

LABEL DU BILINGUISME. AUDIT DE LA MAISON:.....

**Critères de visibilité et de communication vers l'extérieur
BILINGUISME INSTITUTIONNEL
Total = 60 points**

CRITERES	VALEUR IDEALE SOLL-WERTE	VALO- RISA- TION	Points attri- bués	INDICATIONS pour le contrôle des critères	REMARQUES
<p>Raison sociale. Visibilité externe de l'ENTREPRISE</p> <p>Critères d'entrée en matière</p>	<p>Français et allemand. Visibili- té et importance identiques. Check-List:</p> <ul style="list-style-type: none"> ➤ enseignes + logo ➤ en-têtes de papier à lettre et enveloppes ➤ bottin de téléphone ➤ reconnaissance fax ➤ présentation sur internet ➤ présentation de l'entreprise, rapports annuels, etc. ➤ annonces de journaux (sans offres d'emploi, celles-ci pouvant être ciblées selon la langue) 	<p>VERIFIER CHAQUE POINT DE LA CHECK-LIST, QUANT A L'EQUIVALENCE FRANÇAIS - ALLE- MAND. INVITER LES RESPONSABLES A REALI- SER CES CRITERES</p>	<p>20 POINTS LORSQUE LES CRITERES SONT REA- LISES, L'IDEE N'ETANT PAS D'ENLEVER DES POINTS POUR DES CRITERES NON REALISES, MAIS D'INCITER A LES REALISER</p>	<p>Veiller à une qualité identique du français et de l'allemand.</p> <p>Pour ce qui est du logo et de l'enseigne, ils correspondent en général à la raison sociale qui, elle, est donnée. On ne peut pas demander à une entreprise de changer sa raison sociale pour devenir davantage bilin- güe. Par contre, les textes ou éventuelles explications, préci- sions sous le logo doivent être bilingues, voire disponibles dans chacune des deux lan- gues.</p> <p>On attribue 20 points lorsque les conditions minimales d'ap- parence bilingue de l'entreprise sont réalisées. C'est l'idée du "tout ou rien": on n'entre en ma- tière que lorsqu'au moins pour ces critères premiers, le bilin- guisme, c'est-à-dire la recon- naissance que l'entreprise s'adresse autant à un public francophone que germano- phone, est réalisé.</p>	
	TOTAL		20 points		

CRITERES	VALEUR IDEALE SOLL-WERTE	VALORISATION	Points attribués	INDICATIONS pour le contrôle des critères	REMARQUES
QUALITÉ DE L'ACCUEIL: Langue de contact avec l'extérieur (accueil des usagers et usagères et contact établi avec eux)	Français et allemand, établir le contact dans la langue de l'utilisateur/usagère: <ul style="list-style-type: none"> ➤ accueil/réception, téléphone ➤ conseils, consultations ➤ correspondance, offres ➤ factures, bulletins de versement, quittances 	5 points 5 points 5 points 5 points		Une certaine marge de tolérance doit être définie, p.ex. temps d'attente pour trouver une personne disponible dans la langue de l'utilisateur ou de l'usagère. Veiller à une qualité identique du français et de l'allemand. Il faudra faire des tests en tant que client pour contrôler ce critère-là, à différents moments de la journée et de la semaine, sur une certaine durée, un certain nombre de fois, éventuellement effectués par différentes personnes.	
	TOTAL	20 points			
PRODUITS et SERVICES , prestations offertes au public (usagers et usagères)	Chaque personne (client/e) est desservie avec des produits et services dans "sa" langue (français ou allemand), à valeur égale: <ul style="list-style-type: none"> ➤ présentation des produits et services: étalages, indications prix et emballages, cartes des menus, catalogues, programmes, matériel de pub, etc. Produit bilingue ou disponible en 2 langues dans le cas de publications ➤ instruments d'utilisation des prestations, service après-vente: modes d'emploi, formulaires de qualité, réclamations, etc. 	10 points 10 points		Veiller à une qualité identique du français et de l'allemand. Les inscriptions sur les produits risquent de poser problème, lorsqu'ils sont fabriqués hors de l'entreprise, voire importés de l'étranger. Considérer les aspects visibles, lisibles, en répondant à la question: <ul style="list-style-type: none"> ▪ est-ce qu'en tant que francophone, j'obtiens les renseignements nécessaires en français, de même qualité qu'un germanophone les reçoit en allemand? ▪ est-ce qu'en tant que germanophone, j'obtiens les renseignements nécessaires en allemand, de même qualité qu'un francophone les reçoit en français? 	
	TOTAL	20 points			

Composition et compétences linguistiques du personnel
BILINGUISME INDIVIDUEL
Total = 50 points

