

Lisbeth Verstraete-Hansen

En route vers le *tout-anglais*? **Pratiques et représentations des langues étrangères dans les entreprises danoises**

Resumé

For danske virksomheder er international kommunikation et overvejende engelsksproget fænomen. Nærværende artikel søger – med afsæt i spørgeskemaundersøgelsen *Sproglige kompetencer i den globale økonomi* udarbejdet af Dansk Industri og Copenhagen Business School – at belyse årsagen til denne beskedne interesse for andre fremmedsprog end engelsk.

I artiklens første afsnit fokuseres på de holdninger og praksisser, der ligger bag virksomhedernes vurdering af deres fremtidige behov for fremmedsprog, hvorefter der ses på virksomhedernes oplevelse med sproglige barrierer i den internationale samhandel. Over 40% af de medvirkende virksomheder oplever problemer, som de tilskriver manglende sproglige kompetencer hos deres udenlandske samhandelspartnere.

Vi ser, at virksomhedernes oplevelse af sproglige barrierer forstærkes, når kilden til problemet identificeres som de udenlandske partners manglende engelskkundskaber. Men trods disse erfaringer anser virksomhederne andre fremmedsprog end engelsk for at være den mindst nødvendige erhvervshumanistiske medarbejderkompetence i international samhandel, og de vurderer ikke, at de i fremtiden vil få større behov for medarbejdere med en sproglig uddannelse. På den baggrund foreslår artiklen at se danske virksomheders holdning til fremmedsprog som udtryk for “anglo-centrisme”, således som det er defineret af R. Phillipson.

I artiklens sidste del perspektiveres virksomhedernes “anglo-centrisme” i forhold til den sprogopfattelse, man kan se udtrykt i officielle dokumenter (den danske regerings såkaldte *Globaliseringsrapport*) og institutionelle reformer som f.eks. den seneste gymnasireform fra 2005.

Pour la plupart des entreprises danoises, la communication internationale est un phénomène largement identifié à l'anglais, qu'il s'agisse de leur pratique actuelle ou de l'évaluation de leurs besoins futurs. Certes, l'usage de l'anglais crée des problèmes dans les pays où cette langue n'est pas la langue maternelle, mais les entreprises n'envisagent pas pour autant un changement de stratégie. Comment expliquer cette absence de considération pour toute autre langue étrangère que l'anglais dans les entreprises danoises? Telle est l'interrogation fondamentale de la présente étude basée sur l'enquête électronique *Compétences linguistiques dans l'économie globale* réalisée en collaboration avec la fédération des entreprises danoises, Dansk Industri (DI).

Après une brève présentation de l'enquête, j'essaierai de dégager la représentation des langues étrangères qui sous-tendent la perception qu'ont les entreprises de leurs besoins linguistiques. Par la suite, ces besoins seront confrontés à la réalité des pratiques et des expériences des entreprises. Pour terminer, les résultats de l'analyse seront considérés à la lumière des discours politiques ayant précédé les récentes réformes du système de l'éducation danois.

Il convient de souligner, d'entrée de jeu, que le terme “besoin” n'est pas simple à manier dans le cadre d'une enquête quantitative fondée sur la perception subjective des répondants. En effet, rien ne permet d'affirmer que les entreprises sont toujours cons-

cientes de leurs besoins. Pour mieux contourner le problème de l'éventuel décalage entre la perception subjective des répondants et les situations objectives qu'ils sont priés de commenter, il m'a paru nécessaire de faire une distinction entre trois types de besoins. Pour ce faire, je me suis inspirée – tout en la simplifiant quelque peu – de la catégorisation proposée par Sonja Vandermeeren (Vandermeeren 2003). On distinguera donc ici entre:

- Besoin *objectif* (les conditions requises pour réussir la communication dans une langue étrangère).
- Besoin *subjectif ou reconnu* (la perception qu'ont les entreprises interrogées de leur besoin futur en langues étrangères).
- Besoin *non reconnu* (l'écart entre les deux premiers évalué en fonction du nombre plus ou moins élevé de problèmes de communication).

1. Besoins linguistiques dans les entreprises danoises

L'enquête à la base de cette étude a été réalisée courant octobre-novembre 2007 auprès d'un échantillon représentatif des entreprises danoises membres de DI. Sur l'échantillon de 957 entreprises tirées aléatoirement en fonction de leur taille, 312 ont répondu, et de celles-ci 267 ont déclaré travailler à l'international. Ce sont ces 267 entreprises qui constituent la base de l'analyse ici présentée.¹ Le résultat est représentatif des entreprises membres de DI, mais par rapport au tissu global des entreprises danoises, la catégorie d'entreprises employant plus de 100 personnes est surreprésentée dans l'étude.

