

L'empreinte culturelle
induite par la com-
munication en ligne

Délégation générale à la langue française et aux langues de France

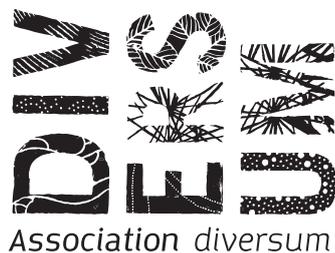
des principales
entreprises cotées
d'Europe et
d'Amérique du Nord

Association diversum

Internet : www.diversum.net

Courriel : contact@diversum.net

diversum est une association française créée en 2006 pour la prise en compte de l'environnement culturel dans les politiques de développement durable. Elle a fondé la première agence de notation centrée sur l'empreinte culturelle : en appliquant une méthodologie originale, elle suit à ce jour le comportement de 1 250 entreprises et collectivités d'Europe et d'Amérique du Nord.



Délégation générale à la langue française et aux langues de France

Internet : www.dglf.culture.gouv.fr

Courriel : dglff@culture.gouv.fr

Organe de réflexion, d'évaluation et d'action, la **Délégation générale à la langue française et aux langues de France** anime et coordonne l'action des pouvoirs publics pour la promotion et l'emploi du français et veille à favoriser son utilisation comme langue de communication internationale. Elle s'efforce de valoriser les langues de France et de développer le plurilinguisme.



Cette étude, portant sur plus de mille sites internet d'entreprises cotées en Europe et Amérique du Nord, a été menée par l'Association diversum au premier semestre 2011 puis au premier semestre 2012, avec le soutien financier de la Délégation générale à la langue française et aux langues de France (ministère de la culture et de la communication).

2

En fournissant une connaissance objective et consolidée du degré d'ouverture à la diversité linguistique des entreprises dans leur communication institutionnelle en ligne et, accessoirement, de la capacité des entreprises françaises à enrichir leur propre langue, cette étude permet de mieux appréhender l'impact des entreprises en faveur d'un environnement culturel riche et diversifié.

Sommaire

4 Périmètre de l'étude

6 Contribution en faveur de la diversité linguistique

Focus sur le site institutionnel global

7 Détail des versions linguistiques pour les différents espaces et selon le secteur d'activité

11 Détail des versions linguistiques pour les différents espaces et selon le lieu du siège social

15 Propension à assurer la vitalité du français

16 « accueil »

« actualités »

17 « administrateur de site »

« lettre d'information »

« lien »

« téléchargement »

18 « adresse électronique »

« courrier électronique »

« dialogue en ligne »

1 « recherche »

19 « identifiant »

« nuage de mots »

« diffusion en ligne »

Périmètre de l'étude

Concernant la diversité linguistique, l'observation a porté, de janvier 2011 à juin 2011, sur la communication institutionnelle en ligne non localisée, assurée par 1 196 entreprises européennes ou nord-américaines.

Pour chaque entreprise, il faut entendre par « communication institutionnelle en ligne non localisée » son site internet global à vocation institutionnelle et/ou les subdivisions suivantes :

- > espace en ligne concernant les actionnaires,
- > espace en ligne concernant les médias,
- > espace en ligne concernant le recrutement,
- > espace en ligne concernant la gouvernance,
- > espace en ligne concernant le développement durable.

Le périmètre ici étudié est formé des entreprises qui, à la date du 1^{er} janvier 2011, composaient les indices boursiers suivants :

1. Dow Jones STOXX 600 (Europe)
2. MEXBOL (Mexico)
3. Standard & Poor's 500 (New York)
4. TSX (Toronto)

Ce périmètre d'ensemble, constitué *ad hoc* pour la présente étude, est jugé représentatif des principales entreprises cotées d'Europe et d'Amérique du Nord.

La très grande majorité des entreprises étudiées offrent, sur leur principal site internet institutionnel, des espaces concernant les actionnaires, les médias, le recrutement, la gouvernance et/ou le développement durable. Toutefois, 127 des entreprises observées ne disposent d'aucun site institutionnel général. D'autres peuvent proposer exclusivement une communication institutionnelle ciblée, par exemple, vers les actionnaires ou vers les médias.

C'est ainsi que, sur 1 196 entreprises référencées :

- > 1 069 proposent un site institutionnel général ;
- > 1 090 proposent un espace concernant les actionnaires ;
- > 892 proposent un espace concernant les médias ;
- > 837 proposent un espace concernant le recrutement ;
- > 739 proposent un espace concernant la gouvernance ;
- > 858 proposent un espace concernant le développement durable.

