12 POINT COMMUN

LA REVUE DU FRANÇAIS
DES AFFAIRES ET DES PROFESSIONS

Entretien avec Anne MAGNANT

Déléguée Générale à la langue française

Dossier pédagogique : Comportements culturels Petits exercices sur les stéréotypes

par Jean-Luc Penfornis

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

Janvier 2001 - 40 FF - 6,10 Euros - Direction des Relations Internationales / Enseignement

Il n'y a pas de grand Chef, il n'y a que de grandes Equipes.

HP Formation & Services s'engage à faire de la dimension humaine de l'entreprise un facteur clé de succès.
HP Formation & Services est un fournisseur de solution de gestion de transfert de connaissances ainsi qu'un centre de formation.
Leader de la E-formation, HP Formation & Services propose aujourd'hui de nouvelles solutions de formation par classe virtuelle à travers internet.

Jean-Paul Maitre
Directeur HP Formation & Services Europe de l'Ouest et du Sud
jean-paul_maitre@hp.com

Evoluons ensemble !

2001, année des langues

ANNÉE DES NOUVEAUX EXAMENS

2000 fut une année particulièrement riche en événements pour notre direction : nouvelle maquette pour Point Commun, parution du nouveau catalogue des Formations de formateurs, succès de l'Université d'été, participation aux salons de la FIPF et de l'AATF en juillet, et surtout mise en place de la réforme des examens de français des affaires et des professions.

Je vous rappelle que 3 examens ont été réformés (DFA1, DFA2 et CFJ) et qu'un nouvel examen est né, le CFP (Certificat de français professionnel), pour valider une compétence de base en français permettant de communiquer dans les situations les plus habituelles de la vie sociale et professionnelle.

Nombreux ont été les centres de préparation et d'examen à nous féliciter de notre initiative et à proposer ce nouvel examen à leurs étudiants. Pour répondre toujours plus à vos attentes, une réflexion sur les 3 autres examens de français des professions est d'ailleurs en cours.

2001 voit ainsi la concrétisation de ce travail et la pleine application de la réforme. Nous sommes en permanence à votre disposition pour répondre à toutes vos questions et vous permettre de bénéficier du meilleur accompagnement possible lors de la mise en place de ces nouveaux examens. Plusieurs rendez-vous vous sont déjà proposés : nous vous attendons sur le stand A 54 lors du 19e salon Expolangues à Paris, du 31 janvier au 4 février. Nous serons heureux de pouvoir également vous rencontrer, du 25 juin au 19 juillet, lors de notre Université d'été 2001 dont vous pouvez consulter le programme sur http://ww.fda.ccip.fr

Je vous informe également qu'une méthode d'entraînement au Test d'évaluation de français, le TEF, paraîtra chez Hachette FLE à la fin du mois de janvier et sera lancée à Expolangues. Tous les détails sont dans ce numéro à la page 34.

Permettez-moi à l'aube de ce nouveau millénaire de vous présenter avec l'ensemble de l'équipe de la Direction des Relations Internationales de l'Enseignement nos meilleurs vœux et de vous souhaiter de réussir dans tous vos projets tant personnels que professionnels.

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

SOMMAIRE

• L'ÉDITO 3
2001, année des langues
Par Guilhène Maratier-Decléty, Directeur des Relations Internationales de l'Enseignement (CCIP)

• L'ENTRETIEN 4
Anne Magnant,
Déléguée Générale à la langue française
« 2001 : l'année du respect de la diversité linguistique »

• NOUVELLES DE LA DRI/E 7

• LES PAGES INFO
La page des Affaires 8
La page du Tourisme 9
La page du Droit 10

• TÉMOIGNAGE 12
Il a été arrêté et convenu...
Par Paul Bogaards

• DOSSIER PÉDAGOGIQUE 15
Comportements culturels
Petits exercices
sur les stéréotypes
Par Jean-Luc Penfornis

• RÉFLEXIONS 27
L'utilisation du projet dans une classe de français des affaires
Par Michel Drigues, ILCF Paris
Claire Pradier, EDC

• MULTIMÉDIA 30

• LE FRANÇAIS DU TOURISME ET LA FORMATION À DISTANCE 31

• UNIVERSITÉ D'ÉTÉ 2001 32

• MANUEL DU TEF 34

• NOUVEAUTÉS 36

• L'AGENDA 38

Bulletin d'abonnement 6

ANNE MAGNANT

Déléguée générale à la langue française

2001 : l'année du respect de la diversité linguistique

Propos recueillis par Bernard Lévêque et Emmanuel Soyer

■ Quel est le rôle principal de la délégation générale à la langue française : défense, développement, promotion,... de la langue française ?

La DGLF est un service du ministère de la culture et de la communication chargé de promouvoir, de coordonner et de mettre en œuvre la politique en faveur de la langue française et du plurilinguisme. C'est un petit service d'une trentaine de personnes, doté de peu de moyens d'intervention. Elle a essentiellement un rôle de coordination, d'observation, de proposition et d'incitation. Elle veille à l'application de la loi du 4 août 1994 et des textes concernant l'emploi du français par les agents publics. Elle veille également à ce que le français dispose de ressources terminologiques qui lui permettent de désigner les réalités contemporaines. Enfin, elle soutient des actions pour renforcer l'usage du français et du plurilinguisme dans les sciences, les techniques et l'économie, dans les organisations internationales et notamment l'Union européenne, dans les nouvelles technologies.

L'élaboration du rapport annuel du gouvernement au Parlement sur l'application de la loi du 4 août 1994 et la place du français dans les institutions internationales dont elle est chargée en fait, en raison de l'importance du champ concerné, un observatoire de la langue française.

■ Dans quelle mesure les rapports de la DGLF peuvent-ils influer sur les décisions gouvernementales ?

Comme dans tous les services de l'État, la délégation générale à la langue française met en œuvre la politique du gouvernement dans son domaine de compétence. Le rapport au Parlement, qu'elle établit avec le concours de l'ensemble des ministères concernés ainsi que de nos représentations permanentes auprès des organisations internationales, fait le point de la situation en cherchant, dans la mesure du possible, à s'appuyer sur des indicateurs chiffrés. Il s'efforce de mettre en évidence les grandes tendances ainsi que les évolutions et fait état des mesures mises en œuvre ou envisagées par la France. Il est élaboré dans le souci de donner une information complète au Parlement mais constitue également un outil très utile pour faire des propositions d'actions nouvelles et définir les priorités de l'action du gouvernement dans les secteurs concernés. En ce sens, on peut dire que les analyses de la DGLF sont susceptibles d'avoir une influence sur la prise de décision.

■ Comment coopérez-vous avec les enseignants de langue et d'autres disciplines ? Quels sont les autres acteurs susceptibles d'être mobilisés ? Comment ?

La DGLF s'efforce de coopérer avec l'ensemble des acteurs concernés par les questions liées au français et au plurilinguisme qu'il s'agisse des administrations, des nombreuses associations qui oeuvrent pour la langue française et la francophonie, des professionnels et, parmi ceux-ci, les enseignants de français et de langues étrangères, les traducteurs mais aussi les milieux scientifiques, les chercheurs et les entreprises qui travaillent dans le domaine de l'ingénierie linguistique. Elle souhaiterait travailler davantage avec les entreprises. En cette période où elles s'ouvrent de plus en plus à l'international, les entreprises sont conduites à prendre des positions essentielles en matière de langues et elles le font souvent sans établir de réelle stratégie en ce domaine. Or le choix des langues qu'il conviendrait d'utiliser dans les différents volets de la vie de l'entreprise n'est pas neutre et devrait faire l'objet d'une réflexion attentive de leur part.

■ Vous avez pris position contre certains dirigeants d'entreprises françaises qui, même en France, utilisent l'anglais dans leurs réunions. Quelles ont été les réactions ?

➡

Les prises de position ont été nombreuses contre certains dirigeants d'entreprises françaises qui veulent utiliser l'anglais pour travailler en France en excluant le français.

Ces prises de position ont permis dans certains cas, par exemple à Air France où il avait été envisagé de rendre l'emploi de l'anglais obligatoire pour les pilotes dans les liaisons avec le sol, de revenir à une situation où le choix de la langue, français ou anglais, reste ouvert.

Beaucoup d'entreprises françaises développent leurs activités internationales et le monde économique français n'est pas toujours parfaitement polyglotte qu'il s'agisse de la maîtrise de l'anglais ou de celle d'autres langues. C'est ce qui conduit souvent à considérer qu'ouverture à l'international signifie passage à l'anglais. La réalité est beaucoup plus complexe.

Dans le secteur commercial c'est la langue du client qu'il faut privilégier. Les entreprises le savent bien. C'est ainsi que les dispositions essentielles de la loi du 4 août 1944 sur l'emploi de la langue française, qui imposent la présence du français pour l'étiquetage et les modes d'emploi, au côté éventuellement d'autres langues, sont bien comprises par les entreprises et bien appliquées, les importateurs sont extrêmement vigilants sur ce point. En ce qui concerne les nouvelles technologies, on observe que ce sont les Américains qui, les premiers, procèdent à la localisation des logiciels, c'est-à-dire à leur traduction et à leur adaptation culturelle. S'agissant du commerce électronique, une étude récente a montré que les Européens n'étaient pas prêts à acheter dans une langue étrangère. Les sites de commerce électronique vont, me semble-t-il, de plus en plus être traduits dans plusieurs langues pour satisfaire les consommateurs. C'est donc le plurilinguisme qui devrait être la règle dans l'activité internationale de l'entreprise et les nouveaux outils d'aide à la traduction vont le favoriser.

Quant aux activités des entreprises internationales ou ouvertes à l'international en France même, il convient d'être extrêmement vigilant à ce que l'emploi d'une langue étrangère, souvent utile pour la circulation internationale des documents ou pour la rencontre entre dirigeants parlant des langues différentes, reste étroitement limité à ces situations particulières.

■ Peut-on, dans ce contexte, faire évoluer les mentalités ? Disposez-vous de moyens d'influence, voire de pression ? Comment rapprocher les milieux économiques et culturels ? Les conditions nécessaires à ce rapprochement sont-elles remplies en et hors de France ?

