



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

Carine MELEMEKIA N'kodoa

Université de Kisangani

MOTS CLEFS

Plurilinguisme-entrepreneuriat-entreprise-types et forme d'entreprise-importance, raisons et fonctions du plurilinguisme dans le processus entrepreneurial-fonctions Petites et Moyennes entreprises

RESUME

Cet article examine les enjeux du plurilinguisme dans le processus entrepreneurial des petites et moyennes entreprises à Kisangani. Le plurilinguisme fait référence à la capacité de communiquer et de travailler en plusieurs langues. Dans un contexte multilingue comme Kisangani, où plusieurs langues sont parlées, il est essentiel pour les entrepreneurs de comprendre les raisons et les fonctions du plurilinguisme. Le plurilinguisme joue un rôle crucial dans le processus entrepreneurial des PME à Kisangani. Il facilite la communication, ouvre de nouveaux marchés et stimule l'innovation. Les entrepreneurs devraient reconnaître l'importance du plurilinguisme et investir dans l'apprentissage des langues pour renforcer leurs compétences entrepreneuriales et favoriser le développement durable de leurs entreprises.

Introduction

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 (cfr. www.Linternautet.fr/dictionnaire 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.

1.5. 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 forme 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 voix. 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. 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. pp30-38).

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.

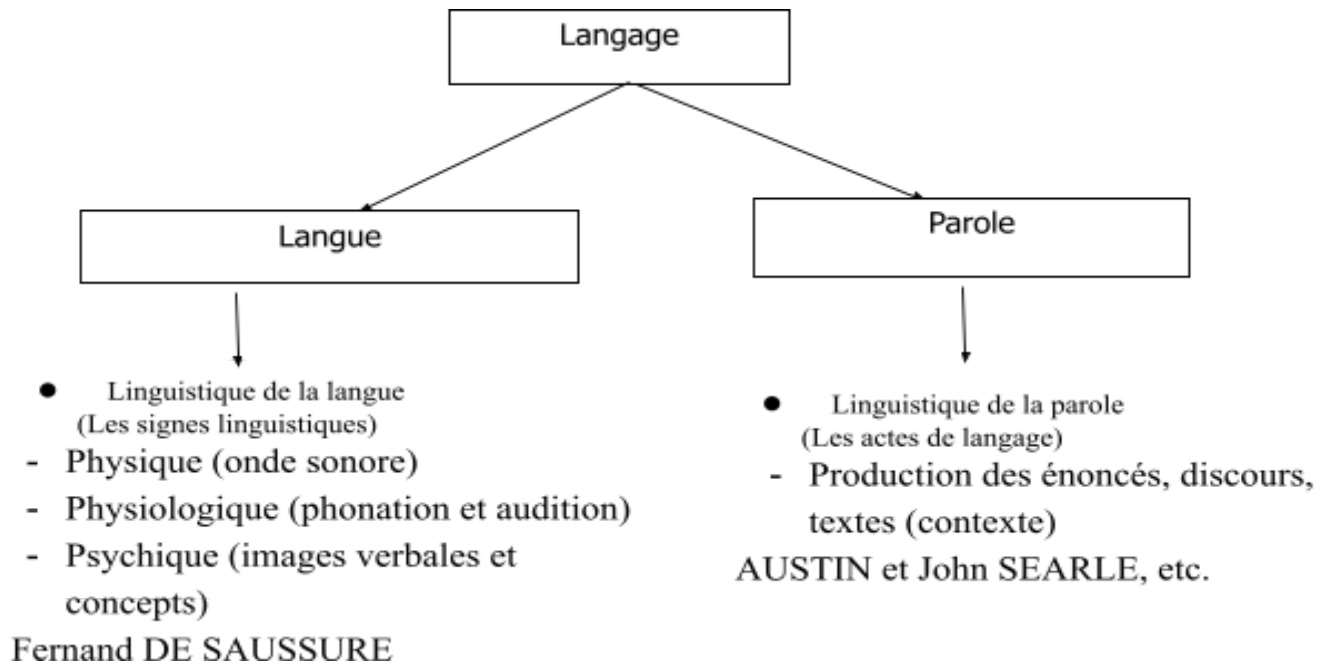
Par exemple, un congolais et un français qui s'expriment en français ; tous sont locuteurs de la langue française, mais le congolais n'est pas membre de la communauté française.

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



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 conventions 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., 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 5 : Etapes et activités du processus de création

| Etapes | Initiation | Préparation | Démarrage | Consolidation |
|-----------------------|--|--|---|--|
| AC TIV ITE S | 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 commerciale. 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...) (cfr. <https://WWW-apitem-cdn.ampproject.org> Consulté le 06/04/2022 à 14 heures 36).

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.

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 (cfr. <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 (cfr. <https://WWW-apitem-cdn.ampproject.org> Consulté le 18/10/2021 à 15h24).

1.8.3. Un projet entrepreneurial

La question que se pose, tout entrepreneur en herbe est celle de bonne idée. C'est bien connu il faut une bonne idée, c'est-à-dire à une demande insatisfaite du marché. Une fois qu'on a une bonne idée, il faut bâtir le projet autour de cette bonne idée, trouver les ressources nécessaires et se lancer. Un projet viable, c'est donc une bonne idée validée si possible par une étude de marché, et un plan solide pour la mettre en œuvre (cfr. <https://blog.hubspot.fr/sales/entrepreneuriat> Consulté le 06/07/2020 à 18 heures 20').

Idée = N'importe quoi + l'individu

Ce qui compte dès lors qu'on a un « n'importe quoi » qui fait tourner autour d'une idée, c'est d'agir.

Plus que l'idée, c'est l'action autour d'une idée.

