

FICHE THEMATIQUE

LE FRANÇAIS DE SPECIALITÉ (FSP)

Mots-clés : apprenant, certification, contenu thématique, demande, document authentique, document semi-authentique, fonctionnel, offre, public captif, savoir-faire, sémantique, simulation globale

Les formations en français de spécialité se situent dans une logique de l'offre. Alors que dans la démarche FOS, on s'attache à construire un programme sur mesure pour répondre à une demande précise et ciblée avec des outils d'ingénierie appropriés (analyse de besoin, création de matériel ad hoc, ...), dans le champ du FSP on s'attache à une offre de formation plus large, par grands domaines professionnels, susceptible de s'appuyer sur du matériel clé en main (les méthodes).

Les publics

Ce type de formation répond majoritairement aux besoins de communication de publics étudiants, essentiellement captifs. Leur objectif est soit l'acquisition ou l'amélioration d'une compétence de communication liée au métier qu'ils sont susceptibles d'exercer à l'issue de leurs études, soit l'acquisition ou l'amélioration d'une compétence de communication qui leur permettra de suivre des enseignements de spécialité en français (droit, économie, médecine...).

De tels programmes conviendront par exemple à des étudiants inscrits, à l'étranger, dans des cursus non littéraires (les étudiants « français langue 2° » des filières tourisme, étudiants en économie ou commerce, ...) et dont les perspectives professionnelles ne sont pas encore totalement arrêtées. Le Français de spécialité peut apporter des contenus et des axes de travail à la fois larges et néanmoins sectorisés.

Ces formations peuvent s'adresser également à des professionnels soucieux d'acquérir les spécificités langagières liées à l'exercice d'une activité en milieu professionnel spécifique.

De nombreux centres de langue, Alliances françaises, Instituts français proposent des programmes de français des affaires, du tourisme, etc. Ces modules constituent, en termes de marketing, une forme possible et intéressante de diversification de l'offre de cours.

Dans ces organismes, l'enseignement du français de spécialité pourra aussi souvent, malgré la mention de « spécialité », convenir à un public assez diversifié :

- des apprenants d'origine professionnelle clairement identifiée mais dont les objectifs d'apprentissage de la langue étrangère restent assez généraux ; ces personnes voudront trouver dans le cadre de leur cours de français un rattachement à leur secteur d'activité ou à leurs centres d'intérêt sans pour autant chercher à développer des compétences langagières professionnelles ciblées en vue d'un projet précis (suivre un stage en France, conduire une négociation d'entreprise avec des interlocuteurs francophones,...) ;
- des apprenants non « marqués » professionnellement (étudiants, demandeurs d'emploi, apprenants d'origines professionnelles diverses) qui choisissent un cours de français des affaires ou du tourisme par goût, pour développer éventuellement des connaissances générales sur le domaine, etc.

La durée des formations

La durée des formations dépend principalement de la différence entre le niveau linguistique en début de formation et le niveau visé à la fin de la formation. Elle peut donc être très variable.

Une formation en français de la comptabilité, par exemple, qui consisterait à aborder le lexique spécifique dans son environnement sémantique auprès d'apprenants de niveau avancé, pourrait être dispensée sur une dizaine d'heures.

Un programme académique visant un public d'étudiants non francophones de niveau débutant en langue française et se destinant à intégrer les filières de gestion pourrait être proposé sur 600 heures.

Des cours modulaires peuvent également être proposés en supplément d'une formation en français général et, de ce fait, susciter l'intérêt pour le français de spécialité. Ce sera le cas, par exemple, d'une option en français des affaires proposée une ou deux fois par semaine à raison de 2 heures par séance.

Méthodologie

A l'heure actuelle, l'enseignant de français de spécialité peut s'appuyer sur de nombreuses méthodes existantes. Certaines ciblent un domaine particulier (diplomatie, affaires, tourisme et hôtellerie, ...) d'autres, notamment pour les publics grand débutant, s'attachent plutôt à des compétences et des situations de communication professionnelles transversales. Les méthodes et manuels destinés à ce type de public sont conçus pour des publics hétérogènes et de toutes nationalités. Elles ne visent pas tant des métiers que l'ensemble de la branche d'activité professionnelle.

