

Rapport final de l'enquête

"LE BILINGUISME FRANCO-ALLEMAND, COMPETENCE - CLE SUR LE MARCHE DU TRAVAIL ?"

Mission Coopération Transfrontalière Conseil Général de la Moselle

Enquête réalisée du 30 mars au 30 avril 2008 dans le cadre du colloque du Conseil Général de Moselle du 21 mai 2008

"Les langues au cœur de la dynamique professionnelle, spécificités aux frontières".

auprès de 42 entreprises, administrations, collectivités territoriales françaises et allemandes.

Thématique

Le bilinguisme, tout en favorisant les formations franco-allemandes (filiales courtes, longues, formation professionnelle, formation continue) et en garantissant des compétences interculturelles, constitue-t-il une plus-value pour l'entreprise? Pour quelles raisons cette compétence, voire la combinaison de ces compétences, est-elle le cas échéant un avantage pour l'employeur, un atout pour le salarié?

Remarques

L'ensemble des questions supposait une situation de recrutement de jeunes diplômés au sein de l'entreprise, au cours de laquelle l'entreprise va privilégier certains critères dans le profil du candidat.

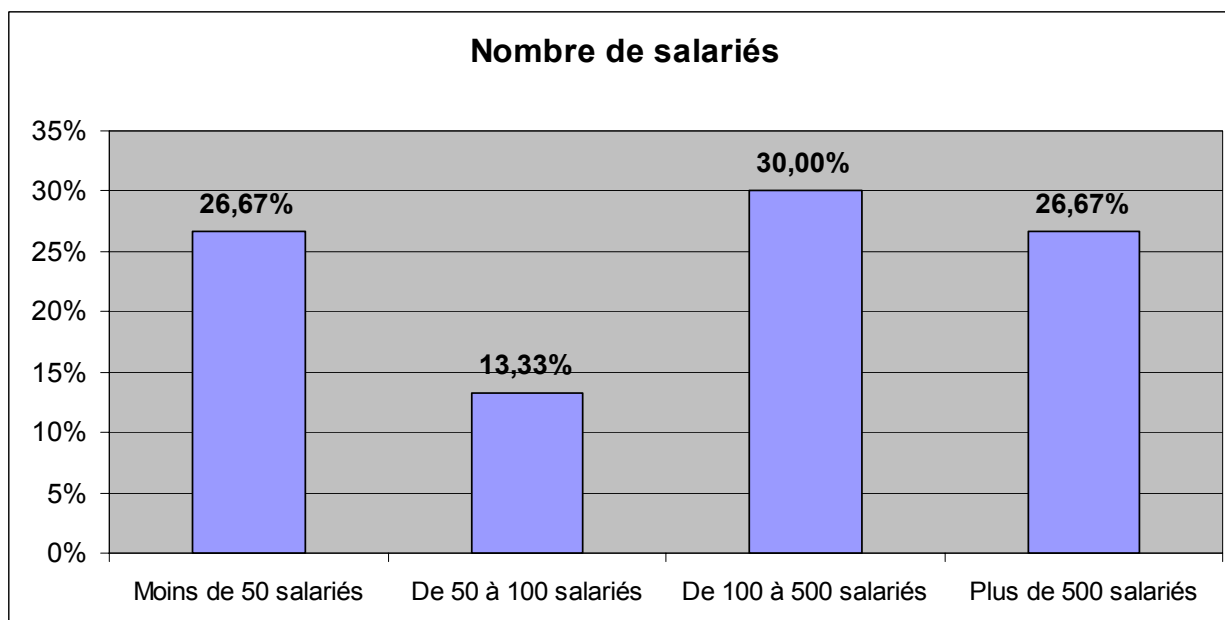
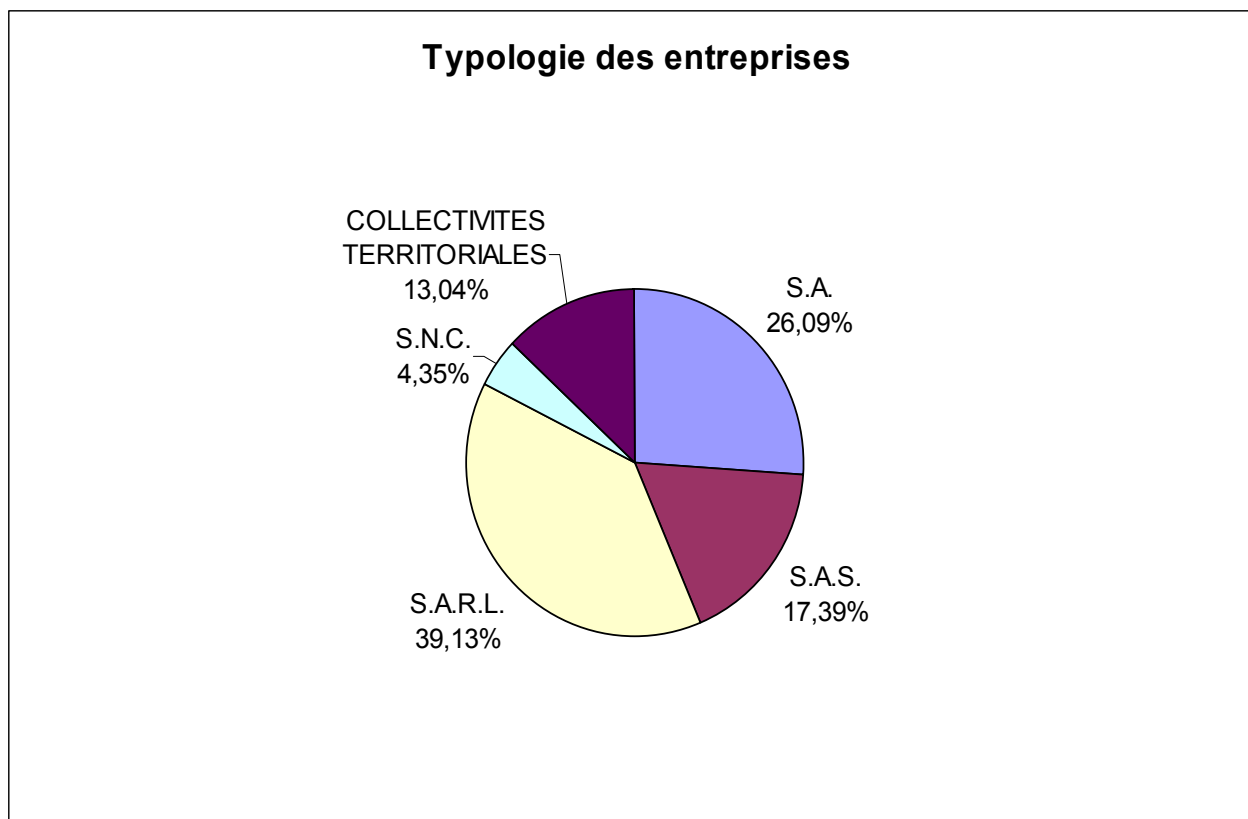
Ce sont ces critères que l'enquête a eu pour objectif de révéler, en les plaçant dans un contexte multicritères plus large.

Entreprises contactées

Sur les 42 entreprises et institutions (plus loin, entreprises) contactées, 30 entreprises ont répondu au questionnaire. Ces trente entreprises comptent 16 entreprises françaises, toutes situées en Moselle et 14 entreprises allemandes, toutes situées en Sarre, à l'exception d'une, située dans le Land de Hesse.

Les deux graphismes ci-dessous précisent d'une part la nature des entreprises qui ont répondu au questionnaire (graphisme n°1) et d'autre part, le nombre de salariés de ces entreprises (graphisme n°2).

Près de 40% (39,13%) des entreprises sont des SARL de droit français , voire des GmbH de droit allemand. 40% des entreprises emploient moins de 100 salariés, 30% de 100 à 500 salariés, et 26,67%, plus de 500.