Opportunité = idée + Action

A ce stade, on a encore qu'une opportunité, c'est-à-dire un ensemble d'idées, de croyances et d'action qui visent à créer de futurs produits ou services. A ce stade ; il ne sera qu'un tas de papier basé sur les hypothèses au mieux fantaisistes.

Projet viable = opportunité + Engagement de parties prenantes.

Pour qu'un projet soit viable, il faut donc qu'il suscite l'adhésion d'un nombre croissant de parties prenantes, partenaires employés, clients etc. C'est cette dynamique sociale qui marque la viabilité du projet. L'adhésion d'une nouvelle partie prenante apporte de nouvelles ressources au projet qui permettent de définir de nouveaux objectifs, plus ambitieux que les précédents (idem).

En conclusion, un projet entrepreneurial est avant tout un processus social. La réflexion, l'action et la recherche de parties prenantes qui s'engagent sont donc trois axes que les entrepreneurs développent simultanément. L'un ne peut aller sans l'autre. L'idée seul rien puisque livrée à l'état brut n'est pas exploitable, et que non exploitée, elle s'oublie. Pour que le projet puisse se concrétiser, l'idée doit révéler une véritable opportunité d'affaires, qu'on définit comme la rencontre entre une idée et une réalité socio-économique disposée à recevoir l'entreprise.

1.8.4. Entreprise

L'entreprise est une organisation créée par des apporteurs de capitaux, gérée par des managers qui transforment des facteurs de production inputs, en produits ou services (output) en vue de les vendre sur un marché ; le revenu des ventes engendre des ressources permettant de financer les coûts de production, d'acquisition ou de localisation des équipements, le paiement des salaires des employés et des dirigeants ; l'autre partie des ressources est utilisée à rémunérer les apporteurs de capitaux, les actionnaires qui ont un droit sur le revenu résiduel et à financer les investissements qui assureront le renouvellement des équipements et la croissance de l'entreprise (Xavier Richet, 2001)

François Perroux a proposé la définition la plus ramassée et la plus condensée possible de l'entreprise : « l'entreprise est une forme de production par laquelle au sein d'un même patrimoine où combine les prix des divers facteurs de production apportés par des agents distincts du propriétaire de l'entreprise, en vue de vendre sur le marché un bien ou des services et pour obtenir un revenu monétaire qui résulte de la différence entre deux séries de prix » (RICHET, X., *Economie de l'entreprise*, Hachette, Supérieur, 2001, p.21).

Dans cette définition, on trouve à la fois les principales fonctions de l'entreprise, sa finalité, les moyens utilisés, son contrôle, la satisfaction de la demande. Mais aujourd'hui, elle paraît un peu limitative car elle laisse de côté les problèmes liés à l'environnement, l'asymétrie de l'information à la complexité organisationnelle, à la théorie des contrats et des droits de propriété aux coûts de transaction qui sont au centre du renouvellement de la théorie de l'entreprise et que l'on doit à des auteurs comme Coase (prix Nobel), Demsetz, A. Ichian, Williamson (PERROUX, F. cité par RICHET. Op.cit.).

18.6. Classification d'entreprise selon les types d'activités

Il y a 3 types de secteurs d'activités (idem) :

- a) **Secteur primaire** : qui inclut les produits agricoles, la pêche, les matières premières et énergétique, la sylviculture ;
- b) **Le secteur secondaire** : qui intègre toutes les activités industrielles ;
- c) **Le secteur tertiaire** : qui couvre les activités de services.

Cette distinction n'est plus très significative dans la mesure où le secteur primaire occupe une place de plus en plus réduite dans les économies de marché développées en raison de la diminution progressive de la part de l'agriculture.

1.8.7. Classification des entreprises selon les secteurs d'activités

Les différentes sortes d'entreprise sont (idem):

a) Entreprise privée

C'est une entreprise qui est détenue et dirigée par d'autres agents économiques que l'Etat. Ces entreprises cherchent généralement à maximiser leur bénéfice car les propriétaires investissent dans l'objectif de rentabiliser l'argent apporté ;

b) Entreprise publique

Dans ces entreprises publiques, le capital est détenu en totalité ou en majorité par l'Etat. Elles comptent 795 000 salariées et l'Etat exerce une influence dominante sur la gestion des entreprises et peut leur donner comme mission première d'assurer un service public ou encore le maintien de l'emploi ;

c) Les entreprises du secteur coopératif

Ce sont des entreprises détenues par ceux qui bénéficient. Elles fonctionnent sur un principe de solidarité et ont un mode de décision qui ne dépend pas des apports en capital (un homme = une voix). Leur mission principale est d'assurer la satisfaction des leurs sociétaires. Leur nombre est en hausse. Ce secteur comprend notamment :

1) Les sociétés coopératives et participatives

Elles désignent les entreprises à statut SCOP (société coopérative de production) et à statut SCIC (société coopérative d'intérêt collectif). Elles ont donc pour finalité principale la pérennité des emplois.

2) Les mutuelles de santé et d'assurance

Ceux qui sont possédés par les assurés sociétaires et couvrent leurs risques. Ces mutuelles ont des parts de marché importantes (elles assurent par exemples un véhicule sur deux).

3) Les banques mutualistes

Elles sont détenues majoritairement par leurs clients sociétaires (caisse d'épargne, crédit mutuel ...).

4) Les coopératives de commerçants

Elles sont détenues par les commerçants et ont pour mission de leur assurer des services (achat, publicités...) et de chapeauter les points de ventes appartenant à des entrepreneurs indépendants.

5) Les sociétés coopératives agricoles

Elles regroupent des agriculteurs et facilitent leur activité économique.

1.8.8. Formes juridiques d'entreprises

Pour choisir le type d'entreprise convenant le mieux à son activité, l'entrepreneur doit s'interroger sur un certain nombre de critères :

- ❖ Sa volonté de s'associer ; en premier lieu il convient de s'interroger sur le nombre de personnes contribuant au projet de création d'entreprise ;
- ❖ La protection de son patrimoine ;
- ❖ L'ampleur de son projet ;
- ❖ Le régime fiscal de l'entreprise.