L'enquête était divisée en trois sections dont la première était consacrée au profil linguistique de l'entreprise, à l'estimation du futur besoin en langues et les stratégies de recrutement envisagées; la deuxième section concernait la formation et le niveau d'études des employés possédant des compétences linguistiques ainsi que la gestion courante des activités impliquant les langues étrangères. La troisième section, enfin, focalisait sur les pratiques et les expériences avec les langues étrangères dans un contexte international.

Un rapide aperçu des compétences linguistiques actuellement représentées dans les entreprises peut fournir un canevas utile pour évaluer aussi bien les besoins subjectifs que les pratiques réelles des entreprises: l'anglais est omniprésent, tandis que l'allemand est représenté dans plus de 80% des cas, aussi bien dans les petites et moyennes entreprises (PME: moins de 250 employés) que dans les grandes entreprises (GE: plus de 250 employés). En ce qui concerne les autres langues, elles sont généralement moins bien représentées dans les PME que dans les GE. Ainsi, plus de la moitié des GE affirment avoir des compétences linguistiques en français contre seulement un petit tiers des PME. La différence est encore plus prononcée quand il s'agit de l'espagnol et de l'italien (respectivement 47,5% et 29,5% dans les grands établissements contre 13,6% pour l'espagnol et 7,3% pour l'italien dans les PME).

¹ Le traitement statistique des données a été effectué en collaboration avec *UNI-C Danmarks IT-center for uddannelse og forskning* (Centre danois d'information technologique pour l'enseignement et la recherche).

En ce qui concerne le besoin futur en langues étrangères, plus de la moitié (53,2%) des entreprises interrogées travaillant à l'international déclarent avoir besoin de compétences linguistiques supplémentaires dans les années à venir (voir Tableau 1).

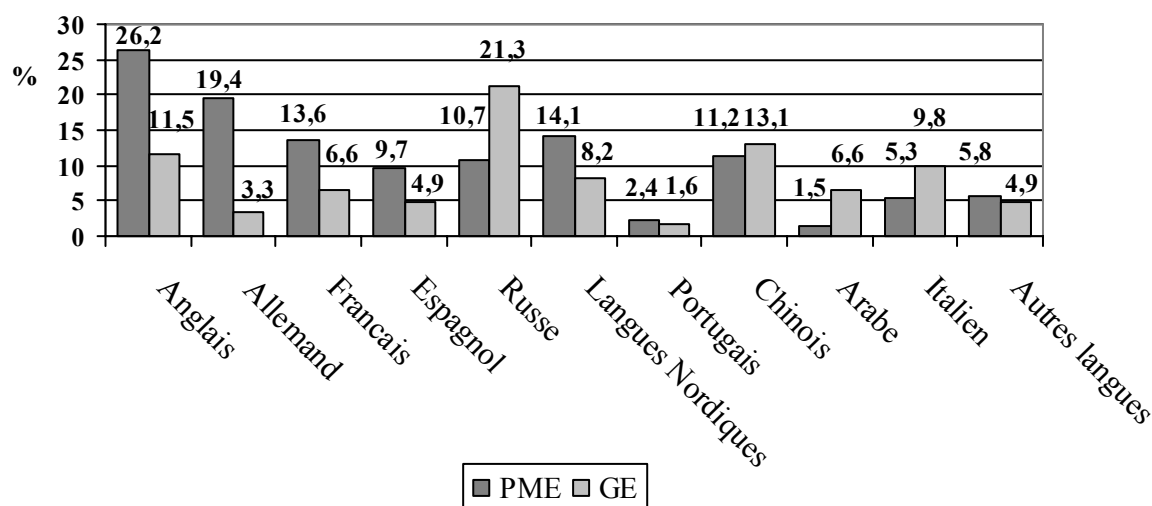


Tableau 1: “De quelle(s) langue(s) l'entreprise pourrait-elle avoir besoin dans les années à venir?”
Basé sur les réponses des 52,3% des entreprises ayant déclaré avoir besoin de compétences linguistiques supplémentaires (Possibilité de cocher plusieurs cases)

Les PME recherchent avant tout des compétences en anglais (26,2%), puis en allemand (19,4%), en langues nordiques (14,1%) et en français (13,6%), tandis que le chinois et le russe sont recherchés respectivement par 11,2% et 10,7% des PME. Ce sont justement ces deux langues que les GE recherchent le plus actuellement: 21,3% des GE indiquent un grand besoin futur du russe, qui est suivi du chinois (13,1%). L'anglais est demandé par 11,5%, tandis que le français (6,6%), l'espagnol (4,9%) et surtout l'allemand (3,3%) sont moins demandés.

