POINT COMMUN
N°5 Octobre 1998
70 FF
LA REVUE DU FRANÇAIS DES AFFAIRES ET DES PROFESSIONS

DIRECTION DES RELATIONS INTERNATIONALES / ENSEIGNEMENT

DANS CE NUMÉRO :

Entretien avec M. André Danzin

Président du Conseil consultatif pour le traitement informatique du langage

Dossier pédagogique : Recherchez sur le site...

par Danièle Cavalieri et Martine Dupeyron

CHAMBRE DE COMMERCE ET D'INDUSTRIE DE PARIS
PARIS HAUTS DE SEINE SEINE-SAINT-DENIS VAL DE MARNE

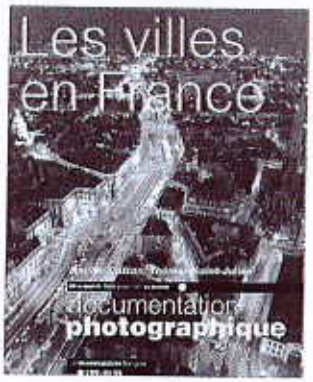
Pour connaître la France, son histoire, sa civilisation, ses institutions, un seul éditeur : **La Documentation française**

- **Institutions et vie politique**
  Collection Les Notices, ***95 F***

- **Les villes en France**
  Collection Documentation photographique n° 7039, ***60 F***

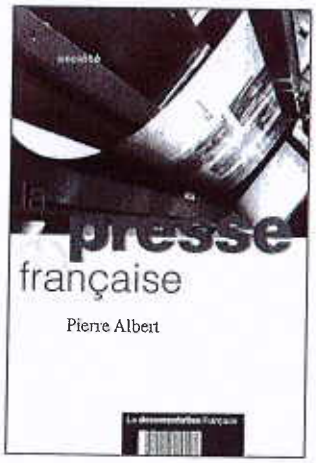
- **Alternance et cohabitation sous la Ve République**
  Collection Les études de La Documentation française, ***80 F***

- **Le système éducatif**
  Collection Cahiers français n° 285, ***57 F***



- **La presse française**
  Collection Les études de La Documentation française, ***80 F***

- **Tourisme et patrimoine en France et en Europe**
  Collection Les études de La Documentation française, ***80 F***



Documentation et renseignements :
Patricia Rey - La Documentation française
29-31, quai Voltaire 75344 Paris cedex 07 FRANCE
Fax. 33 (0) 1 40 15 72 30
Catalogue sur Internet, http://www.ladocfrancaise.gouv.fr

Diffuseurs à l'étranger :

BELGIQUE ET LUXEMBOURG
Etablissements Jean de Lannoy
Avenue du Roi, 202
B 1190 BRUXELLES
Tél. (2) 538 51 69 ou 538 43 08
Télécopie (2) 538 08 41
Mél. jean.de.lannoy@infoboard.be
http://www.jean-de-lannoy.be

CANADA
DPLU INC
5165, rue Sherbrooke Ouest
MONTREAL - QUEBEC H4A 1T6
Tél. (514)484 3940
Télécopie (514) 484 9325
Mél. dplu@referqc.ca

ESPAGNE
Mundi-Prensa Libros S.A
castello 37 - 28001 MADRID
Tél. Livres: 914 36 37 00
Tél. Abonnements 914 36 37 01
Télécopie 915 75 39 98
Mél. libreria@mundiprensa.es
http://www.mundiprensa.es

GRECE
Librairie Kauffman S.A
Stadiou 28 - ATHENES 10564
Tél. 3255321 ou 3222160
Télécopie 3633967

ITALIE
Licosa libreria Commissionaria Sansoni S.p.A
Via Duca di Calabria 1/1 - 50125 FIRENZE
Tél. (055) 645415
Télécopie (055) 641257
Mél. licosa@ftbcc.it

JAPON
Maruzen Co Ltd
3-10 Nihonbashi 2- Chome Chuo-Ku
TOKYO 103
Tél. (03) 3275 8591
Télécopie (03) 3278 1937

PORTUGAL
Distribuidora Bertrand
Rua Terra dos Vales, 4A
2701 AMADORA CODEX
Tél. (1) 495 90 50
Télécopie (1) 496 02 55
Mél. dlb@bertrand.pt

SUISSE
Maditec S.A
Case postale 266 - CH 1020 RENENS
Tél. (021) 635 08 65
Télécopie (021) 635 07 80
Mél. maditec@bluewin.ch

SOMMAIRE

• **L'ÉDITO** 3
Cliquons sur le français !
Par Guilhène Maratier-Decléty, Directeur des Relations Internationales de l'Enseignement (CCIP)

• **ENTRETIEN** 4
André Danzin, Président du Conseil consultatif pour le traitement informatique du langage :
"L'outil linguistique va finalement dominer le multimédia"

• **NOUVELLES DE LA DRI/E** 7

• **LES PAGES INFO**
La page des affaires 8
La page du tourisme et de l'hôtellerie 9
La page du droit 10
La page du secrétariat 11

• **RÉFLEXIONS** 12
Multimédia et français des affaires : de l'apprentissage à la communication
Par Thierry Lancien

• DOSSIER PÉDAGOGIQUE 15
Recherchez sur le site...
Par Danièle Cavalieri et Martine Dupeyron

• **TÉMOIGNAGE** 27
De nos cousins de Louisiane
Par Nancy Davies

• **ANNALES** 30
Le Certificat de français juridique :
les épreuves d'expression orale 34

• **BRÈVES** 36

• **NOUVEAUTÉS** 37
Un aperçu des dernières parutions

• **L'AGENDA** 38
Calendrier des manifestations francophones dans le monde

L'Édito

Cliquons sur le français !

Guilhène MARATIER-DECLÉTY
Directeur des Relations Internationales, Adjoint au Directeur de l'Enseignement

CE numéro de fin d'année est l'occasion de souligner l'importance des possibilités qu'offre le multimédia. "Révolutionnaire", "incontournable", "indispensable", "formateur", "rapide", "efficace", autant d'adjectifs qui démontrent bien les enjeux grandissants de cette nouvelle forme de communication internationale.

Depuis quatre ans, la CCIP dans son ensemble s'attache à promouvoir les nouvelles technologies éducatives, domaine primordial qui renforce son lien constant avec les entreprises dans le souci de mettre à leur disposition des spécialistes compétents et motivés. Sont ainsi encouragés des projets innovants et formateurs tels que des cours interactifs, des formations à distance, la création de sites Web... Signalons, entre autres, la naissance en 1996 du Préau, centre de ressources et d'expertise au service de la formation et de ses acteurs. Cette association, créée conjointement par la CCIP, la Compagnie Bancaire, l'Université de Technologie de Compiègne et l'École Nationale Supérieure des Télécommunications, a une mission de veille technologique sur les outils de formation à distance, de diagnostic et de conseil sur les projets NTE, d'appui aux entreprises dans la mise en place de formations flexibles et intégrées à leur système de communication (http://www.preau.asso.fr).

De son côté, la DRI/E ne pouvait ignorer cette formidable et bénéfique poussée d'Internet et lance aujourd'hui son propre site : http://www.fda.ccip.fr (voir en page 26). Ce site se veut essentiellement informatif et interactif, en phase avec les dernières nouveautés pédagogiques et éditoriales dans le domaine du français des affaires et des professions. N'hésitez pas à vous connecter et à poser toutes vos questions : votre participation est vivement encouragée !

A l'image de M. André Danzin, que nous remercions ici pour son aimable participation à ce numéro spécial, nous sommes convaincus que les avenirs conjoints de la langue française et de la francophonie passent notamment par le réseau des réseaux. Moteurs de recherche, forums, messageries, dictionnaires, serveurs d'entreprises, d'écoles, d'universités, d'organisations, toutes ces nouvelles formes d'expression doivent désormais participer d'un même élan à la concrétisation d'un seul objectif : faire de notre langue un vecteur incontournable des échanges de demain. Et cette ambition, solide et partagée par tous les acteurs de la francophonie, peut avoir des retombées culturelles et économiques suffisantes pour que le français trouve, avec d'autres langues, sa véritable place dans le concert mondial des offres linguistiques.

ANDRÉ DANZIN

*Président du Forum international des sciences humaines, membre du Conseil supérieur de la langue française, Président du Conseil consultatif pour le traitement informatique du langage**

"L'outil linguistique va finalement dominer le multimédia"

Propos recueillis par Guilhène Maratier-Decléty et Emmanuel Soyer

■ Quelles sont les activités les plus marquantes de votre carrière professionnelle ?

Toute ma carrière s'est située au carrefour de la recherche fondamentale, de la recherche appliquée et du lancement commercial des innovations. Cela ne s'apprend pas dans les écoles : je me suis toujours considéré comme un autodidacte, malgré mes diplômes X, ESE et même mon doctorat en science économique. Il m'est apparu assez tôt, vers 1960, que la France n'avait pas la dimension de la réussite et que son industrie était trop dispersée. D'où ma participation à la fusion des groupes CSF et Thomson qui m'a placé en position de vice-président directeur général de Thomson-CSF en 1967. L'aventure a été extraordinaire. Nous n'avons jamais osé rêver ce qui est arrivé peu à peu : l'explosion de l'électronique, la révolution de l'informatique, la généralisation des télécommunications qui nous conduisent aujourd'hui à Internet et à des écrans dans tous les bureaux.

En 1972, j'ai pris la direction de l'IRIA (Institut de Recherche d'Informatique et d'Automatique, devenu INRIA) qui, grâce à l'effort de continuité de mes successeurs, est reconnu aujourd'hui internationalement comme la base d'une innovation technologique rayonnante et comme la source de talents dispersés dans une diaspora particulièrement remarquable.

A partir de 1980, je suis devenu conseiller auprès de la commission des Communautés européennes, de l'OTAN et de l'UNESCO, pour leurs stratégies en matière d'innovations. Je m'efforce de n'intervenir que là où je crois toujours valable mon expérience professionnelle, en évitant de toucher aux spécialités purement scientifiques ou techniques. Le secret de l'innovation technologique réside dans la mise en synergie de forces distribuées entre des partenaires qui généralement s'ignorent et ne savent pas communiquer entre eux, faute de langage commun et faute d'imaginer les succès qu'engendrerait leur bonne collaboration. Le conseiller peut jouer un grand rôle en agissant par catalyse des intérêts des différentes parties prenantes. J'ai particulièrement rencontré ces problèmes quand l'OTAN m'a demandé d'intervenir pour le développement des télécommunications et de l'informatique au Portugal.

Quant à la question linguistique, elle est arrivée fortuitement dans mon programme de travail lorsque la Commission de l'Union européenne m'a demandé de présider un comité d'évaluation sur le programme de traduction automatique EUROTRA puis de conduire une étude sur l'infrastructure linguistique de l'Europe des douze. L'urgence d'une réflexion coïncidait avec l'avènement des hypertextes et des multimédias.

■ Comment, selon vous, les entreprises redéfinissent-elles leur politique commerciale face aux nouveaux enjeux qu'apporte le multimédia ?

Pour répondre à cette question, il faut en premier lieu bien voir que nous vivons une phase profondément révolutionnaire de

la civilisation, un basculement d'une société dite industrielle où la possession de la matière et de l'énergie dominait, vers une société de l'immatériel où les arbitrages sont prononcés par la qualité des échanges d'information, le savoir et le faire-savoir. Les entreprises doivent fournir une réponse d'adaptation par un effort complet de conversion en pratiquant notamment en leur sein une véritable ingénierie de la documentation et de la communication, en utilisant le langage adapté aux différentes cibles. Car on ne peut pas éviter qu'il y ait autant de langages que de spécialités. Et cependant, tout le monde, dans sa diversité, doit pouvoir intercommuniquer dans la clarté et sans ambiguïtés. La mondialisation introduit une complication supplémentaire en imposant le plurilinguisme. Mais l'essentiel provient de la contrainte de la complexité. Une transaction commerciale complexe, l'installation, l'entretien et la sécurité d'un Airbus, d'une centrale nucléaire, d'un réseau de télécommunications, d'une usine chimique ou d'un hôpital, exigent l'existence de documents d'un volume énorme qui ne doivent donner lieu à aucun risque d'erreurs de compréhension par les responsables des exploitations et par les usagers. Seules les machines électroniques pourvues des logiciels convenables peuvent élaborer ce "langage contrôlé". Il s'agit d'un choc culturel car nos langues naturelles ont pour valeur principale l'évocation des images, l'allusion, l'imprécision des nuances, l'approche latérale plus souvent que frontale.

Nous ne pouvons nous y préparer qu'en conduisant une stratégie de recherche-développement, d'innovation technologique en ingénierie linguistique. Les agents de cette mutation des outils linguistiques seront, en qualité de pionniers, les PME davantage que les grandes entreprises. Mais il leur faut le soutien de l'État pour la formation des spécialistes, les recherches fondamentales et l'accumulation des ressources langagières (dictionnaires électroniques, thésaurus...), la mobilisation de capital-risque. Croire que les forces du marché suffiront à régler les problèmes serait une erreur. Sans intervention volontariste, le mouvement technologique s'inscrira sur l'anglo-américain dont rien ne pourra empêcher qu'il devienne la lingua franca de la nouvelle civilisation.

Il faut aussi pratiquer une stratégie de la traduction, notamment vers l'anglais, de manière à servir d'appât pour une étude du texte original dans notre langue, et, réciproquement, ne pas hésiter à traduire en français des publications anglophones saillantes par leur originalité ou leur puissance de synthèse.

Le pouvoir sur Internet est à prendre

■ Et comment les nouvelles technologies changent-t-elles les relations sociales ?

Toute la société est en transformation : notre mode d'acquisition, mais aussi de mémorisation et de communication des connaissances... D'où un changement des mœurs et des valeurs.

Parmi ces adaptations figure la liberté d'expression. L'habitude hiérarchique française de contrôler tout document produit par des employés bloque une partie de la communication sur le réseau des réseaux, alors qu'aux États-Unis, il arrive souvent que des chercheurs qui connaissent leurs limites et leurs responsabilités soient libres de leurs propos. L'esprit français est bien sûr moins efficace dans le système d'échange instantané que permet actuellement Internet. Il faut savoir faire face à ce renversement hiérarchique et essayer de comprendre jusqu'à quel point on peut donner aux gens la délégation de pouvoir pour commercer intellectuellement avec des correspondants extérieurs au système que l'on contrôle.

De même, les responsables d'entreprises français ont parfois trop tendance à retenir les informations et à ne pas les communiquer à leur base. C'est une manière d'affirmer leur supériorité mais ça laisse peu de place à l'initiative et à la responsabilité. Nous avons un devoir d'échange d'informations avec ceux qui en manquent. Internet permet cet échange.

■ Quelle place pour les langues, et en particulier pour le français, au sein des nouvelles technologies éducatives ?

Les accès mondiaux qu'offre, à nos entreprises comme à nos écoles et à nos universités, le développement du trafic à distance, sont une chance inespérée pour conquérir des places jusqu'ici hors d'atteinte car trop lointaines ou trop bien défendues. Le pouvoir sur Internet est à prendre. Le réseau propose des niches nombreuses qui vont peu à peu se combler ; il sera difficile de déloger les premiers occupants. C'est pourquoi la réaction doit être volontariste, générale, ordonnée et rapide.

Pour vraiment défendre le français, il faut d'abord être présent en français sur Internet. Les gens s'habitueront peu à peu à aller vers cette source d'informations. Mettre le musée du Louvre sur Internet, c'est bien, mais il ne faut pas hésiter en même temps à en faire une version anglaise pour que les anglophones s'intéressent à nous, et allemande et russe et japonaise et chinoise...

L'hégémonie actuelle de l'anglais est un épisode de l'évolution contre lequel il est inutile de lutter. Pour l'instant, les gens ont besoin de communiquer, et il en ressort une espèce d'anglais fruste qui sert à échanger l'essentiel mais ne permet pas d'élaborer une pensée, d'échanger des ▷

sentiments, n'a aucune valeur poétique. Ce sont les langues maternelles évoluées qui continueront à porter ces valeurs fondamentales, à condition d'être utilisables dans les systèmes de communication actuels. La stratégie en faveur du français doit s'appuyer sur la force de l'anglais, en jouant à la manière de certains sports asiatiques où l'on retourne la force de l'adversaire à son profit.

Notre langue ne peut plus réellement se défendre de manière "quantitative" (on estime qu'en l'an 2000, seulement 1,5 % de la population mondiale aura le français comme langue maternelle), mais se maintiendra par ses qualités intrinsèques, par les facilités de son usage et du traitement des informations qu'elle véhicule, par la qualité des messages qu'elle propage, par son symbole de lutte contre le nivellement des cultures. Bien sûr, toutes les langues ne seront pas égales devant les nouveaux outils de communication : de toute façon, l'égalité n'existe pas plus dans le monde linguistique que dans le monde biologique. Nous devons comprendre les risques et les enjeux d'une discrimination des langues par la technique.

