

IDENTITÉS, LANGAGES ET CULTURES D'ENTREPRISE, LA COHÉSION DANS LA DIVERSITÉ ?

Cahier spécial – 7^e colloque international du GEM&L

Kedge Business School

Marseille, 21 et 22 mars 2013

Par Philippe LECOMTE *

Ce cahier spécial réunit quatre des meilleures communications présentées lors du 7^e colloque international du GEM&L (Kedge Business School, Marseille, 2013), dont le thème était « *Identités, langages et cultures d'entreprise, la cohésion dans la diversité ?* ». Trois de ces communications sont en français, la quatrième est en anglais. Elles témoignent de la vitalité naissante de la recherche sur le langage dans le management international au sein de la communauté française des écoles de management. En effet, quatre des auteurs publiés sont en poste dans une école de management, un autre vient de l'ISIT (Institut supérieur de formation à la traduction et au management interculturel) et le dernier est chercheur au CNRS. Je me réjouis également de noter que la plupart des auteurs publient leur recherche en français, rejoignant ainsi Jean-François Chanlat qui défendait récemment, dans les colonnes de cette revue, le bien-fondé de la recherche française en management

et ce en langue française. Tous les textes présentés ici s'intéressent au rôle joué par le langage dans la construction identitaire de l'organisation dans le contexte de la mondialisation, soit à partir de l'analyse du discours, soit à partir d'une réflexion sur la dimension « managériale » de la traduction, hélas souvent réduite à son aspect strictement instrumental.

Louis-Marie Clouet analyse le cas d'une entreprise internationale souhaitant harmoniser ses pratiques RH (notamment au moyen d'un référentiel de compétences et de ses pratiques d'évaluation de la performance). L'auteur revisite la nature et les enjeux de la traduction, montrant que celle-ci va bien au-delà de la simple équivalence lexicale d'une langue source vers une langue cible. En s'appuyant sur la démarche de création d'une culture RH partagée et co-construite entre la maison-mère et ses filiales réparties dans le monde, Louis-Marie Clouet examine le rôle de médiateur que joue le « manager-traducteur », non seulement comme passeur de culture mais aussi comme acteur essentiel de la co-construction du sens au sein de l'entreprise multiculturelle.

Geneviève Tréguer-Felten pose la question de l'universalité du discours de communication des entre-

* Toulouse Business School, Président du Groupe d'Étude en Management & Langage (GEM&L).

prises dans le cadre de la domination de l'anglais *lingua franca*. Elle montre grâce à l'*analyse de discours contrastive* que, contrairement à ce que l'on pourrait s'attendre au regard de l'uniformisation culturelle due à la globalisation du discours entrepreneurial destiné à la valorisation de l'entreprise, la mise en scène de son *ethos* (compétence, honnêteté et bienveillance) s'actualise de manière différente et selon des déterminants propres à chaque culture. Le caractère uniformisant de l'anglais *lingua franca*, *langue de service* dépourvue de racines culturelles propres, est démenti par l'analyse, et l'auteur suggère que le discours de « l'*identity corporate* » fondée sur l'anglais ne remplit pas tout à fait son rôle et gagnerait à être formulé au travers de sites Web dédiés à chaque pays.

À partir d'une étude exploratoire des niveaux de discours développés par une banque autrichienne impliquée dans une démarche de type *ethno-marketing* en direction de la minorité turque d'Autriche, les auteurs, Cornelia Caseau et Mihaela Bonescu, décrivent, d'une part, les effets de synergie entre une culture d'entreprise fondée sur des principes axiologiques et, d'autre part, la mise en œuvre d'une formation spécifique aux personnels appelés à diffuser les valeurs incarnées par la banque. L'analyse du discours sur l'identité de la marque qui sous-tend la visée stratégique de l'entreprise étudiée, met en évidence le rôle fondamental du langage, voire de l'utilisation des langues des minorités concernées par cette démarche d'*ethno-marketing*.

Enfin, Dennis Davy et Peter Daly examinent le phénomène de plus en plus répandu de l'utilisation de mots d'origine anglaise dans le discours managérial des entreprises françaises. Cette exploration du monde du lexique « *français* » permet aux auteurs de lister et de catégoriser un corpus non exhaustif, réuni au moyen d'un questionnaire administré auprès de

jeunes stagiaires d'écoles de management (dans une tranche d'âge allant de 22 à 30 ans). Dans un deuxième temps, les auteurs s'intéressent aux réactions d'un groupe témoin auquel sont présentés les termes du corpus. Les résultats de cette première étude, dont les auteurs soulignent eux-mêmes les limites, sont intéressants à la fois d'un point de vue linguistique (taxinomie des néologismes et lexicographie), mais aussi pour les responsables de la communication interne et externe et pour ceux de la politique linguistique des entreprises.

Louis-Marie Clouet est responsable de la recherche à l'ISIT, Paris. Geneviève Tréguer-Felten est chercheure associée au CEDISCOR-Syled, Paris 3 – Sorbonne nouvelle et à Gestion & Société (CNRS). Cornelia Caseau est responsable du département « Langues et cultures » du groupe ESC Dijon-Bourgogne, elle est aussi membre de la Chaire de Micro-Finance de l'ESC Dijon-Bourgogne. Sa collègue, Mihaela Bonescu, Maître de Conférences en Sciences de l'Information et de la Communication, est professeur permanent au groupe ESC Dijon-Bourgogne. Peter Daly et Dennis Davy sont professeurs associés à l'EDHEC. Peter DALY dirige le département « Business communication & Language Studies » de l'EDHEC. Son collègue, Dennis Davy, est également intervenant à l'École polytechnique.

Je voudrais remercier le professeur Michel Berry d'avoir accepté d'ouvrir les colonnes de *Gérer et Comprendre* à ce colloque du GEM&L, ainsi que tous les réviseurs pour le travail très professionnel de conseil et d'encouragement qu'ils ont fourni en vue de l'amélioration des textes qui composent ce cahier spécial. Je me réjouis que les auteurs sélectionnés, tous membres du GEM&L, aient eu la chance de voir leur travail récompensé par une publication dans cette revue. ■