La nomenclature de ces méthodes reprend généralement des progressions de type généraliste en les adaptant, par les contenus thématiques, à des contextes professionnels particuliers. D'autres, souvent pour des niveaux plus avancés, optent plutôt pour une entrée thématique dictée par la structuration du domaine de référence, pour le décliner ensuite en activités linguistiques (questions, jeux de rôles, mises en situation d'écriture, ...).

L'enseignant ou l'équipe enseignante pourra utilement compléter et renforcer les contenus linguistiques et langagiers des manuels de français de spécialité par d'autres supports :

- documents authentiques ou semi-authentiques : articles issus de la presse, documents professionnels (notes de service, bons de commande, courriers, dépliants, etc.) ;
- ressources sur Internet (sites portails des organismes pour se familiariser avec la culture d'une entreprise, CV en lignes, supports publicitaires) ;
- manuels français de sciences, de géographie, d'économie du second cycle de l'enseignement secondaire.

Ces méthodes, quoique gagnant à être complétées, offrent néanmoins un cadre et un outil facilitateurs pour un enseignant de FLE habitué à l'utilisation d'une méthode généraliste et encore peu formé aux techniques d'enseignement du français de spécialité.

Plus la demande sera spécifique, plus l'enseignant devra toutefois s'orienter vers des activités qu'il construira lui-même et qui seront mieux adaptées à des besoins de formation précis et ciblés et qui auront été préalablement identifiés. Nous entrons là dans une logique de formation FOS (voir fiche *Le français sur objectif spécifique*).

La dimension culturelle des domaines traités est également à prendre en considération dans la demande des publics. Si l'objectif des apprenants est d'acquérir des savoir faire langagiers dans un domaine professionnel donné afin de travailler dans leur propre pays, la dimension interculturelle de l'enseignement (les spécificités des organisations françaises, du droit français etc.) pourra être prise en compte sans pour autant être déterminante. Cette dimension interculturelle devient par contre capitale lorsque l'on s'adresse à un public de professionnels se préparant à travailler en France ou avec des partenaires français. Le programme d'enseignement devra alors s'attacher aux éléments culturels propres au domaine de référence (spécificités du secteur hospitalier français pour des infirmières espagnoles s'appêtant à travailler en France, ...)

D'autre part, lorsque les apprenants ont un niveau de langue avancé (fin B2 début C1) et sont experts du domaine, il conviendra de les mettre en présence de textes professionnels fortement inscrits dans leur domaine de spécialité. L'acquisition de compétences langagières devra prendre appui sur des documents de travail et sur des activités proches des activités professionnelles qui sont ou seront attendues d'eux (prise de note, synthèse de document, commentaire de décisions juridiques, présentation d'un bilan comptable, etc.). A ce niveau, l'intervention d'un spécialiste francophone du domaine, lorsqu'elle peut être mobilisée, est bien sûr souhaitable. L'enseignant de français devra alors, à tout le moins, posséder une solide connaissance du domaine de référence.

Les formations de français de spécialité sont le plus souvent sanctionnées par des certifications d'ordre externe telles que celles de la Chambre de commerce et d'industrie de Paris (CCI Paris Île-de-France).

L'existence de ces certifications exerce une influence directe sur nombre de formations, notamment en français des affaires qui reste le domaine le plus important en français de spécialité. En effet, de nombreuses institutions sont amenées à proposer des modules de préparation aux certifications recherchées par apprenants et prescripteurs et tendent à configurer les contenus de leur formation à partir des objectifs communicatifs des certifications.

