

Bruxelles, le 23 février 2007

"Multilinguisme et compétitivité des entreprises"

Cette étude [Effects on the European economy of shortages of foreign language skills in enterprise] a été commandée par la direction générale éducation et culture et réalisée par le UK National Centre for Languages, en collaboration avec une équipe de chercheurs internationaux. Elle vise à fournir à la Commission et aux instances décisionnelles des États membres des informations et des analyses pratiques sur l'utilisation des compétences linguistiques dans les PME et son incidence sur leurs performances.

Synthèse

Principales conclusions

- Une part importante des marchés perdus par les entreprises européennes l'est du fait d'un déficit de compétences linguistiques. Sur la base de l'échantillon analysé, on estime que 11 % des PME exportatrices (soit 945 000 entreprises) ne sont pas en mesure d'exploiter des opportunités commerciales en raison de difficultés de communication.
- L'étude établit un lien manifeste entre les langues et le succès des activités d'exportation. Quatre éléments de gestion linguistique sont apparus comme influant positivement sur les performances en matière d'exportation: l'adoption d'une approche stratégique à l'égard de la communication multilingue, le recrutement de locuteurs natifs et de personnel doté de compétences linguistiques, ainsi que le recours à des traducteurs et à des interprètes. Les retombées pourraient être significative pour l'ensemble de l'économie européenne si toutes les PME exportatrices recouraient à une ou plusieurs de ces techniques.
- L'anglais joue un rôle primordial dans l'accès aux marchés d'exportation. Les résultats de l'étude indiquent toutefois que la situation est beaucoup plus complexe que ne le laisse croire le poncif selon lequel l'anglais serait la langue mondiale. Le russe est très utilisé en Europe orientale (tout comme l'allemand et le polonais). Le français est la langue du commerce dans des régions de l'Afrique, à l'instar de l'espagnol en Amérique latine. La pérennité des partenariats commerciaux dépend du développement et de la gestion des relations. À cette fin, la connaissance culturelle et linguistique du pays concerné est essentielle.

Fondements macroéconomiques

L'étude indique que les PME exportatrices sont plus productives que celles qui n'exportent pas et que les exportateurs bénéficient souvent d'avantages latents du fait de leur exposition à un meilleur savoir-faire technique, de leur connaissance des marchés, d'économies de coûts ou de la rationalisation.

La moitié des emplois dans l'Union européenne étant imputable aux PME, on peut en déduire que si un plus grand nombre de PME réussissait à prendre pied sur les marchés internationaux et si celles qui y sont déjà étaient en mesure d'étendre leurs parts de marché, les incidences sur l'économie européenne seraient appréciables. Il pourrait en outre en découler des avantages supplémentaires considérables du point de vue de l'innovation et de la connaissance des marchés, qui se répercuteraient à leur tour sur la productivité des économies nationales.

Les barrières culturelles et linguistiques à l'origine de pertes de marchés

L'enquête menée auprès des PME conclut que de nombreuses opportunités commerciales sont perdues en raison d'un déficit de compétences linguistiques. Sur l'échantillon composé de près de 2000 entreprises, 11 % (soit 195 PME) avaient ainsi perdu un marché. Parmi celles-ci, 37 avaient subi une perte cumulée comprise entre 8 et 13,5 millions d'euros, 54 avaient perdu des contrats à hauteur de 16,5 à 25,3 millions d'euros, et pour 10 entreprises au moins, la perte s'élevait à plus d'un million d'euros.

Selon ces chiffres, la perte moyenne par entreprise sur une période de trois ans est de 325 000 euros. De toute évidence, l'étude n'a retenu que les cas dans lesquels les entreprises étaient conscientes d'avoir perdu ou potentiellement perdu un marché et le chiffre réel devrait être nettement plus élevé.

Les PME se heurtent à des barrières culturelles autant que linguistiques lorsqu'elles passent les frontières. Dans tous les pays, hormis huit, plus de 10 % des répondants ont indiqué avoir connu des difficultés sur le plan interculturel.

Les méthodes de gestion linguistique en place

Dans 15 des 29 pays, la moitié au moins des répondants a déclaré avoir une démarche stratégique à l'égard de la communication multilingue (définie comme "l'adoption prévue d'un ensemble de techniques destinées à faciliter la communication effective avec les clients et les fournisseurs à l'étranger").

