

L'anglicisation des entreprises : une dynamique qui peut s'inverser

On répétera une fois de plus les mots de Michel Serres : « Il y a plus de mots anglais sur les murs de Paris qu'il n'y avait de mots allemands sous l'Occupation. » (*L'Humanité*, 2009). Cette phrase provocatrice, qui assimile le développement de l'anglais à une colonisation, s'appuie sur un constat que nous faisons tous : les enseignes des magasins, les slogans publicitaires, les titres des magazines et le langage de nos « élites » donnent une place croissante à l'anglais.

Faut-il s'en inquiéter ? Il ne s'agit peut-être que d'une mode passagère ; et s'il s'agit d'une transformation de fond, certains estiment qu'elle constitue une nécessité, à l'époque de la mondialisation, afin que notre économie demeure compétitive.

Il importe cependant d'analyser ce phénomène, de comprendre ses causes, d'identifier ses acteurs, d'évaluer ses conséquences. Or il est clair que l'un des lieux où l'anglais s'impose le plus fortement est le monde du travail, et avant tout les grandes entreprises, le sommet de leur hiérarchie et leur personnel d'encadrement. L'anglais qui se développe est d'ailleurs une forme appauvrie de « la langue de Shakespeare », destinée principalement aux relations commerciales. Cela s'explique notamment par le fait qu'il est enseigné dans des écoles de commerce et de management, où sont formés les cadres de nos entreprises, qui possèdent un pouvoir considérable sur des millions de salariés et de consommateurs.

Nous dresserons un état des lieux de l'infiltration de l'anglais dans le français parlé dans les entreprises, en distinguant les cas où il semble réellement utile de ceux où il semble superflu, gênant ou ridicule. Plusieurs idées dominantes seront aussi analysées, notamment la croyance que l'anglais peut s'apprendre facilement et s'imposer rapidement dans notre société. Il en résultera trois constats majeurs : l'emploi de l'anglais est une source d'incompréhensions qui marginalise les salariés les moins éduqués ; il est une arme employée par le libéralisme, qui permet de limiter les révoltes sociales ; il est même contre-productif économiquement, à court terme et à long terme, et son développement est donc une erreur grave.

Des protestations s'expriment quelquefois : nous évoquerons les différentes formes qu'elles ont déjà prises, et celles qu'elles peuvent prendre, si possible de manière concertée, dans le cadre d'un combat qui, sans doute, ne doit pas être dissocié de ceux qui concernent la financiarisation de l'économie, la sauvegarde des emplois et le bien-être des

salariés. A moins qu'il ne s'agisse que de la révolte immature de « has been » irréalistes, comme le pensent certains *managers*.

La langue parlée dans les entreprises : une infiltration de l'anglais

Il faut distinguer deux situations : les discours, réunions et documents où l'anglais est la langue unique ; ceux où le français est utilisé, mais où les phrases sont parsemées de multiples mots et expressions anglais, dans une proportion parfois considérable.

L'anglais est employé de plus en plus fréquemment dans les conseils d'administrations et les directoires d'entreprises. En revanche, il ne s'impose pas dans les conversations de cafétéria. Cette évidence témoigne de la nature du phénomène : l'anglicisation vient « d'en haut », d'élites parfois passées par des universités nord-américaines, ou, de plus en plus souvent, par des universités françaises qui jugent utile de dispenser leurs cours en anglais, quoique nous puissions douter que les étudiants concernés parlent toujours un français convenable.

Une substitution de l'anglais au français

L'anglais s'est imposé, de proche en proche, en descendant les lignes hiérarchiques. Les documents de travail, les noms de marques, les campagnes commerciales et les titres de postes ne sont naturellement pas élaborés par les salariés subalternes. Nous observons ainsi un très fort développement de l'anglais dans les formes suivantes :

- Les noms de sociétés ou de filiales (Renault Trucks, The Body Shop, Free, etc.)
- Les noms d'enseignes (Simply Market, Daily Monop, etc.)
- Les noms de marques et de produits, ainsi que les inscriptions sur les emballages (chez Carrefour Market, il devient difficile de trouver des croquettes pour chats adultes qui indiquent « adulte » et non pas « adult ».)
- Les titres hiérarchiques (*manager*, *team-leader*, *Project Director*, ou encore *Chief Executive Officer*, c'est-à-dire président-directeur général, et *account-manager*, pour gestionnaire de compte ; dans certaines entreprises, presque tous les postes ont un intitulé en anglais, même dans les cas où, d'une manière qui est en général purement formelle, il voisine avec un équivalent français).
- Les documents utilisés : notices d'utilisation, notes d'information, bilans comptables, prévisions économiques, etc.
- Les logiciels que les salariés doivent utiliser.
- Les sites Intranet et Extranet.

- Les affichages, par exemple de consignes de sécurité, et le matériel, par exemple les badges d'accès à des locaux.
- Les messages que s'échangent des salariés, notamment des cadres supérieurs.
- Les réunions de travail, notamment au sommet de la hiérarchie.
- Les autres circonstances, où des mots anglais sont employés en grand nombre.

Le lexique financier et commercial anglais est particulièrement sollicité. Dans les entreprises de grande taille, désormais, il semblerait souvent incongru d'utiliser les termes français concernant les résultats financiers. On y parle de *cash-flow*, de *forecasts*, de *compliance*, de *draft*, de *business-model*, de *process* ou de *date-to-date*. Cela pourrait sembler superflu, puisqu'il existe des équivalents français à ces mots. Cependant, il ne s'agit pas d'un simple processus de transposition, puisque la pensée économique elle-même est modifiée. Des notions relevant de la pensée économique anglaise sont en effet sollicitées. Les directeurs financiers parlent par exemple d'EBITDA (*Earnings before Interest, Taxes, Depreciation, and Amortization*), tandis que les Français parlent classiquement de l'excédent brut d'exploitation qui, pour parler techniquement, ne comprend pas les écritures concernant les provisions d'exploitation. De même, les RFQ (*Request For Quotation*) ne sont pas l'équivalent strict des appels d'offres, bien qu'ils les remplacent à l'usage. Autrement dit, la superfluité apparente du recours à l'anglais s'accompagne en réalité de l'importation de méthodes de penser américaines. Claude Hagège, dans *Contre la pensée unique* (Odile Jacob, 2012), a justement souligné comment toute langue était indissociable d'un mode de pensée, et comment tout changement de langue a des conséquences d'ordre culturel.

Le lexique anglais s'impose dans deux autres domaines majeurs : les relations internes à l'entreprise, puisqu'on parle par exemple de *road-show*, de *kick-off*, de *meetings* et de *reporting* ; l'organisation de l'entreprise, avec notamment les termes *outsourcing*, *supply-chain*, *target*, *road-map* ou *process*, quoique le français comprenne déjà le mot « processus ». Ces deux domaines n'en font d'ailleurs qu'un, dans la mesure où ils relèvent tous deux du *management* – cette notion anglaise ayant été importée avec le terme et les manuels qui véhiculent ces mots.

Le *management*, la finance et le *marketing* : il n'est pas innocent que l'anglicisation concerne spécialement ces grands domaines, plus proches du pouvoir et très stratégiques. Les termes et la pensée anglo-saxons constituent ainsi des outils d'analyse et de projection. Logiquement, leurs partisans définissent des slogans et des noms de produits anglais ; l'anglicisation des murs des villes et des rayonnages des magasins

s'explique par des décisions internes aux entreprises.

Une transformation du français, vers un sabir souvent ridicule

A ce phénomène de substitution (des mots et des notions anglais à la place de mots français équivalents et de notions françaises proches) s'ajoute un phénomène de transformation. De nombreux mots anglais sont en effet francisés, afin de pouvoir être utilisés dans des phrases françaises. Il s'agit fréquemment de verbes, qui peuvent ainsi être conjugués.

Pourtant, des équivalents français existent souvent. On peut dire « être performant » au lieu de « performer », ou « plan de motivation salariale » au lieu de « plan d'incentive », qui a donné naissance au verbe « inciter », dont les deux premières syllabes se prononcent à l'anglaise et les deux dernières à la française. En outre, la transformation effectuée ne peut pas toujours se justifier par une simplification, puisque ces anglicismes comptent parfois plus de syllabes que ces équivalents, par exemple le verbe « implémenter », issu de *to implement*, et qui signifie « mettre en œuvre » (et se prononce à la française).

