

baromètre[®] barometer

RAPPORT FINAL « BAROMÈTRE DU BILINGUISME[®] EN ENTREPRISE DANS LA RÉGION DE BERNE »



1. Management Summary

Situation de départ et démarches

C'est la première fois qu'un Baromètre du bilinguisme® est réalisé auprès des entreprises de la région de Berne. Il a été réalisé par le Forum du bilinguisme, basé à Bienne, avec le soutien de BERNbilingue, l'Union du commerce et de l'industrie du canton de Berne (Section Berne-Mittelland) et de l'Entente Bernoise. Après une étude quantitative au moyen d'une enquête en ligne, à laquelle ont participé quelque 170 entreprises de la région, la plausibilité des résultats a été vérifiée et approfondie au moyen d'entretiens qualitatifs avec les responsables d'entreprises représentatives de la région bernoise.

2

Les principaux résultats

Les résultats du Baromètre du bilinguisme® fournissent des éléments tendant à montrer **l'importance du bilinguisme et du plurilinguisme dans les entreprises et organisations de la région de Berne**. Selon l'évaluation quantitative des entreprises issue de l'enquête en ligne, environ 80% des employé·e·s ont des compétences linguistiques presque égales en (suisse)-allemand et en français, suivi de l'anglais avec 60%. Quant aux contacts professionnels oraux et écrits, 69% des employés utilisent également le français et 57% l'anglais. Ainsi, **plus de la moitié des répondant·e·s considèrent que le français est important pour les activités de leurs employé·e·s**. En général, la majorité des personnes interrogées pensent que l'importance du français a tendance à augmenter dans les entreprises de la région.

En ce qui concerne le **recrutement du personnel**, un peu moins de la moitié des entreprises déclarent recruter au moins occasionnellement du personnel de langue maternelle française. 23% des entreprises publient systématiquement leurs offres d'emploi en deux langues. **Cependant, près de la moitié des entreprises de la région de Berne (44%)** sont conscientes de la difficulté à recruter des employé·e·s francophones. Dans la formation des apprenti·e·s, par contre, les aspects linguistiques ne jouent un rôle que pour une petite minorité des répondant·e·s.

Enfin, le domaine d'enquête des **services et du marketing** montre que seules quelques entreprises et organisations (un peu moins de 20%) opèrent exclusivement en Suisse alémanique. Néanmoins, **le site Internet de 42 % des entreprises n'existe qu'en allemand**, alors même qu'une grande majorité d'entre elles déclarent vouloir s'adresser également à des clients potentiels en Suisse romande.

Les recommandations les plus importantes

- L'étude et la promotion des compétences linguistiques du personnel augmentent les ressources linguistiques de l'entreprise et peuvent constituer un signal important vers l'extérieur pour les minorités linguistiques, notamment lors du recrutement.
- La création d'une plateforme commune d'entreprises pour le recrutement de personnel francophone dans la région de Berne pourrait être examinée.
- Dans la mesure du possible, les aspects linguistiques devraient être davantage pris en compte dans la formation des apprenti·e·s.
- Les actions marketing, et principalement les sites web des entreprises, pourraient, elles aussi, être davantage orientées vers les clients et partenaires francophones.

L'importance du bilinguisme resp. de la langue française a aussi été soulignée lors des entretiens qualitatifs. Selon de nombreux responsables, le bilinguisme devrait être davantage mis en valeur, tant à l'interne qu'à l'externe, avec des avantages sociaux et économiques pour la région de Berne.

2. Introduction

1.1 Situation de départ du Baromètre du bilinguisme® dans les entreprises de la région de Berne

En 2017, le Baromètre du bilinguisme® a été réalisé pour la première fois dans des entreprises de la ville de Bienne, du Seeland et du Jura bernois. Pour le présent Baromètre, dans un premier temps, une enquête quantitative a été menée pour étudier la situation linguistique des entreprises de la région de Berne. Dans un deuxième temps, des entretiens qualitatifs menés par un expert du Forum du bilinguisme ont permis de plausibiliser et de discuter les résultats quantitatifs lors d'entretiens directs avec les entrepreneurs-euses.

Le Baromètre du bilinguisme® dans la région de Berne a été réalisé par le Forum du bilinguisme avec le soutien de BERNbilingue, de l'Union du commerce et de l'industrie du canton de Berne (section Berne-Mittelland) et d'Entente Bernoise.

L'objectif de ce rapport est, d'une part, de présenter un état des lieux du bilinguisme dans les entreprises de la région de Berne et, d'autre part, de démontrer - en tenant compte de tous les avantages et inconvénients - la valeur ajoutée du bilinguisme pour les entreprises. En même temps, des recommandations doivent être formulées sur la manière dont le bilinguisme dans les entreprises de la région de Berne pourrait être valorisé sur le plan économique et renforcé à l'avenir.

1.2 Méthodologie pour l'enquête quantitative et procédure pour les entretiens qualitatifs

L'enquête quantitative a été réalisée au moyen d'une enquête en ligne (sur invitation par courriel) auprès des entreprises membres de l'Union du commerce et de l'industrie du canton de Berne (section Berne-Mittelland). L'enquête était disponible en allemand et en

français et 167 réponses ont été enregistrées. La taille des entreprises ayant participé à l'enquête se présente comme suit :

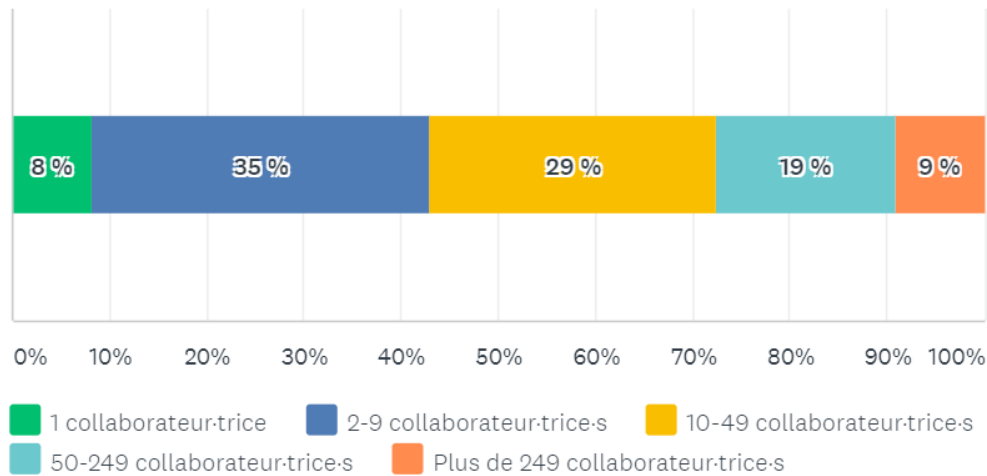


Figure 1 : Combien de collaboratrices travaillent dans votre entreprise/organisation ? (Seules les employées du ou des sites de la région de Berne devaient être indiquées).