La question qui se pose automatiquement par la suite est celle de la stratégie de recrutement envisagée par les entreprises. À cet égard, les diplômés issus des filières langues n'entrent pas souvent en ligne de compte. C'est ce qu'indique le Tableau 2 (ci-dessous) qui, conjugué au Tableau 1, contribue à cerner ce qui a été défini plus haut comme le besoin subjectif (ou reconnu) des entreprises.

On observe ici la même tendance dans toutes les entreprises: quelque soit leur taille, elles ne recherchent que dans des proportions modestes le profil linguistique fort caractéristique des filières langues traditionnelles. En effet, les réponses témoignent d'une nette préférence pour des employés combinant des compétences linguistiques avec des compétences techniques.

On peut donner à ce choix plusieurs explications possibles dont d'aucuns sont d'ordre économique tandis que d'autres relèvent davantage de la représentation qu'on se fait des langues étrangères dans les entreprises.

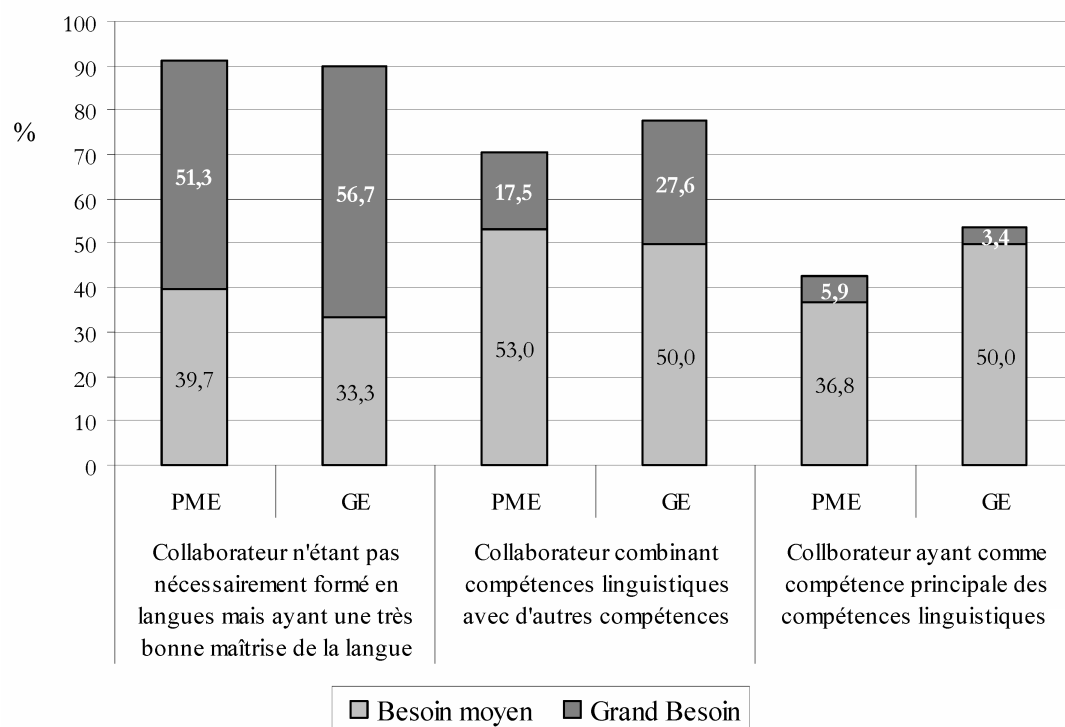


Tableau 2: “De quel type de collaborateur l'entreprise aura-t-elle besoin et comment estimez-vous ce besoin (grand, moyen)?”

En ce qui concerne l'aspect économique, il est probable que le recrutement d'un employé exclusivement occupé par des tâches linguistiques – lesquelles n'ont peut-être pas toujours un volume assez important pour justifier un poste à temps plein – représente un coût trop élevé, à moins que l'employé puisse participer à d'autres activités dans l'entreprise. Par conséquent, le profil idéal est plutôt pluridisciplinaire.