■ N'y a-t-il pas un problème de diversité culturelle qui se pose aussi ?

Une langue contient en effet une puissance culturelle énorme. Quand les francophones cherchent à s'unir, c'est précisément parce qu'ils s'appuient sur le français pour conserver leur identité personnelle qui n'est pas forcément l'identité francophone. J'ai notamment organisé en décembre 1997, avec le Forum international des Sciences humaines, un colloque intitulé "Le plurilinguisme dans la société de l'information". Il en ressort que le choc combiné des nouvelles technologies et de la mondialisation sur les langues naturelles est si étroitement lié aux événements socio-économiques et politiques qu'il est impossible d'en traiter les manifestations dans l'isolement. Et, pour une langue donnée, à l'exception de l'anglo-américain, la dimension des problèmes à résoudre dépasse la capacité de la plupart des pays d'accueil. Le français ne trouvera donc sa place que dans le cadre d'une stratégie d'alliances.

Multimédia et langue se renvoient l'un à l'autre

■ Les enseignants ont-ils raison de s'inquiéter pour leur avenir et de craindre de se voir remplacer par des ordinateurs ? N'est-ce pas plutôt un problème de formation ?

Je rencontre souvent les enseignants et ils comprennent de mieux en mieux les enjeux actuels. Ils s'aperçoivent aujourd'hui que l'aide apportée par les machines allégera leur travail et leur permettra de toucher à de nouveaux domaines, sans supprimer leur relation étroite et essentielle avec l'enseigné. Evidemment, il y a un trou terrible : j'ai été très frappé un jour par la remarque d'un garçon de vingt-trois ans qui m'a demandé de ne pas m'inquiéter pour "sa" génération qui est à l'aise avec ces nouveaux outils. Ce qui l'effrayait, c'était de voir plutôt des responsables de plus de trente-cinq ans incapables de s'immerger dans ce nouveau monde. Et ce qui le terrifiait encore plus, c'était de penser qu'on ne pourrait pas les remplacer alors qu'ils continueraient à exercer leur pouvoir de décision tout en étant complètement décalés par rapport aux exigences d'adaptation à la société d'aujourd'hui. Cette remarque est vraie aussi pour les enseignants. Certains trichent en disant que ça va les éliminer : en réalité, ils refusent de faire le saut. Le nouveau-venu ne doit pas se poser de questions pour savoir comment marche un ordinateur. Il doit faire comme les enfants : manipuler les outils et constater les résultats de ses manipulations. L'apprentissage viendra de la pratique et non pas de la compréhension intellectuelle.

■ Pourriez-vous nous donner un mot qui rassemblerait à la fois les termes de "multimédia" et de "langue" ?

L'un renvoie à l'autre. Les multimédias, ce sont d'abord de l'oral et de l'écrit, soutenus par des images - mobiles ou immobiles - et par un son approprié ou un entourage complémentaire. Par conséquent, c'est l'outil linguistique qui va finalement dominer le multimédia, à la manière d'ailleurs dont il domine déjà notre pensée. Le problème de la politique de la langue doit être compris comme prioritaire.

Le français ne peut pas échapper à la crise d'une métamorphose. Cette mutation ne va pas d'elle-même. La place tenue par le français sur les réseaux et dans les multimédias ne pourra s'acquérir et se consolider que par des efforts de présence et d'investissements non négligeables. La solution ne peut venir que d'une volonté nationale. C'est à la France, avant tout autre opérateur, d'aider sa langue à passer le cap difficile mais vivifiant de l'entrée dans la civilisation de l'information et de la communication, de la connaissance et de l'intelligence. ■

---

* *Forum international des Sciences humaines :* association à vocation pluridisciplinaire, créée en 1970 par un groupe d'universitaires et d'hommes d'action, agissant comme un fédérateur d'individus ou de groupes de réflexion.

Conseil supérieur de la langue française : organe de réflexion, de conseil et d'évaluation sur la langue française en France et hors de France et sur la politique à l'égard des langues étrangères. Présidé par le Premier ministre.

Conseil consultatif pour le traitement informatique du langage : créé en 1995 par les ministères de la recherche, de la culture et de l'industrie, ce Conseil définit des priorités sur la place et le rayonnement des langues sur les nouveaux supports électroniques.

Nouvelles de la DRI/E

Université d'Été

• Formation de formateurs

Succès sans précédent pour la 24e édition de l'Université d'Été qui s'est déroulée dans nos locaux du 22 juin au 17 juillet. Plus de 250 participants venant de 53 pays ont suivi un ou plusieurs modules de formation. Si les responsables d'établissements d'enseignement, de centres culturels, les professeurs de français, exerçant en Europe et en Amérique du Nord étaient les plus nombreux, il est toutefois important de noter l'intérêt croissant manifesté par les enseignants d'Amérique Latine et d'Afrique pour le français des affaires.

La DRI/E remercie en particulier les services culturels des Ambassades de France à l'étranger pour leur contribution dans la diffusion de ses programmes de formation.

➜ *Le pré-programme de l'Université d'Été 1999 est en cours d'élaboration et sera diffusé courant octobre.*

Formations sur mesure

Au cours du deuxième semestre, la DRI/E a accueilli pour des programmes de formation en français des affaires :

– un groupe d'étudiants suédois de l'Université de Stockholm (avril-juin) ;

– un groupe d'étudiants MBA de la Wharton School, University of Pennsylvania (juin-juillet) ;

– des cadres japonais et kazakhs (septembre-octobre);

– un groupe de professeurs de français autrichiens : français du secrétariat (juillet) ;

– des professeurs sud-africains : français du tourisme (juillet) ;

– des professeurs vietnamiens : français des affaires (octobre 1998-juin 1999).

Missions de formation à l'étranger

• Au cours du deuxième trimestre 1998, les missions suivantes ont été effectuées, à la demande des services culturels de l'Ambassade de France des pays respectifs :

– **en Turquie** (Izmir), du 16 au 19 avril, sur le thème "Français de spécialité". Concepteur-animateur : Maïté Bagarry.

– **au Kirghistan** (Bichkek), du 17 au 25 avril, sur le thème "Enseigner le français des affaires". Concepteur-animateur : Jean-Luc Penfornis.

– **au Brésil** (Natale, Rio), du 16 mai au 1er juin, sur le thème "Enseignement du français du tourisme et de l'hôtellerie". Concepteur-animateur : Chantal Dubois-Huang.

• En septembre, quatre missions ont été organisées :

– **en Roumanie** (Timisoara), du 11 au 14 septembre, sur le thème "Mise en place d'un programme de français de la communication professionnelle". Concepteur-animateur : Jean-Luc Penfornis.

– **en Suisse** (Rolle), le 11 septembre, à la demande de l'Office fédéral de la formation professionnelle et de la technologie, pour la présentation des examens de la CCIP et notamment du français du secrétariat. Concepteur-animateur : Maïté Bagarry.

– **en Grande-Bretagne** (Institut français de Londres), le 18 septembre, sur le thème "Enseigner le français des affaires". Concepteur-animateur : Michel Danilo.

– **en Turquie** (Istanbul, Izmir, Ankara), du 20 au 27 septembre, sur le thème "Perfectionnement à l'enseignement du français du tourisme et de l'hôtellerie". Concepteur-animateur : Anne-Marie Calmy.

EXAMENS DE FRANÇAIS DES AFFAIRES ET DES PROFESSIONS :
dates des sessions internationales

Examens	*Épreuves écrites*
Certificat pratique de français commercial et économique	9 décembre 1998 7 janvier 1999
Diplôme supérieur de français des affaires	9 décembre 1998 7 janvier 1999
Certificat de français du secrétariat	14 décembre 1998
Certificat de français du tourisme et de l'hôtellerie	14 décembre 1998
Certificat de français des professions scientifiques et techniques	14 décembre 1998
Certificat de français juridique	14 décembre 1998

Faire des affaires en français

Prépare au certificat pratique de la Chambre de Commerce et d'Industrie de Paris

- Un cours complet de français économique et commercial
- Basé sur des documents authentiques
- Avec un apprentissage méthodique de la correspondance commerciale
- En 100 heures ou en auto-formation

Français langue étrangère
58, rue Jean Bleuzen, 92170 VANVES

Internet : www.fle.hachette-livre.fr

LES PME ET INTERNET

Ça y est ! Internet est bel et bien là. Internet par ci, Internet par là, à la télévision, dans les publicités, à la maison... et dans les entreprises. On a longtemps déploré le peu d'enthousiasme des entrepreneurs français pour cette technologie. Mais est-ce encore le cas aujourd'hui ? L'enquête menée en mars dernier auprès de deux mille dirigeants de PME françaises par Delphine Manceau, professeur-assistant du département marketing de l'École supérieure de commerce de Paris, montre, au contraire, un réel intérêt de ces dirigeants vis-à-vis d'Internet.

"A l'opposé du discours ambiant sur le retard français vis-à-vis d'Internet, l'enquête réalisée par l'ESCP montre une large utilisation du Web par les PME françaises. 81% des entreprises interrogées ont un accès au Web. Si seulement 45% d'entre elles ont aujourd'hui un site Internet, un tiers prévoit d'en créer un au cours de l'année : près de 80% des PME devraient donc disposer d'un site à la fin 1998.

- *Votre société a-t-elle accès à Internet ?*

Oui : 81%
Non : 19%

- *Si oui, votre personnel se connecte-t-il souvent à Internet ?*

Jamais : 7%
Parfois : 64%
Souvent : 29%

- *Votre entreprise a-t-elle un site Internet ?*

Oui : 45%
En cours de développement : 26%
Non : 29%

Internet est essentiellement appréhendé comme un outil de communication (86%). Les dirigeants interrogés affirment qu'avoir un site Web est bon pour l'image de leur entreprise, que ce nouvel outil doit être partie intégrante d'un plan de communication au même titre que les autres médias, et qu'il incarne la communication interactive. Au regard de ce rôle, les autres usages possibles du Web (veille, messagerie interne et surtout commerce électronique) paraissent secondaires aux personnes interrogées. Internet est peu utilisé comme outil de vente (seulement 29%) et les deux tiers des dirigeants expliquent que l'on n'utilise pas davantage cet outil dans leur entreprise pour des raisons de sécurité des transactions financières."

Delphine Manceau

NB : Vous pouvez consulter l'analyse et les réponses de l'enquête sur les sites Web suivants : http://www.escp.fr et http://www.ccip.fr

	D'accord	Pas d'accord
• Ce qui compte sur Internet, c'est d'y être	65%	35%
• Avoir un site Internet, c'est bon pour l'image de l'entreprise	93%	7%
• Internet est un Minitel évolué	26%	74%
• Internet est un réseau de distribution efficace	53%	47%
• Aujourd'hui, Internet n'est pas assez évolué pour que je m'y intéresse	12%	88%
• Internet est un moyen d'obtenir énormément d'informations à moindre coût	85%	14%
• Un site Internet permet de me différencier de mes concurrents	65%	35%
• Internet, je trouve qu'on en parle un peu trop !	32%	68%

LES MOTS-CLÉS

► **Adresse électronique** (ou mel, en France, courriel au Canada, e-mail en anglais) : adresse personnelle sur le réseau Internet. Elle se présente généralement sous la forme du nom de l'utilisateur et du nom de domaine de son fournisseur d'accès, séparés par @ (prononcez : at ou arobase).

► **Extranet :** partie d'un réseau privé d'entreprise (intranet) à laquelle certaines personnes autorisées (clients, fournisseurs, partenaires commerciaux) ont accès.

► **Forum :** groupe de discussion informel entre personnes connectées sur Internet.

► **Fournisseur d'accès :** partenaire de services équipé de lignes téléphoniques spécialisées à haut débit et proposant aux particuliers et aux entreprises l'accès à Internet sous la forme d'un abonnement.

► **Internaute :** utilisateur d'Internet.

► **Internet :** système qui permet de mettre en communication les ordinateurs du monde entier, quel que soit leur mode de fonctionnement, grâce à un langage commun lisible par tous.

► **Intranet :** réseau privé d'entreprise utilisant les technologies Internet et bénéficiant de toutes ses fonctionnalités (courrier électronique moderne, sites Web, forums, etc.).

► **Mini-site :** site composé de quelques pages Web, de cinq à dix en général.

► **Modem** (modulateur-démodulateur) : boîtier externe ou carte d'extension intégrée dans l'ordinateur. Il permet de recevoir ou d'expédier des données informatiques via une ligne téléphonique.

► **Moteur de recherche :** site qui référence un très grand nombre de pages disponibles sur le Web et qui permet une recherche par mots-clés.

► **Réseau :** ensemble d'ordinateurs connectés entre eux.

► **Site :** sorte de bibliothèque publique de textes, d'images, de sons, mise par une personne à disposition des usagers du monde entier connectés à Internet.

► **Web** (mot anglais pour "toile") : réseau mondial des sites.

LA PAGE DU TOURISME ET DE L'HÔTELLERIE

LE TOURISME SUR LA TOILE

Des centaines de sites se rapportant au tourisme, en France et dans le monde francophone, sont accessibles par différents moteurs de recherche et annuaires. Par exemple, allons rendre visite au dernier-né de ces moteurs...

Dans le cadre destiné à l'adresse (URL), inscrivez : http://www.voila.fr.

Dans les chaînes, cliquez sur *Tourisme, Transports* : le monde des voyages est à vous !

Bon cybervoyage !

SI VOUS VOULEZ RESTER FIDÈLE À UN ANCIEN AMI

Dans le cadre destiné à l'adresse (URL), inscrivez : http://www.yahoo.fr

Et vous entrez dans le cybertourisme !

Vous n'avez plus qu'à faire votre choix parmi les nombreuses options qui vous sont proposées.

Actualités et presse	Nautisme
Agences de voyage	Offices de tourisme
Carnet de voyage	Randonnées
Centres de vacances	Salons, colloques, conférences
Classement géographique	Sociétés
Croisières	Taux de change
Écoles	Thermalisme et thalassothérapie
Éditeurs	Tourisme économique
Guides touristiques	Tours-opérateurs
Handicaps	Transport aérien
Hébergement	Transport ferroviaire
Homosexualité et bisexualité	Transport routier
Informations générales	Transports

ET SI VOUS VOULEZ VISITER LE VASTE MONDE DE LA FRANCOPHONIE,

allez faire un tour du côté de ces http://

www.webtour.tm.fr	**Guide du tourisme francophone**
www.martinique.org	**Martinique**
www.fasnet.ch	**Suisse romande**
www.tourisme.gouv.qc.ca	**Québec**
www.noumea.com	**Nouvelle-Calédonie**
www.lareunion.org	**La Réunion**
www.wallonie.com	**Belgique**
www.maurice.com	**Ile Maurice**
www.africaonline.co.ci	**Côte d'Ivoire**
www.afric-network.fr	**Sénégal**
www.marocnet.net.ma	**Maroc**
www.mirinet.net	**Mali**
et des dizaines d'autres...	

SI, PLUS PRATIQUES, VOUS SOUHAITEZ UTILISER LES SITES POUR DES TÂCHES BIEN PRÉCISES,

consultez ceux-ci

www.pfls.fr	Pour l'accueil, le meilleur et le pire...
www.promodip.com	Pour les situations et les vêtements appropriés
www.3hotels.com	Pour un hôtel, ses prestations, ses prix
www.degriftour.fr	Pour des forfaits à prix réduits
www.airfrance.fr	Pour réserver un vol sec
www.bordeaux-france.com	Pour une visite guidée commentée
www.tourisme.fr	Pour... tout

INTERNET : UNE MINE D'OR POUR LE FRANÇAIS JURIDIQUE

Pour le français juridique, pensez à Internet ! C'est facile, c'est rapide. On compte des centaines de services juridiques gratuits. Si vous ne savez ni comment ni par où commencer, voici quelques suggestions de départ : le Canada ou la France.

VOUS devez faire un exposé, préparer un cours et vous êtes en panne d'idées ou d'informations. Vous cherchez des documents juridiques : un contrat, un texte de loi, une décision de justice... Savez-vous que vous pouvez, sans vous déplacer, consulter les archives d'une immense bibliothèque de droit installée à des centaines, voire à des milliers de kilomètres de chez vous ? Savez-vous que vous pouvez imprimer les textes qui vous intéressent ? Savez-vous que vous pouvez aussi, par les mêmes moyens, vous adresser à des étudiants, échanger vos idées avec des enseignants, consulter un avocat ?

C'est très simple. Muni de votre micro-ordinateur, d'un modem et d'une prise téléphonique, connectez-vous à Internet. Puis cliquez ! Clic ! C'est rapide. Il existe quantité de services gratuits et on compte par dizaines, voire par centaines, les sites juridiques francophones. Un site vous renvoie toujours à d'autres sites qui vous renvoient eux-mêmes à d'autres sites qui vous renvoient... C'est ainsi que, sur le web, vous naviguez, de site en site. C'est un voyage (virtuel). Ceci dit, vous pouvez évidemment, si vous le souhaitez, rester longtemps à la même place. En tout cas, pour voyager, même un peu, il faut bien partir de quelque part.