97% des questionnaires ont été remplis en allemand, 3% en français. Les personnes qui ont répondu n'ont pas été choisies au hasard : elles occupent toutes une fonction dirigeante dans l'entreprise concernée, dont elles ont une vue d'ensemble, et sont à même de commenter de manière compétente le sujet du bilinguisme au sein de leur entité. Il s'agit de fonctions managériales ou encore de responsables des ressources humaines :

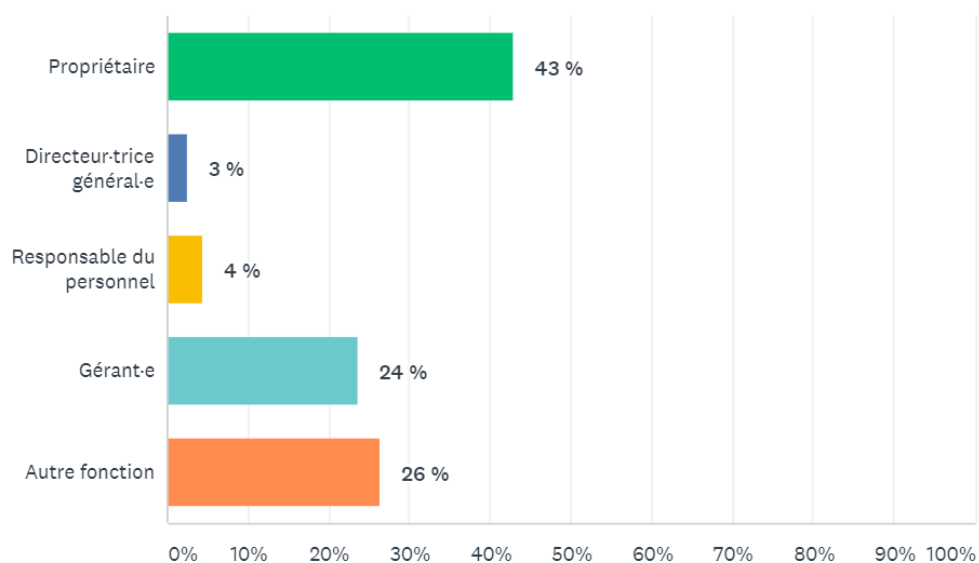


Figure 2 : Quelle fonction exercez-vous dans votre entreprise/organisation ?

Les entretiens qualitatifs ont été menés par Teams en mars 2021 avec des dirigeants sélectionnés parmi des entreprises de différents secteurs d'activité et de différentes tailles. Il s'agissait d'entretiens relativement courts, comportant quelques questions standard sur le bilinguisme dans l'entreprise concernée, des points de discussion issus de l'enquête quantitative et des questions sur l'importance du bilinguisme pour le site économique de Berne. Les déclarations précieuses faites lors de ces entretiens ont permis, d'une part, de rendre plus plausibles les résultats de l'enquête quantitative et, d'autre part, d'approfondir certains résultats et de les évaluer en vue d'éventuelles recommandations.

3. Résultats

3.1 Composition linguistique du personnel

95% des répondants à l'enquête quantitative ont déclaré être conscients des compétences linguistiques de leurs employé-e-s. Ce pourcentage élevé permet de penser que les réponses à la deuxième question, à savoir celle concernant la langue maternelle des employé-e-s, devrait être très proche de la réalité linguistique dans les entreprises de la région de Berne :

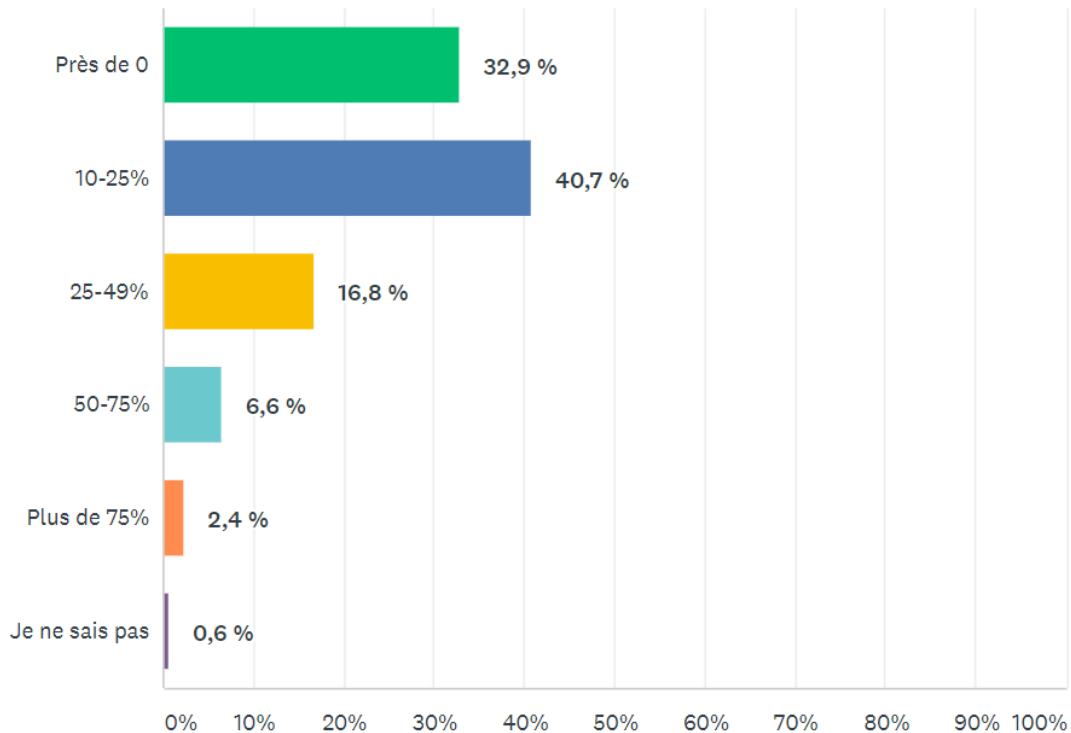


Figure 3 : A combien de % estimez-vous les employé-e-s dont la langue maternelle n'est pas l'allemand ou le suisse allemand ?

Ainsi, dans environ **un tiers** des entreprises, presque tous-tes les employé-e-s sont de **langue maternelle allemande ou suisse allemande**. Il s'agit probablement pour la plupart de petites entreprises, bien que cette affirmation ne puisse être avancée que sur la base des entretiens qualitatifs et ne puisse être vérifiée par l'enquête quantitative en raison d'un manque de liaison entre les données. Dans les **deux tiers** restants, au moins **10% des employé-e-s** sont d'une **autre langue maternelle**, et dans **un peu moins de 10% des entreprises, plus de la moitié ne sont pas de langue maternelle (suisse)-allemande**. Sur la base des chiffres disponibles, l'importance du bilinguisme respectivement du plurilinguisme dans le monde de l'entreprise peut donc être soulignée clairement, même dans un environnement fondamentalement monolingue comme la région de Berne-Mittelland.

