

## Langues étrangères: quel intérêt pour les entreprises?

Texte: Prof. François Grin, FTI, Université de Genève

### Lingue straniere: quale utilità per le aziende?

Prof. dr. François Grin, FTI,  
Università di Ginevra

È quasi certo che le competenze linguistiche sono valorizzate e contribuiscono alla creazione di valore aggiunto. Ne è la prova il fatto che vengono retribuite.

Sintetizzando tutta una serie di risultati molto differenziati, possiamo affermare che in Svizzera, a parità di qualifiche, gli uomini che padroneggiano l'inglese guadagnano di più dei loro colleghi che non lo parlano. In Svizzera romanda il vantaggio a livello retributivo è mediamente del 10%, in Svizzera tedesca del 18%. Il vantaggio finanziario è ripartito in modo più uniforme per le competenze in un'altra lingua nazionale (francese in Svizzera tedesca, tedesco in Svizzera romanda) e corrisponde circa al 14% in entrambe le regioni. Per le donne è più difficile ottenere stime statisticamente solide. Si può tuttavia affermare che le donne con buone conoscenze in inglese guadagnano in media il 10% in più nella Svizzera romanda e il 25% in più nella Svizzera tedesca.

L'analisi andrebbe ovviamente approfondita. Il fatto di conoscere meglio il rapporto tra creazione di valore e competenze linguistiche presenta un interesse scientifico ed è al contempo un'informazione importante per le aziende. Si possono ad esempio affinare i risultati in funzione del settore economico, dell'orientamento locale o internazionale dell'azienda, della funzione ricoperta o del tipo di mansione. Questo permette di capire meglio il meccanismo di creazione di valore perché associa in modo più diretto le competenze linguistiche al valore aggiunto creato.

I risultati della ricerca attualmente disponibili sono parziali: disponiamo di osservazioni molto dettagliate sulle modalità di comunicazione orale nei gruppi di lavoro, ma la ricerca - in particolare in linguistica applicata - non ha ancora confrontato sistematicamente l'intensità dell'uso di lingue diverse né rilevato in parallelo le relative ripercussioni economiche (produttività, innovazione, contenimento dei costi ecc.).

La notion de « valeur ajoutée » est au centre de l'analyse économique, mais justement parce qu'elle est tellement quotidienne, voire banale, on oublie qu'elle recèle un mystère.

En effet, dans un processus productif, il y a d'un côté les « inputs » (matières premières, produits semi-finis, etc.) et, de l'autre côté, les « outputs », c'est-à-dire les produits que l'on va vendre (à des particuliers, à d'autres entreprises, à des collectivités publiques). Entre les deux intervient un processus productif, qui transforme les inputs en outputs, et qui ce faisant ajoute de la valeur.

Plus le processus de production est complexe, plus il fait intervenir de facteurs de production différents, plus il est difficile de cerner le processus de création de valeur et la contribution exacte de chaque facteur à cette création de valeur. C'est notamment le cas pour les processus de production dans lesquels les langues étrangères sont mises en œuvre. On est à peu près certain que les compétences en langues étrangères sont mises à profit et qu'elles contribuent à la création de valeur pour une raison bien simple: on constate qu'elles sont rémunérées.

Pour la plupart des économistes, ces différentiels salariaux ne sont pas seulement l'indice chiffré de la valeur « marchande » des compétences linguistiques; ils constituent ipso facto la preuve que ces compétences interviennent dans le mystérieux phénomène de création de valeur. Car en effet, si ces compétences ne servaient à rien dans le processus productif, les employeurs n'auraient aucune raison de mieux rémunérer les travailleurs qui en disposent.

Rappelons qu'en Suisse (et en résumant de façon assez schématique une panoplie de résultats beaucoup plus différenciés), on peut dire que les hommes qui savent bien l'anglais gagnent, par rapport à leurs collègues qui ne le savent pas (mais toutes autres choses égales par ailleurs) une prime moyenne de l'ordre de 10% en Suisse romande et 18% en Suisse allemande; pour les bonnes compétences dans une autre langue nationale (respectivement le français en Suisse allemande et l'allemand en Suisse romande), la prime est plus uniforme, à environ 14% dans les deux régions. Pour les femmes, il reste beaucoup plus difficile d'obtenir des estimations statistiquement robustes, mais on sait quand même que pour de bonnes compétences en anglais, les Romandes touchent en moyenne une prime de 10% et les Alémaniques, de quelque 25%.

**On est à peu près certain que les compétences en langues étrangères sont mises à profit et qu'elles contribuent à la création de valeur pour une raison bien simple: on constate qu'elles sont rémunérées.**

Bien entendu, il faudrait aller plus loin. Mieux connaître les conditions de la création de valeur grâce aux compétences linguistiques ne présente pas seulement un intérêt scientifique: c'est aussi une information importante pour les entreprises elles-mêmes. Par exemple, on peut chercher à affiner les résultats selon le secteur économique, l'orientation plus ou moins locale ou internationale d'une entreprise, ou encore la nature du poste occupé et le type de tâche effectué; tout cela nous rapproche un peu du mystère de la création de valeur en permettant d'associer plus directement les compétences linguistiques et l'apparition de la valeur.

