BILINGUISME EN ENTREP BONNES PRATIQUES 1996 - 2016 **20 ans - Jahre** du bilinguisme für die Zweisprachigkeit www.bilinguisme.ch www.zweisprachigkeit.ch

Renseignements complémentaires



Forum du bilinguisme Case postale 439 2501 Biel/Bienne

Internet <u>www.bilinguisme.ch</u>
Courriel forum@bilinguisme.ch
Téléphone +41 32 323 22 80

Edition 2017

SOMMAIRE

1.	INTRODUCTION GENERALE4
2.	LE « BAROMETRE DU BILINGUSIME EN ENTREPRISE 2017 » 5
3.	RESULTATS DE L'ENQUETE
4.	« BONNES PRATIQUES »
5.	LE LABEL DU BILINGUISME20
6.	CONCLUSION

1. INTRODUCTION GENERALE

Le Forum du bilinguisme, fondation sise à Biel/Bienne depuis 1996 dont l'objectif principal est la mise en place de mesures concrètes en faveur de la cohabitation des deux langues officielles, publie à intervalles réguliers un « Baromètre du bilinguisme » destiné à toute la population biennoise. Le but de ce projet de grande ampleur est d'établir un état des lieux du bilinguisme en ville de Biel/Bienne, du point de vue des groupes linguistiques en présence. En 2016, année-anniversaire des 20 ans de la fondation, s'est déroulée la quatrième édition du « Baromètre du bilinguisme », dont un volet avait été consacré à la relation entre bilinguisme et emploi. Des résultats majoritairement positifs ont pu être présentés, malgré une baisse de satisfaction notable à l'égard du bilinguisme dans la communauté romande.

A la suite de ce grand projet a été réalisé, en 2017, le premier « Baromètre du bilinguisme en entreprise », destiné à offrir une vision globale de l'état du bilinguisme dans les entreprises, organisations et institutions de la région économique Bienne-Seeland-Jura bernois. Les résultats de cette enquête sont publiés dans un rapport complet disponible sur demande au Forum du bilinguisme.

Le présent recueil « Le bilinguisme en entreprise » comprend l'essentiel des résultats disponibles dans le rapport final de l'enquête, ainsi qu'une série de recommandations et pistes de travail (« bonnes pratiques ») formulées par le Forum du bilinguisme dans le cadre de l'entreprise.

Il contient finalement, dans sa partie finale, les informations principales relatives au « Label du bilinguisme ». Les différents critères institutionnels et individuels y sont détaillés.

2. LE « BAROMETRE DU BILINGUSIME FN FNTRFPRISF 2017 »

Le « Baromètre du bilinguisme en entreprise » est un projet réalisé par le Forum du bilinguisme pour la première fois en 2017. Il s'agit d'une prolongation d'un aspect particulier du « Baromètre du bilinguisme de la ville de Biel/Bienne », présenté en 2016 et s'adressant à toute la population. En 2017, la problématique spécifique du bilinguisme dans le monde économique est au cœur de ce nouveau projet. Il s'agit donc d'une prise de température de la réalité linguistique en entreprise dans la région économique biennoise. L'analyse a été effectuée en répartissant les entreprises par région économique, selon la catégorisation suivante : ville de Biel/Bienne, Seeland, Jura bernois. Dans certains cas, une seconde analyse a également été effectuée selon un critère de taille d'entreprise ou de culture linguistique.

Le Forum du bilinguisme a organisé un partenariat avec les trois principales organisations économiques de la région Bienne-Seeland-Jura bernois : la Chambre économique Bienne-Seeland (CEBS), l'Union du commerce et de l'industrie (UCI) Bienne-Seeland et la Chambre économique du Jura bernois (CEP). Le Forum du bilinguisme a, de plus, bénéficié du soutien financier du Canton de Berne, via les fonds alloués aux projets de la Nouvelle politique régionale (NPR). L'étude est basée sur un questionnaire en ligne adressé directement aux acteurs économiques de la région, qui n'ont pas été aléatoirement choisis parmi le personnel des différentes entreprises. Ils occupent des fonctions particulières qui leur permettent d'avoir une vision globale de leur société et de pouvoir se prononcer sur le rapport au bilinguisme au sein de celleci (propriétaire, directeur/-trice général-e...). Le sondage était composé d'une quarantaine de questions (données sociodémographiques de base comprises) et était anonymisé. Les données quantitatives récoltées via l'étude en ligne ont été approfondies et prolongées par un groupe de discussion qualitatif ainsi que par des interviews individuelles, réunissant des acteurs économiques de la région.