Cette constatation importante est également visible dans le cas des compétences linguistiques, qui peuvent désormais être mieux démontrées par langue :

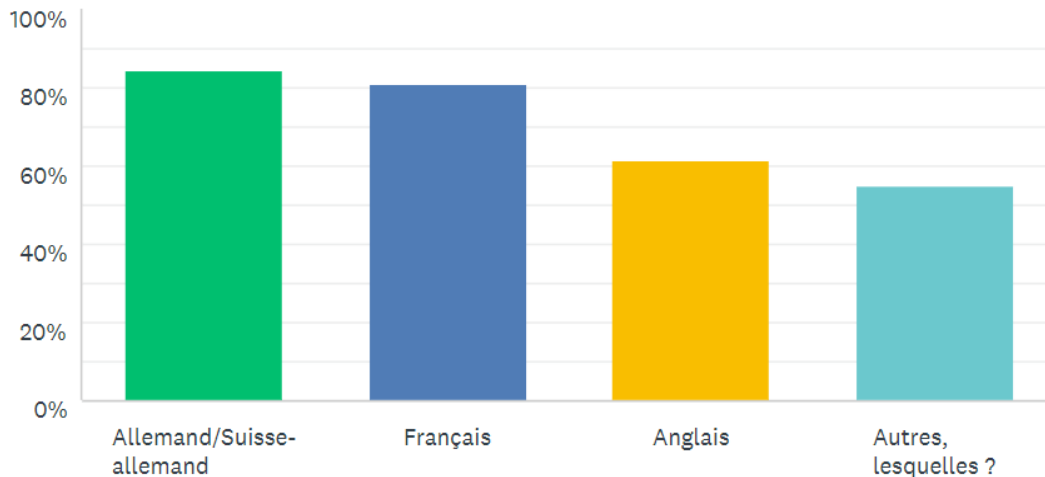


Figure 4 : En quelle langue vos employé-e-s ont-ils-elles des compétences linguistiques (plusieurs réponses possibles) ?

Bien que ce questionnaire doive être considéré avec réserve, dans la mesure où il ne révèle rien sur le niveau de compétence linguistique des employé-e-s dans les différentes langues indiquées, il est néanmoins quelque peu surprenant : selon l'évaluation de **l'enquête en ligne, environ 80% des employé-e-s ont des compétences linguistiques en (suisse)-allemand et en français presque à parts égales**. Ce résultat est quelque peu surprenant dans un environnement fondamentalement monolingue, bien que proche de la frontière linguistique avec la Suisse romande, et souligne l'importance de la langue française dans la région de Berne. **La langue anglaise occupe également une place importante avec presque 60%**. Les autres langues qui représentent plus de 50%, se répartissent - à part l'italien, la troisième langue nationale - entre de nombreuses langues différentes, principalement issues de pays d'origine européenne (espagnol, turc, croate, serbe, albanais, etc.) et quelques langues non européennes (arabe, tamoul, coréen, etc.). Lors des entretiens qualitatifs, il est également apparu que les compétences linguistiques des entreprises dépendent fortement du secteur d'activité. Alors que le français ou l'anglais tendent à dominer en tant que langues supplémentaires dans les professions de service, beaucoup plus d'employé-e-s ayant des compétences linguistiques dans d'autres langues travaillent dans le secteur de l'industrie et du commerce.

Conclusion sur la composition linguistique du personnel : Seul un tiers des entreprises, principalement des petites entreprises, emploie du personnel ayant exclusivement le suisse-allemand ou l'allemand comme langue maternelle. Toutes les autres entreprises ont parfois une part importante de personnel dont la langue maternelle n'est pas une langue nationale. En même temps, le haut niveau de compétences linguistiques en français et en anglais dans les entreprises montre l'importance du bilinguisme resp. du plurilinguisme dans la région économique de Berne-Mittelland.

3.2 Utilisation de la langue par les employé·e·s et dans les relations avec les clients

Avec la question liée aux contacts externes réguliers, l'importance de la communication - et donc des compétences linguistiques - pour les employé·e·s peut être soulignée au début de ce chapitre :

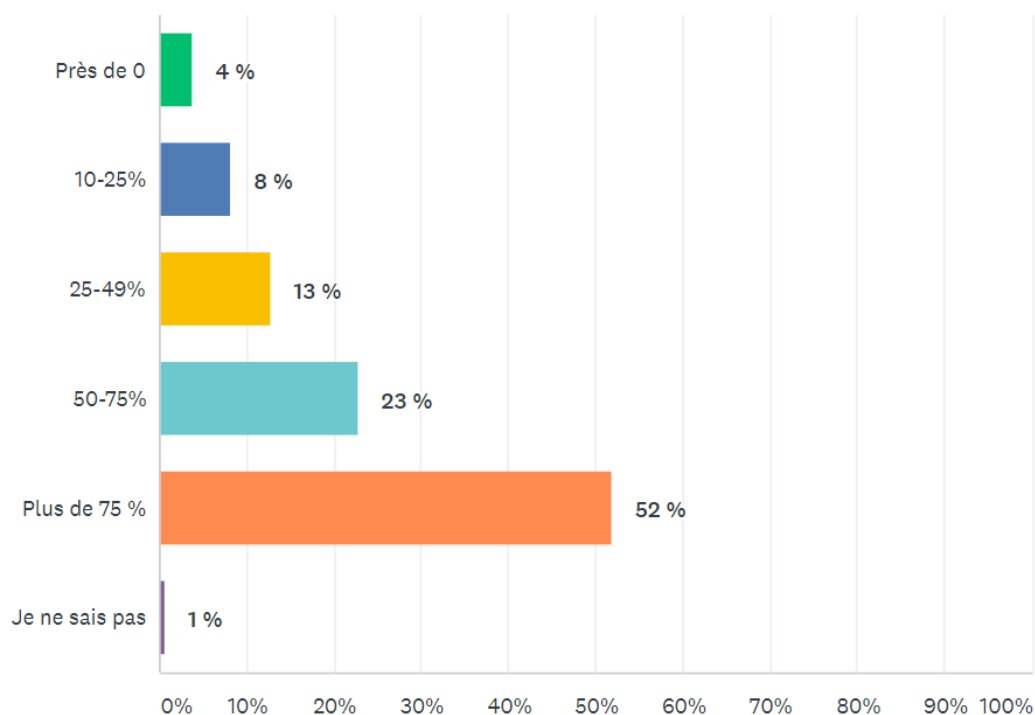


Figure 5 : Combien de vos employé·e·s ont-ils-elles des contacts réguliers avec des partenaires externes (fournisseurs, clients, autorités, etc.) ?

En ce qui concerne les langues utilisées dans les contacts avec les partenaires extérieurs, la situation est similaire à celle des compétences linguistiques :