Nous connaissons mal la réalité de l'usage des langues dans l'entreprise. Mais la construction européenne, les mouvements de capitaux, la constitution d'alliances pour le montage de projets, font entrer le monde à l'intérieur de l'entreprise bien au-delà de son activité d'exportation. En outre le courrier électronique contribue à favoriser la diffusion d'informations en anglais. Il est indispensable que les chefs d'entreprises soient attentifs à ce que l'utilisation de langues étrangères dans le travail demeure un phénomène extrêmement limité, circonscrit, et veillent à ce que ne se produise pas, au sein de leur entreprise, une fracture linguistique où ceux qui ne maîtrisent pas l'anglais se sentiraient mis à l'écart. Enfin, il importe que l'exigence de maîtrise d'une langue étrangère particulière ne constitue pas un facteur défavorable à l'emploi pour ceux dont elle n'est pas la langue maternelle.

Les entreprises sont très libres en matière de choix des langues. La DGLF ne dispose d'aucun moyen de pression pour intervenir en ce domaine. La loi prévoit que les contrats de travail doivent être rédigés en français de même que les conventions ou accords collectifs et nous n'avons pas connaissance de manquement à cette disposition. Elle prévoit également que tout document comportant des dispositions dont la connaissance est nécessaire au salarié pour l'exécution de son travail doit être rédigé en français mais elle tempère cette prescription en précisant que ces dispositions ne sont pas applicables aux documents reçus de l'étranger ou destinés à des étrangers laissant ainsi les entreprises libres de choisir.

Particulièrement sensible à l'importance du sujet, la délégation générale à la langue française pense qu'il serait important de susciter une réflexion sur les enjeux linguistiques dans les milieux économiques et essaie de les sensibiliser. Avec le concours de la CCIP et du journal Les Échos, elle a organisé un petit colloque sur ce sujet en mars 2000. Le même thème a fait l'objet de réflexions lors du colloque de la Fédération internationale des professeurs de français en juillet 2000. Il faut continuer.

La CCIP, dont la politique particulièrement dynamique pour l'enseignement des langues porte tous ses fruits, peut jouer elle aussi un rôle important dans la sensibilisation des entreprises au plurilinguisme.

■ L'enseignement du français sur objectifs spécifiques doit être encouragé dans certaines zones, certains milieux, plutôt que dans d'autres ? Comment ?

L'enseignement du français sur objectifs spécifiques répond à une demande du public. Le nombre de candidats aux examens de français des affaires organisés par la CCIP le montre clairement. La demande de français est forte dans le public étudiant et adulte, et cette demande est le plus souvent dirigée vers une finalité précise, d'ordre professionnel. Beaucoup d'entreprises, en France comme à l'étranger, après avoir joué la politique du tout anglais, passent au multilinguisme. Dans ce contexte, la connaissance de plusieurs langues est valorisée et celle du français de spécialité tout particulièrement. Parmi les domaines à privilégier, je citerai d'abord l'économie et les affaires où la connaissance de la langue spécifique est particulièrement nécessaire au travail en entreprise et où la demande est forte.

La DGLF vous accueille :

6, rue des Pyramides
75001 PARIS
Téléphone : 33 1 40 15 73 00
Télécopie : 33 1 40 15 36 76

dglf@culture.gouv.fr

www.culture.fr/culture/dglf

Mais je voudrais également insister sur le droit. Vous savez qu'il existe deux grands systèmes juridiques, le droit romano-germanique, d'où procède le droit français, et la common law, qui ont chacun des concepts spécifiques. La maîtrise du français dans ce domaine peut être particulièrement utile pour leur bonne compréhension. En outre, la rédaction des actes juridiques doit toujours être établie avec la plus grande vigilance par les entreprises et la traduction en plusieurs langues est souvent souhaitable pour une complète sécurité des parties, là encore la connaissance du français peut être extrêmement souhaitable.

■ 2001 a été proclamée année européenne des langues par l'Union européenne et le Conseil de l'Europe. Comment cette manifestation peut-elle contribuer au renforcement du plurilinguisme ?

En proclamant 2001 année européenne des langues, l'objectif de l'Union européenne et du Conseil de l'Europe est de sensibiliser les Européens à la diversité et à la richesse linguistique de leur continent et de promouvoir l'apprentissage des langues tout au long de la vie. Ces objectifs rejoignent totalement ceux de la politique linguistique de la France. Cette manifestation va montrer à tous que construction européenne ne veut pas dire uniformisation linguistique mais bien au contraire respect de la diversité ; elle va également conforter la France dans sa volonté de promouvoir le plurilinguisme et l'apprentissage de deux langues en plus de la langue maternelle. Cette année va permettre de conduire des actions de communication et de sensibilisation, comme "10 mots pour les langues du monde" que lance la DGLF avec le ministère des affaires étrangères et le ministère de l'éducation nationale à l'occasion de la 6e édition du "français comme on l'aime, semaine de la langue française et de la francophonie", en mars prochain mais qui va en fait durer toute l'année. Elle va aussi offrir l'occasion de lancer des opérations appelées à perdurer. Ainsi, la DGLF propose aux équipements culturels, espaces culture multimédia, bibliothèques..., qui disposent d'installations informatiques, de créer des "points plurilinguisme". Il s'agit de proposer au public des lieux de proximité pour apprendre les langues, étrangères ou régionales et, dans certains cas, le français langue étrangère, par des méthodes d'autoapprentissage et grâce aux nouvelles technologies.

L'année des langues nous offre à tous une occasion de mettre l'accent sur l'importance que nous accordons au plurilinguisme. ■

Semaine de la langue française et de la francophonie

du 17 au 23 mars 2001

DIX MOTS POUR LES LANGUES DU MONDE

"Le français comme on l'aime" est un des grands rendez-vous de l'Année européenne des langues en France. Le principe de cette opération reste le même que les années précédentes mais il est plus particulièrement axé sur le plurilinguisme : il s'agit de proposer au public un ensemble de manifestations qui mettent en valeur la diversité des langues dans la vie quotidienne mais aussi professionnelle et culturelle, et notamment le rôle du français pour chacun de nous.

Pour animer les manifestations de la semaine de la langue française et de la francophonie, dix mots, sélectionnés comme chaque année par un comité de pilotage, serviront de fils conducteurs tout au long de l'année 2001 avec pour thème "Dix mots pour les langues du monde".

Retenir dix mots constitue une gageure, mais chacun reflète aussi bien une société que l'imaginaire de chacun.

Les dix mots de cette année sont

beauté - encore - flamme - inspiré - kyrielle - nuance - oiseau - quelqu'un - utopie - voyager

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)
ou à télécopier au + 33 (0) 1 49 54 28 90 - Site Internet : http://www.fda.ccip.fr

❒ **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 - 100 FF TTC - 15,24 Euros • Étranger par avion - 120 FF - 18,29 Euros

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 30 FF - 4,57 Euros (cocher le numéro choisi) :**

❒ n° 1 : Et si on exportait ! (épuisé)
❒ n° 2 : La visite touristique guidée
❒ n° 3 : Les acteurs de la vie juridique en activité
❒ n° 4 : Être secrétaire aujourd'hui
❒ n° 5 : Recherchez sur le site...
❒ n° 6 : Préparer une visite d'entreprise
❒ n° 7 : Un stage au ministère du Tourisme
❒ n° 8 : Ce matin, on va visiter...
❒ n° 9 : Introduction à l'entretien de vente
❒ n° 10 : LE PETIT SA, êtes-vous candidat au rachat ?
❒ n° 11 : Créer une entreprise

❒ **Oui, je désire recevoir le lot de 4 numéros (cocher les numéros choisis) au prix global de 100 FF - 15,24 Euros.**

Ci-joint mon règlement d'un montant de.....FF -.....Euros 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
❒ **Carte de crédit** (sauf American Express)
n° de carte (16 chiffres) |_|_|_|_|_|_|_|_|_|_|_|_|_|_|_|_| date d'expiration :

Date et signature :

Résultats du jeu-concours

"Le français du IIIe millénaire"

La Direction des Relations Internationales de l'Enseignement de la CCIP félicite les participants au jeu-concours : " Le français du IIIe millénaire " et plus particulièrement les 57 lauréats.

Voici la liste des 20 premiers gagnants : Violaine VON BASSEWITZ (Düsseldorf), Christine VUILLET (Izmir), Dominique PITZ (Aix la Chapelle), Elya KOSTYLYOVA (Odessa), Françoise KITE (Sèvres), Josiane RAEDISCH-CHARBONNIER (Aix la Chapelle), Nina VOSKOBOYNIKOVA (Donetsk), Denis MALO (Caen), Krystyna SKUROWSKA (Katowice), Danièle NIEPENBERG-ALADAME (Aix la Chapelle), Gisèle SCHWENDEMANN (Heidelberg), Kim Anh PHAM THI (Hanoï), Rejâne Maria BEUX (Curitiba), Elie-Paul ROUCHE (Caracas), Carmen COLL (New-York), Huyên NGUYE'N THANH (Hanoï), Anne-Marie SAINLOS (Paris), Evangelina MORAS (Sao-Paulo), Benjamin BENOIT (Hanoï), Fiorenza DONELLA (Bari).

La Direction des Relations Internationales remercie les partenaires qui ont parrainé ce jeu-concours : Air France, les éditions Clé International, les éditions Didier, les éditions Hachette.

Missions de formation à l'étranger

Parmi les missions prévues au cours de ce premier trimestre, citons celles qui ont été finalisées :

✓ A Alger (Algérie) du 14 au 19 janvier 2001, à la demande de la Chambre de Commerce et d'Industrie d'Alger sur le thème "Enseigner le français des affaires et des professions". Concepteur-animateur : Michel Danilo.

✓ A Ho Chi Minh Ville (Vietnam), les 1er et 2 mars 2001, à la demande de l'Ambassade de France au Vietnam, sur "la réforme des examens de la CCIP". Concepteur-animateur : Michel Danilo.

✓ A Canton (Chine), du 5 au 9 mars, à la demande du Consulat Général de France sur le thème "Enseigner le français des affaires et des professions". Concepteur-animateur : Michel Danilo.

✓ A Gand (Belgique), les 7 et 8 mars, sur le thème "jeu, étude de cas et publicité". Concepteur-animateur : Laurence Bonnafous.