236 entreprises ont rempli le questionnaire, ce qui équivaut à un taux de 17.4% de participation. Une grande diversité de taille d'entreprise, de secteurs économiques et de région a été respectée. Les résultats principaux sont détaillés au chapitre suivant.

3. RESULTATS DE L'ENQUETE

Les numéros de pages renvoient au rapport final de l'enquête, disponible sur demande au Forum du bilinguisme.

Le bilinguisme indispensable pour certaines fonctions (pp. 12-13)

Le bilinguisme fonctionnel est considéré comme important, voire très important, par la large majorité des sondé-e-s, toutes région économiques confondues. Il est considéré comme une nécessité dans certains postes particuliers, tels que ceux ayant un contact fréquent avec la clientèle et les fournisseurs.

Le français et l'allemand comme langues de communication avec les partenaires externes (pp. 16-17)

Moins de 10% des communications avec les partenaires des entreprises se font en anglais.

Le principe du "chacun parle sa langue" plébiscité pour les réunions entre collaborateurs/-trices (pp. 22-23)

57% des répondant-e-s affirment cela. En revanche, les entretiens de qualification – considérés comme plus formels – sont menés majoritairement dans la langue du/de la collaborateur/-trice (73%).

Des mesures diversifiées en faveur du bilinguisme (pp. 25-26)

26% des répondant-e-s stipulent que leur entreprise offre d'autres mesures favorisant le bilinguisme : TANDEMs® linguistiques, « correction sympathique », traduction des documents de travail.

Une stabilité dans l'importance du bilinguisme au travail (pp. 14-15)

45% des répondant-e-s estiment que l'importance du bilinguisme a augmenté durant ces dernières années. 55% estiment quant à eux qu'elle est restée stable.

Une culture linguistique à l'image de la région

Les cultures linguistiques des entreprises interrogées correspondent à la langue officielle du lieu où est basé leur site, c'est-à-dire français ET allemand pour Biel/Bienne, français pour le Jurabernois, allemand pour le Seeland.

L'offre en formation linguistique dépendante de la taille de l'entreprise (p. 24)

En effet, plus l'entreprise compte de collaborateurs/-trices, plus elle aura tendance à investir dans une formation linguistique continue. Néanmoins, 63% des répondant-e-s affirment que leur entreprise ne propose pas de cours de langue aux employé-e-s.

Du personnel qualifié difficile à recruter (p. 29)

Globalement, il est difficile de trouver du personnel qualifié dans la région (59% des répondant-e-s), indépendamment de la langue. Le personnel qualifié francophone est cependant plus compliqué à trouver (22% des réponses) que le personnel qualifié germanophone (6%).

Apprentissage: francophones vs germanophones (pp. 30-34)

Seules 19% des places d'apprentissage sont proposées en français au niveau global. Par ailleurs, les postulations francophones semblent être d'un niveau inférieur à celles des germanophones.

Des entreprises régionales tournées vers l'économie domestique (p. 36)

La production de la majorité des entreprises interrogées est tournée vers l'économie domestique ; le Jura bernois produit quant à lui à 50% pour l'international.

Un public-cible linguistiquement diversifié (pp. 37-38)

La majorité des entreprises de la région alignent leurs services aux attentes des deux communautés linguistiques.

Une majorité de publicités bilingues en ville de Biel/Bienne (pp. 38-40)

Parmi les 40% des entreprises interrogées qui font de la publicité en ville de Biel/Bienne, une large majorité la produit en deux langues : soit en optant pour deux langues sur une même annonce, soit en choisissant de produire deux annonces différentes.

Franchir la barrière des langues: des disparités régionales (pp. 44-45)

La moitié des entreprises interrogées considère que s'implanter au-delà de la frontière linguistique ne représente pas une difficulté. Cependant, le Jura bernois compte 74% d'entreprises qui estiment que cet état de fait demeure une opportunité qui n'est pas saisie.