Les **1 069 entreprises disposant d'un site institutionnel général se répartissent de la façon suivante**, en fonction soit du lieu d'implantation du siège social, soit du secteur d'activité attaché à l'entreprise :

États-Unis	412	Mexique	26
Royaume-Uni	167	Finlande	21
France	77	Belgique	17
Allemagne	57	Danemark	15
Canada	55	Norvège	12
Suisse	44	Autriche	10
Suède	34	Irlande	9
Espagne	31	Grèce	8
Pays-Bas	31	Portugal	8
Italie	30	Luxembourg	5
		Total	1 069

Biens et services industriels	139	Produits ménagers et de soin personnel	47
Pétrole et gaz	76	Assurance	45
Santé	69	Médias	39
Banques	67	Bâtiment et matériaux de construction	35
Services aux collectivités	65	Chimie	34
Distribution	65	Immobilier	31
Technologie	60	Télécommunications	29
Matières premières	54	Voyage et loisirs	27
Services financiers	49	Automobiles et équipementiers	17
Agroalimentaire et boissons	49	<i>Non défini</i>	72
		Total	1 069

Concernant la propension à assurer la vitalité du français, l'observation a porté, en mai 2012, sur la « communication institutionnelle en ligne non localisée », telle que décrite précédemment, assurée par les seules entreprises qui, cotées à la Bourse de Paris, faisaient partie de l'indice Dow Jones STOXX 600 en date du 1^{er} janvier 2012. Cela a représenté un total de **77 communications institutionnelles analysées**.

Abréviations

Dans l'étude, chaque langue présente a été désignée par son indicatif à deux lettres dans la norme ISO 639-1, selon les correspondances reprises ci-dessous :

AR	arabe	ES	espagnol	KK	kazakh	SR	serbe
CA	catalan	EU	basque	KO	coréen	SV	suédois
CS	tchèque	FI	finnois	NL	néerlandais	TH	thaï
CY	gallois	FR	français	NO	norvégien	TR	turc
DA	danois	GL	galicien	PL	polonais	UK	ukrainien
DE	allemand	HU	hongrois	PT	portugais	VI	vietnamien
EL	grec	IT	italien	RU	russe	ZH	chinois
EN	anglais	JA	japonais	SK	slovaque		

5

Méthodologie

Pour être prise en compte, une version linguistique doit apparaître par défaut ou être suffisamment accessible et annoncée de façon intelligible sur l'un des espaces suivants :

- > page d'accueil du site institutionnel général,
- > espace en ligne concernant les actionnaires,
- > espace en ligne concernant les médias,
- > espace en ligne concernant le recrutement,
- > espace en ligne concernant la gouvernance,
- > espace en ligne concernant le développement durable.

Le contenu d'une version linguistique peut être partiel. Il doit néanmoins être disponible à l'intérieur du site ou de l'espace étudié : cela signifie que les pages doivent être consultables sur le même domaine, ou à la rigueur sur un sous-domaine (de même extension et dépendant du même éditeur).

Toutes les versions linguistiques disponibles ont été retenues, sans considérer la qualité des textes et de la traduction. Il peut arriver que certains sites fassent appel à des procédés automatiques renvoyant vers un autre site qui affichera lui-même la traduction : dans la mesure où ici la version linguistique n'est effectivement rendue disponible que sur le site d'un tiers, conformément à la méthodologie elle n'a pas été prise en compte.

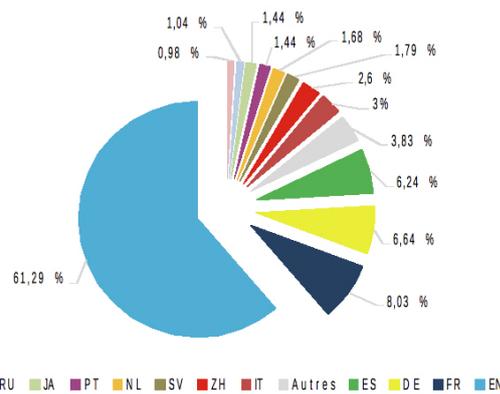
I. Contribution en faveur de la diversité linguistique

1. Focus sur le site institutionnel global

Sur les pages d'accueil des **1 069 entreprises disposant d'un site institutionnel général**, **31 langues** différentes sont utilisées selon la répartition suivante :

	AR	CA	CS	CY	DA	DE	EL	EN	ES	EU	FI	FR	GL	HU	IT	JA
Nombre de versions	3	5	2	1	8	115	12	1 061	108	1	17	139	1	1	52	25
	KK	KO	NL	NO	PL	PT	RU	SK	SR	SV	TH	TR	UK	VI	ZH	Total
Nombre de versions	1	11	29	9	4	25	18	1	1	31	1	2	1	1	45	1 731

Spectre des langues sur les 1 069 pages d'accueil étudiées :



6

Avec 1 731 versions linguistiques au total, **le nombre moyen de versions par site – ou indice synthétique de multilinguisme (ISM) – est de 1,62.**

Cet indice varie fortement selon le secteur d'activité et selon le lieu du siège social de l'entreprise.

Indice synthétique de multilinguisme (ISM) selon le secteur d'activité :

Technologie	2,35	Assurance	1,56
Automobiles et équipementiers	2,06	Agroalimentaire et boissons	1,45
Télécommunications	1,97	Pétrole et gaz	1,42
Banques	1,91	Services aux collectivités	1,4
Produits ménagers et de soin personnel	1,74	Médias	1,38
Biens et services industriels	1,71	Chimie	1,38
Bâtiment et matériaux de construction	1,66	Distribution	1,37
Immobilier	1,65	Santé	1,3
Services financiers	1,63	Voyage et loisirs	1,26
Matières premières	1,61	Non défini	1,67
		ISM général	1,62

Commentaire : L'indice est le plus élevé pour les entreprises de technologie, qui affichent en moyenne 1,09 version linguistique supplémentaire par rapport aux entreprises du voyage ou des loisirs.

