

La délégation générale à la langue française et aux langues de France a lancé plusieurs travaux de recherche visant à mieux apprécier les pratiques linguistiques des entreprises à vocation internationale et à contribuer ainsi à orienter la politique du gouvernement en faveur du français et de la diversité linguistique.

A la demande de la DGLFLF, UBIFRANCE a mené une enquête quantitative sur les pratiques linguistiques dans les PME travaillant à l'international.

Cette étude a été réalisée par Carine HERELLE sous la responsabilité de Gilles BOILEAU / département des études et de l'analyse concurrentielle d'UBIFRANCE.

Les conclusions de cette étude seront présentées aux professionnels et à la presse lors d'un colloque organisé à UBIFRANCE au mois de mai 2004.

# Synthèse

**Méthodologie et structure de l'échantillon**

**Les PME françaises et les langues étrangères**

**La place du français dans les PME**

**Encourager l'usage du français au sein des PME**

Plus de **7 000 questionnaires** ont été envoyés aux PME exportatrices françaises sur l'ensemble du territoire et tous secteurs d'activité.

Un **taux de retour** remarquable de l'ordre de **14 %** a été atteint.

## Profil :

après redressement, **75 %** des PME répondantes ont de **1 à 49 salariés**.

- 51 % des répondants occupent des fonctions de **direction générale ou de chef d'entreprise**.
- **L'Ile de France** (28,5 %), **Rhône-Alpes et PACA**, représentent ensemble près de la moitié des réponses.
- Les secteurs **»industrie des biens d'équipement «**, **« services aux entreprises »**, et **« commerce de gros et de détail »** regroupent 48 % des PME répondantes.
- Les statuts de **SA** (45,6 %) et de **SARL** (27,6 %) totalisent 73 % des réponses.
- Plus de la moitié des PME ont été créées depuis 1985.

## Régions cibles, clientèle non francophone et langues étrangères

- 87 % des PME interrogées travaillent avec **l'Europe occidentale**, c'est-à-dire la **Grand-Bretagne (40 %)**, **l'Allemagne (39 %)** et **l'Espagne (31 %)**. 37 % travaillent avec **l'Amérique du Nord** (Etats-Unis principalement) et 37 % également avec **l'Asie-Pacifique**.
- 61 % des PME réalisent plus de 50 % de leur CA export avec une clientèle non francophone. Pour 23 % d'entre elles, ce chiffre atteint 90 % du CA export.
- Globalement, la clientèle non francophone s'exprime d'abord en **anglais (96 %)**, puis en **allemand (42 %)**, en **espagnol (37 %)** et en **italien (20 %)**, conformément aux principales zones d'exportation.

## Degré d'internationalisation, chiffre d'affaires export et outils des PME vis à vis de la clientèle non francophone.

- **80 %** des PME interrogées travaillent à l'international par le biais de **l'export**, 29 % à travers une implantation commerciale et 10 % par une implantation industrielle.
- Seules 40 % des PME réalisent **plus de 50 % de leur chiffre d'affaires à l'export**.
- Les principaux moyens utilisés par les PME à l'attention de leur clientèle ne parlant pas le français sont les **plaquettes commerciales en plusieurs langues** (89 %), la **formation du personnel à différentes langues** (87 %), la participation à des **foires et salons à l'étranger** (79 %). Le recours à des interprètes et traducteurs est l'outil le moins utilisé par les PME.
- Ces trois types d'outils –plaquettes, formation, foires et salons–sont d'autant plus utilisés que l'entreprise est implantée à l'étranger et qu'elle est issue de **l'industrie des biens d'équipement ou de l'industrie agroalimentaire** (et biens de consommation pour les plaquettes). Ils sont également davantage employés dans les régions **Alsace et Languedoc-Roussillon**, ainsi que dans les PME qui travaillent avec les zones Moyen-Orient/Golfe Persique, Asie-Pacifique et Amérique du Nord.

## Exigences linguistiques et formation

- Le niveau d'anglais exigé est directement lié à la catégorie professionnelle : **82 % des PME exigent un niveau bon à excellent pour leurs cadres supérieurs ou de direction**, contre 53 % pour les cadres intermédiaires et 37 % pour la catégorie « secrétaire ».
- Les niveaux d'anglais les plus élevés sont exigés dans les **transports et communications et les services aux entreprises**, tandis que les moins élevés le sont dans les biens de consommation. De même, les exigences sont liées à l'importance de la clientèle non francophone.
- **L'anglais est de loin la première langue** étrangère exigée en PME. L'allemand et l'espagnol atteignent leur niveau maximum dans les services « commercial/vente » et « export/international ». Les services des ressources humaines et de la comptabilité sont les moins exigeants.

