



Apport du plurilinguisme dans le processus entrepreneurial à Kisangani. Cas des PME

Carine MELEMEKIA N'kodoa

Université de Kisangani

MOTS CLEFS

**Plurilinguisme-apport ou contribution du plurilinguisme dans le processus entrepreneurial-
Petites et Moyennes entreprises**

RESUME

L'apport du plurilinguisme dans le processus entrepreneurial à Kisangani, en particulier pour les PME, est significatif. Kisangani, en République Démocratique du Congo, est une ville multilingue où plusieurs langues locales, ainsi que le français et l'anglais, sont largement utilisées. La maîtrise de plusieurs langues permet aux entrepreneurs de communiquer avec diverses communautés et d'atteindre un public plus large. Cela facilite l'expansion des activités commerciales et l'accès à de nouveaux marchés, tant au niveau local que régional. Le plurilinguisme favorise aussi une communication fluide avec les clients, les fournisseurs et les partenaires commerciaux. En comprenant les langues locales, les entrepreneurs peuvent établir des relations plus solides, comprendre les besoins spécifiques de leurs clients et établir des accords commerciaux mutuellement bénéfiques. La maîtrise de langues étrangères, telles que le français et l'anglais, ouvre la voie à des opportunités commerciales internationales. Les entrepreneurs peuvent participer à des négociations transfrontalières, établir des partenariats avec des entreprises étrangères et accéder à des ressources, des technologies et des connaissances provenant d'autres pays. Le plurilinguisme favorise aussi l'innovation et la créativité dans le processus entrepreneurial. En étant exposés à différentes langues et cultures, les entrepreneurs peuvent combiner des idées et des perspectives variées, ce qui peut conduire à des solutions novatrices et à des approches pour développer leurs PME.

Abstract

The contribution of multilingualism to the entrepreneurial process in Kisangani, particularly for SMEs, is significant. Kisangani, in the Democratic Republic of Congo, is a multilingual city where several local languages, as well as French and English, are widely used. Fluency in multiple languages allows entrepreneurs to communicate with diverse communities and reach a wider audience. This facilitates the expansion of business activities and access to new markets, both locally and regionally. Multilingualism also promotes fluid communication with customers, suppliers and business partners. By understanding local languages, entrepreneurs can build stronger relationships, understand the specific needs of their customers, and establish mutually beneficial business agreements. Mastery of foreign languages, such as French and English, opens the way to international business opportunities. Entrepreneurs can participate in cross-border negotiations, establish partnerships with foreign companies and access resources, technologies and knowledge from other countries. Multilingualism also promotes innovation and creativity in the entrepreneurial process. By being exposed to different languages and cultures, entrepreneurs can combine diverse ideas and perspectives, which can lead to innovative solutions and approaches to growing their SMEs.

0. Introduction

Lorsqu'on parle d'entrepreneuriat, on pense souvent à des compétences en gestion, en marketing ou encore en finance. Cependant, un facteur important qui peut être trop souvent négligé est celui du plurilinguisme. Cet article veut explorer l'importance du plurilinguisme dans l'entrepreneuriat à Kisangani.

1. Cadres conceptuel et méthodologique de l'étude

1.1. Plurilinguisme

Plurilinguisme est une particularité linguistique que certaines personnes possèdent ou développent grâce à des études ou des voyages, qui consiste à pouvoir parler au moins trois langues différentes (cf. www.Linternauet.fr Consulté le 04/10/2019 à 20 heures).

Quant à nous, le plurilinguisme est l'usage de deux ou plusieurs langues, à l'oral tout comme à l'écrit, par une personne ou une communauté de personnes, pour un but précis.

1.1.1. Etymologie du plurilinguisme

De nombreux mythes tendent à donner aux langues une origine surnaturelle. La Bible explique ainsi la multiplicité des langues par le mythe de la Tour de Babel, selon lequel la langue unique des origines aurait été divisée en une multitude de langues pour apporter la discorde entre les hommes et les empêcher de se concerter en vue d'une action commune (cf. <https://www.axl.Cefan.ulaval.ca>).

1.1.2. Causes ou raisons de l'usages du Plurilinguisme

La présence simultanée de deux ou plusieurs langues à un niveau individuel, interpersonnel ou sociétal entraîne l'intervention de ces différentes langues en des contextes variés pour un but précis.

1.1.3. Diversité linguistique

Etant donné que le monde est pluriel ; l'usage du plurilinguisme s'explique par la diversité linguistique à travers le monde ; ces langues ne sont pas isolées, les unes des autres, elles entrent toujours en contact. Un chiffre exact des langues vivantes au monde varie entre 6.000 et 7.000, selon la définition utilisée pour « une langue ». La distinction entre une langue et une variété (ou une dialecte) est liée à cette question en particulier (cf. <https://fr.m.wikipedia.Org> consulté le 13/12/2022 à

a. Raison géographique

Les individus de deux communautés linguistiques différentes, mais voisines sont conduits à utiliser, en plus de leurs langues maternelles respectives, les langues de leurs voisins pour communiquer (KUMBATULU S., *Contacts inter linguistique et culturel*, 2020).

b. Raison migratoire

Des guerres ou calamités naturelles ou la misère peuvent provoquer le déplacement massif d'une communauté linguistique donnée pour l'installer dans une zone linguistique différente. Les déplacés qui séjournent pendant quelque temps, longtemps ou définitivement, sont conduits à utiliser, outre leurs langues maternelles, les langues des communautés d'accueil (idem).

c. Raison professionnelle

Dans le cadre d'une mission professionnelle ou à la recherche de l'emploi ou pour les affaires, ou pour les études, un individu ou groupe d'individus est conduit à utiliser une langue étrangère (idem).

d. Raison matrimoniale

Il se contracte souvent de mariages entre deux partenaires qui appartiennent à deux systèmes linguistiques différentes. Alors l'un et/ou l'autre partenaires sont conduits à utiliser une ou deux langues étrangères (idem).