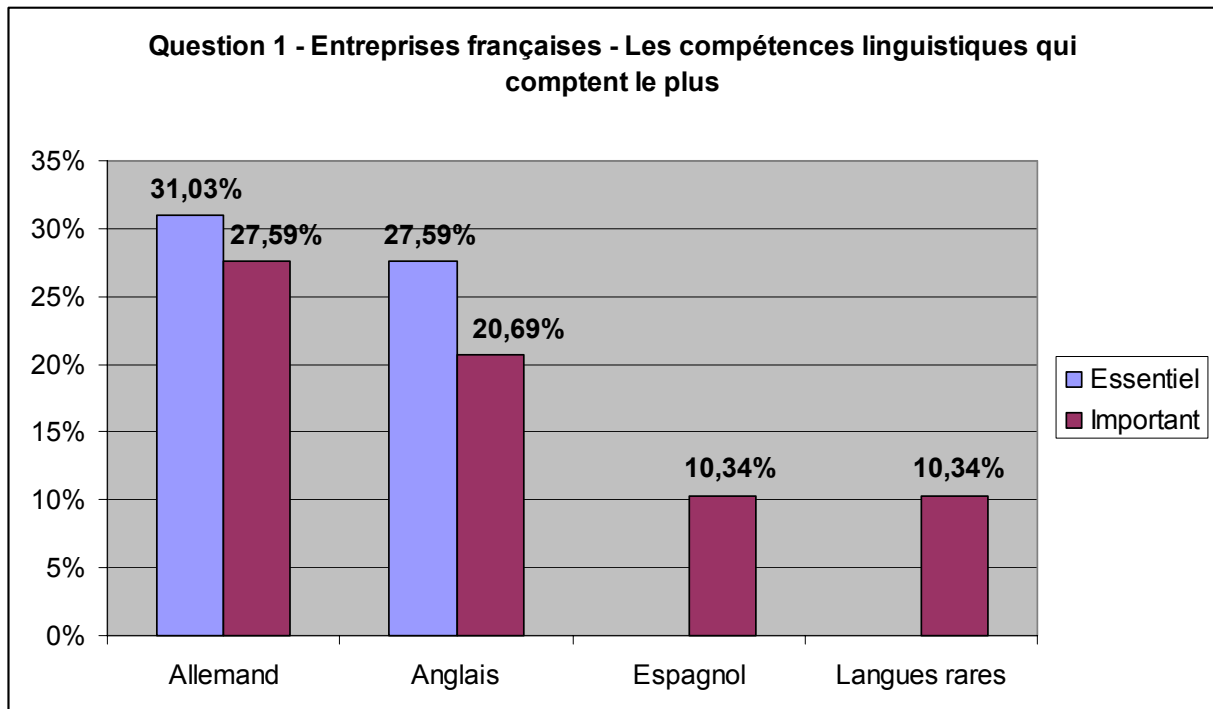


1. L'allemand, avant l'anglais pour les entreprises de Moselle

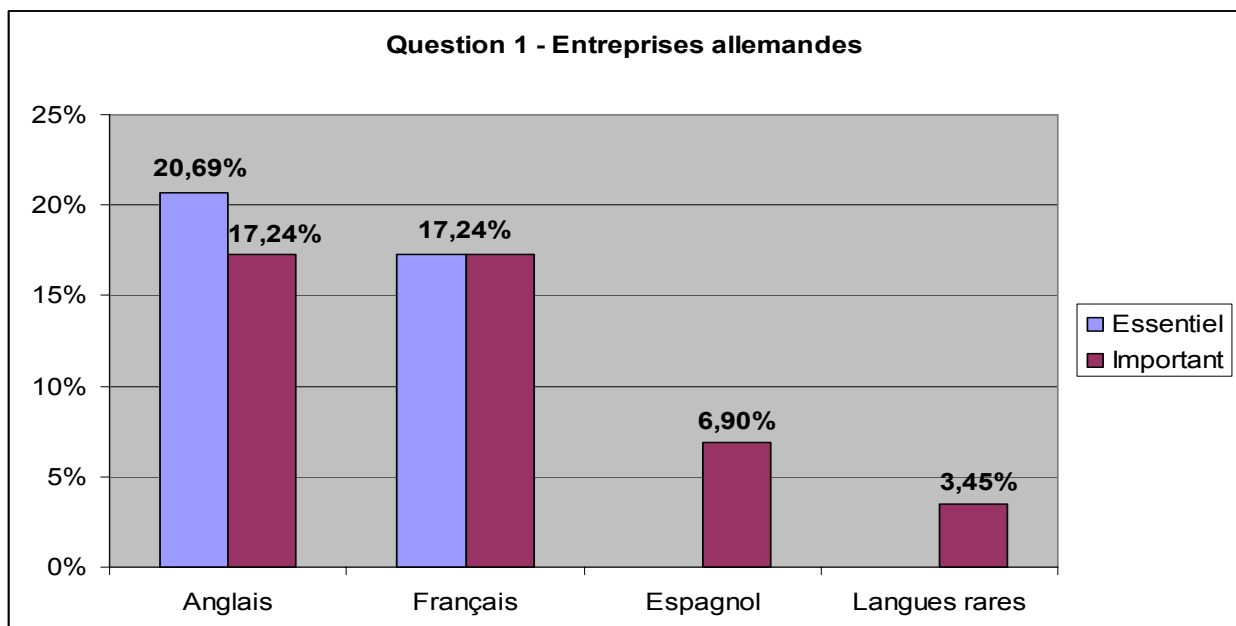
La première question a permis de dégager quelles sont les compétences linguistiques qui comptent le plus dans le contexte précis d'un recrutement.

Pour 58,62% des entreprises françaises, c'est l'allemand qui compte le plus, avec 31,03% d'entreprises qui considèrent l'allemand comme essentiel, et 27,59% comme important.

L'allemand arrive ainsi avant l'anglais (48,28%) et l'espagnol (10,34%).



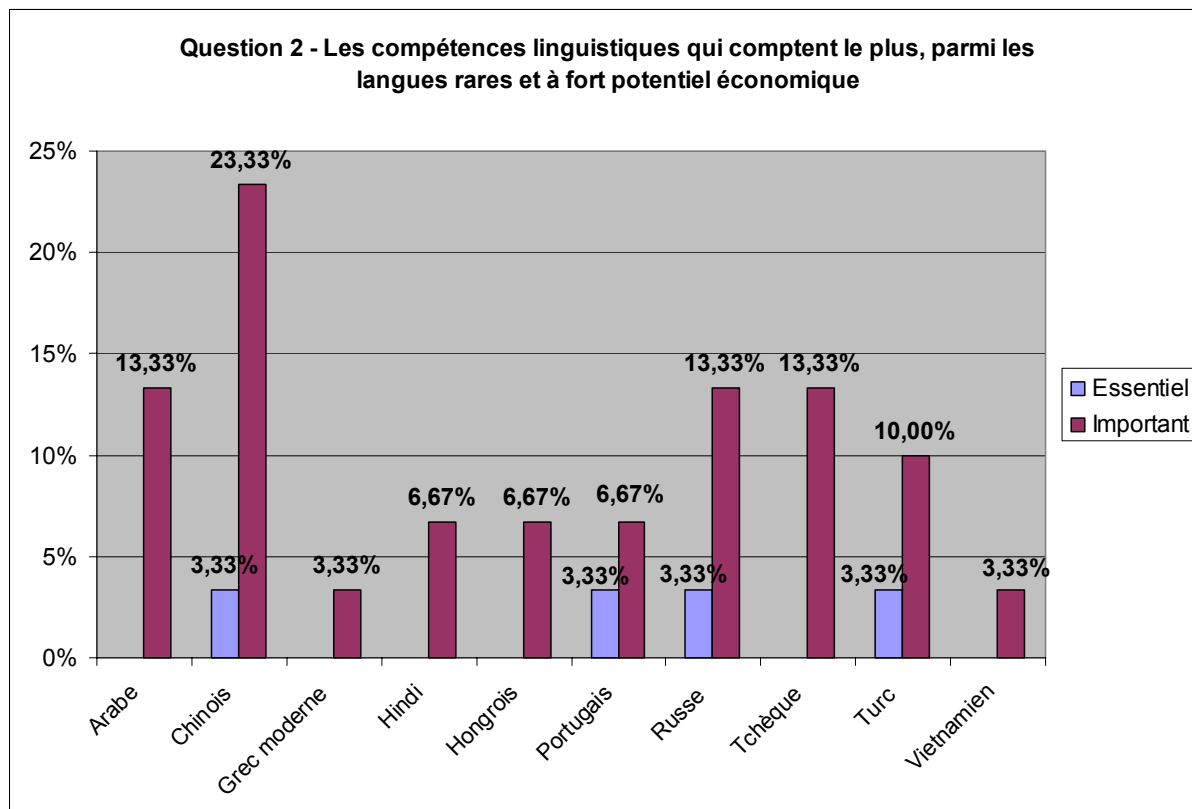
Les entreprises allemandes privilégient en revanche l'anglais (37,93%) au français (17,24%).



2. Parmi les langues rares et à fort potentiel économique, le chinois, le russe et le turc, des atouts non négligeables

La deuxième question a permis de dégager quelles sont celles des langues rares et à fort potentiel économique qui comptent pour les entreprises lorsqu'elles recrutent.