Il en résulte surtout, et à nouveau, une certaine confusion. Les commerciaux parlent ainsi de « délivrer » une commande ou des produits à des clients, alors que le français exigerait « livrer ». On parle également « d'adresser » un dossier, ce qui sous-entend en français la notion d'envoi, de transmission, alors qu'il s'agit de la francisation de l'anglais *to address*, qui signifie ici « traiter ». Un certain paradoxe est donc observé : les partisans de l'anglais prônent l'efficacité, mais la francisation de faux amis a un effet contraire.

Enfin, la morphologie elle-même est modifiée, puisque le français cesse souvent de recourir à des déterminants là où ils n'existent pas en anglais. On parle ainsi de « factures clients », de « centre niveau 2 », de « résultats magasins », de « responsable sécurité » ou « d'expertise marchés. » Nous pouvons alors avoir l'impression de nous trouver face à des traductions d'une qualité médiocre.

Le français employé dans les entreprises se transforme ainsi en un sabir qui mêle les termes anglais, les francisations et les mots français. Le résultat est une langue nouvelle, bâtarde et souvent étrange, comme le montrent ces phrases prononcées par des cadres supérieurs :

« Le staff director de la zone Marseille est affecté sur la charge relations clients. »

« La brand review nous a montré qu'il fallait miser sur le double insight. »

« L'incentive des team-members sera boosté en Q4. » (*Quarter 4*, pour « quatrième trimestre. »)

« On a optimisé l'EBIT sur la Fiscal Year. »

« Quand tu te retrouves 33% au-dessus de l'OPI alors que t'es environ que 10% versus last year, ça veut dire que ton OPI s'est pris un sérieux coup de stretch. »

Ces phrases sont ridicules, comme le constatent beaucoup de personnes. Des bêtisiers fleurissent d'ailleurs sur Internet¹. Constatons aussi que ces phrases témoignent du développement d'autres phénomènes : l'emploi incorrect de prépositions (« affecté *sur* la charge relations clients ») ; l'usage d'un français très peu soutenu. Elles participent clairement au ridicule de ce langage, qui pourrait témoigner d'une certaine stupidité et signale en tout cas un appauvrissement de la langue française, d'une manière assez aberrante : au lieu de s'enrichir en parlant anglais, nos cadres dirigeants s'expriment très mal dans deux les langues qu'ils emploient. Ils ne savent plus guère prononcer de phrases qui ne soient pas un sabir à la fois grotesque et incorrect, mais aussi fragile et ne pouvant qu'évoluer : à l'avenir, soit nous parlerons uniquement anglais, soit nous trouverons une langue plus solide et plus viable.

Une première conséquence de ces évolutions : confusions, incompréhensions, et perte d'efficacité

Bien sûr, toute langue s'enrichit en empruntant à d'autres langues. Il faut cependant que ces apports présentent une utilité. Or l'existence d'équivalents français montre que l'anglicisation actuelle introduit au contraire une complexification inutile, pour la simple raison que deux termes, l'un anglais et l'autre français, continuent souvent de coexister. Cette situation est absurde : les salariés français devraient connaître deux fois plus de mots que leurs homologues anglo-saxons.

Ce problème s'aggrave lorsque ces deux termes ne recouvrent pas exactement le même sens. L'exemple de l'EBITDA et de l'excédent brut d'exploitation a déjà été donné ; il implique que les étudiants en gestion doivent apprendre simultanément deux notions. Un autre exemple est celui du terme *outsourcing*, qui peut se rapporter à l'externalisation d'une activité (confiée à un sous-traitant) et à l'approvisionnement (en matières premières, notamment). Le terme *manager* est également polysémique, puisque son emploi concerne des fonctions pour lesquelles il existe plusieurs termes français, de chef d'équipe à directeur.

Il arrive également qu'un mot anglais soit l'homonyme d'un mot français possédant un sens différent. Certaines entreprises ont ainsi renommé « Global Services » leurs services commerciaux destinés à

¹ Cf. http://www.francini-mycologie.fr/BILLETS_HUMEUR/Billet_humeur_33.html ou <http://nouvellesbrevsedecouloir.blogspot.fr/> ou encore <http://blog.demis.gayattitude.com/>.

l'exportation, sans prendre en compte le fait qu'en français, le mot « global » ne signifie pas « mondial ». Des contresens peuvent donc être commis.

Mais le comble est peut-être qu'un mot anglais remplace un anglicisme ancien. Nous parlons de « stockage » depuis des années : de nombreuses entreprises exigent désormais d'employer le mot « storage ».

Il en résulte plusieurs phénomènes : les salariés doivent maîtriser un double lexique, au détriment souvent de leur maîtrise de la langue française, ce qui implique parfois qu'ils parlent mal deux langues et n'en parlent bien aucune ; des incompréhensions sont observées, le langage employé évoluant constamment ; des malentendus se produisent ; les tâches professionnelles risquent d'être accomplies avec une moindre efficacité, puisque l'usage de documents anglais suppose la connaissance de cette langue.

Toutefois, nous mesurons généralement assez mal la diversité des usages et des domaines dans lesquels l'anglais s'est particulièrement implanté. En effet, les salariés éprouvent avant tout une impression d'ensemble, confuse, car ils sont submergés par un lexique anglais. Pour cette raison, ils s'interrogent surtout sur les effets de l'anglicisation, notamment leurs difficultés de compréhension et le mal-être qui s'ensuit. De nombreux salariés se sentent marginalisés, du simple fait qu'ils ne maîtrisent pas l'anglais, en dépit de leurs compétences, qu'elles soient techniques ou commerciales. Nous constatons déjà que l'efficacité et les conditions de travail sont inséparablement concernées par cette problématique.

Causes de l'anglicisation : idées fausses et volonté délibérée

« L'anglais est facile et le bilinguisme fréquent »

En mars 2012, la CFE-CGC a organisé un colloque sur l'anglicisation des entreprises. A cette occasion, il a été notamment souligné que l'anglais n'était maîtrisé que par 13,5 % des salariés. La Commission européenne invoque pourtant un taux de 56 %. Cette croyance ridicule est toutefois répandue parmi les dirigeants économiques et politiques européens. Or elle possède une conséquence majeure : puisque l'anglais est si répandu, il faut l'utiliser. Presque tout le monde le comprend, nous affirment-ils, ce qui dispense *a priori* d'efforts de traduction, d'interprétariat et de multilinguisme².

Des dirigeants plus lucides savent heureusement que les salariés maîtrisent mal l'anglais. Ils possèdent cependant d'autres idées fausses : les

² Voir http://www.cfecgc.org/e_upload/pdf/colloque7mars2012.pdf et http://www.cfecgc.org/e_upload/pdf/programme_colloque_7_mars_2012_v8.pdf.

salariés devraient être massivement et rapidement formés à l'anglais, puisque cette langue s'acquiert aisément. Nous en serions en somme à une période transitoire de l'histoire européenne : d'ici dix ou vingt ans, tout le monde parlerait anglais couramment dans le cadre de ses activités professionnelles.

Or Hagège a justement évoqué « l'absurde réputation » de facilité de l'anglais, qui se distingue par une grande complexité en termes de prononciation, par sa polysémie et par ses tournures idiomatiques. Dès lors, l'anglais ne peut être acquis aussi facilement que certains le prétendent, et ceux dont l'anglais est la langue maternelle conserveront un avantage considérable sur les autres Européens. L'expression d'une pensée claire et complète exige cependant la maîtrise de la langue employée : seuls les anglophones natifs ont donc, de fait, la possibilité de développer une pensée subtile, en particulier lors de réunions, ce qui leur octroie automatiquement un pouvoir supérieur.