Modèles de bonne pratique

OFFRE DE FORMATION EN FRANÇAIS DU TOURISME ET DE L'HOTELLERIE

Prestataires

Institut français, Alliances françaises, écoles de langues

Lieu de la formation

Centre de formation

Public

- ▶ Etudiants se destinant aux carrières du tourisme, de l'hôtellerie et de la restauration
- ▶ Professionnels du secteur

Niveau de langue

Possibilité de s'inscrire à deux cursus :

- **Français du tourisme et de l'hôtellerie 1** : 200 heures de français environ (niveau A2 du *Cadre Européen Commun de Référence pour les Langues*)
- **Français du tourisme et de l'hôtellerie 2** : 300 heures de français environ (niveau B1 du *CECRL*)

Un entretien d'orientation et de motivation permettra de déterminer si le stagiaire a le niveau requis pour suivre le cours.

Durée et fréquence

- 1 semestre pour chaque cursus
- 2 soirées par semaine de 2 heures ou 1 cours de 4 heures

Programme

Voir annexe 1

Supports et méthodologie

- Méthodes de français du tourisme et de l'hôtellerie existantes (voir bibliographie) couvrant plusieurs métiers du tourisme, de l'hôtellerie et de la restauration et pouvant s'adresser de ce fait à un large public.
- Documents authentiques ou semi-authentiques d'actualité
- Documents audio et vidéo

Une simulation globale, telle que « l'Hôtel » (voir bibliographie) sur plusieurs séances voire sur la quasi-totalité de la formation peut être envisagée. Elle pourra donner à la formation une nouvelle dynamique et permettre aux apprenants de s'approprier la langue de spécialité de manière active et créative.

Dérive possible

Une dérive possible consisterait à inscrire un professionnel ayant une attente fonctionnelle très ciblée à un cours de français de spécialité de contenu thématique trop large.

Il revient donc à la personne en charge de la mise en place de la formation de faire, tout comme en FOS, une analyse des besoins précise et de veiller à ce que le stagiaire connaisse les objectifs et contenus de la formation. Il lui appartient également de transmettre le plus d'informations possible à l'enseignant de manière à ce que celui-ci sélectionne les unités de la méthode les mieux adaptées à l'ensemble du public tout en sachant, bien entendu, que ces formations en groupe ne peuvent répondre aux besoins particuliers de chaque apprenant.

OFFRE DE FORMATION EN FRANÇAIS DES RELATIONS PROFESSIONNELLES

Prestataires

Institut français, Alliances françaises, écoles de langues

Lieu de la formation

Sur site

Partenaires

Entreprises déjà identifiées dont le plan de formation prévoit un volet linguistique important

Public

Employés de l'entreprise

Démarche

Cette offre de formation s'adresse à des employés ayant déjà suivi des cours de français général. Lorsqu'ils ont atteint un niveau de français général suffisant, le Centre de formation leur propose des modules de français des relations professionnelles afin de les confronter à la langue de spécialité et aux savoir-faire généraux liés à la communication professionnelle.

Les horaires de formation sont fixés par l'entreprise.

Les groupes sont constitués de 15 personnes maximum.

A l'issue de cette formation, le Centre de formation peut proposer un cours de français des affaires de niveau B1.

Niveau de langue

Niveau A2 du CECRL en cours d'acquisition.

Durée et fréquence

80 heures

2 x 2 heures par semaine

Validation

Attestation

Programme

Voir annexe 2

Supports et méthodologie

- ➔ Méthodes de français des affaires existantes, niveau A2 (voir bibliographie)
- ➔ Documents vidéo
- ➔ Documents professionnels fournis par l'entreprise (notes de service, compte-rendu, fiches techniques, dépliants, ...).

Bibliographie

▸ Les essentiels

Ouvrages théoriques :

Français sur objectifs spécifiques : de la langue aux métiers. Le français dans le monde, Recherches et applications, janvier 2004, CLE International

Ce numéro de Recherches et applications nous offre une vue d'ensemble sur la problématique de l'enseignement des langues de spécialité et plus particulièrement du français de spécialité et du français sur objectifs spécifiques : historique, domaines de spécialité et représentations, méthodes et situations d'apprentissage, formation et évaluation.