Une autre explication pourrait tenir au fait que les entreprises doutent de la valeur (non seulement dans le sens de rentabilité économique mais aussi dans celui de teneur académique) du savoir acquis dans les filières langues. À titre d'exemple, un répondant a déclaré: “Nous avons régulièrement besoin de compétences linguistiques, le plus souvent combinées avec d'autres compétences, puisque les langues, ça s'apprend”.² Comment interpréter cette remarque, puisque le droit, les sciences politiques et économiques, la technologie, l'informatique, le génie civil, cela s'apprend aussi? Avançons l'hypothèse que ce qu'exprime ce répondant, c'est l'idée que, contrairement aux études techniques, scientifiques, économiques ou juridiques, une bonne maîtrise des langues s'obtient facilement en dehors de l'université (voyages, séjours à l'étranger, etc.).

On peut donc voir dans les réponses à la fois un doute sur la rentabilité des compétences en langues étrangères et une sorte de méconnaissance des efforts que demande effectivement une connaissance approfondie de tous les aspects (linguistiques, socio-culturels et historiques) qui concourent à faire des études des langues étrangères des disciplines académiques à part entière. Envisagé sous cet angle, le Tableau 2 peut être interprété comme l'indicateur d'une représentation de compétences linguistiques comme des compétences n'étant pas en soi génératrices de bénéfice.

² Toutes les traductions de l'enquête sont de moi, LVH.

De fait, le rôle joué par les langues étrangères dans l'économie de l'entreprise est peu visible, et on ne trouve au Danemark aucune étude réalisée dans ce domaine³. L'enquête n'était pas conçue pour éclairer cet aspect-là, mais elle fournit cependant une série de repères qui suggèrent que, du point de vue de la stratégie de communication internationale, la gestion des ressources linguistiques n'est pas optimale dans les entreprises danoises. En effet, même si les entreprises déclarent avoir des compétences linguistiques diversifiées, elles sont loin de les mobiliser dans la communication internationale.

2. Pratiques et expériences en contexte international

En ce qui concerne l'utilisation des langues étrangères sur les marchés internationaux, près de 60% des entreprises interrogées (59,7% des PME et 57,4% des GE) déclarent utiliser exclusivement l'anglais dans leur communication avec leurs partenaires hors du Danemark (Tableau 3 ci-dessous).

Seulement 8,7% des PME et 4,9% des GE déclarent utiliser exclusivement la langue de leur partenaire commercial, tandis que 26,2% des PME et 34,4% des GE pratiquent une alternance entre l'anglais et la langue du pays en question. On pourrait additionner les deux dernières catégories, mais cela ne modifie pas de manière décisive l'image dessinée par ce tableau, à savoir qu'une minorité d'entreprises utilise d'autres langues que l'anglais dans leurs relations internationales.

