



EXPRESSION

# Convaincre dans une langue étrangère

**Alors qu'ils ont parfois du mal à communiquer avec leurs équipes, il n'est plus rare que les managers doivent, en plus, gérer des collaborateurs ou des clients à l'étranger.**

Il a mis en ligne une vidéo humoristique pour illustrer son propos. Face à lui, un manager français pas très... « convaincant ». « La plupart des chefs d'entreprise parlent déjà un anglais excellent, observe Tony Todd, coach chez The Message Company. Mais ils parlent souvent trop vite et l'information essentielle du message est perdue. Il compliquent trop et perdent l'attention du public. Et quand ils parlent "français", le message est brouillé le public ne comprend pas... » Alain Latry, fondateur du cabinet Technomedia, en a vu d'autres... « Je travaille avec des dizaines de nationalités et je vois le management de chacune comme un défi, explique-t-il. On ne peut pas convaincre sans adopter certaines règles. Il faut être clair, transparent et précis. » Canadien d'origine, il constate que les Français, parfois, semblent arrogants et peinent à faire passer leur message. « Il faut absolument éviter les sous-

entendus et le second degré. Et plus on a de collaborateurs étrangers, plus le message doit être précis. Il faut s'adapter et surtout parler lentement. »

**Bien respirer et articuler**

Il a beau parler anglais et espagnol couramment, Mickaël Cabrol surveille son langage lui aussi. « On commence à recruter à l'étranger, témoigne le fondateur de la plateforme EasyRECrue. Nous avons quatre filiales déjà ouvertes en Espagne, en Italie, en Allemagne et au

Royaume-Uni avec des collaborateurs binationaux sur place pour pouvoir manager dans la langue locale. » Mais la question de la communication en anglais se pose quand tous les collaborateurs sont réunis. « Dans ce cas, je me rends bien compte qu'il n'est pas toujours évident de faire passer une idée quand ce n'est pas sa langue maternelle. Alors je prépare beaucoup plus ma présentation et je m'éloigne moins de ce que j'ai écrit. » Lionel Bellenger recommande lui aussi de la simplicité en rappelant quelques fondamentaux. « Quelle que soit la langue, il faut bien respirer pour poser sa voix, articuler et adopter des intonations vivantes, explique le fondateur du cabinet IBEL. Une parole qui porte, c'est une parole qui a une variété de débit. » Pour cela, l'important est de se préparer sans jamais réciter.

« Pour convaincre, il faut rester dans l'écoute active mais aussi bien gérer les silences. »

« Les chefs d'entreprise français ont besoin de réaffirmer leur autorité, résume Tony Todd. Dans un marché mondial de plus en plus compétitif, cela signifie qu'ils doivent avoir un message clair et puissant en anglais. » Ce coach vocal rappelle l'intérêt de parler lentement, avec des silences entre chaque phrase, pour que le propos soit le plus convaincant possible. « C'est surtout une question de confiance en soi et peu importe si on a un accent, tempère-t-il. Ce qui importe c'est que le public comprenne chacun de vos mots. L'impact sera plus fort pour vous, votre organisation et surtout pour votre message. »

■ CÉLINE CHAUDEAU

**EN SAVOIR PLUS**

**A LIRE**

• « **La force de persuasion : du bon usage des moyens de persuader et de convaincre** », de Lionel Bellenger, éditions ESF, 2011, 218 pages. 25 €.

• « **For & Against : debating in English, argumenter et convaincre en anglais** », de Florent Gusdorf, éditions Ellipses marketing, 2010, 192 pages. 14,70 €.

**A CONSULTER**

Les tutoriels du cabinet de coaching The Message Company : [www.themessagecompany.fr](http://www.themessagecompany.fr)



**L'AVIS DES INTÉRESSÉS**



(DR.)

**Karine AVERSENG**

coach en prise de parole à l'agence Kosy

« Dans une langue étrangère, comme en français, il faut soigner le non-verbal pour convaincre. La première chose est de se renseigner sur la culture de la personne que l'on va rencontrer. On a souvent l'impression, à tort, qu'il y a des règles communes internationales. J'ai eu le cas d'un directeur commercial qui s'est exporté dans une filiale en Finlande. Il est arrivé comme en France en costume cravate et ne comprenait pas pourquoi il n'arrivait pas à communiquer. On a fini par lui expliquer que là-bas, seul le patron porte le costume. On est souvent trop centré sur la fluidité et la compréhension de la langue. Or, on convainc par un comportement parfois plus que par le vocabulaire. Il vaut mieux parler une langue moins bien mais respecter certains codes. En France, par exemple, on recommande de regarder son interlocuteur droit dans les yeux alors que dans les pays d'Afrique noire ou en Orient, au contraire, soutenir le regard de son interlocuteur est déplacé et gênant. »



(DR.)

**Nicolas HUEPPE**

PDG de Cellfish

« De par notre activité d'édition de logiciels, nous avons des collaborateurs et des clients partout dans le monde avec lesquels il faut communiquer. On est multilingue à la fois à travers des salariés étrangers basés à Paris qui vont piloter certaines filiales, et des locaux, sur place, qui prennent la température du pays. Nous oscillons naturellement entre l'anglais et le français avec une population digitale plutôt jeune de cadres très motivés pour parler une langue étrangère. Malgré tout, on parle plus le « globish », c'est-à-dire une version simplifiée de l'anglais pour convaincre et se faire comprendre. On privilégie des phrases simples avec un groupe nominal, un verbe et une action. On essaie de faire simple et efficace. Pendant nos présentations, nos « slides » sont toujours rédigées en anglais. De toute façon, beaucoup des concepts dont on parle viennent des États-Unis. Quand on parle de CPA pour « cost per acquisition » ou de « homepage » pour une page d'accueil, on va plus vite au but. »

**LES MESURES PRATIQUES**

• **Différences culturelles.**

S'informer un minimum de certains us et coutumes du pays où l'on s'adresse car la communication passera aussi par la gestuelle et le dress code.

• **Préparer son propos.**

Quelle que soit son aisance dans la langue pratiquée, mieux vaut structurer un minimum son discours avant pour respecter la trame fixée. Mais ne pas l'apprendre par coeur non plus.

• **Le bon ton.**

Plutôt que de stresser sur son accent, mieux vaut parler lentement, en articulant, et surtout en laissant des silences après les idées importantes.

• **Un mémo dans la foulée.**

Dans le doute, il peut être utile d'envoyer un petit debrief écrit par mail après un discours ou un échange important. Juste pour être sûr que le message est bien passé...