1.4. Communauté linguistique

Pour Jean DUBOIS et al (2012, *le dictionnaire de linguistique et sciences du langage*), la communauté linguistique est un groupe d'êtres humains utilisant le même dialecte à un moment donné et pouvant communiquer entre eux. Mais une communauté linguistique n'est pas homogène, elle se compose toujours d'un grand nombre de groupes ayant des comportements linguistiques différents ; la forme de langue que les membres de ces groupes utilisent tend à reproduire d'une manière ou d'une autre, dans la phonétique, la syntaxe ou le lexique, les différences de génération, d'origine ou de résidence, de profession ou de formation (différences socioculturelles).

Une communauté linguistique est un groupe social qui peut être soit unilingue, bilingue ou multilingue et qui partage les mêmes normes sociales au(x) code(s) linguistique(s) (¹⁸ HAMERS, J.F, *bilinguisme et bilinguisme*, 1983).

- ❖ **Communauté unilingue** : C'est une communauté linguistique où une seule langue est utilisée ; quand une nation est monolingue, elle constitue une communauté ;
- ❖ **Communauté bilingue** : Communauté linguistique où deux langues sont utilisées ;
- ❖ **Communauté multilingue** : Communauté linguistique où plusieurs langues sont utilisées.

Dans le cas d'une société unilingue, si le bilingue rencontre un interlocuteur monolingue il se comportera plus ou moins comme celui-ci en utilisant sa langue avec les normes sociales de cette communauté.

S'il rencontre un bilingue comme lui-même les deux interlocuteurs pourront employer l'une ou l'autre ou l'autre des deux langues, ils créeront alors leurs propres normes de comportement monolingue, même si celle-ci sont différenciées par ailleurs quant aux variétés de langue, variété d'ordre géographique, social ou situationnel.

En revanche, dans une communauté bilingue ou multilingue, il existe des normes qui répondent à cet état de fait. Pour qu'il y ait communauté bilingue il faut qu'il existe au moins deux groupes qui ne parlent pas la même langue et qu'il y ait au moins un certain nombre de membres dans chaque groupe qui soient bilingues (c'est-à-dire qui parlent une langue autre que leur langue de « l'autre groupe » de la communauté, soit qu'ils parlent une troisième langue utilisée comme lingua franca, une ou plusieurs de ces langues pouvant être les langues officielles de la communauté).

Les rapports linguistiques entre les groupes d'une communauté bilingue varient sur un continuum. A un pôle, aucun membre de chaque groupe ne parle la langue de l'autre groupe ni une troisième langue commune : à la limite, il n'y a pas de communauté bilingue mais deux communautés unilingues ; à

l'autre pôle, tous les membres de la communauté parlent les deux langues et si les deux langues remplissent les mêmes fonctions, l'une d'elles devient redondante.

1.5. Langue

La langue est un système de signe exprimant des idées, et par là comparable à l'écriture, à l'alphabet des sourds-muets, aux rites symboliques, aux formes de politesse, aux signaux militaires, etc.

Pour Ferdinand DE SAUSSURE (1965, Cours de linguistique générale), la langue est un instrument de communication remplissant un critère de système de signes vocaux spécifiques aux membres d'une communauté.

La langue existe dans la collectivité sous formes d'une somme d'empreintes déposées dans chaque cerveau à peu près comme un dictionnaire dont tous les exemplaires, identiques, seraient répartis entre les individus. C'est donc quelque chose qui est dans chacun d'eux tout en étant commun à tous et placé en dehors de la volonté des dépositaires (idem, pp33-38).

Quant à MARTINET, A. (1955, p30), elle est un instrument de communication selon lequel l'expérience s'analyse différemment dans chaque communauté en unités données d'un contenu scientifique et d'une expression. Phonique : phonème.

BOKULA, X. (2005, p.53) montre que la langue est liée aux groupes sociaux ou socioprofessionnels, dans certains cas, le groupe social peut sentir le besoin de communiquer et de se communiquer.

En ce qui nous concerne, nous pensons que la langue est un ensemble de signes linguistiques devant servir aux besoins de communication d'une communauté bien précise et les membres de cette communauté, ayant la même connaissance des normes, ainsi que des règles qui régissent le fonctionnement de ladite langue. Un outil de communication propre à une communauté donnée.

1.6. Catégories des langues

Voici les différentes catégories des langues (CHEKO, O., Cours de linguistique générale, 2017) :

a. Le dialecte

Le dialecte est la variante régionale particulière et consciente d'une langue avec son ensemble de particularités.

b. Le sociolecte

C'est la variété linguistique socialement adaptée aux rapport, à l'intérieur des classes et groupes sociaux.

c. la langue vernaculaire

La langue vernaculaire est celle des aborigènes ou autochtones. En d'autres termes c'est la langue d'une tribu ou d'une ethnie identifiée comme groupe social.

d. La langue maternelle

Il s'agit de la première langue apprise et parlée par une personne. Elle n'est pas absolument celle de sa mère.