Les germanophones plus à l'aise dans la langue partenaire (p.48)

Les germanophones semblent être plus à l'aise dans l'autre langue que leurs compatriotes francophones.

22 points séparent en effet leurs deux taux : 61% des germanophones considèrent bien, voire très bien comprendre le français, face à 39% de francophones pour l'allemand et le suisse-allemand.

Les résultats quantitatifs complets de l'enquête en ligne ainsi que les résumés qualitatifs du Focus group et des interviews individuelles sont contenus dans le rapport final « Baromètre du bilinguisme en entreprise 2017 », disponible sur demande au Forum du bilinguisme : forum@bilinguisme.ch

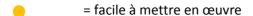
4. « BONNES PRATIQUES »

Dans une région bilingue ou proche d'une autre région linguistique de notre pays, les questions linguistiques doivent être d'une part thématisées, et d'autre part être intégrées à part entière dans la gestion d'une entreprise.

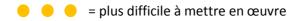
Une stratégie linguistique, quelle que soit la taille de l'entreprise, permet non seulement de s'ouvrir à d'autres marchés au-delà de la barrière des langues, mais aussi de renforcer la cohésion entre les collaborateurs/-trices de celle-ci. L'entreprise augmentera ainsi le taux de satisfaction de son personnel et de sa clientèle et, par conséquent, sa productivité.

Ce recueil¹ des « Bonnes pratiques » en entreprise, basé sur la longue expérience du Forum du bilinguisme liée au processus de certification « Label du bilinguisme », sur l'enquête, sur le groupe de discussion (Focus Group) ainsi que sur les interviews individuelles de dirigeant-e-s d'entreprise du « Baromètre du bilinguisme en entreprise » ainsi que sur les relations privilégiées que l'institution entretient avec des partenaires économiques régionaux et nationaux, se veut être un guide permettant aux entreprises de mettre en œuvre des mesures encourageant le bilinguisme à court, moyen et long terme.

Les différentes mesures mentionnées dans les pages suivantes ont été structurées par thèmes et niveau de facilité d'implémentation.



= moyennement facile à mettre en œuvre



¹ Ce recueil de bonnes pratiques est basé sur le bilinguisme français-allemand, mais peut être utilisé pour tout autre bilinguisme ou plurilinguisme de nos langues nationales. Il peut également constituer une base pour toute entreprise monolingue désireuse de valoriser son capital linguistique.

ORGANISATION INTERNE

N°	MESURE/THÈME	DETAIL	FACILITE DE REALISATION
1	Nommer un/e délégué/e au bilinguisme au sein des PME (< de 100 coll.)	 Définir le cahier des charges Donner les compétences nécessaires Rattachement à la direction ou aux RH 	• •
2	Former une commission du bilinguisme avec des représentants francophones et germanophones (> 100 coll.)	 Initier, développer et faire vivre le bilinguisme au sein de l'entreprise Elaborer une stratégie formelle du bilinguisme avec un catalogue de mesures Proposer un plan annuel d'activités informelles Donner les compétences et la crédibilité nécessaires 	• • •
3	Elaborer une charte du bilinguisme (max. 10 principes)	 Communication formelle interne Communication informelle interne Communication formelle externe Publications Equilibre linguistique du personnel Etc. 	• • •
4	Outils de travail	 Mettre à disposition des collaborateurs/-trices des logiciels dans leur langue – français ou allemand – afin de réduire le risque d'erreurs et augmenter la rapidité de travail 	• •

COMMUNICATION INTERNE

N°	MESURE/THÈME	DETAIL	FACILITE DE REALISATION
5	La direction et les cadres supérieurs donnent l'exemple en matière de bilinguisme	 S'adresser aux collaborateurs/-trices dans leur langue (français ou allemand) Alterner les langues en présence de plusieurs collaborateurs/-trices de langues différentes 	•
6	Séances bilingues	 Présentation Powerpoint bilingue Présentation dans une langue et Powerpoint dans l'autre langue Recourir au dialogue bilingue Eviter l'anglais comme langue pont 	•
7	Groupes de travail plurilingues	 Former des groupes de projets où les deux langues sont présentes en vue d'encourager la complémentarité culturelle 	• •
8	La correction bienveillante	 Laisser parler l'interlocuteur dans la langue partenaire, même avec des fautes et lui répondre avec la tournure de phrase correcte Demander si une correction est souhaitée 	•
9	Principe « Chacun parle sa langue »	 Pratiquer le bilinguisme fonctionnel dès que les compétences linguistiques le permettent 	•
10	Instaurer des moments linguistiques	 Pauses-café bilingues informelles Matinées monolingues formelles, alterner français et allemand 	•

