

01

SIX RÈGLES POUR FAIRE BONNE FIGURE EN ANGLAIS DES AFFAIRES

Voici venu le moment fatidique. Mondialisation oblige, vous devez sortir votre anglais de l'oubli et briller de vos plus beaux feux shakespeariens. Malheur, c'est précisément à cet instant que votre gorge se serre et qu'un tic nerveux vous empêche de prononcer les incontournables « th » !

Heureusement, il est relativement facile d'acquérir des aptitudes de base en anglais afin de tirer honorablement votre épingle du jeu. Les conjugaisons sont étonnamment simples, même si le singulier a l'air pluriel et le pluriel, singulier. Le sexe occupe une place de choix, mais les genres sont inexistantes. Les anglicismes tellement décriés sont une source inestimable d'inspiration. Plus rassurant encore, l'anglais est une langue qui se fait allégrement massacrer par des millions de gens à la grandeur de la planète. Vous n'avez donc pas à être gêné.

En fait, vous êtes probablement déjà comme la plupart des gens d'affaires francophones : vous vous débrouillez en anglais. Donc, pas de panique ! Dites-vous bien que vous ne parlerez probablement jamais l'anglais comme un anglophone de naissance. Et après tout, combien connaissez-vous d'anglophones qui parlent français aussi bien que vous ?

Détendez-vous et mettez en pratique les quelques règles qui suivent. Pour ce qui est de l'anglais, vous serez en affaires !

Votre accent français ne vous nuit pas du tout

Bien au contraire, en anglais, votre accent français adoucit, allège, arrondit, fait plaisir. Parlez, et parlez beaucoup. On tombera sous votre charme.

Tout est dans la cadence

Écoutez parler les anglophones. Chaque mot et chaque phrase a ses hauts et ses bas. On met l'accent sur une syllabe plutôt que sur l'autre. Trouvez la syllabe sur laquelle on insiste, faites de même et l'on vous comprendra.

Vous pouvez faire des fautes, mais votre entreprise, non

Votre anglais, même avec toutes ses fautes, est amical et sympathique. Mais n'allez surtout pas conclure que vous pouvez vous-même traduire en anglais le rapport annuel de votre

compagnie (ou que votre secrétaire peut le faire à votre place). Demandez à un professionnel de vous prêter main-forte.

Soignez vos communications en anglais autant que vos communications en français

Vous consacrez temps et efforts à rédiger et à produire des documents de qualité qui rehaussent l'image de votre entreprise. Accordez autant d'importance à la traduction. À quoi bon un très coûteux dépliant quatre couleurs si l'anglais y est truffé de fautes de style et de grammaire ?

Soyez direct et familier

Qui dit anglais dit forcément américain. Or, dites-vous que nul autre peuple sur la terre n'est aussi direct et familier que les sympathiques habitants des États-Unis d'Amérique. Appelez-les par leur prénom. Donnez-leur une tape dans le dos. Gavez-les de chiffres et de faits, mais oubliez les fleurs. Vous les gagnerez en adoptant leur franchise, leur ton et leur style.

Changez de cadre de référence

Ne tenez pas pour acquis que vos clients anglophones ont les mêmes goûts et les mêmes préoccupations que vos clients francophones. C'est parfois le cas, mais pas toujours. N'incluez dans votre matériel publicitaire que les informations qui les intéressent. Pourquoi vanter vos produits « made in Québec » ou « made in France » si le consommateur n'y voit pas un avantage ? Faites-en tout simplement valoir la qualité ainsi que l'excellence de votre service après-vente.

* * *

Ces quelques consignes vous mettront sur la bonne piste dans vos relations d'affaires. Elles ne vous permettront pas de mieux parler l'anglais, mais plutôt de mieux le gérer (voire, de mieux le digérer). Parcourez aussi les divers chapitres qui suivent. Vous y trouverez une mine de renseignements utiles que vous pourrez mettre à profit au travail comme dans la vie courante. *Good luck!*