Dans le domaine scientifique et technique en particulier, qui se caractérise par sa complexité, les Français comme les Espagnols risquent d'acquérir un retard croissant sur leurs confrères anglophones, comme l'a aussi montré Hagège, qui a en outre souligné qu'une idée sous-tend ces fausses croyances : la pensée est indépendante de la langue employée, donc mieux vaut employer une seule langue. Au contraire, toute langue est porteuse d'une pensée spécifique, et la richesse d'une pensée – ou de la recherche – dépend de la maîtrise de la langue employée. L'unilinguisme porterait le risque d'une pensée moins dynamique et d'un appauvrissement de la recherche, donc d'une « science conservatrice »³.

« L'anglais est supérieur au français »

Une seconde idée fautive est aussi répandue : le français (ou l'italien, l'espagnol, l'allemand...) ne serait pas en mesure de tout exprimer, et l'anglais lui serait supérieur. L'histoire des sciences, de la physique aux sciences humaines, suffit à démontrer que cette conception est erronée. Le risque existe pourtant que le français perde progressivement cette universalité, à cause du développement de l'usage de l'anglais, et non à cause de la supériorité de celui-ci. Pour revenir à la pointe de la recherche et de l'économie, les Français devraient donc attendre d'avoir acquis suffisamment d'anglais. Ce pari semble au moins douteux ; aucune économie nationale ne peut prendre le risque de perdre vingt ou quarante ans.

La réputation de concision et d'efficacité de la langue anglaise est également assez usurpée – et inventée, même, par ses partisans. Tout dépend en réalité des domaines concernés. Le français des affaires sait tout

³ *Contre la pensée unique*, page 122.

exprimer, et toutes les sciences ont connu d'importants chercheurs francophones ou germanophones. Dans certains domaines, le français est plus précis, par exemple pour le vin : commercialiser celui-ci en anglais constitue donc une absurdité. Il est cependant un domaine au moins où l'anglais domine évidemment : le libéralisme économique, pour la simple raison qu'il a été théorisé dans cette langue. Or c'est le nœud du problème.

La volonté d'angliciser le monde pour imposer le modèle libéral anglo-saxon

L'anglicisation de nos sociétés s'explique par une volonté délibérée des classes dominantes, convaincues de l'infériorité du français, pour lequel elles éprouvent un véritable mépris, dont le corolaire est leur conviction que la culture française est en déclin, sous presque toutes ses formes (ils épargnent l'industrie du luxe et de l'art de vivre). Voilà de beaux défenseurs des entreprises nationales dont ils font partie. Mais cela n'est pas étonnant, dans la mesure où ces dirigeants, cadres supérieurs et théoriciens du *management* sont en réalité les représentants sur notre territoire d'une idéologie libérale anglo-saxonne dont les stratèges savent que son expansion dépend notamment de l'anglicisation du monde.

Une volonté délibérée existe en effet : des cercles de pensée américains répètent depuis cinquante ans que l'anglais doit s'imposer partout ; des entrepreneurs et des universitaires d'outre-Atlantique le répètent également ; la Commission européenne s'est attaquée très fermement à la loi Toubon, au sujet notamment de l'étiquetage en langue française. Il suffit de citer des propos de Margaret Thatcher, qui datent de 2000 : « Au XXI^e siècle, le pouvoir dominant est l'Amérique, le langage dominant est l'anglais, le modèle économique dominant est le capitalisme anglo-saxon. » La langue anglaise nous apporte la vision du monde néolibérale, et il serait donc vain de combattre celle-ci sans avoir conscience des armes linguistiques dont elle use.

Ne doutons pas, d'ailleurs, que les Français collaborateurs de cette idéologie connaissent parfaitement, pour les plus lucides et cyniques d'entre eux, la fausseté des idées énumérées plus haut sur la facilité et la supériorité de l'anglais. Elle ne les gêne pas, puisqu'elle leur est utile. L'on peut cependant parler, avec la fermeté de Claude Hagège, de leur « soumission docile à l'ordre libéral régnant » et d'une « vassalisation » de tout citoyen qui « s'identifie, bien que dominé, à ce qui le domine »⁴.

La servilité de nos patrons pourrait donc prêter à sourire. Leurs arguments doivent néanmoins être appréhendés avec sérieux, car ils confortent leur pouvoir et celui du libéralisme anglo-américain. Il serait

⁴ *Combat pour le français* (Odile Jacob, 2006), collection poches, 2008, page 196, et *Contre la pensée unique*, page 200.

donc vain d'opposer à l'anglicisation de nos sociétés un amour des langues et des cultures dans leur diversité. L'alternative est différente : il s'agit de montrer que l'efficacité de l'économie peut être inversement proportionnelle à son anglicisation.

Premier contre-argument : l'anglicisation des entreprises nuit à leur efficacité

Selon le discours dominant, le développement de l'anglais favoriserait la compétitivité des entreprises françaises, en raison de l'internationalisation de l'économie. Cette autre idée reçue mérite un chapitre spécifique. Il est en effet incontestable que des dirigeants, des commerciaux et des analystes du marché doivent connaître l'anglais. Mais ils ne représentent qu'une petite partie du salariat français, tandis que l'anglais est imposé à tous les salariés de certaines entreprises. Surtout, l'argument de la compétitivité peut être retourné contre les partisans de l'anglais, pour de multiples raisons : l'anglicisation profite avant tout aux entreprises anglo-saxonnes ; elle possède un coût considérable ; elle génère du mal-être, néfaste à l'efficacité des salariés ; elle s'effectue au détriment des compétences essentielles, parce qu'elle exige du temps, et elle est donc nuisible en matière de recrutements et d'innovation ; son utilité commerciale est également douteuse, que ce soit sur les marchés francophones, les consommateurs pouvant se lasser de l'anglais, ou sur les marchés étrangers, où l'efficacité des entreprises françaises peut exiger d'employer le français ou les langues locales.

L'anglicisation favorise les pays anglophones

« A qui profite le crime ? » faut-il toujours se demander. La réponse est de bon sens : à n'utiliser que l'anglais, nous épargnons aux Anglo-saxons des dépenses importantes en traduction et en interprétariat. Selon Pascal Hérard, qui a suivi le colloque organisé par la CGC, « une économie de la traduction des langues européennes vers la langue anglaise (...) produit un transfert de valeur de l'ordre de 10 à 17 milliards d'euros vers les pays anglophones. »⁵ Ces pays réalisent également des économies en matière d'éducation, puisque l'enseignement des langues étrangères y a fortement chuté ces dix dernières années. En outre, l'anglicisation ouvre largement les marchés non-anglophones à leurs produits, sachant par exemple qu'ils n'ont plus besoin d'élaborer des emballages en langue locale ou de nouveaux slogans publicitaires. Enfin, les anglophones de naissance

⁵ <http://www.tv5.org/chaine-francophone/info/Les-dossiers-de-la-redaction/Francophonie/p-20633-Anglais-au-travail-abus-dangereux.htm>.

seront toujours en situation de supériorité dans le cadre de négociations commerciales, seuls quelques milliers de Français réellement bilingues pouvant se mettre à leur hauteur.

Un déséquilibre considérable est donc créé, sous le prétexte douteux de mettre notre économie au niveau de ses concurrents étrangers : les économies anglaise et américaine sont favorisées, leur croissance est stimulée par l'anglicisation des entreprises françaises. En l'occurrence, il ne s'agit même pas de dénoncer une invasion du modèle libéral ; mais seulement de dénoncer une aberration, un comportement qui semble suicidaire, et de se battre, dans l'intérêt commun des entrepreneurs et des salariés, pour la réussite de nos entreprises.

L'anglicisation s'effectue au détriment des compétences

Le mal-être des salariés français peut aussi provoquer une baisse d'efficacité, quoique ce phénomène soit difficilement mesurable. Selon l'article de Pascal Hérard, l'anglicisation provoque de multiples maux : « stress, angoisse, perte de performance professionnelle, problèmes de concentration, sensation de dégradation de ses compétences... ». Même quand ils maîtrisent bien l'anglais, les salariés se sentent en situation d'infériorité. Les participants au colloque ont souligné qu'ils s'exprimaient plus précisément dans leur langue maternelle, alors que la « hantise de commettre des erreurs à cause de l'anglais » affecte les performances. Pascal Hérard ajoute que « des études neurophysiologiques indiquent la mobilisation de beaucoup plus de circuits neuronaux lors de l'utilisation d'une langue étrangère, abaissant par là même les autres facultés intellectuelles du locuteur. »

Quant à déployer des plans de formation à l'anglais, déjà très nombreux et très onéreux, le coût serait gigantesque et les résultats incertains ; les complexités de la langue anglaise rendent cet objectif utopique. Il ne cesse néanmoins d'être poursuivi, avec des conséquences qui pourraient être graves pour le fonctionnement des entreprises.