CIAM 2001

Recrutement international pour HEC et ESCP-EAP

Nous vous rappelons que des tests de sélection seront organisés dans 48 centres d'examens à travers le monde : GMAT ou TAGE/MAGE (équivalent français du GMAT) et interview en français ou en anglais pour les étudiants ayant moins de deux ans d'expérience professionnelle et étant titulaires d'un diplôme étranger équivalent au minimum à la licence française quelle qu'en soit la filière d'études (Bachelor's degree).

Date limite pour l'inscription :

1er février 2001 (centres d'examens hors Europe)

1er mars 2001 (centres d'examens en Europe)

Décision d'admission : fin mai 2001

HEC et ESCP-EAP seront représentées lors des salons suivants :

EduFrance - Hong Kong : 4 et 5 mars 2001

Singapour 8 – 11 mars 2001

Contact :

Anne-Claire Mauban, Tél. : 33 1 49 54 28 91/47,

Télécopie : 33 1 49 54 28 70 - Mél : int.promoedu@ccip.fr

EXAMENS DE FRANÇAIS DES AFFAIRES ET DES PROFESSIONS :

Dates des sessions internationales (janvier - juin 2001)

Examens	*Épreuves passées à l'écrit*
Certificat de français professionnel (CFP)	25 janvier 2001 17 février 2001 23 mars 2001 27 avril 2001 9 et 17 mai 2001 5 et 22 juin 2001
Diplôme de français des affaires, 1er degré (DFA 1)	26 janvier 2001 16 février 2001 23 mars 2001 27 avril 2001 10 et 18 mai 2001 6 et 22 juin 2001
Diplôme de français des affaires, 2e degré (DFA 2)	26 janvier 2001 16 février 2001 23 mars 2001 27 avril 2001 10 et 18 mai 2001 7 et 22 juin 2001
Certificat de français des professions (Français du secrétariat, Français du tourisme et de l'hôtellerie, Français scientifique et technique, Français juridique)	15 janvier 2001 15 juin 2001

TEF TEST D'ÉVALUATION DE FRANÇAIS
Dates des sessions internationales

Janvier à décembre 2001

Entre le 17 et le 24 janvier 2001 - entre le 14 et le 21 février - entre le 14 et le 21 mars - entre le 11 et le 18 avril - entre le 16 et le 23 mai - entre le 13 et le 20 juin 2001.

sessions d'été

Entre le 12 et le 19 septembre 2001, entre le 3 et le 10 octobre 2001, entre le 14 et le 21 novembre 2001, entre le 12 et le 19 décembre 2001

La Page des Affaires

L'ENTREPRISE EN DIFFICULTE

Une entreprise peut faire de mauvaises affaires pour diverses raisons: survient un brutal retournement de la conjoncture économique, un client important vient de faire faillite et ne paie pas ses dettes. Il arrive aussi que l'entreprise ait été mal gérée: le patron est sans doute un bon technicien ou un habile commerçant, mais un piètre gestionnaire qui ne suit pas sa situation financière et pilote sans visibilité. Que se passe-t-il quand cette entreprise n'arrive plus à payer ses fournisseurs, à rémunérer ses salariés, à rembourser ses créanciers ? Les législations de tous les pays ont prévu une procédure pour apporter une solution à ces défaillances d'entreprises. Voici les grandes étapes de la procédure mise en place par le droit français:

ACTE 1

LA CESSATION DE PAIEMENTS ET LE DEPOT DE BILAN

L'entreprise se trouve dans l'impossibilité de faire face au passif exigible, c'est-à-dire de payer ses dettes. Elle est en état de *cessation de paiements.*

Le chef d'entreprise dispose de 15 jours pour déclarer la cessation de paiements au Tribunal de Commerce. Cette déclaration s'accompagne automatiquement du *dépôt des comptes,* d'où le terme de *"dépôt du bilan".*

ACTE 2

LE JUGEMENT D'OUVERTURE DE LA PROCEDURE PAR LE TRIBUNAL

Commence alors une période au cours de laquelle le tribunal nomme un administrateur judiciaire chargé, selon le cas, d'assister ou de remplacer le dirigeant de l'entreprise.

Après avoir analysé la situation avec des experts, l'administrateur propose des solutions au tribunal qui décide soit la *liquidation immédiate* soit un plan de *redressement judiciaire.*

ACTE 3

LE JUGEMENT DU TRIBUNAL

LA LIQUIDATION IMMEDIATE

(elle représente au moins 80 % des cas)

Il n'y a aucun espoir de redresser la situation et l'exploitation n'a aucune chance de redevenir rentable.

Les actifs (biens) de l'entreprise sont alors vendus et le montant disponible est réparti entre les créanciers. Dans ce cas, l'entreprise disparaît définitivement en tant que personne morale.

LE PASSIF REPRÉSENTE 20 ANS DE CHIFFRES D'AFFAIRES !

LE REDRESSEMENT JUDICIAIRE

Si les juges ont l'espoir que la situation de l'entreprise s'améliore, ils décident de placer l'entreprise en redressement judiciaire, c'est-à-dire ils lui permettent de continuer son activité pour une durée précise (6 mois, renouvelable une fois). Pendant cette période, une solution est recherchée.

Plan de continuation

L'entreprise est autorisée à continuer ses activités avec les mêmes dirigeants. Le Tribunal estime que, grâce à un solide plan de relance, ces dirigeants sont aptes à redresser la situation, tout en remboursant les dettes.

Plan de cession

L'activité de l'entreprise peut continuer mais avec un nouveau propriétaire qui offre des garanties suffisantes.

Le repreneur achète l'actif de l'entreprise mais pas les actions ni les dettes.

Liquidation

Les deux plans précédents n'ont pas pu être mis en place ou ont échoué. Le Tribunal décide alors la liquidation judiciaire: les actifs de l'entreprise sont vendus et les créanciers remboursés à hauteur des actifs cédés.

LES AGENCES DE VOYAGES ONT DES OBLIGATIONS VIS-A-VIS DE LEURS CLIENTS

*Avant la signature du contrat, l'agence doit informer son client, **par écrit,** des caractéristiques du séjour : les prix, dates du voyage, moyens de transport, modes d'hébergement, programmes de visite et d'excursions. Elle doit indiquer les **services inclus** dans le forfait, et ceux proposés moyennant un supplément. Ces informations engagent l'agence. En cas d'inexactitudes ou de non-respect, le client pourrait demander un dédommagement. Toutefois, l'agence peut se réserver le **droit de modifier** certains éléments. Elle doit le préciser clairement et **informer** le client, par écrit, avant la signature du contrat, des changements intervenus. L'agence est tenue de fournir au client un double du contrat, qui reprend les informations lui ayant été précédemment communiquées.*

L'agence annule le voyage

Il faut alors distinguer plusieurs situations :

- L'agence peut avoir mis des **conditions à l'exécution du contrat.** Le voyage est par exemple subordonné à l'inscription d'un certain nombre de participants. Ce nombre n'étant pas atteint, l'agence annulerait le voyage avant le départ. Elle doit alors rembourser au client les sommes versées. Il en va de même, si le séjour est annulé en raison d'un cas de force majeure : grève d'avion, inondation, séisme ou troubles dans la région de destination,...
- Mais si l'agence annule le voyage parce qu'elle a commis une erreur (par exemple, elle a oublié de confirmer la réservation du client), elle doit à ce dernier, en plus du remboursement de la somme payée, une **indemnité** correspondant à la pénalité que le client supporterait en annulant le voyage à cette date.

Le client annule son voyage

Il doit verser à l'agence l'indemnité qui figure à son contrat : d'autant plus importante que l'annulation est tardive.

Pour éviter de supporter cette pénalité, le client peut souscrire une **assurance annulation** auprès de l'agence. Cela lui permet, sous certaines conditions, d'être remboursé de son acompte. Pour que l'assurance fonctionne, l'annulation du voyage doit être provoquée par un motif important, imprévisible au moment de la souscription du contrat (maladie, accident,...) et, bien entendu, non intentionnelle (le suicide du voyageur est exclu de la garantie).

Faire partir quelqu'un à sa place

Il reste la possibilité pour le client de céder son voyage à une autre personne remplissant les mêmes conditions. Dans ce cas, celui-ci doit avertir l'agence, par **lettre recommandée,** au plus tard **7 jours** avant le départ (15 jours pour les croisières). Si la personne à laquelle a été cédé le voyage ne règle pas, l'agence est en droit de le réclamer au signataire du contrat. ■

Yann Dumoulin

QUELQUES SITES A CONSULTER AVANT DE BOUCLER SES VALISES

Internet vous dit tout sur vos prochaines destinations et répond aux questions les plus incongrues.

www.france.diplomatie.fr

Préparer son voyage

Le site officiel du ministère français des Affaires Etrangères détaille les formalités d'entrée et de séjour dans tous les pays du monde : visa, passeport, législations locales,... On peut aussi accéder à des informations sur sa destination par zone géographique ou directement par pays. Un passage obligé pour les globe-trotters.

www.mappy.com

Choisir le bon itinéraire

Ce site est un véritable outil en ligne destiné à fournir des itinéraires rationnels à travers toute l'Europe. Son principe est simple : vous entrez le nom de la ville de départ, puis celui de la ville d'arrivée et un moteur vous indiquera le meilleur trajet, avec une feuille détaillée accompagnée de cartes, d'une liste d'hôtels (classés selon le nombre d'étoiles), d'une note sur les monuments à voir sur le trajet,...

www.uniterre.com

Découvrir les bons plans des voyageurs

Cet annuaire vous mènera vers plus de 4000 carnets de voyages réalisés par des particuliers. Ces pages personnelles vous permettront de découvrir de bonnes adresses et de recueillir des conseils avisés (et désintéressés) de fanatiques des voyages.

La Page du Droit

LE DROIT DU TRAVAIL EN QUESTION

Demain serons-nous tous des travailleurs indépendants ou resterons-nous des salariés reliés à l'entreprise par un contrat de travail ? Dans ce dernier cas, quelle sera la nature de ce contrat ? Le débat est aujourd'hui largement ouvert dans notre monde en pleine mutation, un monde fortement marqué par la mondialisation, l'évolution des technologies et les changements dans la réorganisation des entreprises. Ce qui est certain, c'est que le droit du travail devra s'adapter à ces évolutions tout en conciliant les réalités économiques et la cohésion sociale.