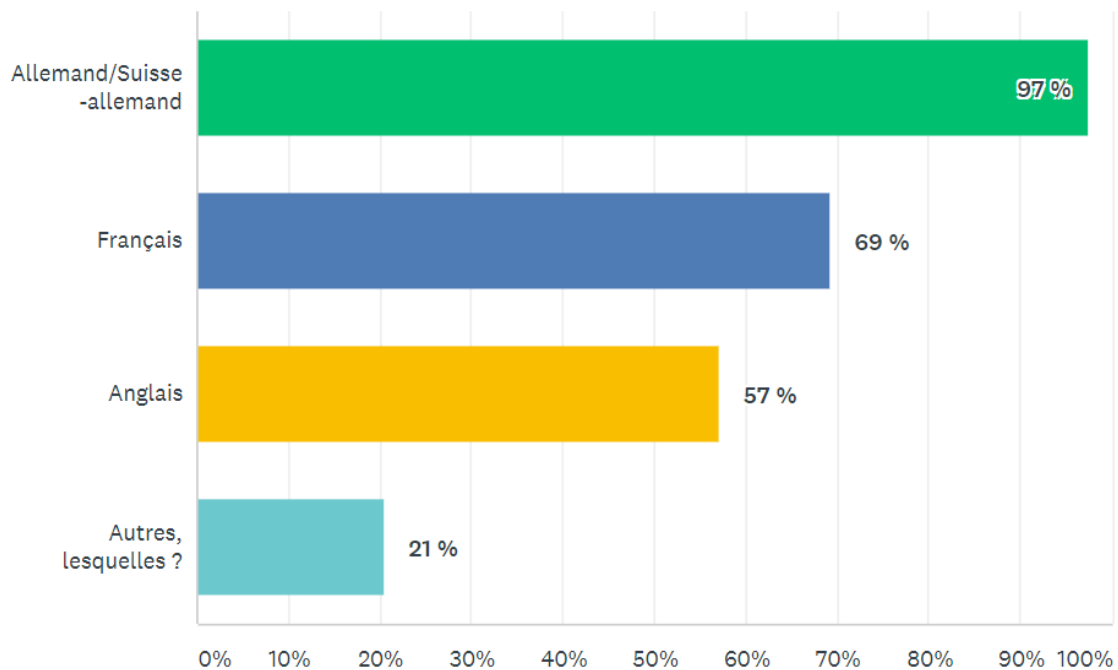


Figure 6 : Dans quelle langue vos employé·e·s communiquent-ils·elles avec les partenaires extérieurs ? (Plusieurs réponses possibles) ?

Là aussi, à part l'importance fondamentale de la communication vers l'extérieur, la présence du français et aussi de l'anglais dans le quotidien linguistique des employé·e·s des entreprises de la région de Berne est démontrée de manière impressionnante. **Près de 70% (69% en français) resp. 57% (en anglais) des employé·e·s utilisent ces langues dans leurs contacts oraux et écrits.** Il serait certainement intéressant de savoir si ces chiffres sont confirmés par la perception des employé·e·s. Il est surprenant que les entretiens qualitatifs aient tendance à donner l'impression que ces chiffres sont peut-être trop élevés. L'importance du multilinguisme dans le contact vers l'extérieur a donc été plutôt relativisée dans les entretiens. Néanmoins, on peut supposer que la tendance de l'enquête quantitative est correcte, car en règle générale, les efforts de recrutement dans les entreprises sont également axés sur ces normes.

Au cours de l'enquête sur l'utilisation de la langue par les employé·e·s et dans les relations avec les clients, des questions se rapportant exclusivement à l'importance de la langue française ont également été posées :

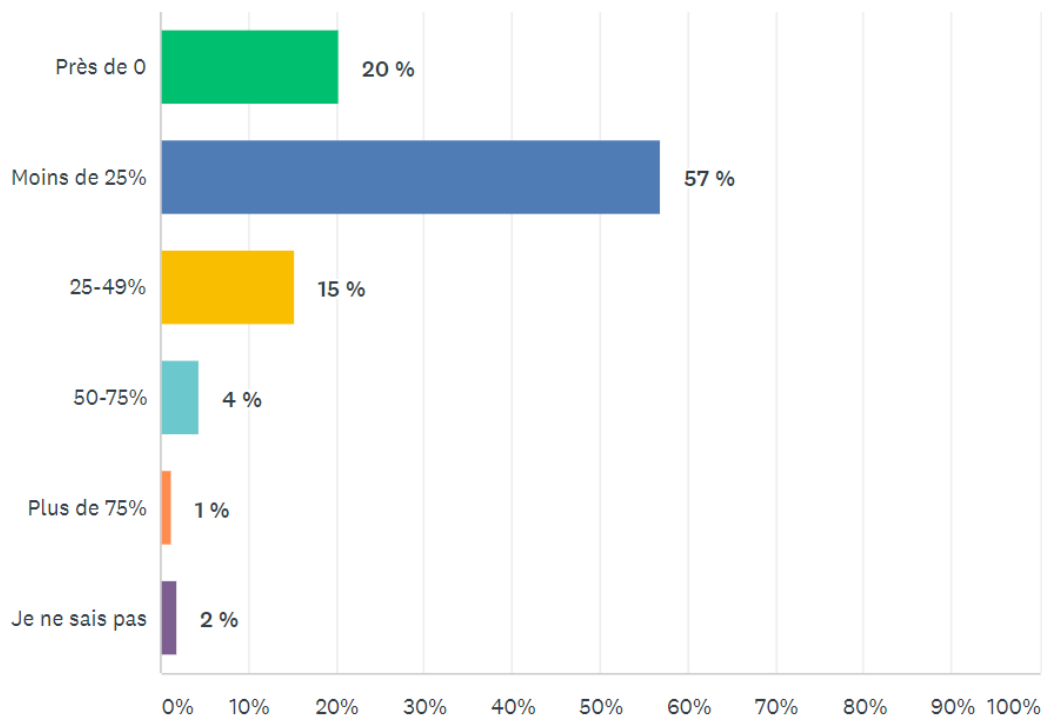


Figure 7 : A votre avis, combien de clients francophones (en %) compte votre entreprise/organisation ?

Les résultats des entretiens relativisent également le chiffre élevé de près de 70% de la figure 6. Or, **les clients purement francophones représentent moins de 25% dans plus de trois quarts des entreprises.**

Cependant, pour **15% des entreprises de la région de Berne, environ un quart ou la moitié de leurs clients parlent français.** Il est probable que l'impression subjective décrite ci-dessus à partir des entretiens qualitatifs corresponde beaucoup plus à ces chiffres et que les personnes interrogées aient davantage pensé à leur clientèle qu'à leurs contacts individuels avec l'extérieur. Quoi qu'il en soit, on peut affirmer à ce stade, que le nombre de clients francophones est important pour les entreprises de la région bernoise et qu'un engagement dans ce sens est susceptible de porter ses fruits, non seulement sur le plan social mais aussi sur le plan économique.

Ainsi, **plus de la moitié des représentant·e-s d'entreprise interrogé·e-s considèrent que la langue française est importante pour les activités de leurs employé·e-s**, et seuls 8% des répondants estiment que la langue française n'a aucune importance pour les employé·e-s de l'entreprise (voir figure 8 ci-dessous). Les raisons de l'importance de la langue française resp. du bilinguisme indiquées sont : d'une part les contacts vers

l'extérieur, d'autre part les postes de direction, où l'importance peut être située aussi bien en interne (employé·e-s) qu'en externe. Enfin, pour certaines entreprises, il existe aussi des raisons liées à l'emplacement, notamment lorsque les succursales sont situées à proximité de régions bilingues ou francophones.

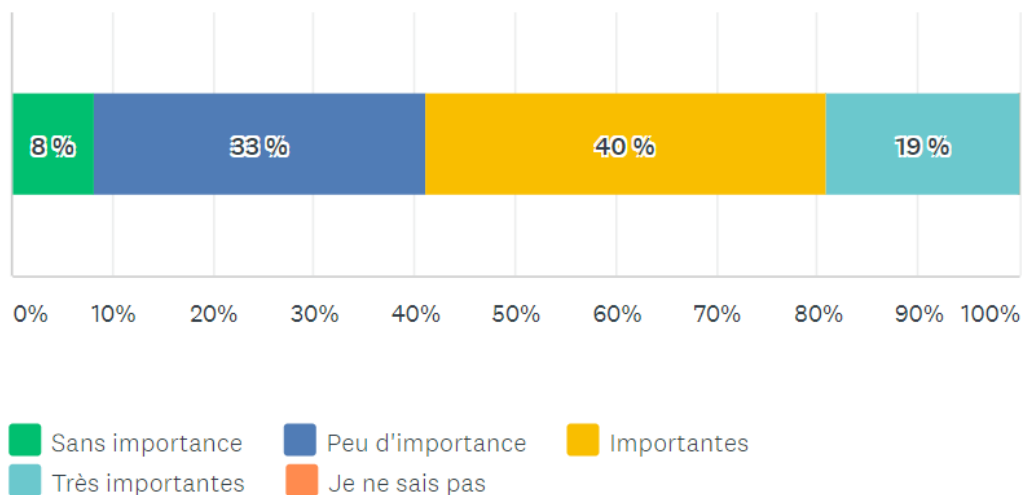


Figure 8 : La connaissance du français est-elle importante pour les activités de vos employé·e-s ?