Indice synthétique de multilinguisme (ISM) selon le lieu du siège social :

Belgique	2,47	Finlande	1,9
France	2,42	Italie	1,9
Suède	2,38	Norvège	1,83
Espagne	2,32	Pays-Bas	1,71
Autriche	2,2	Canada	1,6
Portugal	2,13	Danemark	1,53
Suisse	2,05	États-Unis	1,34
Allemagne	2	Royaume-Uni	1,16
Grèce	2	Irlande	1
Mexique	1,92	Luxembourg	1
		ISM général	1,62

Commentaire : Les entreprises ayant leur siège en France ou en Belgique obtiennent le meilleur score (avec un indice plus de deux fois supérieur à celui des entreprises dont le siège est au Royaume-Uni, en Irlande ou au Luxembourg).

Pour le détail des versions linguistiques, fourni dans les différents tableaux ci-après, ont été regroupées dans la catégorie « Autres » les 19 langues qui chacune n'atteignent pas 1 % du total des versions (arabe, catalan, tchèque, gallois, danois, grec, basque, galicien, hongrois, kazakh, coréen, norvégien, polonais, slovaque, serbe, thaï, turc, ukrainien, vietnamien).

2. Détail des versions linguistiques pour les différents espaces et selon le secteur d'activité

7

Page d'accueil du site principal

	DE	EN	ES	FI	FR	IT	JA	NL	PT	RU	SV	ZH	Autres	Total
Agroalimentaire et boissons	4	49	6		6	1		2	1				2	71
Assurance	8	44	4	1	6	3		1	1				2	70
Automobiles et équipementiers	7	17	1	1	5	2	1					1		35
Banques	8	64	11	2	12	13		3	3		3		9	128
Bâtiment et matériaux (...)	6	35	6		6			1	1	1	1		1	58
Biens et services industriels	17	139	13	4	20	9	2	4	4	1	6	9	10	238
Chimie	8	34	1		2			1				1		47
Distribution	3	64	4	1	11			3	1			1	1	89
Immobilier	2	31	1		8	1	1	2		1	1	1	2	51
Matières premières	4	53	4		5	1	1	1	2	4	3	3	6	87
Médias	1	38	2	1	9	1			1		1			54
Pétrole et gaz	3	76	6	1	7	3		1	2	1	1	1	6	108
Produits ménagers et de soin (...)	4	46	8		4	3	1	1	1	3	4	2	5	82
Santé	10	69	4	1	3						2	1		90
Services aux collectivités	4	65	8		4	5			2			1	2	91
Services financiers	4	49	4		8	2	1	4			4	2	2	80
Technologie	8	60	6	1	7	4	17		3	5	1	17	12	141
Télécommunications	4	29	5	2	6	2		3	1		3		2	57
Voyage et loisirs	1	27	2		3								1	34
Non défini	9	72	12	2	7	2	1	2	2	2	1	5	3	120
Total	115	1 061	108	17	139	52	25	29	25	18	31	45	66	1 731
%	6,64	61,3	6,24	0,98	8,03	3	1,44	1,68	1,44	1,04	1,79	2,6	3,81	100

Commentaires :

- > Sur les pages d'accueil du site principal, quatre langues bénéficient d'une représentation supérieure à 5 % (anglais, français, allemand, espagnol).
- > Trois autres langues (chinois, japonais, russe) apparaissent parmi les douze premières, alors qu'elles ne disposent du statut de langue officielle dans aucun des territoires où les sièges sociaux des entreprises sont implantés.
- > Les entreprises relevant des secteurs des matières premières ou des produits ménagers disposent d'un spectre de langues représentées plus large, en comparaison avec les entreprises de la santé, du voyage ou de la chimie.

Espace concernant les actionnaires

	DE	EN	ES	FI	FR	IT	JA	NL	PT	RU	SV	ZH	Autres	Total
Agroalimentaire et boissons	2	49	5		3	1		1					2	63
Assurance	9	46	1	1	7	3		1	1				2	71
Automobiles et équipementiers	6	17		1	4	2								30
Banques	7	66	6	2	11	11		2	3		3	1	9	121
Bâtiment et matériaux (...)	6	35	6		6			1	1		2		1	58
Biens et services industriels	12	142	5	4	17	3		3	2		8	2	3	201
Chimie	8	35	1		3			2						49
Distribution	3	64	4	1	10			3	1					86
Immobilier	1	31			8			3			1			44
Matières premières	3	53	4	1	4					3	4		2	74
Médias		41	2	1	9	1					1			55
Pétrole et gaz	2	76	2	1	6	2		1	1		1		5	97
Produits ménagers et de soin (...)	3	47	4		5	2					5			66
Santé	10	69	1	1	3						2		1	87
Services aux collectivités	4	65	7		4	5			2				2	89
Services financiers	3	50	3		7	1		3			4	1	1	73
Technologie	4	65	1		6		2				1	1		80
Télécommunications	3	30	2	2	6	2		3	2		2		2	54
Voyage et loisirs	1	31	1		3								1	37
Non défini	7	71	10	2	6	1		3	1		1		2	104
Total	94	1 083	65	17	128	34	2	26	14	3	35	5	33	1 539
%	6,11	70,37	4,22	1,1	8,32	2,21	0,13	1,69	0,91	0,2	2,27	0,33	2,14	100

8

Commentaires :

- > Avec 1 090 supports consacrés aux actionnaires et 1 539 versions linguistiques proposées, **l'ISM de l'espace concernant les actionnaires est plus faible que celui de la page d'accueil générale, à 1,41.**
- > S'agissant de la communication destinée aux actionnaires, on note un décrochage au profit de l'anglais, qui totalise 70 % des versions (contre 61 % sur la page d'accueil générale). Ce décrochage concerne toutes les autres langues, sauf le français et surtout le suédois dont le traitement est meilleur. L'allemand et le néerlandais sont très peu affectés. Au contraire, le chinois, le japonais et le russe disparaissent quasi totalement.