Depuis deux siècles, le droit du travail s'est peu à peu organisé au gré des rapports de force et de l'action collective comme un rempart aux abus et à la précarité. C'est un droit qui a été en perpétuelle évolution, mais aujourd'hui beaucoup envisagent une véritable refonte pour lui permettre de mieux refléter les nouvelles réalités de notre environnement économique et social.

Une nouvelle donne

- Avec ***l'internationalisation*** de nos sociétés, beaucoup de problèmes, y compris dans le domaine du travail, ne peuvent plus être traités au seul niveau de l'Etat. Il faudrait pouvoir construire un droit commun par-delà les frontières : la mondialisation de l'économie appelle une mondialisation du droit.
- Avec ***l'évolution technologique et les mutations économiques*** observées depuis une vingtaine d'années, et en particulier avec la montée du chômage, les entreprises ont eu de plus en plus fréquemment recours à des dispositifs de flexibilité, sous des formes variées : les heures supplémentaires, le chômage technique, le travail à temps partiel, l'externalisation et la sous-traitance, le télétravail, les CDD et l'intérim.

Le contrat de travail

Le contrat de travail est la convention par laquelle un salarié s'engage à mettre son activité à la disposition d'un employeur, en échange d'une rémunération.

Ce contrat repose sur l'existence d'un lien de subordination entre l'employeur et le travailleur. Pendant son travail, le salarié se met à la disposition de son employeur et exécute ses ordres. En contrepartie de cette sujétion, l'employeur lui assure un revenu régulier, puis des éléments de couverture sociale. D'un côté, la liberté d'entreprendre de l'employeur, de l'autre la sécurité physique et économique du salarié.

Les principaux types de contrat de travail

- *Le contrat de travail à durée indéterminée (CDI).* Comme son nom l'indique, il ne donne pas de date de fin de contrat. Mais il ne lie pas pour autant les parties de manière définitive. Celles-ci peuvent reprendre leur liberté, l'une en démissionnant, l'autre en licenciant, à condition de mettre les formes et de respecter les règles du droit. Le CDI est le contrat le plus courant et constitue la norme dans le système juridique français.
- *Le contrat de travail à durée déterminée (CDD) :* il doit préciser la durée du contrat, le type d'emploi et la rémunération. Actuellement, en France, il ne peut être conclu (sauf exception) pour plus de 24 mois.
- *Le contrat de travail temporaire,* appelé couramment *contrat d'intérim :* il fait intervenir trois partenaires : le travailleur intérimaire, l'entreprise utilisatrice (dans laquelle travaillera le salarié) et l'entreprise de travail temporaire (le véritable employeur du salarié).
- *Le contrat de travail à temps partiel.* C'est un contrat prévoyant un horaire inférieur d'au moins un cinquième à la durée légale du travail. ■

La Page du Droit

Un réel décalage

Ces dernières années, ces formes d'emploi se sont donc diversifiées et le monde du travail se trouve aujourd'hui confronté à davantage de flexibilité, mais aussi de précarité et d'exclusion. En outre, ce monde échappe de plus en plus aux normes légalement fixées. Nous constatons un véritable décalage entre le droit du travail et la réalité sur le terrain. Ce droit qui devrait permettre une réelle intégration de tous dans le monde professionnel, ne se trouve plus vraiment en phase avec les réalités du travail et de la société. Dans le code du travail, la norme, c'est le contrat à durée indéterminée et à plein temps, c'est-à-dire un emploi qui garantit au salarié les conditions d'une vie sociale et un certain statut. D'après Alain SUPIOT professeur de droit à l'université de Nantes: " Un emploi, c'est davantage qu'un travail, c'est un statut professionnel. Il assure une identité et un horizon de vie, une intégration de la dimension personnelle dans un cadre contractuel. "

Or, dans le monde économique actuel, ce qui prime, ce n'est plus le contrat à durée indéterminée, mais la diversité des formules contractuelles dans lesquelles le salarié connaît souvent la fragilité et l'insécurité.

Une réforme, oui mais laquelle ?

En raison du divorce entre les réalités sociales et le droit actuellement en vigueur, certains réclament une réforme en profondeur du droit social, d'autres un simple toilettage. Comme le souligne Alain SUPIOT: " Pour redevenir un facteur de cohésion sociale, le droit du travail doit être le droit de toutes les formes de travail, ce qui implique une évolution de son contenu. "

La grande question, dans ce débat qui agite beaucoup de pays européens, est la part réservée à la loi et au contrat. Ou, si l'on veut, le contrat doit-il se substituer à la loi? Avec la loi, les textes s'imposent à nous indépendamment de notre volonté mais garantissent à tous les salariés les mêmes droits quelle que soit la nature de leur contrat de travail. Avec le contrat les textes procèdent d'un libre accord avec autrui et la relation se fait de gré à gré, elle n'est plus collective.

Le droit du travail anglo-saxon fait la part belle à la liberté contractuelle. Il serait plus souple et permettrait une adaptation plus rapide que le droit romano-germanique. A l'inverse, ce dernier serait plus prévisible et plus sécurisant.

Le débat reste ouvert. Cette évolution est nécessaire et se fera forcément. Le droit doit évoluer en reconnaissant la diversité des situations salariales. Il reste aussi à trouver le moyen de concilier la flexibilité dont les entreprises ont besoin et la sécurité que les salariés souhaitent préserver. ■

les partenaires concernés

- **Les libéraux,** essentiellement **les chefs d'entreprise,** dénoncent un droit lourd et rigide, hérité d'une autre époque où le contrat de travail à durée indéterminée et à plein temps régnait sans partage, un droit qui freine le développement économique du pays. Ce qu'ils veulent aujourd'hui avant tout, c'est avoir la liberté de s'adapter aux exigences de la " nouvelle économie ". Leur maître mot est la " flexibilité " qui consiste à pouvoir adapter rapidement le niveau des effectifs aux fluctuations de la conjoncture. Il faut, dans la compétition moderne, avoir plus de souplesse pour faire face à une augmentation temporaire de l'activité. Les chefs d'entreprise soutiennent aussi qu'une plus grande flexibilité valoriserait l'autonomie du salarié et permettrait une gestion individuelle de l'emploi. Ils entendent donc substituer au droit actuel la capacité contractuelle des partenaires à négocier des conventions. Il faut privilégier le contrat par rapport à la loi.
- **Les salariés,** et plus particulièrement **les syndicats,** jouent la prudence. S'ils comprennent le problème et admettent certaines incohérences, ils craignent que la flexibilité soit synonyme de dérégulation sociale et qu'une profonde révision du droit du travail se traduise dans les faits pour eux par une régression de leurs droits. " On risque de ressortir tout nus ", dit l'un d'eux. Pour obtenir ou sauvegarder leur emploi, de nombreux salariés ont pourtant accepté des formules d'aménagement du droit du travail et ces formules précaires du travail, encore marginales à la fin des années 70, se sont imposées depuis. Les emplois précaires représentaient 9 % de l'emploi salarié en 1997, contre 2,8 % en 1984. Et, toujours en 1997, dans les entreprises de plus de 50 salariés, près de huit embauches sur dix se sont faites sur la base de contrats précaires (dont 76 % pour les CDD). ■

Il a été arrêté et convenu...

Quelques techniques pédagogiques pour l'enseignement du français juridique

Enseigner le français juridique à des publics diversifiés dans un minimum de temps, c'est mettre en place une stratégie qui puisse répondre aux attentes de tous et les faire progresser dans la maîtrise de cette langue de spécialité. Paul Bogaards nous livre ici quelques-unes de ses techniques pédagogiques.

Cadre et objectifs du cours

Depuis plus de dix ans nous donnons des cours de français juridique au département de français de l'Université de Leyde (Pays-Bas). Les cours sont destinés à deux publics différents : des étudiants en droit ayant passé un bac avec le français comme deuxième langue (l'anglais étant toujours choisi comme première langue étrangère), et des étudiants de français qui ont acquis au préalable certaines bases en droit, notamment en droit civil.

Comme les cours ont lieu au sein d'un département de langues et sont, en plus, dispensés par un non-juriste, les objectifs ne peuvent être formulés qu'en termes linguistiques. La hiérarchie de ces objectifs essaie de tenir compte des besoins futurs des étudiants. Ceux-ci suivent des formations assez générales, qui peuvent les amener dans des carrières très diverses : entreprises de toute taille et de toute nature, services publics ou parapublics, organisations sans but lucratif, etc. Il n'existe donc pas une perspective professionnelle qui permette de formuler des finalités très concrètes.

Etant donné ces circonstances, nous avons décidé que l'objectif principal des cours doit être la *compréhension écrite* de textes juridiques de types divers : contrats, arrêts, textes de loi, statuts, etc. Les objectifs secondaires concernent *la compréhension et l'expression orales.* C'est que, dans leur vie professionnelle future, les étudiants seront confrontés tout d'abord à des textes écrits de nature juridique. Bien évidemment ils doivent être capables de les lire dans le détail : toute lecture juridique est et ne saurait être que précise et détaillée. Mais dans bien des cas, les professionnels devront ensuite communiquer oralement sur les affaires traitées avec des collègues francophones, ce qui demande de bonnes compétences orales. Le nombre restreint de cours (13 semaines à raison de deux heures par semaine) ne permet pas de travailler *l'expression écrite.* A notre avis, cela ne peut guère être considéré comme un inconvénient majeur. C'est que la rédaction de textes qui peuvent avoir des effets juridiques graves, et surtout inattendus pour les non-initiés, exige des compétences professionnelles et (peut-être encore plus) linguistiques telles que l'on ne les acquiert guère que dans sa langue maternelle. Il est donc vivement conseillé aux étudiants de se servir de traducteurs assermentés quand ils seront appelés à communiquer par écrit sur des affaires juridiques.

La lecture et l'interprétation détaillée de divers types de textes constituent donc la majeure partie de notre cours. La présence de deux types d'étudiants, de futurs juristes et des étudiants de français, est mise à profit dans la mesure du possible pendant les cours. Ces cours ont lieu dans un laboratoire de langues qui permet de former et de surveiller plusieurs groupes de deux ou trois étudiants. Les étudiants doivent lire, pour chaque cours, plusieurs textes concernant un thème donné. Au début de chaque cours ils en discutent dans des petits groupes. Le professeur peut suivre ces discussions tout en restant assis à son bureau, et il peut intervenir pour corriger ou pour stimuler. De cette façon il peut aussi se faire une idée des difficultés qu'ont rencontrées les étudiants, difficultés (de contenu ou de forme) qu'il reprendra ensuite dans une discussion générale. En composant des groupes d'étudiants ayant des

LE FRANÇAIS JURIDIQUE

connaissances diverses, en droit ou plutôt en français, on permet à tous de profiter des compétences des uns et des autres.