■ Canada : "Le réseau d'accès à la justice" (www.acjnet.org)

C'est un excellent point de départ. Ce site vous apporte des tonnes d'informations, en français (et en anglais), sur le droit canadien. Son succès est tel qu'il reçoit en moyenne... 18 000 visites par jour ! Vous y trouvez toute la législation canadienne, des décisions de justice, des publications, des services d'informations, des forums de discussions, des ressources éducatives, etc. Bref, c'est énorme. Et puis, c'est à la fois sérieux, convivial et amusant.

Une suggestion parmi d'autres : une fois que vous êtes sur le site, rendez-vous au Cabinet juridique ! C'est un endroit pour les jeunes. Ils peuvent discuter avec d'autres jeunes, participer à des débats, suivre un cours de droit, jouer, poser des questions, consulter un avocat, lire leur magazine, y faire publier leurs articles, etc. Bref, c'est un endroit très vivant, qui n'est d'ailleurs pas exclusivement réservé aux jeunes.

La preuve : les enseignants ne sont pas oubliés. Il existe une "Salle des profs". On y trouve des tas de suggestions pour exploiter en classe ce qu'on trouve dans le Cabinet juridique. Ici encore, dans cette salle des profs, les enseignants peuvent discuter avec leurs collègues sur les utilisations d'Internet comme outil d'apprentissage.

■ France : "Legifrance, l'essentiel du droit français" (www.legifrance.gouv.fr)

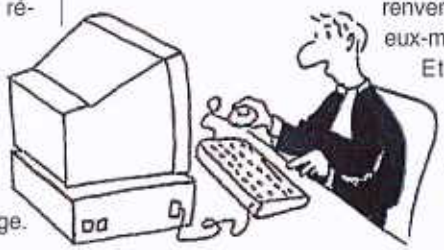
En août 1997, le Premier ministre français, Lionel Jospin, déclare sa flamme à Internet. *"Puisque nul n'est censé ignorer la loi,* annonce-t-il, *je ferai en sorte que les données juridiques essentielles soient désormais accessibles gratuitement sur Internet".* Bravo !

C'est ainsi que, le 4 février 1998, s'ouvrait le site Legifrance. Un "web citoyen", en somme. On y trouve gratuitement tout ce qui, en matière juridique, est essentiel pour le citoyen. Le reste, ce qui ne serait pas essentiel, ce qui n'intéresserait en principe que les professionnels du droit, le reste donc peut être consulté sur un site voisin, Jurifrance. Mais celui-là est payant.

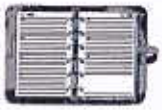
Contentons-nous de l'essentiel. Legifrance permet de suivre l'actualité juridique française et d'accéder aux textes principaux du droit. On y trouve la constitution française, une centaine de codes (code civil, code du travail, code du commerce, etc.), tous mis à jour (pas si mal !), le Journal Officiel des cinq derniers mois et bientôt, promet-on, les grands arrêts des cours suprêmes (Cour de cassation et Conseil d'État). Un lien vous amène sur le site du Conseil constitutionnel, qui vous propose un accès à ses décisions les plus importantes, au texte intégral de sa revue et à d'autres services documentaires. D'autres liens vous transportent à la Présidence de la république, chez le Premier ministre, au Sénat, à l'Assemblée nationale...

***

Mais n'oublions pas, en conclusion, les nombreux autres sites juridiques. Le serveur "Europa"(europaeu.int), par exemple, qui renvoie à chacun des sites des institutions de l'Union, est une autre mine d'or. Et puis, il existe quantité de sites, plus modestes, certains pouvant même n'appartenir qu'à un seul individu. Le genre passionné de droit et d'informatique. C'est le cas de Jérôme Rabenou. À son adresse (www.rabenou.org), vous trouverez, entre autres bonnes choses, une longue liste d'autres sites juridiques qui vous renverront à d'autres sites qui eux-mêmes vous renverront... Et, pendant le voyage, n'oubliez pas de nous faire part de vos découvertes !



Mel : mdanilo@ccip.fr
Jean-Luc Penfornis



LA PAGE DU SECRÉTARIAT

TRAVAILLER CHEZ SOI : UNE SOLUTION D'AVENIR ?

Ils seraient dix millions aux USA, 1,5 million en Grande-Bretagne, entre 300 000 et 500 000 en France à travailler à domicile pour une entreprise. Assurer un secrétariat ou un standard à distance, c'est devenu possible grâce aux nouveaux outils de communication et le télétravail devient une réalité sociale.

En direct avec Jeanne ORTENA
Consultante au cabinet Opticom

■ Le télétravail, tout le monde en parle. De quoi s'agit-il ?

Le télétravail, c'est tout simplement la forme moderne du travail à domicile. En réalité, cette appellation recouvre des activités très diverses. Au sens strict, le télétravailleur, c'est le salarié qui travaille à distance pour son entreprise et qui communique avec elle grâce aux outils de télécommunication : le téléphone, le télécopieur, le réseau Internet, voire la vidéoconférence.

Mais le télétravail peut prendre aussi la forme des téléservices. Ce sont des services tels que le secrétariat, la traduction, la comptabilité, la prise des rendez-vous, la prospection commerciale qui sont fournis par une société spécialisée à ses clients, généralement des entreprises. Il en est ainsi pour les télésecrétaires qui assurent la frappe du courrier des clients de leur société. Evidemment, ces secrétaires à distance ne travaillent pas à leur domicile, mais elles se rendent chaque jour dans les locaux du télécentre dont elles sont salariées.

■ Pensez-vous que cette nouvelle forme de travail apporte des avantages ?

Tout d'abord, cette forme de travail n'est pas nouvelle. Le travail à domicile a toujours existé à travers les siècles passés. Mais ce qui est nouveau, ce sont les conditions dans lesquelles s'exerce ce travail, et en particulier la banalisation des télécopieurs, modems et autres outils de communication, sans cesse plus performants et moins coûteux, qui abolissent le temps et l'espace. Les outils permettent au télétravailleur de communiquer à distance, de transmettre des documents, à tout moment, en tout lieu, à n'importe qui. On peut ainsi télétravailler à Hong-Kong pour un entrepreneur installé en Suède.

■ Oui, mais tout cela représente-t-il un véritable progrès ?

La réponse à votre question n'est pas facile. Le télétravailleur est tenu d'accomplir la tâche que lui a confiée son entreprise. Et pour cela, il a l'avantage, mais également la responsabilité de gérer ses horaires de travail comme bon lui semble. N'ayant plus à faire acte de présence à heures fixes, il est libre de travailler le matin ou le soir, plutôt que l'après-midi, qu'il consacrera à ses loisirs ou à ses enfants.

Et à en juger par les expériences de télétravail menées ici et là, ça marche plutôt bien : la productivité de ces "cobayes" a augmenté de 15% à 30%, selon les estimations.

L'autonomie dont jouit le télétravailleur lui garantit, théoriquement, une meilleure qualité de vie. Plus de bus, plus de métro et donc moins de fatigue, moins de stress, moins de déprime. Le bonheur, en somme.

Mais si cette autonomie peut séduire certains salariés, elle peut tourner au cauchemar pour d'autres, en supprimant la frontière entre vie professionnelle et vie privée et en conduisant le télétravailleur à la perte de lien avec l'entreprise et à l'isolement. Le salarié est seul devant son ordinateur. Plus de bavardages autour de la machine à café, plus de visages autour de la table de réunion, plus de cantine, plus de "Et toi, comment ça va ?". Comme l'écrit Michel Godet : "Tout ce qui est possible technologiquement n'est pas nécessairement souhaitable socialement."

TÉMOIGNAGES

André MERLET
Electricien installateur

"Depuis près d'un an, je fais appel à une agence de télésecrétariat pour me débarrasser des tâches administratives qui me prenaient trop de temps. Je n'avais pas les moyens de payer une employée à plein temps. Mais je ne peux pas tout faire moi-même. Vous savez, je préfère passer mon temps sur les chantiers, ça c'est mon métier.
Pour environ 1 500 F par mois, une secrétaire de Télébureau met au propre mes devis et factures et tient ma comptabilité."

Philippe LATOUR
Responsable de communication

"Ma femme et moi, nous en avions marre de vivre à l'étroit avec nos cinq enfants dans notre appartement parisien. Lors de mon entretien d'évaluation annuel, j'ai fait part de mon souhait de devenir télétravailleur. Je ne suis pas arrivé les mains vides : j'avais préparé un dossier complet sur les avantages et les inconvénients de la formule. Ma hiérarchie a accepté, considérant que cela pouvait être un élément de motivation supplémentaire. Depuis deux ans et demi, je travaille donc chez moi, à Dijon, où je dois être joignable entre 9 heures et 18 heures. Pour l'instant, je suis le seul télétravailleur de ma société."

Multimédia et français des affaires : de l'apprentissage à la communication

Thierry LANCIEN, maître de conférence, Université de Paris VIII

Si l'on considère les développements actuels des supports multimédias, il apparaît clairement qu'en ce qui concerne le français des affaires et des professions, ceux-ci pourront jouer un rôle important tant dans le domaine spécifique des apprentissages langagiers que dans celui plus large de la communication professionnelle et sociale.

Cependant, pour que cela soit possible, il est nécessaire que responsables institutionnels, didacticiens et pédagogues ne considèrent pas, comme on l'a trop souvent fait avec d'autres technologies d'information et de communication, le multimédia comme un simple adjuvant d'apprentissage mais bien comme un média à part entière.

Multimédia et processus d'apprentissage

En réunissant sur un même support numérique des textes écrits, des images et du son que l'on consulte de manière interactive grâce à des systèmes informatiques, le multimédia présente d'emblée des potentialités fortes dans le domaine des apprentissages.

Ainsi la multicanalité, entendue comme la coexistence sur un même support d'images, de sons et de textes, s'inscrit dans la tradition même des méthodes audiovisuelles qui cherchaient à faciliter la compréhension, grâce au croisement des supports. Si les messages audiovisuels classiques articulaient déjà différents canaux, ils ne permettaient pas autant de souplesse dans ces croisements et surtout ne laissaient pas à l'utilisateur le loisir d'organiser ces combinaisons comme il le souhaitait. On parle ainsi aujourd'hui de multimodalité pour cette approche par l'utilisateur de la multicanalité et il paraît clair qu'à côté des potentialités qu'elle peut avoir en termes d'aptitudes (compréhension orale et écrite croisées aidées par les images), la multicanalité permet aussi une individualisation des modes de consultation.

La multiréférentialité est rendue possible par l'accès à différentes sources documentaires et multiplie donc les référents géographiques, historiques, littéraires par rapport à un thème donné. En termes de potentialités, les enjeux sont évidemment importants puisque les composantes référentielle et culturelle d'une compétence de communication pourront ainsi être enrichies. La mise en rapport d'énoncés écrits ou oraux avec cette variété référentielle devrait aussi faciliter les phénomènes de compréhension.

De son côté, l'hypertextualité, en permettant de passer d'un texte à un autre texte (selon diverses modalités : passage d'un mot à un autre mot, d'un mot à sa définition, d'un mot à un extrait de texte, etc.), présente de forts avantages en termes de compréhension écrite mais aussi de compréhension orale, puisque l'hypertexte pourra être mobilisé comme aide au moment où l'utilisateur écoute et visionne un document vidéo.

Enfin, l'interactivité qui n'était pas possible dans les messages unidirectionnels tels que ceux de la télévision et qui est héritée de l'informatique, devrait permettre une certaine autonomisation des pratiques et ce au moins à deux niveaux. Au niveau de la navigation tout d'abord, la variété des choix et des parcours offerts devrait bien correspondre à différents styles d'apprentissage ou en tout cas d'accès au savoir. Ensuite, au niveau des interactions rendues possibles par un programme, l'apprenant devrait pouvoir travailler de manière autonome.

Lors du choix et de l'analyse prépédagogique d'un document multimédia, l'enseignant devra donc observer comment les attributs qui viennent d'être évoqués sont plus ou moins actualisés.

Dans l'offre éditoriale de produits hors ligne, il existe déjà des cédéroms consacrés au français des affaires et des professions. Les plus intéressants sont bien sûr ceux pour lesquels les concepteurs ont cherché à tirer le meilleur parti des spécificités du multimédia par rapport à des objectifs d'apprentissage.

Ainsi, les auteurs du cédérom *LTV Français* ont choisi le recours à différentes combinaisons, images mobiles/texte écrit/bande sonore, pour faciliter la compréhension de dialogues. Dans le domaine sonore, l'apprenant peut choisir d'écouter les présentations de scènes, dans sa langue ou dans la langue cible. Il peut

aussi réécouter les dialogues dans une version paraphrasée. Le programme permet, d'autre part, de choisir de sous-titrer intégralement les dialogues (là encore dans la langue de son choix) ou bien d'afficher seulement un sous-titrage par mots-clefs. Le multimédia permet donc ici de proposer une série d'aides à la compréhension dont la coexistence sur un même support est inédite.

Avec les cédéroms *À la recherche d'un emploi* et *l'Acte de vente*, conçus dans le cadre du projet européen Camille, ce sont les quatre aptitudes qui sont travaillées à travers une approche qui n'est pas centrée sur la langue mais sur des tâches qui sont en fait des résolutions de problèmes. Les combinaisons multimédia permettent alors de proposer à l'apprenant différents documents qu'il va "traiter" dans une démarche de type pragmatique. Dans la première unité d'*À la recherche d'un emploi*, l'apprenant peut visionner les interviews de deux personnes qui recherchent un emploi. Il va avoir à répondre à un questionnaire à choix multiples et disposer d'une transcription pour travailler ces interviews. L'intérêt de la démarche est ici que la compréhension de ce document vidéo n'est pas un objectif en soi mais qu'elle va devoir permettre à l'apprenant de choisir, dans un ensemble de petites annonces, celle qui peut convenir à la personne interviewée. Pour cela, des aides à la lecture d'une petite annonce vont lui être fournies, de même qu'il pourra consulter le curriculum vitae de cette personne. Comme on le voit, les différents documents qui peuvent être convoqués par l'apprenant sont donc mis au service d'une tâche communicative et ce grâce aux possibilités offertes par le multimédia.

On l'aura compris, de tels programmes (cédéroms de langue) devraient jouer un rôle important dans des contextes d'apprentissage en semi-autonomie (centres de ressources), puisqu'ils permettent à l'apprenant de travailler à son rythme mais aussi en fonction de son "style" d'apprentissage. Ainsi, certains apprenants, plus tournés vers l'écrit utiliseront beaucoup les transcriptions et les aides écrites tandis que d'autres privilégieront l'image et les manipulations que le multimédia permet d'en faire.

Multimédia et communication

Si le multimédia peut donc être d'un apport certain dans une logique d'apprentissage, il convient aussi de le prendre en considération dans une logique d'information et de communication. Nous entendons par là tout ce qui relève de l'accès à différentes sources d'information mais aussi tout ce qui permet de nouvelles formes de communication.

Il peut s'agir tout d'abord de tous les cédéroms grand public qui n'ont donc pas été conçus dans une logique d'apprentissage mais qui offrent aux enseignants comme aux étudiants des ressources intéressantes dans le domaine du français des affaires. Les encyclopédies, les banques de données politiques, socio-économiques permettent alors l'accès à des informations qu'il est, sans cela, difficile de trouver et qui, grâce au multimédia, sont présentées à travers des combinaisons de textes, d'images et de sons qui devraient en faciliter considérablement la compréhension.

C'est ensuite du côté d'Internet que l'on trouve les plus fortes potentialités en termes d'information et de communication. Ainsi, différentes listes proposées par des spécialistes du français des affaires et des professions (1) montrent bien que la "toile" permet un accès à des informations extraordinairement riches et diversifiées par rapport au domaine considéré. Il s'agit là d'un phénomène sans précédent qui peut résoudre pour les enseignants du monde entier des questions autrefois complexes et onéreuses d'accès aux documents dits "authentiques". Le problème qui se pose désormais n'est donc plus d'accéder à l'information mais de la gérer. En effet, pour être efficace dans les apprentissages évoqués, cette information devrait d'abord être rendue clairement accessible grâce à des sites (tels qu'il commence à en exister) pointant les bonnes ressources à partir d'indicateurs stables et fiables. On éviterait ainsi de perdre beaucoup de temps à travers des systèmes de renvois souvent peu rentables. Gérer l'information, c'est aussi l'inscrire dans des projets de consultation, des scénarios de traitement qui ne répondent pas seulement à des objectifs pédagogiques stricto sensu (illustration d'un thème de cours), mais qui correspondent à ce que deviennent les modes de consultation de la toile dans les secteurs professionnels eux-mêmes. L'Internet fait en effet désormais partie des pratiques professionnelles dans le monde des affaires et c'est en tant que tel qu'il faut l'aborder.