11	La diglossie – allemand/ suisse-allemand « Le germanophone suisse considère souvent le suisse- allemand comme sa langue maternelle. » « Le francophone n'apprend pas le suisse-allemand à l'école. » « Le germanophone suisse privilégie fréquemment la pratique du français à celle du bon allemand. »	 Encouragement: inciter le francophone à se lancer dans le suisse-allemand en commençant par des mots simples Pratique: demander au germanophone de poursuivre la conversation en bon allemand plutôt qu'en français Respect: privilégier le bon allemand en présence de francophones peu à l'aise en suisse-allemand Partage: reconnaître les différences culturelles dans la pratique des langues
12	Optimiser les traductions	 Elaborer un lexique/glossaire bilingue Traduire les processus et manuels d'utilisation de machines dans les deux langues Définir les compétences linguistiques à l'interne en vue d'éventuelles traductions Processus de relecture systématique par une personne de langue maternelle lors de traductions Traduire la signalétique interne : modes d'emploi, archives, etc. Proposer des résumés dans la langue partenaire quand un document n'est pas disponible dans celle-ci
13	Intranet	 Publier sur Intranet les informations simultanément dans les deux langues

COMMUNICATION EXTERNE

N°	MESURE/THÈME	DETAIL	FACILITE DE REALISATION
14	Gérer l 'accueil	Personne bilingue ou une personne par langue Elaborer un petit lexique de phrases-clés dans les deux langues Proposer de rappeler plus tard si l'information n'est pas disponible dans la langue souhaitée Enregistrer les messages sur le répondeur automatique en deux langues Logiciel téléphonique digital avec option de langue par pression de touche A la réception Mettre en fonction du personnel capable de servir les partenaires externes en deux langues	
15	Optimiser le service à la clientèle	 Automatiquement s'adapter à la langue de l'interlocuteur/-trice Demander dans quelle langue le client souhaite recevoir toute correspondance Gestion d'une banque de données avec un critère « Langue » et introduction du contact avec les civilités dans la langue de la clientèle 	•

16	Informations des fournisseurs	 Demander systématiquement aux fournisseurs les versions françaises et allemandes des documents Procéder aux traductions si les documents ne sont pas disponibles dans les deux langues
17	Signature électronique	 Disposer de signatures électroniques bilingues ou séparément en deux langues et/ou adapter au destinataire
18	Carte de visite	 Prévoir des cartes de visite bilingues recto/verso
19	Annuaires téléphoniques en ligne	 S'assurer d'une visibilité en français et allemand sur les différentes plateformes électroniques
20	Signalétique	 Organiser la langue de la signalétique de l'entreprise en fonction du/des publics cibles
21	Site Internet	Proposer un site Internet français et allemand avec option du choix de langue sur chaque page
22	Réseaux sociaux	 Publier les informations destinées au grand public et aux consommateurs dans les deux langues

PUBLICITE ET MARKETING

N°	MESURE/THÈME	DETAIL	FACILITE DE REALISATION
23	Supports de communication	 Disposer de brochures, de papillons informatifs et de fiches produits dans les deux langues Rédiger des communiqués de presse en français et en allemand Mettre en ligne un site Internet disposant d'une sélection linguistique 	• •
24	Messages publicitaires	 Utiliser les locutions propres à chaque langue Ne pas traduire littéralement les slogans qui au final n'auront pas l'effet escompté Adapter les messages aux particularités culturelles des communautés linguistiques 	• •
25	Evènements et conférences	 Prévoir des invitations dans en français et en allemand Adapter le support Powerpoint dans la langue partenaire de l'orateur/trice pour une compréhension plus aisée Proposer si nécessaire une traduction simultanée Engager des orateurs/trices issus des deux communautés linguistiques 	•