Juridiquement, il existe les différentes formes d'entreprise suivantes (RICHET. Op.cit. p.21) :

a) Entreprise individuelle ou à propriété unique

C'est une entreprise qui n'a qu'un seul propriétaire. Ce dernier a le contrôle complet de la compagnie. Le but principal de ce type d'entreprise est de vivre de cette dernière. Son entreprise conserve un cachet personnel, car elle n'a pas besoin de montrer ses états financiers. Les revenus nets de l'entreprises sont additionnés à ceux du propriétaire.

b) Compagnie ou société par action

La compagnie est une personne morale. Il peut avoir au minimum un propriétaire et il n'a pas de maximum d'actionnaires (mais à partir de 50 actionnaires, la compagnie devient publique et elle pourra ainsi entrer en bourse si les propriétaires le désirent). Le contrôle de la compagnie est au prorata des actions détenues par les propriétaires. Les gros avantages de cette formes juridique c'est qu'en cas de difficultés financière, la responsabilité des propriétaires est limitée à leur mise de fonds. Les revenus de l'entreprise peuvent être versés aux propriétaire sous formes de dividendes. En cas de dissolution le solde de l'entreprise est répartie au prorata des actions.

c) Société de personnes

C'est une entreprise qui compte deux propriétaires et plus. Cette forme juridique est surtout utilisée par les bureaux professionnels. Le contrôle de la compagnie se fait au prorata. Les revenus de l'entreprise sont distribués aux associés selon leurs parts. En cas des difficultés, la responsabilité des associés est totale. Ils sont personnellement et solidairement responsables des difficultés de la société. En cas de dissolution on répartit le solde au prorata des associés.

d) Société en commandites

C'est une forme d'entreprise où il y a deux types de sociétaires. Tout d'abord les commanditaires, ceux qui apportent l'argent et finalement les commandités, ceux qui administrent l'entreprise. Pour le commanditaire, le risque se limite à sa mise de fonds. Les revenus ou pertes de la société s'ajoutent à son revenu. Pour le commandité, en cas de difficulté, il peut être tenu personnellement responsable des difficultés. En cas de dissolution on répartit le solde au prorata.

e) Coopérative

Le but d'une coopérative est de rendre service à ses membres. Il peut avoir plusieurs membres dans une coopérative. Contrairement à une compagnie, où une personne peut avoir plusieurs actions dont plusieurs votes, dans une coopérative, le contrôle se déroule de cette façon : une personne un vote.

La répartition des revenus de la coopérative sont distribués aux membres sous formes de ristournes. Il n'y a pas de responsabilité des membres en cas de difficulté financière. En cas de dissolution de la coopérative, cette dernière doit d'abord rembourser les parts de ses membres et par la suite verser le solde à une autre coopérative semblable à cette dernière.

f) Organisme sans but lucratif (OSBL)

Dans cette organisation, le but principal de la compagnie n'est pas de faire du profit, mais juste de rendre un service ; l'organisme sans but lucratif (OSBL) peut être une forme juridique envisageable. Il peut avoir plus d'un propriétaire, mais tout comme dans une coopérative, c'est une personne, un vote. Les revenus de l'OSBL sont accumulés, il n'y a aucun dividende ni ristourne. En cas de difficultés financières, il n'y a aucune responsabilité des membres. En cas de dissolution de l'OSBL, on remet le solde à un autre organisme sans but lucratif semblable.

1.8.9. Les objectifs de l'entreprise

L'entreprise est une unité économique autonome, organisée pour produire et commercialiser des biens ou des services pour d'autres acteurs dans le but de réaliser des bénéfices. Pour ce faire, elle doit satisfaire ses clients (JOSIEN).

1.6. Cadre méthodologique de la recherche

2. Importance du plurilinguisme dans le processus entrepreneurial

Nous pensons que le plurilinguisme facilite la communication avec les parties prenantes, telles que les clients, les fournisseurs et les employés appartenant à des communautés linguistiques différentes. En comprenant et en parlant plusieurs langues, les entrepreneurs peuvent établir des relations plus solides, améliorer les négociations commerciales et mieux comprendre les besoins des clients.

Le plurilinguisme permet également aux entrepreneurs d'accéder à de nouveaux marchés. En maîtrisant les langues locales, régionales et internationales, les PME peuvent étendre leur portée géographique et s'ouvrir à de nouvelles opportunités commerciales. Cela favorise la croissance et la compétitivité de l'entreprise.

3. Présentation des données, analyse et interprétation des résultats

3.1. Présentation des données

Population d'étude

La population est un ensemble d'individus ou d'éléments partageant une ou plusieurs caractéristiques qui servent à les regrouper. On parle ainsi de population humaine, statistique, biologique, civile, voir tout simplement de « gens » (cfr. <https://fr.m.wikipedia.org/wiki/Population> Consulté le 23/07/2023 à 17heures).

Une population d'étude peut-être, soit finie, celle dont on connaît le nombre de ses éléments ; soit infinie, celle dont le nombre est indéterminé ou infinie.

Dans le cadre de cette étude, notre population est constituée de toutes les petites et moyennes entreprises (PME) de la ville de Kisangani, ouvrant depuis 2010 jusqu'à nos jours.

II.2.2. Echantillon d'étude

Un échantillon est un ensemble d'individus ou d'objets, extrait d'une population à étudier, pourvu qu'il soit représentatif de cette population.