## Exigences linguistiques et formation

- Seules **46 % des PME ont organisé une formation aux langues étrangères** au cours des 12 derniers mois et 47 % n'y consacrent aucun budget. Cet effort s'accroît cependant avec l'effectif, 78 % des PME de 200 à 499 salariés ayant organisé une formation, et concerne davantage l'industrie des biens d'équipement, l'industrie automobile et l'industrie des biens intermédiaires.
- L'effort de formation est plus important en Franche-Comté, Auvergne et Alsace, ainsi que dans les PME qui travaillent avec l'Europe de l'Est/CEI, l'Afrique subsaharienne et l'Asie du Sud. Cet effort s'accroît également avec l'augmentation de la clientèle non francophone et avec l'implantation à l'étranger.

- Pour 71 % des PME, le **français est la principale langue** utilisée dans l'entreprise, notamment dans **l'industrie automobile** (82 %) et la **construction**. A souligner qu'en Champagne-Ardenne, Franche-Comté et Centre Val de Loire, plus de 80 % des PME ont le français pour seule langue de travail.
- Pour **29 % des PME, cependant, la principale langue utilisée est l'anglais**. Cette tendance est plus notable dans les transports et communications, les NTIC et le commerce de gros et de détail, ainsi que dans le Limousin et l'Alsace.
- Sans surprise, l'anglais est d'autant plus pratiqué que le CA export réalisé avec une clientèle non francophone est plus important.
- De même, en cas **d'implantation industrielle ou commerciale**, le français perd du terrain face à l'anglais qui reste malgré tout secondaire.
- Par ailleurs, le français est la principale langue utilisée dans les PME travaillant avec **l'Europe occidentale, l'Afrique et le Proche-Orient et l'Amérique Latine**. Sa prédominance est moindre dans les PME qui travaillent avec le Moyen-Orient/Golfe Persique et l'Asie du Sud.

- **Quel que soit le service, la langue française est largement prépondérante en communication interne**, notamment dans les **ressources humaines** (96 %) et la **comptabilité** (94 %). Les services « commercial/ventes » (79 %) et « export/international » (64 %) laissent plus de place à l'anglais.
- Pour l'ensemble des services, on observe **une diminution de l'usage du français avec la croissance de l'effectif**.
- Globalement **l'usage du français en interne est plus élevé dans les secteurs « matières premières/agriculture/pêche » et « industries agroalimentaires »**.
- **Les régions Champagne-Ardenne et Limousin sont celles où l'on parle le plus français** en interne dans le plus grand nombre de services. Le résultat inverse peut être observé notamment en Auvergne et en Alsace.
- Pour l'ensemble des services, **l'usage du français en interne bien que dominant, diminue au profit de l'anglais avec la croissance du CA, avec celle du CA export réalisé avec la clientèle non francophone et avec l'implantation industrielle ou commerciale à l'étranger**.

- Qu'il s'agisse de courriels internes, de téléphone interne ou de notes et comptes rendus internes, **l'usage du français est toujours majoritaire.**
- **L'usage de l'anglais croît avec l'effectif**, notamment au-delà de 200 salariés.
- Le secteur où l'utilisation du français dans ces différentes formes de communication interne est à son plus haut niveau, est celui des matières premières/agriculture/pêche. Inversement **le secteur des NTIC est le plus ouvert à l'anglais.**
- Les régions les plus favorables à l'utilisation du français pour les courriels, téléphones et notes internes sont le **Limousin et l'Aquitaine**. Paris et la Picardie sont les plus ouvertes à l'anglais et aux autres langues.

- Sans surprise, **l'utilisation de l'anglais croît avec le CA global, le CA export et le CA export réalisé avec la clientèle non francophone.**
- **L'implantation à l'étranger implique dans tous les cas de figure un recours accentué à l'anglais**, encore plus évident en cas d'implantation industrielle.
- Par ailleurs, les PME travaillant avec les zones **Amérique Latine/Caraïbes et Europe de l'Est/CEI** sont les plus enclines à recourir à l'anglais.

- **Les secteurs d'activité laissant le plus de place aux langues étrangères en communication externe sont les NTIC et l'éducation/formation/santé/social.** Le français résiste le plus dans les industries agroalimentaires, la construction, les matières premières/agriculture/pêche sauf pour l'export/international où l'industrie des biens de consommation est la plus favorable au français.
- **Globalement, l'usage du français diminue au profit de l'anglais avec la hausse de l'effectif.** Dans le service export/international, l'anglais est prépondérant quel que soit l'effectif.
- **Tous services confondus, les régions les plus favorables à l'usage du français sont la Champagne-Ardennes, la Franche-Comté et le Limousin.** A l'inverse, les langues étrangères sont davantage usitées en Alsace et en Auvergne.

- Dans tous les cas, **l'usage de l'anglais augmente avec le CA export, le CA global et le CA export réalisé avec la clientèle non francophone y compris dans les services dits internes.**
- Pour la plupart des services sauf les ressources humaines et la comptabilité, **l'usage de l'anglais et des autres langues étrangères dépasse celui du français en cas d'implantation industrielle.**
- Les PME qui travaillent avec les zones Asie du Sud puis Amérique Latine/Caraïbes sont les plus favorables à l'usage de l'anglais en communication externe.