RESSOURCES HUMAINES ET FORMATION

N°	MESURE/THÈME	DETAIL	FACILITE DE REALISATION
26	Recrutement	Engager du personnel à l'image de la répartition linguistique locale et/ou selon les besoins commerciaux de l'entreprise à compétences égales un/e employé-e de la minorité linguistique des cadres de la minorité linguistique pour assurer un bilinguisme et une double culture au niveau stratégique Faire du bilinguisme un critère de recrutement tout en faisant preuve de souplesse lors de fonctions ne nécessitant pas de compétences spécifiques dans les deux langues Publier les offres d'emploi dans les deux langues Définir les compétences linguistiques requises en fonction du poste	
27	Apprentissage	 Oser engager un/e apprenti/e de l'autre langue; les compétences linguistiques faisant également partie de la formation professionnelle Former des maîtres d'apprentissage dans les deux langues Proposer des places d'apprentissage également à la minorité linguistique Engager en alternance un-e apprenti-e francophone et un-e germanophone 	

		Inciter les futur-e-s apprenti-e-s à suivre si possible leur formation professionnelle dans une classe bilingue
28	Formation continue	 Voir le bilinguisme comme un potentiel de développement personnel Introduire la motivation de développer ses compétences linguistiques dans la langue partenaire Proposer des cours de langues, notamment pour le personnel ayant un contact bi- ou plurilingue Introduire la méthode des TANDEMs® linguistiques Offrir des outils de formation continue, à la demande du/de la collaborateur/-trice afin de le/la fidéliser à l'entreprise Proposer des stages d'immersion linguistique dans des succursales sises dans d'autres région ou d'autres pays
29	Entretien annuel	 Conduire l'entretien d'évaluation dans la langue officielle (français ou allemand) que l'employé-e maîtrise le mieux Faire des compétences linguistiques bilingues de l'employé-e un point spécifique de l'entretien en établissement un plan de formation si nécessaire
30	Administration	 Proposer les contrats dans la langue de l'employé-e (français ou allemand) Idem pour les attestations de salaire mensuelles

		Tenir à disposition tous les documents administratifs (caisse de pension, assurances diverses, etc.) en français ou allemand
		 Organiser des évènements (p. ex. fête d'entreprise) avec des animations accessibles aux deux cultures linguistiques Sorties d'entreprise en
		alternance en Suisse romande et Suisse allemande Associer dans l'élaboration d'évènement les deux cultures pour deux fois plus de créativité
31	Développement d'une culture d'entreprise bilingue	Créer un/e journal/lettre mensuelle/trimestrielle/ annuelle en deux langues composé/e d'une équipe de rédaction bilingue
		Elaborer des concepts ludiques réguliers pour encourager la culture bilingue (concours, phrase du mois, calendrier de Noël bilingue, etc.) Elaborer des concepts ludiques régularies ludiques etc.
		 Instaurer une journée du bilinguisme/journée des langues

FRANCHIR LA BARRIERE DES LANGUES

N°	MESURE/THÈME	DETAIL	FACILITE DE REALISATION
32	Culture	 Apprendre à connaître l'autre culture afin de pouvoir s'y adapter 	•
		 Accepter avec humour les différences culturelles 	•

33	Entreprise	 Communiquer clairement sa volonté de servir une clientèle germanophone et francophone Ouverture d'un bureau (adresse postale) dans l'autre région économique linguistique afin d'affirmer son appartenance
34	Equipe	 Lors de la prospection de nouveaux marchés, engager et former un/e conseiller/-ère en vente dans la langue maternelle du client potentiel Mettre sur pied une équipe bilingue au sein de l'administration des ventes/service à la clientèle Organiser des séances de vente regroupant toutes les régions linguistiques Utiliser les compétences linguistiques de tout un chacun, parfois indépendamment de sa fonction, pour servir au mieux le client Former les collaborateurs/-trices au langage technique et spécifique d'un secteur économique
35	Produits/services	 Proposer des brochures dans les deux langues Traduire les fiches techniques en deux langues Proposer des formations sur les produits dans la langue du client Offrir des prestations ciblées à une clientèle géographiquement plus éloignée