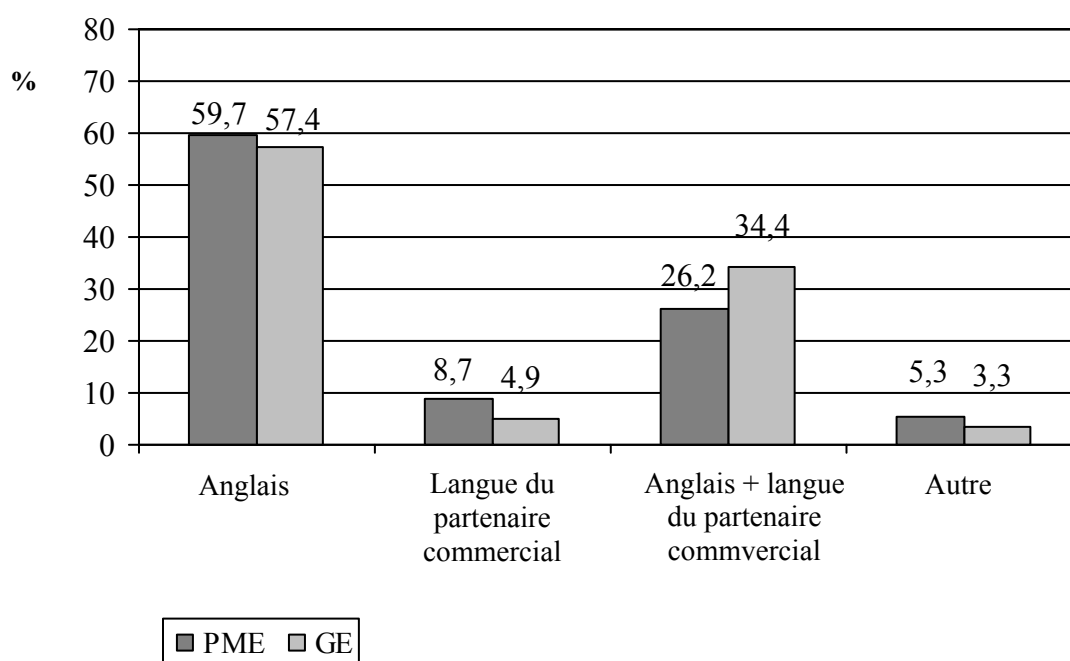


Tableau 3: Quelle est la langue principalement utilisée dans les relations avec vos partenaires les plus importants?

³ Les résultats des recherches pionnières menées à l'Université de Genève dans le cadre du projet LEAP permettront de mieux connaître cet aspect précis de "l'économie des langues". Pour plus de détails sur ce projet, voir Grin/Sfreddo/Vaillancourt (2007).

Quand on demande aux entreprises pourquoi elles n'ont pas recours à la langue de leur partenaire, elles répondent que ce n'est pas nécessaire, parce que leurs interlocuteurs internationaux connaissent bien l'anglais. Sur la base de ces réponses, on serait tenté de conclure que tout va pour le mieux dans le meilleur des mondes des entreprises et que l'anglais est tout simplement devenu *la* langue qui marche dans les affaires internationales. Qu'on se détrompe!

Dans la section de l'enquête consacrée aux "Pratiques et expériences avec les langues étrangères dans l'entreprise", on trouve deux questions qui, à un niveau général, concernent des situations de communication vécues comme problématiques et qui permettent de se faire une idée de l'écart entre la pratique actuelle des entreprises et les conditions requises pour réussir la communication dans une langue étrangère (ce qui a été défini plus haut comme le *besoin objectif*):

- a) Avez-vous fait l'expérience qu'un manque de compétences linguistiques constitue une barrière pour les activités internationales de l'entreprise?⁴
- b) Est-ce que l'entreprise a fait l'expérience de problèmes de communication qui peuvent être attribués à un manque de compétences linguistiques chez votre partenaire commercial?

Les réponses se répartissent ainsi:

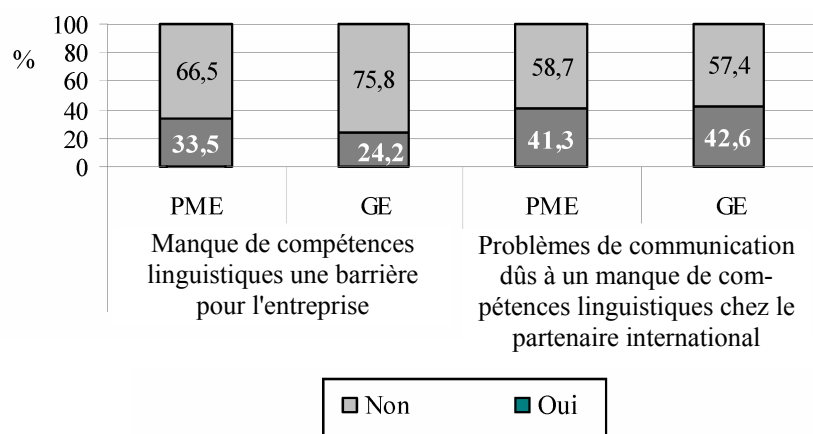


Tableau 4: Expérience de barrières linguistiques

Dans les deux cas, les réponses affirmatives expriment la perception subjective d'une situation où une sorte de "bruit" ou de "brouillage" a perturbé la communication. Ce qui diffère dans les deux questions, c'est la localisation de la source de ce bruit: dans le premier cas, elle se situe dans l'entreprise danoise, dans le deuxième cas chez le partenaire international.

Les résultats indiquent que la perception de barrières linguistiques – ou de problèmes de communication liés à un manque de compétences linguistiques – se renforce lorsque la formulation de la question situe la source du brouillage *ailleurs* que dans l'entreprise.

⁴ Les difficultés se manifestent de diverses manières: l'entreprise a tantôt perdu des marchés, tantôt renoncé à promouvoir ses activités sur un marché donné, tantôt – et surtout – elles éprouvent de sérieuses difficultés dans des situations de négociation.

