

Do you speak English ? Yes, business school English

My business school is rich, my business school parle globish. Il est peu probable que les écoles de commerce françaises se soient senties concernées par la polémique sur l'utilisation de l'anglais à l'université. Elles, l'anglais, elles l'utilisent depuis belle lurette. Et elles en raffolent. Car les business schools sont hype ; elles sont cool ; elles sont trendy.

La tête retournée par les rankings et la globalisation effrénée de l'enseignement supérieur, elles ont résolument adopté le sabir des businessmen jet-lagués, le *global english*, ou « globish ».

D'ailleurs, et pour commencer, ces écoles n'en sont plus. Dorénavant, il convient de les appeler « business school ». Leurs slogans ? « *Be distinctive* », ordonne EM Strasbourg Business School ; « *Get ready to love your future* », susurre l'école de Marseille, Euromed Management ; « *Write your story* », recommande celle de Bordeaux. Quant à EM Lyon, sa mission est « *Educating entrepreneurs for the world* ». Et Audencia, à Nantes, se propose d'« *Inspiring new leaders* ».

Dans ces écoles, pardon, ces business school, les élèves s'inscrivent dans des formations undergraduate ou post graduate pour devenir des managers boostés au leadership. Car, bien entendu, ils sont trop jeunes pour les executive programs.

Ils choisissent des tracks où ils peuvent suivre les workshops, s'adonner aux serious games ou expérimenter les futures learning de ces smart schools. Tout cela sous l'autorité de faculties qui ont (presque) tous un PhD et, of course, du dean. La supply chain, le sustainable business, l'hospitality ou l'outdoor industry n'auront plus aucun secret pour eux, mais ils

acquerront également des soft skills. Pour se détendre, ils peuvent participer à la sailing team ou aux entrepreneurship awards. Car devenir un « leader entrepreneurial », c'est essentiel.

Bien sûr, il ne faut pas zapper la Luxury Careers Week ou l'International Online Careers Day du Careers Forum. Le job en dépend.

Euromed Management et Bordeaux Ecole de management ont bien compris l'enjeu. En s'unissant, elles ont choisi de s'appeler Kedge (l'ancre). Avant elles, l'ESC Lille et le Céram de Nice avaient donné naissance à Skema, pour School of Knowledge Economy and Management.

L'alumni globe-trotter

De fait, ce sont surtout dans les écoles moyennes de province que l'on prise le chic globish. La grande HEC, dont la réputation internationale n'est plus à faire, n'a pas besoin de recourir aux envoyées anglophobes. Son slogan ? Le très sobre « *Apprendre à oser* ».

Les autres, celles qui subissent la concurrence de plein fouet, surjouent l'excellence de leur formation. Et elles savent bien qu'être moderne passe par l'anglais. L'idée : mettre le grappin sur l'étudiant international, celui qui est né à New Delhi, fera ses études à Orléans, se mariera à Rio de Janeiro, débutera sa carrière à Chicago et la finira à Shanghai avant de prendre une retraite bien méritée à Moscou.

Et pour lui, rien n'est trop beau. Car, après ses études, il fera partie des alumnis. Les anciens, bien trop anciens, ont disparu. Alumni, c'est du latin, bien sûr, mais les business schools, qui ont fait cette trouvaille aux States, croient encore que c'est de l'anglais. Chut ! Don't tell them. ■

le MONDE p. 21/03/06/2013 **BENOIT FLOCH**

article de Benoit FLOCH paru dans le Monde du 08/06/2013 avec l'aimable autorisation du Groupe Le Monde.