



communication

Patrons, ayez du style !

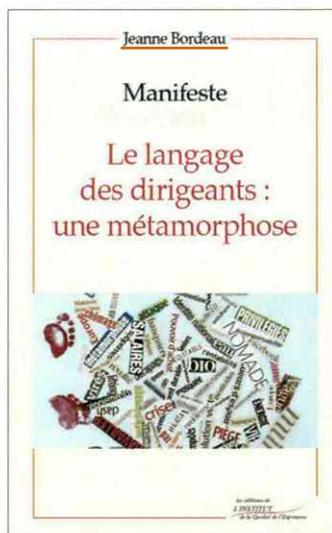
Jeanne Bordeau, directrice de l'Institut de la qualité de l'expression, publie *Le Langage des dirigeants: une métamorphose*, un manifeste qu'elle va adresser à 300 dirigeants.

Nous vivons une époque de "packaging verbal" où des mots usés circulent en boucle à l'infini tels qu'innovation, ambition, proximité... », pointe Jeanne Bordeau, directrice de l'Institut de la qualité de l'expression, dans le manifeste qu'elle vient de publier et intitulé *Le Langage des dirigeants: une métamorphose* (Les éditions de la qualité de l'expression). Dans les prochaines semaines, elle va adresser son manifeste à 300 chefs d'entreprise afin de leur faire prendre conscience de la révolution induite par le numérique.

« Avec Internet, il faut être conscient qu'en un même lieu se mêlent désormais une part de votre communication interne, vos choix en développement durable, les échos de votre communication financière et votre langage de marque, constate-t-elle dans son ouvrage. Et dans le même temps, chacun de vos collaborateurs est devenu un storyteller. »

La révolution du langage

Jeanne Bordeau appelle les patrons à définir leur propre charte sémantique, en somme à trouver leur propre style. « Si j'étais à votre place, Mesdames, Messieurs les dirigeants, je ne laisserais pas le choix de mon univers sensible, de mes symboliques, voire de l'imaginaire qui va transporter mon projet, à des entreprises extérieures qui ne connaissent pas les défis et les souffrances qui ont édifié mon histoire, mon patrimoine, ni



À l'heure du numérique, l'ouvrage invite notamment les dirigeants à repenser et se réapproprier le langage dans leurs entreprises.

l'âme même de mon entreprise... »
Dans ce nouveau contexte, le dirigeant doit donner le ton « avec une parole de qualité, pour dire moins mais mieux [...] Veiller à son mode d'expression, c'est veiller à ce qui est l'essence même de l'entreprise. »

Selon Jeanne Bordeau, l'autre dimension de cette nécessaire révolution du langage tient à l'évolution du rapport hiérarchique: le passage d'un management d'autorité à un management de conviction impose une remise à plat de son mode d'expression.

D'autant qu'il faut donner le cap aux salariés. « Des collaborateurs qui exerçaient un métier qui jusqu'ici ne nécessitait pas de compétences particulières, doivent à présent être sensibilisés à l'art de formuler, de diffuser, de décrire [...] Il faut les accompagner [...] Car la révolution des contenus fait naître l'ère du langage. Les idées bien exprimées, les offres bien spécifiées, les conversations avec vos publics bien posées, prendront une importance immense [...] Vous devrez dans ce vaste territoire d'expression vous souvenir que vous serez l'éditorialiste [...] Celui qui fonde et décide de l'opinion, de la stratégie de langage sur le fond pour tout votre groupe. »

G.W.

En savoir +
> www.institut-expression.com