Des résultats de recherche de ce type n'existent actuellement qu'en partie: alors qu'on dispose d'observations très détaillées sur les modalités de communication orale dans des groupes de travail, la recherche (en linguistique appliquée, notamment) ne s'est encore guère lancée dans des comparaisons systématiques selon l'intensité du recours à diverses langues, non plus que dans le relevé, en parallèle, des conséquences économiques (productivité, innovation, maîtrise des coûts, etc.).

De l'autre côté, la recherche quantitative est indispensable. En effet, tous les cas sont différents, et on pourra toujours observer une chose et son contraire; ce qui compte, c'est la tendance générale, et celle-ci ne peut pas être déterminée sans travail quantitatif. Et celui-ci passe presque inévitablement par de grandes enquêtes. Bien entendu, pour savoir quelles questions poser dans ce genre d'enquêtes, il est utile d'avoir (grâce aux approches qualitatives décrites plus haut) une idée aussi précise que possible des processus communicationnels en présence. En même temps, il faut pour cela disposer d'un cadre analytique de type économique, qui propose une mise en relation entre inputs et outputs à travers une théorie de la production, dont la valeur ajoutée est une des variables-clefs.

Quelques pas ont été faits dans cette direction quantitative grâce à deux enquêtes réalisées en Suisse ces dernières années (voir les références en fin d'article). On constate ainsi que dans les entreprises suisses, si le manque de compétences linguistiques engendre des problèmes, ceux-ci prennent en général la forme de ralentissements des procédures à l'interne, de malentendus qui entravent la collaboration, ou d'insuffisances dans la réalisation de certaines tâches; en revanche (et contrairement à ce que l'on dit souvent), le risque de perte de contrats à l'étranger (faute de compétences linguistiques suffisantes) est considéré comme mineur. On peut aussi remonter au rôle des langues dans la création de valeur en observant dans quelle division, à l'interne, les langues étrangères sont le plus fréquemment utilisées. Et l'on constate, contrairement à une opinion fortement répandue selon laquelle la principale fonction des compétences en langues étrangères serait de « mieux vendre », que ce ne sont pas tellement les « ventes » ou le « marketing » où les pratiques sont le plus multilingues. Dans le secteur industriel en tout cas, c'est dans les divisions « achats », puis au niveau des directions générales que les langues étrangères s'emploient le plus. Pour une entreprise, « bien acheter » n'est pas moins important que « bien vendre ». Et ce n'est là qu'un des exemples des questions passionnantes qui apparaissent quand on examine le rôle des langues étrangères dans la vie économique.

#### Pour aller plus loin

Andres, M., Korn, K., Barjak, F., Glas, A., Leukens, A. et Niederer, R., 2005: Fremdsprachen in Schweizer Betrieben. Olten: Fachhochschule Nordwestschweiz: <http://www.fhnw.ch/wirtschaft/pmo/forschung/publikationen/fremdsprachen-in-schweizerbetrieben.pdf>

Grin, F., Sfreddo C. et Vaillancourt, F., 2009: Langues étrangères dans l'activité professionnelle. Rapport au Fonds national de la recherche scientifique, Berne : <http://www.unige.ch/traduction-interpretation/recherches/groupe/elf/recherche-activite/LEAP/LEAP-RF-7logos.pdf>

secondo cui le competenze linguistiche servirebbero principalmente a «vendere meglio», a far capo di più al multilinguismo non sono tanto la vendita e il marketing. Nel settore industriale, ad esempio, le lingue straniere sono utilizzate soprattutto nel reparto acquisti e a livello di direzione generale. Per un'impresa, infatti, «comprare bene» è altrettanto importante che «vendere bene». E questo è solo un esempio che dimostra quanto il tema dell'importanza delle lingue straniere per la vita economica sia appassionante.

#### Approfondimenti

cfr. testo tedesco

#### Welches Interesse haben Unternehmen an Fremdsprachen?

Text: Prof. Dr. François Grin, FTI, Universität Genf

Wer über Kompetenzen im Fremdsprachenbereich verfügt, darf sich freuen. Solche Fähigkeiten sind gewinnbringend und tragen zudem zur Wertschöpfung bei. Dies aus einem ganz einfachen Grund: Sie werden entlohnt.