Etant donné l'impossibilité de contacter toutes les petites et moyennes entreprises de la ville de Kisangani, nous avons sélectionné un échantillon représentatif de 126 PME, comprenant des entreprises de chaque commune. Nous avons ensuite mené des entretiens directs avec les propriétaires de ces entreprises ou des personnes ayant été impliquées depuis l'initiative du projet jusqu'au démarrage et à la consolidation de l'entreprise.

II.2.3. Techniques de récolte des données

Nous avons procédé par une série de questions sous forme de questionnaire d'enquête, constitué des questions ouvertes et fermées ; la technique d'entretien avec nos sujets d'enquête, en optant pour l'échantillon occasionnel, cela dans toutes les communes de la ville de Kisangani.

La technique documentaire et la technique statistique nous ont permis de catégoriser ces questions en fonction des réponses fournies par les enquêtés, en vue de les interpréter.

II.2.4. Analyse et traitement des données

Le traitement des données s'est fait par le calcul de pourcentage, selon la formule ci-après :

$$\% = f \div N \times 100$$

D'où

$$\% = \text{Pourcentage}$$

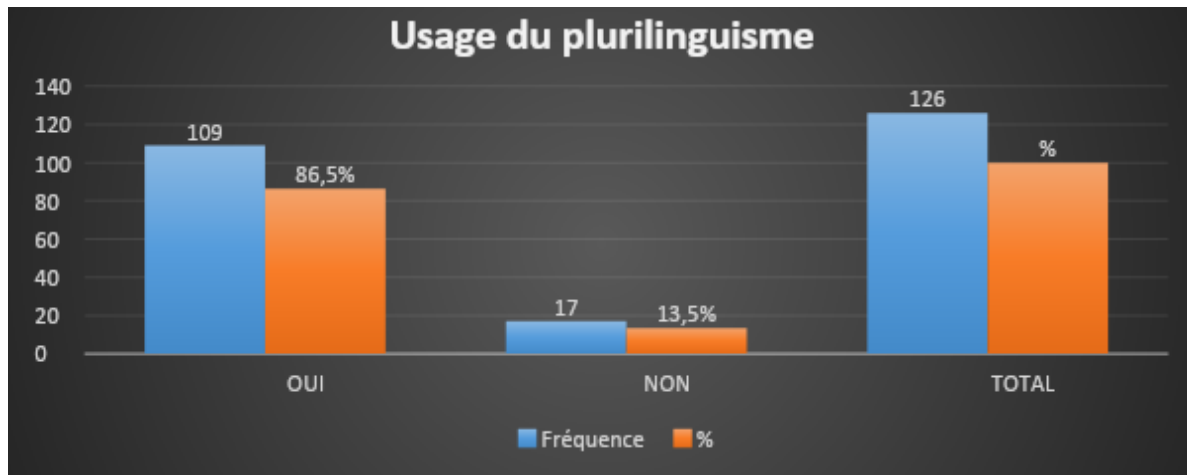
$$f = \text{fréquence}$$

$$N = \text{effectif}$$

Résultats obtenus

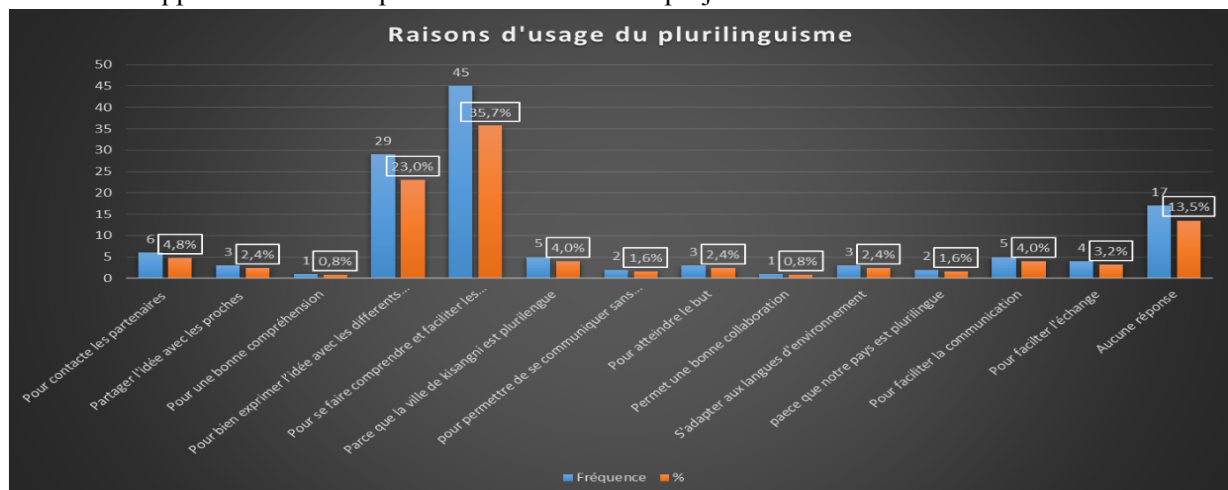
Après le traitement des données recueillies auprès de nos enquêtés, nous procédons à l'analyse et à l'interprétation des résultats pour démontrer si nos objectifs ont été atteints ou pas.