Enfin, les résultats de l'enquête quantitative ne montrent **pas de baisse de l'importance de la langue française** pour les employé·e-s des entreprises de la région de Berne dans une perspective historique. Bien au contraire, on constate une légère augmentation de l'importance du français :

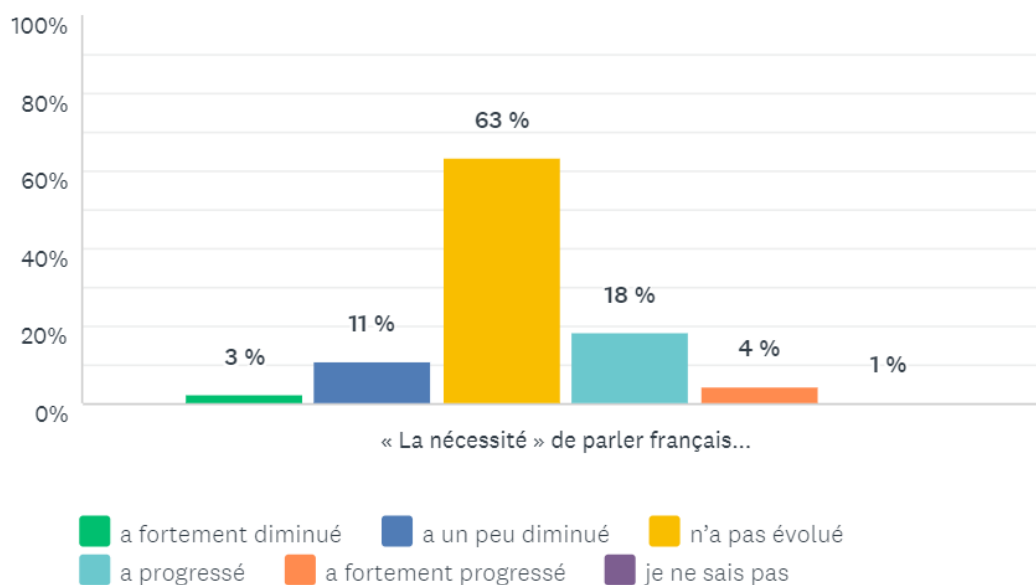


Figure 9 : Avez-vous remarqué une évolution concernant la nécessité de savoir l'allemand et le français dans votre secteur ces dernières années ?

Il est intéressant de noter que, bien que cet aspect ait été également mis partiellement en évidence dans les entretiens qualitatifs, l'importance sociale de la langue française (cohésion nationale, défi intellectuel de la deuxième langue, confrontation avec une autre "culture nationale") a toujours été soulignée beaucoup plus fortement que l'importance économique lors des entretiens. Presque toutes les personnes interrogées ont mentionné et souligné ce qu'elles considèrent comme la grande importance du français dans les contacts sociaux en Suisse et plus particulièrement dans la région de Berne. La " rivalité " entre l'anglais et le français dans la lutte pour la deuxième langue à apprendre a également été déplorée à plusieurs reprises. D'une part, il semble clair pour la plupart des personnes interrogées que le français devrait toujours être appris en premier dans les écoles en Suisse alémanique (ou l'allemand en Suisse romande) ; d'autre part, il a également été souligné que cela ne devrait pas être un critère pour exclure l'acquisition quasi simultanée de l'anglais. Ces deux éléments, comme les personnes interrogées l'indiquent à l'unisson, seraient très bénéfiques pour Berne en tant que site économique.

Conclusion sur l'utilisation de la langue par les employé·e·s et dans les relations avec les clients : *L'importance du français (mais aussi de l'anglais) pour les contacts externes est élevée. Le nombre de clients francophones est également important pour les entreprises de la région. La nécessité de pouvoir parler l'allemand et le français est même perçue comme croissante par les personnes interrogées.*

3.3 Recrutement du personnel et des apprenti·e·s

Près de la moitié des entreprises, soit 46%, qui ont participé à l'enquête quantitative, déclarent recruter au moins occasionnellement du personnel de langue maternelle française. Les raisons et les modalités de la publication des postes francophones sont variées. Bien entendu, il est important pour tous les répondants que les compétences

professionnelles de base soient présentes en plus des compétences linguistiques. Pour certaines entreprises, il importe peu que les nouveaux employé-e-s soient de langue maternelle française, allemande ou autre, car l'anglais est la langue principale et doit être parfaitement maîtrisé. En général, il est également important d'avoir une bonne connaissance de l'allemand en plus du français. Souvent, un poste francophone est annoncé en conséquence, mais en fait le bilinguisme est requis. Les offres d'emploi pour les postes francophones sont publiées soit via le réseau propre à l'entreprise, soit de manière traditionnelle, sous forme d'annonce à la fois en Suisse alémanique et en Suisse romande, et parfois uniquement en Suisse romande. 23% des entreprises publient systématiquement leurs offres d'emploi en deux langues :

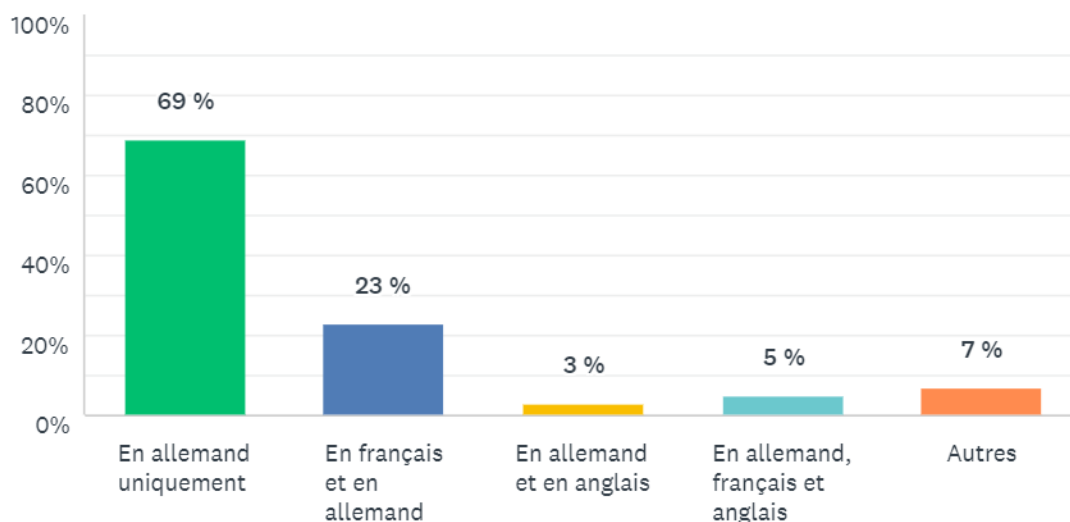


Figure 10 : Dans quelles langues sont publiées vos offres d'emploi ?

