



Erasmus+

Cofinancé par le programme Erasmus+ de l'Union européenne

SYNTHÈSE DU RAPPORT D'ENQUÊTES

Juin 2015

Analyse des besoins des employeurs français au regard des compétences en langues vivantes étrangères

Le rapport d'enquête « Analyse des besoins des employeurs français au regard des compétences en langues vivantes étrangères » constitue l'un des principaux résultats du projet LEMP (Langues et employabilité), conduit en 2014-2015 par un consortium (Ministère de l'Education nationale, de l'Enseignement supérieur et de la Recherche, CIEP, Céreq-IREDU, Onisep, CCI France) avec un partenaire associé (Agence Erasmus+ France | Education Formation). Ce projet est cofinancé par la Commission européenne.

Dans ce cadre, plusieurs enquêtes ont été menées et croisées. Via un questionnaire en ligne, le premier volet de l'étude, quantitatif, a permis d'apporter des éclairages sur les modes d'évaluation des compétences des candidats

à l'emploi, l'usage des langues vivantes étrangères dans le contexte professionnel, le rôle des langues vivantes étrangères dans les embauches, la mobilité internationale, la carrière, la formation. Les retours de 801 entreprises répondantes ont été enrichis par une deuxième étude qualitative menée auprès de 14 responsables d'entreprises témoignant des enjeux actuels et exprimant leurs visions personnelles et professionnelles des compétences en langues vivantes étrangères. De plus, une troisième étude réalisée en mai-juin 2014, portant sur l'analyse de 1529 offres d'emploi déposées sur les sites Internet de Pôle emploi et de l'Apec, a permis d'identifier les exigences des employeurs quant aux compétences linguistiques.



Centre d'Etude
de Langues
CCI DE FRANCE

Centre d'études
et de recherches
sur les qualifications
Céreq
www.cereq.fr



AGENCE
ERASMUS+
FRANCE | EDUCATION & FORMATION

Que retenir de ces enquêtes ?



« Sans l'anglais, on ne peut pas faire de carrière internationale et en donnant une dimension internationale à sa carrière, on a la possibilité d'obtenir des postes très intéressants, plus élevés dans la hiérarchie, et des salaires plus intéressants. »

Directeur d'une entreprise de santé-action sociale de moins de 10 salariés

« Quand je suis sorti de l'école avec un BTS, l'anglais était quelque chose que j'aimais bien dans la partie mécanique. J'ai intégré l'usine et j'ai commencé ma carrière dans l'atelier de fabrication. La société s'est développée à l'international et, avec mes connaissances d'anglais, j'ai été amené plusieurs fois à suivre mon patron, en support technique. Si je n'avais pas pratiqué l'anglais, je ne serais pas au poste où je suis aujourd'hui. Je suis passé de technicien dans l'atelier de fabrication au service méthodes, j'ai été responsable du service méthodes et, maintenant, je suis directeur commercial. »

Directeur commercial d'une entreprise industrielle de 50 à 249 salariés

LES LANGUES VIVANTES ÉTRANGÈRES : UN ATOUT POUR LE RECRUTEMENT, LES OPPORTUNITÉS DE CARRIÈRE, LA PROMOTION

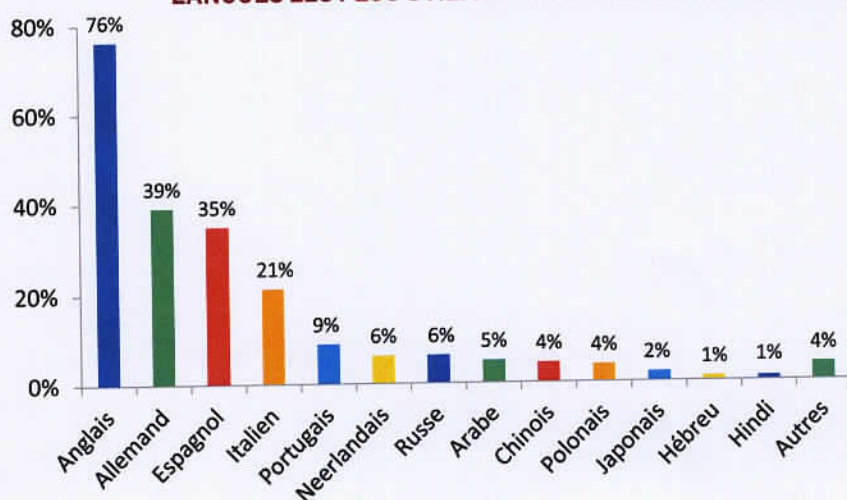
Une entreprise sur deux recherche une compétence en langue vivante étrangère chez les candidats lors du recrutement, selon l'enquête menée auprès d'entreprises. À compétences égales, le critère linguistique fait la différence.