Un enjeu majeur doit surtout être évoqué : les compétences des salariés français. Dans l'industrie ou la recherche, l'anglais est parfois le premier thème des formations dispensées aux salariés. C'est un manque de bon sens, une véritable aberration : cela laisse entendre que les compétences techniques et scientifiques seraient moins importantes. Or les budgets de formation des entreprises sont toujours limités, et se réduisent souvent. Elles prennent donc le risque de provoquer une réduction des compétences de leurs salariés, sachant en outre que dans de nombreux cas, les formations « managériales », relatives par exemple aux changements d'organisation, sont le principal poste des budgets de formation.

Ce problème des compétences concerne également les recrutements.

La maîtrise de l'anglais est très souvent exigée, y compris pour des emplois de technicien ou d'ingénieur. Des millions de personnes risquent donc d'être exclues de l'emploi, pour le seul motif qu'elles ne parlent guère anglais, alors même que leurs compétences leur permettent parfaitement d'occuper les postes auxquels elles postulent. Le taux de chômage dans notre pays explique partiellement ce phénomène : si une entreprise ouvre un poste auquel dix personnes compétentes se portent candidates, il suffit de choisir celle qui parle anglais. Mais l'on peut aussi supposer que ce comportement favorise les autres entreprises, celles qui ne font pas de l'anglais une nécessité, sauf pour quelques postes très particuliers : elles disposent d'un vivier de candidats beaucoup plus large, et peuvent par exemple recruter des ingénieurs dont le seul défaut est de ne pas être bilingues.

Cette question des compétences rejoint aussi la problématique du mal-être des salariés. Réfléchir dans une langue étrangère exige plus d'efforts que dans sa langue maternelle : ces efforts s'effectuent forcément au détriment d'autres tâches, et bloquent nécessairement la faculté d'innovation – d'autant plus, comme nous l'avons dit, que les compétences techniques, liées au poste occupé, ne sont parfois guère favorisées.

L'anglicisation peut être une erreur commerciale

Enfin, l'usage de l'anglais ne constitue pas nécessairement un avantage commercial. Sur le marché français, rien ne dit que la grande majorité des consommateurs préfère fréquenter des enseignes et acheter des produits possédant des noms anglais. Ceux-ci leur sont imposés, unilatéralement, sans toutefois se demander si une lassitude peut se développer. Au contraire, les responsables de « marketing » demeurent convaincus que l'anglais est souhaité par les acheteurs, tandis que la multiplication des slogans publicitaires en anglais témoigne surtout d'une foi aveugle et d'un manque d'imagination. Or, en dépit du développement des Carrefour Market et des Simply Market, les Français continuent d'employer le mot « marché », par exemple. C'est qu'ils veulent surtout être informés convenablement sur ce qu'ils achètent. Au minimum, une vigilance doit donc concerner le risque d'une lassitude.

Quant au commerce international, la nécessité de lancer des appels d'offres à l'échelle européenne impose évidemment à nos entreprises de disposer de quelques commerciaux anglophones. Pour autant, certains comportements ne semblent pas justifiés économiquement. Ainsi, des entreprises françaises spécialisées dans des produits qui évoquent notre pays, du vin au parfum et à la gastronomie, abandonnent quasiment l'emploi du français dans leur étiquetage et le délaissent totalement dans les négociations commerciales, alors même que la langue française participe au prestige de ces produits, aux yeux des acheteurs japonais, chinois ou

brésiliens.

Or les marques françaises pourraient se prévaloir de leur francité comme d'une plus-value auprès des consommateurs étrangers, car la France bénéficie généralement d'une image positive, quoique les partisans français de l'anglais la méprisent. Il en résulte un gâchis certain. Ces entreprises refusent en outre de reconnaître que ces acheteurs connaissent parfois le français, aiment le parler et déplorent que des Français s'adressent à eux en anglais, cette langue n'étant pas non plus la leur. Claude Hagège a souligné cette erreur dans *Combat pour le français*, en ajoutant qu'une autre solution serait de parler les langues de ces acheteurs, car les entreprises qui le font obtiennent des résultats supérieurs, et parce que le refus des langues locales peut être vécu comme un mépris envers les cultures et les populations des pays non anglophones.

L'anglicisation est contraire aux intérêts à long terme de l'économie

Une sous-estimation de l'usage du français dans le monde est donc observée. Elle possède des conséquences totalement aberrantes, dès lors qu'on se souvient, par exemple, que 70 pays adhèrent à l'organisation internationale de la francophonie. De nombreuses entreprises françaises utilisent notamment l'anglais au Maghreb et en Afrique de l'Ouest, bien que le français y soit très fortement implanté et enseigné dès l'école primaire, si ce n'est avant. Quand Renault veut imposer l'anglais dans sa nouvelle usine marocaine de Tanger, elle adopte un comportement insensé, contre-productif et insultant envers les salariés locaux, qui apprécient et connaissent le français.

A long terme, ce comportement pourrait hélas inciter certains pays, notamment en Afrique, à abandonner le français : puisque la France elle-même ne l'utilise plus, se diraient-ils, à quoi bon le conserver ? Or le marché ouest-africain et nord-africain est massivement occupé par les entreprises françaises pour une raison majeure : la place du français. Autrement dit, nos entreprises risqueraient de perdre un marché certes pauvre, mais très vaste et en expansion, à cause de sa soumission au tout-anglais.

A long terme, les produits spécifiquement français (vin, etc.) risqueraient en outre de cesser d'être identifiés comme tels, au profit de produits fabriqués dans des pays capables de les vendre à des prix moins élevés. Cette évolution aussi serait déplorable pour nos producteurs. Claude Hagège parle ainsi d'une « erreur commerciale ».

A long terme, d'autre part, il n'est absolument pas certain que l'anglais s'imposera dans le monde entier, pour deux raisons majeures : sa domination s'explique en grande partie par la domination du modèle économique anglo-saxon, dont l'affaiblissement pourrait provoquer un

développement de l'idée de nation et des langues nationales, et qui est déjà contesté dans de nombreux pays ; une tendance actuelle du monde est le développement de plusieurs pôles où des langues autres que l'anglais sont favorisées, l'espagnol et le portugais en Amérique latine, le chinois dans une partie de l'Asie et l'arabe dans de nombreux pays.

Le tout-anglais n'est donc pas une fatalité, à laquelle il faudrait se résigner. Le français pourrait en effet être l'une de ces langues, puisque l'on estime qu'en 2050, 680 millions de personnes le parleront, notamment en Afrique⁶. Mais un usage accru de l'anglais pourrait l'empêcher. L'Europe ne serait alors qu'un satellite des Etats-Unis, quand bien même trois ou quatre autres langues seraient très utilisées dans le monde. Cela nuirait aussi, évidemment, aux entreprises françaises.

Tous ces arguments démontrent clairement que le développement de l'anglais dans nos entreprises n'implique pas forcément, pour le moins, un accroissement de leur compétitivité, à court terme comme à très long terme. Il importe de les conserver à l'esprit, notamment lorsque des partisans de l'anglais nous accusent de ringardise et de nationalisme étroit. Certes, ces gens ne peuvent guère être sensibles aux valeurs humanistes portées par le multilinguisme, qu'ils croient d'ailleurs partager (cela fait partie de leurs « éléments de langage », selon l'expression à la mode). En revanche, ils peuvent être touchés par la question de l'efficacité économique de leurs entreprises. Instiller des doutes est possible, et peut s'avérer efficace à terme.