Espace concernant le développement durable

	DE	EN	ES	FI	FR	IT	JA	NL	PT	RU	SV	ZH	Autres	Total
Agroalimentaire et boissons	1	46	5		4			2	1				2	61
Assurance	5	28	2	1	3	3		1	1				1	45
Automobiles et équipementiers	5	13		1	5	2	1					1		28
Banques	4	56	10	1	10	8		2	2		2		6	101
Bâtiment et matériaux (...)	5	30	7		6			1	1		1		1	52
Biens et services industriels	12	112	8	2	18	6	1	3	4		4	7	2	179
Chimie	7	31	1		2			1				1		43
Distribution	2	47	2	1	9			2	1					64
Immobilier	1	21	1		7	1	1	2		1	1	1	2	39
Matières premières	3	48	3	1	4				1	3	3		2	68
Médias	1	32	2		8	1			1		1			46
Pétrole et gaz	3	67	3	1	5	3		1					4	87
Produits ménagers et de soin (...)	2	42	7		3	2	1	1	1	1	3	1	4	68
Santé	5	50	3	1	3						2	1		65
Services aux collectivités	4	62	7		4	5			2				2	86
Services financiers	1	25	1								3		1	31
Technologie		45	3	1	4	1	5		1		1	7	3	71
Télécommunications	3	23	2	1	6	2		3	1		1		2	44
Voyage et loisirs	1	25	2		2								1	31
Non défini	4	44	4	1	4	1				1		1	2	62
Total	69	847	73	12	107	35	9	19	17	6	22	20	35	1 271
%	5,43	66,64	5,74	0,95	8,42	2,75	0,71	1,5	1,34	0,47	1,73	1,57	2,75	100

Commentaire : Avec 858 supports consacrés au développement durable et 1 271 versions linguistiques proposées, **l'ISM de l'espace concernant le développement durable est de 1,48.**

Espace concernant la gouvernance

9

	DE	EN	ES	FI	FR	IT	JA	NL	PT	RU	SV	ZH	Autres	Total
Agroalimentaire et boissons		36	1		2	1		1	1				2	44
Assurance	7	33	1	1	7	4		1	1				1	56
Automobiles et équipementiers	6	12			3	2								23
Banques	5	42	6	1	8	9		2	3		2		5	83
Bâtiment et matériaux (...)	6	23	5		4			1		1			1	41
Biens et services industriels	10	79	6	2	14	3	1	3	2		3	3	2	128
Chimie	6	25			3			2						36
Distribution	3	34	3	1	9			2					1	53
Immobilier	1	21			5			2						29
Matières premières	2	45	2		4					3	3		2	61
Médias		34	1	1	7	1					1			45
Pétrole et gaz	1	56	3	1	5	2		1	1		1		5	76
Produits ménagers et de soin (...)	3	37	4		2	2			1	1	4			54
Santé	7	45	1	1	4						2			60
Services aux collectivités	3	50	6		3	4			2				1	69
Services financiers	1	33	2		7	1		4			4		1	53
Technologie	5	36	3		5	2	6		2	3	1	6	6	75
Télécommunications	3	21	4	1	4	2		2			3		2	42
Voyage et loisirs	2	20	3		3	1	1		1			1	1	33
Non défini	8	47	4		6			2	1		1	2	2	73
Total	79	729	55	9	105	34	8	23	15	8	25	12	32	1 134
%	6,97	64,3	4,85	0,79	9,26	3	0,71	2,03	1,32	0,71	2,2	1,06	2,82	100

Commentaire : Avec 739 supports consacrés à la gouvernance et 1 134 versions linguistiques proposées, **l'ISM de l'espace concernant la gouvernance est de 1,53.**

Espace concernant les médias

	DE	EN	ES	FI	FR	IT	JA	NL	PT	RU	SV	ZH	Autres	Total
Agroalimentaire et boissons	1	41	3		4	1		2					1	53
Assurance	10	39	2	1	6	2		1	1				1	63
Automobiles et équipementiers	6	15	1		5	2								29
Banques	6	49	4	2	10	12		2	2		3		9	99
Bâtiment et matériaux (...)	6	29	5		6			1	1	1	2		1	52
Biens et services industriels	14	123	5	3	17	4		4	1		5	2	1	179
Chimie	9	27			4			2				1		43
Distribution	3	43	2	1	9			2	1					61
Immobilier	2	19	1		7	1	1	2		1		1	2	37
Matières premières	3	41	2	1	3					2	4		2	58
Médias	1	36	1	1	10	1					1			51
Pétrole et gaz	2	63	2	1	5	2		1	1		1		4	82
Produits ménagers et de soin (...)	3	30	1		3	1				1	4	1	1	45
Santé	8	56	2	1	3						2		2	74
Services aux collectivités	4	58	8		4	5			1			1	2	83
Services financiers	2	40	3		6	1		3			3		1	59
Technologie	8	52	6	1	10	4	10			4		9	8	112
Télécommunications	3	28	4	2	6	2		3	1		2		2	53
Voyage et loisirs	1	26	1		2								1	31
Non défini	8	59	10	1	6	2		2	2	2	1	1	2	96
Total	100	874	63	15	126	40	11	25	11	11	28	16	40	1 360
%	7,35	64,3	4,63	1,1	9,26	2,94	0,81	1,84	0,81	0,81	2,06	1,18	2,94	100