Si l'anglais est incontournable, l'enquête sur l'analyse d'offres d'emploi de Pôle emploi et de l'Apec fait apparaître que la maîtrise de deux langues étrangères est demandée dans quatre annonces sur cinq exigeant une compétence linguistique. L'entretien en langue étrangère est privilégié par les deux tiers des entreprises pour vérifier le niveau du postulant.

Une entreprise sur deux affirme prendre en compte fréquemment les expériences internationales de mobilité lors de la phase de recrutement alors qu'elles ne sont que 19 % à déclarer une mobilité régulière de leurs salariés. La mobilité géographique dépend de la taille des entreprises et de l'étendue de son activité : un tiers des entreprises de plus de 250 salariés et 20 % des entreprises de 10 à 49 salariés attestent de déplacements fréquents à l'étranger.

Si l'anglais est la première langue la plus utilisée dans les entreprises, l'allemand, l'espagnol et l'italien figurent dans le quatuor de tête. La nécessité d'une plus grande diversité linguistique apparaît puisque 21 langues étrangères sont citées par les entreprises. Dans les offres d'emploi de Pôle emploi et de l'Apec avec exigence linguistique, 22 langues sont mentionnées par les employeurs.

LANGUES LES PLUS UTILISÉES AU SEIN DES ENTREPRISES



Lecture : 39% des entreprises répondantes citent l'allemand comme langue utilisée.
Source : enquête DGESCO-CCI France, 2014, analyse Céreq-IREDU.

Les langues vivantes étrangères sont essentielles pour l'employabilité des salariés. Promotion, mobilité, mais aussi rémunération sont les principaux effets des compétences linguistiques sur la carrière des salariés, selon la moitié des entreprises. Les langues étrangères facilitent l'évolution des salariés vers des postes à responsabilité et favorisent leur mobilité. Au regard de l'analyse des 1529 offres d'emploi de l'Apec et de Pôle emploi, les compétences en langues étrangères augmenteraient les chances d'obtenir un emploi stable et mieux rémunéré.

DES COMPÉTENCES EN LANGUES VIVANTES ÉTRANGÈRES À L'ORAL ET À L'ÉCRIT

A chaque niveau de l'entreprise, le personnel peut être amené à pratiquer une ou plusieurs langues vivantes étrangères, essentiellement les cadres et les dirigeants (57 % et 59 %), mais aussi les employés et les techniciens (48 % et 41 %) et les ouvriers (8 %). Les besoins linguistiques varient d'un poste à l'autre, mais aussi d'un service à l'autre. Les services de la vente-prospection (61 %), les services aux clients (51 %) et les services achat (45 %) sont ceux qui utilisent le plus les langues vivantes étrangères.

L'analyse des offres d'emploi de Pôle emploi et de l'Apec montre que l'exigence d'une langue vivante étrangère s'accroît selon le niveau de qualification du poste proposé, le niveau de diplôme et le nombre d'années d'expérience sur le marché du travail. Les offres d'emploi révèlent un niveau de maîtrise élevé demandé par les recruteurs pour la première mais aussi pour la deuxième langue étrangère.

La plupart des entreprises utilisent les langues vivantes étrangères aussi bien à l'oral qu'à l'écrit ; ce qui nécessite des compétences en compréhension de l'écrit, en expression écrite (rédaction de courriels, de commandes...), en compréhension orale (conversation téléphonique...), en expression orale (parler, présenter...). Dans leurs activités professionnelles, toutes les catégories socioprofessionnelles ont besoin de maîtriser des langues à l'oral comme à l'écrit.