**78 % des PME** pensent que l'usage du français au sein de l'entreprise **reste stable ou se renforce**.

L'usage du français **tend à se réduire (21 %)** dans les cas suivants :

- les secteurs des **NTIC**, des transports et communications et l'éducation/formation/santé/social ;
- les régions **Auvergne, Franche-Comté** ;
- **implantation** à l'étranger, notamment industrielle ;
- un **CA export** réalisé avec la clientèle non francophone au-delà de 70 % et **surtout 90 %** ;
- une clientèle qui parle le tchèque, le chinois, le russe, le japonais ;
- des PME qui travaillent avec l'Asie du Sud ou l'Europe de l'Est/CEI

## la loi du 4 août 1994 (loi Toubon).

- Si les différentes dispositions sont en général appliquées par les PME, bien que méconnues, **la disposition relative aux contrats de travail, règlement intérieur, conventions, accords collectifs...rencontre le taux d'application le plus élevé (86 %).**
- **Cette disposition est la plus appliquée en Franche-Comté et en Lorraine**, au contraire du Poitou-Charente, de l'Auvergne et du Limousin.
- La **disposition 2** (tout participant francophone à un colloque organisé en France peut s'exprimer en français) est, elle, davantage appliquée en Champagne-Ardennes, en Auvergne et en région PACA, et la moins appliquée en Poitou-Charente, Haute-Normandie et Limousin. **Le secteurs de l'automobile et des NTIC recueillent les meilleurs taux d'application.** Par ailleurs elle est moins appliquée en cas d'implantation industrielle.

## la loi du 4 août 1994 (loi Toubon)

- La disposition concernant les documents de présentation du programme est davantage appliquée **au-delà de 200 salariés**, dans les secteurs de **l'industrie automobile et des NTIC**, et dans les régions **Champagne-Ardennes, Auvergne et Bourgogne**.
- La disposition concernant les documents remis aux participants est davantage appliquée en **Picardie et en Bretagne** et moins en cas d'implantation industrielle à l'étranger.

## Des formations de perfectionnement à la langue française quasi-inexistantes

- **90 % des PME n'organisent pas de formation de perfectionnement à la langue française.**
- Les PME de plus de 50 salariés sont légèrement plus enclines à assurer ce type de formation.
- De même **les secteurs les plus favorables à ces formations sont l'éducation/formation/santé/social et les transports/communications**, à l'inverse des NTIC et de l'industrie agroalimentaire.
- Les régions où **ces formations sont davantage organisées sont l'Auvergne et la Basse-Normandie**, à l'inverse de l'Alsace, la Bretagne, le Limousin, la Haute-Normandie et la Picardie.
- Enfin des formations de perfectionnement à la langue française sont plus susceptibles d'être organisées en cas d'implantation industrielle à l'étranger.

## La pratique du français, un avantage concurrentiel ?

**Pour 46 % des PME, la pratique du français avec la clientèle francophone peut constituer un avantage concurrentiel.** Cet avantage est mieux perçu dans les **NTIC et l'éducation/formation/santé/social**, au contraire de secteurs comme l'industrie automobile et la construction, ainsi que dans **les régions Nord Pas de Calais et Champagne-Ardenne**.

**Pour 40 % des PME, la pratique du français peut constituer un avantage concurrentiel pour l'image de l'entreprise et de ses produits.** Dans ce cas, il concerne surtout les **secteurs des biens de consommation et des industries agroalimentaires**, à l'inverse des NTIC ou de l'industrie automobile. Il concerne également plutôt les régions du **Languedoc-Roussillon et du Limousin**, à l'inverse de l'Alsace et de la Basse-Normandie qui ne reconnaissent pas cet avantage. Celui-ci s'estompe cependant au-delà d'un effectif de 10 salariés.

**Globalement, l'avantage concurrentiel que peut représenter la pratique du français diminue avec la croissance du CA export réalisé avec la clientèle non francophone.**

**L'usage du français dans les PME travaillant à l'international a tendance à se réduire face aux langues étrangères et notamment l'anglais.**

Il convient donc d'agir en priorité :

- **Vers les PME de grande taille (au-delà de 200 salariés) ;**
- **Vers les PME fortement exportatrices ou implantées commercialement ou industriellement à l'étranger ;**
- **Vers le secteur des NTIC ;**
- **Vers les PME issues notamment des régions Auvergne et Alsace...**

2 axes de travail principaux :

- **(re)sensibiliser les PME aux dispositions de la loi du 4 août 1994 (loi Toubon) ;**
- **Inciter les PME à organiser des formations à la langue française, notamment en cas de forte activité internationale.**