Cet argument peut même permettre d'éluder les pressions exercées par les dirigeants de l'Union européenne en faveur de l'anglicisation : si la conscience se développait que le tout-anglais est contre-productif, aucune loi ne pourrait s'y opposer. Cette évolution exigerait toutefois beaucoup de temps et d'acteurs, le gouvernement français devant par exemple cesser de promouvoir l'anglais au détriment de son propre intérêt. Ce n'est toutefois pas une utopie, comme en témoigne par exemple la volonté de François Hollande et de Laurent Fabius de s'exprimer en français. De plus, il est positif qu'une publication aussi libérale que *Les Echos* consacre régulièrement des articles aux excès de l'anglicisation⁷.

En outre, il ne suffit pas de parler d'économie et d'efficacité.

⁶ Cf. Richard Marcoux, *Le Devoir*, 24 novembre 2004 (<http://www.ledevoir.com/non-classe/69236/agora-la-francophonie-de-demain>) et Dominique Gallet, *Marianne* 2, 19 janvier 2012 (http://www.marianne2.fr/Langues-le-tout-anglais-recule-partout-sauf-a-Paris_a214626.html)

⁷ Voir par exemple <http://lecercle.lesechos.fr/presidentielle-2012/221145764/suprematie-anglais-debat-oublie>, un article d'Yves Montenay paru le 17 avril 2012, ou <http://www.lesechos.fr/opinions/analyses/0202062929185-le-francais-l-anglais-et-notre-crise-d-identite-345446.php>, un texte de Philippe Bertrand paru le 19 juillet 2012, et, dans *Libération*, <http://bruxelles.blogs.liberation.fr/couliesses/2010/10/no-taxation-without-translation-.html>, un texte de Jean Quatremer.

L'anglicisation de nos entreprises, et de la société toute entière, s'explique en effet par des motifs plus symboliques ou idéologiques : quoique Claude Hagège et Gaston Pellet dénoncent avec raison dans ce phénomène l'importation du modèle néolibéral américain, l'anglicisation nous apporte encore autre chose – à savoir le modèle culturel, hypocrite et anti-démocratique, du *management*.

La transformation des esprits : une seconde ligne de front

L'anglicisation ne peut pas être simplement considérée comme une mode, une facilité de l'esprit et un signe du développement du pouvoir du capitalisme. Un autre de ses effets est de transformer considérablement le travail quotidien des individus, même quand ceux-ci ne comprennent guère l'anglais.

L'anglais, signe de modernité ?

Les difficultés de compréhension éprouvées par des millions de personnes ne sont pas forcément un inconvénient pour les partisans de l'anglais, et possèdent même une utilité. Que l'on se souvienne simplement du principal argument de ceux-ci : le français serait ringard, l'anglais serait moderne. Autrement dit, le sens des mots anglais n'a pas besoin d'être compris pour que ces mots portent l'idée de nouveauté et de modernité ; un produit semble « moderne » parce que son nom est anglais ; c'est un même effet de nouveauté qui est recherché dans les publicités en anglais, sans qu'il soit nécessaire que les consommateurs comprennent le sens des mots employés. L'idéologie sous-jacente est celle de la nouveauté permanente et, donc, de la consommation frénétique ; les consommateurs sont incités à acheter les derniers modèles de téléphone ou de télévision, même quand les leurs fonctionnent encore convenablement, et indépendamment, parfois, de la qualité des objets concernés⁸.

De la même manière, le *management* à l'américaine semble moderne et nouveau, ce qui amène certains dirigeants à le juger nécessaire. Il peut en résulter une certaine bêtise, puisque la qualité des organisations du travail semble parfois moins importante que la culture du changement permanent, que dénoncent fréquemment les syndicats. Un internaute a dénoncé avec violence ce phénomène en commentant le même article de Rue 89 : « faire appel à l'anglais pour masquer la faiblesse intellectuelle d'une phrase, c'est sacrément malhonnête » ; « ce sont ces conneries auxquelles vont faire appel les gestionnaires, DRH, managers, cadres, dirigeants d'entreprises. On

⁸ Voir par exemple l'article signé ironiquement « Business Student » sur rue 89, datant du 19 mai 2012 : <http://www.rue89.com/rue89-eco/2012/05/19/targeter-value-input-jai-decouvert-la-novlangue-dhec-232295>

arrive à un stade où les dirigeants d'entreprises sont formés à la crétinerie pure, ce qui est tout de même assez embarrassant. Au départ, ce ne sont pas des gens plus cons ni moins cons que les autres, mais avec les mots, on transmet une conformation intellectuelle, des idées plus ou moins bien ancrées dans la tête des gens, des façons de penser et d'agir qui ne sont pas sans conséquences. »

Cette détestable culture du changement permanent, accompagnée par l'usage croissant de mots anglais, ne serait toutefois que ridicule, si elle n'impliquait pas une modification des rapports de travail allant dans le sens de la négation des rapports de subordination, donc de la négation des responsabilités des décideurs.

L'anglicisation permet de masquer certaines réalités, afin de limiter les conflits sociaux

Les changements d'organisation, dans les entreprises, s'accompagnent notamment de changements des intitulés de postes et de services, souvent remplacés par des termes anglais. Le discours sous-jacent est assez transparent : un gestionnaire de comptes qui refuserait de devenir *account-manager* signifierait par là qu'il n'est pas dynamique, refuse d'évoluer et, donc, constitue un poids pour son entreprise. Plus gravement et aussi clairement, le mot *manager* a notamment remplacé le mot « chef », et donne ainsi l'impression que les chefs n'existent plus, bien qu'il ne fasse que masquer la réalité, de manière hypocrite.

Ce glissement lexical accompagne bien la volonté apparente de rendre les relations de travail plus détendues, grâce notamment au tutoiement, à l'emploi du prénom et à l'usage d'euphémismes, qui se sont fortement développés depuis trente ans, *comme si* les relations de subordination n'existaient plus. Le recours à l'anglais n'est d'ailleurs pas le seul moyen langagier qui soit employé : les mots « équipier » et « collaborateur » donnent la même illusion, dont les conséquences doivent être dites clairement : si tous les salariés sont au même niveau, chacun est renvoyé à ses responsabilités individuelles, peut être accusé d'irresponsabilité s'il invoque celles de sa hiérarchie (puisqu'elle n'existe pas...), et les actions collectives, en particulier syndicales, semblent déplacées.

Loin de responsabiliser réellement les salariés, ce phénomène conduit en outre, de manière plus implicite, à les infantiliser. Puisque nous sommes tous égaux et *copains* et que la foi en la nouveauté permanente ne peut être contestée que par des êtres rétrogrades et de mauvaise volonté, les salariés sont invités à ne faire preuve d'aucun esprit critique envers les forces qui modifient constamment l'organisation de leur travail. Ce n'est d'ailleurs pas un hasard si cette individualisation des responsabilités

s'accompagne dans les entreprises d'une individualisation des horaires et des rémunérations.

Plus directement, l'anglicisation des entreprises permet cependant d'accroître la soumission des salariés à leurs dirigeants, car elle permet à ceux-ci de distinguer les salariés dociles des contestataires. Lorsque des termes anglais sont imposés, sous différentes formes (intitulés de postes, noms de services, termes techniques, etc.), plusieurs attitudes peuvent être en effet facilement distinguées et associées à des jugements : le salarié qui emploie immédiatement ce langage sera jugé dynamique ; celui qui ne l'emploie pas, ou guère, mais ne le conteste pas sera vu comme assez docile et perfectible ; celui qui le conteste sera jugé peu dynamique et souvent gênant. La progression d'une carrière risque donc de dépendre du langage employé.

Plus globalement, l'anglicisation permet aussi de distinguer plusieurs catégories de citoyens, en fonction de leur niveau d'anglais. Un titulaire d'un brevet des collèges ou d'un bac professionnel, qui maîtrise rarement l'anglais, ne peut guère comprendre cette tendance. Bien qu'il lise et entende inévitablement beaucoup d'anglais (jeux vidéo, publicités), il y baigne beaucoup moins que les citoyens, entourés d'enseignes anglophones, et les cadres supérieurs, qui savent souvent employer la langue anglaise. Or on se doute que certaines personnes en viendront vite à éprouver une certaine condescendance envers les « has been » sous-diplômés vivant dans des cités-dortoirs et ne maîtrisant pas l'anglais. Le développement de celui-ci opère donc bien une division sociale – une division de classe, que Nathalie Quéruef qualifiait dans *Le Monde* de « fracture linguistique »⁹ et qui s'explique en partie par les représentations erronées du monde qu'ont nos classes dirigeantes, qui surestiment, comme on l'a dit, la maîtrise de l'anglais par les populations et l'envie de celles-ci de s'angliciser.