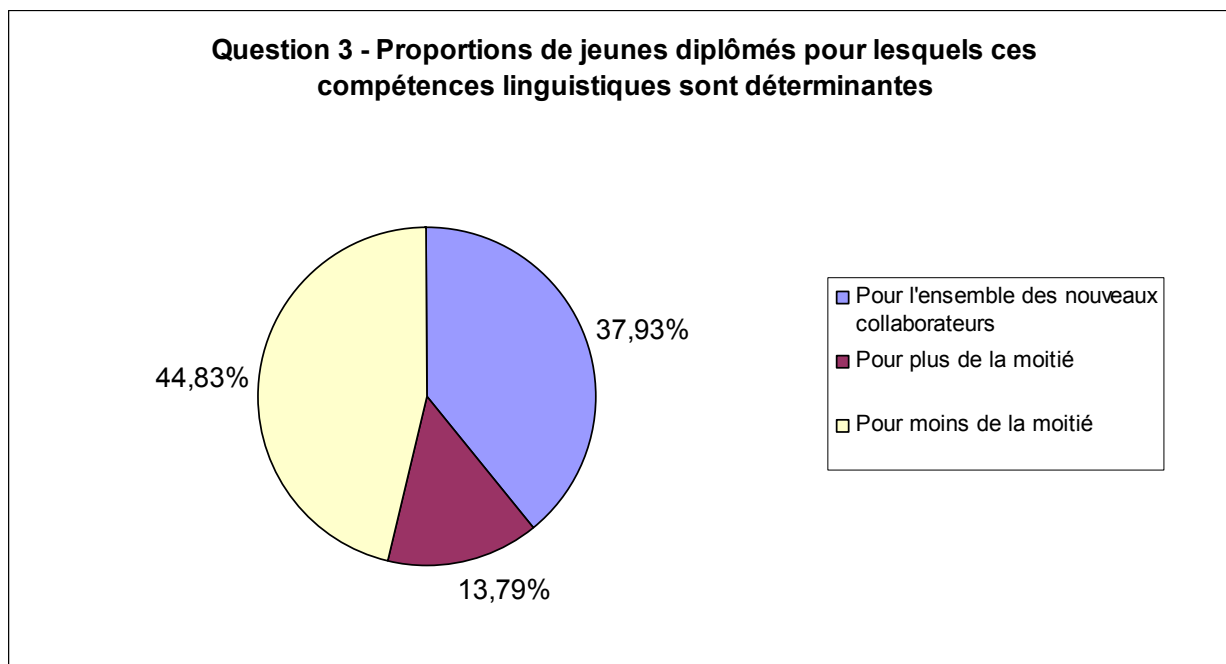
Pour près d'un tiers des entreprises, c'est le chinois qui arrive en tête, avec 26,66% qui le considèrent comme essentiel voire important. Après le chinois, arrivent le russe (16,66%) et le turc (13,33%).



3. Les compétences linguistiques : une exigence pour plus de la moitié des recrutements

Pour 51,72% des entreprises, les compétences linguistiques sont un critère déterminant pour l'embauche de plus de la moitié des nouveaux collaborateurs.

Plus d'un tiers des entreprises (37,93%) considèrent que ce critère est déterminant pour l'ensemble des nouveaux collaborateurs.

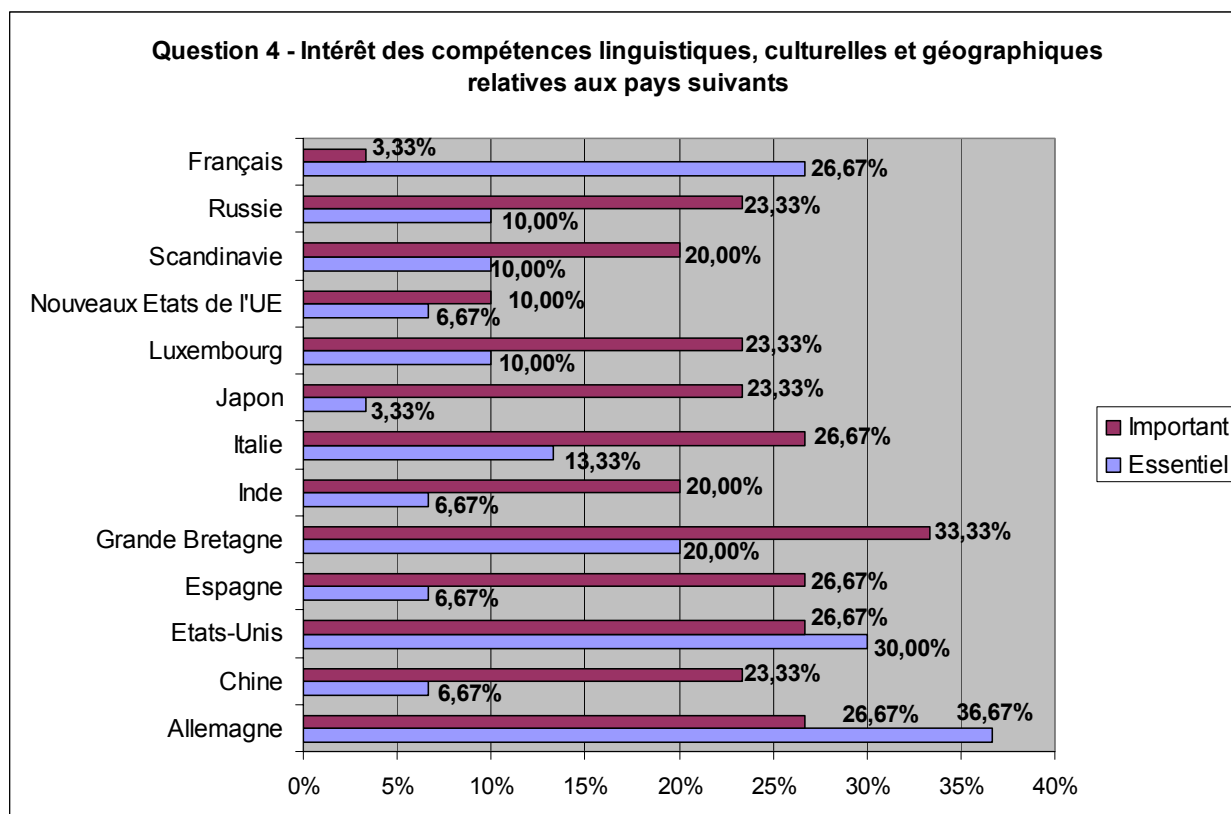


4. Après celles qui se rapportent aux Etats-Unis, ce sont les compétences linguistiques, culturelles et géographiques relatives à l'Allemagne, et à la France qui comptent le plus

Avec la question 4, les entreprises ont pu exprimer l'importance qu'elles accordent - dans le cadre d'une embauche - aux compétences linguistiques, culturelles et géographiques.

Il s'agit de compétences relatives à un certain nombre de pays ayant un rôle significatif dans l'activité économique locale et mondiale.

Après celles relatives aux Etats-Unis, et avant celles relatives à la Grande Bretagne, ce sont les compétences relatives à l'Allemagne et à la France qui sont considérées comme essentielles par plus d'un tiers des entreprises (36,67%) pour l'Allemagne, et 26,67% pour la France.

