



# Développement. Apprendre une langue en dirigeant sa PME

• La maîtrise d'une langue étrangère est souvent un facteur non-négligeable dans l'obtention de marchés à l'international. Pourtant, persuadés de manquer de temps ou de financements, trop de dirigeants d'entreprise se passent de cette carte maîtresse et privent leurs entreprises de contrats juteux. Ne faites plus comme eux !

Dossier réalisé par Gilles Cayuela

**R**ater un contrat à l'international à cause d'un anglais approximatif ou d'une méconnaissance de la langue de son potentiel partenaire, ça n'est pas si rare que cela. « Faute de disposer de compétences linguistiques suffisantes, de nombreuses entreprises françaises de taille moyenne ont du mal à appréhender les marchés internationaux et leurs spécificités », témoigne Damien Augier, manager France de Boa Lingua, spécialiste de la formation linguistique en immersion à l'étranger. Un diagnostic qui explique en partie pourquoi seulement un tiers de nos PME vend aujourd'hui ses produits ou services à l'étranger. Mais certains chiffres sont encore plus frappants : selon une étude publiée par le centre national des langues britanniques, 11 % des PME européennes ont déjà perdu un marché à l'export faute de compétences linguistiques à la hauteur.

## Des pertes colossales

L'enquête estime ainsi que la perte moyenne liée à ces échecs se monte, sur une période de trois ans, à 325.000 €. Au total, le manque à gagner pour l'économie communautaire serait ainsi de 100 milliards d'euros par an !

Pourtant, alors que l'établissement de relations commerciales avec les pays dynamiques est une solution pertinente pour faire barrage à la crise, beaucoup de dirigeants rechignent encore à apprendre une langue et à se doter ainsi d'une carte maîtresse dans la conquête des marchés étrangers. Avec les fameux « Trop cher », « Trop long », « Je n'aurais jamais le temps » ou « Ce n'est plus pour moi » brandis comme mots d'excuse.

Domage ! Car apprendre une langue n'est pas si compliqué, et si long que cela. « 60 % des dirigeants qui viennent nous voir ont un niveau bac en anglais. C'est insuffisant pour amener une dimension commerciale. Mais en partant de ce niveau, on peut être capable de présenter efficacement son entreprise à l'étranger après seulement quelques semaines de formation » poursuit Damien Augier.

Quant à l'obstacle du financement, il existe des solutions, souvent méconnues des chefs d'entreprise, de financement des formations en langues.

Bref, il n'existe finalement que peu de raisons de ne pas se mettre à l'anglais... et à d'autres langues. Car l'allemand, le russe, le mandarin ou l'arabe ont le vent en poupe. Alors qu'attendez-vous pour vous y mettre ? Par laquelle allez-vous commencer ?



11 % des PME européennes ont déjà perdu un marché à l'export faute de compétences linguistiques suffisantes. Le manque à gagner s'élèverait à 100 milliards d'euros par an !

# Les astuces pour financer sa formation

● Pour couvrir tout ou partie de leurs frais de formation en langues, les dirigeants d'entreprise bénéficient de plusieurs leviers.

Apprendre une langue représente un coût non neutre pour une entreprise. Si la formation des salariés est souvent couverte par le DIF (droit individuel à la formation), ce n'est pas forcément le cas du dirigeant d'entreprise. « Si le dirigeant n'est pas actionnaire majoritaire de sa société et qu'il est salarié de l'entreprise, alors il intègre le régime général et peut ainsi se faire financer sa formation par le DIF, explique Elizabeth Doyle, co - dirigeante d'Aves Formation à Saint-Étienne. Ce n'est plus le cas s'il est actionnaire majoritaire et qu'il n'est plus salarié de l'entreprise. Il ne dépend alors plus du régime général et sa formation linguistique ne peut plus entrer dans le cadre du plan de formation continue de l'entreprise ou du DIF », précise la jeune dirigeante, qui dispense des cours d'anglais pour les particuliers et les entreprises.

## 1.500 euros par an pour les non-salariés du RCS

Pour les dirigeants non salariés, il existe néanmoins des solutions pour se faire financer tout ou partie de ses formations en langues.