Commentaire : Avec 892 supports consacrés aux médias et 1 360 versions linguistiques proposées, **l'ISM de l'espace concernant les médias est de 1,52.**

10

Espace concernant le recrutement

	DE	EN	ES	FI	FR	IT	JA	NL	PT	RU	SV	ZH	Autres	Total
Agroalimentaire et boissons	2	39	3		6			3	1				1	55
Assurance	5	29			4	2		1					1	42
Automobiles et équipementiers	7	12	1		4	2	1					1		28
Banques	6	42	5	2	12	6		2			3		5	83
Bâtiment et matériaux (...)	5	25	3		6			1			1		1	42
Biens et services industriels	15	104	6	5	17	1	1	3	1	2	5	4	3	167
Chimie	6	32			2			1				1		42
Distribution	3	55	2	1	9			1	1					72
Immobilier		13			5			1						19
Matières premières	3	38			3						3		3	50
Médias	1	33	2	1	9	1					1			48
Pétrole et gaz	2	62	2	1	5	2			1				5	80
Produits ménagers et de soin (...)	3	37	4		5	3		1	2	2	3	2	6	68
Santé	11	65	3	1	4	1	1	1	1	1	1	2	7	99
Services aux collectivités	4	45	3		4	3			1				1	61
Services financiers	2	28												30
Technologie	3	51	2		3		4					4		67
Télécommunications	3	19	2	2	6	1		3	1		1		1	39
Voyage et loisirs	2	22	4		4	1	2	1	2			2	5	45
Non défini	8	46	4	1	6	1		1	2		1	1	1	72
Total	91	797	46	14	114	24	9	20	13	5	19	17	40	1 209
%	7,53	65,92	3,8	1,16	9,43	1,99	0,74	1,65	1,08	0,41	1,57	1,41	3,31	100

Commentaire : Avec 837 supports consacrés au recrutement et 1 209 versions linguistiques proposées, **l'ISM de l'espace concernant le recrutement est de 1,52.**

3. Détail des versions linguistiques pour les différents espaces et selon le lieu du siège social

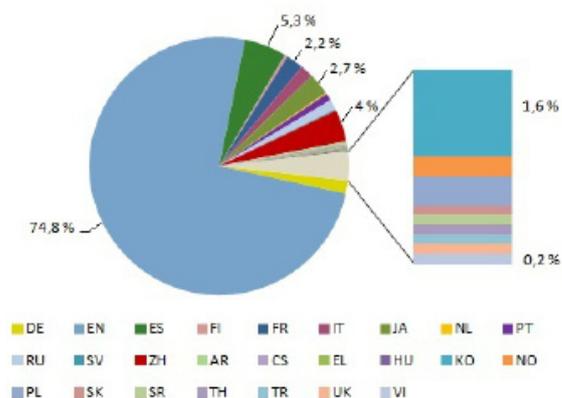
Page d'accueil du site principal

	DE	EN	ES	FI	FR	IT	JA	NL	PT	RU	SV	ZH	Autres	Total
Allemagne	52	57					1		1			3		114
Autriche	10	10								1		1		22
Belgique	1	17	1		11			11				1		42
Canada	2	55	2		23		1		1			2	2	88
Danemark		15								1			7	23
Espagne		31	31		1				2				7	72
États-Unis	9	412	29	2	12	9	15	1	5	7	1	22	27	551
Finlande		21		13	1					1	3	1		40
France	7	76	9		72	4	2	2	3	2	1	5	3	186
Grèce		8											8	16
Irlande		9												9
Italie		27				30								57
Luxembourg		5												5
Mexique		23	26						1					50
Norvège	1	12	1		1	1							6	22
Pays-Bas	1	31	1		3		2	14				1		53
Portugal		8	1						8					17
Royaume-Uni	2	167	4		3	2	3		1	4		3	4	193
Suède	2	34	2	2	2	2	1	1	2	1	26	4	2	81
Suisse	28	43	1		10	4			1	1		2		90
Total	115	1 061	108	17	139	52	25	29	25	18	31	45	66	1 731
%	6,64	61,3	6,24	0,98	8,03	3	1,44	1,68	1,44	1,04	1,79	2,6	3,81	100

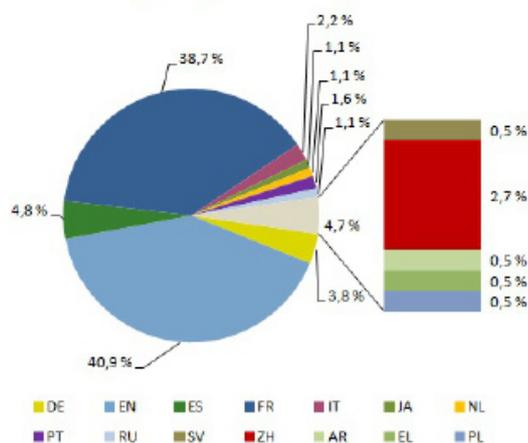
11

Commentaire : Les entreprises ayant leur siège social en Italie, en Grèce n'ont recours qu'à l'anglais en plus de leur langue officielle. À une exception près, c'est aussi le cas du Portugal ou du Mexique.