Mangiante, J-M & Parpette, C. (2004), *Le français sur objectif spécifique*, Hachette

Cet ouvrage revient sur la distinction entre français de spécialité et français sur objectifs spécifiques. Il propose une démarche globale conduisant de l'analyse des besoins à l'élaboration des activités didactiques en passant par la collecte des données de terrain. *Le français sur objectifs spécifiques* permet au lecteur, par une approche pragmatique de suivre, étape par étape, la construction des programmes de FOS à travers la présentation de nombreux cas vécus par les auteurs en France et à l'étranger.

- Manuels et méthodes de français des affaires

Objectif Express

A-L. Dubois, B. Tauzin

Paris : Hachette, édition 2006

Objectif Express s'adresse à un public de débutants et faux débutants en situation professionnelle ou en préparation à la vie active. Cette méthode a été conçue pour répondre à des besoins immédiats et urgents d'apprentissage du français. Cet ouvrage couvre environ 120 heures de cours et comprend dix unités qui donnent accès aux niveaux A1 et A2 du CECR.

Objectif Express propose une démarche actionnelle, axée sur la réalisation de tâches concrètes : communiquer au téléphone, au restaurant, dans les aéroports, à la banque, rédiger des lettres formelles simples.

Vocabulaire progressif du français des affaires

JL.Penfornis

Paris : Clé International, édition 2004

Le vocabulaire progressif du français des affaires s'adresse à des étudiants ou des professionnels de niveau intermédiaire. Cet ouvrage aide à développer non seulement le vocabulaire des affaires, mais aussi un certain nombre de savoir-faire professionnels indispensables pour communiquer plus aisément dans les situations les plus courantes du monde des affaires.

Affaires.com

JL.Penfornis

Paris : Clé International, édition 2003

Cette méthode de français des affaires s'inscrit dans la continuité de l'ouvrage *Français.com* publié en 2002. Elle s'adresse à des étudiants ou à des professionnels ayant atteint le niveau B1 du Cadre commun de référence du Conseil de l'Europe. *Affaires.com* représente une centaine d'heures d'apprentissage et a pour objectif d'amener les étudiants à maîtriser la langue française, à l'oral et à l'écrit, dans des situations de communication du monde des affaires.

Affaires à suivre

B.Tauzin, A. Bloomfield

Paris : Hachette, édition 2001

Affaires à suivre est un cours qui fait suite à l'ouvrage *Comment vont les affaires ?* Il permet d'approfondir la communication en situation professionnelle à l'écrit comme à l'oral.

Comment vont les affaires

A. Gruneberg, B. Tauzin

Paris : Hachette, édition 2000

Comment vont les affaires est un cours qui permet de communiquer rapidement en situation professionnelle, à l'écrit comme à l'oral. Son fil conducteur qui est une adaptation du feuilleton-radio RFI du même nom, il propose, à travers l'expérience d'un étudiant étranger stagiaire dans une entreprise française, un français actuel, dans un contexte authentique et en prise avec les réalités du monde de l'entreprise aujourd'hui.

Le français de l'entreprise

M.Danilo – B. Tauzin

Paris : Clé International, édition 1997

Cet ouvrage qui nécessiterait une actualisation, propose de nombreuses activités en français des affaires. Il représente une très bonne initiation au monde de l'entreprise.

- Manuels et méthodes de français du tourisme et de l'hôtellerie

Hôtellerie-restauration.com

S. Corbeau, C. Dubois, J-L Penfornis, L, Semichon

Paris : Clé International, 2006

Méthode de français professionnel de l'hôtellerie et de la restauration pour faux débutants. *Hôtellerie-restauration.com* s'adresse au personnel des hôtels en contact direct avec la clientèle francophone. Cette méthode, utilisable après 60 heures de français général, met en scène des situations de communication simples qui suivent une progression lente.

Tourisme.com

S. Corbeau, C. Dubois, J-L Penfornis

Paris : Clé International, 2004

Tourisme.com est une méthode de français du tourisme pour faux débutants. Cette méthode a pour objectif d'amener, en 120 heures, les apprenants à communiquer dans les situations les plus courantes relevant des métiers du tourisme.