Ainsi, les chefs d'entreprise inscrits au registre du commerce et des sociétés (RCS) peuvent déposer une demande de financement auprès de l'Agefice (Association de gestion du financement de la formation des chefs d'entreprise).



Il existe des solutions de financement, même quand on n'est pas salarié !

Pour cela, il suffit de fournir une attestation Urssaf/RSI de contribution au fonds d'assurance formation (FAF) ; le programme ou le devis de la formation ; l'extrait Kbis datant de moins de trois mois si la formation est au bénéfice du conjoint ou de la conjointe non salarié(e) ; l'extrait Kbis ou l'extrait Sirene pour les attestations de versement Urssaf/RSI mentionnant les codes NAF 6420 Z et 7010 Z.

La demande de prise en charge doit être effectuée auprès de l'Agefice au moins un mois avant le début de la formation. L'accord de financement, s'il est donné, ne correspond pas à l'attribution d'une enveloppe fixe. Le remboursement se fait

sur frais réels selon les critères en vigueur lors de l'accord de financement.

Il vous faudra donc fournir une facture acquittée ainsi que l'attestation de présence à l'issue de la formation. Si le paiement a été effectué en espèces, le chef d'entreprise devra fournir une attestation de son comptable spécifiant que le montant a bien été porté au débit du compte caisse de l'entreprise.

« Seul le montant hors taxe de la formation linguistique est pris en charge par l'Agefice à hauteur de 1.500 euros par an et par cotisant. Les éventuels frais de déplacements et d'hébergement ne sont pas pris en charge. Par ailleurs, le financement ne peut dépasser

1.000 euros par formation. Il faut donc au moins deux formations pour prétendre au plafond maximum qui est de 1.500 euros », précise l'Agefice.

## Quid des artisans et professions libérales ?

Les chefs d'entreprise inscrits au répertoire des métiers ou ceux qui bénéficient de la double immatriculation peuvent faire financer une partie de leur formation en langues par leur chambre régionale de métiers et de l'artisanat.

« La prise en charge s'effectue pour une durée de formation de sept heures minimum et de 63 heures maximum par an et par personne. Le montant de la prise en charge pour une formation individuelle est de 18 euros de l'heure par stagiaire », indique-t-on à la chambre régionale de métiers et de l'artisanat des Pays de la Loire.

Pour bénéficier d'un coup de pouce similaire, les professions libérales et travailleurs indépendants non salariés doivent s'adresser au FIFPL (fonds interprofessionnel de formation des professionnels libéraux).

« La prise en charge dépend du code NAF et de la thématique de la formation. Les formations en langues européennes font partie des thématiques prioritaires. En moyenne, le plafond se situe à 1.200 euros par an », explique le FIFPL.

## Le top 5 des langues étrangères les plus sollicitées

La demande en matière d'apprentissage des langues étrangères évolue en fonction des besoins et des marchés internationaux ciblés par les chefs d'entreprise.

### 1. L'anglais loin devant

Langue officielle dans une vingtaine de pays dans le monde et parlée dans plus d'une trentaine d'autres, l'anglais est la langue internationale par excellence et la langue des affaires sans contestation possible. C'est donc tout naturellement qu'elle reste de loin la plus demandée par les chefs d'entreprise.

« L'anglais arrive massivement en tête de nos demandes souvent pour du perfectionnement », confirme Enguerran Kindler, gérant de Tremplin Formation à Toulouse. « 95 % de nos séjours linguistiques se font pour l'anglais », abonde-t-on chez Boa Lingua.

### 2. L'allemand en hausse

Dans de nombreux centres de formations linguistiques, l'allemand semble avoir détrôné l'espagnol. Rien d'anormal dans la mesure où l'Allemagne est de loin le premier client de la France en matière d'exportation. « Les chefs d'entreprise choisissent d'apprendre une langue où le marché est susceptible de générer de

la croissance. L'Espagne aujourd'hui est un pays en crise », complète Damien Augier, manager France de Boa Lingua.