Dans les commentaires, qui accompagnent cette réponse, les répondants expliquent que le problème est parfois dû à des différences culturelles. Mais le plus fréquemment, les commentaires constituent des variations sur le thème: “À l'étranger, ils ne maîtrisent pas suffisamment l'anglais”. Ci-dessous quelques exemples où le répondant a d'abord indiqué le(s) pays où il a connu des difficultés, ensuite l'origine des problèmes:

- “France: manque de compétences linguistiques”.
- “France, Pologne, Espagne: les partenaires commerciaux ne connaissent pas toujours l'anglais”
- “Pays francophones: marchés perdus”.
- “Russie: Mauvaises compétences en anglais en Russie. A crée de l'incertitude au sujet de la base d'un accord sur un marché important”.
- “Espagne, Italie, et à un degré moindre la France: Difficile de vendre si pas suffisamment de compétences linguistiques.”
- “Turquie, Finlande, Allemagne: Manque de compétences en anglais chez les acheteurs”.
- “Allemagne: Problème de compréhension”.

Ces commentaires indiquent que la communication internationale constitue un défi de taille pour les entreprises mais, aussi, que les entreprises n'ont peut-être pas pris la mesure de ce défi. En effet, on repère une tendance à placer la responsabilité de la communication manquée sur les défaillances linguistiques de l'autre, c'est-à-dire sur le manque de compétences en anglais hors du Danemark!

On touche ici à une différence d'attitude par rapport à ce que donnent à lire des enquêtes plus anciennes sur les langues étrangères dans les entreprises danoises. Par exemple, en 1992, le rapport sur l'enquête FLAIR (projet piloté par M. Stephen Hagen) cite un répondant danois qui constate que l'entreprise ne parvient plus à écouler son produit sur le marché français depuis le départ du seul collègue francophone (Grinsted 1992). Ici, le répondant considère que les compétences linguistiques présentes dans l'entreprise danoise jouent un rôle décisif pour la réussite de la communication alors que quinze ans après, on repère une tendance à considérer que l'anglais a définitivement acquis le statut de langue de commerce sur les marchés internationaux et que l'adoption de la langue du client n'est plus une nécessité (apparemment ni en termes de courtoisie ni comme possible stratégie de différenciation).

Si on pousse ce raisonnement jusqu'au bout, on pourra dire que les entreprises danoises sont confrontées à des problèmes parce que les Espagnols parlent espagnol, les Français le français, etc. L'attitude des entreprises danoises peut alors être considérée comme une expression d'“anglocentrisme” dans le sens défini par Robert Phillipson:

The term of *anglocentricity* has been coined by analogy with *ethnocentricity*, which refers to the practice of judging other cultures by the standards of one's own. There is a sense in which we are inescapably committed to the ethnocentricity of our own world view, however much insight and understanding we have of other cultures [...]. Anglocentricity takes the forms and functions of English, and the promise of what English represents or can lead to, as the norm by which all language activity or use should be measured. It simultaneously devalues other languages, either explicitly or implicitly. (Phillipson 2000 [1992]: 47-48)

Taxer l'attitude des entreprises danoises d'«anglocentriste» est une manière de dire que les entreprises, en faisant de l'anglais la norme de toute pratique linguistique, dévaluent simultanément l'importance des autres langues étrangères. Cette affirmation se voit étayée par les réponses données à la question qui priait les répondants de classer, par ordre de priorité, les compétences qui leur semblaient les plus importantes pour leur entreprise dans les relations internationales, ce qui a donné le résultat suivant (1 = le plus important, 7 = le moins important):

- 1) Savoir technique sur le produit à vendre.
- 2) Sens des affaires.
- 3) Qualifications linguistiques en anglais.
- 4) Compréhension interculturelle.
- 5) Sens du marketing.
- 6) Compétences sociales.
- 7) Connaissance de la langue du pays concerné.

Tableau 5: Quelles sont, selon vous, les compétences les plus importantes pour votre entreprise dans les relations internationales?

On voit ici que, malgré la constatation de compétences insuffisantes en anglais à l'étranger, les entreprises considèrent que la connaissance d'une langue étrangère autre que l'anglais est la compétence la moins utile dans le commerce international.

De même, en dépit des barrières linguistiques rencontrées, les entreprises danoises estiment ne pas avoir un besoin accru d'employés ayant une formation en langues étrangères: parmi les 31,5% des entreprises ayant déclaré être confrontées à des barrières linguistiques, près d'un tiers estime ne pas avoir besoin de compétences linguistiques supplémentaires.