L'utilisation problématique de l'anglais dans les instances représentatives du personnel

Le langage n'est donc pas une forme, quoique les contestataires soient accusés de formalisme. Son emploi témoigne de l'adhésion à certaines valeurs, qu'il contribue à imposer. Le salarié est jugé en fonction de sa manière d'être, bien que le droit du travail ne l'autorise pas.

En outre, l'anglicisation des documents de travail, qu'ils soient écrits et numériques, participe à l'infantilisation des salariés, dans la mesure où ceux qui maîtrisent mal l'anglais se voient dénier le droit d'être convenablement informés sur le fonctionnement de leur entreprise. Dans certaines sociétés, ainsi, les notes d'information envoyées par courriel sont rédigées en anglais, y compris lorsqu'elles concernent la rémunération,

⁹ Nathalie Quéruef, « Un risque de fracture linguistique », *Le Monde*, 16 avril 2008.

l'organisation du travail ou un nouvel outil. Il s'agit en l'occurrence d'une discrimination fondée sur un élément n'apparaissant pas sur les fiches de poste (la maîtrise de l'anglais) et contraire au droit du travail.

Ce problème concerne spécialement les instances représentatives du personnel, notamment les comités d'entreprise, d'établissement, de groupe, centraux et européens. La loi exige que ces instances soient régulièrement informées sur certains sujets, pour lesquels des documents doivent être fournis. La même exigence concerne des événements exceptionnels, par exemple les changements d'organisation et les plans de sauvegarde de l'emploi. Or les documents transmis emploient fréquemment l'anglais, alors même que la législation impose très fermement l'usage du français ou, pour les instances européennes, le multilinguisme.

Certains documents sont évidemment rédigés en français. Les termes anglais restent généralement rares lorsqu'ils concernent des sujets sociaux, par exemple le bilan social annuel et le rapport sur l'égalité professionnelle, probablement parce que des documents répondent à des exigences légales spécifiquement françaises et ne concernent pas des sujets économiques. Néanmoins, tous les documents en français sont susceptibles de comprendre des termes anglais, en regard desquels aucune traduction n'est généralement donnée, comme si leur sens était évident.

Plus grave, de nombreux documents sont fournis en anglais, par exemple s'ils portent sur les résultats de l'entreprise concernée. Certains dirigeants se croient exempts de toute accusation dès lors qu'ils francisent l'en-tête ou le titre de ce qu'ils transmettent à leurs instances. Or l'exercice des missions de représentants du personnel exige une information claire et complète, qui est impossible si ces personnes ne maîtrisent pas la langue dans laquelle elles sont informées. Ce problème s'avère spécialement fréquent dans le cadre des instances européennes, qui regroupent des représentants de plusieurs pays, et où les dirigeants s'expriment généralement en anglais, y compris lorsqu'aucun anglophone de naissance n'est présent dans la salle de réunion. Si le recours à des interprètes y est fréquent, une grande paresse, sans doute volontaire, concerne la traduction des documents fournis.

Les directions d'entreprises agissent donc comme si elles jugeaient peu important que les instances exercent leurs droits, comprennent leurs décisions et en informent les salariés. Une nouvelle fois, l'anglicisation apparaît donc comme un moyen de limiter les contestations et d'accroître le pouvoir des dirigeants sur la masse des salariés. Initialement, il ne s'agissait peut-être pas d'un objectif conscient ; mais les directions savent à présent apprécier l'utilité de l'anglais, qui leur permet de transformer les relations de travail et le potentiel de revendication syndicale pour progresser vers une paix sociale apparente, où le *management* affiche des valeurs humanistes

afin d'agir comme il le souhaite.

Succès et insuffisances des combats contre l'anglicisation et contre ses conséquences

Des combats sont parfois menés contre l'anglicisation des entreprises, dont la nature dépend souvent des arguments choisis. Lorsque des syndicats contestent les évolutions managériales de leur entreprise, le combat contre l'anglicisation s'inscrit dans le cadre d'un combat plus vaste, qui porte par exemple sur les conditions de travail, le mal-être des salariés et leur déstabilisation. Quand, en revanche, l'efficacité économique de l'entreprise est invoquée, les intérêts des salariés peuvent rejoindre ceux de leurs employeurs, sauf quand ils dépendent de grands groupes anglo-saxons ; des discussions amiables entre représentants du personnel et employeurs peuvent être alors possibles. Convaincre son patron ou aller en justice : les actions envisageables sont parfois multiples, et quelquefois simultanées.

Jurisprudences

Les actions en justice de syndicalistes se caractérisent à la fois par leur rareté et par leur nature : elles associent systématiquement des protestations contre l'anglicisation à des protestations contre ses conséquences sociales, comme si, d'ailleurs, les syndicats considéraient que l'illégalité de certaines pratiques ne constituait pas un motif suffisant.

Le 12 juillet 2012, le tribunal de grande instance de Vienne a ainsi condamné Danone pour avoir imposé en 2011 un logiciel de gestion en anglais, non traduit, à 200 salariés de l'usine de Saint-Just-Chaleyssin. Selon Mario Pisanu, délégué CGT, « nous avons mené une bataille qui n'était pas simple, mais finalement, nous avons eu raison de le faire » ; « C'est une véritable barrière pour les salariés qui ne parlent pas cette langue et une forme de discrimination ». La direction avait proposé un logiciel et des lexiques de traduction, jugés « difficiles d'utilisation » et « pouvant engendrer des erreurs » par les représentants du personnel. « Ces initiatives ne peuvent constituer que des palliatifs », a estimé le tribunal, qui a relevé que les logiciels étaient « toujours en langue anglaise et donc non-compréhensibles, de façon évidente, pour des citoyens français ». A la date du jugement, Danone disposait de six mois pour traduire le logiciel, sous peine d'une amende de mille euros par jour, mais envisageait de faire appel.

Sur le site Internet « vive le PCF », ce jugement a été analysé de la manière suivante : « Pour le patronat, l'intrusion de l'anglo-américain n'est pas principalement une question d'économie liée à une prétendue ou

réelle internationalisation, c'est avant tout un puissant moyen de mise en concurrence des salariés, de discrimination, d'aliénation à son système et ses valeurs. »¹⁰

Pour un motif similaire – l'absence de version française – la société GEMS (General Electric Medical Systems), située dans les Yvelines, avait été condamnée en appel, en 2006, et avait payé 580 000 euros aux quatre parties civiles pour n'avoir pas traduit dans les délais impartis 58 documents et logiciels en infraction¹¹. GEMS avait renoncé à se pourvoir en cassation.

Cette dernière jurisprudence a provoqué une modification du Code du travail. Désormais, l'article L.122.39.1 contraint tout employeur à rédiger en français « tout document comportant des obligations pour le salarié ou des dispositions dont la connaissance est nécessaire à celui-ci pour l'exécution de son travail, à l'exception des documents reçus de l'étranger ou destinés, à des étrangers ». Plusieurs condamnations ont été prononcées en raison de cet article, notamment celle d'Europ Assistance, en 2007.

En 2010, Air France avait également été condamnée en appel pour avoir imposé des documents non traduits à ses salariés. Cependant, ce jugement a été cassé en juin 2012, au motif que l'exception prévue par l'article ci-dessus pouvait être invoquée¹².

Quelques autres précédents pourraient être recensés. Ils restent toutefois rares, alors même que les actions en justice réussissent généralement et que les jurisprudences vont dans le même sens. Cette rareté peut s'expliquer de plusieurs manières : le sujet n'est pas jugé central par les organisations syndicales ; celles-ci méconnaissent leurs droits ou manquent d'arguments (le site de la CGT de GEMS propose à ce sujet quelques documents utiles) ; d'autres actions sont intentées, sans en passer par la justice.

