

LASSOING IN LANGUAGES AT MANPOWER

In this contribution, Romain Hofer, Head of Marketing & Communication for Manpower, Switzerland, emphasizes the importance of foreign languages on the job and how future employees are screened for their language skills. He encourages young people to work abroad and return with both language and team-player skills in the spirit of "If you can make it there, you can make it anywhere"!

An interview with Romain Hofer | Manpower

Romain Hofer is the Head of Marketing and Communication for Manpower, Switzerland. He is from Lausanne, studied Business



Administration at the University of Lausanne and has, as well, spent many years in the German-speaking world as both a child and an adult in his work at UBS and Altran in Zurich. His daily work is in English, French and German: multilingualism is part of his "vie quotidienne". Même s'il peut des fois "s'arracher les cheveux" à cause de mauvaises traductions, il a toujours la tête pleine et ne risque pas de devenir chauve.

Humorvoll – Curious – Insightful – sont les mots qui me sont venus à l'esprit pendant mon entretien avec Romain Hofer, responsable Marketing et Communications chez Manpower Suisse.

Le but de cette interview était d'apprendre comment une entreprise comme Manpower évalue les compétences langagières de ses [futur-e-s] employé-e-s et de transférer les éléments valorisés par Manpower en principes pédagogiques. Même si Romain Hofer a clairement déclaré ne pas être pédagogue, ses remarques perspicaces peuvent nous faire réfléchir sur les liens entre travail et école.

Manpower, les jeunes, les langues...

Même si elle ne reçoit que peu de candidat-e-s sortant directement de formation, l'entreprise Manpower est proactive pour se faire connaître dans les gymnases, les écoles professionnelles et les écoles polytechniques, avec l'idée de pouvoir engager ces jeunes pour travailler avec ses clients dès qu'ils acquièrent une expérience minimale.

Manpower reçoit aussi les dossiers des candidats sans expérience professionnelle ou qui sortent de l'école et cherchent du travail temporaire. Ces personnes peuvent être engagées dans les domaines généralistes, par exemple dans les chaînes de productions ou les *life sciences*, mais moins dans des postes fixes et spécialisés. Selon les secteurs, Manpower administre des tests linguistiques (langues maternelles et étrangères) internes; ils demandent par exemple au candidat de corriger des lettres ou de suivre des instructions. Et puisque ce spécialiste des RH connaît les besoins des clients en ce qui concerne les langues, Manpower a ses propres mesures internes pour évaluer les compétences langagières des candidats.

Bulletins scolaires, ou..?

Dans le processus de recrutement, le recruteur est obligé de faire un scan rapide (il doit lire entre 100-200 CVs) et a rarement le temps de regarder les bulletins scolaires. Si la connaissance de la langue est un élément important demandé pour le poste, le fait d'avoir une codification améliorera les chances du candidat. Si le

candidat écrit simplement «allemand, je maîtrise plus ou moins l'écrit, et un petit peu l'oral», cela ne veut rien dire. S'il met «C1 en allemand», c'est déjà mieux pour le premier filtre, mais s'il a une attestation ou un examen du Goethe Institut ou TEOFL réalisé dans les 6 derniers mois, c'est encore mieux.

Séjours linguistiques, soft skills... Jawohl!

Manpower encourage les jeunes à faire soit un échange linguistique pendant l'école, soit un stage dans une autre région linguistique après l'école, avant d'entrer sur le marché du travail. Si le candidat peut dire qu'il a fait un séjour linguistique de 6 mois, c'est très bien reçu. L'apprentissage par immersion est bien plus valorisé qu'un certificat de langue, même si rien n'empêche de faire certifier le progrès qu'on y a fait par un examen.

Manpower préfère les stages comme forme d'échange parce qu'ils prouvent que les jeunes ont eu une première expérience de travail en équipe et dans une autre langue.

› Quand les jeunes entrent dans les entreprises, ils doivent d'abord montrer qu'ils peuvent s'intégrer dans l'équipe et suivre les étapes d'un projet (avec un début, une fin, des objectifs, des limites, un budget). S'ils peuvent le faire dans une langue étrangère, il y a de fortes chances qu'ils puissent le faire partout.

› La connaissance de la culture du pays est souvent importante pour nos clients. Il y des entreprises qui demandent que le candidat connaisse le pays de l'entreprise – il doit être capable de mener des conversations professionnelles (y compris à propos de la géographie, des structures politiques, etc).

› Dans le monde professionnel, si l'on passe 8 heures par jour dans une équipe, on parle d'autre chose que du travail: les candidats doivent donc être capables de mener des conversations sur tous les sujets!

