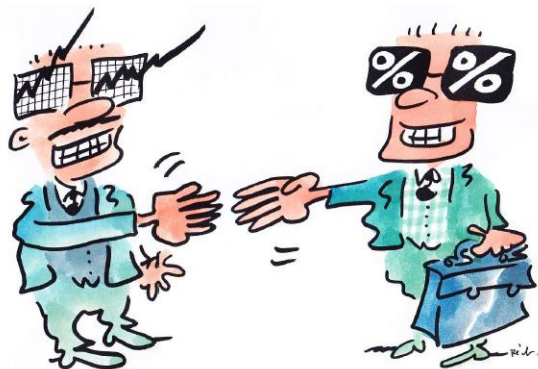


Cette introduction thématique a été réalisée en 2012. Une mise à jour sera bientôt disponible.

ÉCONOMIE ET COMPRÉHENSION ENTRE LES RÉGIONS LINGUISTIQUES



Le clivage économique, un sujet oublié

L'une des caractéristiques de la structure démographique et des frontières politiques de la Suisse est qu'elle est parcourue de clivages qui ne se superposent pas : les différences linguistiques ou confessionnelles, le clivage ville-campagne ou le clivage économique découpent chacun le pays à leur façon. Dans une telle constellation, chaque individu appartient la plupart du temps à plusieurs groupes de population qui ne se recoupent pas, ce qui diminue la probabilité de voir des scénarios de crise se réaliser et explique en partie du moins la relative paix des langues propre à la Suisse. En dépit de ce contexte favorable, les rapports entre la Suisse alémanique et la Suisse romande ont parfois été tendus dans les années 80 et 90 en raison de problèmes ou de décisions d'ordre économique. Depuis cette époque, la situation a fortement évolué. Des pamphlets agressifs comme « La Romandie dominée » (1982) ou « Quand la Suisse française se réveillera » (1983) appartiennent au passé et plus personne ne parle du « Triangle d'or » alémanique qui domine la vie politique helvétique, bien que la Suisse latine soit parfois moins performante que la Suisse alémanique si l'on se réfère à certains indicateurs économiques, comme le taux de chômage, durablement plus élevé. Ces dernières années, ce sont plutôt le clivage ville-campagne (ou centre-périphérie) et les tensions qui en sont le corollaire à l'intérieur des régions linguistiques qui ont augmenté, sur le plan tant économique que politique.

Le plurilinguisme, un atout sur le marché de l'emploi

Affirmer que de bonnes connaissances des langues peuvent être un avantage pour trouver un poste de travail relève presque de l'évidence, mais ce n'est pas qu'une vérité populaire, puisque des études scientifiques corroborent cette vision et peuvent motiver encore davantage toutes les personnes qui apprennent des langues. Ces études ont inspiré au Secrétariat d'État à l'économie (SECO) des slogans encourageant l'apprentissage des langues, comme « Salaires : l'avantage d'être polyglotte » ou « Le plurilinguisme protège contre les licenciements », deux titres de nouvelles figurant sur le portail PME du SECO. C'est dire l'importance en Suisse de l'éducation et, en particulier, de l'enseignement des langues étrangères. Toutefois, l'intérêt d'apprendre plutôt l'anglais ou plutôt une deuxième langue nationale dépend du genre d'entreprise (grande entreprise ou PME) et de la branche (cf. aussi le prochain paragraphe). Étant donné l'engouement des jeunes pour l'anglais, il convient de leur rappeler que la connaissance des langues nationales les placera dans une situation avantageuse sur le marché du travail, surtout si l'entreprise où ils postulent est orientée vers le marché intérieur. Ce constat est aussi valable pour la plupart des postes dans l'administration.