Les exercices

Un premier type d'exercice est celui où on invite les étudiants à appliquer des connaissances qu'ils ont acquises récemment. Ainsi, après avoir discuté l'organisation judiciaire, nous proposons un certain nombre de cas. Un premier cas est, par exemple :

M. X. achète une voiture d'occasion à son garagiste. Celui-ci la lui a vendue en garantissant que, malgré son âge, le véhicule était en parfait état.

Un mois après, M. X. s'aperçoit que la direction est cassée. Il va voir son garagiste pour obtenir réparation, et

→

surtout remboursement de son véhicule. Ce dernier refuse.

Que peut faire M. X. ?

Et voici un deuxième exemple :

Un courtier d'assurances reçoit un avis de la part de la compagnie d'assurances dénonçant le contrat en cours d'un assuré.

Le courtier n'étant pas d'accord avec cet avis répond à la compagnie d'assurances qu'il considère sa démarche comme nulle et non avenue et n'hésite pas à faire signer à son client une nouvelle police.

Un sinistre se déclare chez l'assuré, et bien entendu la compagnie d'assurances refuse d'intervenir.

Quelle est la procédure qui va être engagée ?

Un autre type d'exercice est basé sur la traduction. Pour attirer l'attention sur des expressions typiquement juridiques, on peut, dans un premier temps, utiliser des textes français où les étudiants doivent traduire les éléments soulignés dans leur langue maternelle. Cet exercice a l'avantage que les étudiants prennent conscience des parallélismes et surtout des différences dans l'emploi de certaines tournures en français et dans leur langue maternelle.

Voici l'exemple d'un contrat de concessionnaire exclusif, extrait du recueil de *Formulaires d'actes* de F. Lemeunier (....)

Entre les soussignés :

La Société "Europe-Bureau ", S.A.R.L. dont le siège est à...., représentée par M...., son gérant,... d'une part,

Et M. Abel Fertaud, commerçant, demeurant à... d'autre part,

Il a été arrêté et convenu ce qui suit :

ARTICLE PREMIER – La Société " Europe-Bureau " concède à M. Fertaud, qui accepte, la concession exclusive de vente de ses machines à écrire, pour la ville de....

Ce type d'exercice permet de travailler sur des expressions comme à *lettre lue, à compter de ce jour, par tacite reconduction, traites tirées par la Société à soixante jours, fin de mois* et surtout sur certaines particularités du français juridique comme le "redoublement" dans l'expression de notions comme *arrêté et convenu ou lu et approuvé* où en néerlandais juridique on se sert d'une expression simple.

Pour renforcer l'acquisition de ce genre d'expressions, il est utile de donner ensuite un texte parallèle où l'on aura supprimé les éléments concernés et où les étudiants doivent compléter le texte, soit en comparant avec d'autres textes du même genre, soit en traduisant les expressions correspondantes de leur langue maternelle que le professeur aura ajoutées dans la marge. Si on travaille, par exemple, sur des conditions générales de vente, un tel "texte à trous" permet de réviser des expressions comme *aux risques et périls, délai de livraison, vices cachés, mise en demeure, intérêts moratoires, etc.*

Un autre type d'exercice qui demande une lecture détaillée de textes consiste à compléter un schéma. Après avoir lu des textes d'introduction au droit des sociétés, les étudiants doivent par exemple compléter un schéma où il s'agit d'apporter toutes les informations nécessaires permettant de comparer les différents types de sociétés.

Ainsi, pour les associés, il convient de préciser leur nombre minimum ou maximum requis par la loi et de vérifier s'il existe des restrictions en ce qui concerne leur statut (nationalité, profession, etc.). De la même façon, les étudiants sont amenés à s'interroger sur la cession des parts ou des actions (et quand parle-t-on de parts, quand d'actions ?) ainsi que de la provenance du capital social et de la réglementation concernant les minima admis.

De la même façon, on peut faire discuter à propos d'un schéma qui regroupe les caractéristiques essentielles d'un certain nombre d'intermédiaires de commerce. Un schéma assez simple incite les étudiants à étudier dans le détail les différences et les points communs dans le statut des courtiers, des VRP, des concessionnaires et des franchisés.

Pour faire analyser des clauses qu'on rencontre souvent dans les contrats, le professeur peut proposer un exercice où il donne une liste de types de clauses et un certain nombre de clauses glanées dans des contrats différents. Ensuite il demande aux étudiants de classer chacune des clauses dans les catégories mentionnées dans la liste.

Certains textes juridiques se prêtent particulièrement bien aux jeux de rôle. En règle générale, on a intérêt à se servir

des jugements d'une juridiction de première instance, parce que ceux-ci sont le plus souvent très explicites en ce qui concerne la demande, la défense et les arguments qui étayent la décision. Pour préparer le jeu de rôle, on constitue trois groupes: la partie demanderesse, la partie défenderesse et les juges. Les trois groupes étudient l'introduction qui précède souvent le jugement proprement dit. Ensuite, on coupe le jugement en trois parties. Les demandeurs ne reçoivent que la partie qui contient leur demande, les défendeurs lisent uniquement les arguments de la défense, et les juges étudient les attendus et la décision du tribunal. Pendant le cours, les avocats des deux parties et les magistrats jouent leurs rôles comme s'ils se trouvaient dans la salle d'audience.

Un autre jeu de rôle peut s'organiser autour d'un contrat. On se servira d'un contrat qui permet d'opposer les intérêts des deux parties concernées, par exemple un contrat de franchisage où les deux parties doivent négocier sur l'exclusivité des services, la présentation des produits, les frais à prendre en compte et les redevances à payer. Pour éviter que les participants se mettent trop facilement d'accord, il est utile de fournir à chaque partie des informations dont certains éléments doivent rester inconnus de l'autre partie.

Au préalable, les deux parties doivent choisir une stratégie et fixer les limites en ce qui concerne les divers pourcentages et les montants qui figureront au contrat définitif. Ensuite, elles doivent former des délégations et répartir les rôles: il y aura le directeur général, le responsable des finances, celui qui s'occupe plus spécialement de la publicité, etc. Le résultat consiste en un contrat qui ne connaît plus de points non résolus ni de zones d'ombre qui pourraient facilement mener à des frictions. En d'autres termes, les discussions doivent déboucher sur un texte qui peut être signé par les deux parties.

Comme on a pu le constater, tous les exercices combinent une lecture détaillée et une discussion avec des enjeux intéressants. Dans la plupart des cas, ce sera la discussion qui incitera à une lecture toujours plus précise. Et cela constitue un entraînement de première importance pour tous ceux qui, dans leur vie professionnelle, seront amenés à s'occuper d'affaires juridiques. ■

Paul Bogaards

Département de français
Université de Leyde
Pays-Bas
P.Bogaards@let.leidenuniv.nl

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

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/

Comportements culturels

Petits exercices sur les stéréotypes

par Jean-Luc Penfornis

Objectifs

- **Socio-culturels :**
  Prendre conscience et admettre que ses propres valeurs n'ont pas un caractère absolu.
- **Notionnels/fonctionnels :**
  Donner son point de vue, respecter celui des autres, caractériser et décrire, comparer, expliquer et justifier les comportements.

Public

- Niveau de langue : de pré-intermédiaire (pour certaines activités) jusqu'à avancé.
- Etudiants, formateurs, professionnels.

Matériel

- Extraits d'ouvrages scientifiques et d'articles de presse, interviews, dessins, caricatures.

1. UN VOYAGE ANTHROPOLOGIQUE

Pendant plus de trente ans, le professeur Durkovic étudia la vie des Nacirémas. Ses recherches connurent un grand retentissement au sein de la communauté des anthropologues.

"Les voyages forment la jeunesse"

Voici ci-dessous un extrait de l'un de ses ouvrages, *Rites et coutumes des Nacirémas.*

"Chez les Nacirémas, les sorciers, relativement nombreux, sont des personnages importants, respectés et fréquemment consultés. En échange de cadeaux importants, ils prescrivent toutes sortes de potions magiques destinées à lutter contre la maladie.
Les sorciers ne préparent pas eux-mêmes les potions magiques. Ils décident quels doivent en être les ingrédients et alors les écrivent dans une langue antique et secrète. Cet écrit est uniquement compris des botanistes qui, en échange d'un autre cadeau, remettent la potion.
Chaque famille dispose d'une boîte contenant ces potions magiques. Cette boîte est habituellement pleine à craquer. Bien souvent, en effet, les indigènes oublient à quoi servent les potions magiques, mais refusent de s'en débarrasser car ils pensent qu'une boîte bien remplie les protège.
Les indigènes les plus malades doivent rencontrer les sorciers dans un temple imposant, le *latipso*. Certaines cérémonies se tiennent obligatoirement à l'intérieur de ce temple. Les sorciers sont alors assistés de vestales servantes, qu'on voit se déplacer ici et là, à petits pas rapides, dans le calme, vêtues d'un habit et d'une coiffe distinctifs.
Dans la vie de tous les jours les Nacirémas n'aiment pas montrer leur corps. Mais une fois entré dans le *latipso*, le patient, qu'il soit homme ou femme, doit retirer tous ses vêtements. Il se retrouve alors nu devant un ou plusieurs sorciers entourés de vestales. Son corps est soumis à un examen minutieux et à toutes sortes de manipulations.
Certains Nacirémas se rendent régulièrement chez un sorcier d'un type particulier, connu sous le nom d'écouteur. La cérémonie est d'une grande simplicité : le patient raconte simplement à l'"écouteur" ses problèmes et essaye de se rappeler ses plus lointains souvenirs. Au cours de ces séances, les Nacirémas arrivent à remonter à leur petite enfance. Les Nacirémas croient que les parents ensorcèlent leurs propres enfants. Les mères sont particulièrement suspectées. Le sorcier-écouteur a le pouvoir d'exorciser les démons qui se logent dans les têtes."