Les possibilités de négociations

Chez GEMS, à la suite du jugement de 2006, un accord a été trouvé entre les syndicats et la direction, en fonction duquel les syndicats ont accepté que certains documents ne soient pas traduits, tandis qu'un suivi de l'usage de l'anglais a été prévu. Au nom du collectif *Pour le droit de travailler en français en France*, le syndicaliste de la CFTC Jean-Loup Cuisiniez a ensuite souligné que « de tels accords pourraient éviter les procès. »

¹⁰ <http://vivelepcf.over-blog.fr/article-danone-contraint-par-la-cgt-d-employer-la-langue-francaise-dans-ses-usines-en-france-108241348.html>

¹¹ <http://www.cgt-gems.fr/RespectduFrancais/SommaireDiscriminationParlaLangue.html>

¹² <http://droit-finances.commentcamarche.net/jurisprudence/cour-de-cassation-1/publies-1/3591309-cour-de-cassation-civile-chambre-sociale-12-juin-2012-10-25-822-publie-au-bulletin>

Plus généralement, ces jurisprudences ont incité des syndicalistes à discuter de ce sujet avec leurs employeurs, en évoquant souvent les arguments suivants : la fatigue et le stress engendrés par l'usage d'une langue étrangère, qui peuvent nuire à l'efficacité au travail ; la nécessité de réduire le risque d'erreur de compréhension de documents techniques ou de consignes de travail, qui peut provoquer des erreurs professionnelles ; la volonté des salariés de travailler en français.

Ils ont parfois été entendus. Dans *Le Monde* du 16 avril 2008, Nathalie Quérueu rapportait ainsi que les représentants du personnel de Cargill France avaient obtenu de leur direction l'organisation d'un sondage qui avait démontré que 90 % des salariés préféraient utiliser le français. A la suite de cela, les salariés ont été équipés de manière à pouvoir choisir la langue d'utilisation des logiciels. « C'était plus par facilité que l'anglais s'était imposé », a fait remarquer Daniel Allibert, secrétaire (CFDT) du comité d'entreprise.

Claude Hagège rapporte également que certains dirigeants ont renoncé à imposer l'anglais dans leur entreprise après avoir constaté les effets néfastes de leurs tentatives. Un ancien PDG de Sanofi-Aventis déclarait ceci en 2004 : « Si nous imposons l'usage de l'anglais à tous, les natifs anglophones fonctionneront à 100 % de leur potentiel. Ceux qui le parlent bien en tant que seconde langue seront à 50 % de leur rendement et ce taux descendra à 10 % avec les autres. Si nous voulons tous devenir des Anglo-Saxons, nous ne devrions pas être surpris que les Anglo-Saxons soient les seuls gagnants. »

On peut aussi évoquer l'action du Cercle littéraire des écrivains cheminots, qui a obtenu que certains anglicismes soient évités.

Toutefois, il est rarement facile de tenter de convaincre sa direction que l'anglais nuit au travail des salariés ou aux résultats financiers. La section CGT de Carrefour Nîmes-Sud a ainsi dénoncé en vain la prolifération de l'anglais dans les noms de produits maison (BlueSky, Firstline, Number One, etc.), et dans les nomenclatures (*cross-merchandising*, *pool-reception*, *password*, *login*, *remodeling*, *supply chain*, etc.¹³) Il suffit de marcher dans un rayon de Carrefour Market pour constater qu'aucune autre enseigne n'utilise aussi abondamment, donc aussi délibérément, de la langue anglaise.

Le recours aux tribunaux ou à l'inspection du travail est donc parfois une possibilité, voire une nécessité, et en tout cas une menace utile à brandir. La loi et les règles en vigueur peuvent aussi être rappelées, comme le montre l'intervention d'un délégué de l'UNSA lors d'une conférence de

¹³ Cf. Bernard Cassen, *Le Monde diplomatique*, août 2007. L'article est lisible à l'adresse http://www.courriel-languefrancaise.org/pdf/Monde_diplomatique.%20contre%20le%20tout%20anglais.pdf.

l'OIT – donc au niveau du syndicalisme mondial¹⁴.

L'action quotidienne des représentants du personnel

C'est dans le cadre des instances représentatives du personnel des entreprises que la question linguistique est souvent évoquée en premier, parce que la durée des réunions permet d'évoquer de nombreux sujets, que la législation exige d'y employer uniquement le français et que les syndicalistes s'y trouvent dans un rapport de forces plus favorable.

Par exemple, il arrive souvent que des élus déplorent qu'un document en langue anglaise leur ait été communiqué. L'insistance peut alors amener la direction à faire traduire les documents suivants. Toutefois, ces demandes s'avèrent fréquemment infructueuses, notamment dans le cadre des comités européens. Il semble qu'un argument pourrait être répété, bien qu'il soit presque une menace : les élus peuvent estimer qu'ils n'ont pas été convenablement informés et refuser, le cas échéant, d'être consultés sur le sujet concerné par le document en anglais. Ils seraient inattaquables juridiquement. Toutefois, leur direction leur répond alors en utilisant des arguments auxquels il faut savoir répondre : elle leur reproche une mauvaise volonté ; elle déplore leur formalisme, qu'elle juge bloquant pour la marche de l'entreprise ; elle invoque la mondialisation de l'économie, qui nécessite l'usage de l'anglais. En l'occurrence, les contre-arguments les plus efficaces sont ceux qui contestent l'efficacité économique de l'anglicisation. Pour les employer, les élus doivent cependant savoir invoquer le coût des formations à l'anglais, la baisse d'efficacité engendrée par l'usage d'une langue mal maîtrisée, et les autres arguments évoqués plus haut. Cette tâche est difficile.

D'autres révoltes s'expriment parfois par le biais des représentants du personnel. Il arrive que l'un d'entre eux traduise à haute voix un terme anglais qu'un dirigeant vient de prononcer : « commandement » pour « *management* », par exemple. Il arrive aussi qu'un élu annonce qu'il refuse de prononcer aucun mot anglais en séance, ou tienne même un discours général sur l'utilisation de l'anglais. Cela exige aussi des arguments, car ceux des directions sont souvent solides, mais également de l'humour : certains syndicalistes s'amuse à parodier le langage de leur direction en prononçant en séance des phrases comprenant 50 % de mots anglais, afin de souligner ensuite le manque de clarté voire le ridicule de ce langage. Ces manières d'intervenir, également assez rares, ne constituent toutefois qu'un travail de sape, qui permet quelquefois de préparer l'expression de demandes formelles, celles-ci concernant généralement la communication de documents traduits.

¹⁴ Cf. <http://www.unsa.org/?L-UNSA-exige-le-respect-de-la.html>.

Limites des actions menées, et possibilités d'actions efficaces

La rareté des actions formelles (actions en justice, revendications en séance de comité) et informelles (remarques « en passant », usage de l'humour, etc.), s'explique par plusieurs raisons : une connaissance insuffisante de la législation et des moyens d'actions ; une conscience limitée de la gravité du phénomène, c'est-à-dire des conséquences de l'anglicisation sur la compétitivité économique, les compétences et le bien-être des salariés ; la maîtrise insuffisante de certains arguments ; une faible capacité à émettre des propositions précises ; l'absence de coordination entre ces luttes ; la méconnaissance des combats déjà effectués, des jurisprudences et des réseaux militants spécialisés dans ce sujet.

Il en résulte une résignation de nombreux salariés et syndicalistes. A défaut d'adopter l'amour de leurs dirigeants pour la langue anglaise et le néolibéralisme, à défaut d'éprouver le même mépris pour la culture française, ils se rangent à l'idée que l'anglicisation est une fatalité, bien que ce soit faux. Cette résignation implique plusieurs comportements qui contribuent d'une certaine manière à renforcer l'usage de l'anglais : accepter sans protester que des documents soient rédigés dans cette langue ; accepter que des intervenants s'expriment en anglais dans des comités d'entreprise, quoique cela reste rare ; demander un renforcement des formations à l'anglais.