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



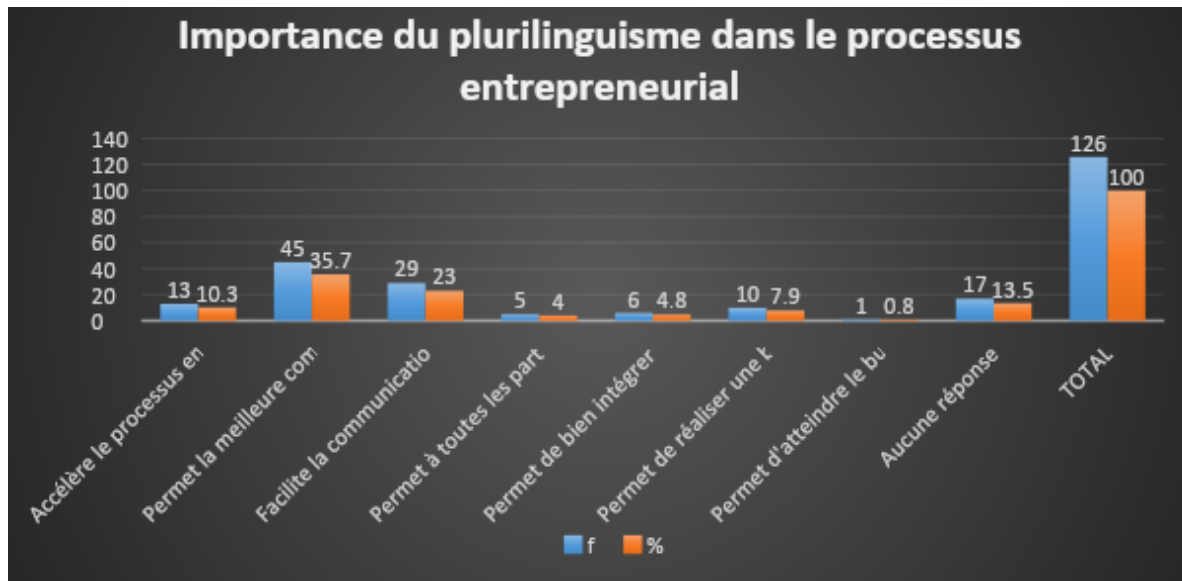
Source : données recueillies par nous-même en 2023

Ce graphique 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.



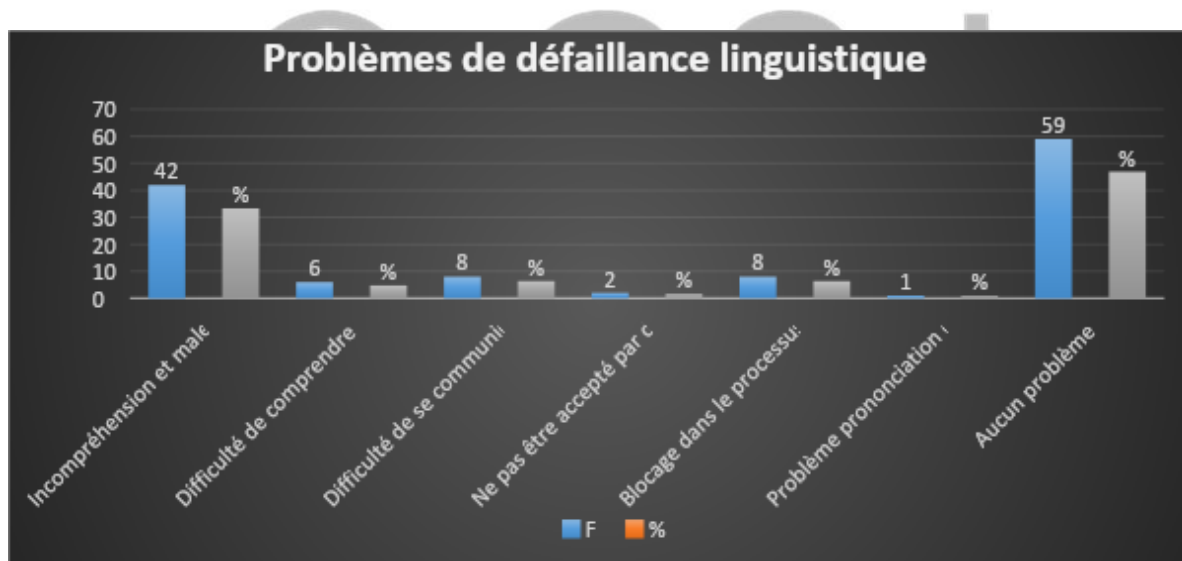
Source : données recueillies par nous-même en 2023

Le graphique 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.



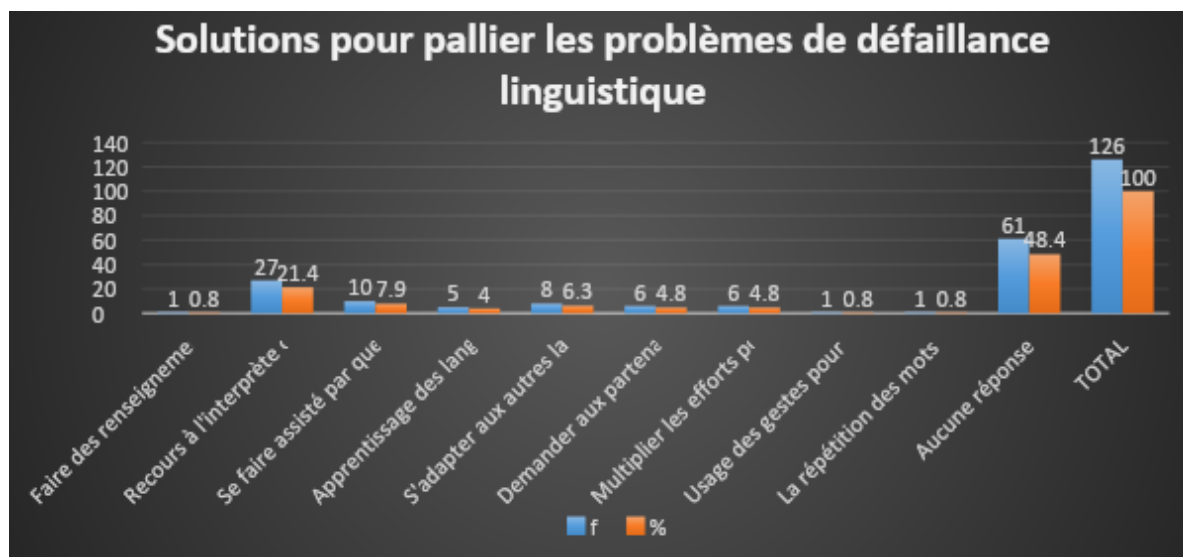
Source : données recueillies par nous-même en 2023

La plupart de nos enquêtés (cfr. tableau N°23 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.