1. VRAI OU FAUX ?

Indiquez si les affirmations suivantes sont vraies ou fausses.

	V	F
1. Chaque Naciréma prépare lui-même ses potions magiques.	❍	❍
2. Il y a des sorciers dans le latipso.	❍	❍
3. Les Nacirémas se déplacent généralement nus.	❍	❍
4. Sorciers et botanistes communiquent dans un langage commun.	❍	❍
5. Les écouteurs ensorcèlent les mères.	❍	❍

2. FERIEZ-VOUS UN BON PATRON ?

A votre avis, sur quel continent vivent les Nacirémas ? Dans quel pays ? Quelle région ? Justifiez votre réponse.

3. QU'EN PENSEZ-VOUS ?

Que pensez-vous des rites et coutumes des Nacirémas ? Qu'est-ce qui justifie leurs pratiques ?

2. D'UN SIMPLE REGARD

" Un stéréotype est une idée fixe qui accompagne une catégorie"

1. LES RECONNAISSEZ-VOUS ?

De quel pays viennent les personnages ci-dessous ? A quoi les reconnaissez-vous ?
Pouvez-vous décrire les personnages stéréotypés d'autres pays ?

2. VOUS LES TROUVEZ OÙ ?

Complétez les phrases suivantes par un nom de nationalité, puis essayez d'expliquer vos réponses (plusieurs réponses possibles).

Je me méfie des préjugés. Dans tous les peuples, on trouve toutes sortes de gens, mais il faut bien admettre que, dans leur majorité,

- les..... sont de belles femmes ;
- les..... sont de beaux hommes ;
- les..... sont souriants ;
- les..... ne montrent pas leurs émotions ;
- les..... s'approchent de près pour parler ;
- les..... ne vous regardent pas dans les yeux.

3. UNE AFFAIRE D'OPINION

" Les Français sont bavards.
Dupont est français.
Donc Dupont est bavard."

1. A VOUS DE JUGER

Parmi les caractéristiques suivantes, choisissez-en cinq qui, pour vous, décrivent le mieux les Français et, le cas échéant, trouvez-en d'autres vous-même. Puis justifiez vos réponses.

Je me méfie des préjugés. Dans tous les peuples, on trouve toutes sortes de gens, mais il faut bien admettre que, dans leur majorité, les Français sont

prétentieux	❍	intelligents	❍	soignés, coquets	❍
mal organisés	❍	nationalistes	❍	racistes	❍
débrouillards	❍	bons vivants	❍	cultivés	❍
autoritaires	❍	polis, courtois	❍	superficiels	❍
inhospitaliers	❍	impatients	❍	couche-tôt	❍
agités	❍	bavards	❍	hypocrites	❍
froids, distants	❍	sympathiques	❍	honnêtes	❍
romantiques	❍	travailleurs	❍	peu respectueux	
sans humour	❍	bureaucrates	❍	de l'environnement	❍
égoïstes	❍	paresseux	❍	.....	❍
sales	❍	exhibitionnistes	❍	.....	❍

2. L'HEURE, C'EST L'HEURE

M. Madsen, 31 ans, cadre dans une entreprise danoise, rend visite à Toulouse, dans le sud de la France, à plusieurs clients. Il a trois rendez-vous en deux jours. Pour les deux premiers rendez-vous, il arrive à l'heure, mais il doit attendre près d'une demi-heure à chaque fois. Pour le troisième rendez-vous, M. Madsen arrive avec 40 minutes de retard. Les clients français n'apprécient pas du tout son retard.

1. A votre avis, pourquoi M. Madsen doit-il attendre lors des deux premiers rendez-vous ?

2. Comment expliquez-vous la réaction des Français lors du troisième rendez-vous ?

3. A EUX LA PAROLE

1. Nous avons demandé à des représentants de différents pays ce qu'ils pensaient des Français. Comment expliquez-vous leurs réponses ?

Les Français ? Ils mangent tôt, ils se couchent tôt.

Roberto, espagnol

Ils ne respectent pas l'environnement.

Reinhard, allemand

Ils manquent d'humour, c'est évident.

John, anglais

Ils sont toujours pressés.

Marco, mexicain

Je les trouve un peu agités, ils parlent beaucoup, n'est-ce pas ?

Takahiro, japonais

Ils ne respectent pas les personnes âgées.

Goundo, malien

Le savoir-vivre, la bonne cuisine, Paris, great !

Bill, américain

2. Imaginez ce que pourrait dire un Français sur chacun des personnages ci-dessus.

Les Espagnols ? Ils mangent tard, ils se couchent tard, il font la fête toute la nuit.

Daniel, français

4. A VOUS DE RACONTER

Comme M. Madsen, vous-même ou une personne que vous connaissez êtes sans doute entrés en conflit avec quelqu'un qui ne partage pas vos valeurs.

Racontez cette histoire. Si besoin, imaginez-en une.

4. UNE INTERVIEW EXCLUSIVE

"L'expérience n'est pas ce qui arrive à un individu, mais ce qu'un individu fait de ce qui lui arrive."
Aldous Huxley

Daniel Bouvier est français. Il a travaillé pendant plusieurs années en Suède. Nous lui avons demandé de nous faire part de son expérience.

Dans l'interview suivant, il nous parle de la culture suédoise.

Quels souvenirs gardez-vous des Suédois ?

Ce sont des gens sérieux, qui travaillent avec beaucoup de rigueur. Les cadres suédois ont un grand respect des délais, sont ponctuels. Ils aiment les règles et ils les respectent.

En somme, ce sont des partenaires fiables et agréables.

Fiables, sans doute, mais pour dire les choses franchement, ils ne sont pas drôles. Prenez les repas d'affaires. En Suède, ils sont mortellement ennuyeux. On se nourrit en parlant du problème à résoudre. Quand on parle...

Que voulez-vous dire ?

Je veux simplement dire que, à l'exception de ma femme, les Suédois ne sont pas bavards. Ils sont réservés, calmes, voire timides. En Suède, on parle si on a quelque chose à dire et encore, on fait attention à ce qu'on dit. On n'aime pas discuter.

Comment expliquez-vous ça ?

Les Suédois n'aiment pas les grandes théories abstraites et intellectuelles. Ils recherchent la simplicité des faits. Ce qui les intéresse, c'est le résultat, pas le bavardage. Ils sont concrets, réalistes, pragmatiques.

Parlez-nous des relations de travail. Comment vit-on dans une entreprise suédoise ?

Les Suédois ont horreur des conflits et en général, ils se préoccupent beaucoup de ce que les autres vont dire et penser. J'ai rencontré beaucoup de Suédois qui disaient "oui" pour vous faire plaisir. Il y a peu d'autoritarisme et une grande confiance entre les partenaires. Mais ce qui frappe d'abord, c'est que tous les employés, à tous les niveaux, s'appellent par leurs prénoms. Dans certaines entreprises comme Ikea, il est même interdit de mettre une cravate. Tout le monde prend l'avion en deuxième classe. On évite de choisir les hôtels coûteux. Bref, on vous demande d'être comme tout le monde, pauvre, honnête et heureux.

Des gens modestes, en somme.

En apparence, oui, mais au fond, les Suédois sont intimement persuadés que ce qu'ils réalisent est ce qui se fait de mieux au monde.

1. UN SUÉDOIS EN FRANCE

A partir de cette interview, imaginez ce que pourrait dire un Suédois sur les Français.

Exemple : *Les Français ne sont pas des gens très sérieux. Ils sont approximatifs dans leur travail. Ils ne respectent pas les délais et arrivent systématiquement en retard à leurs rendez-vous. Etc.*

2. UN FRANÇAIS CHEZ VOUS

Que dirait un Français ayant travaillé dans une entreprise de votre pays ?

Imaginez et écrivez l'interview.

5. DES CONSEILS JUDICIEUX

"En observant bien l'œil des moines, vous pouvez vous faufiler, à l'instant propice, entre les règles du temple. Vous pouvez même y croquer des crevettes marinées, pourtant non autorisées dans cette enceinte, sans qu'ils protestent."
Proverbe coréen

1. PRENDRE CONSEIL

1. Dans sa rubrique " Les règles d'or de la négociation ", la revue *Affaires internationales* donne des conseils aux hommes d'affaires français désireux de travailler avec les Coréens. Dites en quoi ces conseils constituent des stéréotypes et montrez-en les limites. Quelle est leur utilité ?

Comment réussir en affaires avec les Coréens

- Présentez tout de suite votre carte de visite.
- Donnez et recevez tout objet en tendant les deux mains.
- Au moment de votre premier rendez-vous, laissez le temps à votre partenaire de s'habituer et dites-lui toutes sortes de banalités.
- Ménagez des silences dans la conversation.
- Prévoyez plus de temps que nécessaire pour négocier. Soyez plus patient qu'avec un partenaire occidental.
- Restez modeste, réservé, ne craignez pas d'être grave, ne multipliez pas les sourires.
- Créez un climat amical et renforcez ce climat par des cadeaux symboliques, des contacts hors travail. Comptez alors sur la fidélité de votre partenaire.
- Apprenez à lire l'humeur de votre partenaire en adoptant la technique coréenne : ne le dévisagez pas, observez son regard et ses doigts. Ajustez votre comportement au sien.

2. Voici ci-dessous une nouvelle liste de conseils (toujours à l'attention des hommes d'affaires français). A votre avis, quel est ici le pays visé ? Pourquoi ?

Comment réussir en affaires en... ?...

- Faites attention à l'apparence dans la tenue vestimentaire et la présentation des dossiers : ayez le goût du design et de la mode.
- Valorisez la créativité et l'aptitude à résoudre des problèmes.
- N'oubliez pas que la débrouillardise et le désordre font partie de l'organisation sociale.
- Sachez que les horaires sont élastiques et confirmez les rendez-vous car ils sont susceptibles d'être remis.

2. DONNER DES CONSEILS

Quels conseils donneriez-vous à un homme d'affaires français désireux de travailler dans votre pays ? Pour la revue *Affaires internationales*, faites une liste de recommandations.

6. UNE RÉUNION INTERNATIONALE

" Travailler ensemble est difficile, mais pas impossible "

La société NSB est une entreprise agroalimentaire qui vend ses produits dans de nombreux pays. Son siège social est à Paris. NSB s'apprête à lancer sur le marché français une nouvelle soupe en sachets (de différentes variétés : légumes divers, viande, etc.).