Toutes ces difficultés sont compréhensibles : l'anglais a tellement pénétré les entreprises, où les autres problèmes sociaux sont déjà nombreux, que les syndicalistes ne s'imaginent guère revendiquer une suppression totale de l'utilisation de l'anglais. Pour cette raison, ils réagissent surtout à des problèmes précis, par exemple l'incompréhension de certains documents ou l'expression de difficultés par des salariés.

Des voies d'action existent néanmoins, par exemple au sujet des consignes de sécurité. Certaines entreprises les affichent (ou les publient dans des livrets) en anglais, en dépit de la loi. Elles estiment que leurs salariés maîtrisent obligatoirement cette langue. Cependant, elles accueillent forcément de nombreux prestataires et sous-traitants, en informatique comme en nettoyage. Or ceux-ci ne connaissent pas forcément l'anglais. S'ils ne suivent pas ces consignes, un éventuel accident de travail relèvera totalement de la responsabilité de l'entreprise d'accueil. Un agent de nettoyage peut ainsi glisser dans un escalier parce qu'il n'aura pas tenu la rampe : le livret qu'on lui a remis l'exige formellement, mais cet agent n'est pas censé le comprendre, puisqu'il est rédigé en anglais. Des syndicalistes peuvent facilement faire valoir ce problème, et obtenir assez facilement la diffusion de consignes en version française.

Outre la sécurité, les réactions peuvent concerner de multiples problèmes précis, déjà énumérés : l'incompréhension des salariés ; leur mal-être ; l'information des salariés et de leurs représentants ; les coûts ; l'efficacité commerciale ; l'intérêt à long terme.

Toutefois, réagir à des problèmes précis ne peut pas suffire. D'autres voies d'actions peuvent être envisagées. Les participants au colloque de mars 2012 ont ainsi proposé d'imposer la problématique linguistique dans les négociations sociales, de « faire émerger une doctrine sociale européenne en matière de respect des droits linguistiques et d'égalité de ces droits au sein de la communauté européenne » et aussi, comme le rapporte Pascal Hérard, de créer des « médiateurs linguistiques », de déployer des traducteurs automatiques informatiques et d'imposer une formation à l'anglais « pour les personnels ayant des obligations à travailler avec cette langue ».

Cette dernière formulation a le mérite de distinguer deux situations : si l'anglais est nécessaire, les salariés doivent être formés ; s'il ne l'est pas, le multilinguisme doit être favorisé – pour la raison évoquée plus haut, à savoir que les salariés sont plus efficaces quand ils travaillent dans leur propre langue. Opérer constamment cette distinction peut être extrêmement utile. Cela permet d'éviter les aberrations, et d'employer des arguments susceptibles d'être un peu écoutés (sauf par les partisans les plus aveugles de la langue anglaise), puisqu'ils concernent l'efficacité économique des entreprises. A ces occasions, il est aussi possible de rappeler que le coût des formations à l'anglais dépasse largement celui des traductions (de documents, de logiciels ou de discours).

Il importe également de savoir répondre aux arguments des tenants du tout-anglais, en étant prêt à réagir à leur ironie, et quelquefois leur condescendance :

- Défendre le français serait de l'arrogance : au contraire, l'arrogance se trouve du côté de l'anglais, qui s'efforce de s'imposer partout (et dont les partisans utilisent l'argument de l'arrogance du français, par un renversement aberrant mais très efficace.)
- Défendre le français serait un combat passéiste : au contraire, le français reste très utilisé dans le monde, notamment dans des pays où nos entreprises cherchent stupidement à implanter l'anglais.
- La compétition internationale imposerait l'usage de l'anglais : non, elle impose seulement d'être efficaces, et l'anglais peut être contre-productif.
- Les consommateurs voudraient parler anglais : cela reste à prouver.

- Contre l'anglicisation des entreprises : une dynamique qui peut s'inverser -

- L'anglais serait plus facile : c'est faux, tout simplement.
- L'anglicisation serait inévitable : c'est également faux, mais il importe pour s'en convaincre de se débarrasser de l'impression trompeuse que la culture française connaît un déclin inéluctable.

L'humour importe beaucoup, puisqu'il ne s'agit pas seulement de s'insurger contre des comportements scandaleux, mais contre leur ridicule. Les jurisprudences et les textes légaux doivent également être connus. L'on peut par exemple s'en informer sur Internet¹⁵.

Enfin, les syndicalistes désireux de s'engager dans un combat contre l'anglicisation de leur entreprise, notamment parce qu'ils constatent le malaise et les difficultés des salariés qu'ils représentent, doivent pouvoir s'appuyer sur les travaux des associations existantes, qui proposent notamment, sur leurs sites Internet, des informations, des exemples d'actions et des réflexions très utiles. Outre Droit de Comprendre, nous pouvons évoquer le Courriel, Francophonie Avenir, Défense de la langue française et Avenir de la langue française¹⁶.

En conclusion : des évolutions sont possibles, mais le nécessaire combat contre l'anglicisation nécessite d'autres acteurs que ceux des entreprises

Rien ne permet d'être certain que le monde deviendra multilingue et que les entreprises françaises, en particulier, abandonneront leur passion ridicule et contre-productive pour la langue anglaise. Néanmoins, des progrès ponctuels sont visibles et des prises de conscience existent, qui peuvent constituer un motif d'espoir et de progrès. L'exemple de Michelin peut être invoqué. Cette multinationale dédie au français la moitié de ses formations en langues, notamment à l'attention des cadres étrangers, tout en obligeant ses 900 cadres français expatriés à parler couramment la langue du pays où ils travaillent. Le responsable de la formation de Michelin a expliqué l'esprit de cette politique : « *Le brassage des cultures fait partie de notre mode de management depuis toujours. Mais nous aimons l'idée d'avoir une langue de référence : le français est davantage garant de nos valeurs que l'anglais, qui devient un jargon international vidé de toute subtilité* » (Capital du 15 juin 2011). En passant, nous pouvons supposer que cela n'empêche aucunement Michelin de recruter des cadres très

¹⁵ http://droit-de-comprendre.perso.neuf.fr/application_travail_contrat_travail.php . Il faut également citer la page http://www.langue-francaise.org/Textes_legislatifs_page_garde.php.

¹⁶ Cf., dans l'ordre, <http://www.courriel-languefrancaise.org/>, <http://www.francophonie-avenir.com/Index.html>, <http://www.langue-francaise.org/> et <http://www.avenir-langue-francaise.fr/>.

compétents, qui n'ont guère d'usage de l'anglais dans leur métier mais qui n'ont pu être embauché par certaines entreprises à cause seulement de leur faible maîtrise de cette langue. Michelin profite donc de la bêtise des autres entreprises.

Néanmoins, l'anglicisation a profité des actions conjuguées de l'Union européenne, qui agit pour que l'anglais devienne la seule langue de l'Union, et, de 2007 à 2012, des dirigeants politiques français, qui ont méprisé publiquement le français et favorisé l'emploi de l'anglais dans l'université et les entreprises françaises. Depuis mai 2012, cette foi s'exprime moins souvent, et les nouveaux dirigeants politiques de la République semblent même vouloir utiliser le français dans les réunions internationales. Il faut espérer que cette volonté s'accompagnera d'actions concrètes, à l'instar de celles qu'ont engagées des pays moins puissants que la France. Il s'agirait par exemple de renforcer la loi Toubon et de financer l'enseignement du français à l'étranger, ne serait-ce que pour conserver certains marchés à nos entreprises. Les associations évoquées plus haut insistent en ce sens auprès du pouvoir politique. Nous renvoyons d'ailleurs à leurs sites Internet au sujet des actions possibles dans les domaines de l'éducation (de la maternelle au supérieur), de la recherche, de l'affichage publicitaire ou des relations internationales.

L'enjeu est majeur : il en va des droits sociaux et des conditions de travail comme du respect de la diversité culturelle. « Nous sommes en guerre », déclarait récemment Claude Hagège. Loin de tout passéisme et de tout nationalisme étroit, le combat pour le multilinguisme ne peut être jugé secondaire, car il est indissociable du combat contre les politiques néolibérales menées dans les entreprises, et s'inscrit donc dans une guerre plus large contre l'asservissement au libéralisme et au règne de l'argent, contre la bêtise de leurs partisans et leur mépris envers les masses.