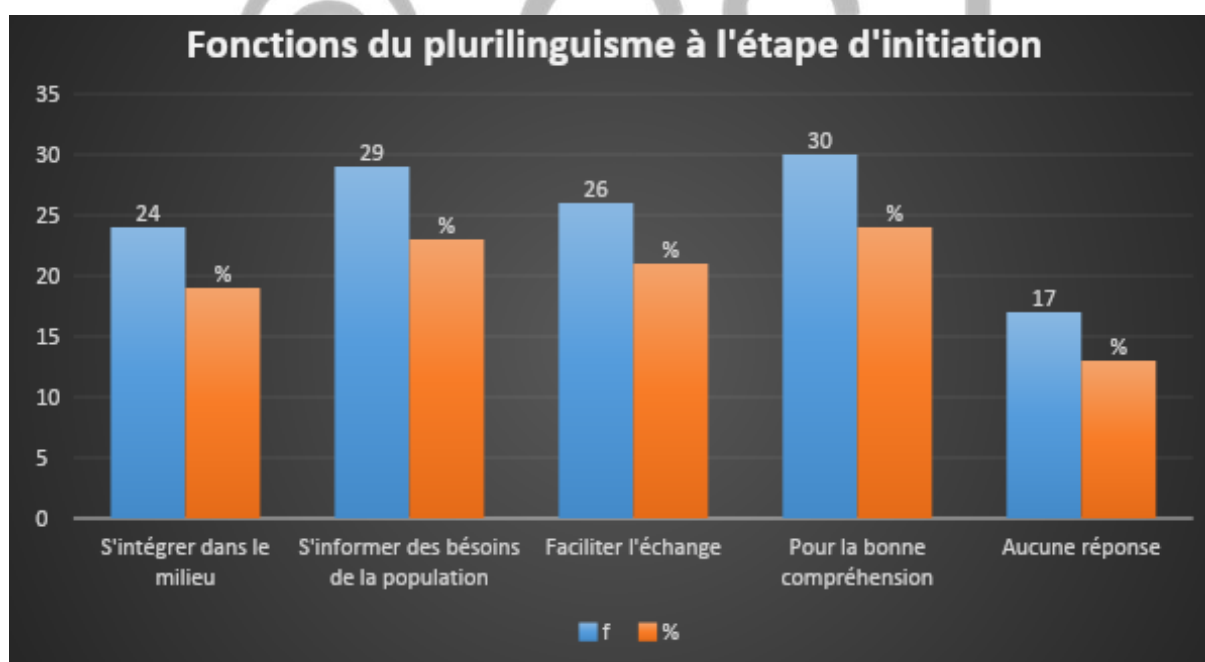
Source : données recueillies par nous-même en 2023

En regardant ce graphique, nous constatons que l’incompréhension et le malentendu sont des blocages permanents pour un entrepreneur naissant, lorsque l’entrepreneur présente une défaillance linguistique pendant ses différentes démarches entrepreneuriales. Et cela entraîne le ralentissement dans les démarches de création d’une entreprise. Cela confirme notre deuxième hypothèse sur les problèmes de défaillance linguistique rencontrés par les entrepreneurs lors de processus entrepreneurial.



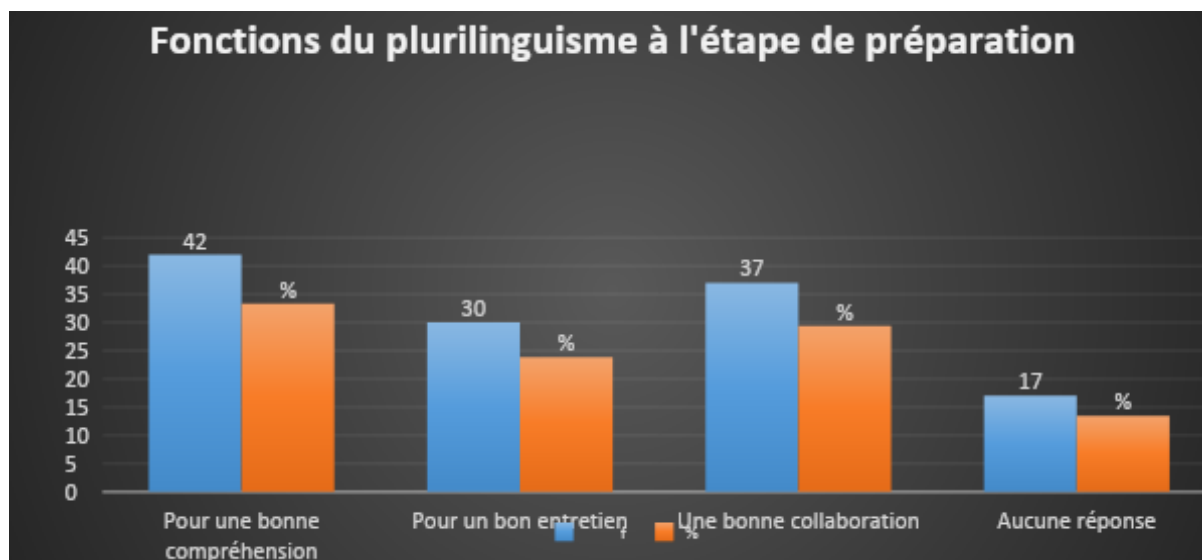
Source : données recueillies par nous-mêmes en 2023

Ce graphique nous présente la fréquence la plus élevée, celle de 27, représentée par le 21,4% ; ce que la majorité de nos enquêtés ont fait recours à l'interprétation ou un intermédiaire en vue de remédier aux problèmes rencontrés par rapport à la défaillance linguistique quelconque. Par contre nous constatons en deuxième position, la fréquence de 10, représentée par 7,9%, celle de se faire assister par quelqu'un lors de processus entrepreneurial. Cependant, ces deux opinions disent la même chose ; faire intervenir l'interprète ou l'intermédiaire et se faire assister sont des remèdes efficaces afin de résoudre les problèmes de défaillance linguistique lors de processus entrepreneurial.