Le recrutement de locuteurs natifs apparaît comme une méthode de gestion linguistique largement répandue, pour laquelle optent 22 % des entreprises.

L'adaptation des sites web est fréquente avec, dans 22 pays, plus de la moitié des entreprises disposant de sites dans des langues autres que la langue nationale.

Compris entre 4 % et 84 % des entreprises, le recours aux traducteurs et interprètes est très variable selon les pays. Les réponses ont été plus homogènes pour ce qui est du recours à des agents locaux, la majorité des pays se situant dans la fourchette de 20 %-40 %. Cette méthode est notamment privilégiée par les petites entreprises qui ne disposent pas des moyens financiers nécessaires pour recruter du personnel en vue de répondre aux besoins créés par un nouveau marché.

Une part importante des entreprises (48 % de l'échantillon) indique proposer des formations linguistiques à leur personnel, 15 pays se situant au-delà des 50 % et un seul s'inscrivant sous la barre des 20 %. Cela étant, tant les grandes que les petites entreprises déclarent préférer recruter du personnel disposant déjà de compétences linguistiques plutôt que d'avoir à investir dans la formation.

Projets d'exportation

46 % des entreprises de l'échantillon prévoient de pénétrer de nouveaux marchés d'exportation au cours des trois prochaines années.

Les besoins en compétences linguistiques vont progresser. Dans 13 des 29 pays couverts par l'étude, 50 % au moins des entreprises estiment qu'elles auront des besoins supplémentaires en compétences linguistiques au cours des trois prochaines années. Bien que dans une moindre mesure, les entreprises européennes sont également nombreuses à prévoir une augmentation des besoins en compétences interculturelles.

Point de vue des responsables et dirigeants nationaux

L'interprétation des données des enquêtes nationales a été largement confirmée par les responsables et les dirigeants interrogés. À la question de savoir s'ils avaient connaissance d'initiatives ou de stratégies nationales visant à renforcer le niveau ou le volume des compétences linguistiques pour les entreprises, seuls 50 % ont répondu par l'affirmative et, parmi ceux-ci, aucun n'était convaincu de l'efficacité de ces stratégies.

L'importance des expériences professionnelles à l'étranger a été soulignée, non seulement dans l'optique d'une consolidation des compétences linguistiques mais également d'une sensibilisation à la variété des cultures d'entreprise.

Conclusions concernant les grandes sociétés

Les conclusions de l'enquête menée auprès des grandes sociétés confirment dans une large mesure les résultats de l'étude principale sur les PME.

- Le recrutement de personnel disposant de compétences linguistiques est très répandu (73 % des répondants disposaient d'un dispositif de recrutement de salariés ayant des compétences linguistiques, tandis que 20 % ont indiqué qu'il s'agissait d'une pratique courante).
- L'anglais semble plus utilisé comme langue véhiculaire que dans les PME, probablement du fait qu'elle sert également de langue de communication dans de nombreuses multinationales.
- En dépit de ce constat, la demande de compétences est plus importante pour d'autres langues que pour l'anglais. Contrairement à ce qu'indique l'enquête sur les PME, l'espagnol et d'autres langues du monde sont clairement privilégiées du point de vue des besoins futurs.
- Dans un souci d'efficacité, l'utilisation de l'anglais est souvent encouragée ou requise en tant que langue de communication de l'entreprise, même dans des pays, comme la France, dont la langue a elle-même une portée internationale.
- Il n'est toutefois pas clair dans quelle mesure l'usage linguistique se conforme à ces règles au niveau organisationnel. Parallèlement, les relations informelles sont encouragées ce qui, conjugué à des structures de gestion moins hiérarchisées, favorise un environnement multilingue.

Sur le plan macroéconomique: compétences linguistiques et exportations

Les informations que les répondants ont accepté de fournir concernant les performances de leur entreprise (chiffre d'affaires, bénéfices, valeur des marchés perdus) sont limitées en raison de la confidentialité des données commerciales. Les données collectées auprès de l'ensemble de l'échantillon ont toutefois été suffisantes pour établir des scénarios tenant compte des compétences linguistiques. Les résultats montrent dans quelle mesure il est concrètement possible de mesurer l'incidence des compétences linguistiques sur les performances économiques.

Quatre éléments de la gestion linguistique pouvant être combinés de différentes façons apparaissent comme ayant une influence positive sur les performances à l'exportation: l'adoption d'une démarche stratégique à l'égard de la communication multilingue, le recrutement de locuteurs natifs et de personnel disposant de compétences linguistiques, ainsi que le recours à des traducteurs et des interprètes.