Les tableaux 4 et 5 ont livré des éléments importants pour répondre à l'interrogation fondamentale de la présente étude. En effet, il me paraît fondé de soutenir que les langues étrangères autres que l'anglais ne sont pas considérées, par les entreprises danoises interrogées dans le cadre de cette enquête, comme un facteur susceptible de faire la différence entre la réussite et l'échec dans les relations internationales, c'est-à-dire comme un avantage concurrentiel. Ce qui explique, entre autres, pourquoi le facteur linguistique pèse de si peu de poids dans les pratiques de recrutement (cf. Tableau 2).

Cependant, étant donné que plus de 40% des entreprises interrogées se heurtent à des barrières linguistiques, il me paraît également fondé d'avancer qu'entre les besoins objectifs des entreprises danoises (les conditions requises pour réussir la communication dans une langue étrangère) et les besoins subjectifs (la perception qu'ont les entreprises interrogées de leur besoin futur en langues étrangères), il existe un *besoin non reconnu* de compétences linguistiques. Un besoin non reconnu par les entreprises – et pas davantage par les responsables nationaux de la politique linguistique et éducative.

En effet, l'anglo-centrisme fait l'objet d'un consensus social observable à plusieurs niveaux de la vie publique où des acteurs puissants défendent l'idée que l'anglais suffit à «relever les défis de la mondialisation» – pour reprendre les termes galvaudés du débat public. Ci-dessous quelques exemples en guise de conclusion.

3. En guise de conclusion: le *tout-anglais* pour “relever les défis de la mondialisation”!

Depuis une dizaine d'années, le terme “globalisation” (ou mondialisation) est un des mots les plus fréquemment utilisés dans le débat public danois où il est, le plus souvent, accompagné de celui de “défis”. Ce dernier terme couvre des phénomènes légèrement inquiétants comme les délocalisations, les pertes d'emplois, la montée en puissance des pays comme la Chine, l'Inde, la Russie et le Brésil, et la menace que cela représente pour la compétitivité européenne. Et puis, il y a l'aspect linguistique de la mondialisation présentée comme une réalité principalement anglophone, ce qui débouche sur un discours qui reconnaît à l'anglais le statut de *lingua franca* dans tous les domaines considérés comme essentiels pour le renforcement de la compétitivité nationale, c'est-à-dire le monde des entreprises, le système de l'éducation et les institutions de savoir.

Ce parti-pris du *tout-anglais* est particulièrement visible dans le rapport publié par le gouvernement danois en 2006 sous le titre *Progrès, innovation, sécurité. Stratégie pour le Danemark dans l'économie globale* (mieux connu sous le nom de *Rapport de la globalisation*). Un des objectifs déclarés de ce rapport visant à faire du Danemark un des pays les plus compétitifs du monde, est l'adaptation du système de l'éducation aux besoins des entreprises. Les priorités du gouvernement sont donc la lecture/l'écriture du danois, les mathématiques, les sciences et – en vue d'assurer la perspective globale de l'enseignement – l'anglais:

[...] des compétences linguistiques ainsi que des connaissances sur des cultures et sociétés étrangères sont essentielles pour une participation active dans la société marquée par la mondialisation. Il s'agit de compétences fondamentales dont les bases doivent être posées avant l'entrée au lycée. C'est pourquoi l'enseignement de l'école fondamentale [de 6 à 15 ans] doit avoir une perspective globale. L'enseignement de l'anglais doit être renforcé. (*Fremgang, fornyelse og tryghed* 2006: 21)

On remarque le lien de causalité établi entre les deux dernières phrases: la perspective globale est renforcée par le biais de l'anglais bien que, à plusieurs reprises, la nécessité de donner aux jeunes une bonne compréhension d'autres langues et cultures est soulignée. Seulement, quand on en vient aux recommandations concrètes, le pluriel des déclarations d'intentions [langues et cultures] est systématiquement remplacé par le singulier qui égale “anglais”. À titre d'exemple quelques recommandations pour les écoles (c'est moi qui souligne dans tous les exemples):

- 1) Il faut encore renforcer le niveau en anglais aux lycées et dans les écoles techniques (ibid. 49).
- 2) Il faut proposer plus de matières et plus de cours importants en anglais (ibid. 49).
- 3) Il faut obliger les écoles à utiliser du matériel en anglais dans les différentes matières (ibid. 50).
- 4) Les écoles techniques et les lycées doivent, plus qu'aujourd'hui, établir des accords avec des écoles dans d'autres pays et faire venir davantage de professeurs invités ayant des langues utiles, notamment l'anglais (ibid. 50).
- 5) Stratégie pour l'internationalisation: [...] toile [‘web’] en anglais (ibid. 50).