Ouverture linguistique des entreprises aux États-Unis



Ouverture linguistique des entreprises en France



Espace concernant les actionnaires

	DE	EN	ES	FI	FR	IT	JA	NL	PT	RU	SV	ZH	Autres	Total
Allemagne	54	57					1		1			2		115
Autriche	10	10										1		21
Belgique		16			12			12						40
Canada	1	55	1		23									80
Danemark	9	15												24
Espagne		31	31		1				3				7	73
États-Unis		428	1		1		1							431
Finlande		21		15							3			39
France	2	80	3		78	1			1					165
Grèce		8											8	16
Irlande		9												9
Italie		29				30								59
Luxembourg		5	1								1			7
Mexique		22	27											49
Norvège		12											6	18
Pays-Bas	1	31	1		4			14						51
Portugal		8							8					16
Royaume-Uni		168								3		1	1	173
Suède		34		2							31	1	2	70
Suisse	26	44			9	3			1					83
Total	103	1 083	65	17	128	34	2	26	14	3	35	5	24	1 539
%	6,69	70,4	4,22	1,1	8,32	2,21	0,13	1,69	0,91	0,19	2,27	0,32	1,56	100

Commentaire : Comme vu précédemment, s'agissant de la communication consacrée aux actionnaires, la raréfaction de la diversité linguistique est patente par rapport à la page d'accueil générale.

Espace concernant le développement durable

	DE	EN	ES	FI	FR	IT	JA	NL	PT	RU	SV	ZH	Autres	Total
Allemagne	38	44										2		84
Autriche	8	8										1		17
Belgique		12	1		6			6				1		26
Canada	1	46	2		19		1		1			1		71
Danemark		11											3	14
Espagne		26	27		1				2				7	63
États-Unis	3	315	20	1	7	5	7	1	3	2		12	10	386
Finlande		18		11	1					1	2	1		34
France	3	71	4		66	1	1		3					149
Grèce		8											8	16
Irlande		6												6
Italie		23				25								48
Luxembourg		5			1									6
Mexique		9	16						1					26
Norvège	1	11	1			1							6	20
Pays-Bas		30			2			13						45
Portugal		6							6					12
Royaume-Uni	1	141	1		1							1	4	149
Suède	1	28	1		1	1			1		19	1		53
Suisse	13	29			2	2								46
Total	69	847	73	12	107	35	9	20	17	3	21	20	38	1 271
%	5,43	66,6	5,74	0,94	8,42	2,75	0,71	1,57	1,34	0,24	1,65	1,57	2,99	100

Espace concernant la gouvernance

13

	DE	EN	ES	FI	FR	IT	JA	NL	PT	RU	SV	ZH	Autres	Total
Allemagne	41	46							1			1		89
Autriche	7	7												14
Belgique		15	1		10			10				1		37
Canada		43			16									59
Danemark		12								1			4	17
Espagne		21	22						2				7	52
États-Unis	3	219	9		3	2	4		3	2		5	6	256
Finlande		14		7							2			23
France	3	67	4		64	2	1		2	1	1	1		146
Grèce		5											5	10
Irlande		7												7
Italie		22				26								48
Luxembourg		5												5
Mexique		11	14						1					26
Norvège		10											5	15
Pays-Bas	1	28	1		1		2	13				1		47
Portugal		4	1						4					9
Royaume-Uni		135	1		1		1			3			3	144
Suède	1	26	1	2	1	1			1		22	2	2	59
Suisse	23	32	1		9	3			1	1		1		71
Total	79	729	55	9	105	34	8	23	15	8	25	12	32	1 134
%	6,97	64,3	4,85	0,79	9,26	3	0,71	2,03	1,32	0,71	2,2	1,06	2,82	100

Espace concernant les médias

	DE	EN	ES	FI	FR	IT	JA	NL	PT	RU	SV	ZH	Autres	Total
Allemagne	50	56					1					2		109
Autriche	10	10												20
Belgique		13			13			13				1		40
Canada	1	46			18									65
Danemark		13								1			6	20
Espagne		28	28						1				7	64
États-Unis	7	291	9	1	7	3	8			4		10	10	350
Finlande		19		12	1					1	3			36
France	4	76	6		73	2	1		1	2		1		166
Grèce		6											7	13
Irlande		9												9
Italie		25				29								54
Luxembourg	1	3			1									5
Mexique		14	17											31
Norvège		9											5	14
Pays-Bas	1	30	1		3	1		12						48
Portugal	1	4							7					12
Royaume-Uni		151	1		1	1	1		1	3			2	161
Suède	1	32	1	2	1	1					25	2	3	68
Suisse	24	39			8	3			1					75
Total	100	874	63	15	126	40	11	25	11	11	28	16	40	1 360
%	7,35	64,26	4,63	1,1	9,26	2,94	0,81	1,84	0,81	0,81	2,06	1,18	2,94	100