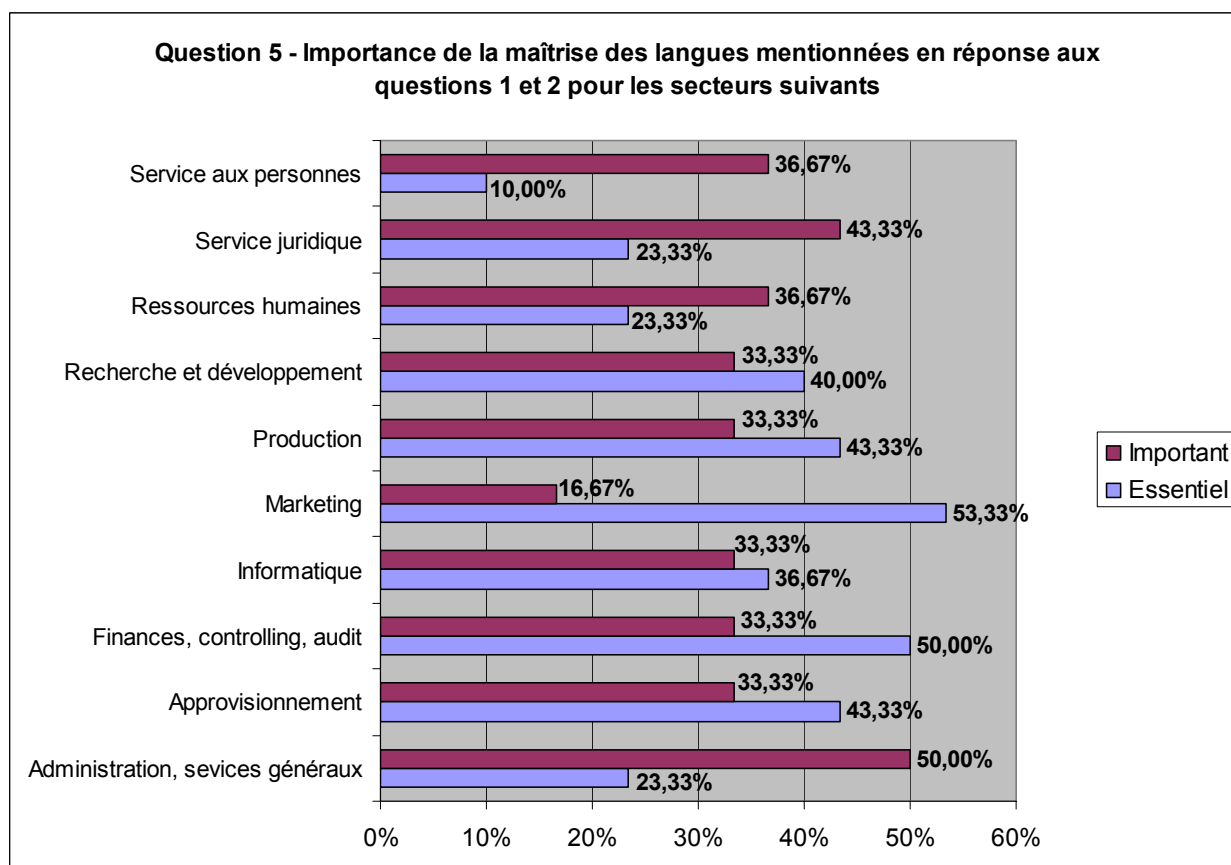


5. Les compétences linguistiques : importantes quel que soit le secteur dans lequel l'entreprise recrute, essentielle dans le Secteur du Marketing.

La question 5 a donné l'occasion aux entreprises de s'exprimer sur les secteurs pour lesquels la maîtrise des langues est essentielle. Pour la grande majorité des entreprises (53,33%), c'est notamment dans le secteur du Marketing que ces compétences sont essentielles.

Les deux autres secteurs dans lesquels ces compétences sont essentielles sont :

- le secteur des Finances, du controlling et de l'audit (pour 50% des entreprises)
- le secteur de la Production (pour 43,33 % des entreprises)

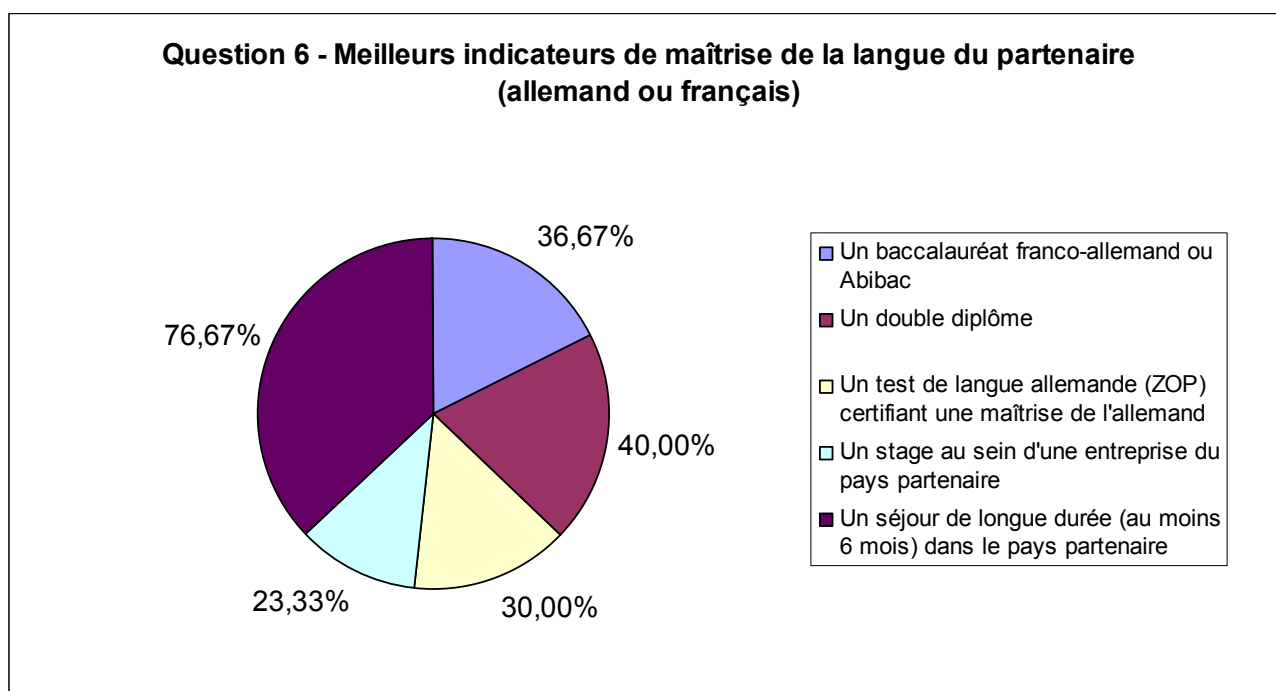


6. Un séjour à l'étranger, meilleur indicateur de maîtrise de la langue

Avec la question 6, les entreprises ont pu révéler l'indicateur auquel elles attachent le plus d'importance pour mesurer la maîtrise de la langue du partenaire.

La très grande majorité (76,67%) des entreprises a considéré que c'était l'accomplissement d'un séjour de 6 mois, voire plus, qui était pour elles garant d'une bonne maîtrise de la langue et de la culture du pays partenaire.

Les doubles diplômes, qui attestent dans la grande majorité des cas également d'un séjour dans le pays partenaire, sont considérés, par 40% des entreprises, également comme un des deux meilleurs indicateurs.

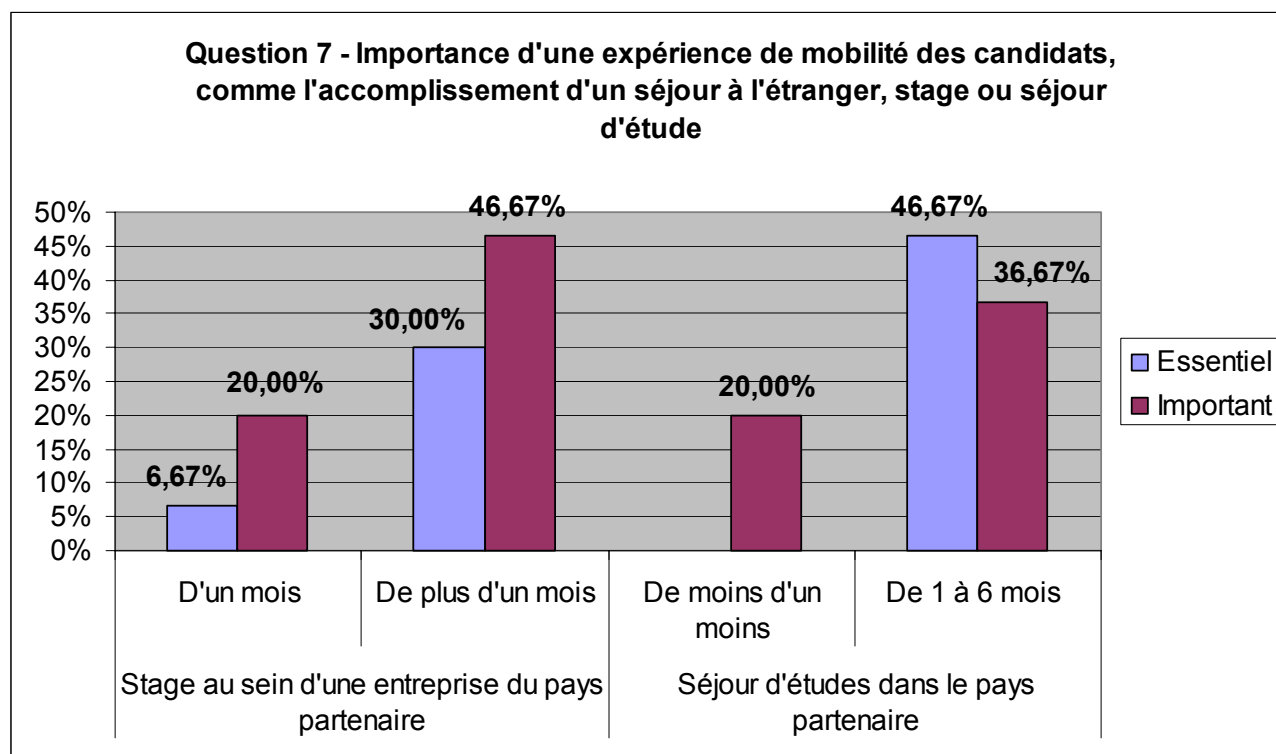


7. Un séjour d'études ou un stage en entreprise : l'expérience de mobilité qui compte

La question 7 a permis de préciser l'exigence des entreprises en matière d'expérience de mobilité des candidats.