Exemple : Un congolais peut avoir comme langue maternelle le Français, l'Anglais.

e. La langue véhiculaire

C'est une langue utilisée entre les groupes voisins, aussi entre groupes le plus souvent étroitement imbriqués. Une langue qui peut être utilisée par les locuteurs des tribus différentes par le souci d'une communication mutuelle.

f. La langue officielle

Il s'agit d'une langue qui a un statut particulier par rapport aux autres langues sur le terrain. Dans un pays, elle est la langue de l'administration, langue savante, langue soutenue.

g. La langue nationale

La langue nationale est institutionnalisée pour la république et/ou une nation. Comme en guise d'exemple, la République Démocratique du Congo a 4 (quatre) langues nationales : Le Kikongo, Le Ciluba, Le Kiswahili et Le Lingala.

Les diverses catégories de langues présentées ci-haut, quelques soient les nuances qui existeraient entre elles, assurent la communication au sein des groupes sociaux ou entre les différents groupes.

1.6. Langue et parole

La langue est sociale dans son essence et indépendante de l'individu ; Elle est nécessaire pour que la parole soit intelligible et produise tous ses effets (DE SAUSSURE F. Op.cit. pp.30-38).

La langue n'est pas une fonction du sujet parlant, elle est le produit que l'individu enregistre passivement ; elle ne suppose jamais de préméditation, et la réflexion n'y intervient que pour l'activité de classement dont il sera question. Elle est sociale la langue est une chose acquise et conventionnelle. La parole est au contraire un acte individuel de volonté et d'intelligence, elle est individuelle. C'est par le fonctionnement des facultés réceptives et coordinative que se forme chez les sujets parlants des empreintes qui arrivent à être sensiblement les mêmes chez tous(idem).

La langue est un patrimoine pour une société ou une communauté bien connue, elle est conventionnelle, tandis que la parole, c'est l'usage personnel de la langue par un individu, membre ou pas de cette communauté ou société.

Par exemple, un congolais et un français qui s'expriment en français ; tous sont locuteurs de la langue française, mais le congolais n'est pas membre de la communauté française.

1.7. Langage

Le langage est un système de signes où il n'y a d'essentiel que l'union du sens et l'image acoustique et où les deux parties du signe sont également psychique(idem).

D'après le dictionnaire linguistique de Jean Dubois, le langage est la capacité, spécifique à l'espèce humaine, de communiquer au moyen d'un système de signes vocaux (ou langue) mettant en jeu une technique corporelle complexe et supposant l'existence d'une fonction symbolique et de centres corticaux génétiquement spécialisés. Ce système de signes vocaux utilisé par un groupe social (ou communauté linguistique) déterminé constitue une langue particulière (DUBOIS, J., Op. Cit.p.264).

Nous proposons ce schéma, pour bien cerner ce qu'est le langage humain :

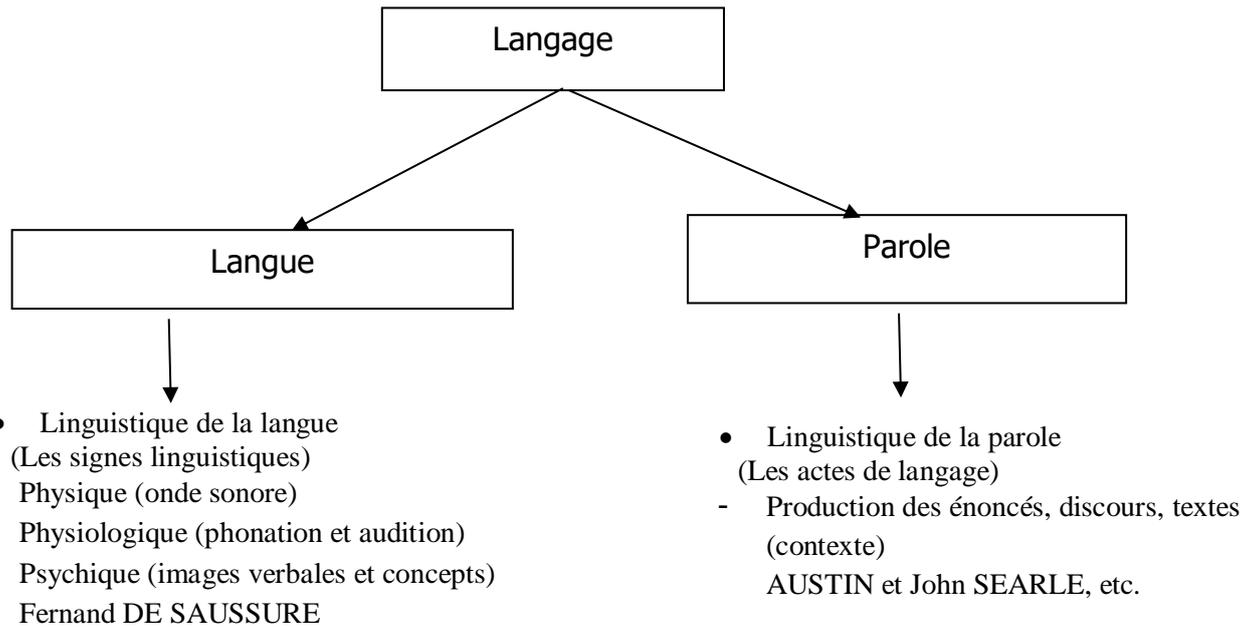


Figure n°1

La langue ne se confond pas avec le langage ; elle n'en est une partie déterminée, essentielle.