Néanmoins, les entreprises interrogées se plaignent des difficultés à recruter du personnel francophone par rapport au personnel germanophone :

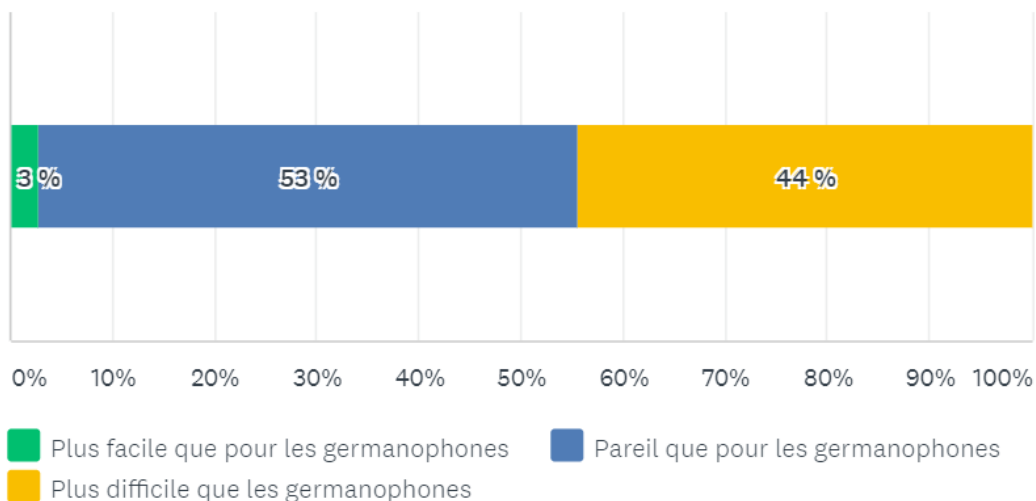


Figure 11 : Est-il facile de recruter du personnel francophone ?

Près de la moitié des entreprises de la région de Berne (44%) semblent avoir rencontré des difficultés pour recruter du personnel francophone. La majorité (85%) des entreprises interrogées déclarent également que leurs propres compétences linguistiques constituent un avantage pour le recrutement. On constate aussi que **près de la moitié des entreprises couvrent les coûts externes de la formation linguistique de leurs employé-e-s, tandis qu'environ 40% couvrent une formation à l'interne.**

Enfin, ce n'est que pour moins d'un tiers des entreprises que les compétences linguistiques jouent un rôle dans la formation des apprenti-e-s en entreprise :

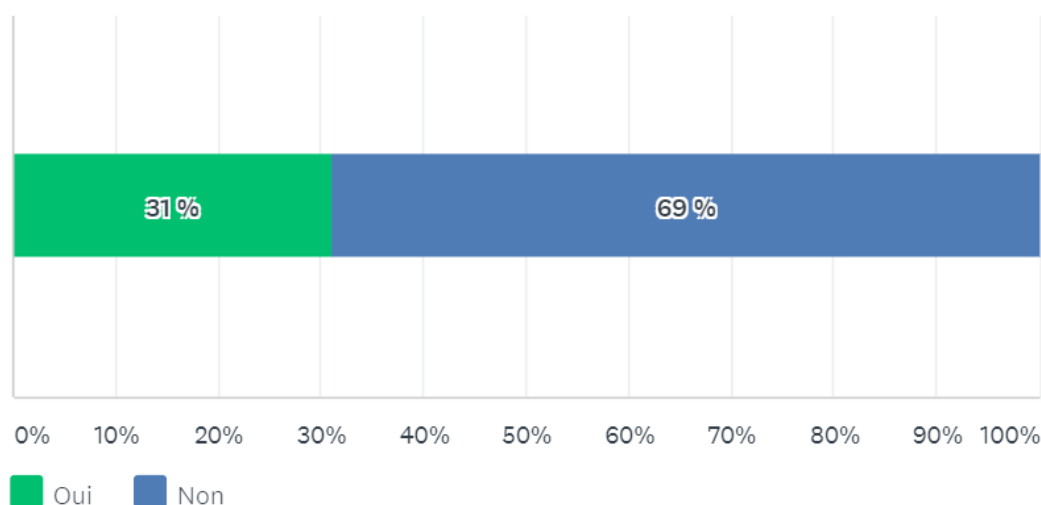


Figure 12 : Les compétences linguistiques sont-elles un aspect de la formation des apprenti-e-s dans votre entreprise/organisation ?

Cet aspect est repris dans les recommandations à la fin du rapport, car il existe un potentiel inexploité dans ce domaine pour faciliter le recrutement d'employé-e-s au moins partiellement bilingues à l'avenir.

Conclusion sur le recrutement du personnel et des apprenti-e-s : D'une part, près de la moitié des entreprises recrutent occasionnellement du personnel francophone et près d'un quart publient systématiquement des offres d'emploi bilingues. Cependant, malgré la proximité de la frontière linguistique, le recrutement de personnel francophone semble être nettement plus difficile que celui de personnel germanophone. Dans la formation des apprenti-e-s, les aspects linguistiques ne jouent un rôle que pour une petite minorité.

3.4 Produits / Services / Marketing

Plus de la moitié des entreprises sont actives dans toute la Suisse, seul un cinquième environ des entreprises est limité à la Suisse alémanique (18%, sans le canton bilingue de Berne) :

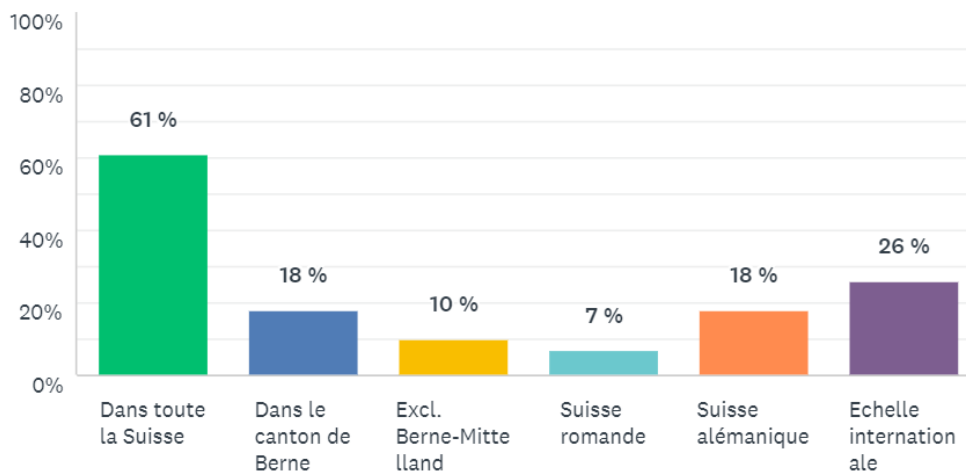


Figure 13 : Dans quelle(s) région(s) géographique(s) les services/produits de votre entreprise/organisation sont-ils proposés ?