Le français du tourisme

A-M Calmy

Paris : Hachette, 2004

Cette méthode est destinée aux apprenants des filières généralistes ou professionnelles, section Tourisme et Hôtellerie, de niveau intermédiaire en français. Cet ouvrage a pour objectif d'enrichir les compétences communicatives en français des apprenants dans les situations professionnelles qui relèvent du domaine du tourisme, de l'hôtellerie et de la restauration en s'appuyant sur les savoir-faire professionnels.

- Manuels et méthodes de français médical

Santé-médecine.com

F. Mourlhon-Dallies, J. Tolas

Paris : Clé International, 2004

Santé-médecine.com est un livret d'activités et d'exercices qui s'adresse à tous ceux qui veulent améliorer leur niveau de français dans des situations où la santé est en jeu. Il est accessible à partir de 120 heures de cours de français.

Le français des médecins

T. Fossier, S. Talavera-Goy

P.U.G. 2008.

- Manuels et méthodes de français scientifique et technique

Le français pour les sciences

J. Tolas, PUG, Collection FLE, 2004

Cet ouvrage s'adresse à tout public scientifique non francophone ayant un niveau intermédiaire ou avancé en français général et souhaitant découvrir et utiliser le lexique scientifique.

Sciences-techniques.com

Z. Lahmidi

Paris : Clé International, 2005

Sciences-techniques.com s'adresse aux étudiants étrangers qui suivent une formation liée aux disciplines scientifiques et techniques. Il est également destiné aux professionnels désirant améliorer leur pratique du français : techniciens, cadres ou ingénieurs étrangers. Cet ouvrage est par conséquent utile aux enseignants qui préparent un cours de français de spécialité. Il invite à faire le tour des différentes spécialités de la science et des techniques en mobilisant un éventail de vocabulaire spécialisé et en s'appropriant une culture de vulgarisation scientifique.

Pratique du français scientifique

S. Eurin, M. Henao

Collection "AUPELF-UREF"

Paris : Hachette, 1992

Cet ouvrage s'adresse à des enseignants de français langue étrangère, concepteurs de programmes de formation linguistique à orientation scientifique et à des étudiants utilisateurs de français scientifique dans des situations professionnelles et universitaires.

Véritable livre-ressources, il comprend à la fois des outils d'analyse, des outils pédagogiques et des propositions d'activités pour la classe.

▶ Autres Ouvrages théoriques

Challe, O. (2002), Enseigner le français de spécialité, Economica

Lerat, P. (1995), Les langues spécialisées, Paris, PUF

- ▶ Manuels et méthodes de français des affaires

Le nouveau French for Business

C. Le Goff

Paris : Hatier/Didier, édition 2000

Faire des affaires en français

L. Corado – M-O Sanchez Macagno

Paris : Hachette, 1997

Le français des affaires par la vidéo

Cl. Le Ninan

Paris : Didier/Hatier, 1993

Le français de la communication professionnelle

M.Danilo – JL.Penfornis – M.Linclon

Paris : Clé International, édition 1998

La messagerie – Pratique de la communication commerciale en français

C. Descotes-Genon – R. Rolle-Harold – E.Szilagy

Grenoble : Presses Universitaires de Grenoble, 1990

- Manuels et méthodes de français du tourisme et de l'hôtellerie

L'Hôtel (Simulation globale)

CIEP

Paris : Hachette, 1996

La voyagerie. Pratique du français du tourisme

Descotes-Genon (C.), Eurin (S.), Rolle-Harold (R.), Szilagyi (E.)

Grenoble : Presse Universitaire de Grenoble, 1992

Les métiers du tourisme

Chantelauve -Chiari (O.), Corbeau (S.), Dubois (C.)

Collection "Le français et la profession"

Paris : Hachette 1991

Service compris. Pratique du français de l'hôtellerie, de la restauration et de la cuisine

Descotes-Genon (C.), Szilagyi (E.)

Grenoble : Presse Universitaire de Grenoble

L'hôtellerie en français

Latifi (L.)