LES 14 PRINCIPES ESSENTIELS À RETENIR

- L'exemple en matière de bilinguisme devant être donné par la direction et les cadres supérieurs
- L'élaboration de règles concrètes en matière de pratiques linguistiques spécifiques à l'entreprise
- 3. La mise à disposition pour les collaborateurs/-trices des **outils de travail** en français ou en allemand, selon leur préférence
- 4. La mise à disposition pour les collaborateurs/-trices de leurs **documents personnels** (contrats, règlements, certificats...) en français ou en allemand, selon leur préférence
- L'optimisation d'un service à la clientèle de qualité identique pour le français et pour l'allemand
- 6. La création d'un site Internet bilingue offrant une navigation aisée d'une langue à l'autre
- L'élaboration d'une stratégie marketing (publicité, merchandising, communication...)
 s'adressant aux deux communautés linguistiques
- 8. Le choix d'une politique **favorisant à parts égales le recrutement** de collaborateurs/-trices francophones et germanophones
- La garantie d'offrir une formation de même valeur sous forme d'apprentissage/stage/formation continue – aux francophones et aux germanophones
- 10. L'égalité des chances de carrière pour un/e francophone ou germanophone
- 11. La connaissance des us et coutumes de l'autre culture avant d'envisager une implantation commerciale dans une autre région linguistique
- 12. L'offre de prestations/produits adaptés aux besoins du marché de la langue partenaire
- Le développement progressif d'une culture d'entreprise bilingue véritablement vécue, encourageant les échanges – formels et informels – entre les deux communautés linguistiques
- 14. La mise en œuvre d'un processus de certification « Label du bilinguisme »

5. LE LABEL DU BILINGUISME



UNE STRATÉGIE

UN ENGAGEMENT

UNE PHILOSOPHIE ENTREPRENEURIALE

Une stratégie

Positionnement, valorisation, compétitivité — pour une entreprise, une institution ou une administration, le Label représente un argument marketing indéniable qui la différencie de ses concurrents directs sur le marché. Le « Label du bilinguisme » devient un outil stratégique renforçant la crédibilité d'une organisation dans son environnement local, régional et national et assurant à ses partenaires un niveau linguistique certifié de la pratique des langues officielles en Suisse.

Un engagement

Le « Label du bilinguisme » confirme que l'organisation entretient le soin et les compétences nécessaires pour répondre aux besoins d'un public exigeant en matière de produits, de services et de communication. Il témoigne également de l'ouverture de l'organisation envers une minorité linguistique et de la mise en valeur des compétences linguistiques de ses collaborateurs/-trices.

Une philosophie entrepreneuriale

Désirer obtenir le Label du bilinguisme, c'est avant tout reconnaître l'importance de la pratique et du respect des langues au sein de sa propre organisation et de la plus-value qu'une certification peut apporter sur le long terme. Cette philosophie entrepreneuriale en matière de bilinguisme se doit d'être ancrée à part entière dans la charte de l'organisation afin d'être véritablement vécue au quotidien par tout un chacun.

Le Label du bilinguisme

Lancé dans la ville bilingue de Biel/Bienne en 2001, le Label a été dans un premier temps décerné à des entreprises biennoises. Depuis 2013, le Label a étendu ses racines hors de ses frontières cantonales en ciblant d'autres régions de Suisse où les langues nationales jouent un rôle important dans la vie active. Jusqu'à aujourd'hui, plus de 40 organisations ont reçu cette distinction.

Le Label peut en principe être obtenu par toute entreprise, institution ou administration qui évolue dans un cadre bilingue et utilise régulièrement le

français, l'allemand (ainsi que le suisse allemand), l'italien – à l'interne comme à l'externe.

En 2015, le Forum du bilinguisme a lancé le « Label du plurilinguisme » destiné en premier lieu aux Offices et services fédéraux dont le processus, basé notamment sur l'Ordonnance fédérale sur les langues (OLANG), porte sur la pratique des trois langues nationales officielles : l'allemand, le français et l'italien. L'Office fédéral de la justice à Berne s'est vu remettre cette toute première certification en 2016, suivi de peu par les Services du Parlement en 2017.

Les critères

Le Label mesure la qualité du bilinguisme à quatre niveaux :

- Services et communication externe,
- Composition et compétences linguistiques du personnel,
- Communication interne,
- Appréciation de la culture linguistique

Les critères permettant l'obtention du Label du bilinguisme, respectivement du plurilinguisme, sont clairement définis et disponibles sur demande auprès du Forum du bilinguisme.