Si la toile est une immense banque d'informations, le courrier électronique, les forums ou encore les sites de conversation permettent eux des formes de communication qui peuvent être d'un apport certain dans le domaine que nous considérons. Il pourra s'agir selon les cas de favoriser des échanges entre groupes d'étudiants (apprentissage coopératif), de mettre en place des rendez-vous en ligne avec des tuteurs et des ensei- ▷

1 Voir par exemple G. Bousquet, *Internet et le français des affaires* in Le Français dans le monde, n° 293 ou encore la liste mise au point par Coste,D. pour le Bureau d'Action linguistique de San Francisco et disponible à bcle@best.com.

gnants, voire des spécialistes du domaine ou encore de proposer des simulations. Celles-ci consistent à donner un certain nombre de tâches aux étudiants qu'ils doivent mener à bien grâce à la consultation de sites de la toile et au traitement des informations qu'ils y trouvent.

Les potentialités qui viennent d'être évoquées tant en ce qui concerne les cédéroms que le multimédia en ligne ne doivent pas faire oublier que d'autres supports médiatiques restent parfaitement d'actualité. Notre rôle est donc de tenter de penser leur complémentarité en termes d'apprentissage linguistique et communicationnel, tout en ayant conscience dès maintenant du fait que, dans les années qui viennent, il y a fort à parier que le multimédia redessine les frontières entre les technologies et les médias qui lui ont préexisté. ■

Thierry Lancien

BIBLIOGRAPHIE SOMMAIRE

• M.J. Barbot (1997), Cap sur l'autoformation: multimédias, des outils à s'approprier, in Multimédia, réseaux et formation, *Le Français dans le Monde*, numéro spécial Recherches et Applications, juillet.

• T. Chanier (1996), Evaluation as part of a project life : the hypermedia Camille project, in Ed-Media 96, *Congress Education and Multimedia*, Boston.

• T. Lancien (1998), Le multimédia, Paris, Clé international.

• T. Lancien (1997), Réseau et formation in Multimédia, réseau et formation, *Le Français dans le monde*, numéro spécial Recherches et Applications, juillet.

• Multimédia et français langue étrangère, Actes des 19es et 20es rencontres, *Les Cahiers de l'Asdifle*, 1998.

• F. Mangenot (1998), Analyse de trois cédéroms de FLE in Multimédia et français langue étrangère, *Les Cahiers de l'Asdifle*.

• Multimédia, réseaux et formation (1997), *Le Français dans le Monde*, numéro spécial Recherches et Applications, juillet.

• Outils multimédias et stratégies d'apprentissage du français langue étrangère (1996), Cahiers de la Maison de la recherche, Lille Université Charles de Gaulle. Lille III et site de Lille III : http://www.univ-lille3.fr (rubrique: recherche puis Actes de Colloques).

• M. Pothier (1997), Hypermédia et autonomie in Multimédia, réseaux et formation, *Le Français dans le Monde*, numéro spécial Recherches et Applications, juillet.

ASSOCIATION DES FOYERS DE JEUNES

RECONNUE D'UTILITÉ PUBLIQUE

FOYER TOLBIAC

234, rue de Tolbiac - 75013 PARIS - France - Tél. 01 44 16 22 22 - Fax : 01 45 88 61 84
International : Tél. 00 33 1 44 16 22 22 - Fax : 00 33 1 45 88 61 84

LE FOYER TOLBIAC

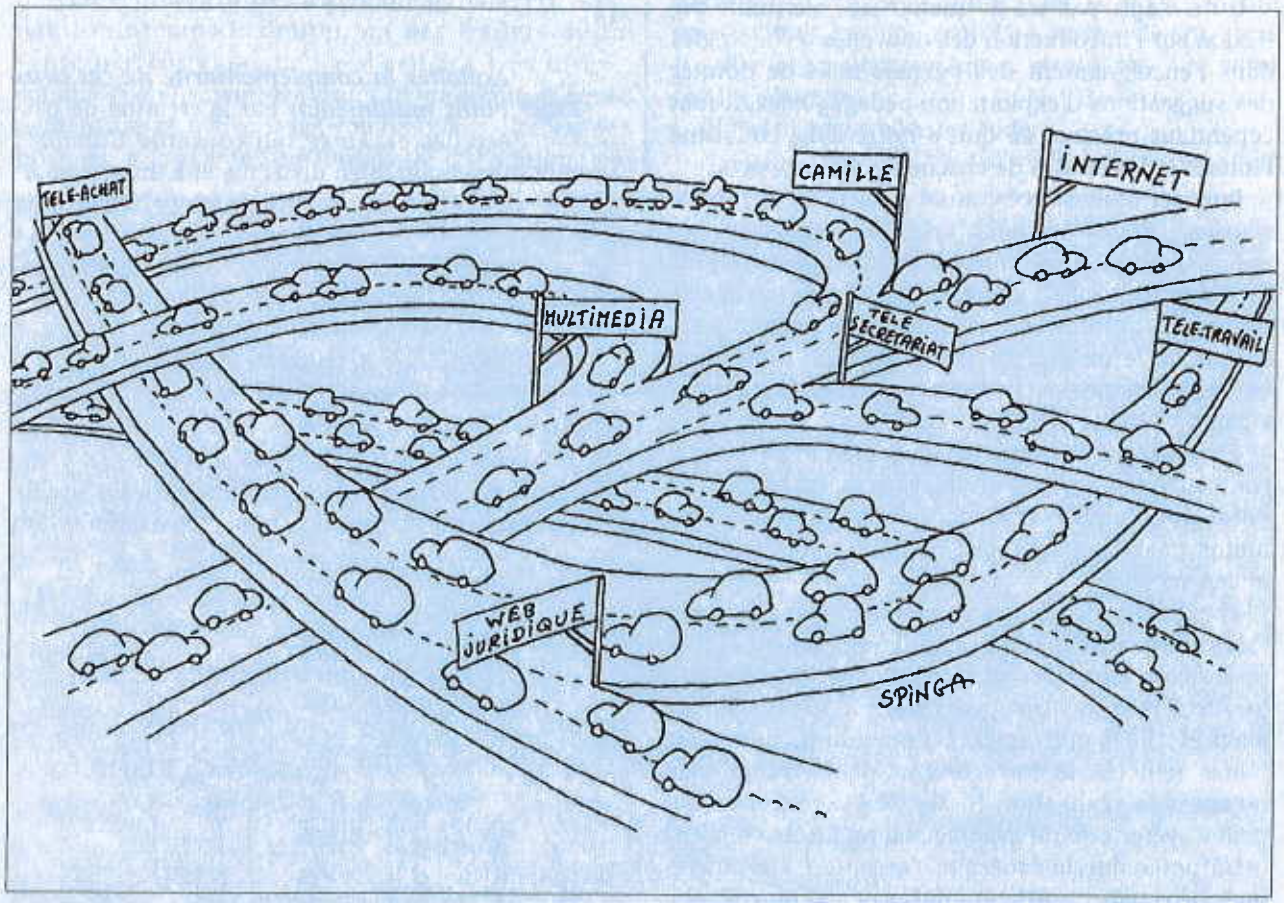
reçoit tout au long de l'année :
– des jeunes filles de 18 à 30 ans –
– Jeunes travailleuses –
– Stagiaires –
– Scolaires en école technique ou professionnelle –
– Possibilité d'APL (Aide Personnalisée au Logement) –

Non loin du Quartier Latin et de St-Germain-des-Prés, situé dans le 13e arrondissement de Paris, près du Parc Montsouris
*(**Métro** : Glacière, **RER** Ligne B : Denfert-Rochereau et Cité Universitaire, **SNCF** : Montparnasse et Austerlitz, **Bus** : 21, 62 et **Orly bus**)*

MULTIMÉDIA ET FRANÇAIS DES AFFAIRES

Recherchez sur le site...

par Danièle CAVALIERI et Martine DUPEYRON



MATÉRIEL NÉCESSAIRE

- Internet + cédérom *Camille®*, *l'Acte de vente* (Clé International, Paris) + lecteur de cédérom PC (avec haut-parleur ou casque) + imprimante.

Éventuellement, pour que toute l'activité se fasse à l'ordinateur :

- un logiciel de traitement de texte, pour la création d'un document sous Word pour charger tous les documents sélectionnés sur le site ;
- une disquette comportant tous les exercices.

NIVEAU

Intermédiaire / avancé.

PUBLIC

Particulièrement indiqué pour des étudiants en écoles de commerce ou des professionnels.

OBJECTIFS PROFESSIONNELS

S'entraîner à négocier.

OBJECTIFS LINGUISTIQUES

Argumenter, commenter des données chiffrées, reformuler, enrichir le vocabulaire professionnel.

Introduction

CE dossier pédagogique propose des activités en environnement multimédia, centrées autour d'un thème du français des affaires : la négociation. Nous utiliserons deux outils, Internet et le cédérom *Camille®, L'Acte de vente*[1], choisis en raison de leur continuité et de leur complémentarité.

Il ne s'agit pas ici de mener une véritable réflexion sur l'introduction des nouvelles technologies dans l'enseignement des langues mais de donner des suggestions d'exploitation pédagogiques. Il faut cependant préciser ce qui, à notre avis, constitue l'intérêt et les limites de chacun de ces supports.

Internet donne accès, aussi bien pour le professeur que pour l'étudiant, à des informations très nombreuses et constamment actualisées, ce qui est un atout appréciable dans le domaine de la vie économique. Cependant, l'attitude de l'apprenant risque d'être un peu passive (beaucoup de lecture) et, par ailleurs, les activités pédagogiques (hors navigation) restent assez traditionnelles.

C'est ici que l'intégration du cédérom permet de compléter et d'enrichir certaines activités (réintégrer l'oral notamment) et donc de rendre l'apprenant moins passif, ce matériel restant, par définition, moins versatile.

Plus particulièrement, ce cédérom comporte certains points forts : la barre outil (notamment la partie lexicale, très riche et bien conçue) et la possibilité de s'auto-corriger grâce à des indices (voir par exemple l'organigramme). Cependant, pour certaines activités, la correction ne peut être obtenue qu'après la réalisation totale de l'exercice, ce qui peut s'avérer être un avantage ou un inconvénient. Il est à noter que le cédérom n'accepte les réponses que correctement orthographiées et accentuées.

Ces deux supports présentent la caractéristique de pouvoir être utilisés dans des pédagogies d'auto-apprentissage, de travail en petits groupes (deux ou trois apprenants), ou en plus grand groupe.

Notre démarche suit trois axes directeurs :

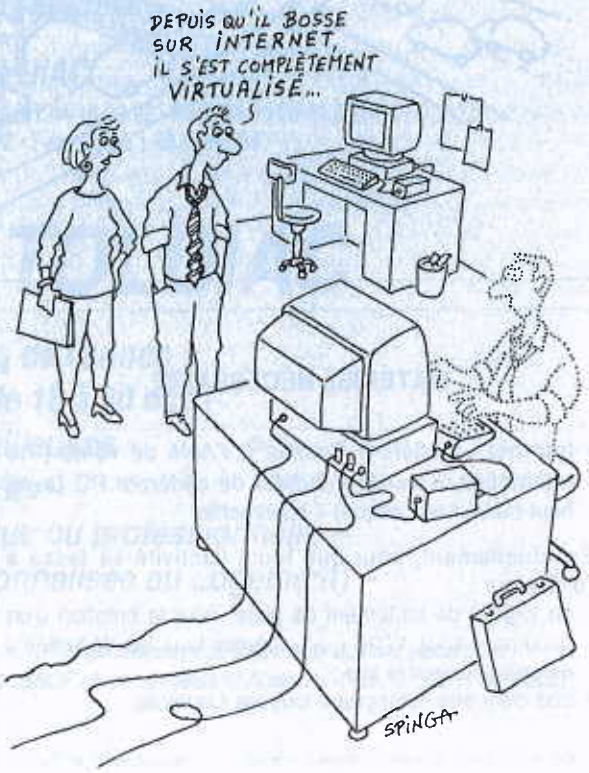
➡ ***exploiter au mieux ce qui constitue le point fort d'Internet :*** l'accès à une vaste information mise à jour régulièrement. D'où la création d'un scénario qui met l'étudiant en situation réelle, face au monde du web francophone, dans un contexte professionnel (voir Activités 1 à 14).

➡ ***exploiter la complémentarité de ces deux outils multimédias*** par la création de passerelles et, en ce qui concerne *Camille®*, produit intéressant, bien distribué et à un prix abordable, procéder à une analyse critique des consignes.

NB : Les activités A à F en italique concernent le cédérom.

➡ ***créer des activités complémentaires à faire en classe.***

NB : Tout droit d'utilisation du contenu d'un site Internet est réservé. Veuillez vous renseigner avant toute reproduction.



[1]Camille® est un projet européen regroupant : the University of Teesside Middlesbrough, Angleterre ; Université Blaise Pascal et Université d'Auvergne, Clermont-Ferrand, France ; De Haagse Hogeschool, La Haye, Hollande ; Universidad Politecnica de Valencia, Espagne (Clé International éditeur, 1994-96).

Scénario

VOUS êtes le(la) directeur(trice) commercial(e) de Récréabois, une P.M.E. qui fabrique des jouets en bois. Votre société est implantée à Morez, dans le Jura, et emploie 180 personnes. L'année dernière, elle a réalisé un chiffre d'affaires de 90 millions de francs, dont 30 % à l'exportation.

Vous travaillez actuellement avec des circuits de distribution traditionnels, mais vous souhaiteriez devenir fournisseur de La Redoute (groupe PPR – Pinault-Printemps-Redoute), un des leaders de la vente par correspondance d'articles très divers comme l'habillement, les produits de beauté, l'équipement de la maison, les jouets, etc. Cette entreprise est à la pointe des formes de distribution les plus modernes ; en effet, ses produits sont non seulement proposés sur catalogue, mais aussi sur Internet et cédérom.

Vous avez rendez-vous avec M. Grégoire, acheteur au département Jouets de La Redoute, afin de lui proposer vos produits et de jeter les bases d'une éventuelle collaboration.

Il est primordial pour votre société que cette négociation aboutisse, car travailler avec La Redoute se traduirait par une notoriété accrue de votre entreprise et une augmentation significative de votre chiffre d'affaires.

Mais la concurrence est rude...

LES DIFFÉRENTES ÉTAPES DE LA NÉGOCIATION

1. SE PRÉPARER

❶ *s'informer*

- ➤ sur l'entreprise
  - · accéder au site
  - · naviguer dans le site
  - · rendre compte d'informations contenues dans le site
  - · savoir parler de l'organisation de l'entreprise
- ➤ sur nos concurrents
  - · accéder aux sites
- ➤ sur notre interlocuteur
  - · écouter, analyser et rédiger à partir du site

❷ *perfectionner son expression*

- ➤ rechercher des informations chiffrées + repérer les chiffres
- ➤ argumenter

❸ *se fixer des objectifs avant de négocier*

- ➤ choisir son argumentaire

2. NÉGOCIER

❶ *se présenter*

❷ *vendre*

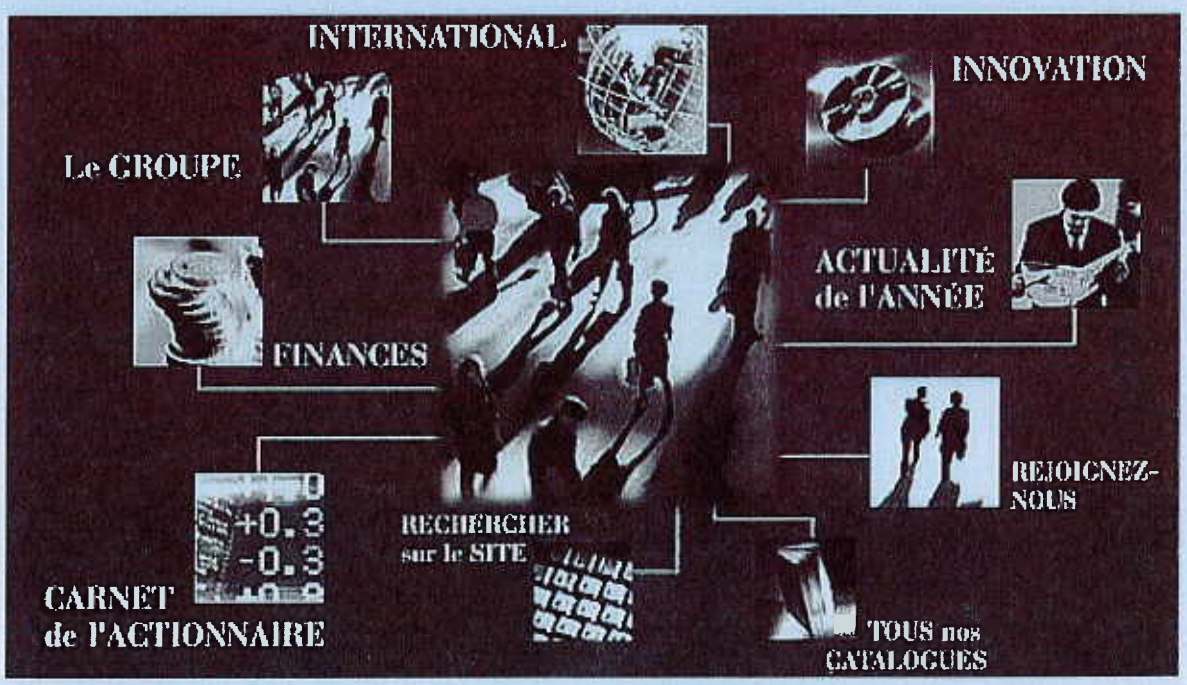
1. SE PRÉPARER

❶ s'informer

➤ S'INFORMER SUR L'ENTREPRISE

Objectif : accéder au site

Vous ne connaissez pas l'adresse électronique précise de La Redoute ; comment allez-vous la trouver ?
Pour y parvenir, nous vous proposons deux démarches, correspondant à deux types d'activités.