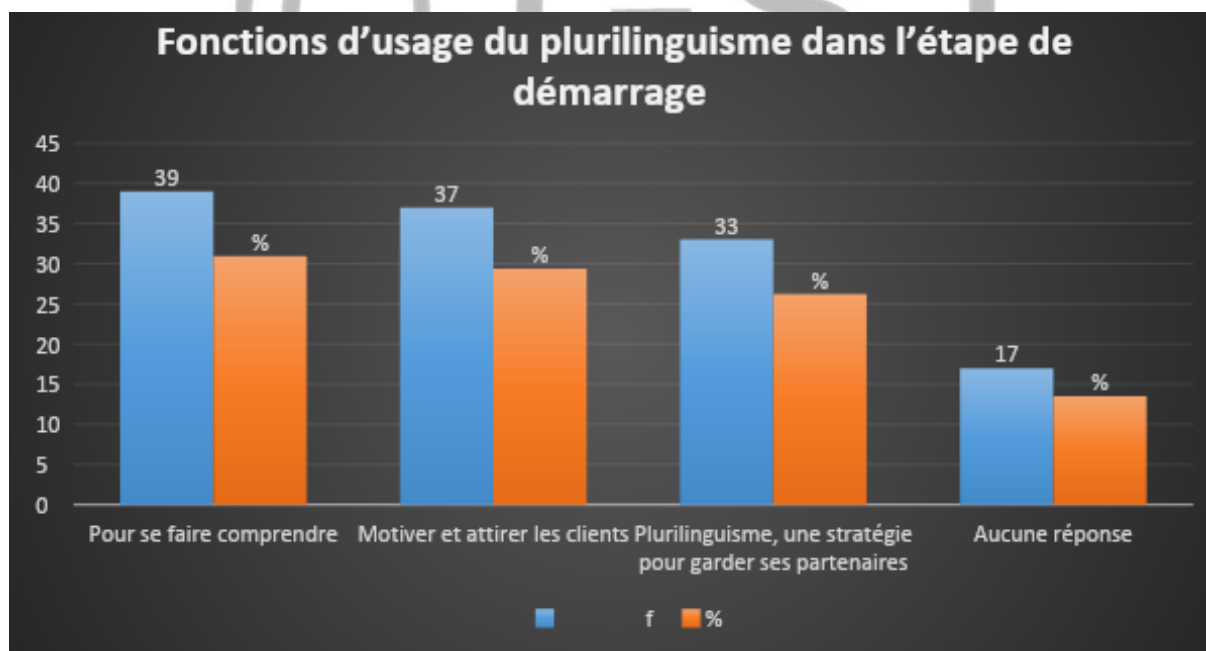
Source : données recueillies par nous-même en 2023

Dans ce graphique nous remarquons qu'il n'y a pas d'écarts significatifs entre ces différentes fréquences ; cela nous pousse à dire que toutes les fonctions du plurilinguisme, soulevées par nos enquêtés (s'intégrer dans le milieu, s'informer des besoins de la population, faciliter l'échange et la bonne compréhension) sont nécessaires, lorsqu'on emploie le plurilinguisme pendant l'étape d'initiation de démarches de création d'une entreprise. Et les 17 sujets, soit 13% qui ne nous ont rien fournis comme information, sont ceux qui ont désapprouvé l'usage de plurilinguisme dans le processus entrepreneurial.



Source : données recueillies par nous-même en 2023

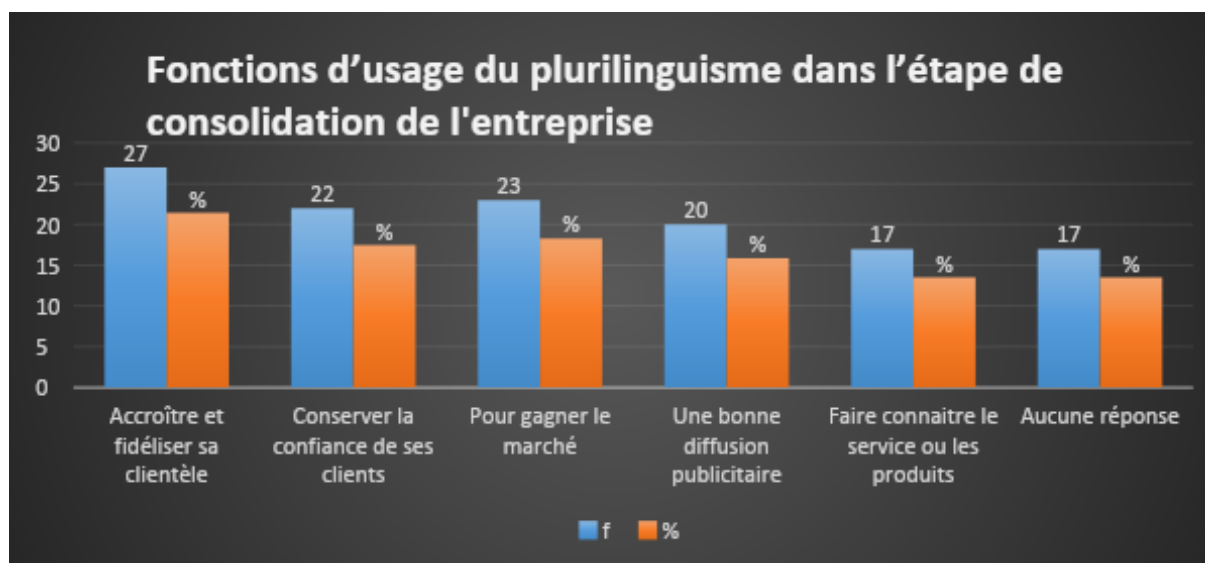
En regardant ce graphique, nous remarquons qu'il n'y a pas d'écarts significatifs entre ces différentes fréquences ; cela nous pousse à dire que toutes les fonctions du plurilinguisme, soulevées par nos enquêtés (pour une bonne compréhension, pour un bon entretien et une bonne collaboration) sont nécessaires, lorsqu'on emploie le plurilinguisme pendant l'étape de préparation de démarches de création d'une entreprise. Et les 17 sujets, soit 13% qui ne nous ont rien fournis comme information, sont ceux qui ont désapprouvé l'usage de plurilinguisme dans le processus entrepreneurial.



