscrits (pays les plus représentés : Inde, Pologne, Bulgarie, Brésil, Chine, Ukraine, Mexique, Indonésie). Avec des représentants dans les divers pays qui gèrent une animation éditoriale.

Au Royaume Uni, il existe les programmes Chevening de bourses pour les étrangers (tous pays sauf UE et USA), Erasmus (pour Europe) et Marshall (pour USA uniquement, 1700 anciens boursiers). Chevening a 30 ans d'existence et réunit 43.000 anciens boursiers. Depuis cette année, on incite ces boursiers à retrouver des contacts, à créer une association d'anciens boursiers (dont 4 000 sont

restés au Royaume Uni), voire à organiser des « évènements ». Les réseaux sociaux grand public ont fortement aidé à ces contacts, notamment avec les pouvoirs publics.

Christian Duhamel présente un diaporama, où il cite Simon Nora : « Ces réseaux qui se forment, puis se relâchent ou se notabilisent, disparaissent ou se reforment, ce sont les synapses de la mécanique sociale ». Les réseaux d'*alumni* étrangers peuvent-ils devenir les synapses de la diplomatie d'influence ?

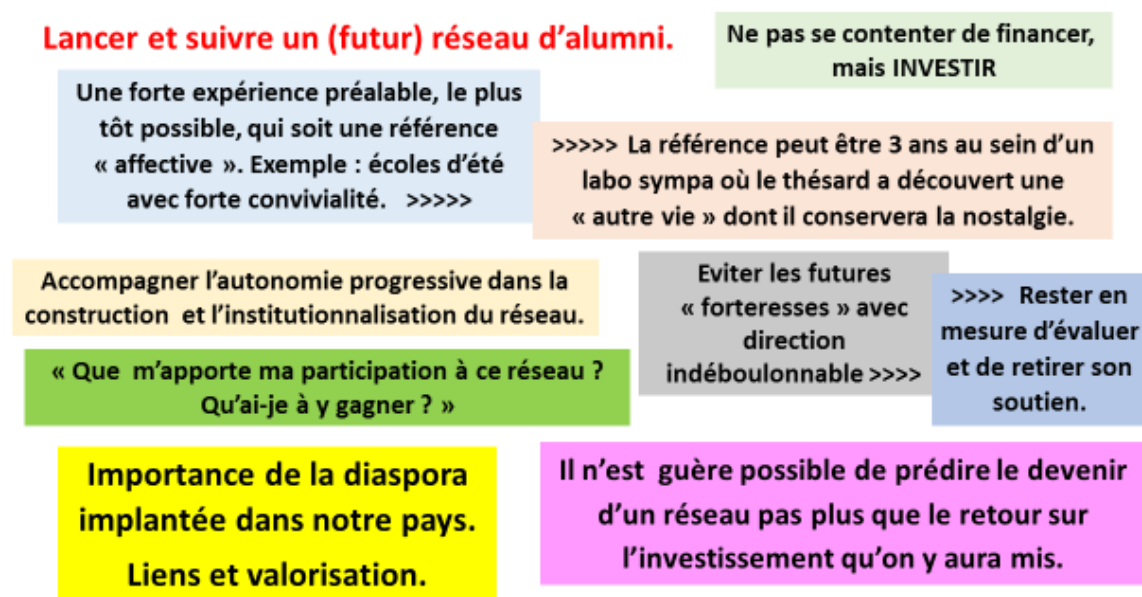
Il évoque différents réseaux dynamiques de chercheurs, dont il a été l'animateur (notamment en Sciences humaines en Roumanie, dont les participants occupent maintenant des postes de haut niveau : diplomates, universitaires, juristes, etc...).

Il suggère au MAEDI de cibler les chercheurs étrangers auteurs de thèses françaises (suffisamment peu nombreux et faciles à suivre). Il est important à un âge jeune, entre 20 et 30 ans, de créer des références communes, affectives et conviviales (pour une nostalgie de la France), par des petits groupes : universités d'été, séminaires, revues... Par exemple, inviter ces titulaires de thèse française une fois par an dans les ambassades.

Il faut se mettre à la place de l'*alumnus/a* : il doit y trouver de l'intérêt et y gagner « quelque chose » (de matériel ou immatériel).

Ne pas se contenter de financer les bourses mais se situer dans une logique d'investissement et aussi assurer un suivi (retombées...).

Il résume ses réflexions par un tableau :



Dans le cas du Royaume Uni, les anciens boursiers se sentent ambassadeurs du pays d'accueil dans leurs pays, et aident l'ambassade britannique une fois de retour dans leurs pays. Ils sont plus loyaux envers le programme qui les a financés qu'envers les institutions académiques.

Débat : Plusieurs intervenants doutent de l'efficacité de l'investissement dans les réseaux globaux d'*alumni* (alors qu'ils ne doutent pas de l'intérêt des programmes d'échanges) : ces réseaux répondent à une demande politique, mais ensuite il faut créer un climat de convivialité et assurer une animation importante, qui ne peut se faire qu'au niveau de chaque établissement ou chaque association. En tout cas, aucune preuve de leur utilité n'est faite !

Réponses du MAEDI et Campus France : le réseau France-alumni ne vise pas à se substituer à l'existant (les autres réseaux sociaux grand public et associations). *Ne pas faire une grosse machine*

Campus France et MAEDI ne vont pas céder ni vendre les données du réseau *alumni* (il y a une confidentialité totale, le réseau ne sera financé que comme service public), ces données ne permettront donc pas aux institutions de faire du fund-raising (ce qui est pourtant une priorité pour ces institutions...).