ACTIVITÉ 1

Recherche par annuaire ou liste d'adresses, par exemple :

- un annuaire d'entreprises françaises :
  www.afnic.fr/annuaire
- un annuaire d'entreprises :
  www.kompass.com (seules les coordonnées sont gratuites)
  www.entreprises.fr
  www.lesechos.fr (en partie gratuit)
- si l'entreprise est cotée à la Bourse de Paris :
  www.bourse-de-paris.fr

ACTIVITÉ 2

Recherche par mots-clés et à l'aide de moteurs de recherche :

Lycos
Nomade
Yahoo

Pour accélérer ou affiner la recherche, il est bon de faire une recherche croisée à l'aide des grandes catégories proposées (exemple : loisirs, tourisme, économie.

En petits groupes, cherchez les mots-clés qui pourraient concerner La Redoute

Objectif : naviguer dans le site

Entraînez-vous à naviguer dans un site francophone. Nous vous proposons trois démarches, correspondant à trois types d'activités.

ACTIVITÉ 3

Donner une liste de mots, par exemple : chiffre d'affaires, Japon, distribution, enseigne, bourse.

Consigne Où devez-vous cliquer pour trouver des infos sur ces domaines ?

Ou bien, poser des questions pour lesquelles la réponse est à rechercher dans le site. Il est à noter que ces questions devront recouvrir différents sujets étudiés lors du cours de français des affaires.

Consigne Recherchez dans le site les réponses aux questions suivantes :
- dans combien de pays le groupe PPR est-il présent ?
- à quelle place se situe le groupe PPR à la Bourse de Paris ?
- quel est le cœur de métier du groupe Redoute ?
- dans quel pays d'Asie le groupe PPR a-t-il signé des accords de partenariat ?
- combien d'adresses contient le fichier central de Redoute France ?

ACTIVITÉ 4

Sans l'organigramme du site, découverte libre du site.

Consigne Racontez votre parcours et vos découvertes.

ACTIVITÉ 5

Avec l'organigramme du site, découverte guidée, voire rigide.

Consigne Remplissez une fiche d'identité de l'entreprise. Deux solutions :

- *fiche distribuée par le professeur*

Recherchez dans le site les informations nécessaires pour remplir la fiche suivante :

Fiche d'identité du groupe Redoute :

Raison sociale
Année d'entrée dans le groupe PPR
Activité principale
C.A. consolidé en 1997 (en millions de F)
Effectif moyen en 1997
Part du C.A. réalisé en 1997 à l'international
Position sur le marché français (dans son secteur)

- *fiche créée par l'apprenant*

NB : si l'apprenant n'a aucune idée pour créer une fiche d'identité, il peut aller consulter d'autres sites d'entreprises pour s'en inspirer (par exemple : rubrique "En bref").

Objectif : rendre compte des informations contenues dans le site

Vous avez maintenant une idée précise du profil de La Redoute. Nous vous proposons de vous exercer à comprendre des informations, les choisir et les reformuler.

ACTIVITÉ 6

Cliquer sur "rechercher sur le site" puis entrer "historique" (sélectionner la première ligne) et valider. Répéter les mêmes opérations pour "international" (également disponible à partir de la page d'accueil) et "leadership".

Consigne Présentez à l'oral ou à l'écrit une synthèse de ces trois documents.

Objectif : savoir parler de l'organisation de l'entreprise ▷

Pour varier les activités, nous vous proposons des activités de compréhension orale à partir du cédérom *Camille®*.

ACTIVITÉ A (*Camille®*)
Reconstituer l'organigramme de l'entreprise présenté dans la vidéo. Unité 1 Activité 3.

➤ S'INFORMER SUR NOS CONCURRENTS

Objectif : accéder aux sites ▷

Se préparer à négocier implique aussi de bien connaître ses concurrents.

Le professeur peut également confier à certaines équipes la recherche d'informations sur le groupe Redoute et à d'autres la recherche sur les concurrents.

ACTIVITÉ 7
Reprendre l'Activité 2 (en choisissant les mots-clés adéquats) pour mieux savoir ce que propose la concurrence.

➤ S'INFORMER SUR NOTRE INTERLOCUTEUR

Objectif : écouter, analyser et rédiger à partir du site

Les activités suivantes vous permettront de mieux connaître le profil de votre interlocuteur et de mettre toutes les chances de votre côté avant de négocier.

ACTIVITÉ 8
Cliquer sur "rejoignez-nous" dans la page d'accueil, puis sur "jeunes diplômés / témoignages" puis lire ou écouter, si le matériel le permet, le témoignage de Pierre-Olivier Sury *(voir p. 21)*.

Consigne Tracez en quelques lignes son profil et celui de son poste : formation, expérience professionnelle, service intégré, caractéristiques de sa fonction. D'après vous, quelles qualités doit-il posséder pour réussir ?

ACTIVITÉ 9
Cliquer sur "rejoignez-nous" dans la page d'accueil, puis sur "jeunes diplômés / témoignages" pour accéder à celui de Pierre-Olivier Sury.

Consigne Associez les termes équivalents de chacune des deux colonnes.

sélectionné	concret
effectuer une mission	avec leur aide
avec leur concours	choisi
proche du terrain	dépendant de
embauché	faire un premier travail
l'enjeu	entrer dans
intégrer	travaille avec
rattaché	le but
entouré	engagé

ACTIVITÉ 10
Cliquer sur "rejoignez-nous" dans la page d'accueil, puis sur "jeunes diplômés / témoignages" puis lire le témoignage de Ghislain Requillart *(voir p. 21)*.

Consigne À partir de son témoignage, bâtissez un CV de candidature à la FNAC, en complétant le CV type fourni sur le site.

TÉMOIGNAGES

Ecoutez son témoignage

Pierre-Olivier Sury

Rexel m'a donné la chance d'intégrer la distribution dans un poste opérationnel, proche du terrain correspondant à mes attentes.

● Après avoir été sélectionné par Rexel pour sa pépinière internationale, j'ai été embauché par sa filiale FACEN (1,4 Milliard de francs de CA, 700 personnes, 70 points de vente et 7 centres logistiques).
Rattaché directement au Directeur Commercial, j'effectue ma première mission sur les gammes de produits. L'enjeu est de définir la gamme sur chacune des grappes logistiques afin de mieux servir les clients de nos agences. Ma mission consiste aussi à être le "trait d'union" entre les différents interlocuteurs internes de l'entreprise (chefs de produits, agences et centres logistiques) et nos fournisseurs.
Après l'ESC Bordeaux (1994), et un MBA en Angleterre, j'ai effectué mon CSNE en Allemagne chez un fabricant de matériel électrique. Rexel m'a donné la chance d'intégrer la distribution dans un poste opérationnel, proche du terrain correspondant à mes attentes. Je suis entouré chez FACEN d'une équipe dynamique favorisant la mise en œuvre d'idées nouvelles. C'est avec leur concours que je dois apprendre le métier de la distribution de matériel électrique, en France pendant 2 à 3 ans avant de rejoindre un poste dans l'une des filiales internationales de Rexel. Pour ce départ, rien n'est aujourd'hui défini, mais tout est possible dans une enseigne qui réalise aujourd'hui plus de 60% de son chiffre d'affaires à l'étranger et qui ne cesse de se développer hors de France !

Ghislain Requillart

J'ai intégré la pépinière de la Fnac, où je bénéficie d'un parcours personnalisé en tant que "pépin international".

● J'ai intégré la pépinière de la Fnac, où je bénéficie d'un parcours personnalisé en tant que "pépin international". Le cursus de l'école de commerce que j'ai fait m'avait déjà permis de passer une année à l'étranger, 6 mois à Dublin et 6 mois à Madrid.
Je connaissais la Fnac en tant que client fidèle et musicien amateur, j'avais eu aussi la chance de faire un stage à la Fnac de Madrid en communication, j'avais bien accroché avec le concept, l'ambiance et les produits.
Je suis à la Fnac depuis le 15 septembre 1997. J'ai d'abord été 3,5 mois vendeur au département Disques à Etoile, cette première découverte a été passionnante, j'ai pu apprécier la diversité des savoir faire et des profils des vendeurs. J'ai ensuite travaillé pendant un mois et demi à la Direction Produits Disques sur un outil de gestion des linéaires, en fonction du poids des différentes familles de musiques. Cette expérience m'a permis de bien comprendre les 2 approches produits, celle des magasins et celle de la Direction Produits, elle me sera utile quand je serai à nouveau en magasin. Aujourd'hui, à la Direction du Développement j'établis un business plan pour un projet d'ouverture de magasin dans un pays étranger, je ne peux vous dire où...
A partir du 25 Mars, je retrouve le magasin d'Etoile, je serai en poste en binôme avec un responsable de rayon sur le secteur variétés française pour 3 mois.
Après? Je ne sais pas où je vais atterrir ... un poste de responsable de rayon dans un magasin en France, puis, en fonction de mes résultats, évoluer vers un poste à l'international d'ici 2 ans. Je suis mobile, plutôt attiré vers les pays hispanisants mais je suis partant pour aller ailleurs...

❷ perfectionner son expression

Document 1

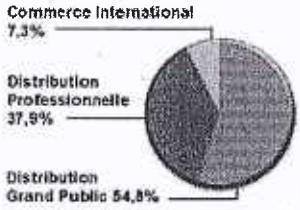
Chiffre d'affaires

En hausse de 10,9%, le chiffre d'affaires de 1997 s'établit à 89,2 milliards de francs. Avec l'acquisition de Guilbert, leader européen de la vente de fournitures et de mobilier de bureau, et celle de Brylane, 4ème société de VPC aux Etats-Unis, notre Groupe réalisera plus de 105 milliards de francs de chiffre d'affaires en 1998.

Chiffre d'affaires hors de France

L'international représente 35,4% de notre chiffre d'affaires en 1997 et devrait dépasser dés 1998 45% en année pleine.

CA par pôles d'activité



Notre Groupe tire sa force de la répartition équilibrée de ses activités à laquelle contribue également le pôle crédit et services financiers consolidé par mise en équivalence.

Résultat d'exploitation : + 21%

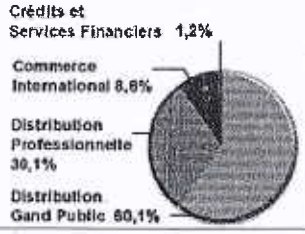
Il s'élève à 4,29 milliards de francs.

Résultat net part du Groupe (avant éléments non récurrents) : +27,4% à 2,63 milliards de francs

Le bénéfice net s'établit à 2,85 milliards de francs (aprés éléments non récurrents) en hausse de 38,2%.

Effectif Moyen

EFFECTIF MOYEN PAR PÔLE



L'effectif moyen de notre Groupe s'élève à 60 288 collaborateurs

Document 3

CHIFFRE D'AFFAIRES

89,2MdF
+11%

Le Conseil de Surveillance de Pinault-Printemps-Redoute s'est réuni le 10 Février 1998 sous la présidence de Monsieur Ambroise ROUX. Il a pris connaissance des résultats provisoires du Groupe pour l'exercice 1997.

Le chiffre d'affaires consolidé s'est élevé à 89 179 MF en 1997 contre 80 394 MF en 1996, en hausse de +10,9%. L'accélération de la croissance de l'activité des enseignes au 4ème trimestre a permis de maintenir un rythme de développement supérieur aux objectifs. Fait marquant de l'année, le poids de l'international dans le chiffre d'affaires est passé de 30% à plus de 35%, ce qui permet d'envisager de dépasser les 40% avant fin 1998 soit une avance de 2 ans sur les objectifs précédemment fixés.

Objectif : rechercher des informations chiffrées

Parler chiffres ne s'improvise pas. Or, vous serez amené(e), lors de la négociation, à discuter quantité, prix...

ACTIVITÉ 11

Cliquer sur "le groupe /profil et stratégies/présentation et chiffres-clés" *(document 1)*, puis sur "international/chiffres-clés" *(document 2)*, et sur "finances/communiqués et avis financiers/résultats provisoires pour 1997" (seulement le chiffre d'affaires) *(document 3)*.

Consignes

a. Repérez dans le document 1 les différents verbes utilisés pour indiquer le montant en francs français des valeurs-clés de l'entreprise (ici le CA et le bénéfice). En connaissez-vous d'autres ?

b. À l'aide des documents 1 et 2, faites la même recherche en ce qui concerne l'effectif du groupe.

c. Recherchez dans les trois documents les termes utilisés pour indiquer l'évolution, la comparaison, l'équivalence ? Quelles autres expressions connaissez-vous ?

ACTIVITÉ 12

Cliquer sur "recherche sur le site / Redoute / 80% La Redoute chiffres-clés".

Consigne Utilisez les expressions vues dans l'Activité 11 pour commenter à l'oral ou par écrit les chiffres-clés du groupe Redoute.

ACTIVITÉ 13

Consigne Retrouvez dans le site les deux graphiques illustrant le texte du document 3 (voir Activité 11).

ACTIVITÉ B (Camille®)

Repérer les chiffres dans le discours proposé par la vidéo. Unité 1 Activité 2.

Objectif : argumenter

Tout bon négociateur doit savoir argumenter. Cela peut s'apprendre en analysant et en corrigeant les erreurs des autres.

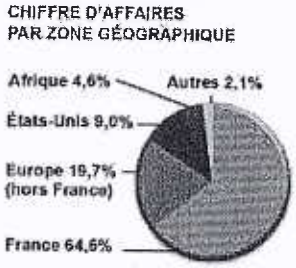
ACTIVITÉ C (Camille®)

Travailler l'argumentation. Unité 2 activité 2.

Document 2

Un enjeu majeur, l'international

chiffre d'affaires par zones géographiques



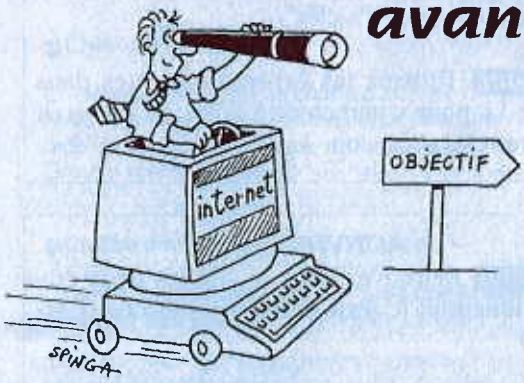
Notre Groupe a réalisé en 1997 un chiffre d'affaires hors de France s'élevant à 31,6 milliards de francs soit 35,4% de notre activité.

Effectif moyen par zones géographiques

A l'étranger, notre Groupe emploie près de 19 000 personnes principalement au travers de Rexel et de CFAO.

- France : 68,8%
- Europe (Hors France) : 16,6%
- Etats-Unis : 5,2%
- Afrique : 8,3%
- Autres : 1,1%

❸ se fixer des objectifs avant de négocier



Objectif : choisir son argumentaire ▷

Proposer le meilleur produit du monde ne suffit pas, encore faut-il savoir le mettre en valeur et choisir les arguments qui sauront convaincre votre interlocuteur.

ACTIVITÉ 14

Dresser la liste des points forts et faibles de notre produit, en consultant les sites de nos concurrents et la gamme de jouets proposés sur le site de La Redoute. Préparer son argumentaire.

Définir les conditions de départ (prix, quantité, etc).

ACTIVITÉ D (Camille®)

Les produits. Unité 1 Activité 4.

Activité intéressante pour la reformulation ; on pourra couper la vidéo à partir de "alors pour les produits eux-mêmes".

2. NÉGOCIER

❶ se présenter

Objectif : savoir parler de l'activité et de l'organisation de son entreprise

Après avoir brisé la glace, il faut également savoir présenter sa société.

ACTIVITÉ E (Camille®)

Unité 1 Activité 1.