Si la très grande majorité des entreprises considère une expérience de mobilité comme essentielle dans le cadre d'une embauche, pour 83,34% d'entre elles, c'est l'accomplissement d'un *séjour d'études* de 1 à 6 mois dans le pays partenaire qui retient en premier lieu l'attention favorable de l'employeur.

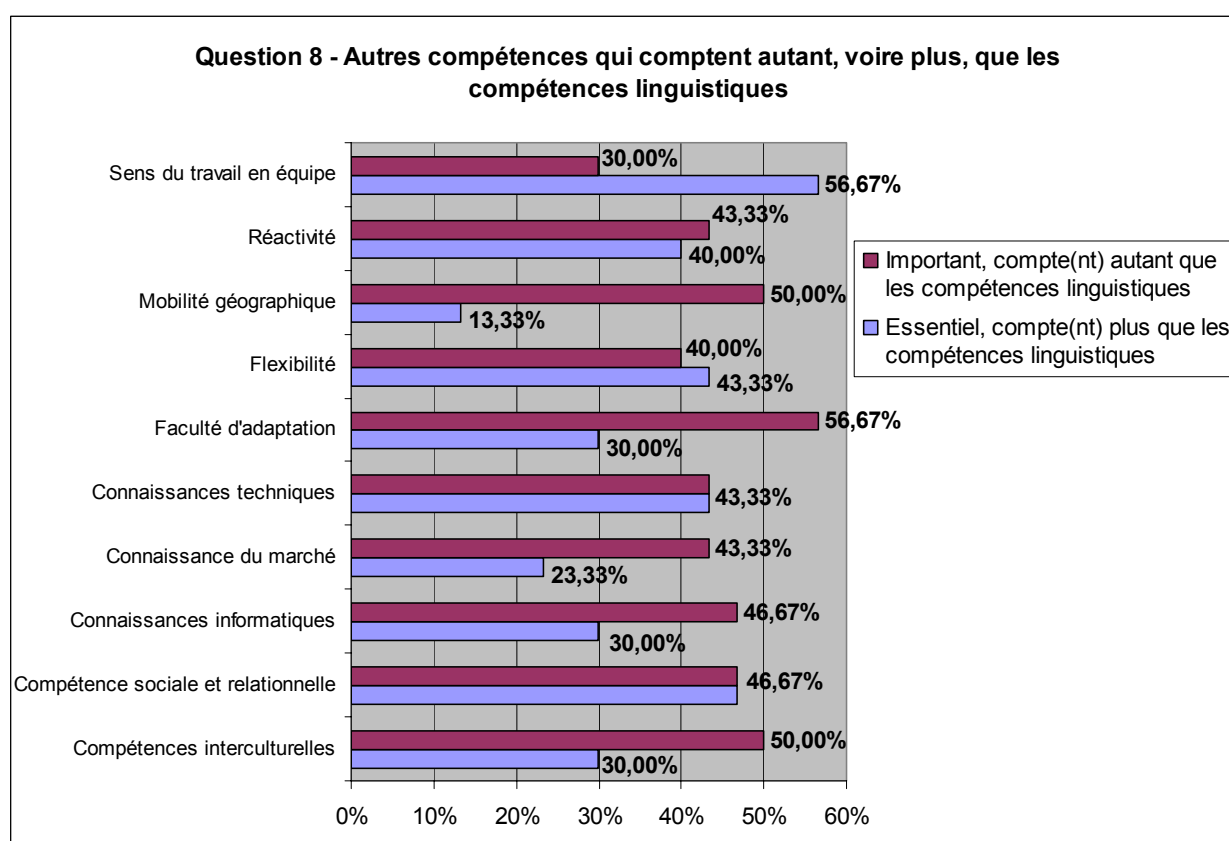
Pour 76,67% d'entre elles, il s'agit de *l'accomplissement d'un stage* de plus d'un mois au sein d'une entreprise du pays partenaire.



8. Le sens du travail en équipe et les compétences linguistiques : deux atouts gagnants

Avec la question 8, les entreprises ont pu préciser la place qu'ont pour elles les compétences linguistiques parmi les autres **compétences** (« *soft skills* », *compétences « douces »* et *compétences techniques*)

Les compétences linguistiques, qui arrivent en deuxième position après le sens du travail en équipe pour 56,67% des entreprises, comptent autant pour l'employeur que la faculté d'adaptation (56,67%), la mobilité géographique et les compétences interculturelles (50%).



9. Les formations franco-allemandes, un bon passeport pour l'emploi, mais encore insuffisamment connues du monde de l'entreprise

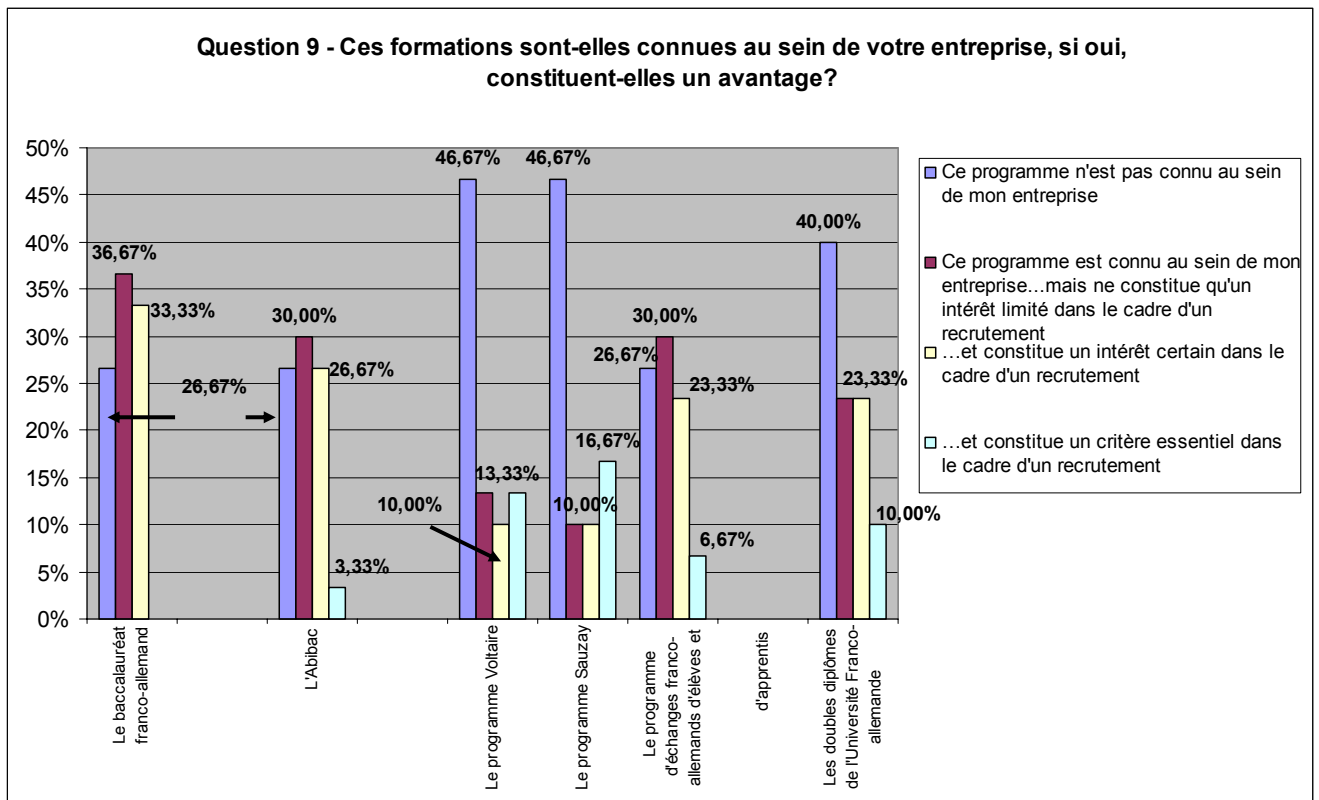
La question 9 permet de cerner le degré de connaissance et d'importance des formations franco-allemandes dans une situation de recrutement, qu'il s'agisse du diplôme du baccalauréat, d'un diplôme de formation professionnelle, ou de diplômes de type licence, master, doctorat.

Ce sont

- l' Abibac,
- le baccalauréat franco-allemand
- les programmes d'échanges franco-allemands d'élèves et d'apprentis

qui sont les plus connus dans les entreprises : seulement 26,67% d'entre elles déclarent ne pas les connaître.

