

Table ronde 1 : Le français : atout sur le plan de la carrière professionnelle.

Participants : **Ariola GORICA**, Responsable du Département Communication et Marketing de la Société Générale Albania (Albanie), **Lilit MARTIROSYAN**, Responsable des relations publiques/communication, Orange Arménie (Arménie), **Olivier PRADO**, PDG de Global Phonig Group, (CCI France Moldavie), **Krassimir PASKALEV**, Directeur financier et administratif de Pnevmatika Serta (Bulgarie)

Animateur : Prof. **Aleksander XHUVANI**, Directeur de l'Institut Français de Gestion de Tirana (Albanie)

Compte rendu de la table ronde

A travers les témoignages des participants cette table ronde s'est proposée de dresser un tableau actuel des possibilités d'insertion professionnelle des jeunes francophones dans le monde des entreprises tout en mettant au premier plan les atouts ou les difficultés du fait d'être francophone pour se placer bien au marché du travail dans la région d'Europe centrale et orientale.

En premier lieu les intervenants se sont mis d'accord que pour connaître un développement durable et une expansion vers plusieurs marchés les entreprises doivent embrasser le multilinguisme. Ces impératifs concurrentiels peuvent être considérés comme favorables à l'employabilité des francophones mais à condition que ces derniers combinent leur maîtrise du français avec celle de l'anglais dans la plupart des cas. Le recours à l'anglais, même pour les entreprises francophones implantées à l'étranger, est motivé par leurs stratégies d'expansion vers d'autres marchés étant donné que l'anglais jouit du statut d'une langue de travail à l'échelle mondiale.

Pourtant être francophone est évidemment un atout, une obligation même lorsqu'il s'agit de poursuivre sa carrière professionnelle dans une entreprise francophone. C'est une nécessité d'abord au niveau communicatif et socioculturel et le plus souvent une condition essentielle pour profiter des stages et des formations offerts par l'entreprise. De cette manière la maîtrise du français s'avère un facteur non seulement pour l'insertion professionnelle réussie mais aussi pour l'avancement.

Les participants ont donné de multiples exemples de leur politique de sélection et de formation des cadres, censée motiver les candidats ou les employés déjà embauchés à opter pour le français et à s'y perfectionner constamment. Pourtant les efforts des entreprises dans ce domaine révèlent de nombreuses difficultés. En premier lieu on constate un niveau du français insuffisant ou dans la majorité des cas peu adapté aux besoins spécifiques de l'entreprise. Les employeurs se trouvent dans l'obligation d'organiser leurs propres cours de formation pour familiariser le jeune personnel avec la terminologie indispensable. Cette constatation démontre encore une fois la nécessité d'améliorer les liens entre les systèmes éducatifs et le monde des affaires.

Cependant arriver à une meilleure cohérence entre les programmes de formation francophones et les besoins du marché demande un plus grand nombre d'intervenants professionnels dans les universités qui sauraient procéder à la conception de curricula appropriés ce qui n'est malheureusement pas le cas. Pour ce qui est de l'enseignement dans les lycées professionnels le problème de l'absence de référentiels en langue française spécialisés est également présent.

Discussion

Les débats qui ont suivi la table ronde ont porté sur la motivation des jeunes d'apprendre le français et les perspectives réelles d'une insertion professionnelle grâce à la maîtrise de la langue

française dans le contexte économique de la région de l'Europe centrale et orientale. On a constaté un nombre relativement faible d'entreprises francophones qui choisissent à s'implanter dans les pays de la région ce qui ne favorise certainement pas l'ambition des jeunes à étudier la langue française. De plus, les entreprises déjà installées dans la région, le plus souvent accordent au français le statut d'une seconde langue au profit de l'anglais qui est la langue de travail, donc un critère obligatoire de la sélection du personnel.

Un autre facteur démotivant est que le français est considéré comme une langue élitaire, une langue de distinction que l'on choisit plutôt par amour que par l'idée des débouchés professionnels possibles. Lors de la discussion ont été avancées des opinions ainsi que des pistes pour accroître l'importance du français en vue d'une employabilité plus marquée pour les francophones dans les pays de la région. Pour y parvenir on a besoin des efforts conjugués des entreprises et des institutions d'enseignement à tous les niveaux. En ce sens il faut accorder une plus grande attention aux petites entreprises qui seraient plus aptes à promouvoir le français que les grands groupes. Il faut également envisager plus de formations courtes (par exemple du type BTS – **B**revet de **T**echnicien **S**upérieur) afin de répondre aux besoins concrets du marché.

De même on a discuté vivement sur l'absence assez sensible du développement des curricula, des résultats de l'enseignement et respectivement de référentiels en français, faute de collaboration intense entre le monde des affaires et les établissements d'enseignement d'un profil professionnel.