14

Espace concernant le recrutement

	DE	EN	ES	FI	FR	IT	JA	NL	PT	RU	SV	ZH	Autres	Total
Allemagne	47	52										3		102
Autriche	9	7								1				17
Belgique		10	1		4			5		1		1	1	23
Canada	2	46	1		21		1					1		72
Danemark		11											5	16
Espagne		9	16										3	28
États-Unis	7	348	14	1	10	5	6	5	5	2	1	8	19	431
Finlande		18		11							2			31
France	2	64	3		65				1	1		1		137
Grèce		1											2	3
Irlande	1	3	1		1				1			1		8
Italie	1	12			1	14			1					29
Luxembourg		5												5
Mexique		3	7						1					11
Norvège		11											6	17
Pays-Bas	1	22	1		2		1	10						37
Portugal		1							3					4
Royaume-Uni		119	1		1		1		1			1	1	125
Suède	1	24		2	1						16		2	46
Suisse	20	31	1		8	5						1	1	67
Total	91	797	46	14	114	24	9	20	13	5	19	17	40	1 209
%	7,53	65,92	3,8	1,16	9,43	1,99	0,74	1,65	1,08	0,41	1,57	1,41	3,31	100

II. Propension à assurer la vitalité du français

Sur un échantillon de 77 entreprises cotées à la Bourse de Paris, il a été décidé d'analyser la communication institutionnelle en ligne afin de voir si, pour l'expression en français, les entreprises avaient spontanément recours aux termes français disponibles pour désigner treize des principales notions du vocabulaire de l'internet. Cette restriction du champ d'étude a été dictée par la volonté de se focaliser sur un vocabulaire à la fois représentatif de la modernité et susceptible d'être indifféremment utilisé par tous les sites internet du périmètre.

Méthodologie

Les tendances en matière de vocabulaire utilisé ont été mesurées par le relevé systématique et le comptage des termes employés (1 169 au total) pour désigner treize des principales notions du vocabulaire de l'internet aux sept endroits clés suivants de chacun des 77 sites étudiés : page d'accueil générale, principale page de contact, fonction « faire suivre », espace concernant les actionnaires, espace concernant les médias, espace concernant le développement durable, espace concernant le recrutement.

Lors des relevés, toute forme rencontrée, désignant une notion susceptible d'être associée à l'endroit clé visité (selon le tableau de concordance ci-dessous), a été répertoriée et dénombrée.

Tableau de concordance entre les notions et les endroits clés

Page d'accueil	Page de contact	Fonction « faire suivre »	Espace actionnaires	Espace médias	Espace développement durable	Espace recrutement
Accueil	Administrateur de site	Adresse électronique	Accueil	Accueil	Accueil	Accueil
Actualités	Adresse électronique	Courrier électronique	Actualités	Actualités	Actualités	Actualités
Administrateur de site	Courrier électronique		Adresse électronique	Adresse électronique	Adresse électronique	Adresse électronique
Dialogue en ligne			Courrier électronique	Courrier électronique	Courrier électronique	Courrier électronique
Diffusion en ligne			Diffusion en ligne	Dialogue en ligne	Lettre d'information	Dialogue en ligne
Identifiant			Lettre d'information	Diffusion en ligne	Lien	Lettre d'information
Lettre d'information			Lien	Lettre d'information		Lien
Lien				Lien		Téléchargement
Nuage de mots				Téléchargement		
Recherche						
Téléchargement						

Statistiques

Pour chaque notion, sont ici détaillés les termes rencontrés, le nombre d'occurrences de chacun d'entre eux, ainsi que le nombre de sites qui s'avèrent en être utilisateurs, éventuellement à titre partiel. Cette dernière information donne en quelque sorte une idée du « degré d'acceptation » du terme en question.

1. « accueil »

Terme	Nombre d'occurrences	Proportion	Nombre de sites utilisateurs	Proportion
Accueil	189	95,45 %	57	74,03 %
Home	6	3,03 %	2	2,60 %
Home page	1	0,51 %	1	1,30 %
Page d'accueil	2	1,01 %	2	2,60 %
Total	198	100,00 %		

*Localisation : page d'accueil, espace actionnaires, espace médias, espace développement durable, espace recrutement.
Exemple de lecture : lorsque la notion « accueil » est présente, le terme « accueil » est utilisé dans 95,45 % des cas, celui de « page d'accueil » dans 1,01 % des cas. Sur la totalité des 77 sites analysés, 74,03 % d'entre eux utilisent au moins une fois le terme « accueil ».*

2. « actualités »

Terme	Nombre d'occurrences	Proportion	Nombre de sites utilisateurs	Proportion
Actualités	178	45,76 %	53	68,83 %
Actualité	64	16,45 %	28	36,36 %
Événements	55	14,14%	29	37,66 %
À la une	28	7,20 %	20	25,97 %
News	25	6,43 %	14	18,18 %
Actu(s)	13	3,34 %	8	10,39 %
Informations	10	2,57%	8	10,39 %
Info(s)	6	1,54 %	4	5,19 %
Brève(s)	4	1,03 %	2	2,60 %
Nouveauté(s)	4	1,03 %	4	5,19 %
Communication	2	0,51 %	1	1,30 %
Total	389	100,00 %		

Localisation : page d'accueil, espace actionnaires, espace médias, espace développement durable, espace recrutement.