Parler de ce qu'on fait et de l'organisation de l'entreprise :

- *présentation générale de l'entreprise (compréhension orale d'une vidéo) ;*
- *compréhension globale orale (questionnaire à choix multiples).*

❷ vendre

Il ne vous reste plus qu'à négocier et si possible conclure !

ACTIVITÉ F (Camille®)

Simulation de vente et bilan de la simulation Unité 3 Activités 2 et 3.

Remarque : Unité 3 Activité 1 intéressante, même si elle sort du cadre de ce scénario.

GRAPHISMES ?
PLUS QUE DU GRAPHISME !

Le dossier pédagogique du prochain numéro de Point Commun portera sur l'exploitation des graphiques dans le cours de français des affaires et des professions.

LES CORRIGÉS

Vous trouverez ci-dessous des propositions de corrigés pour certaines des activités élaborées à partir d'Internet. Le cédérom contient le corrigé des activités qu'il propose.

ACTIVITÉS 1 et 2
Adresse du site : www.pprgroup.com/fr

ACTIVITÉ 3
Consigne 1 : cliquer sur "rechercher sur le site" et entrer le mot-clé.
Consigne 2 :
· Le groupe PPR est présent dans plus de quarante pays.
· C'est la quinzième capitalisation boursière.
· La vente à distance.
· Japon, Taïwan, Philippines, Thaïlande, Indonésie.
· 16 millions.

ACTIVITÉ 5
La plupart des informations se trouvent sur le site "Redoute" auquel on accède en tapant *Redoute* dans "rechercher sur le site".

· *Raison sociale : Groupe Redoute*
· *Année d'entrée dans le groupe PPR : 1992*
· *Activité principale : la vente à distance*
· *C.A. consolidé en 1997 (en millions de francs) : 18 833*
· *Effectif moyen en 1997 : 700*
· *Part du C.A. réalisé en 1997 à l'international : 29%*
· *Position sur le marché français (dans son secteur): première place.*

ACTIVITÉ 7
Quelques sites concernant les jouets :
· www.superjouet.com
· www.ellitoys.com
· www.joueclub.fr

ACTIVITÉ 8
· Formation : École Supérieure de Commerce de Bordeaux (ESC) et MBA en Angleterre.
· Expérience professionnelle : coopérant du Service national à l'étranger (CSNE) en Allemagne chez un fabricant de matériel électrique.
· Service intégré : le service commercial.
· Caractéristiques : assurer la liaison entre l'entreprise et les fournisseurs, poste opérationnel proche du terrain.
· Qualités : dynamisme, flexibilité, aptitude à la négociation.

ACTIVITÉ 11
a. S'établir à ; réaliser ; s'élever à
autres verbes : être de ; atteindre...
b. Employer ; s'élever à ;
autres verbes : occuper ; compter...
c. Termes utilisés :
· évolution : en hausse ; est passé de ... à... ; croissance
· comparaison : contre
· équivalence : représente ; soit

ACTIVITÉ 12
Par exemple : le CA consolidé en 1997 s'élève à 18 833 millions de francs...

ACTIVITÉ 13
Graphique 1 : finances/principaux éléments financiers/CA consolidé depuis 1992.
Graphique 2 : finances/principaux éléments financiers/CA par zone géographique.

ACTIVITÉS COMPLÉMENTAIRES

◆ Nous vous proposons ici deux activités qui permettent d'exploiter la richesse de ce site. Elles ne relèvent toutefois pas du domaine de la négociation.
Pour y accéder, aller directement à : www.redoute.fr
· Remplir un bon de commande en suivant les conseils donnés.
· Répondre au questionnaire d'évaluation du site et créer d'autres questions.

◆ A partir du cédérom Camille®
· *Unité 5 Activité 2*
Pour perfectionner l'argumentation, associer un acte de parole à une phrase.

· *Unité 2 Activité 1*
Qu'est-ce qu'un bon vendeur ? compréhension orale.

BIENVENUE

sur le site du français des affaires
de la Chambre de Commerce et d'Industrie de Paris

➤ Pour vous ***renseigner*** sur les différentes certifications de la CCIP

➤ Pour ***consulter*** des sujets d'épreuves, des conseils, des ressources pédagogiques variées

➤ Pour ***demander*** des informations, commander des documents,

➤ Pour ***vous inscrire*** à un stage

➤ Pour ***communiquer*** avec les centres de préparation aux examens de la CCIP dans le monde

➤ Pour ***tester*** vos connaissances

➤ Pour ***faire partie*** du grand réseau mondial du français des affaires et des professions

http://www.fda.ccip.fr

Témoignage

DE NOS COUSINS DE LOUISIANE

Petit mot d'encouragement à tous les collègues qui se demandent comment se mettre à l'eau...

Technologie et classe de français langue étrangère

PENDANT que nous, enseignants, réfléchissons aux enjeux du nouveau millénaire, les pratiques éducatives sont chaque jour remises en cause, dans le secret espoir de trouver réponse à la question, toute rhétorique : "Quel est le meilleur moyen pour former/l'éducation de nos étudiants ?"

Rhétorique, tout simplement parce qu'il n'y a pas de réponse unique à cette vaste question qui fait depuis toujours les heurs et les malheurs des pédagogues. L'enseignement (intelligemment) assisté par ordinateur est-il la réponse à nos besoins, alors que nous nous efforçons de garder le rythme de nos étudiants friands de technologie ? Faut-il jongler avec chacune d'elles dans l'espoir de trouver la méthode d'utilisation la plus efficace ? Le cauchemar commence lorsque, entre les murs de l'école, résonnent les mots : "...et le livre, alors ? le magnétoscope ? la cassette audio, l'Internet, les cédéroms ? Comment faire pour mettre tout ces outils dans le bon ordre ?"

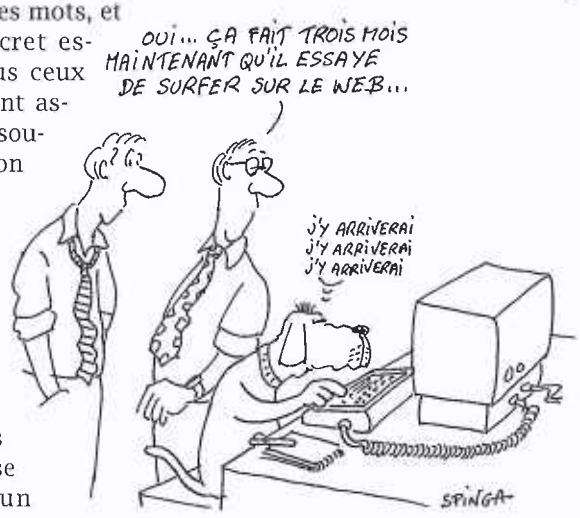
Pas de problème... avec cent grammes d'effort, un demi-litre de patience, un magnum de courage et une pincée de bravoure ! Il est grand temps de laisser sur le paillasson la vieille crainte que les ordinateurs remplacent les formateurs. Cela n'arrivera jamais ! D'un autre côté, les enseignants qui n'ont aucune idée du rôle et du travail de la sacrosainte "chip" (puce) risquent fort de se voir remplacer par ceux qui auront fait l'effort de l'affronter.

Courage, il n'est pas trop tard. Respirons un bon coup, remontons les manches, mettons la main à la pâte, si nous ne voulons pas faire face demain matin à toute une génération pour laquelle le clavier est déjà chose ancienne. Que faire et par où commencer ?

La toile, l'espace, la souris

Laissez-moi seulement partager avec vous les réflexions d'une "quadra" qui, cinq ans auparavant, ne savait pas même utiliser l'ordinateur de la bibliothèque. C'est un périple qui m'a conduite sur le chemin du DOS, de Windows 3.1 et de Windows 95... du traitement de texte à la recherche sur l'Internet, et a abouti à deux publications. Mon cœur chante de joie en écrivant ces mots, et s'exalte dans le secret espoir de motiver tous ceux d'entre nous qui sont assez jeunes pour se souvenir de la télévision en noir et blanc... J'y suis bien arrivée. Pourquoi pas vous ?

L'enseignement assisté par ordinateur, en particulier celui qui nécessite les bons offices de cette petite chose que l'on appelle un modem, d'un serveur et d'une ligne de téléphone....bravo, vous avez trouvé : c'est l'Internet. L'Internet, cette immense toile d'informations invisible qui flotte dans l'espace et nous enveloppe, prête à se laisser aborder sur un clic d'une souris (celle qui a une bille sous l'estomac et pas de pieds, bien sûr !). J'imagine déjà les gémissements alors que vos yeux parcourent la page. "Encore l'Internet ! Mais je n'ai pas besoin d'ordinateur pour faire la classe !" Possible, mais si vous êtes, comme moi, à des centaines ou des milliers de kilomètres de Paris, comment, d'une seule foulée, écouter les marchands ambulants devant les Galeries Lafayette, visiter le Louvre, dévorer des yeux les proverbiales 365 variétés de fromages ? Internet, à l'aide ! Vous n'avez plus besoin de radio pour écouter les dernières nou- ▷



velles des rivages de Gaule... il vous suffit de surfer sur la vague de RFI, fermer les yeux et vous laisser bercer par le plaisir en temps réel !

"C'est vraiment aussi simple que cela ?" Oui... d'ailleurs, demandez à vos étudiants. Vous voulez voir les derniers clips sur France-3 ? Rendez-vous à 15 heures et que le spectacle commence ! Mille et une possibilités s'offrent à vous. Courage, quelques heures de navigation vous permettront de l'emporter ! Quelques précautions avant d'embarquer pour votre visite virtuelle...

1. Tout d'abord, quelle est votre destination ? Il faut choisir un thème. Il vous permettra de concentrer votre attention et de voguer de site en site, tandis que la vague vous emporte d'une île de pixels à une autre, encore plus belle à voir que la précédente. Choisissez un sujet sur lequel vous êtes en train de travailler et tenez le cap.

2. Armez-vous d'un bloc-notes. Vous aurez besoin de relever les adresses Internet, communément appelées URL, ainsi que toute information pertinente trouvée sur le site. Cette pratique vous rendra service pour de futures utilisations et, bien sûr, en cas de trou de mémoire, lorsque vous aurez pris l'habitude de naviguer.

3. Dirigez-vous sur l'un des moteurs de recherche francophone comme Alta Vista (http://www.altavista.digital.com) ou Nomade (http://www.nomade.com) et, dans la case appropriée, saisissez le nom du sujet qui vous intéresse, par exemple "tourisme + Paris". Soyez prêts à vous retrouver, en un geste, devant des centaines de sites et plus. De nombreux serveurs indiquent le pourcentage d'informations contenues dans le site se rapportant à votre sujet, ainsi qu'un résumé. Prenez le temps de lire cette courte description avant de vous lancer dans la recherche. Gardez toujours le cap de votre recherche, pour ne pas vous égarer d'un site à l'autre et finalement rentrer bredouille... En général, vous aurez une liste de dix sites environ à l'écran. Choisissez celui qui semble correspondre le mieux à vos besoins et lancez-vous sur la Cyber Route. Chemin faisant, vous allez devenir un capitaine expérimenté !

Au secours !

4. Voilà : vous avez trouvé le site rêvé. Écrivez vite son adresse et prenez quelques notes dans votre livre de bord. Vous l'avez trouvé facilement ? C'est un site officiel (il a des chances de durer plus longtemps qu'un site privé qui peut aller et venir au gré du temps) ? Le graphisme est agréable ? La présentation facile à suivre ? La langue est aisée ? La grammaire correcte ? Les liens avec d'autres sites proposés ? Il est utilisable pour une activité de groupe ? Pour un travail individuel ?

5. Bientôt, vous aurez développé une compétence toute personnelle pour évaluer un "bon site Web", tant pour son contenu que pour son utilisation.

6. Devant cette déferlante d'informations, il vous faut maintenant créer une activité. Que faire ! Panique à bord ! Au secours...! Gardez votre calme et suivez la première règle : votre activité doit être interactive, intéressante et motivante, et ne frustrer en rien votre apprenant. De mes premières armes de navigatrice, j'ai noté que la page d'accueil était une ressource utile pour imaginer des activités directement liées au contenu du site.

Retournons à l'idée originale : "Paris + tourisme". Un excellent site est lié à ce sujet : *Pariscope* (http://pariscope.fr/nav/html). Il offre une multitude d'informations sur une quantité de sujets touristiques par exemple :

- Cinéma
- Scène
- Paris la nuit
- Visiter Paris
- Sport
- Salons foires
- Expos
- Shopping
- Webs (sites)

Ces sujets vont vous permettre de créer un "scénario", par exemple : "Vous êtes à Paris pour plusieurs jours. Choisissez une sortie pour chaque soir, dans *Pariscope* ou dans l'un des sites recommandés." Cette approche permet à l'apprenant d'utiliser son jugement, de "mettre les doigts dedans", ce qui rend l'activité de résolution de problème plus motivante et personnalisée, à travers l'utilisation de documents authentiques auxquels la technologie permet d'accéder. "Mais, allez-vous dire, on peut très bien faire cette activité avec du papier et des crayons !" Bien sûr ! Mais combien d'exemplaires de *Pariscope* avez-vous à votre disposition ? Sans compter tous les autres documents... Avec l'Internet, ils sont au bout de vos doigts et disponibles sur un clic de votre souris préférée !

Un autre domaine à prendre en considération est le format de votre activité : laissez du temps au temps, et prévoyez une grille d'activités suffisamment souple pour accomplir la tâche. De 20 à 30 % d'espace libre, pour que les mots ne sautent pas, en rang serré, au visage de l'apprenant, lui rendant la tâche difficile, ennuyeuse ou tout simplement au-dessus de ses forces. Un exemple :

Vous prévoyez une visite de plusieurs jours à Paris. Consultez le site Web de *Pariscope* et décidez ce que vous allez faire chaque soir. Notez que vous pou-

vez également consulter d'autres sites d'information en cliquant sur Web.

Notez vos choix dans la grille ci-dessous.

Lundi	Mardi	Mercredi	Jeudi	Vendredi	Samedi	Dimanche

Ce format simple et facile à lire mettra vos apprenants à l'aise, prêts à accomplir une tâche à leur portée. Vous pourrez également utiliser deux formes de technologie : l'Internet et le traitement de texte. Le XXIe siècle peut venir : vous êtes un peu plus prêt à faire face à l'ennemi !

De mes longues heures devant l'écran, les yeux rouges et fatigués, j'ai vu, regardé, mastiqué, digéré des centaines de sites web. Je continue mon voyage, toujours prête à découvrir des contrées nouvelles, ne perdant rien de mon enthousiasme. Je sais aussi m'arrêter, ralentir avant de tomber en panne sèche. Ne vous laissez pas démonter si vos élans créatifs se brisent le nez dans un obscur détour du chemin ou du disque dur. Respirez fort, éteignez tout et revenez le lendemain. Vous irez mieux et vous vous sentirez dans la course... Souvenez-vous, ce n'est qu'une machine... un crayon très sophistiqué mais un instrument fantastique pour votre boîte à merveilles pédagogique. Prenez votre temps, jouez, et souvenez-vous de vos expériences lorsque vous appreniez une seconde langue. Plaisir ou souffrance ?

Quel est votre public aujourd'hui ? Les adolescents n'auront certes pas les mêmes centres d'intérêt que les adultes. Mais allez-y ! Gardez à l'esprit que cette petite taupinière d'ordinateur est loin d'être une montagne. Elle n'est pas non plus un abîme où vous risquez de vous engloutir. Sautez le pas ! Et soyez conscient que vous vous embarquez dans l'une des plus grandes aventures de votre vie. Comme on dit en Louisiane : "Le monde est votre huître. Puissiez-vous y trouver votre perle !"

Sus à l'Internet ! et, comme on dit en Louisiane, "Laissez le bon temps rouler, cher !"