Une réunion doit rassembler au siège les principaux responsables du service de marketing. L'objet de cette réunion porte sur le lancement de cette nouvelle soupe. Au cours de cette réunion, les participants devront :

- d'une part, s'interroger sur le profil et les motivations du consommateur ainsi que sur les arguments de vente,
- d'autre part, trouver un nom de marque et un slogan publicitaire.

Le service du marketing est dirigé par une Américaine, Madame Jennifer Johnson. C'est elle qui anime la réunion. Son équipe est jeune et très internationale. Les principaux responsables du service participent à la réunion : Mme Almuth Rose (allemande), M. Marco Rossini (italien), M. Daniel Martin (français). Mme Nga N'Guyen (vietnamienne), nouvelle dans le service, assiste à sa première réunion.

Cinq équipes, représentant chacun un pays différent, reçoivent, l'une à l'écart des autres, des informations *confidentielles*. Chaque équipe prépare, pendant vingt à trente minutes, la réunion et choisit une personne pour jouer le rôle.

Ceux qui ne jouent pas assistent, en tant qu'observateurs, à la réunion, en prenant des notes. Une fois la réunion terminée, chacun est invité à évaluer la réunion.

CONSIGNES POUR M. ROSSINI

- Vous aimez beaucoup rire et vous avez toujours une bonne histoire à raconter.
- Vous avez décidé de distraire vos collègues.

CONSIGNES POUR M. MARTIN

- Vous avez beaucoup de théories. Les faits ne vous intéressent pas. Vous êtes un intellectuel. Vous savez tout.
- Vous êtes légèrement querelleur. Vous critiquez volontiers les points de vue des autres participants.

CONSIGNES POUR MME. JOHNSON

- En tant qu'animateur de la réunion, vous devez présenter un ordre du jour et diriger les débats. Ce qui ne vous empêche pas de faire vos propres propositions.
- Vous avez pour objectif d'arriver rapidement à des décisions.
- Vous êtes directe, vous dites les choses franchement.

CONSIGNES POUR MME N'GUYEN

- Au début de la réunion, vous faites un long discours introductif.
- Vous évitez d'entrer rapidement dans le vif du sujet. Vous savez qu'il faut toujours beaucoup de temps pour prendre des décisions.
- Vous intervenez toujours de manière extrêmement courtoise, polie.

CONSIGNES POUR MME ROSE

- Vous préparez un dossier très détaillé et chiffré sur le marché de la soupe en sachets : les concurrents (forces, faiblesses) et les consommateurs.
- Pendant la réunion, vous voulez tout vérifier. Vous répétez ce que disent les autres pour que tout soit bien clair. Vous demandez beaucoup de détails. Vous voulez que chacun donne son avis.

CORRIGÉ ET EXPLOITATION DES ACTIVITÉS : QUELQUES PROPOSITIONS

" Laissez la boîte à outils à la maison "
Marc Bosche

Souvent, presque toujours, les formations à l'interculturel proposent des outils permettant de classer les cultures dans des catégories. Muni de ces outils, chacun devient capable de distinguer un polychronique d'un monochronique, un individualiste d'un communautaire, un universaliste d'un particulariste, etc. Ajoutez à cela quelques bonnes recettes et vous voilà paré pour voyager, vivre, travailler dans les pays les plus divers. Mais il faut se méfier des déductions hâtives et simplistes.

Disons simplement qu'il n'est pas facile de ranger la culture dans des tiroirs. D'abord parce qu'il y a une infinité de tiroirs. Ensuite, et surtout, parce qu'il y a une infinité de manières de ranger. En fait, chacun range à sa façon. Autrement dit, les différences culturelles dépendent toujours et sont toujours appréciées du point de vue d'un observateur, lui-même marqué par sa propre culture.

Il est vain dans ces conditions de vouloir différencier et apprécier *objectivement* les différentes cultures. Le premier objectif d'une formation à l'interculturel devrait être de commencer à admettre que ses propres valeurs n'ont pas un caractère absolu, c'est-à-dire de faire ressortir le caractère relatif et subjectif des points de vue exprimés. A partir de là, il devient plus facile de comprendre et d'accepter les valeurs des autres, de communiquer avec les membres d'un autre groupe et de gérer les malentendus. Les exercices sur les stéréotypes s'inscrivent dans un tel objectif.

Mais ne l'oublions pas, ces exercices visent également à travailler la langue de manière ludique et communicative. C'est d'ailleurs, en ce qui nous concerne, l'objectif principal. ■

1. UN VOYAGE ANTHROPOLOGIQUE

Le texte proposé est inspiré d'un (long) texte de Horace Miner, de l'université de Michigan, et plus exactement de la traduction qu'en fait Jean-Claude Usunier, dans *Commerce entre cultures* (Puf, 1992), un ouvrage en deux tomes qui fait la synthèse de notre sujet et dont on peut recommander la lecture.

Il est évident que les Nacirémas ne sont autres que les Américains, et plus largement les Occidentaux. En verlan, Nacirema signifie *Américan*. Il est facile de comprendre que les sorciers sont nos médecins, les botanistes sont les pharmaciens, les vestales servantes les infirmières, les écouteurs les psychanalystes, le latipso l'hôpital (en verlan), etc.

Comment exploiter cette activité ? On peut former de petits groupes de deux à quatre personnes et demander à chaque groupe de répondre à toutes les questions 1, 2 et 3. Il ne faut rien indiquer. On met ensuite les réponses en commun.

La question 1 permet de s'assurer que le texte, qui n'est pas facile d'un point de vue linguistique, a bien été compris.

La question 2 est une devinette (un piège peut-être). Tout le monde ne comprend pas qu'il s'agit d'un pastiche d'écriture anthropologique. A cette question, certains, par exemple, répondent que les Nacirémas viennent de la forêt amazonienne, d'autres les voient plutôt dans une forêt africaine. Il faut demander aux participants d'expliquer leurs positions, lesquelles sont souvent difficilement justifiables. Sans doute sommes-nous induits en erreur par le ton du texte car il est difficile d'imaginer que l'observateur puisse parler des Américains, des Occidentaux en général sur ce ton supérieur. Une fois la réponse connue, on peut expliquer le texte dans le détail.

La question 3 permet de soulever quelques interrogations sur la culture occidentale. Comment justifier le statut des médecins dans nos sociétés ? Rester jeune et en bonne santé est-il devenu le principal objectif de vie ? Y a-t-il une part de magie dans nos pratiques médicales ? Etc. Pour comprendre les autres, il faut commencer par prendre quelques distances par rapport à sa propre culture.

2. UN SIMPLE REGARD

Ces exercices permettent de se poser quelques premières questions : Pourquoi y a-t-il des stéréotypes ? D'où viennent-ils ? A quoi servent-ils ? Sont-ils utiles ? Nécessaires ? Dangereux ? Quelles différences, quelles similitudes y a-t-il dans les réponses des participants ? Comment les expliquer ? Remarque-t-on des différences dans les réponses selon l'âge, le sexe, la nationalité ? Etc. On peut prolonger l'exercice en demandant à une personne de décrire un personnage, les autres doivent deviner d'où vient ce personnage.

3. UNE AFFAIRE D'OPINION

1. A VOUS DE JUGER

En demandant aux participants de porter un jugement sur les Français, on obtient des réponses très variées et les justifications sont personnelles. Un tel dira que les Français sont inhospitaliers en se rappelant une expérience malheureuse. Tel autre dira que les Français sont couche-tôt parce que chez lui, on se couche plus tard. Un Japonais jugera les Français bavards plus souvent qu'un Brésilien ou un Italien. Il est vrai que tous diront peut-être que les Français sont nationalistes, mais qui n'est pas nationaliste ? On peut essayer de répondre aux questions ci-dessus (2. Un simple regard).

Cet exercice ne nous apprend évidemment rien sur les Français. Par contre, il nous en dit un peu plus sur les valeurs de celui qui fait l'exercice. Il nous montre que chacun juge selon ses propres valeurs. Bref, il fait ressortir le caractère subjectif des points de vue exprimés. En fait, il faudrait éviter de porter des jugements de valeur.

2. L'HEURE, C'EST L'HEURE

Ce petit cas raconte les déboires d'un Danois, M. Madsen, en voyage d'affaires en France. Comment expliquer les malentendus ? Il faut laisser le soin aux participants de trouver ou plutôt d'imaginer des réponses. Première explication : les Danois, c'est bien connu, sont des gens ponctuels, ce qui n'est pas le cas des Français. On peut dire aussi, ce qui revient au même, qu'ils n'ont pas la même conception du temps. On comprend donc pourquoi M. Madsen doit attendre lors des deux premiers rendez-vous. On comprend aussi la réaction des Français lors du troisième rendez-vous : un Danois, pensent-ils, doit arriver à l'heure. Ceci dit, on peut aussi imaginer d'autres explications. Par exemple : 40 minutes de retard pour un rendez-vous professionnel, même au sud de la France, n'est-ce pas un peu exagéré ? Ou alors : le client roi peut être en retard, mais pas le fournisseur. Ou encore : les Français du troisième rendez-vous ne ressemblent pas aux autres Français. Ou encore : M. Madsen ne se comporte pas toujours comme un Danois. CQFD.

3. A EUX LA PAROLE

Tous ces personnages parlent des Français d'après les valeurs de leur propre culture (du moins, comme on s'imagine, en France, lesdites valeurs). C'est ainsi que les Espagnols ont la réputation de veiller, de dîner et de se coucher fort tard, ce qui expliquerait pourquoi l'Espagnol nous dit que les Français mangent tôt et se couchent tôt. De la même façon, les Mexicains prennent leur temps, dit-on, et ne sont pas ponctuels. Les Japonais ne montrent pas leurs émotions, parlent peu. Les Américains mangent mal, c'est du moins, pense-t-on, ce qu'ils pensent. Les Anglais ont un humour qu'ils sont les seuls à comprendre. Les Allemands sont sensibles aux questions écologiques. Les Maliens ont un grand respect pour la sagesse et l'expérience des personnes âgées.

4. A VOUS DE RACONTER

L'histoire est racontée par écrit, de manière objective. Elle est ensuite soumise à l'ensemble du groupe et étudiée comme a pu l'être celle de M. Madsen.

