

ELAN : Incidences du manque de compétences linguistiques des entreprises sur l'économie européenne

Résumé¹

Principaux résultats

- Les entreprises européennes perdent de nombreux marchés faute de compétences linguistiques. Sur la base de l'échantillon qui a servi à cette étude, on estime que 11 % des PME européennes (945 000 entreprises) du secteur de l'exportation subissent sans doute un manque à gagner pour cette raison.
- L'étude met en évidence l'existence d'un rapport direct entre langues et bons résultats à l'exportation. Plus précisément, elle distingue à cet égard quatre mesures de « gestion linguistique » : adoption d'une stratégie de communication multilingue, recrutement de locuteurs natifs, recrutement de personnel possédant des compétences linguistiques et recours à des traducteurs et à des interprètes. Chaque PME du secteur de l'exportation pourrait engranger des profits plus que substantiels si elle appliquait une ou plusieurs de ces mesures.
- Si l'anglais ouvre la porte des marchés de l'exportation, les résultats de l'étude donnent à penser que l'idée très répandue selon laquelle l'anglais est la langue universelle pêche par simplisme et que le tableau est bien plus complexe : le russe est très utilisé en Europe de l'Est (avec l'allemand et le polonais), le français est la langue des négociations commerciales en Afrique, et il en va de même pour l'espagnol en Amérique latine. Quant aux partenariats commerciaux à plus long terme, ils dépendent de l'instauration de relations et de la gestion de celles-ci, deux démarches qui exigent une connaissance de la culture et de la langue de l'« autre » pays.

Méthodes utilisées

L'étude s'articulait autour de cinq grands éléments :

- un résumé des travaux précédemment consacrés au lien entre compétences linguistiques, compétences culturelles et résultats à l'exportation ;
- une enquête menée auprès de quelque 2 000 PME du secteur de l'exportation de vingt-neuf pays européens (Union européenne, Association européenne de libre-échange et pays candidats à l'adhésion) et destinée à connaître leur point de vue sur

¹ L'étude *ELAN* (acronyme anglais pour *Incidence du manque de compétences linguistiques des entreprises sur l'économie européenne*) a été commandée par la direction générale Éducation et Culture de la Commission européenne en décembre 2005. Le CILT – Centre national des langues britannique – s'est chargé de la réaliser, en collaboration avec une équipe de chercheurs internationaux. Elle avait pour objectif de donner à la Commission et aux décideurs des États membres des informations pratiques et des analyses quant à l'utilisation de compétences linguistiques dans les PME et à son incidence sur les résultats commerciaux.

l'utilisation des compétences linguistiques, les compétences interculturelles, la sensibilisation aux stratégies linguistiques, les pertes commerciales dues au manque de compétences linguistiques, les projets d'exportation et, partant, les besoins prévus en matière de compétences linguistiques supplémentaires ;

- l'examen des résultats obtenus pour chaque pays par cinq « prescripteurs » issus des milieux d'affaires, du monde de l'éducation et de la classe politique du pays considéré, en vue de la formulation de recommandations d'actions au niveau local, régional, national et européen ;
- une enquête auprès de trente entreprises multinationales, enquête visant à recenser les différences qui séparent celles-ci des PME pour ce qui est de la place qu'elles réservent aux compétences linguistiques et interculturelles dans leurs stratégies commerciales ;
- une analyse macroéconomique des données de l'enquête effectuée auprès des PME, l'objectif étant de fournir des indications sur les retombées économiques des investissements en compétences linguistiques, tant pour les exportateurs que pour l'économie européenne dans son ensemble.

Indépendamment de la collecte de données statistiques, des exemples de bonnes pratiques ont été recensés, qui illustrent l'utilité des compétences linguistiques et l'application de celles-ci dans divers secteurs industriels ou États membres.

Base macroéconomique

L'étude montre que les PME du secteur de l'exportation sont plus productives que les autres et qu'elles ont souvent un « atout supplémentaire » parce qu'elles sont davantage au contact d'un savoir-faire technique plus pointu, qu'elles connaissent mieux les marchés et qu'elles sont familiarisées avec les méthodes de réduction des coûts et de gain d'efficacité.

Si un nombre accru de PME se transformaient en compagnies d'exportation performantes et si celles qui travaillent déjà dans ce secteur élargissaient leurs marchés, l'économie européenne en tirerait sans doute un profit considérable, dès lors que les PME, précisément, sont à l'origine de 50 % des créations d'emplois à l'échelle communautaire. Il s'ensuivrait aussi d'autres avantages non négligeables (potentiel novateur plus grand, meilleure connaissance des marchés) qui, à leur tour, auraient des effets bénéfiques sur la productivité des économies nationales.

Pertes dues au manque de compétences linguistiques et aux barrières culturelles

L'enquête réalisée auprès des PME montre que les entreprises européennes subissent de fortes pertes commerciales, faute de disposer de compétences linguistiques suffisantes. Il est déjà arrivé à 195 des quelque 2 000 entreprises

répertoriées dans l'échantillon (soit 11 %) de perdre un contrat pour cette raison : pour 37 d'entre elles, la valeur cumulée des contrats véritablement perdus oscillait entre 8 et 13,5 millions d'euros ; 54 autres PME ont perdu des contrats potentiels d'une valeur cumulée de 16,5 à 25,3 millions d'euros ; enfin, au moins dix autres ont perdu des contrats d'une valeur unitaire supérieure à 1 million d'euros.

