

## Généraliser l'usage d'un langage inclusif

Par [Anne-Marie Rocco](#) le [06.10.2018](#)

*Michel Landel, administrateur indépendant, est parrain de l'Observatoire de la mixité. Pour Challenges, il détaille l'une des six mesures recommandées par ce think tank pour rendre les entreprises plus mixtes : généraliser l'usage d'un langage inclusif, dans la communication interne comme dans les médias.*

Faut-il féminiser les titres professionnels – professeur, professeure – et comment procéder ? Le sujet fait souvent polémique. Il déclenche les passions, comme le raconte avec humour et érudition le linguiste Bernard Cerquiglini dans son dernier ouvrage paraissant ce mois-ci aux éditions du Seuil : "Le ministre est enceinte, ou la grande querelle de la féminisation des noms". Sur la couverture blanche, l'article masculin est barré d'un trait rouge et remplacé par sa version féminine, "La ministre". Le débat n'est pas d'aujourd'hui, puisque l'auteur y rapporte des échanges particulièrement virulents sur la question dès le début des années 1980, à l'instigation de féministes comme "la " ministre Yvette Roudy ou de l'"écrivaine" Benoîte Groult.



L'entreprise est, elle aussi, touchée par ces interrogations et l'Observatoire de la mixité, qui s'est donné pour but de faire progresser durablement l'équilibre femmes-hommes dans les entreprises, s'en est saisie. " Généraliser l'usage d'un langage inclusif " est la troisième mesure proposée par ce think tank réunissant experts et entreprises engagées comme Legrand, Sanofi ou Raise, dans son Livre Vert qui recense "les mesures qui marchent". Ce document synthétise, en six mesures concrètes, la marche à suivre pour accélérer la mixité dans les organisations. Deux de ces mesures ont déjà été présentées dans *Challenges* : "Présenter un engagement fort de la direction", et "Partager des objectifs de mixité individuels ambitieux". Parrain de l'Observatoire de la mixité, Michel Landel, administrateur et ex-directeur général de Sodexo, détaille aujourd'hui celle qui concerne le langage.

### **Pourquoi préconiser une mesure sur le langage ? Quel est votre constat de départ ?**

Il y a souvent un manque d'exemplarité dans la façon dont on s'exprime, et cela pèse sur l'inconscient de chacun. Dans les organisations, et pas seulement les entreprises, on a souvent tendance à dévaluer inconsciemment la place des femmes, au travers d'un discours paternaliste voire sexiste, quand ce n'est pas par des plaisanteries grivoises.

### **Vous pensez par exemple aux mots de Richard Ferrand lors de son élection à l'Assemblée, quand il ironisait en disant : "Vous me pardonnerez de ne pas être une dame" ?**

Parfaitement. C'est insupportable et déplacé, et cela vient de très haut. Il y a des entreprises qui travaillent à faire disparaître ce type de comportements, en cherchant à établir un langage épicène, avec des mots que l'on peut utiliser au féminin comme au masculin. Quand on s'exprime systématiquement au masculin, cela dévalorise les femmes. A Sodexo, j'ai beaucoup insisté là-

dessus, en communication interne et externe. Il faut trouver un équilibre sur ces sujets qui sont sensibles.

**Concrètement, comment mettre en œuvre de cette recommandation ?**

D'abord, il convient de féminiser tous les titres, de dire et écrire "Madame la directrice", et plus "Madame le directeur" comme beaucoup le font encore. Au besoin, on peut aller jusqu'à inventer un terme qui n'existe pas encore. Lorsqu'on s'adresse à tous, il faut utiliser à la fois du féminin et du masculin, et utiliser des exemples des deux genres. Il est important de veiller à l'équilibre entre les femmes et les hommes dans les messages et les vidéos de l'entreprise, afin de leur accorder la même visibilité. Mieux vaut également parler de "mixité" que de "féminisation" ou de "parité". Par ailleurs, il ne faut pas réserver aux femmes les questions liées à la vie personnelle. S'il y a des femmes qui s'occupent de leurs enfants le mercredi, des hommes aussi peuvent le faire.

**Est-ce que ce n'est pas difficile de faire passer un tel changement culturel à tous les niveaux de la hiérarchie ?**

Certaines entreprises ont créé des guides pratiques auxquels chacun peut se référer. Carrefour, par exemple, a réalisé un fascicule sur "les neuf réflexes du leader inclusif". Crédit Mutuel Arkéa favorise aussi l'usage au quotidien d'un langage inclusif et bienveillant. Et il existe des formations pour faire comprendre que langage et mixité sont des sujets importants sur lesquels on peut mettre des règles simples. Par exemple, il n'y a pas lieu d'appeler les femmes par leur prénom, ou alors on le fait pour tout le monde.

**Avec ce genre de préconisations, ne craignez-vous pas d'être taxé de "politiquement correct"?**

Non, si l'on est sincère et que l'on aligne ses actes sur ses paroles. Il faut aller jusqu'au bout, même si cela en fait sourire certains. Les femmes aussi doivent se battre pour ça. Quand la prise de conscience a lieu, comme j'ai pu le constater chez Sodexo, les gens ne rient plus. La société et le langage ont été forgés par les hommes, mais aujourd'hui les jeunes générations attendent autre chose.

**Faut-il aller jusqu'à adopter l'écriture inclusive qui est si décriée, et que même Barbara Cassin, la dernière femme entrée à l'Académie, juge "insupportable" ?**

Dès qu'on change, c'est compliqué. Mais si on éduque les enfants, ça passe ! Il faut utiliser tout ce qui peut marcher pour faire changer les choses. Cela s'est fait aux Etats-Unis, après cela devient une question d'habitude.