Nancy DAVIES
Consultant linguistique, Louisiane
Traduit et adapté par
Anne-Marie CALMY

CD-ROM

FRANÇAIS PROFESSIONNEL

DEUX CD-ROM POUR SE PERFECTIONNER EN FRANÇAIS DES AFFAIRES

Niveau intermédiaire/avancé

- Développer des savoir-faire indispensables à la communication dans la vie quotidienne ou professionnelle.
- Mettre en pratique des aspects oraux et écrits de la langue pour résoudre des problèmes pratiques.

configuration PC.
Tarif licence pour utilisation en site : consulter CLE INTERNATIONAL

CLE INTERNATIONAL

27, rue de la Glacière – 75013 PARIS Tél. : 33 01 45 87 44 00 Fax : 33 01 45 87 44 10
site internet : www.cle-inter.com

Présentation et vente aux enseignants :
Espace Luxembourg 103, boulevard Saint-Michel – 75006 PARIS

Centre Universitaire d'Etudes Françaises

Université Stendhal - Grenoble 3

COURS

- Cours intensifs de langue française
- Cours semi-intensifs de langue française
- Cours de langue et de culture françaises
- Cours intensifs de français spécialisé en droit, économie et sciences
- Préparation aux examens de la Chambre de Commerce et d'Industrie de Paris
- Programme de formation pour enseignants de Français Langue Etrangère

EXAMENS

Diplômes nationaux :

- Diplôme d'études en langue française DELF
- Diplôme approfondi d'études en langue française DALF

Diplômes d'université :

- Certificat pratique de langue française 1er degré
- Diplôme d'études françaises 2ème degré
- Diplôme supérieur d'études françaises 3ème degré
- Diplôme supérieur d'aptitude à l'enseignement du Français Langue Etrangère DSA

Diplômes de la Chambre de Commerce et d'Industrie de Paris (CCIP) :

- Certificat de français du tourisme et de l'hôtellerie CFTH
- Certificat pratique de français commercial et économique CPFCE
- Diplôme supérieur de français des affaires DSFA
- Certificat de français juridique CFJ

Université Stendhal-Grenoble 3 CUEF (PC) BP 25 - 38040 Grenoble cedex 9 France
tél (33) 4 76 82 43 27 ou (33) 4 76 82 43 70 - fax (33) 4 76 82 41 15 ou (33) 4 76 82 43 90
E-mail Aliette.Faure@u-grenoble3.fr - Internet : http://www.u-grenoble3.fr/stendhal/

NOUVEAUTÉ 98

CHAMBRE DE COMMERCE ET D'INDUSTRIE DE PARIS

DIRECTION DES RELATIONS INTERNATIONALES DE L'ENSEIGNEMENT
28, rue de l'Abbé Grégoire 75279 Paris Cedex 06

BIBLIOGRAPHIE
du français des affaires

Sélection de références choisies pour leur adaptation à l'enseignement du français des affaires langue étrangère

◆ Méthodes ◆ Ouvrages de référence
Dictionnaires ◆ Lexiques
◆ Articles ◆ Technologies de l'information et de la communication (audios et vidéos, logiciels, cédéroms, sites Internet, EAO)

100 pages
Prix franco de port : France **100 FF**
Étranger **120 FF**

Contact : Claudine Douchy
e-mail : cdouchy@ccip.fr - Tél. 33 1 49 54 28 65

PENSION DE FAMILLE à PARIS

"AU PALAIS GOURMAND"
120, Bd Raspail 75006 Paris
☎ 01 45 48 24 15 - 01 42 22 87 64
Fax 01 42 22 33 41

Au cœur du 6e arrondissement, près de la CCIP, du jardin du Luxembourg et du Quartier Latin,la Pension de famille "AU PALAIS GOURMAND" vous invite à venir déguster ses repas très variés en cuisine traditionnelle, profiter du confort de ses chambres pour 1, 2 ou 3 personnes avec réfrigérateur et ligne de téléphone directe. L'accueil chaleureux et l'écoute sont au service de la clientèle, vous vous sentirez chez vous.
Prix à la journée en demi-pension pour une personne : de 180 F à 372 F TTC, dégressif selon la durée.

Métro : Notre-Dame-des-Champs, Vavin, Montparnasse
Bus 82, 68, 58, 83, 89, 91, 94 et 95

A Paris, le Fiap Jean Monnet, lieu idéal de séjour pour une nuit ou quelques semaines

- Situé au cœur de Paris sur la rive gauche
- 200 chambres équipées de sanitaires privés
- Réception 24h/24
- Deux restaurants
- Bar-terrasse avec jardin
- Animations et soirées discothèque
- Bureau d'informations touristiques

Ayez le bon réflexe, choisissez le Fiap !

FIAP JEAN MONNET

30, rue Cabanis 75014 Paris • FRANCE
Standard 33 1 43 13 17 00 • Fax 33 1 45 81 63 91
Réservations 33 1 43 13 17 17
E-mail : fiapadmi@fiap.asso.fr • www.fiap.asso.fr

Le Certificat de français juridique

LES ÉPREUVES ORALES

2 épreuves (EO1 et EO2)
Durée de préparation : 15 minutes par épreuve
Durée de présentation : 15 minutes par épreuve
L'usage du dictionnaire est autorisé.

En quoi consistent les épreuves ?

Les deux épreuves simulent des situations professionnelles et pour chacune de ces épreuves, le candidat doit accomplir une tâche distincte.

- ***Première épreuve (E01)***

- *La situation :* Nous sommes dans un cabinet d'avocats. L'examinateur joue le rôle d'un client du cabinet et le candidat sera son avocat, son conseil.

- *La tâche du candidat :* Résoudre un cas ou faire la synthèse d'une question à partir des documents fournis dans le but de conseiller le client.

- ***Deuxième épreuve (E02)***

- *La situation :* Nous sommes soit dans un cabinet d'avocats soit dans le service juridique d'une entreprise. L'examinateur joue le rôle d'un membre de la direction. C'est un cadre francophone. Le candidat est l'un de ses collaborateurs.

Dans l'exemple proposé ici (voir page 33), le chef du service juridique d'une entreprise pharmaceutique (l'examinateur) a entre les mains un document, écrit dans une langue qu'il ne connaît pas ou qu'il connaît mal (c'est la langue du candidat). Il sait de bonne source que ce document touche directement l'activité de l'entreprise et confie à l'un de ses collaborateurs (le candidat) le soin de lui expliquer – en français, bien sûr – ce que contient le document en question.

Cette situation pourra d'ailleurs être reprise et adaptée, en modifiant, par exemple, l'activité de l'entreprise selon le document qui est remis au candidat.

- *La tâche du candidat :* il doit rendre compte *en français* du contenu d'un document juridique *rédigé dans sa langue maternelle.* Il ne s'agit pas, à proprement parler, d'une épreuve de traduction.

Au cours de ces deux épreuves, c'est un dialogue qui doit s'instaurer, non un interrogatoire, ni une situation d'enseignement. L'examinateur manifeste s'il a compris ou non, fait reformuler, demande des précisions, des explications supplémentaires. S'il intervenait pour corriger, expliquer ou évaluer, il ne serait pas dans son rôle.

Qui prépare les sujets ?

Les sujets sont préparés et remis par le centre local d'examens qui a la responsabilité de la passation des épreuves.

La CCIP-DRI/E propose des sujets (en particulier pour E01), que les centres peuvent utiliser, mais ce n'est pas une obligation. En effet, il est important que les supports soient adaptés au contexte local, afin d'inciter les candidats à s'exprimer.

Avec quels documents travaille le candidat ?

Les documents, plutôt longs que courts, sont des textes juridiques, pas trop techniques, relatifs au monde de l'entreprise.

Les textes relèvent principalement du droit de l'entreprise (droit des affaires, droit du travail).

Pour la première épreuve, ils traitent un point de droit d'un pays francophone ou – à ne pas négliger – un aspect du droit communautaire.

Pour la deuxième épreuve, le texte proposé, qui

▷

est écrit dans la langue du candidat, peut en outre relever du droit de son pays.

Il existe une grande variété de documents : textes de lois, contrats, décisions de justice, lettres, extraits d'ouvrages de droit, articles de presse, etc. Un texte court, mais empreint d'une haute technicité, comme le serait par exemple un arrêt de la Cour de cassation "à l'état brut", ne ferait pas l'affaire (il en irait autrement d'un arrêt rapporté par la presse). Il n'est, en effet, nullement demandé au candidat d'être un expert en droit belge, canadien, français, communautaire, etc. Mieux vaut des textes plus longs, dans lesquels le candidat doit rechercher des informations en appliquant de bonnes stratégies de lecture.

Que doit faire et ne pas faire le candidat ?

Recommandons d'abord au candidat :

- de ne pas se précipiter sur son dictionnaire. Les textes sont assez longs, le langage est technique et le temps est compté. Il ne s'agit pas de comprendre chaque mot, de décortiquer le texte, mais de trouver des informations, de la matière, - pour réfléchir, résoudre un cas, exposer, s'exprimer.

Recommandons-lui donc :

- de lire attentivement le sujet pour bien comprendre la tâche à effectuer ;
- de parcourir les documents (lecture "survol") et d'identifier les éléments dont il aura besoin (lecture repérage) ;
- de réfléchir à ce qu'il va dire et de noter quelques éléments-clés.

Pour la première épreuve que nous proposons ici (voir p. 33), le candidat doit conseiller un chef d'entreprise confronté à un problème sérieux et d'ailleurs fréquent : c'est que nombre de ses clients ne le paient pas. Que lui dire ? D'abord qu'il doit à l'avenir être prudent dans le choix de ses clients. Ensuite qu'il a la possibilité de poursuivre les mauvais payeurs en justice. Deux conseils de bon sens, en somme, que viendront appuyer les documents reproduits en annexe.

Pour la seconde épreuve (E02), que doit faire le candidat ? A la fois moins et plus qu'une traduction. Il doit évidemment expliquer l'essentiel de ce que dit le texte, mais aussi dire d'où il vient, qui en est l'auteur, répondre aux questions de l'examinateur et apporter au besoin quelques commentaires sur la portée ou l'intérêt du texte en question.

➔ Attention ! Pour cette deuxième épreuve, ne cherchez pas le document ! Il n'est pas reproduit ici. En effet, le document remis au candidat pour cette épreuve relève généralement du droit du pays de ce candidat et est rédigé dans sa langue maternelle.

En quoi consiste l'évaluation?

A l'issue d'un entretien d'embauche, un demandeur d'emploi sera embauché ou ne sera pas embauché. De la même manière, de deux choses l'une : le candidat réussit ou ne réussit pas.

A partir d'une grille d'évaluation fournie par la CCIP, l'examinateur apprécie :

- les compétences communicatives du candidat : aisance, organisation et présentation des idées, maîtrise du sujet ;
- les compétences linguistiques du candidat : lexique, syntaxe, prononciation.

Les épreuves ne sont pas notées, mais évaluées en termes de Réussi/Non Réussi. "Réussi" veut dire que le candidat a réalisé sa tâche de manière satisfaisante et qu'il est considéré comme capable d'utiliser le français dans des situations professionnelles courantes, propres à l'activité juridique.

Jean-Luc Penfornis

CERTIFICAT DE FRANÇAIS
JURIDIQUE

FJ 004

Durée : 30 minutes pour les deux épreuves

EXPRESSION ORALE
Première épreuve - EO(1)

La situation
Vous travaillez comme avocat dans un cabinet juridique parisien et vous allez rencontrer Monsieur (ou Madame) Bernadin, le chef d'une petite entreprise agro-alimentaire.
Monsieur (ou Madame) Bernadin est confronté(e) à de graves problèmes d'impayés de la part de ses clients. *"Au moins 10% de mes clients sont de mauvais payeurs"*, vous a-t-il (elle) dit au téléphone. "*Certains mêmes disparaissent dans la nature après avoir reçu la facture*", a-t-il (elle) précisé.

Votre travail
Votre rôle consiste à le (la) conseiller pour qu'il (elle) apporte au plus vite une solution à un problème qui menace l'avenir de son entreprise.
Préparez cette rencontre à l'aide des deux documents en annexe.

CERTIFICAT DE FRANÇAIS
JURIDIQUE

FJ 004

Durée : 30 minutes pour les deux épreuves

EXPRESSION ORALE
Deuxième épreuve - EO(2)

La situation
Vous travaillez dans le service juridique d'une grande entreprise pharmaceutique. Une multinationale, fortement implantée dans les pays de l'Union européenne. Tout ce qui, en matière juridique, touche directement à l'activité de l'entreprise intéresse le service.

Vous avez entre les mains un document qui est écrit dans une langue que vous maîtrisez mieux que quiconque dans le service.

C'est votre chef direct qui vous a remis ce document. Il souhaite que vous lui en rapportiez le contenu, en français évidemment. *"Pouvez-vous m'expliquer ce que dit au juste ce texte ?"* vous a-t-il demandé. *"Je crois savoir que c'est très intéressant pour nous"*, a-t-il ajouté.

Votre travail
Prenez connaissance de ce document (en annexe) et préparez l'entretien que vous allez avoir dans un instant avec votre chef.

DOCUMENT 1

L'immense majorité des entreprises ne s'est pas réellement attaquée au problème des impayés. L'approche artisanale reste la norme. Dans le meilleur des cas, on tient une "balance âgée" (la liste des créances en fonction de leur ancienneté), on envoie des relances écrites un mois après l'échéance et on improvise des relances téléphoniques, le tout dans une joyeuse débandade de papiers volants : comptabilité et gestion des créances clients sont allègrement confondues. Pourtant, tout fournisseur qui souhaite être payé plus vite aurait intérêt à s'équiper et à s'inspirer des trois règles d'or suivantes.

La première règle universelle : faire signer des contrats "bétonnés". Êtes-vous sûr de vos conditions générales ? Les avez-vous fait viser par un juriste spécialisé ? Y avez-vous inclus une clause de réserve de propriété ? Faites-vous systématiquement confirmer par écrit les commandes faites par vos commerciaux ? Faites-vous signer les bons de livraison ? Autant de questions qu'on ne se pose jamais trop tôt.

Deuxième leitmotiv : la relance anticipée. Appeler le client une vingtaine de jours après la livraison de la marchandise pour vérifier l'absence de litige permet souvent de gagner un temps précieux. De même, si le client vous règle avec une lettre de change classique, n'hésitez pas à l'appeler quatre ou cinq jours avant l'échéance (c'est le délai bancaire nécessaire pour qu'elle soit réglée dans les délais).

Dernier impératif, le plus important : bien connaître ses clients...avant même qu'ils ne le deviennent, c'est-à-dire en les sélectionnant en amont. Il faut ouvrir un crédit commercial après avoir bien mesuré les risques. N'hésitez pas à consulter des sociétés de renseignements commerciaux qui actualisent régulièrement leurs données.

DOCUMENT 2

L'injonction de payer

L'injonction de payer est un ordre donné par le juge à un débiteur de payer une somme d'argent.

La procédure de mise en œuvre est relativement aisée à conduire et ne demande pas nécessairement le concours d'un avocat.

Elle peut être utilisée dès lors que la créance a un montant déterminé et une origine contractuelle.

Elle fonctionne bien si la facture n'a pas été contestée et qu'il n'y a pas de litige particulier.

Il suffit de vous procurer le document disponible, pour 2,80 FF au greffe du tribunal.

Puis de remplir les quatre cases de sa partie supérieure : votre identité, celle du débiteur, le montant de la créance et la liste des pièces justificatives.

Et enfin d'envoyer le tout par courrier avec la somme de 150 FF au greffe du tribunal du siège social ou du domicile du débiteur.

Si, au vu des documents produits, la demande lui paraît non fondée, le juge rejettera la requête, décision sans recours pour le créancier, sauf s'il procède selon les voies de droit commun (intenter une action judiciaire "classique" devant le tribunal de commerce).

Mais si, au vu des documents produits, la demande lui paraît fondée en tout ou partie, le juge rend une ordonnance portant injonction de payer pour la somme qu'il retient.

Dès réception de l'ordonnance de retour (8 à 10 jours plus tard), le créancier doit la faire signifier – c'est-à-dire la faire connaître au débiteur – par huissier au plus tôt (elle se périme au bout de six mois).

La signification fait courir un délai d'un mois pendant lequel le débiteur peut former opposition par simple déclaration au tribunal compétent — c'est-à-dire s'opposer au paiement – par lettre recommandée. Il faut attendre un mois, et si le débiteur n'a pas fait opposition, vous pouvez l'obliger à payer. Cette procédure, rapide et efficace, est très utilisée.

C'est dans le risque d'opposition que réside la fragilité de l'injonction de payer : si le créancier craint une telle opposition, s'il a des faits à se reprocher, il vaut mieux procéder par la voie de l'assignation de paiement.

L'assignation de paiement

C'est l'acte de procédure adressé par le créancier au débiteur par l'intermédiaire d'un huissier, pour l'inviter à comparaître devant le tribunal compétent. Il est suivi d'un procès classique, avec intervention d'avocats. Cette procédure s'impose lorsque le bien-fondé de la créance a de fortes chances d'être remis en cause par le débiteur.

Centre expérimental
d'étude de la
civilisation française
associé à l'Université
Paris-Sorbone.