Il ressort de l'enquête que, sur une période de trois ans, la perte moyenne par entreprise est de 325 000 euros. Manifestement, l'enquête ne recense que les cas dans lesquels les entreprises ont eu conscience de leurs pertes véritables ou potentielles, et il se pourrait que le chiffre réel soit nettement supérieur.

Dans leurs activités transfrontalières, les PME se heurtent à des barrières interculturelles et linguistiques. Dans tous les pays étudiés – à huit exceptions près –, plus de 10 % des personnes interrogées disent avoir éprouvé des difficultés d'ordre interculturel.

Gestion linguistique : méthodes actuelles

Dans 15 des 29 pays étudiés, au moins 50 % des personnes interrogées ont affirmé posséder une stratégie de communication multilingue (définie comme l'« adoption planifiée d'une gamme de techniques visant à permettre une communication effective avec les clients et les fournisseurs à l'étranger »).

Le recrutement de locuteurs natifs dotés de compétences linguistiques semble être une méthode de gestion linguistique très répandue, puisque 22 % des entreprises y recourent.

L'adaptation des sites web est chose fréquente : plus de 50 % des entreprises de 22 pays proposent des sites dans d'autres langues que la leur.

De 4 à 84 % des entreprises – selon les pays – recourent à des traducteurs et à des interprètes. Les chiffres les plus homogènes sont ceux qui correspondent à l'embauche d'agents locaux (de 20 à 40 % dans la majorité des pays) : c'est la méthode de prédilection des entreprises les plus petites, qui ne disposent pas des ressources nécessaires à l'engagement de personnel supplémentaire pour répondre aux exigences d'un nouveau marché.

Une forte proportion d'entreprises (48 % de l'échantillon) proposent une formation linguistique à leur personnel : on enregistre plus de 50 % de réponses positives dans 15 pays et un seul affiche un taux inférieur à 20 %. Cependant, petites et grandes entreprises préfèrent recruter des collaborateurs possédant déjà des compétences linguistiques, plutôt que d'investir dans la formation.

Projets en matière d'exportation

Sur l'ensemble de l'échantillon européen, 46 % des entreprises envisagent d'exporter vers de nouveaux marchés dans les trois années à venir.

Les besoins en compétences linguistiques iront en augmentant. Dans 13 des 29 pays étudiés, au moins 50 % des personnes interrogées pensent avoir besoin de compétences linguistiques supplémentaires au cours des trois prochaines années. Elles sont également très nombreuses – mais pas autant – à prévoir une augmentation de la demande en compétences interculturelles.

L'opinion des prescripteurs nationaux

Interrogés à ce propos, les prescripteurs nationaux ont confirmé que l'interprétation des résultats des enquêtes nationales était largement fondée. Seuls la moitié d'entre eux ont indiqué avoir connaissance d'initiatives ou de politiques nationales visant à accroître le niveau qualitatif ou quantitatif des compétences linguistiques dans les entreprises, et aucun de ceux-là ne croyait à l'efficacité de telles démarches.

Les prescripteurs ont beaucoup insisté sur la nécessité de séjours professionnels à l'étranger, qui permettraient aux bénéficiaires d'améliorer leurs compétences linguistiques et de se familiariser avec d'autres « cultures d'entreprise ».

Résultats de l'enquête menée auprès des grandes entreprises

Les résultats de l'enquête menée auprès des grandes entreprises confirment la plupart des informations recueillies dans l'enquête principale sur les PME :

- le recrutement de personnel doté de compétences linguistiques est chose courante (73 % des personnes interrogées ont mis en place un programme expressément conçu à cet effet et 20 % indiquent qu'il s'agit d'une pratique courante) ;
- l'anglais semble être plus utilisé comme langue véhiculaire que dans les PME, ce qui peut s'expliquer par son statut de « langue d'entreprise » à l'intérieur de multiples compagnies multinationales ;
- malgré tout, la demande de compétences dans d'autres langues que l'anglais est supérieure à la demande de compétences en anglais ; manifestement, les prévisions des grandes entreprises à cet égard accordent une priorité bien plus élevée à l'espagnol et à d'autres grandes langues mondiales que celles des PME ;
- pour des raisons d'efficacité, l'utilisation de l'anglais comme « langue d'entreprise » est souvent encouragée, voire imposée, même dans des pays – la France, par exemple – dont la langue officielle est aussi une grande langue internationale ;
- on ne peut toutefois dire avec précision dans quelle mesure le régime linguistique réel des entreprises concernées se conforme à ces politiques ; les communications informelles, qui sont encouragées parallèlement, se conjuguent à des structures de gestion plus plates pour favoriser un environnement multilingue.