Aucune autre langue que l'anglais n'est mentionnée dans le rapport qui synthétise assez fidèlement le discours sur les langues tenu par chefs d'entreprises et décideurs politiques depuis, au moins, le début du XXI^e siècle.⁵

Les effets sociaux du discours anglocentriste sont patents. L'anglocentrisme est allé de pair avec un intérêt décroissant pour toutes les autres langues étrangères dans le système de l'éducation.⁶

Une étude récente (Lauridsen 2008) a démontré, chiffres à l'appui, que le nombre d'élèves qui renoncent à étudier une deuxième langue étrangère (après l'anglais qui est obligatoirement la première langue étrangère) dans l'enseignement secondaire est en hausse et, de fait, on n'a jamais vu aussi peu d'étudiants se diriger vers les filières langues dans l'enseignement supérieur. On voit difficilement comment cela pourrait changer étant donné que la récente réforme des lycées entrée en vigueur en 2005 a réduit la proportion d'élèves ayant plus de deux langues étrangères dans leur programme du baccalauréat de 41 à 6%. La base de recrutement pour les filières langues de l'enseignement supérieur s'est donc singulièrement rétrécie depuis 2005.

Reste à se demander si la stratégie détaillée dans le *Rapport sur la globalisation* nous a engagés sur la bonne voie? Est-ce que la liquidation de la diversité linguistique au profit du seul anglais est le bon choix pour améliorer la compétitivité des entreprises danoises? Et est-ce que celles-ci optent pour la meilleure stratégie possible en misant sur l'anglais à un moment où les contacts entre agents économiques sont plus intenses que jamais? La réponse n'est pas aisée. Mais la tendance générale qui se dégage de l'enquête – où l'usage de l'anglais a créé des problèmes pour plus de 40% des entreprises danoises interrogées – laisse penser que le maintien d'un enseignement efficace et approfondi d'un certain nombre de langues étrangères *autres que l'anglais* est tout sauf un luxe superflu pour la société danoise!

Pour en arriver là, à un enseignement ouvert à la diversité linguistique, il faudrait opérer un véritable retour en arrière, ce qui présuppose toutefois un profond changement d'attitude envers les langues. Et c'est bien là que réside, à mon sens, un des plus grands défis que pose la mondialisation à la société danoise: dans la question de savoir comment et par où il faut commencer pour en finir avec l'attitude du *tout-anglais* – non seulement dans le monde des entreprises mais dans la société toute entière.

4. Ouvrages cités

Fremgang, fornyelse og tryghed. Strategi for Danmark i den globale økonomi. April 2006. København: Regeringen.

Grin, F./Sfreddo, C./Vaillancourt, F. (2007): *Langues étrangères dans l'activité professionnelle (LEAP)*. Genève: Université de Genève. www.unige.ch/eti/recherches/groupe/elf/recherche-activite/projets-en-cours/LEAP/RappInt-PoPo-v4.pdf.

⁵ Certes, des points de vue opposés se font également entendre, mais comme le plus souvent ils viennent du côté des institutions vouées à la défense de la langue danoise, des associations des professeurs des langues étrangères, des traducteurs et des enseignants de langues, on leur accorde moins de crédit que lorsqu'ils viennent du côté du patronat par exemple.

⁶ À l'exception notable du chinois proposé dans un nombre croissant d'établissements.

- Grinsted, A. (1992): *Foreign language analysis in industrial regions of Europe*. Kolding, Det erhvervsproglige Forskningsinstitut, Handelshøjskole Syd.
- Lauridsen, E. (2008): *Andet fremmedsprog i folkeskolen. Del 1: Hvad siger tallene?* Aarhus: Institut for Sprog, Litteratur og Kultur, Aarhus Universitet.
- Phillipson, R. (2000) [1992]: *Linguistic imperialism*. 5th impr. Oxford: Oxford University Press.
- Vandermeeren, S. (2003): German language needs in Danish companies. In: *Hermes. Journal of linguistics – Revue de linguistique – Tidsskrift for Sprogforskning – Zeitschrift für Linguistik*, 31-2003, 13-29.