Il faut donc davantage que la connaissance de la langue: il faut des connaissances culturelles et la capacité de s'intégrer rapidement. L'expérience en stage dans une autre langue en est une bonne indication.

L'école primaire/secondaire et le monde du travail..?

Aborder le thème du monde du travail dans l'enseignement des langues dès l'âge de 12-13 ans n'est pas trop tôt. Cette sensibilisation est importante: il est bien de parler de Heidi, mais il est plus pertinent de donner des exemples qui montrent *pourquoi* c'est un avantage de parler l'anglais, l'allemand et l'italien.

L'école peut simuler la situation post-scolaire et sensibiliser les enfants aux cultures et aux questions qu'ils peuvent poser à ce sujet, à la découverte des pays et de la cuisine locale.

L'école ne doit pas se focaliser sur la poésie, les choses trop abstraites pour les enfants. Il y a assez d'exemples concrets de personnes comme Stress, Roger Federer ou Noah Veraguth, qui maîtrisent les langues et évoluent dans des domaines sportifs ou culturels, et qui montrent pourquoi les langues sont importantes. De plus, si les jeunes sortant de l'école ont travaillé en groupe, ce n'est néanmoins pas la même chose que le travail en équipe dans un cadre professionnel: il faudra aussi faire davantage de projets en langues étrangères.

Manpower et les langues

Manpower est une entreprise spécialisée dans les secteurs de l'intérim et du recrutement. Au sein du groupe Manpower, elle est la seule ayant un site web en 4 langues (F/D/I/E); elle compte 60 antennes réparties dans 50 villes et 19 cantons, dans les 3 régions linguistiques de Suisse; chacun de ses 13 secteurs d'activités (service public, médical, etc...), de ses 6 métiers transversaux (administration, technique, ...) ont des besoins spécifiques concernant les langues: à Berne, c'est le français et l'allemand; à Zurich et Genève, c'est l'anglais qui domine. Manpower travaille avec des traducteurs, relecteurs et rédacteurs, mais «c'est un défi quotidien de pouvoir parler le même langage, d'avoir cette sensibilité. On a tous des mentalités différentes, et si on veut que le message passe bien, il ne faut pas seulement la même langue, mais le même langage; ce n'est pas une question de traduction.»

Il existe certainement des bases qu'on est obligés d'apprendre. Mais si on ne les contextualise pas, les mots ne vont pas être appris. Et pour contextualiser, il ne suffit pas de parler du temps qu'il fait. Il existe de nombreuses plateformes, pour tous les niveaux, qui traitent de l'actualité – on peut très bien parler des Grammy Awards ou des réfugiés dans les classes. Les mêmes articles qui ont paru dans les journaux se trouvent sur les sites en langage simplifié dont le vocabulaire est expliqué aux élèves – comme

L'apprentissage par immersion est bien plus valorisé qu'un diplôme de langue, même si rien n'empêche de faire certifier le progrès qu'on y a fait par un examen.

sur *BBC Learn English News Reports*. Il y a énormément d'outils. Il faut davantage penser «*out of the box*» et ne pas prendre les manuels comme guides. Ils sont trop «*trocken*», avec peu d'émotion, d'humour, et d'actualité – ce dont on a en revanche besoin dans les milieux professionnels. De plus, au travail on ne demande pas forcément la perfection – on a le droit de faire des fautes et de recevoir des explications. Les gens doivent se décomplexer: il faut oser parler, il ne faut pas avoir

peur. Ce n'est pas en se perfectionnant qu'on gravit les échelons dans le monde professionnel, c'est l'attitude qui compte. Dans la majorité des cas, on n'attend pas des bilingues parfaits pour un poste. Il est donc contradictoire de demander la perfection à l'école – que l'on enlève des points à cause d'accents oubliés. Dans le monde du travail, on est très content d'avoir des gens qui osent et qui peuvent communiquer. Si on est trop strict, on détruit la motivation.

Help wanted!

En règle générale, Manpower cherche des professionnels spécialisés – le niveau de langue est un filtre pour chercher les employés qui conviennent:

- Maîtrise du français médical indispensable
- Niveau d'allemand B1
- Maîtrise du français et de l'anglais indispensable, bilingues
- Anglais avancé
- Français: langue maternelle

Les clients demandent parfois que le candidat soit immédiatement opérationnel: par exemple, les grands hôpitaux ont souvent un besoin immédiat de spécialistes qui maîtrisent le français médical.