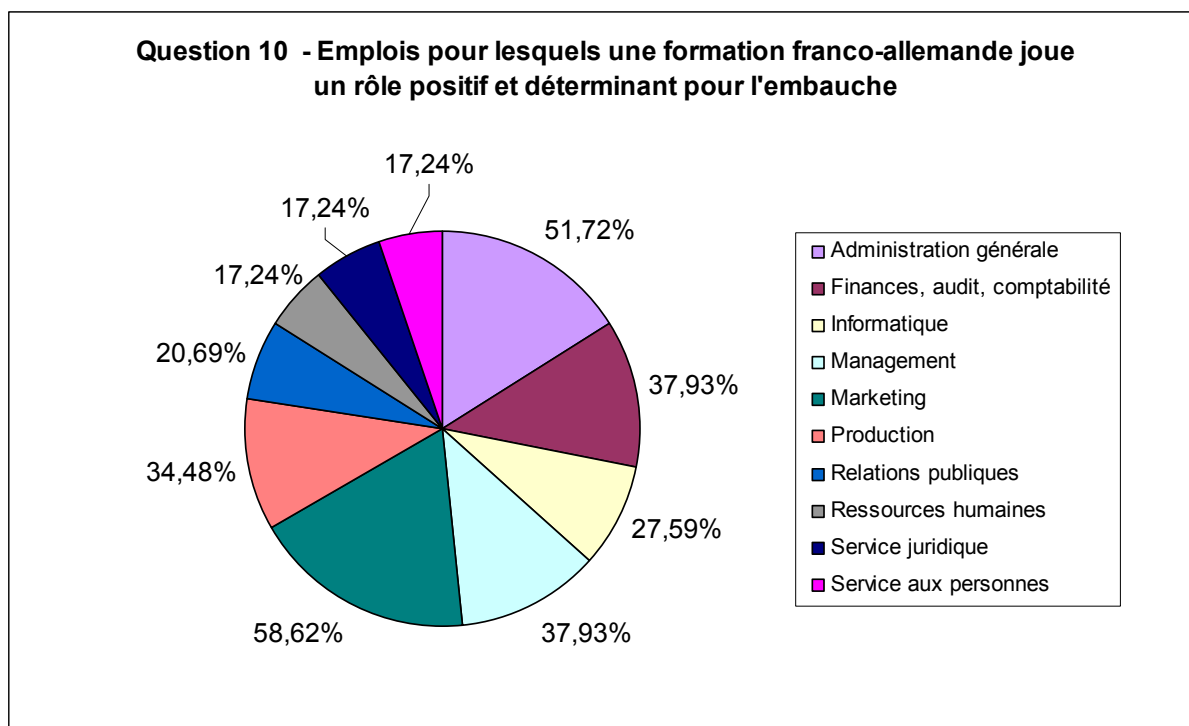
Le baccalauréat franco-allemand et les doubles diplômes de l'Université Franco-Allemande constituent un intérêt certain pour respectivement 26,67% et 23,33% des entreprises.



10. Une formation franco-allemande favorise les recrutements dans le secteur du Marketing et de l'Administration Générale

La question 10 permet de mesurer les emplois pour lesquels les entreprises favoriseront les candidats titulaires d'une formation franco-allemande. Pour la grande majorité des entreprises (56,67%), ces candidats seront avantagés pour un recrutement sur un emploi dans le secteur du Marketing .

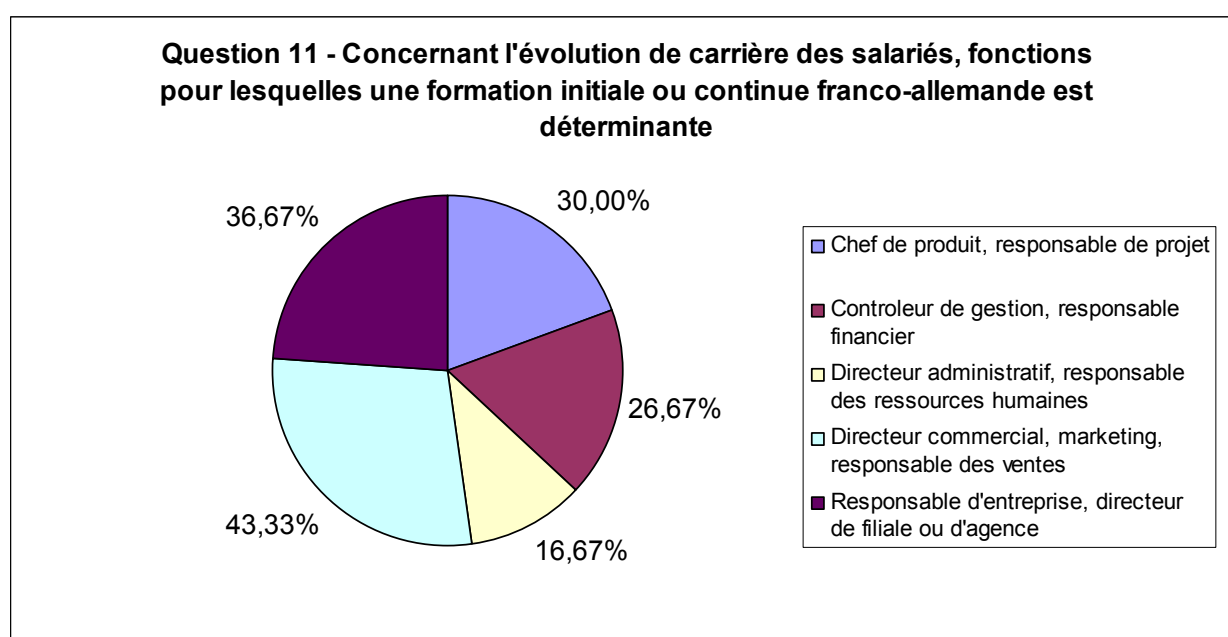
La moitié des entreprises considèrent que ces candidats seront également privilégiés dans le Secteur de l'Administration Générale, et plus d'un tiers dans les secteurs des Finances, Audit, comptabilité, du Management et de la Production.



11. Une formation franco-allemande ? Promotion plus rapide garantie, notamment dans le secteur du Marketing

La question 11 a permis de préciser les fonctions dans lesquelles une formation initiale ou continue franco-allemande joue un rôle déterminant.

Pour près de la moitié des entreprises (43,33%), cet atout est déterminant pour l'évolution de carrière d'un Directeur Commercial ou marketing, d'un responsable des ventes. Pour plus d'un tiers des entreprises, il l'est pour un responsable d'entreprise, un directeur de filiale, ou d'agence.



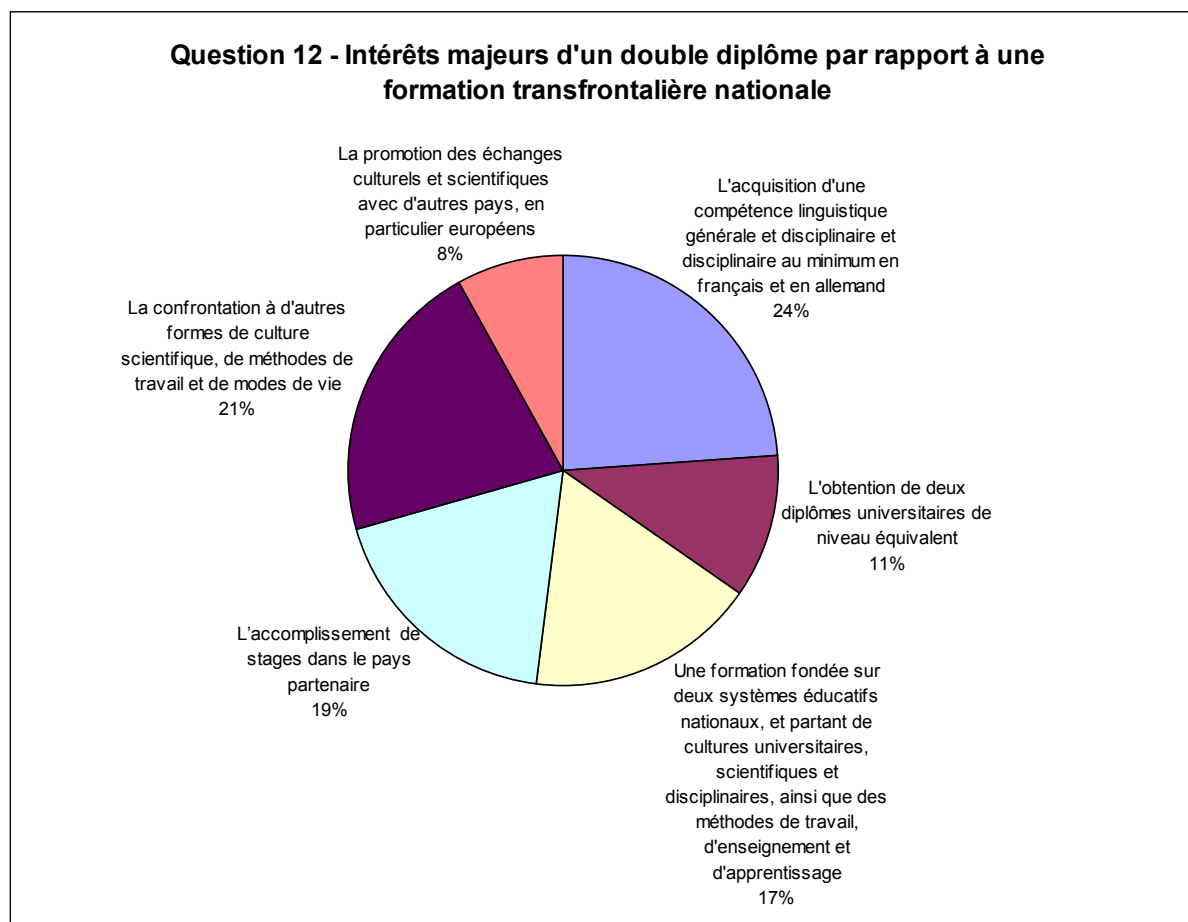
12. L'attractivité des doubles diplômes : la combinaison de compétences - linguistiques, interculturelles- et d'expériences pratiques