On estime qu'une PME qui investit dans au moins un de ces quatre facteurs réalise un chiffre d'affaires à l'exportation supérieur de 44,5 % à celui d'une entreprise qui s'est dispensée de tels investissements. Ces exportations peuvent en outre entraîner des gains de productivité, qui se répercuteraient sur l'économie intérieure. La productivité totale des facteurs des entreprises exportatrices peut être jusqu'à 3,7 % plus élevée que la moyenne des entreprises du secteur, et on peut conclure que ce surcroît de productivité dû à l'exportation est imputable à l'incidence supplémentaire significative des investissements dans les compétences linguistiques.

Synthèse des recommandations

1. Il convient de diffuser largement les conclusions de ce rapport afin de sensibiliser les responsables politiques au niveau européen, national et régional.
2. Des questions concernant les compétences linguistiques devraient être incluses dans l'enquête communautaire sur l'innovation, afin de déterminer dans quelle mesure une offre et une demande accrues de compétences linguistiques contribuent à l'économie européenne.
3. Renforcer les liens entre les entreprises et l'éducation en matière de langues. Il importe de déterminer et de diffuser des modèles de collaboration réussie entre les entreprises et le secteur de l'éducation et la formation pour notamment, mais pas exclusivement, promouvoir les compétences linguistiques.
4. Déterminer le potentiel d'adaptation des programmes de mobilité existants pour permettre aux salariés de PME d'acquérir de l'expérience professionnelle (stages) dans d'autres pays.
5. Élaborer et soutenir des programmes de sensibilisation à l'importance des compétences linguistiques et (dès lors qu'ils seront opérationnels) à l'existence de dispositifs de soutien.
6. Cibler les régions en tant que vecteur ultime de l'application des mesures de soutien en faveur des compétences linguistiques pour les entreprises et déterminer la plateforme d'action appropriée au sein des régions et entre elles.
7. Améliorer l'articulation entre les politiques linguistiques européennes/nationales/régionales/locales et les besoins des entreprises.

- 8.** Favoriser le renforcement des capacités de gestion des compétences linguistiques des entreprises, ainsi que l'application des quatre éléments de gestion linguistique destinés à améliorer les performances à l'exportation.
- 9.** Les entreprises devraient être encouragées, par des mesures d'incitation si nécessaire:
 - à répertorier, exploiter et développer les compétences linguistiques dont elles disposent;
 - à former les salariés grâce aux liens entretenus avec des prestataires de services locaux;
 - à offrir à des étudiants ou des salariés étrangers la possibilité d'acquérir une expérience professionnelle;
 - à participer aux échanges interentreprises internationaux;
 - à utiliser les compétences linguistiques disponibles, y compris celles des travailleurs migrants;
 - à soutenir les programmes d'éducation et de formation établissant un lien entre les langues et les entreprises, en collaboration avec les écoles et les universités.
- 10.** Renforcer l'apprentissage des langues (étrangères) à tous les niveaux des systèmes d'éducation et de formation.
- 11.** Assurer une meilleure adéquation aux besoins de l'employeur:
 - en diversifiant la palette des langues enseignées, notamment dans l'enseignement de troisième cycle et les formations professionnalisantes;
 - en inscrivant davantage les cours et les qualifications dans le contexte des entreprises;
 - en prévoyant des périodes de stage à l'étranger, explicitement axées sur l'utilisation de la langue cible, dans le cadre de cours combinant les langues avec d'autres thèmes pertinents pour l'entreprise;
 - en améliorant la flexibilité pour répondre à l'évolution des besoins des employeurs.
- 12.** Augmenter le nombre d'interprètes et de traducteurs dans les langues plus rarement enseignées comme le chinois, l'arabe, le russe (en Europe occidentale) et le japonais.
- 13.** Exiger de tous les étudiants de troisième cycle une période de mobilité dans un autre pays européen.
- 14.** Construire sur les compétences linguistiques existantes en encourageant le développement des langues parlées par les enfants des travailleurs migrants parallèlement à la langue nationale du pays hôte.
- 15.** Réaliser d'autres études plus détaillées sur l'incidence économique des compétences linguistiques, tant sur l'exportation que sur d'autres domaines économiques comme le tourisme, les investissements étrangers et les services.