Les ambassades auront un portail propre France-alumni et pourront y inviter des partenaires locaux, utiliser le réseau pour faire de l'animation. *Benchmarking* : s'inspirer de l'expérience de la Colombie Britannique.

Avec l'émergence du marketing international de la recherche, apparaît donc le concept de chercheurs-alumni. France-alumni aura une gestion spécifique des doctorants et des post-docs.

Conclusions générales du colloque :

1. **Le sentiment d'appartenance** (à un réseau ou une association qui le représente) : selon les bonnes pratiques dont nous avons connaissance, la création du sentiment d'appartenance doit commencer avant (préparer l'arrivée des personnes dans de bonnes conditions), continuer pendant le séjour (ex : welcome party, farewell party... ; ce n'est pas toujours le cas) et être poursuivi après. Lorsqu'il n'y a pas de vie commune (ex : boursiers dispersés dans des établissements différents), il faut créer une expérience commune.
2. Il y a une différence entre membres d'une association et sympathisants sur réseaux sociaux ; se pose donc la question du **modèle économique des associations** qui reste très ouvert à cause du développement des réseaux sociaux d'une part et d'autre part au caractère poreux de ces réseaux : un même individu appartient à plusieurs réseaux et les réseaux ouvrent de plus en plus leurs activités à des personnes extérieures ; il en résulte une moindre incitation à acquitter une cotisation.
3. On est sûr de l'utilité des efforts pour accueillir les étrangers, mais on ne sait pas encore bien en revanche mesurer si l'effort de suivi vaut la peine et bénéficie à l'ensemble des acteurs. Se pose alors la question de l'évaluation du résultat escompté suite au déploiement de ces investissements de suivi.
4. Pour tous les pays observés il y a implication locale importante des ambassades (pas seulement du personnel diplomatique qui bouge, mais des personnes locales qui assurent la continuité) pour animer les réseaux.
5. Dans les relations internationales, l'influence et la puissance d'un pays sont complémentaires. L'influence n'est pas seulement une compétition entre Etats, elle produit aussi des bénéfices mutuels : brassage, tolérance, communautés mixtes, échanges...
6. L'adhérent peut être motivé par l'espoir de services matériels tels qu'aide à l'emploi ou mise en relation en vue de projets ou de fund-raising. Mais il l'est aussi par la possibilité d'apporter une contribution à une collectivité, de s'intégrer dans une communauté, de se revêtir du prestige d'une institution. Il est autant et même plus important de donner que de recevoir. Il faut inciter les adhérents à s'impliquer activement et valoriser leurs apports et leur utilité pour le groupe.
7. Il serait très souhaitable que diverses sciences sociales développent des **travaux de recherche** sur les réseaux d'alumni et d'anciens boursiers, leurs pratiques, leurs enjeux, leur impact.

Quelques remarques du public :

Il y a un décalage entre d'une part les organismes étatiques qui développent l'attractivité d'un point de vue national et sont dans une logique de compétition, et d'autre part les individus qui sont dans le partage, la collectivité, le global... or on veut faire de ces individus des « ambassadeurs ». Les réseaux ne fonctionnent bien que s'ils sont autonomes. Citons Martin Davidson, chief executive of the British Council : "The paradox of soft power is that the greater the government involvement is, the weaker the soft power is."

Il se pourrait qu'on arrive à une autre période, vers la convivialité mondiale facilitée par le numérique...

Des programmes comme la Francophonie ou Erasmus sortent du cadre national et sont d'emblée internationaux.

L'Agence Universitaire de la Francophonie cherche aussi à créer un réseau (non national) qui fédère l'ensemble des réseaux locaux et cherche plutôt à promouvoir une langue, une culture.

Entre compétition et coopération, les réseaux « nationaux » devraient réfléchir à la possibilité de regrouper leurs efforts à un échelon supérieur tel que celui de l'Union Européenne, par exemple. La compétition entre pays évoque la vague libérale. Il faudrait plutôt parler de « coo-pétition » entre pays, surtout au niveau européen (un réseau national plutôt que des réseaux européens ?).

Quand on parle d'influence, il faut aussi penser aux diasporas françaises à l'étranger (thème non abordé par ce colloque), qui peuvent aussi être un relai d'influence à mobiliser. Les diasporas ont un rôle à jouer (rôle reconnu récemment par la Chine, l'Inde, et le Vietnam...), même si elles sont parfois très critiques sur leur pays d'origine !

Au cours de ces débats, il n'a pas été fait mention de l'influence résultant de l'envoi de nos nationaux à l'étranger (et du maintien du lien avec eux). Jadis il y avait pour cela le programme Lavoisier, mais celui-ci est terminé... On devrait réfléchir aux liens entre mobilité entrante et mobilité sortante.

Les enjeux des mobilités participent de la diplomatie scientifique qui a trois axes :

- La diplomatie des affaires scientifiques (échanges bilatéraux...)
- Les négociations internationales sur questions comportant des aspects scientifiques (climat...)
- La diplomatie scientifique comme relais ou substitut de la diplomatie pour réduire les tensions et les conflits, et faciliter le dialogue entre Etats.

Cette synthèse de la journée a été élaborée à partir des notes et suggestions de Francesco Colonna, François Bertin, Martine Carisey, Olfa Ghrissa, Christian Duhamel, Jean-Claude Arditti (AVRIST), de Pierre-Bruno Ruffini (Université du Havre et AVRIST), de Françoise Cadet (UPMC) et de Marie-Jeanne de Lépine (Fondation UPMC).