Paris : Didier, 1993

- Manuels et méthodes de français du droit

Le français juridique

M. Soignet

Paris, Hachette, 2003

Le français du droit

J. L. Penfornis

Paris : Clé International, 1998

Méthode de français juridique

E. Damette, F. Dargirolle.

Paris, Dalloz, 2012.

Sitographie

Site du Centre de langue française de la Chambre de Commerce et d'Industrie de région Paris Île-de-France (CCI Paris Île-de-France) : une présentation des examens de français de spécialité proposés par la CCI Paris Île-de-France mais aussi des exercices et des ressources en lignes pour apprenants et enseignants.

www.francais.cci-paris-idf.fr

Site d'information de Thierry Lebeaupin : autour du français du droit, de l'économie, des affaires, de la médecine, des sciences, des services (hôtellerie, tourisme, transports) et des techniques.

<http://perso.wanadoo.fr/fle-sitographie/menu.html>

Le portail EduFLE.net : propose une rubrique consacrée au français des affaires, du tourisme, juridique, français de spécialité. Il y recense des sites ainsi que des articles sur les simulations globales liées au français sur objectifs spécifiques : "Implanter un hôtel au Sénégal" et "Correspondance commerciale".

<http://www.edufle.net/rubrique40.html>

Fle.fr : propose des ressources pour les enseignants et apprenants de français des affaires (activités pédagogiques, méthodes, dictionnaires, jeux...).

<http://www.fle.fr/fr/pages-pro/dossier>

NumériFOS

Le Dictionnaire d'apprentissage du français des affaires : est le dictionnaire de référence en la matière. Il s'adresse à la fois aux francophones qui désirent comprendre davantage le monde des affaires, aux apprenants de niveau intermédiaire ou avancé en français des affaires, aux professeurs, aux traducteurs et interprètes et à tous ceux qui sont en contact quotidien avec le français des affaires.

<http://www.projetdafa.net/>

Documents annexes

► **Annexe 1 : programmes de formation en français du tourisme et de l'hôtellerie**

Ce document contient des suggestions de programmes correspondant aux offres de formation présentés dans la rubrique « Modèles de bonne pratique ».

► **Annexe 2 : programme de formation en français des relations professionnelles**

Ce document contient une suggestion de programme correspondant à l'offre de formation présentée dans la rubrique « Modèles de bonne pratique ».

► **Annexe 3 : Les certifications de la CCI Paris Île-de-France**

Ce document présente un tableau synthétique des 17 certifications de la CCI Paris Île-de-France et leur positionnement par rapport au Cadre Européen Commun de Référence pour les Langues (CECRL).

Ces diplômes évaluent à différents niveaux les compétences en français appliquées aux principaux domaines du monde professionnel : affaires, entreprise, tourisme, droit, secrétariat, sciences et techniques, médecine.

Ce sont des examens pratiques qui testent la compétence de communication écrite et orale dans les principales situations de la vie professionnelle.

Ils s'adressent à tous ceux qui veulent valoriser, auprès d'une institution universitaire ou de leur futur employeur, leurs acquis en français par un diplôme officiel reconnu internationalement.

Glossaire

Apprenant : Toute personne en situation d'apprentissage. Remplace utilement les termes : élève, étudiant, apprenti.

Document authentique : document original qui n'a pas été créé à des fins didactiques

Document semi-authentique : document authentique partiellement modifié afin de le rendre plus accessible en fonction d'un choix pédagogique

Public captif : public contraint, qui n'a pas fait le choix de sa formation

Savoir-faire : mise en œuvre d'un savoir ou d'une habilité pour une réalisation spécifique. En langue : capacité à utiliser de façon appropriée telle ou telle forme de la langue-cible.

Simulation globale : scénario cadre dans lequel s'inscrivent des activités écrites et orales, où les apprenants endossent des identités fictives. Il s'agit d'intégrer l'ensemble des apprentissages (linguistiques, discursifs et culturels), contrairement au simple jeu de rôles qui reste une activité atomisée. Cette activité collective représente une sorte de bain linguistique et culturel qui favorise les échanges et l'engagement des apprenants.