Si les dirigeants et les cadres font usage de la langue vivante étrangère sous toutes ses formes écrites et orales, les techniciens, les employés et les ouvriers mobilisent également des compétences écrites et orales. Techniciens et employés utilisent majoritairement la langue vivante étrangère pour des échanges téléphoniques (68 %), la réception et l'envoi de courriels (68 %). Quant aux ouvriers, ils sont amenés à employer la langue vivante étrangère principalement lors de l'utilisation de logiciels et programmes web (32 %), de mobilité à l'étranger (28 %) et pour le travail en équipes (26 %).

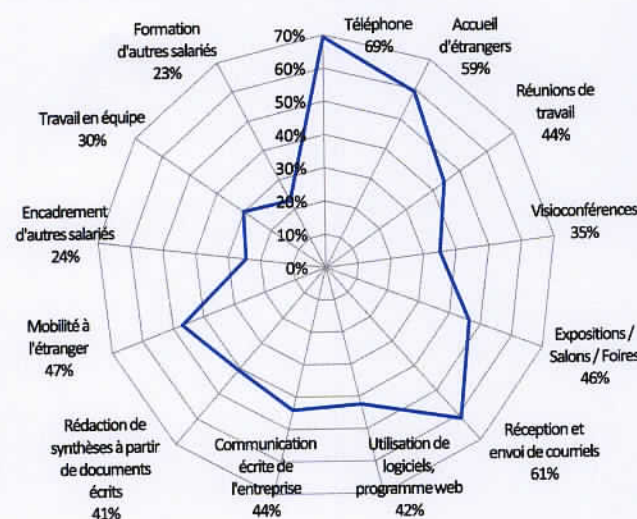
« L'entreprise exporte à 90 % et l'anglais, étant langue universelle, est utilisée à tous les postes, de l'ouvrier qui reçoit des transporteurs étrangers au cadre qui travaille à l'export et les fonctions support pour le reste de l'activité (marketing, salons à l'étranger, commerce extérieur...). »

Responsable ressources humaines d'une entreprise de services de moins de 50 salariés

« Tous les secteurs de l'entreprise sont concernés. Ils peuvent rechercher des machines, des techniques, des produits et des idées à l'étranger. Tous les salariés sont au service des clients et pas seulement le commercial, ne serait-ce que pour répondre au téléphone ou donner une information simple. »

Directeur d'une entreprise industrielle de moins de 10 salariés

ACTIVITÉS PROFESSIONNELLES EN LANGUES VIVANTES ÉTRANGÈRES

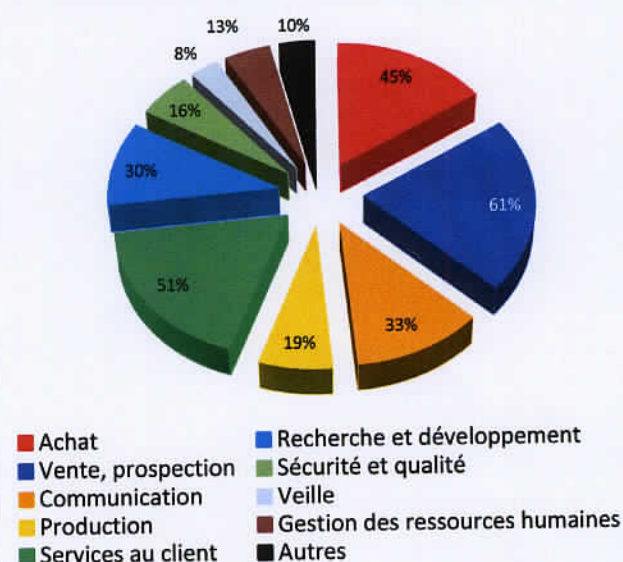


Lecture : 69 % des répondants ont cité le téléphone (pour au moins une catégorie de salariés).

Note : la somme des pourcentages dépasse 100 %, car plusieurs réponses étaient possibles.