3. « administrateur de site »

Terme	Nombre d'occurrences	Proportion	Nombre de sites utilisateurs	Proportion
Webmaster(s)	7	100,00 %	7	9,09 %
Total	7	100,00 %		

Localisation : page d'accueil, page de contact.

4. « lettre d'information »

Terme	Nombre d'occurrences	Proportion	Nombre de sites utilisateurs	Proportion
Alerte email	69	43,67 %	22	28,57 %
Newsletter(s)	41	25,95 %	17	22,08 %
Alertes (électroniques)	19	12,03 %	10	12,99 %
Liste(s) de diffusion	14	8,86 %	5	6,49 %
Alerte mail	8	5,06 %	4	5,19 %
Lettre de diffusion	2	1,27 %	1	1,30 %
Alerte infos	1	0,63 %	1	1,30 %
E-letter	1	0,63 %	1	1,30 %
E-newsletter	1	0,63 %	1	1,30 %
La lettre	1	0,63 %	1	1,30 %
Mailing list	1	0,63 %	1	1,30 %
Total	158	100,00 %		

17

Localisation : page d'accueil, espace actionnaires, espace médias, espace développement durable, espace recrutement.

5. « lien »

Terme	Nombre d'occurrences	Proportion	Nombre de sites utilisateurs	Proportion
Lien	27	96,43 %	17	22,08 %
Link	1	3,57 %	1	1,30 %
Total	28	100,00 %		

Localisation : page d'accueil, espace actionnaires, espace médias, espace développement durable, espace recrutement.

6. « téléchargement »

Terme	Nombre d'occurrences	Proportion	Nombre de sites utilisateurs	Proportion
Téléchargement(s)	3	50,00 %	3	3,90 %
Podcast	3	50,00 %	3	3,90 %
Total	6	100,00 %		

Localisation : page d'accueil, espace médias, espace recrutement.

7. « adresse électronique »

Terme	Nombre d'occurrences	Proportion	Nombre de sites utilisateurs	Proportion
Email	103	56,28 %	55	71,43 %
Adresse email	46	25,14 %	22	28,57 %
Mail(s)	10	5,46 %	5	6,49 %
Courriel(s)	9	4,92 %	5	6,49 %
Adresse(s) électronique(s)	8	4,37 %	4	5,19 %
Adresse mail	7	3,83 %	5	6,49 %
Total	183	100,00 %		

Localisation : page de contact, fonction « faire suivre », espace actionnaires, espace médias, espace développement durable, espace recrutement.

8. « courrier électronique »

Terme	Nombre d'occurrences	Proportion	Nombre de sites utilisateurs	Proportion
Email	62	64,58 %	28	36,36 %
Mail(s)	18	18,75 %	15	19,48 %
Courriel(s)	14	14,58 %	7	9,09 %
Courrier électronique	2	2,08 %	2	2,60 %
Total	96	100,00 %		

Localisation : page de contact, fonction « faire suivre », espace actionnaires, espace médias, espace développement durable, espace recrutement.

18

9. « dialogue en ligne »

Terme	Nombre d'occurrences	Proportion	Nombre de sites utilisateurs	Proportion
Chat live	4	66,67 %	1	1,30 %
Chat	2	33,33 %	2	2,60 %
Total	6	100,00 %		

Localisation : page d'accueil, espace médias, espace recrutement.

10. « recherche »

Terme	Nombre d'occurrences	Proportion	Nombre de sites utilisateurs	Proportion
Recherche(r)	62	93,94 %	61	79,22 %
Recherche avancée	4	6,06 %	4	5,19 %
Total	66	100,00 %		

Localisation : page d'accueil.

11. « identifiant »

Terme	Nombre d'occurrences	Proportion	Nombre de sites utilisateurs	Proportion
Identifiant	1	100,00 %	1	1,30 %
Total	6	100,00 %		

Localisation : page d'accueil.

12. « nuage de mots »

Terme	Nombre d'occurrences	Proportion	Nombre de sites utilisateurs	Proportion
Tags	1	100,00 %	1	1,30 %
Total	1	100,00 %		

Localisation : page d'accueil.

13. « diffusion en ligne »

Terme	Nombre d'occurrences	Proportion	Nombre de sites utilisateurs	Proportion
Webcast	30	100,00 %	15	19,48 %
Total	30	100,00 %		

Localisation : page d'accueil, espace actionnaires, espace médias.

19

Commentaire : Les termes comme « email », « newsletter », « webcast » ont acquis une forte présence, peut-être parce qu'ils sont propres au domaine de l'internet. Ce n'est plus le cas de « home », « search » ou « news », dont l'usage a quasiment disparu.



Délégation générale
à la langue française
et aux langues de France

6 rue des Pyramides
75001 Paris
téléphone : 01 40 15 73 00
télécopie : 01 40 15 36 76
courriel : dglff@culture.gouv.fr
www.dglf.culture.gouv.fr