### 3. L'espagnol en baisse

Longtemps au deuxième rang des langues les plus apprises en France par les chefs d'entreprise, l'espagnol est de moins en moins prisé. Les dirigeants sont de plus en plus nombreux aujourd'hui à privilégier le portugais et les langues des pays émergents.

### 4. Portugais, russe, chinois

Langue officielle du Brésil, le portugais est particulièrement en vogue. « Les chefs d'entreprise demandent aussi de plus en plus à apprendre le chinois et le russe », complète Enguerran Kindler.

### 5. L'arabe en émergence

Les pays du Golfe avec en tête Dubaï et les Émirats Arabes Unis offrent des opportunités de croissance pour les entreprises françaises. Conscients de cela, ils sont de plus en plus nombreux à apprendre l'arabe. Même si l'anglais reste la langue dominante pour le business, l'arabe est incontestablement un plus pour soigner ses relations avec ses interlocuteurs et son intégration sur place.

# Formation. Quelle méthode choisir ?

• Cours en face-à-face ou à distance, intensif ou sur le long terme ? Pour choisir, le dirigeant qui souhaite apprendre une langue doit bien définir son objectif final.

**P**our apprendre une langue, le chef d'entreprise doit-il privilégier les formations courtes et intensives ou l'apprentissage sur le long terme à raison de quelques heures par semaine, les formations à distance (e-learning et cours par téléphone), les cours collectifs ou les cours individuels en face à face ?

« Si l'on souhaite apprendre une langue pour ouvrir une filiale ou lancer un produit à l'étranger, je conseille une formation sur le long terme. Si l'on souhaite simplement préparer un rendez-vous pour signer un contrat ou réaliser une embauche, on est sur du ponctuel. Dans ce cas, je préconise une formation intensive sur une semaine », argumente Enguerran Kindler, gérant de Tremplin Formation, à Toulouse, qui préfère des formules individualisées aux cours collectifs. « Elles permettent au chef d'entreprise de dégager le nombre d'heures qu'il souhaite au moment où il le souhaite et le cas échéant de modifier ses horaires en fonction des affaires qu'il doit régler », appuie le dirigeant.

Pour Philippe Incagnoli, directeur marketing chez Wall Street Institute : « Il n'y a pas de formule magique. L'important c'est de connaître le niveau d'anglais du chef d'entreprise. S'il a le niveau moyen des Français (niveau Bac), on lui propose de suivre une méthode qui combine du multimédia, des cours en face à face, des cours par téléphone et un suivi individualisé. La formation est axée sur le long terme, courant sur une



Partir en immersion dans un pays, la formule a ses avantages.

période de 6 à 8 mois à raison de 1h30 à 3h30 par semaine. Si son niveau est plus avancé, il peut suivre des séminaires spécialisés de dix à quinze heures : Business Communication, Présentation in English... ». Pour les coûts, comptez environ 15 euros de l'heure.

#### Immersion et « cultural training »

Depuis quelques années, une nouvelle formule se développe : la formation linguistique en immersion à l'étranger. La filiale française du groupe Suisse Boa Lingua en a fait sa spécialité.

Basée à Lyon depuis 2010 et présente sur Paris depuis novembre dernier, Boa Lingua a même créé un département « Business Class » dédié aux cadres, dirigeants et chefs d'entreprise. « La meilleure façon d'apprendre la langue c'est de partir dans le pays. Nous travaillons avec 300 écoles partenaires dans le monde, dont une quarantaine dédiée Business Class », précise Damien Augier, manager France de Boa Lingua. Le principe ? « Le chef d'entreprise intègre pendant une semaine une école partenaire à l'étranger. Il peut suivre un

cours général le matin et des cours particuliers l'après-midi en fonction de son activité. On amène ainsi une dimension technique et commerciale. On apporte aussi une dimension « cultural training » avec des intervenants du pays qui apprennent comment se comporter, comment négocier. On peut aussi combiner travail et plaisir avec des cours le matin et du golf l'après-midi », précise le dirigeant de Boa Lingua. Et de conclure : « Le prix (2.500 €/semaine) n'est pas le plus gros frein. Le problème, c'est de libérer du temps ».