- ❖ La langue est un produit social de la faculté du langage et un ensemble de conversions nécessaires, adoptées par le corps social pour permettre l'exercice de cette faculté chez l'individu.
- ❖ Le langage, pris dans son tout est multiforme et hétéroclite ; à cheval sur plusieurs domaines à la fois physiques, physiologiques et psychique, il appartient encore au domaine individuel et au domaine social, il ne se laisse classer dans aucune catégorie des faits humains, parce qu'on ne sait comment dégager son unité.

1.8. Processus entrepreneurial

Le processus entrepreneurial est l'ensemble de différentes étapes qui concourent à la création d'une entreprise. Il s'agit ici d'identifier les étapes du processus entrepreneurial (BERBER, N., l'entrepreneuriat en Algérie, Mémoire de Magister en Management, Faculté des Sciences Economiques, des Sciences de Gestion et des Sciences commerciales, Université d'Oran, 2014, p.405).

Dans le cadre de ce travail, nous optons pour les étapes et activités, proposées par Victor HARISON (2009, p.44).

1.8.1. Etapes et activités du processus de création

Tableau n°1 : Etapes et activités du processus de création

Etapes	Initiation	Préparation	Démarrage	Consolidation
ACTIVITES	1. Identification de l'occasion d'affaires	1. Rédaction du plan d'affaires	1. Enregistrement juridique	1. Réaliser les activités de promotion ou de marketing
	2. Réflexion et développement de l'idée d'affaires	2. Réalisation de l'étude de marché	2. Engagement à temps plein dans le projet	2. vendre
	3. Décision de créer l'entreprise	3. Mobilisation des ressources	3. Aménagement des installations et des équipes	3. Atteindre le seuil de rentabilité
		4. Constitution de l'équipe entrepreneuriale (partenaires)	4. Développement du premier produit ou service	4. Planification formelle
		5. Enregistrement de commerce et ou d'un brevet	5. Embouche des employés	5. Gestion
		6. Première vente		

Toutes ces étapes nous intéressent, dans la réalisation de ce travail, car à chaque étape du processus entrepreneurial, les entrepreneurs font intervenir plusieurs langues pour accélérer les différentes démarches.

Nous optons pour cette théorie dans la réalisation de notre travail à cause de sa pertinence dès l'initiation du projet d'affaire jusqu'à l'implantation de l'entreprise ; ainsi, nous synthétisons notre réflexion dans le tableau ci-dessous.

1.8.2. ENTREPRENEURIAT

L'entrepreneuriat c'est la capacité pour un individu de créer de la richesse en utilisant de la main d'œuvre et du matériel réunis dans une structure d'entreprise Au sens strict, l'entrepreneuriat est l'action de créer de la richesse et/ou de l'emploi pour la création ou la reprise d'une entreprise, mais cela peut mener également à l'intrapreneuriat (capacité collective et organisationnelle pour encourager et accompagner la prise d'initiatives, à tous niveaux dans une entreprise), ainsi qu'à une plus grande employabilité (capacité d'évaluer de façon à réaliser de manière durable l'emploi, le potentiel qu'on a en soi...) commerciale (cf. WWW.Linternaute.fr Consulté le 06/04/2022 à 14 heures 36).

C'est aussi un processus qui consiste à investir les moyens pour mener un sujet économique dans le but de réaliser des profits et d'assurer la survie de l'entreprise sur le long terme (cf. <https://Sabor.fr> Consulté le 06/07/2020 à 18 heures 20).

Quant à nous, l'entrepreneuriat c'est l'identification des opportunités et la mobilisation des ressources nécessaires pour amorcer une activité génératrice de revenu ou de recette.

1.8.2.1. Etymologie

Ce mot est apparu récemment vers la fin du XXe siècle. Il vient du nom « entrepreneur » et appartient à la même famille que

- « Entrepreneurial »,
- « Auto entrepreneur »,
- « Auto entrepreneuriat », etc.

On peut le constater « entrepreneuriat » s'écrit toujours avec un eu et jamais avec un-a. Le mot « entrepreneuriat » désigne l'ensemble des activités qui participe à la croissance, notamment en emploi et en richesse, d'une entreprise.

En outre, il désigne également les formes d'organisation sans but lucratif, par exemple l'entrepreneuriat social (cf. 41 <https://parlez-vous-français.fr/orthographe/entrepreneuriat-ou> Consulté le 18/10/2021 à 15heures précises).

C'est l'économiste Joseph Schumpeter (1950) qui est à l'origine de la compréhension de l'entrepreneuriat. Pour ce dernier, un entrepreneur est un homme ou une femme qui va être capable de modifier une innovation gagnante. L'entrepreneuriat doit mener vers une « destruction créatrice » dans le monde de l'économie, en remplaçant donc les anciens par les nouveaux produits. C'est donc elle qui est à l'origine de la croissance à long terme et du dynamisme industriel (cf. <https://-apitem-cdn.ampproject.org> Consulté le 18/10/2021 à 15h24).