La procédure

La procédure se déroule en plusieurs étapes. Sur la base d'une convention établie entre le Forum du bilinguisme et l'organisation, cette dernière procède à une autoévaluation qu'elle documente dans un dossier.

Un/e expert/e du Forum du bilinguisme conduit ensuite un audit de l'institution selon les critères d'évaluation au moyen d'un sondage en ligne anonyme destiné à l'ensemble du personnel, d'entretiens personnels ciblés et de visites sur place.

Finalement, l'expert/e rédige un rapport précis et substantiel qui est approuvé par un groupe d'évaluation composé de la direction du Forum du bilinguisme,

d'une entreprise labellisée ainsi que d'un ou d'une, voire de plusieurs experts selon l'envergure et la complexité du processus de certification. Le rapport comprend des résultats quantitatifs et qualitatifs ainsi qu'un catalogue de bonnes pratiques et une série de recommandations utiles.

En collaboration avec l'institution/l'entreprise labellisée, le Forum du bilinguisme met sur pied une manifestation publique incluant notamment les principaux partenaires médiatiques.

La relabellisation après 5 ans

Le Forum du bilinguisme procède à une relabellisation de l'entreprise ou de l'administration après 5 ans afin de vérifier si celle-ci remplit encore toutes les conditions liées au Label du bilinguisme. Selon la taille et/ou l'évolution de l'organisation, le Forum du bilinguisme proposera une procédure simplifiée ou plus complète permettant d'évaluer la situation linguistique de l'entreprise ou de l'administration déjà certifiée.

Coûts de la labellisation

Le prix de l'expertise est défini selon la taille de l'organisation :

1 à 9 coll.	CHF 2'600	(cat. XS)
10 à 19	CHF 3'100	(cat. S)
20 à 49	CHF 4'900	(cat. M)
50 et plus	sur demande	(cat. L à XL)

Institutions labellisées

La liste des entreprises et organisations labellisées est disponible sur le site Internet du Forum du bilinguisme : www.bilinguisme.ch, rubrique « Label ».

Citations de personnes dirigeant-e-s d'entreprises certifiées « Label du bilinguisme » et « Label du plurilinguisme »

« Für optimales Sehen ist die Zweisprachigkeit entscheidend! »

Spörri Optik, Biel/Bienne

« Nous vivons le bilinguisme leichtfüssig – dass fördert unser Verständnis pour l'autre culture. »

Info-Entraide BE - Selbsthilfe BE, Biel/Bienne

« I Servizi del Parlamento hanno la missione di rispecchiare e di incentivare la diversità della Svizzera e in particolare la sua pluralità linguistica. Ogni collaboratrice e ogni collaboratore reca con sé l'idioma della propria comunità d'origine, il modo di utilizzare le parole, di ragionare, di raccontare, di argomentare, di scherzare, di spiegare, di convincere, di sedurre. La tgira da la plurilinguitad è ina contribuziun decisiva a favur da la flexibilitad spiertala. Contemplà ord questa perspectiva promovain nus cun la diversitad linguistica schizunt il bainesser da nossas collavuraturas e da noss collavuraturs. La movibladad spiertala e corporala èn las basas per ina vita equilibrada. »

Services du Parlement, Berne

« Le plurilinguisme à l'Office fédéral de la justice: eine Realität, un aspetto importante della cultura dell'Ufficio, un engagement de la Direction, un arricchimento »

Office fédéral de la justice, Berne

« Le bilinguisme met la Bibliothèque en ébullition comme le bouillonnement de deux fleuves qui se rejoignent. »

Bibliothèque de la ville de Bienne, Biel/Bienne

« Die Zweisprachigkeit als Türöffner nicht nur zu den Menschen, sondern auch zu deren Kultur. »

Raiffeisen Freiburg-Ost, Freiburg

« Dank der zweisprachigen Kompetenzen unserer Mitarbeitenden können wir die Lernenden der Grundbildung und die Kundinnen und Kunden unserer Weiterbildungsangebote sowohl in deutscher als auch in französischer Sprache kompetent beraten und im Lernprozess fördern. Die Zweisprachigkeit bereichert das Zusammenleben an der BFB und ermöglicht einen guten kulturellen Austausch zwischen den Sprachgruppen »