Les entreprises ont pu avec la question 12 livrer les raisons pour lesquelles elles préfèrent, le cas échéant, un double diplôme à un diplôme national.

Les intérêts d'un double diplôme pour l'entreprise sont multiples.

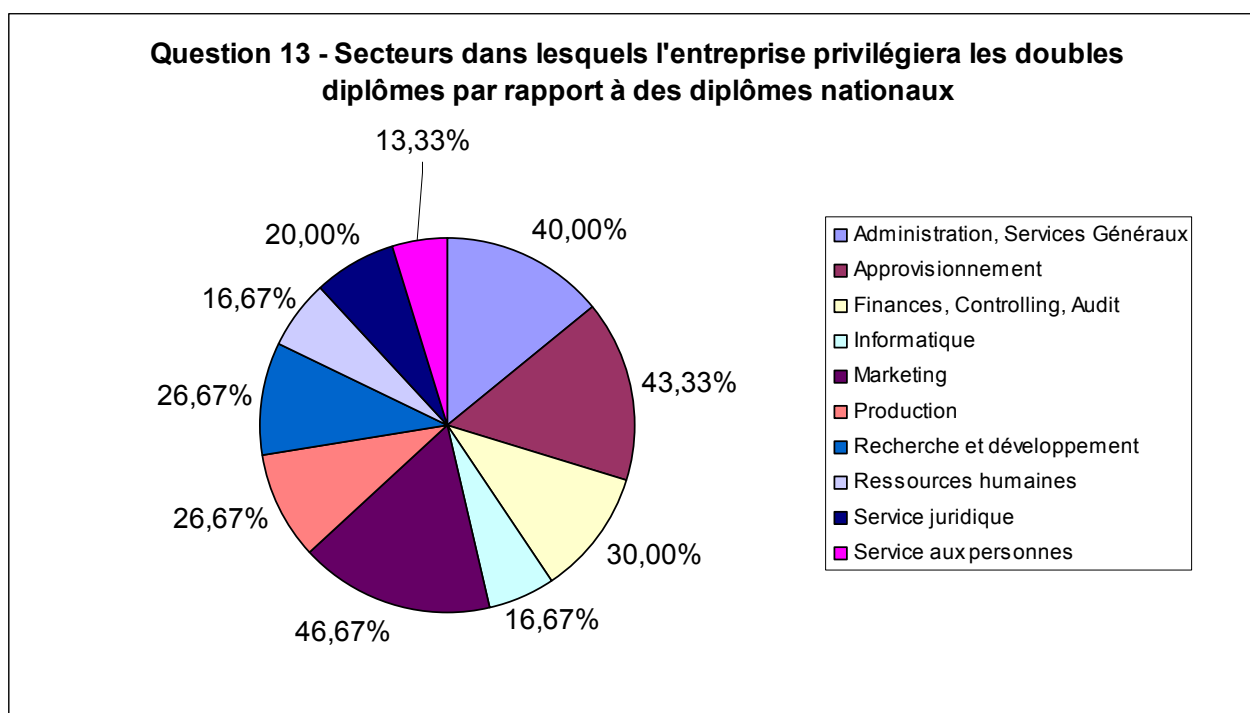
Cependant les trois principaux avantages peuvent être présentés comme suit:

- garantie de compétences linguistiques (24%)
- garantie de compétences interculturelles (21%)
- expérience pratique (accomplissement d'un stage) (19%)



13. Les doubles diplômes, compétence-clé dans le secteur du Marketing et de l'approvisionnement

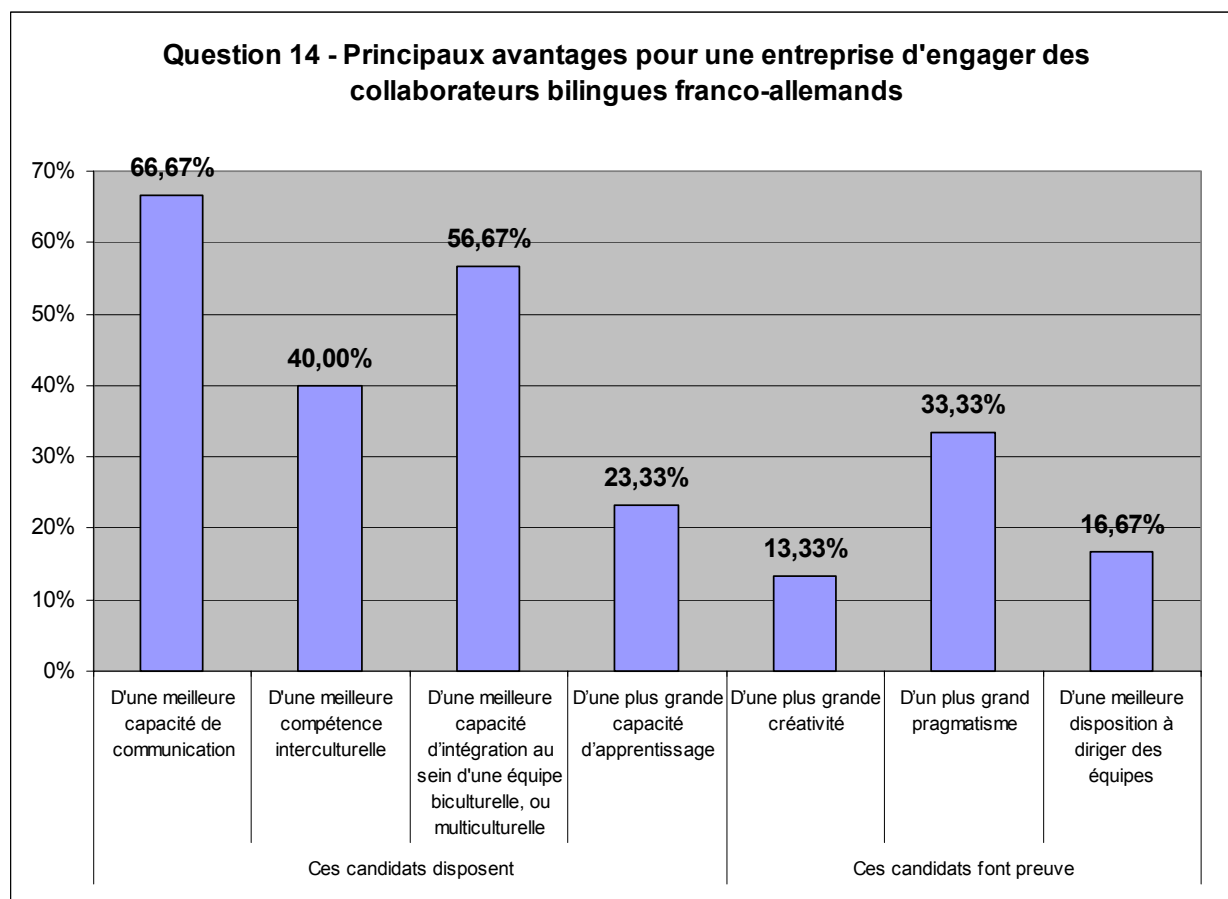
Près de la moitié des entreprises déclare privilégier un double diplôme par un rapport à un diplôme national dans les secteurs du Marketing et de l'Approvisionnement. Cette préférence sera également donnée de manière significative dans le secteur de l'Administration Générale et celui des Finances, Audit, Comptabilité.