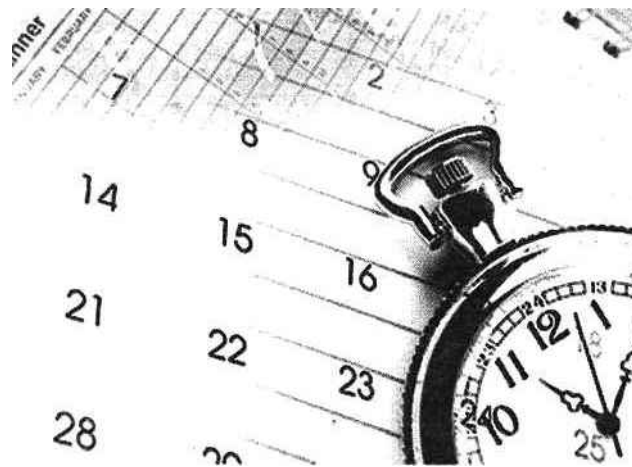
# Emploi du temps. À chacun son rythme

● Pour apprendre une langue étrangère, le chef d'entreprise doit savoir jongler avec un emploi du temps serré. Tout est une question de gestion des priorités.

Apprendre une langue étrangère... Encore faut-il être capable de libérer du temps pour cela. À l'heure où les chefs d'entreprise ont de plus en plus la tête dans le guidon de l'opérationnel, la chose semble parfois impossible.

« La question n'est pas de savoir si le chef d'entreprise a le temps d'apprendre une langue. C'est une question d'arbitrage ! Est-on prêt à faire l'investissement, qui n'est pas uniquement que financier ? », développe Philippe Incagnoli, directeur marketing de Wall Street Institute. Quand il y a des marchés potentiels au bout, cet arbitrage peut être vite réglé.

« Tout est question de priorité. Les journées pourraient bien faire 48 heures que l'on trouverait de toute façon à les occuper, confirme Thomas Cross, P-dg de Sogedev, un cabinet spécialisé en recherche de financements pour les entreprises, disposant de plusieurs implantations en France (Paris, Toulouse, Nantes, Strasbourg, Lyon et Aix-en-Provence) et présent à l'international depuis 2012.



Pas toujours évident de dégager des heures pour apprendre une langue !

« Lorsque nous avons décidé de nous implanter au Brésil, l'apprentissage du portugais a rapidement été une priorité pour mon associé et moi-même. Lors de notre premier déplacement, nous nous étions en effet trouvés en face d'un mur d'incompréhension. Les Brésiliens parlent très peu l'anglais et l'espagnol, encore moins le français. Par respect pour nos collaborateurs sur place et pour qu'ils

se sentent vraiment intégrés au groupe, nous avons donc dégagé le temps minimum nécessaire pour inclure l'apprentissage du portugais dans nos emplois du temps », poursuit le dirigeant.

Concrètement, les deux associés prennent des cours individualisés avec une formatrice brésilienne à raison de deux heures par semaine, le lundi de 17 h à 19 h. « En fin de journée, c'est mieux. Cela nous

laisse le temps de faire toutes les choses principales que l'on doit faire dans la journée. Après on a aussi les contraintes de la formatrice qui ne peut pas venir de 19h à 21h, même si nous aurions été potentiellement intéressés », explique le P-dg de Sogedev.

## En immersion... mais jamais coupé de l'entreprise

Trop occupé la journée pour s'engager dans des cours hebdomadaires, le P-dg de Tra-C Industrie à Lyon a, lui, privilégié l'immersion pendant une semaine à Londres. « C'est une bonne formule. Bien entendu, il faut programmer cette semaine d'immersion bien en amont et essayer de la placer quand l'activité de son entreprise est la moins dense. Après, on peut toujours travailler sur place. Avec internet, j'ai pu continuer à gérer mon entreprise à distance. Cela demande une petite organisation. Tous les matins avant les cours, je consultais et traitais les mails de la veille. Je restais joignable en cas d'urgence », conclut le dirigeant.