Plus tard, K. Knight et Peter Drucker pensent que l'entrepreneuriat est une activité qui consiste à prendre des risques. C'est donc une personne qui va vouloir se mettre en danger, tant sur le plan financier que personnel, pour mettre en avant une idée d'entreprise.

Jeffry Timmons a aussi sa propre définition de l'entrepreneur. Il le définit ainsi : « quelqu'un qui agit non en fonction des ressources qu'il contrôle actuellement, mais qui poursuit inlassablement une occasion ».

C'est en 1985 que l'on découvre le terme « d'intrapreneuring », soit entrepreneuriat en français, grâce à G. Pinchot. Ce terme désigne plusieurs activités d'entrepreneuriat au sein d'une même et grande organisation.

Dès 2005, Verstraete et Fayolle mettent à la lumière quatre paradigmes servant à mieux cerner dans le domaine de la recherche en entrepreneuriat :

- ❖ La création d'une organisation (à ne pas réduire qu'à une seule création d'entreprise) ;
- ❖ Détecter, construire, exploiter une occasion d'affaires ;
- ❖ La création de valeur ;
- ❖ L'innovation.

Ces paradigmes sont là pour essayer de les combiner et non de les opposer. Le premier est le plus important dans les caractéristiques de l'entrepreneuriat, mais il ne peut pas fonctionner sans les trois autres le plus contestable des paradigmes est sans aucun doute celui de l'innovation car certains points de l'entrepreneuriat ne sont pas innovants.

Mais en 2007, le sociologue Paturol propose de dépasser ces querelles sur les paradigmes avec une seule définition de l'entrepreneuriat : « il est, à partir d'une idée, l'exploitation d'une opportunité dans le cadre d'une organisation impulsée, créée de toute pièce ou reprise dans un premier temps, puis développée ensuite, par une personne physique seule ou en équipe qui subit un changement important dans sa vie, selon un processus qui aboutit à la création d'une valeur nouvelle ou à l'économie de gaspillage de valeur existante ». Avec cette définition, l'entrepreneuriat est indissociable de l'approche projet.

I.1.2.3. Objectif d'entrepreneuriat

Le but premier d'entrepreneuriat serait dès lors d'accroître la production, laissant la recherche du profit comme objectif annexe (le Van-Lemesle, 1988), seulement la production mais également son financement et sa rentabilité d'organiser, de commander, de coordonner et de contrôler (cf. <https://Orbi.uliege.be> consulté le 17/05/2022 à 14 heures).

I.1.2.4. Formes d'entrepreneuriat

Les différentes formes d'entrepreneuriat sont (cf. WWW.Lesechos-fr.cdn.ampproject.org. Consulté le 17/09/2022 à 17 heures) :

a. Entreprendre en franchise

Entreprendre en franchise est une démarche de commercialisation impliquant deux principales parties : le franchiseur et les franchisés.

C'est un système dans lequel le franchiseur (une entreprise) permet aux franchisés (d'autres entreprises indépendantes, à la fois juridiquement et financièrement) de reprendre un concept, vendre des produits ou service moyennant une compensation financière.

Ainsi, le franchisé peut bénéficier de la notoriété de la marque du franchiseur, de son expertise, de son identité visuelle, d'une renommée déjà acquise ou encore de produits ou services déjà connus sur le marché.

b. Entreprendre par Essaimage

On parle d'une entreprise créée par essaimage lorsqu'un employeur aide ses employés à entreprendre.

On distingue trois sous-catégories de l'entrepreneuriat par essaimage :

- ❖ L'essaimage à chaud (ou social) : permet à l'entreprise « qui essaime » de résoudre un problème de sureffectif ou de mettre en place une politique de restructuration ;
- ❖ L'essaimage à froid (ou actif) : concerne les salariés porteurs de projet de création d'entreprise ;
- ❖ L'essaimage stratégique : permet de mettre en œuvre une politique économique gagnant/gagnant pour externaliser une activité

c. Reprise d'entreprise

C'est une forme d'entrepreneuriat qui consiste à reprendre une activité ou une entreprise déjà existante. Le créateur ici est une personne physiques ou morale appelée repreneur. Il peut s'agit d'une ou de plusieurs personnes reprenant une PME, une start-up ou même une grande entreprise. Il peut s'agir de créer une nouvelle société et déposer de nouveaux statuts ou reprendre la société en cours, tout dépend de la situation.

d. L'intrepreneuriat

C'est un genre d'entrepreneuriat par essaimage, mais en interne. En effet, dans ce cas, l'employeur encourage le développement des compétences professionnelles et l'adoption de certaines habitudes entrepreneuriales au sein même de l'entreprise. Pour l'entrepreneur, cela représente une excellente opportunité d'apprentissage, d'expérimentation et de découverte, la prise de risque en moins. Il évolue tout de même dans le giron de l'entreprise, avec une restriction plus ou moins importante de la liberté d'action. Pour l'entreprise l'avantage s'inscrit principalement dans l'innovation et l'aspect « ruche dynamique », notamment dans les structures de service.

e. Créer une entreprise en ex-nihilo

C'est la forme d'entrepreneuriat la plus plébiscitée par les jeunes porteurs de projet. Elle se base sur la concrétisation d'une « nouvelle » idée avec un investissement initial nul ou négligeable (pas de reprise, ni de rachat de fonds ou de franchise...).