14. Le bilinguisme : garantie d'une meilleure communication et d'une meilleure intégration

Pour l'ensemble des entreprises, les avantages d'un profil bilingue sont multiples et variés. Pour la grande majorité des entreprises, un collaborateur bilingue constitue un réel avantage.

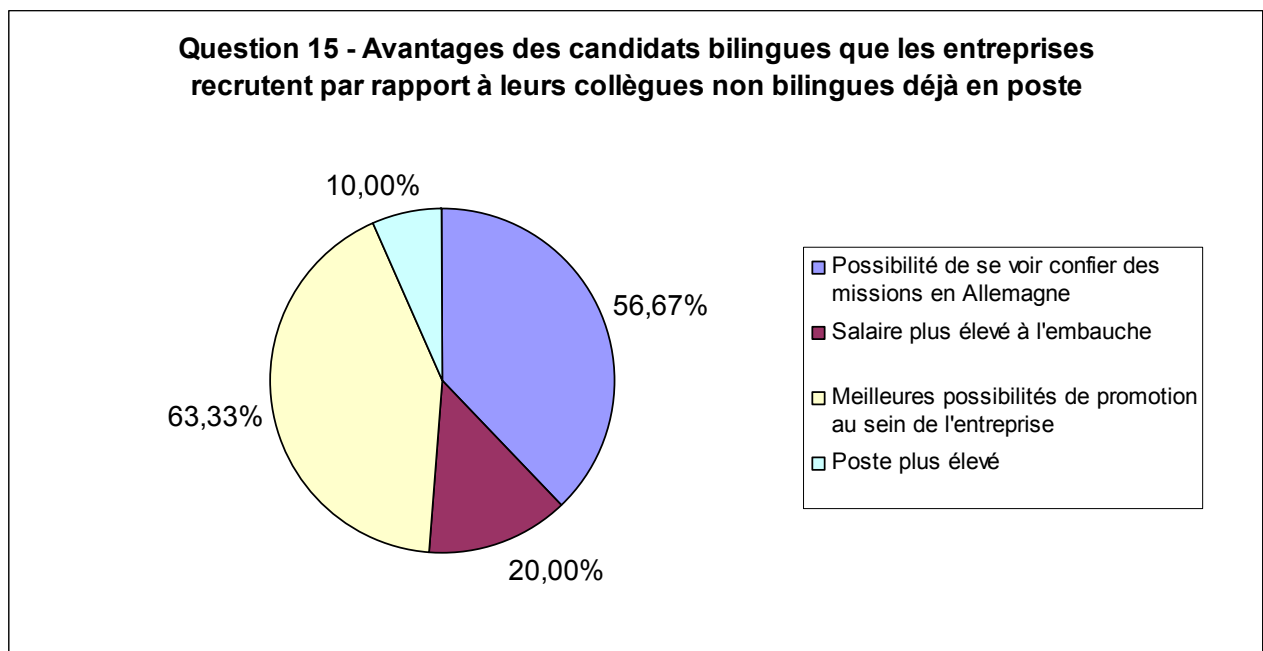
Deux facteurs en sont la raison : d'une part, il disposera d'une meilleure capacité de communication ; d'autre part, il s'intégrera mieux au sein d'une équipe interculturelle ou multiculturelle.



15. Le bilinguisme permet d'évoluer plus rapidement au sein de l'entreprise et augmente les chances de se voir confier des missions dans le pays partenaire

La grande majorité des entreprises constatent -avec la réponse qu'elles ont donnée à la question 15 – que les candidats bilingues se distingueront des candidats qui ne le sont pas

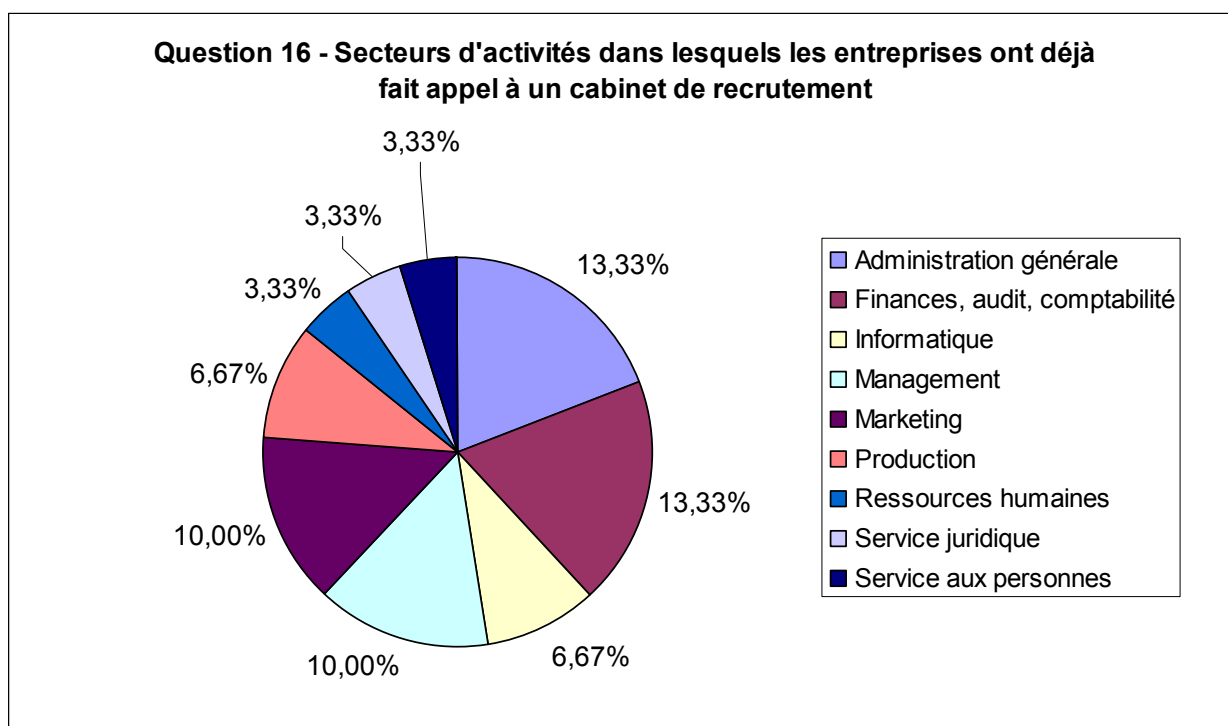
- d'une part pour les chances de promotion au sein de l'entreprise (63,33% des réponses)
- d'autre part, pour les possibilités de se voir confier des missions à l'étranger (56,67%).



16. L'objectif de la question 16 était de mesurer les difficultés que peuvent rencontrer les entreprises dans leur recherche de profils spécifiques.

Même si le recours à un cabinet de recrutement reste exceptionnel, les entreprises qui y font appel (13,33% des réponses) le font principalement dans deux secteurs

- Administration Générale
- Finances Audit Comptabilité



Extraits des commentaires relatifs à la thématique de l'enquête

Le bilinguisme constitue-t-il une plus-value pour votre entreprise ?

Pour quelles raisons cette compétence est-elle un avantage pour votre entreprise, un atout pour vos salariés ?

Sélection d'extraits

« Du fait de notre présence internationale et de la diversité des origines des collègues, le fait de connaître des langues étrangères et d'autres cultures est important et utile pour l'entreprise. Ce n'est toutefois pas toujours indispensable pour le travail proprement dit ».

« La Sarre se doit de faire preuve de compétences particulières dans le domaine des relations franco-allemandes. Je suis convaincu que c'est là la seule possibilité qu'a notre Land de se distinguer face aux autres Länder dotés d'un plus grand potentiel de séduction en Allemagne et à l'étranger.

Le risque existe que la langue utilisée dans le cadre des relations (économiques) franco-allemandes devienne l'anglais ! »

« Oui, c'est un atout dans le cadre de la gestion de nos zones d'activités et de l'accueil des industriels ».

« (...)Malheureusement la France est en retard dans l'apprentissage des langues étrangères (comme dans d'autres matières d'ailleurs) car nous privilégions la formation scolaire ou universitaire au détriment de la pratique.

En Allemagne les formations continues en alternance sont davantage développées qu'en France ».

« Il faut redoubler d'efforts, en Sarre, pour s'assurer que les élèves n'abandonnent pas l'apprentissage du français. Le débat axé sur la mondialisation a eu pour conséquence que les jeunes optent de plus en plus pour l'anglais et l'espagnol. Cela ne profite aucunement aux entreprises régionales, en particulier dans le secteur commercial ».

« Plus généralement, la maîtrise d'une langue étrangère indique une forme d'ouverture de la personne aux autres, de goût pour l'échange et, par conséquent, une certaine tolérance. Et dans le domaine du service public, ces qualités personnelles sont importantes ».



Cette opération a été cofinancée par la Communauté Européenne (Fonds Européen de Développement Régional, programme INTERREG III)