La dimension macroéconomique : compétences linguistiques et succès à l'exportation

Les informations fournies spontanément sur les résultats commerciaux (chiffres d'affaires, bénéfices, valeur des contrats perdus) étaient limitées, protection du secret commercial oblige. Les données recueillies pour l'ensemble de l'échantillon communautaire suffisaient toutefois à l'établissement de paradigmes prenant en compte l'existence ou l'absence de compétences linguistiques. Les résultats montrent qu'il est parfaitement possible de mesurer l'incidence des compétences linguistiques sur les performances commerciales.

Quatre mesures de « gestion linguistique » susceptibles d'être combinées de diverses manières apparaissent associées à de bons résultats à l'exportation : adoption d'une stratégie de communication multilingue, recrutement de locuteurs natifs, recrutement de personnel possédant des compétences linguistiques et recours à des traducteurs et à des interprètes.

On a calculé qu'une PME investissant dans une ou plusieurs de ces mesures pouvait réaliser des ventes à l'exportation supérieures de 44,5 % à celles d'une PME qui s'abstiendrait de procéder à de tels investissements. Qui plus est, certains gains de productivité découlant des exportations profiteraient vraisemblablement à l'économie intérieure. Pour les exportateurs, la productivité totale des facteurs peut atteindre jusqu'à 3,7 % de plus que la moyenne industrielle, et des retombées de productivité de 3,7 % dues aux exportations pourraient donner à ces « investissements linguistiques » de substantiels effets secondaires.

Résumé des recommandations

1. Diffuser largement les résultats de cette étude pour « interpeller » les responsables politiques européens, nationaux et régionaux.
2. Inclure les questions de compétences linguistiques dans l'Enquête communautaire sur l'innovation (ECI) de la Commission européenne pour mesurer la contribution que l'amélioration de l'offre et de la demande de compétences linguistiques apporte à l'économie communautaire.
3. Améliorer les liens entre entreprises et système éducatif dans le domaine linguistique et relever et diffuser des exemples d'une collaboration fructueuse entre ces deux secteurs dans le sens notamment – mais pas exclusivement – d'une mise en valeur des compétences linguistiques.
4. Examiner les possibilités d'adaptation des programmes de mobilité existants pour organiser des stages de travail à l'étranger à l'intention de travailleurs de PME.
5. Élaborer et appuyer des programmes de sensibilisation à l'importance que revêtent, d'une part, les compétences linguistiques et, d'autre part – à mesure que ces programmes sont exécutés –, la mise en place de systèmes de soutien.

- 6.** Accorder toute l'importance voulue aux régions en tant que responsables ultimes de l'application de mesures d'assistance linguistique au bénéfice des entreprises et déterminer les relais d'exécution adéquats à l'échelle intrarégionale et interrégionale.
- 7.** Améliorer l'articulation entre politiques linguistiques européennes, nationales, régionales et locales, d'une part, et besoins des entreprises, d'autre part.
- 8.** Encourager les entreprises à acquérir une expérience accrue dans la gestion des compétences linguistiques et dans l'application des quatre mesures de gestion linguistique associées à l'amélioration des résultats à l'exportation.
- 9.** Encourager les entreprises, au besoin par des mesures d'incitation :
 - à recenser, exploiter et développer les compétences linguistiques dont elles disposent ;
 - à organiser des stages de formation à l'intention de leur personnel *via* des fournisseurs locaux ;
 - à offrir des stages professionnels à des étudiants et des travailleurs étrangers ;
 - à participer à des échanges internationaux entre entreprises ;
 - à exploiter les compétences linguistiques existantes, dont celles des travailleurs migrants ;
 - à apporter leur soutien à des programmes d'éducation et de formation associant langues et entreprises, en collaboration avec des écoles, des établissements d'enseignement supérieur et des universités.
- 10.** Accorder plus d'importance à l'apprentissage des langues à tous les niveaux des systèmes d'éducation et de formation.
- 11.** Mieux répondre aux besoins des employeurs :
 - par un élargissement de l'éventail des langues enseignées, notamment dans les filières du troisième cycle et de l'enseignement professionnel,
 - par une meilleure adaptation des cours et des qualifications au contexte de l'entreprise,
 - par l'inclusion dans des cursus associant langues et autres matières en rapport avec l'entreprise de stages professionnels à l'étranger assortis de la possibilité explicite de pratiquer la langue cible,
 - par le recours à plus de souplesse, face aux besoins fluctuants des employeurs.
- 12.** Améliorer la disponibilité d'interprètes et de traducteurs spécialisés dans des langues moins communément enseignées, comme le chinois, l'arabe, le russe (en Europe occidentale) et le japonais.
- 13.** Inciter expressément tous les étudiants du troisième cycle à consacrer une période de mobilité à un séjour dans un pays européen.

14. Bâtir sur les compétences linguistiques existantes en encourageant l'expansion des langues parlées par les enfants des travailleurs migrants, parallèlement à la langue officielle du pays d'accueil.

15. Consacrer de plus amples recherches à l'incidence économique des compétences linguistiques sur le secteur de l'exportation comme sur d'autres secteurs de l'économie, tels le tourisme, les investissements étrangers et les services.