La motivation derrière cette forme d'entreprendre peut-être une innovation, une réponse à des problèmes rencontrés au quotidien par le porteur du projet ou encore l'identification d'un changement du microenvironnement qui pourrait être favorable à une affaire.

Si le porteur de projet décide de mettre à son propre compte après avoir travaillé dans une entreprise, il devra veiller au respect de l'obligation de loyauté vis-à-vis de son ancien employeur, en fonction des clauses de son contrat de travail. Certains salariés signent en effet des contrats prévoyant une clause qui interdit le lancement d'une activité concurrente pendant une période bien déterminée. Contrairement à ce que l'on pourrait croire l'entrepreneuriat n'est pas seulement l'affaire de l'instinct. Une formation pointue et transversale aidera à dégrossir le travail et à maximiser les chances de succès.

1.6. Cadre méthodologique de la recherche

2. Apport du plurilinguisme dans le processus entrepreneurial

3. Présentation des données, analyse et interprétation des résultats

3.1. Présentation des données

Tableau N°2 : Usage du plurilinguisme dans le processus entrepreneurial

Usage du plurilinguisme	Fréquence	%
OUI	109	86,5
NON	17	13,5
Total	126	100

Source : données recueillies par nous-même en 2023

Commentaire

Il ressort de ce tableau que sur 126 d'entreprises enquêtées, 109 entrepreneurs, soit 86,5% reconnaissent avoir utilisé le plurilinguisme durant leur processus de création d'entreprise et 17, soit 13,5% n'ont pas utilisé le plurilinguisme lors des démarches de création de leurs entreprises.

Tableau N°3 : Raisons d'usage plurilinguisme

Raisons d'usage du plurilinguisme	Fréquence	%
Pour contacte les partenaires	6	4,8
Partager l'idée avec les proches	3	2,4
Pour une bonne compréhension	1	0,8
Pour bien exprimer l'idée avec les différents partenaires locuteurs des différentes langues	29	23
Pour se faire comprendre et faciliter les démarches	45	35,7
Parce que la ville de Kisangani est plurilingue	5	3,9
pour permettre de se communiquer sans aucune difficulté	2	1,6
Pour atteindre le but	3	2,4
Permet une bonne collaboration	1	0,8
S'adapter aux langues d'environnement	3	2,4
Parce que notre pays est plurilingue	2	1,6
Pour faciliter la communication	5	3,9
Pour faciliter l'échange	4	3,2
Aucune réponse	17	13,5
Total	126	100

Source : données recueillies par nous-même en 2023

Commentaire

En regardant ce tableau, plusieurs raisons s'avancent sur l'usage du plurilinguisme dans le processus entrepreneurial à Kisangani, mais dans la majorité des cas, nous constatons que 45 sujets sur 126, soit 35,7% affirment qu'ils emploient le plurilinguisme dans le processus entrepreneurial pour faire comprendre et faciliter les démarches ; ensuite pour 29, soit 23% , le plurilinguisme s'emploie pour bien exprimer l'idée avec les différents partenaires locuteurs des différentes langues et enfin, 17 sujets, soit 13,5% n'ont pas répondu à cette question.

Tableau N°4 : Importance du plurilinguisme dans le processus entrepreneurial

Importance du plurilinguisme dans le processus entrepreneurial	f	%
Accélère le processus entrepreneurial	13	10,3
Permet la meilleure compréhension mutuelle	45	35,7
Facilite la communication avec tout le monde	29	23
Permet à toutes les parties prenantes de contribuer avec les idées	5	4
Permet de bien intégrer le milieu ou l'environnement d'entreprise	6	4,8
Permet de réaliser une bonne étude du milieu et de recevoir des informations fiables lors des renseignements	10	7,9
Permet d'atteindre le but	1	0,8
Aucune réponse	17	13,5
Total	126	100

Source : données recueillies par nous-même en 2023

Commentaire

Pour 45 entrepreneurs enquêtés, soit 35,7% soutiennent que l'importance du plurilinguisme dans le processus entrepreneurial réside dans le processus entrepreneurial dans le sens où il permet la meilleure compréhension mutuelle ; 29 d'enquêtés, soit 23% pensent qu'il facilite la communication ; quant aux 13 sujets, soit 10,3%, il accélère le processus entrepreneurial ; 10, soit 7,9% soutiennent qu'il permet de réaliser une bonne étude du milieu et de recevoir des informations fiables lors des renseignements ; 6, soit 4,8% affirment qu'il permet d'intégrer le ou l'environnement d'entreprise ; 5, soit 4% disent qu'il permet à toutes les parties prenantes de contribuer avec les idées ; pour 1 sujet, soit 0,8 % il permet d'atteindre le but et enfin, 17 sujets, soit 13,5%.