Source : enquête DGESCO-CCI France, 2014, analyse Céreq-IREDU.

SERVICES UTILISANT PLUS SPÉCIFIQUEMENT LES LANGUES AU SEIN DES ENTREPRISES



Lecture : 45 % des répondants ont cité les achats parmi les services de l'entreprise utilisant spécifiquement les langues étrangères.

Source : enquête DGESCO-CCI France, 2014, analyse Céreq-IREDU.

LES LANGUES VIVANTES ÉTRANGÈRES : UNE PLUS-VALUE POUR LES ENTREPRISES

« En général, linguistique = formation
= compétences = qualité. Il faut être
capable de se remettre en question,
de s'adapter... bref, d'être moins
gaulois et plus européen. »

Dirigeant d'une entreprise
industrielle de moins de 10 salariés

« Parler une langue étrangère permet
de se faire connaître et de comprendre
les attentes des autres pays
européens, des autres interlocuteurs. »

Responsable emploi-formation-développement
d'une grande entreprise industrielle

« Le niveau en langues étrangères
des jeunes diplômés reste
insuffisant bien que nous notons
une amélioration. Le problème
se pose surtout pour les profils
inférieurs à bac+3. »

Dirigeant d'une entreprise industrielle
de moins de 50 salariés

« Je pense qu'on peut difficilement
faire l'économie sur les langues
étrangères au sein du groupe ;
cela me semble plutôt nécessaire
d'être tourné vers ce mode de
fonctionnement d'ouverture d'esprit,
de recherche, de compréhension avec
les autres pays partenaires. »

Directrice des ressources humaines
d'une grande entreprise de services

« Il y a des techniciens qui ont des
BTS dans le service méthodes et ces
gens-là prennent aujourd'hui des
cours pour se perfectionner de façon
à avoir des relations directes soit par
e-mail, soit par contact téléphonique
avec les clients sur les problèmes
techniques. C'est bien sûr un point
fort et cela donne une productivité en
efficacité et rapidité. »

Directeur commercial d'une entreprise
industrielle de 50 à 249 salariés

Pprès de 70% des entreprises répondantes considèrent que les salariés dotés de compétences linguistiques constituent un atout pour l'entreprise. Cette plus-value est soulignée de manière multiple avec une dominante pour les activités liées au commerce (import-export, marketing), les communications (développement des échanges avec l'étranger, fidélisation des clients), une meilleure compréhension et approche des clients étrangers, une plus grande ouverture d'esprit facilitant les échanges. Les compétences linguistiques renvoient donc une image positive de l'entreprise.

Un tiers des entreprises indiquent leurs difficultés à recruter un postulant ayant les compétences linguistiques requises pour le poste visé. Ces difficultés étant principalement liées, selon elles, à l'insuffisance de la formation scolaire et universitaire (60%), aux manques de pratique ou d'expérience à l'étranger (12%), à un manque d'intérêt et de motivation pour l'apprentissage des langues (6%), à un décalage avec la réalité du monde de l'entreprise (7%) ou au défaut de diversification des langues (6%).

Pprès du quart des entreprises organisent fréquemment des formations linguistiques pour leur personnel afin d'améliorer la communication au sein de l'entreprise et avec l'étranger.

■ La fréquence de ces formations augmente avec la taille des entreprises et l'étendue de leur activité. Les cours en face à face ou en petits groupes sont privilégiés car ils semblent plus adaptés aux salariés et favorisent une progression plus rapide.

■ Près de 16% des entreprises (principalement des entreprises avec des activités mondiales ou européennes) mettent en œuvre une stratégie de développement des langues au sein de l'entreprise.

Il s'agit d'améliorer la communication (faciliter les relations avec les interlocuteurs étrangers, être plus rapide et plus efficace...), de favoriser le développement personnel de compétences (avoir une plus grande polyvalence, permettre aux salariés de se sentir plus à l'aise dans une langue étrangère...), de gagner en professionnalisme (rendre les salariés plus autonomes et plus réactifs, obtenir des gains de productivité...) et, in fine, de contribuer au rayonnement de l'entreprise (prospector à l'international, conquérir de nouveaux marchés...).