Bildung Formation Biel/Bienne (BFB), Biel/Bienne

« En tant que centre de congrès idéalement situé entre la Suisse romande et la Suisse alémanique, nous pouvons offrir aux organisateurs, exposants et visiteurs l'opportunité d'un développement d'affaires dans toute la Suisse. »

Forum Fribourg / Expo Centre SA, Fribourg

« Die Zweisprachigkeit ist ein wertvolles Kapital, es ist DIE Voraussetzung für eine optimale Kundenpflege. »

Zollhaus Garage, Biel/Bienne

D'autres témoignages sont disponibles sur www.bilinguisme.ch, rubrique « Label ».

6. CONCLUSION

Même si le bilinguisme n'est pas la première préoccupation des entreprises de la région Bienne-Seeland-Jura bernois, il reste un facteur incontournable du quotidien de nombreuses sociétés sises dans une région économique au carrefour des langues et des communautés culturelles.

Cette spécificité linguistique régionale offre de nombreuses possibilités de développement tant pour l'entreprise que pour les collaborateurs/-trices de celle-ci. Promouvoir le bilinguisme signifie aussi renforcer la cohésion d'une équipe à l'interne et, de par là même, développer une culture d'entreprise bilingue favorisant le partage et l'échange entre deux cultures géographiquement proches, mais différentes dans leur manière de vivre le quotidien. En puisant dans ces ressources, l'entreprise s'ouvre également à de nouvelles perspectives économiques en osant franchir la barrière des langues et asseoir une position compétitive dans une autre région linguistique.

Le premier « Baromètre du bilinguisme en entreprise » réalisé en 2017 a offert un état des lieux du bilinguisme dans les sociétés et organisations de la région économique Bienne-Seeland-Jura bernois. Les discussions qualitatives avec des acteurs/-trices du monde économique de la région et l'expérience globale du Forum du bilinguisme en la matière ont permis de développer une série de recommandations et de bonnes pratiques à mettre en place au fur et à mesure au sein d'une entreprise désireuse de développer et d'exploiter au maximum sa richesse bilingue. Celles-ci sont des outils *pragmatiques* à appliquer progressivement, voire à renforcer, dans une entreprise, et ne s'apparentent donc pas à des exigences immuables. Préoccupation quotidienne pour certain-es, valeur ajoutée intéressante à développer pour d'autres ou alors trop complexe à appliquer en profondeur à tous les niveaux, à chaque entrepreneur de trouver le juste équilibre afin de profiter de cet atout qu'est le bilinguisme en entreprise.

Partenaires du projet

wirtschaftskammer biel-seeland chambre économique bienne-seeland

Chambre économique Bienne-Seeland / Wirtschaftskammer Biel-Seeland



HANDELS- UND INDUSTRIEVEREIN DES KANTONS BERN Sektion Biel-Seeland

Union du commerce et de l'industrie du Canton de Berne, Section Bienne-Seeland / Handels- und Industrieverein des Kantons Bern, Sektion Biel-Seeland



Chambre d'économie publique du Jura bernois

Soutiens financiers

Canton de Berne (NPR) / Kanton Bern (NRP)

Union du commerce et de l'industrie, Section Bienne-Seeland / Handels- und Industrieverein des Kantons Bern, Sektion Biel-Seeland

Entreprises ayant participé au projet

Banque cantonale bernoise / Berner Kantonalbank – Biel/Bienne

Bildung Formation Biel-Bienne

Orientation professionnelle Biel/Bienne / Berufsberatungs- und Informationszentrum Biel/Bienne

Centre de formation professionnelle / Berufbildungszentrum Biel

Despont SA - Biel/Bienne

DC Swiss SA - Malleray

Ecole de langues Inlingua Bienne / Inlingua Sprachschule Biel

Energie Service Biel/Bienne

Info-Entraide BE Bienne / Selbsthilfe-BE Biel

Nouveau Musée Bienne / Neues Museum Biel

Optivision SA – Biel/Bienne

Regisol AG – Busswill

Sanitas Troesch – Biel/Bienne

Vaudoise Assurances Biel/Bienne

Viasuisse Biel/Bienne