Ce résultat confirme une fois de plus que le bi- et le multilinguisme ont aussi leur importance en termes économiques dans la région de Berne. Cela se reflète également dans la répartition géographique de la publicité pour les produits et services des entreprises :

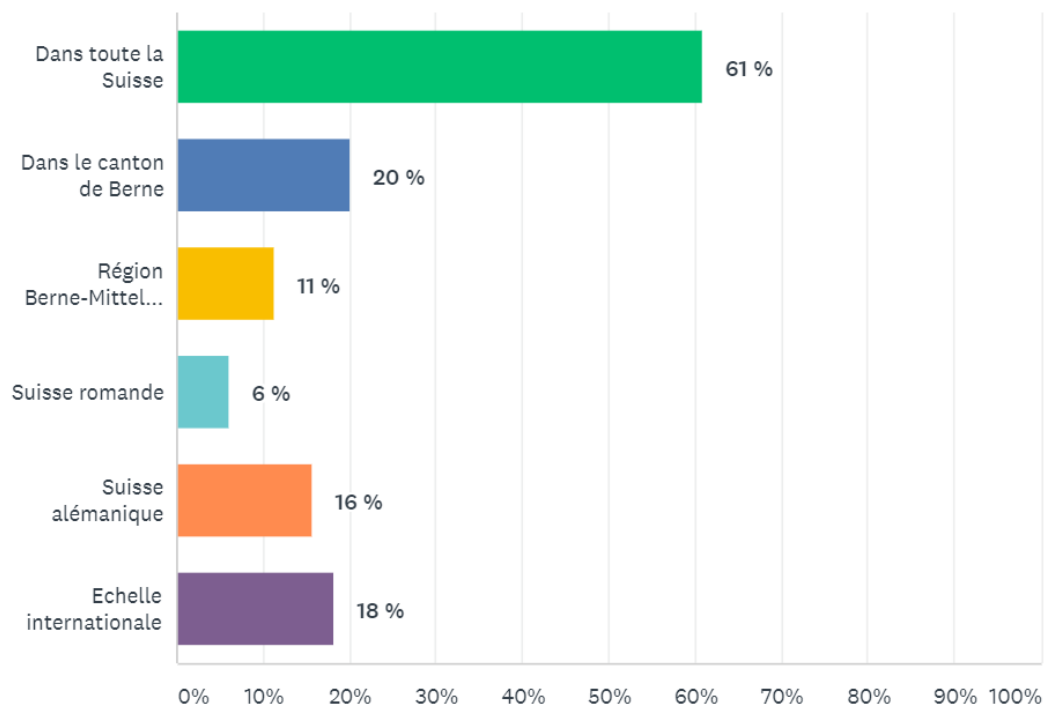


Figure 14 : Dans quelles régions faites-vous de la publicité pour vos produits/services ?

La situation est similaire pour les langues utilisées dans la publicité. Ici aussi, on constate que la partie purement germanophone représente moins de la moitié de la publicité totale des entreprises et que les autres langues, dont le français, jouent donc un rôle important :

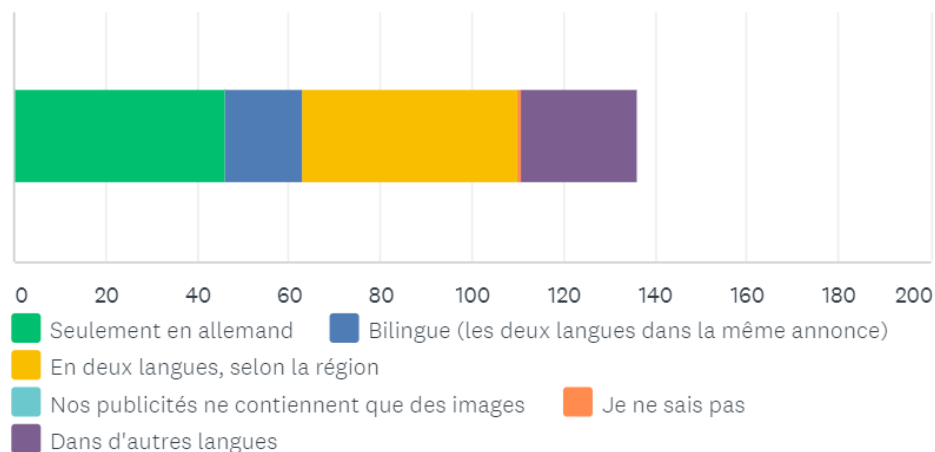


Figure 15 : Dans quelle langue votre annonce est-elle publiée ?

Dans le domaine de la traduction, **32% des entreprises font appel à un service de traduction externe, 29% à des services de traduction internes**. Le français est de loin la langue la plus demandée, ce qui reflète dans une large mesure la répartition géographique des offres (figure 16) :

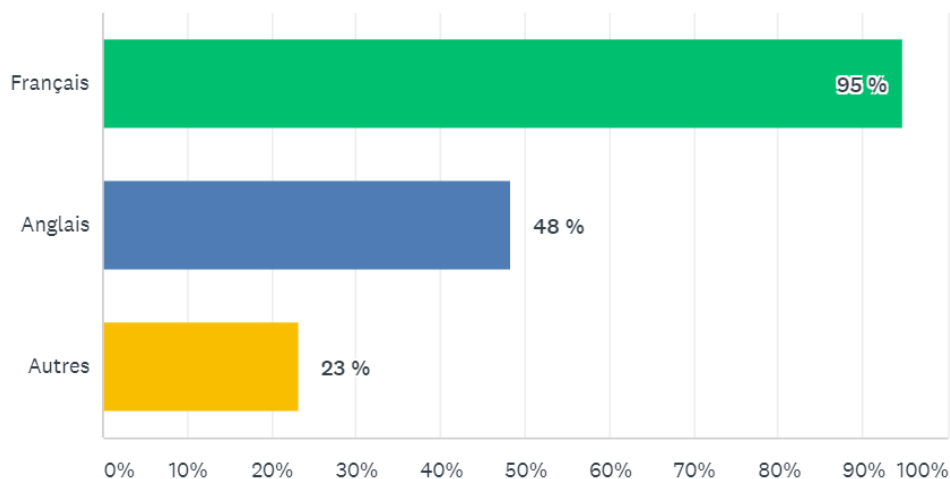


Figure 16 : Dans quelles langues faites-vous appel à des traducteurs-trices ? (Plusieurs réponses possibles)

Enfin, dans le domaine des moyens de communication, des données sur les sites web des entreprises ont également été collectées : **96% des entreprises participant à l'enquête disposent de leur propre site Internet**, dont 42% ne sont disponibles qu'en allemand, ce qui est un chiffre étonnamment élevé par rapport à la répartition géographique des produits/services (cf. figure 13) et à la zone géographique de publicité (cf. figure 14) :

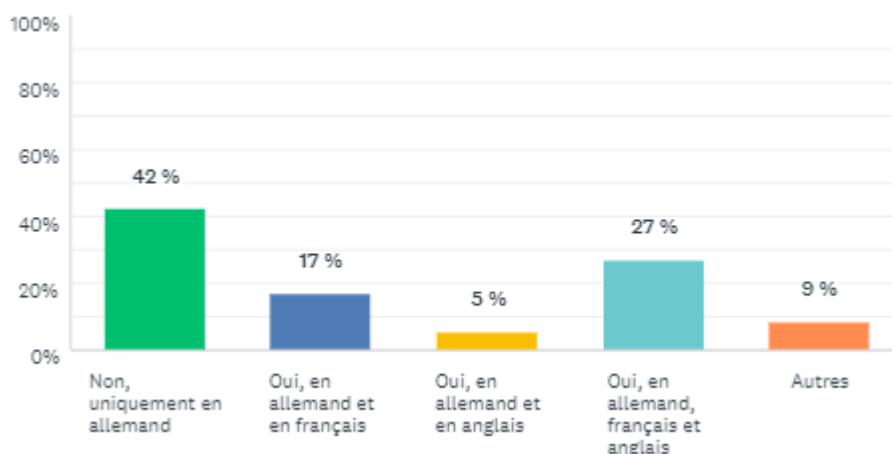


Figure 17 : Le site Web est-il disponible dans une autre langue que l'allemand et, si oui, dans quelle(s) langue(s) ?