Le plurilinguisme, un moteur de l'économie

Le plurilinguisme n'est toutefois pas un atout pour les seuls employés. Ce que l'on sait moins – et que l'on étudie aussi moins –, c'est qu'il constitue un avantage également pour les entreprises et pour la croissance économique en général. Dans le cadre du Programme national de recherche 56 « Diversité des langues et compétences linguistiques en Suisse », des chercheurs de l'Observatoire « Économie, langues, formation » de l'Université de Genève se sont penchés sur la question. Dans leur rapport publié en 2008, ils montrent que le plurilinguisme génère 46 milliards de francs par année en Suisse, soit 9 % du produit intérieur brut (PIB). Certaines entreprises

sont conscientes de cet avantage concurrentiel et agissent en conséquence, d'autres le négligent entièrement. Il ressort aussi de l'étude que les grandes entreprises préfèrent l'anglais, tandis que les petites et moyennes entreprises (PME) obtiennent de meilleurs résultats dans l'utilisation des langues nationales. Les auteurs concluent que l'idée selon laquelle nous devrions aussi cultiver nos langues nationales et apprendre d'autres langues étrangères en plus de l'anglais repose sur des motifs d'ordre non seulement politique et sociologique, mais aussi économique.



Publicité

La publicité – et les traductions qui en sont le corollaire – est un aspect commun à l'économie, au plurilinguisme et à la compréhension entre régions linguistiques. La qualité des traductions revêt une signification évidente pour les entreprises qui proposent des biens et des services dans toute la Suisse, ne serait-ce que pour des raisons de rentabilité. Aussi les agences de publicité professionnelles apportent-elles un soin tout particulier à la préparation des campagnes publicitaires nationales. Dans ce domaine, les traducteurs se soucient non seulement de rendre correctement l'original dans leur langue, mais aussi de respecter la sensibilité propre à la région et à la culture auxquelles la traduction est destinée. Lorsqu'il s'agit d'adapter un slogan publicitaire, il faut aussi être disposé à partir sur une idée tout à fait nouvelle. L'idéal, lors de la conception d'une campagne de publicité nationale, est d'y associer dès le début les différentes langues.

Échanges

Si les échanges entre les régions linguistiques sont aussi proposés dans les entreprises, ils ne sont toutefois guère mis à profit, à quelques exceptions près relevant des activités de jeunesse. Des programmes d'échange interculturel pour apprentis s'adressent tant aux petites et moyennes entreprises – établies dans une seule région linguistique – qu'aux groupes d'implantation nationale, qui possèdent des succursales et des points de service dans plusieurs régions. Pour des formations précises, certaines entreprises, et en particulier les entreprises publiques comme la Poste ou les CFF, proposent ou encouragent ces modalités, tant pendant l'apprentissage que pour la formation continue. Par rapport aux échanges d'élèves ou de classes, l'avantage pour les jeunes réside dans le fait que le contact ne se fait pas uniquement par le biais de la langue, mais aussi au cours d'activités non verbales liées à leur profession. La Fondation ch (Échanges & mobilité) offre aux entreprises de toute taille diverses modalités intéressantes dont peuvent tirer parti tant les personnes en formation que les formateurs et les entreprises. Le programme « Visite » du Rotary Club propose également des échanges pour les apprentis. Les possibilités d'échange du personnel, comme la SSR SRG le pratiquait ponctuellement il y a quelques années, sont bien moins connues et utilisées dans l'économie. Nous avons un gros retard à rattraper dans ce domaine.

ACTEURS

Autorités

- Office fédéral de la formation professionnelle et de la technologie
- Secrétariat d'État à l'économie SECO

Entreprises

- Chemins de fer fédéraux
- La Poste Suisse
- SSR SRG

Autres

www.forum-helveticum.ch
info@forum-helveticum.ch

Das Kompetenzzentrum für sprachkulturelle Verständigung
Le forum pour la compréhension linguistique et culturelle
Il forum per la comprensione linguistica e culturale
Il forum per la chapientscha linguistica e culturala

- Fondation ch pour la collaboration confédérale
- Observatoire « Economie, langues, formation », Université de Genève
- « Visite » – Programme d'échange pour apprentis du Rotary Club
- Agences de publicité

DOCUMENTS, PUBLICATIONS

- François Grin, Qu'en est-il des compétences en langues étrangères dans l'entreprise?, Résumé et rapport final dans le cadre du Programme national de recherche 56 « Diversité des langues et compétences linguistiques en Suisse », Genève, 2009
- Le multilinguisme, un atout incontournable. Parler plusieurs langues représente un avantage majeur sur le marché du travail suisse, Portail PME du Secrétariat d'Etat à l'économie SECO, 1.6.2011
- Projekt «Mehrsprachigkeit im Beruf – vom Problem zur Chance», Eidgenössisches Hochschulinstitut für Berufsbildung, 2011-2014