Tableau N°5 : L'apport ou contribution du plurilinguisme dans le processus entrepreneurial

Apport du plurilinguisme dans le processus entrepreneurial	f	%
Il permet de recueillir des informations lors de l'étude du milieu	-	-
Il facilite la communication avec les parties prenantes (les partenaires, les clients, les fournisseurs, les employés appartenant et à des communautés différentes)	-	-
La traduction multilingue des messages publicitaires permet à tous les publics de comprendre	-	-
Toutes les propositions sont vrais	126	100
Total	126	100

Source : données recueillies par nous-même en 2023

Commentaire

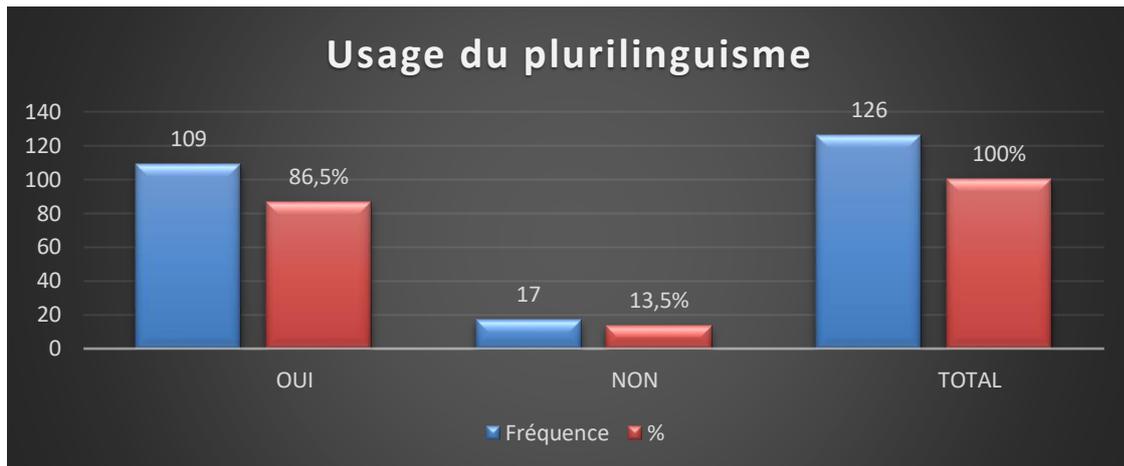
Selon ce tableau, tous nos enquêtés sont d'accord à 100% sur le fait que le plurilinguisme joue un rôle essentiel dans le processus entrepreneurial, car :

- Il permet de recueillir des informations lors de l'étude du milieu ;
- Il facilite la communication avec les partenaires (les partenaires, les clients, les fournisseurs, les employés appartenant et à des communautés différentes) ;
- La traduction multilingue des messages publicitaires permet à tous les publics de comprendre.

3.2. Interprétation des résultats

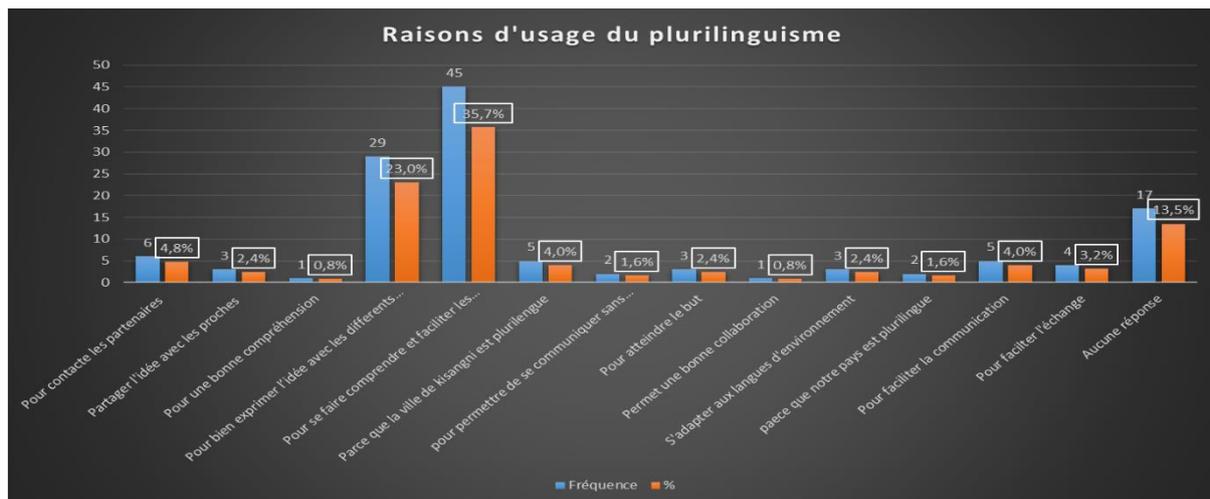
Après le traitement des données recueillies auprès de nos enquêtés, nous procédons à l'analyse et à l'interprétation des résultats pour démontrer si nos objectifs ont été atteints ou pas.