Le nombre de sites bilingues ou trilingues (D/F ou D/E/F) est également remarquablement bas ici, avec 44%. Là aussi, il existe un certain potentiel, même si l'on sait que la maintenance de sites Internet multilingues exige des ressources considérables, surtout pour les PME.

Conclusion sur les produits / services / marketing : *Seules quelques entreprises et organisations (un peu moins de 20%) opèrent exclusivement en Suisse alémanique. Cela se reflète également dans la répartition géographique et linguistique des activités publicitaires. Par ailleurs, un nombre étonnamment élevé de sites Web ne sont disponibles qu'en allemand.*

4. Recommandations

En conclusion, du point de vue du Forum du bilinguisme, les recommandations générales suivantes peuvent être formulées pour les différents thèmes abordés dans le Baromètre du bilinguisme® :

Composition linguistique du personnel et utilisation de la langue par le personnel et dans les relations avec les clients

- ➔ Le bi- resp. le multilinguisme des employé·e·s semblent être marqué et les compétences linguistiques qui y sont associées sont très importantes. C'est pourquoi il est important, pour chaque entreprise, d'évaluer de temps en temps les compétences linguistiques de ses employé·e·s. Dans certaines circonstances, cela peut également conduire à des ressources précieuses pour l'entreprise elle-même.
- ➔ La promotion des compétences linguistiques du personnel par le biais de cours internes ou externes, de Tandems linguistiques® ou d'offres similaires augmente les ressources linguistiques de l'entreprise, mais peut également constituer un signal important vers l'extérieur pour les minorités linguistiques, notamment en matière de recrutement.

Recrutement du personnel et des apprenti·e·s

- ➔ Malgré la proximité de la frontière linguistique, le recrutement d'employé·e·s francophones semble être nettement plus difficile que celui du personnel germanophone. Ici, une plateforme commune d'entreprises pour le recrutement de personnel francophone dans la région de Berne pourrait s'avérer rentable.
- ➔ Les aspects linguistiques jouent un rôle mineur dans la formation des apprentis. Lorsque la formation et les conditions dans l'entreprise/organisation le permettent, une plus grande attention devrait être accordée aux aspects linguistiques, également en ce qui concerne les problèmes de recrutement de salariés bilingues. L'une des possibilités est un échange d'apprenants par-delà la frontière linguistique.
- ➔ Les entreprises pourraient aborder la question de l'amélioration des compétences linguistiques avec les autorités compétentes.

Produits / Services / Marketing

- ➔ Le nombre de sites web purement germanophones semble élevé par rapport à la répartition géographique des produits et services et aux activités publicitaires y relatives. Le site Internet devient de plus en plus la porte d'entrée de l'entreprise et a par conséquent une très forte influence sur sa perception par l'extérieur (également pour le recrutement !). Le bilinguisme des sites web - mais aussi des activités de marketing via les médias sociaux, par exemple - dans la région de Berne est donc recommandé lorsqu'il est également judicieux du point de vue du marché.

De manière générale, il a été souligné à plusieurs reprises, lors des entretiens qualitatifs, que le bilinguisme dans la région de Berne n'a pas besoin de se cacher. Au contraire, il faut en être fier, le développer et le mettre plus souvent "en vitrine". Cela serait payant à long terme pour la région sur le plan social et économique...

Biel/Bienne, 12 avril 2021

Annexe : Autres données socio-démographiques

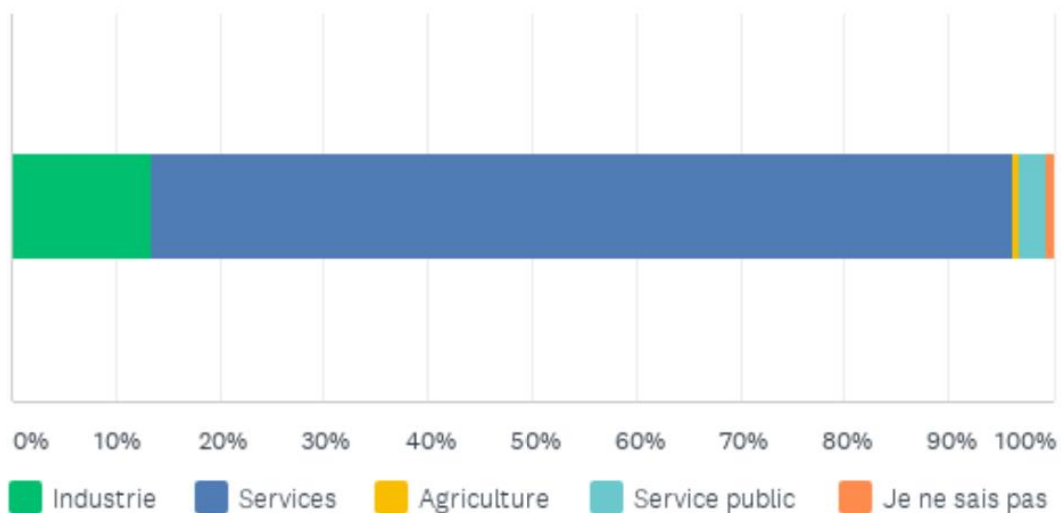


Figure 18 : Dans quel secteur économique votre entreprise/organisation est-elle active ?

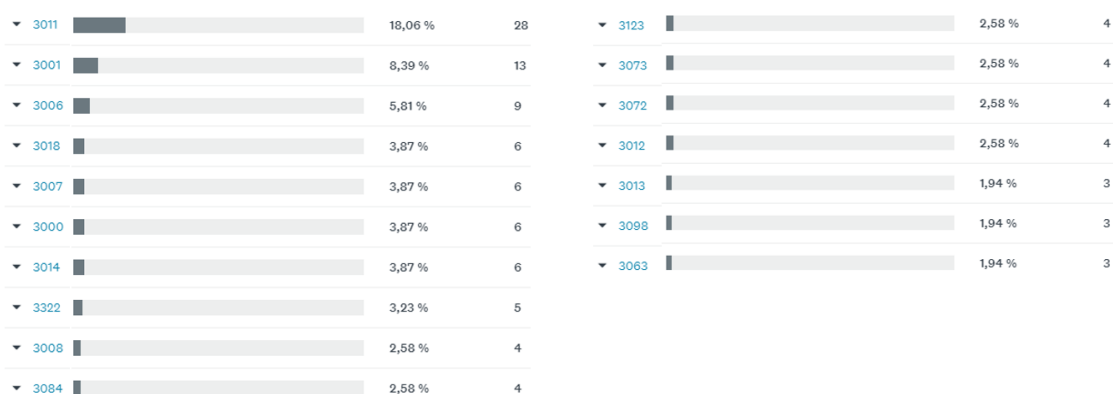


Figure 19 : Code postal de l'emplacement principal de votre entreprise/organisation dans la région ?