CRITERES	VALEUR IDEALE SOLL-WERTE	VALORISATION	Points attribués	INDICATIONS pour le contrôle des critères	REMARQUES
COMPOSITION linguistique du PERSONNEL, en différenciant: ➤ direction/cadres ➤ personnel ➤ apprentis COMPÉTENCES linguistiques du PERSONNEL	1) Les 2 communautés linguistiques doivent être représentées dans l'entreprise, et ceci à un taux minimal , dans chacune des catégories, de 30% de francophones et de 30% de germanophones : ➤ direction/cadres ▪ catégories germ. / franc. (30%) ➤ personnel ▪ catégories germ. / franc. (30%) ➤ apprentis ▪ catégories germ. / franc. (30%) 2) Au moins 60% de l'ensemble du personnel sait communiquer en français et en allemand ou suisse allemand, en sachant appliquer un bilinguisme fonctionnel . ➤ ensemble du personnel ▪ bilinguisme fonctionnel (60%)	10 points (13 s'il n'y pas d'apprentis) 5 points (7 s'il n'y pas d'apprentis) 5 points 30 points	Appliquer une pensée catégorielle: en dessous des 30%, pas d'attribution de points. Attribution de points lorsque le taux minimal est atteint.	1) Il s'agit ici de trancher d'abord par langue principale en terme de catégorie francophone / germanophone . La difficulté de définir qui est germanophone et qui est francophone sera résolu de la manière suivante: ▪ demander la langue de scolarisation ▪ établir la liste d'éventuelles autres langues ▪ définir la langue principale (langue dans laquelle est établi le contrat, sont envoyés les documents officiels, etc.); choisir entre le français et l'allemand pour chaque personne 2) On évaluera ensuite le nombre de bilingues , voire plurilingues , d'un point de vue fonctionnel , en procédant de la manière suivante: ▪ reprendre les éléments ci-dessus (scolarisation, langue principale, autres langues) et interroger la direction, voire le ou la responsable du personnel, quant aux compétences de chacun/e ▪ vérifier la réalité sur le terrain, soit pour l'ensemble du personnel, soit par sondage/échantillonnage pour les grandes entreprises	
			Evaluer les compétences linguistiques + examiner quant à leur fonctionnalité bilingue; comparer avec éléments qualitatifs et attribuer entre 0-30 points		
	TOTAL	50 points			

Qualité de communication à l'intérieur de l'entreprise
BILINGUISME INSTITUTIONNEL
Total = 40 points

CRITERES	VALEUR IDEALE SOLL-WERTE	VALO- RISA- TION	Points attri- bués	INDICATIONS pour le contrôle des critères	REMARQUES
Langue des DOCUMENTS ÉCRITS internes à l'entreprise	<p>Français et allemand, chaque personne (collaborateur/trice) étant desservie avec des documents dans "sa" langue (français ou allemand), à valeur égale:</p> <ul style="list-style-type: none"> ➤ Documents généraux: présentation, vocation et mission de l'entreprise, règlements et prescriptions, descriptions de postes, correspondance interne ➤ Documents plus personnels: cahiers des tâches, contrats, formulaires et décomptes de salaire, correspondance personnelle, littérature professionnelle nécessaire 	5 points		<p>Veiller à une qualité identique du français et de l'allemand.</p> <p>Ces critères-là risquent de poser problème aux petites entreprises. Pour ne pas les surévaluer, on attribue relativement peu de points.</p>	
	TOTAL	10 points			

CRITERES	VALEUR IDEALE SOLL-WERTE	VALORISATION	Points attribués	INDICATIONS pour le contrôle des critères	REMARQUES
Langue de COMMUNICATION ORALE interne à l'entreprise	<p>Français et allemand, chaque personne (collaborateur/trice) pouvant s'exprimer dans "sa" langue (français ou allemand), étant comprise par son interlocuteur/trice et vice-versa (variante optimale) ou ayant une personne à proximité qui traduit si besoin est (variante minimale):</p> <ul style="list-style-type: none"> ➤ bilinguisme fonctionnel garanti lors des réunions, rapports et colloques ➤ bilinguisme fonctionnel garanti lors des échanges professionnels quotidiens 	<p>5 points</p> <p>10 points</p>		<p>Le bilinguisme fonctionnel représente le critère prioritaire lors des échanges professionnels et lors des rapports et colloques.</p> <p>La valeur idéale sera difficile à contrôler pour ce qui est des productions orales de la langue. Dans chaque contexte, il faudra vérifier si une personne peut ou ne peut pas parler dans "sa" langue, si elle est comprise ou non et, le cas échéant, si elle a en tout temps une traduction à disposition ou non. Une investigation de terrain sera nécessaire</p> <p>Plus les compétences linguistiques du personnel sont grandes, moins cela nécessite de traduction.</p>	
	TOTAL	15 points			
INSTRUMENTS DE COMMUNICATION mis en place et OFFRE DE FORMATION CONTINUE	<p>Mise à disposition pour le personnel de moyens financiers, de temps, et d'encouragements, favorisant le bilinguisme sous forme de perfectionnement de la communication:</p> <ul style="list-style-type: none"> ➤ formation continue (cours de langue, stages), le cas échéant: ➤ service de traduction ou traductions ponctuelles 	<p>10 points</p> <p>5 points</p>		<p>Plus les compétences linguistiques du personnel sont grandes, moins cela nécessite d'instruments de communication (formation, traduction).</p> <p>L'offre en formation continue professionnelle dans la langue des collaborateurs/trices est également pris en compte.</p> <p>Former les gens pour obtenir des compétences linguistiques est valorisé davantage que d'offrir de la traduction.</p>	
	TOTAL	15 points			