Cours de Langue
et de
Civilisation Françaises
pour
étudiants étrangers

Toute l'année
Tous niveaux

COURS DE CIVILISATION FRANÇAISE DE LA SORBONNE

Experimental center
for the study of
french civilization
associated to the
University
of Paris-Sorbonne

The Sorbonne
French Language
and
Civilisation Courses
for
foreign students

Throughout the year
All levels

Français des affaires - *Business French*

Préparation aux examens de la C.C.I.P. - toute l'année
+ session Français des affaires
3 semaines en juillet

Certificat pratique de Français Commercial & Economique
Certificat de Français Juridique
Diplôme supérieur de Français des Affaires
Diplôme approfondi de Français des Affaires

C.C.F. Sorbonne
47, rue des Ecoles, 75005 Paris
Tél : 33 (0) 1 40 46 22 11 - Fax : 33 (0) 1 40 46 32 29 - Internet http://www.fle.fr/sorbonne

Veuillez m'adresser gratuitement votre documentation sur les cours de langue française
Please send me free details of your french language courses

Nom .....
Name

Adresse .....
Address

Pays .....
Country

LE CONGRES DE L'AATF À MONTRÉAL

LES professeurs membres de l'AATF* se sont réunis à Montréal du 23 au 26 juillet pour leur congrès annuel qui rassemblait plus de sept cents participants.
Parmi les nombreux ateliers et conférences qui se sont déroulés lors de ce congrès, il faut souligner :

• la table ronde "Business French Round Table" animée par David O'Connell, directeur des programmes de langues à Georgia State University, et à laquelle participaient Guilhène Maratier-Decléty, directeur des Relations Internationales de l'Enseignement de la Chambre de Commerce et d'Industrie de Paris, Judith Frommer, directeur des programmes de langues à Harvard University, et James T.Day, directeur des programmes de langues à South Carolina.
Ont assisté à cette présentation une trentaine de professeurs fortement concernés par le français des affaires dont Steven Longhrin-Sacco, de l'Université de San Diego et Président de la Commission nationale du français des affaires. Au cours de cet atelier, ont été présentés les examens de français des affaires de la Chambre de Commerce et d'Industrie de Paris et leur positionnement sur le marché nord-américain.

• l'intervention de Jean-Pierre Van Deth, président d'Expolangues, sur le thème : "Le plurilinguisme entre rêve et réalité". Partant du mythe de Babel, il en déduit que la diversité linguistique est une réalité et que "l'unanimisme" dans les langues est impossible .

• le témoignage apporté par Fernande Wagman, professeur à l'Academy of the Holy Angels (New Jersey), où elle explique comment, à travers des textes littéraires, les étudiants peuvent être sensibilisés à l'économie et au commerce.

Guilhène Maratier-Decléty a profité de ce grand rassemblement de professeurs de français pour annoncer la réforme des examens de français des affaires qui s'amorce et qui tiendra compte des nouveaux besoins exprimés par les entreprises et institutions dans le monde d'aujourd'hui.
Remarquable par la variété et la diversité des conférences proposées, ce colloque a permis de vérifier que l'intérêt pour le français des affaires est un fait réel. Son développement sera facilité par les autoroutes de l'information et les sites qui se créent.

* American Association of Teachers of French.

TEF
TEST D'EVALUATION DE FRANÇAIS

LE FRANÇAIS A ENFIN SON TEST D'ÉVALUATION : LE TEF

Un nouveau produit en matière éducative, conçu et lancé par la CCIP

Forte d'une expérience et d'une expertise reconnues, tant dans la formation des jeunes que des adultes, la Chambre de Commerce et d'Industrie de Paris lance un test nouveau et moderne d'évaluation des compétences en langue française : le TEF, Test d'Évaluation de Français.
Instrument sans précédent pour **mesurer le niveau de français** des personnes dont la langue maternelle n'est pas le français, le TEF permet aux **étudiants étrangers** de justifier leurs connaissances en langue française pour leurs études dans les pays francophones (Grandes écoles, universités...) ou pour entrer dans la vie professionnelle. Il donne également aux **entreprises** la possibilité de se référer à un test reconnu pour le **recrutement de personnel étranger**.
Le TEF évalue les compétences en communication (compréhension et expression écrites et orales) des candidats et permet une mesure à la fois quantitative et qualitative de leur niveau linguistique. Ni diplôme, ni certificat, le TEF donne lieu à une attestation de niveau de français.
La CCIP a d'abord conçu le TEF comme une réponse adaptée à ses propres besoins pour ses établissements d'enseignement qui accueillent aujourd'hui 20% d'étrangers chaque année. La CCIP propose également ce test d'évaluation aux entreprises pour leur politique de gestion des ressources humaines à l'international.
Aucun diplôme n'est requis pour s'inscrire au TEF. Trois parties sont obligatoires, représentant 150 questions : compréhension orale, compréhension écrite, structure et lexique. L'ensemble de ces épreuves dure 2h30. Il est possible d'ajouter deux parties optionnelles (expression écrite et expression orale) pour les établissements ou les candidats qui le souhaiteraient.

PROCHAINES SESSIONS EN FRANCE ET DANS LE MONDE :
24 octobre, 12 décembre 1998 - 23 janvier, 19 mars, 7 mai, 19 juin, 29 octobre, 4 décembre 1999

Prix : Épreuves obligatoires : 250 FF ; 200 FF par épreuve optionnelle.
Pour plus d'informations, veuillez vous adresser à :
Emmanuel SOYER, tél. 0(0) (33) 1 49 54 28 64 - Mél : esoyer@ccip.fr

NOUVEAUTÉS

CORRESPONDANCE

■ ***Französisch für Kaufleute : Geschäftskorrespondenz und Handelskunde***
J. Boelcke, H. Schumacher, Berlin, Langenscheidt KG, 1998, 500 p., 49,90 DM
Ce manuel propose des exemples de phrases en français accompagnées de leur traduction en allemand. A l'aide d'un système de jeu de construction, il permet à l'utilisateur de se familiariser avec la correspondance et la pratique commerciales françaises.

■ ***Langenscheidts Musterbriefe : 100 Briefe Französisch für Export und Import***
S. Gragnic, Berlin, Langenscheidt KG, 1997, 160 p., 19,90 DM
Cet ouvrage rassemble des modèles de lettres de toutes les étapes commerciales concernant l'export/import, accompagnées d'aide de traduction. Il constitue un précieux outil pour ceux qui souhaitent correspondre avec des partenaires commerciaux dans les pays de langue française.
Langenscheidt KG Postfach 40 11 20, 80711 München – télécopie : 049/89363862, courrier électronique : sw.marketing@langescheidt.de

MULTIMÉDIA

■ ***Cédérom 20 dictionnaires***
Conseil international de la langue française, 1998, 1 200 FF
Vingt dictionnaires multilingues de commerce, des industries, d'agriculture, de droit, d'administration, de l'environnement sont compilés dans ce cédérom qui compte 120 000 termes avec définitions. Grâce à une consultation simplifiée, on peut interroger cette base lexicale au sujet d'un terme et obtenir automatiquement ses occurrences dans tous les différents dictionnaires de spécialité.
Editions CILF : 11 rue Navarin, 75009 Paris.

■ ***Actes de base des professions***
W. Clijsters, P. Marchal, C. Van Diest, M. Verjans, Anvers, Wolters-Plantyn Uitgeverij, 1997, module néerlandais-français, manuel 238 p., + corrigés, 540 FB
Cet ensemble multimédia (manuel, cassette audio, logiciel) est basé sur une recherche internationale (projet Lingua), qui a inventorié les situations courantes d'une série de professions du domaine des PME-PMI. L'approche didactique vise un public d'adultes sans prérequis linguistique. Les principes conducteurs sont : l'autonomie de l'apprenant et une progression réfléchie. Les situations élaborées concernent le téléphone, la rencontre-accueil, la lettre-télécopie, l'hôtel-restaurant, les déplacements...

■ ***Les Médias dans les affaires, Ici Intercom S.A.***
W. Clijsters, Anvers, Wolters-Plantyn Uitgeverij, réédition 1998, manuel 210 p., 666 FB, cassette-audio 842 FB, logiciel MEDIALEX 248 FB
Après quelques chapitres d'introduction sur l'utilisation du téléphone, de la lettre, de la télécopie, du rendez-vous dans les affaires, cet ensemble multimédia parcourt toutes les phases de la transaction commerciale à partir de l'appel d'offres jusqu'à la mise en demeure. A partir d'un document écrit et oral authentique, l'auteur étudie les aspects lexicaux, les collations, les tournures et l'esprit commercial se rapportant à la situation.
Wolters-plantyn Uitgeverij, Santvoorlaan 2125, 2100 Deurne, télécopie : 03/360 03 37.

DICTIONNAIRES

■ ***Dictionnaire d'économie et de sciences sociales***
F. Bazureau, S. Bosc, C. D. Echaudemaison, Paris, Nathan, nouvelle édition augmentée 1997, 448 p., 74 FF
Ce dictionnaire analytique propose plus de 1200 entrées et un lexique des sigles. Il comporte également une présentation schématique des grands courants économiques et sociologiques.
Nathan : 9, rue Méchain, 75014 Paris.

■ ***Dictionnaire européen de l'économie et des affaires***
Paris : Foucher (Coll. Dictionnaires européens), 1997, 97 FF
Cet ouvrage propose une gamme de lexiques multilingues de 20 000 termes spécialisés, chacun traduit dans cinq langues européennes : allemand, anglais, espagnol, français et italien.
Foucher : 31, rue de Fleurus, 75278 Paris Cedex.

AUDIO-VISUEL

■ ***Des films pour exporter***
Paris : Centre Français du Commerce Extérieur (CFCE)
Ce catalogue répertorie plus de quatre cents films de qualité présentant les entreprises françaises, leurs produits. Il a pour objectif de promouvoir le savoir-faire des entreprises françaises à l'étranger. Le catalogue est disponible dans les postes d'Expansion économique des Ambassades de France.
Centre Français du Commerce Extérieur : 10, avenue de Iéna, 75783 Paris Cedex 16.

DROIT

■ ***Droit commercial et des affaires, aide-mémoire***
B. Hess-Fallon, A. M. Simon, Paris, Sirey (Série Aide-mémoire), 11e édition, 1997, 92 FF
Très complet sous son petit format, cet aide-mémoire peut être un outil utile au professeur préparant ses étudiants à l'examen du Diplôme supérieur de français des affaires. Parmi les nombreux thèmes traités, avec des tableaux à l'appui, citons les actes de commerce, les auxiliaires de commerce, la concession, la franchise, les formes juridiques des entreprises, le contrat de transport, les effets de commerce...
Editions Sirey, 31-35 rue Froidevaux, 75685 Paris Cedex 14.

L'Agenda

■ Colloque international sur la langue du droit

Milan, Université Bocconi, les 22-23 octobre 1998

Ces deux jours de séminaire, organisés par le professeur Léon Schéna, seront essentiellement réservés à la traduction et l'interprétariat dans la langue du droit. Au cours de cette manifestation, les certifications de français des affaires de la Chambre de Commerce et d'Industrie de Paris et notamment le Certificat du français juridique seront présentés par Guilhène Maratier-Decléty, directeur de la DRI/E. Pour plus d'informations, téléphoner au Centre culturel de Milan : 02 838 43 209.

■ Colloque international sur le français de spécialité

Mexique, Mexico, du 25 au 28 octobre 1998
USA, San Diego, du 29 au 31 octobre 1998

Ce colloque, organisé par les services culturels de l'Ambassade de France au Mexique et le Bureau de coopération linguistique et éducative de Californie, rassemblera un grand nombre de professeurs membres de l'AATF (American Association of Teachers of French). Il aura pour objectif d'approfondir le concept de français sur objectif spécifique et sa mise en application dans l'enseignement en fonction du contexte et des enjeux locaux.

– Services culturels de l'Ambassade de France : Campos Eliseos, Polanco, 11560 Mexico ; Tél. : (525) 282 97 70 - Télécopie : (525) 282 97 69.

– BCLE de Californie : 540, Bush Street, San Fancisco CA 94108 ; Tél. : (1415) 397 03 21.

■ Expolangues

Grande Halle de la Villette, du 27 au 31 janvier 1999

À l'occasion de la dernière année du siècle, Expolangues met à l'honneur la langue française et la francophonie. Jean-Pierre Van Deth, président fondateur d'Expolangues, consacrera la dernière exposition du siècle à la langue française partagée par cinquante-deux pays francophones à travers le monde. C'est une occasion inédite pour des milliers d'enseignants, professionnels, étudiants francophones et francophiles de découvrir la diversité culturelle et linguistique des pays qui composent la francophonie.

C'est ainsi que les visiteurs pourront notamment découvrir le Village des Îles. En effet, Expolangues accueillera toutes les couleurs des îles, présentant leur culture, leur langue, leur différence, leur originalité, leur charme. Les langues régionales témoigneront de la pluralité linguistique de chaque pays. Comme par le passé, les éditeurs de méthodes de langue, multimédia, supports informatiques seront très nombreux à exposer les outils réalisés pour l'enseignement du français à l'étranger. Cette année encore, la DRI/E et l'Alliance Française partageront le même stand.

Grande Halle de la Villette, Parc de la Villette, 211 avenue Jean Jaurès, 75019 Paris (M° Porte de Pantin).

Internet : http://expolangues.reed-oip.fr.

Horaires professionnels : mercredi 27 janvier 1999, de 9h30 à 21h ; horaires grand public : du jeudi 28 au samedi 30 janvier, de 10 h à 19 h, dimanche 31 de 10 h à 18 h.

Directeur de la publication :
Jean-Daniel Marzolf
Directeur de la rédaction :
Guilhène Maratier-Decléty
Directeur adjoint de la rédaction : *Bernard Lévêque*
Comité de rédaction :
Maïté Bagarry, Michel Danilo (rédacteur en chef)
Édition, diffusion, publicité : *Emmanuel Soyer*
Réalisation (PAO) : *Marie-José Bru*
Ont collaboré à ce numéro :
Anne-Marie Calmy, Danièle Cavalieri, Nancy Davies, Martine Dupeyron, Thierry Lancien, Jean-Luc Penfornis
Illustrations : Nicolas Spinga

Chambre de Commerce et d'Industrie de Paris
Direction des Relations Internationales/Enseignement
28, rue de l'Abbé Grégoire 75279 Paris Cedex 06
Rédaction : (33-1) 49.54.28.68 - Télécopie (33-1) 49.54.28.90
mél : mdanilo@ccip.fr
Édition, diffusion, publicité, abonnements : (33-1) 49.54.28.64
Mél : esoyer@ccip.fr
Dépôt légal : octobre 1998 - N° ISSN 1281-1157

BULLETIN D'ABONNEMENT

A retourner à la Direction des Relations Internationales de l'Enseignement
Chambre de Commerce et d'Industrie de Paris - 28, rue de l'Abbé Grégoire - 75279 Paris Cedex 06 (France)

☐ **Oui, je m'abonne à *Point Commun* pour une durée d'un an - 3 numéros (janvier ; avril ; octobre) à partir du n° ...**
• France et Union Européenne par avion - 189,90 FF TTC • Etranger par avion - 200 FF

Nom.....Prénom.....
Fonction.....Organisme.....
Adresse (privée/professionnelle*).....
Code postal.....Ville.....Pays.....
** Rayer la mention inutile.*

☐ **Oui, je désire recevoir un exemplaire de Point Commun au prix de 70 FF (cocher le numéro choisi) :**
☐ n° 1 : Et si on exportait !
☐ n° 2 : La visite touristique guidée
☐ n° 3 : Les acteurs de la vie juridique en activité
☐ n° 4 : Être secrétaire aujourd'hui

Ci-joint mon règlement d'un montant de ..... FF par :
☐ ***Mandat international***
☐ ***Virement :*** Crédit Commercial de France - Agence Saint-Placide - 62, rue Saint-Placide - 75006 Paris
(Compte : 00682349230 - Clé rib : 87 - Code guichet : 00068 - Code banque : 30056)
☐ ***Chèque :*** CCIP - DRI/E - 28, rue de l'Abbé Grégoire - 75279 Paris Cedex 06

Date et signature :

La FNAC vous accompagne partout dans le monde !

Avec Fnac Direct, recevez rapidement
et chez vous toute la culture made in France.

Commandez facilement de chez vous par :

@ **www.fnac.fr**

Fax : (33) 1 69 10 67 09

(33) 1 69 10 67 00
(du lundi au samedi de 9H à 19H30)

Fnac Direct, tout ce dont vous rêvez
en livres, CD, cédéroms et vidéos, livré chez vous,
où que vous soyez.

fnac

expolangues

17e SALON DES LANGUES, DES CULTURES ET DES ÉCHANGES INTERNATIONAUX

17th FAIR FOR LANGUAGES, CULTURES AND INTERNATIONAL EXCHANGES

Votre prochain rendez-vous : langue française et francophonie à Expolangues

Enseignement des langues
Formation et emplois à l'international
Édition Multimédia
Échanges culturels
Séjours linguistiques
Voyage
Traduction
Pays
Régions

Avec la présence de l'Agence de la Francophonie, du ministère des Affaires Etrangères, Ministère de la Culture et de la Communication - Délégation Générale à la langue française,...et des principaux acteurs de la francophonie

Venez vivre et voir en direct ce qu'est la francophonie... 52 pays ayant le français en partage

De nombreux conseillers et formateurs pour vous aider dans vos recherches et vous présenter l'ensemble de l'offre : réseaux d'information, outils pédagogiques, formations appropriées...

27-31 janvier 1999

Grande Halle de la Villette • Paris-France