## Les idées reçues à combattre

En matière d'apprentissage des langues, on trouve de nombreuses idées reçues. En voici quatre qui ressortent fréquemment de la bouche des chefs d'entreprise.

### « Les Français ne sont pas doués pour les langues »

Certains peuples, à l'image des Slaves, seraient plus doués que d'autres pour l'apprentissage des langues, et les Français, bien à la traîne. Un cliché ! « Les Français souffrent plutôt de ne pas avoir un rapport « plaisir » avec l'apprentissage des langues », corrige Philippe Incagnoli, directeur marketing de Wall Street Institute. Donc, pas de « malédiction génétique » nationale : avec de la méthode, de la volonté et de la persévérance, le Français est tout aussi capable d'apprendre une langue étrangère qu'un Slave !

### « Je n'ai pas le temps ! »

Par essence même, le chef d'entreprise n'a pas le temps ! Entre la gestion quotidienne de son entreprise, les rendez-vous d'affaires et la vie de famille, il n'est pas facile d'inclure l'apprentissage

d'une langue dans son emploi du temps. Mais c'est totalement possible si le chef d'entreprise fait les bons arbitrages dans ses obligations professionnelles !

### « Je suis trop vieux »

Les enfants seraient donc les seuls à pouvoir apprendre ? Cette croyance populaire qui entretient l'idée d'un « âge d'or » pour l'apprentissage n'est pas fondée. Certes les enfants sont de véritables « éponges », mais ils ne possèdent pas les capacités d'attention et de concentration accrue d'un adulte, ô combien nécessaires pour l'apprentissage des langues.

### « J'ai des collaborateurs qui parlent très bien la langue »

S'entourer de collaborateurs qui maîtrisent les langues ne dispense pas le chef d'entreprise d'apprendre une langue étrangère ! Même s'il ne négocie pas lui-même les contrats, il doit être en mesure d'entretenir un minimum de relations avec les salariés de ses filiales. C'est capital pour la cohésion d'équipe et le sentiment d'appartenance à un groupe.

## • TÉMOIGNAGE

### « Améliorer mon français pour développer ma clientèle »



Elizabeth Doyle, co-dirigeante d'Aves Formation.

« Je suis originaire des États-Unis. Je suis arrivée en France il y a seulement trois ans. J'ai d'abord travaillé comme enseignante dans une école

primaire à Caen avant d'être embauchée dans un centre de formation en langues à Saint-Étienne. Ce centre a fermé, mais j'ai décidé avec mes deux associés de reprendre le portefeuille clients et de lancer la société Aves Formation.

Depuis quatre mois, je suis passée du statut de formatrice à celui de chef d'entreprise. Je ne me contente plus seulement de donner des cours d'anglais, je dois aussi traiter des mails, négocier et convaincre des clients... C'est difficile à gérer au quotidien d'autant que je suis assez perfectionniste. Il faut 10 ans pour être parfaitement bilingue et aujourd'hui je me rends compte que j'aurais bien besoin de perfectionner mon français pour me sentir plus à l'aise avec les clients et être au final plus convaincante.

J'envisage donc de prendre des cours de conversation à la rentrée pour améliorer mon français et développer ainsi ma clientèle ».

## • LES POINTS CLÉS

> **Ciblez la ou les langues à apprendre.** En fonction de vos objectifs de développement à l'international, déterminez la ou les langues qui apporteront une plus-value à votre projet d'entreprise.

> **Dégagez-vous du temps.** Le temps c'est de l'argent... Mais cela peut aussi être un investissement ! Même si votre emploi du temps est chargé, essayez de vous dégager un peu de temps pour apprendre une langue et, surtout, soyez constant. Le jeu en vaut la chandelle !

> **Optez pour la formule qui vous correspond.** Il n'y a pas de bonne et de mauvaise méthode pour apprendre une langue étrangère. La bonne méthode, c'est celle qui vous correspond. Si vous êtes plutôt adepte du travail régulier, optez pour une formation longue durée. Si votre façon de fonctionner, c'est l'intensif, alors le séjour linguistique en immersion est une voie à considérer.