In der Schweiz (dies zeigt eine recht schematische Zusammenfassung einer ganzen Reihe viel differenzierterer Resultate) erhalten Männer, die über gute Englischkenntnisse verfügen, im Vergleich zu ihren Kollegen, welche die Sprache nicht beherrschen (alle übrigen Faktoren sind gleich), ein durchschnittlich um 10% höheres Gehalt in der Westschweiz und ein um 18% höheres Gehalt in der Deutschschweiz. Für gute Kenntnisse einer anderen Landessprache (Französisch in der Deutschschweiz und Deutsch in der Romandie) erhalten Arbeitnehmende in beiden Regionen ein um 14% höheres Gehalt. Bezüglich der Löhne von Frauen liegen weniger klare statistische Angaben vor. Man weiss jedoch, dass die Westschweizer Frauen für gute Englischkenntnisse im Schnitt ein um 10% höheres Gehalt bekommen. Bei den Deutschschweizer Frauen beträgt das Mehrgehalt rund 25%.

Die Bedingungen der Wertschöpfung zu kennen, die dank sprachlichen Kompetenzen entsteht, ist nicht nur von wissenschaftlichem Interesse. Entsprechende Untersuchungen liefern auch wichtige Informationen für die Unternehmen selber. Die Resultate lassen sich genauer aufschlüsseln, zum Beispiel nach Wirtschaftssektor, nach der mehr oder weniger lokalen beziehungsweise internationalen Ausrichtung eines Unternehmens oder nach der Art einer besetzten Stelle. Dies alles bringt uns dem Geheimnis der Wertschöpfung etwas näher und ermöglicht es, die sprachlichen Kompetenzen und die Wertschöpfung direkter miteinander zu verbinden. Diesbezügliche Forschungsergebnisse liegen bis anhin nur teilweise vor. Es bestehen sehr detaillierte Beobachtungen

zu den Bedingungen der mündlichen Kommunikation in Arbeitsgruppen. Die Forschung (insbesondere in der angewandten Linguistik) hat sich allerdings kaum an systematische Vergleiche zur intensiven Nutzung verschiedener Sprachen gewagt, auch nicht an die Untersuchung der wirtschaftlichen Auswirkungen (Produktivität, Innovation, Kostenmanagement usw.).

An der quantitativen Forschung führt jedoch kein Weg vorbei. Was zählt, ist der allgemeine Trend, der sich ohne quantitative Studien nicht bestimmen lässt. Hierzu sind gross angelegte Befragungen unabdingbar.

Zwei Umfragen, die in den letzten Jahren in der Schweiz durchgeführt wurden (siehe Quellenangaben am Schluss des Artikels), stellen einige Schritte in diese quantitative Richtung dar. Sie führen zum Beispiel zu folgenden Schlüssen: Wenn in Schweizer Unternehmen mangelnde Sprachkompetenzen für Probleme sorgen, dann äussern sich diese meist durch verlangsamte Verfahren. Hinzu kommen Missverständnisse, welche die Zusammenarbeit behindern, oder Unzulänglichkeiten bei der Umsetzung gewisser Aufgaben. Die Gefahr, dass wegen mangelnden Sprachkompetenzen Verträge im Ausland nicht eingeholt werden können, ist hingegen geringer. Dieser Befund widerspricht somit Behauptungen, die oftmals vorgebracht werden.

Die Rolle der Sprachen bei der Wertschöpfung lässt sich auch untersuchen, indem man beobachtet, in welcher Abteilung intern am häufigsten Fremdsprachen verwendet werden. Dabei stellt man fest, dass – im Gegensatz zu einer weit verbreiteten Meinung, gemäss der die Hauptfunktion von Sprachen darin besteht, «besser zu verkaufen» – Verkauf und Marketing gar nicht die Bereiche darstellen, bei denen Fremdsprachen am häufigsten zum Einsatz gelangen. Im Industriebereich werden Fremdsprachen vielmehr am häufigsten im Einkauf sowie auf Direktionsstufe verwendet. Gut einzukaufen ist für ein Unternehmen mindestens ebenso wichtig wie gut zu verkaufen. Dies ist nur eine der packenden Fragen, die sich stellen, wenn man untersucht, welche Rolle die Fremdsprachen im Wirtschaftsleben spielen.

#### Ausführlichere Informationen

s. französischer Text

La ricerca quantitativa è indispensabile. Ciò che conta è la tendenza generale, che può essere definita solo per mezzo di un rilevamento quantitativo. Questo significa quasi inevitabilmente ampie inchieste.

Due inchieste condotte di recente in Svizzera hanno permesso di muovere alcuni passi in questa direzione (cfr. riferimenti alla fine dell'articolo). Da esse è emerso che nelle imprese svizzere gli eventuali problemi legati alla mancanza di competenze linguistiche si manifestano sotto forma di rallentamenti nelle procedure interne, malintesi che ostacolano la collaborazione o insufficienze nella realizzazione di determinate mansioni, mentre (e contrariamente a quanto si dice spesso) il rischio di perdere contratti all'estero per mancanza di competenze linguistiche è considerato piuttosto basso. Si può anche determinare il ruolo delle lingue nella creazione di valore osservando in quale divisione o reparto dell'azienda sono utilizzate con maggiore frequenza. Contrariamente all'opinione ampiamente diffusa