Ainsi, la description des éléments de nos investigations sur le plurilinguisme dans le processus entrepreneurial à Kisangani, nous a produit les résultats suivant :



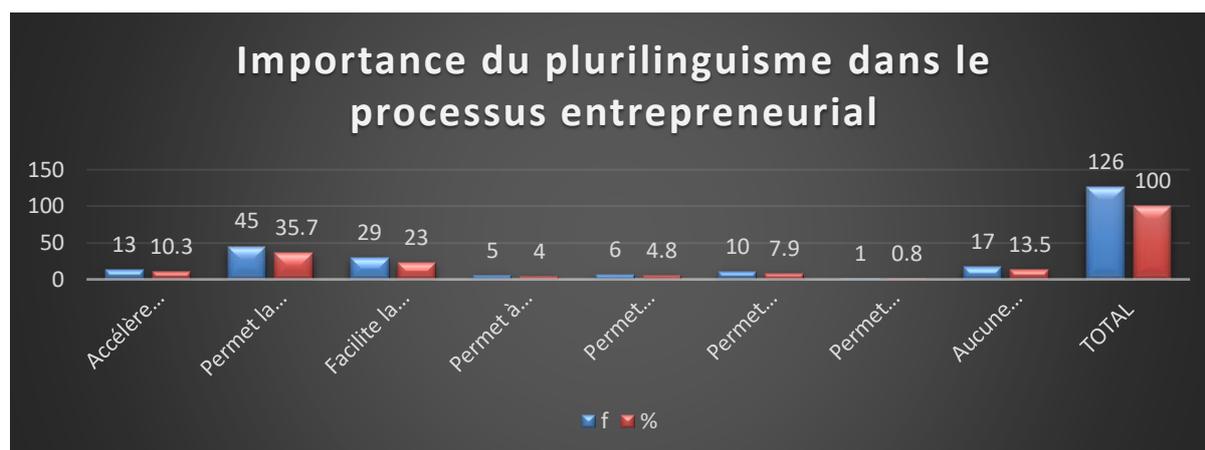
Source : données recueillies par nous-même en 2023

Le graphique du tableau N°2, nous montre que 86,5 % d'enquêtés confirment l'usage du plurilinguisme dans le processus entrepreneurial ; mais ce que nous avons constaté est que ces entrepreneurs n'avaient pas prévu cela dans leurs business plans avant de se lancer dans l'aventure, s'ils savaient les avantages qu'apporte le plurilinguisme dans les démarches de création d'entreprise, ils l'auraient considéré comme une opportunité à saisir pour la réussite de leurs projets.



Source : données recueillies par nous-même en 2023

Le graphique du tableau N°3 nous montre que la majorité (35,7%) de nos enquêtés opte pour le plurilinguisme dans le processus entrepreneurial pour se faire comprendre et faciliter les démarches entrepreneuriales. Quand on se comprend, en partageant un même code linguistique, cela crée un climat de confiance mutuelle entre les partenaires et ça accélère les démarches.



Source : données recueillies par nous-même en 2023

La plupart de nos enquêtés (cf. Tableau N°4 pensent que l'usage du plurilinguisme est important dans le processus entrepreneurial parce qu'il permet la meilleure compréhension entre l'entrepreneur et les parties prenantes de son entreprise potentielle.



Source : données recueillies par nous-même en 2023

Ce graphique nous montre que tous nos enquêtés sont d'accord à 100% sur toutes propositions concernant l'apport du plurilinguisme dans le processus entrepreneurial, ces propositions sont :

- Il permet de recueillir des informations lors de l'étude du milieu ;
- Il facilite la communication avec les partenaires (les partenaires, les clients, les fournisseurs, les employés appartenant et à des communautés différentes) ;
- La traduction multilingue des messages publicitaires permet à tous les publics de comprendre.

Conclusion et suggestion

Ces résultats démontrent clairement l'importance crucial du plurilinguisme dans le processus entrepreneurial. Sur cette base, nous formulons suggestions suivantes :

Il serait important que les entrepreneurs intègrent l'utilisation du plurilinguisme dans leur stratégie d'affaires. Pour ce faire, il serait judicieux de faire appel à des experts en langues et en affaires afin d'optimiser leurs chances de succès dans leurs projets.

Références bibliographiques

- HAMERS, J.F, *bilinguisme et bilinguisme*, Pierre Mardaga, Editeur, Bruxelles, 1983
- KUMBATULU S., *Contacts inter linguistique et culturel*, cours inédit, L2 L3 Aff, FLSH, UNIKIS, 2020
- DE SAUSSURE F., *Cours de linguistique générale*, Payot, Paris, 1965
- MARTINET A., *Economie de changement phonétique*, traite de phonologie diachronique, Berne, CEL, 1955
- BOKULA X., *langue, langage et sociétés au Congo*, Kisangani, BUTRA-CRLLA, 2005
- BERBER N., *l'entrepreneuriat en Algérie*, Mémoire de Magister en Management, Faculté des Sciences Economiques, des Sciences de Gestion et des Sciences commerciales, Université d'Oran, 2014
- HARISON V., *les mutations entrepreneuriales*, Harmattan, Paris, 2009
- DUBOIS, J. et al, *le dictionnaire de linguistique et sciences du langage*, Larousse, 2012
- CHEKO, O., *Cours de linguistique générale*, inédit, G1, FLSH, UNIKIS, 2017
- RICHET, X., *Economie de l'entreprise*, Hachette, Supérieur, 2001
- JOSIEN, S., *L'essentiel du management des entreprises*, Gualino, 5^e édition, Paris, 2017
- www.Linternauet.fr
- www.Linternauet.fr/dictionnaire
- <https://www.axl.Cefan.ulaval.ca>
- <https://fr.m.wikipedia.Org>
- <https://WWW-apitem-cdn.ampproject.org>
- <https://parlez-vous-français.fr/orthographe/entrepreneuriat-ou>
- <https://WWW-apitem-cdn.ampproject.org>
- <https://blog.hubspot.fr/sales/entrepreneuriat>
- <https://fr.m.wikipedia.org/wiki/Population>