Source : données recueillies par nous-même en 2023

Il ressort de ce graphique nous remarquons qu'il n'y a pas d'écarts significatifs entre ces différentes fréquences ; cela nous pousse à dire que toutes les fonctions du plurilinguisme, soulevées par nos enquêtés (pour se faire comprendre, motiver attirer les clients et stratégie pour garder ses différents partenaires) sont nécessaires, lorsqu'on emploie le plurilinguisme pendant l'étape de

démarrage d'une entreprise. Et les 17 sujets, soit 13% qui ne nous ont rien fournis comme information, sont ceux qui ont désapprouvé l'usage de plurilinguisme dans le processus entrepreneurial.



Source : données recueillies par nous-même en 2023

En regardant ce graphique nous remarquons qu'il n'y a pas d'écarts significatifs entre ces différentes fréquences ; cela nous pousse à dire que toutes les fonctions du plurilinguisme, soulevées par nos enquêtés (accroître et fidéliser sa clientèle, conserver la confiance de ses clients, pour gagner le marché une bonne diffusion publicitaire et faire connaître le service ou les produits) sont nécessaires, lorsqu'on emploie le plurilinguisme pour la consolidation d'une entreprise. Et les 17 sujets, soit 13% qui ne nous ont rien fournis comme information, sont ceux qui ont désapprouvé l'usage de plurilinguisme dans le processus entrepreneurial.

Conclusion et suggestion

En guise de conclusion nous retenons ceci :

- 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.
- Concernant la raison de l'emploi du plurilinguisme dans le processus entrepreneurial, la majorité (35,7%) de nos enquêtés opte pour le plurilinguisme dans le processus entrepreneurial pour se faire comprendre et faciliter les démarches entrepreneuriales.
- La plupart de nos enquêtés (35,7% 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.
- L'écart entre les différentes fréquences des réponses de nos enquêtés sur la question liée aux fonctions du plurilinguisme dans le processus entrepreneurial n'est pas significatif, c'est ainsi que nous considérons toutes les fonctions évoquées quant à ce. Ainsi, les fonctions du plurilinguisme dans le processus entrepreneurial sont : s'intégrer dans le milieu pour s'informer sur les besoins de la population, la bonne compréhension, une meilleure coopération avec les partenaires, motiver et attirer les clients lors de la première vente,

influencer les clients, gagner plus de la clientèle, conserver la confiance des clients, une bonne diffusion publicitaire, accroître et fidéliser les clients.

Comme suggestion, nous proposons ceux qui suivent :

- Que les entrepreneurs de la ville de Kisangani, en particulier et ceux de la République Démocratique du Congo ont tout intérêt à s'imprégner du plurilinguisme pour réussir dans leurs projets entrepreneuriaux. En embrassant cette compétence linguistique, ils peuvent élargir leurs horizons, établir des partenariats solides, conquérir de nouveaux marchés et se positionner avantageusement dans l'économie mondiale.
- Il serait bénéfique de faire collaborer des spécialistes en affaires commerciales avec des linguistes afin de les aider à mieux intégrer le plurilinguisme dans leur processus de création d'entreprise. Cette collaboration pourrait permettre aux entreprises de mieux communiquer avec leurs clients et partenaires étrangers, de gagner en visibilité dans des marchés multilingues et de mieux appréhender les particularités culturelles et linguistiques des pays où elles souhaitent s'implanter. Des formations pourraient être organisées afin de sensibiliser les entrepreneurs aux enjeux du plurilinguisme dans le commerce international, ainsi que sur les meilleures pratiques à adopter pour être efficace dans cette dimension. De plus, le développement de technologies linguistiques pourrait également aider à cette démarche, en proposant des outils de traduction de qualité professionnelle pour les entreprises.

Référence bibliographique

BOKULA, X., *langue, langage et sociétés au Congo, Kisangani*, BUTRA-CRLLA, 2005

MARTINET, A., *Economie de changement phonétique, traite de phonologie diachronique*, Berne, CEL, 1955

DE SAUSSURE, F., *Cours de linguistique générale*, Payot, Paris, 1965

DUBOIS, J. et al, *le dictionnaire de linguistique et sciences du langage*, Larousse, 2012

RICHET, X., *Economie de l'entreprise*, Hachette, Supérieur, 2001

JOSIEN, S. al, *l'essentiel du management des entreprises*, Gualino, 5^e édition, Paris, 2017

BERGER, N., 2014

HARISON, V., *les mutations entrepreneuriales*, harmattan, Paris, 2009

<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>

www.Linternauet.fr/dictionnaire