4. UNE INTERVIEW EXCLUSIVE

Cette interview est fabriquée. J'ai forcé du côté des stéréotypes, mais je ne crois pas être très éloigné de la réalité. Au retour d'un séjour à l'étranger, bon nombre d'expatriés racontent leur expérience en restant très attachés à leur point de vue de départ, un peu comme s'ils n'étaient jamais partis.

Les étudiants peuvent facilement prendre l'envers de ce que dit M. Bouvier et écrire à leur tour une interview, celle d'un Suédois cette fois-ci, qui a travaillé dans une entreprise française et qui a été confronté au choc de la culture française. On retrouvera donc, mais à l'envers, tous les stéréotypes évoqués par M. Bouvier : les Français passent des heures au restaurant, à bavarder de choses et d'autres, pour ne rien dire, en émettant de grandes théories, en se disputant continuellement, les Français sont autoritaires, formels,

attachés à la hiérarchie, les Français sont persuadés, comme tout le monde, que ce qu'ils réalisent est ce qui se fait de mieux au monde, etc. Un bon exercice d'écriture.

5. DES CONSEILS JUDICIEUX

Certaines publications fourmillent de conseils donnés au voyageur, à celui particulièrement qui part en voyage d'affaires. Que faut-il en penser ? Ces conseils s'appuient généralement sur une idée extrêmement stéréotypée des situations, du pays et de ses habitants.

Par exemple, les conseils proposés dans le premier document renvoient à un portrait redoutablement caricatural du Coréen. Imaginez votre rencontre avec M. Kim : vous ne l'avez pas encore salué qu'il vous a déjà remis, des deux mains, sa carte de visite, il va ensuite s'appliquer à vous raconter toutes sortes de banalités, en ménageant de longs silences, M. Kim est réservé, il sourit très peu, ne vous regarde pas dans les yeux, etc. A supposer même que par extraordinaire vous rencontriez un tel personnage, serait-il vraiment judicieux, comme le conseille la revue *Affaires internationales*, de mimer ses faits et gestes ? Par ailleurs, nombre de conseils vont de soi. Est-il besoin, par exemple, de nous conseiller de rester modestes, de créer un climat amical, etc. ?

Le document suivant vise les Italiens : des gens soigneusement habillés, créatifs, débrouillards, mais aussi désorganisés, peu respectueux des rendez-vous, etc. Autre stéréotype.

En fait, il est évident qu'un bon livre vaut mieux que tous les conseils. Le roman d'un grand auteur du pays visité en dit bien davantage et de façon autrement plus agréable que les recettes indigestes de la revue *Affaires internationales*. De même un livre d'histoire peut s'avérer fort utile pour mieux comprendre les conflits d'intérêts et de pouvoirs au sein d'un groupe. Il n'est pas inutile non plus de consulter un atlas avant de partir.

6. UNE RÉUNION INTERNATIONALE

Avant de lancer l'activité, le groupe peut s'interroger sur les conditions de réussite d'une réunion et en particulier sur le rôle de l'animateur : les préparatifs (envoyer des convocations, définir le sujet et la durée de la réunion, arranger la salle, etc.), la conduite de la réunion (donner la parole à chacun, reformuler les idées, noter les idées et la progression du débat, recentrer sur le sujet, désamorcer les conflits, relancer le débat, etc.), la fin de la réunion (faire la synthèse, faire un compte rendu, définir le thème de la prochaine réunion, en fixer la date...), etc.

Sur le sujet de la réunion. Des études de marché font apparaître, d'une part, que ce sont les femmes qui décident et, d'autre part, qu'il existe deux catégories de ménagères : celles pour lesquelles la soupe en sachets est pratique, facilement utilisable, type "ménagère moderne", et celles pour lesquelles la soupe en sachets est un produit culpabilisant, type "ménagère traditionnelle". Pour ces dernières, de moins en moins nombreuses, la préparation longue et difficile d'une bonne soupe qui mijote au coin du feu est un devoir de maîtresse de maison. Ces deux catégories de ménagères présentent donc des motivations fort différentes : pour les modernes, le temps de préparation est un facteur important : plus il est court, mieux ça vaut. Pour les ménagères traditionnelles, au contraire, le temps de préparation devient un frein à l'achat. La motivation est donc un élement déterminant pour trouver l'argument et le slogan qui va convaincre. L'argument "gain de temps" doit être mis en avant si on vise les ménagères modernes, mais il ne peut pas être avancé pour les traditionnelles. Ceci dit, le critère de la motivation est difficile à utiliser pour segmenter un marché.

Sur le déroulement de la réunion. L'évaluation de la réunion est un sujet qui nous intéresse davantage et qui demanderait de longs commentaires. Il est toujours difficile de réussir une réunion. La tâche se complique quand les participants ont une personnalité si différente, marquée, jusqu'à la caricature, par leur culture d'origine. Disons en bref que l'évaluation peut être faite par l'animateur (Mme Johnson), par les participants à la réunion et, bien sûr, par les observateurs. L'animateur de la réunion peut se demander comment il s'est comporté, ce qui a bien ou mal marché, et pourquoi. Les participants et les observateurs peuvent se poser les questions suivantes : Les objectifs de la réunion ont-ils été clairement fixés ? Ont-ils été atteints ? Quelles parties de la réunion ont-elles été les plus utiles ? Les moins intéressantes ? Les décisions ont-elles été partagées par tous ? Les participants ont-ils coopéré ? Ont-ils fait preuve de confiance mutuelle ? Se sont-ils tous activement impliqués ? Etaient-ils à l'écoute des autres ? Se sont-ils disputés ? Certains ont-ils dominé la discussion ? Certains ont-ils été ignorés ? Etc. ■

L'utilisation du projet dans une classe de français des affaires

La simulation globale comme "dopage" pédagogique.

Mots-clés : accueil, autonomie, écoute, efficacité, groupe, imaginaire, implication, mobilisation, motivation, participation, projet, respect, simulation, valorisation.

Pédagogie du projet

Cette réflexion est le fruit de l'expérience et des recherches de deux professeurs de Français Langue Etrangère : le théâtre et les techniques d'animation dérivées comme moyen d'enseignement pour l'un et une thèse sur le projet comme moyen de créer et soutenir la motivation pour l'autre. L'objectif de cet article est de réfléchir sur la pédagogie du projet appliquée à l'enseignement du français des affaires et de proposer des pistes pédagogiques pour en augmenter l'efficacité.

La simulation globale comme projet

Comme nous le verrons plus loin, les projets peuvent être de plusieurs natures, du plus virtuel au plus réel, de la création d'une entreprise imaginaire à la réalisation d'une vraie exposition dans les locaux d'une école de commerce. Si tous ces cas de figure relèvent de la pédagogie du projet, cependant le terme de "simulation globale" s'applique aux projets plus imaginaires.

Approche "actionnelle"

Dans la perspective historique de Christian PUREN, après l'approche communicative des années 80, nous sommes maintenant, depuis le milieu des années 90, dans une nouvelle approche pédagogique appelée "approche actionnelle [1]". Celle-ci propose de mettre l'accent sur les tâches à réaliser à l'intérieur d'un projet global. Dans l'approche communicative, l'acquisition de compétences de communication se fait par l'imitation de modèles plus ou moins authentiques. La cohérence pédagogique est alors constituée par le document fourni par l'enseignant, et les compétences à acquérir (CE, CO, EE, EO) n'ont pas forcément de liens les unes avec les autres. Dans l'approche action-

1 - présentée au Salon de l'Education le 25/11/00

nelle, le projet entraîne les apprenants à agir et interagir en accomplissant des tâches reliées les unes aux autres introduisant ainsi motivation et cohérence.

Le projet soutient la motivation

Dans le cadre d'une classe de langue de spécialité comme le français des affaires, les étudiants sont habituellement motivés au départ. Mais comment soutenir la motivation de l'élève et du professeur dans le temps ? Les recherches des vingt dernières années en psychologie ont montré que "le seul fait d'assigner un but précis entraîne la motivation, à condition que le but soit accepté [2].

Le projet favorise la cohérence par la structuration en étapes

L'enseignant doit préparer de manière détaillée les étapes du projet. Par exemple, dans le cas de la simulation globale "*la conférence internationale*":

1. Accueil des étudiants, moment clé de la simulation pour obtenir l'adhésion des participants.
2. Choix du thème et répartition par groupes.
3. Candidatures pour proposer une intervention dans la conférence (CV et lettre de motivation.
4. Recherche de documents.
5. Préparation écrite de l'intervention: plan général, correction, plan détaillé, nouvelles corrections.
6. Intervention orale, prise de notes, débats.
7. Compte-rendu des interventions: rédaction à partir de la prise de notes.
8. Réalisation du site Internet de la conférence.

Ces étapes très précises, clairement annoncées dès le départ et si possible par écrit, permettent de donner une cohérence à l'objectif à atteindre mais aussi au cours lui-même. Le cours forme un tout logique où toutes les activités sont liées et s'enchaînent les unes aux autres.

"Dopage psychologique" et multiplication des rôles

En faisant travailler les apprenants en petits groupes, l'énergie et les connaissances de chacun sont démultipliées. Ils obtiennent aussi plus de confiance en eux, ce qui renforce encore la motivation. Au sein de la classe, le rôle explicite mais aussi implicite de chacun va se diversifier (voir le tableau en fin d'article).

Une transformation de l'atmosphère est visible étant donné le niveau d'implication des participants et va s'installer dans la classe un nouvel équilibre des pouvoirs. Chacun accepte de "s'exposer" face aux autres, d'autant plus facilement qu'il y a une égalité de traitement pour tous, sans jugement. L'important est de participer à une œuvre commune dans cette atmosphère favorisant la créativité. Ainsi, on peut dire que le contrat de confiance se situe non seulement entre le professeur et la classe mais aussi entre chaque étudiant.

Ingrédients de la réussite

Il faut accompagner cette réflexion de quelques recommandations importantes voire indispensables pour que la sauce soit réussie. Par exemple, le professeur voulant se lancer dans l'utilisation de la pédagogie du projet et ainsi travailler dans l'approche actionnelle, doit, tout d'abord, être convaincu de l'intérêt de cette méthode. Il faut ajouter:

- une attitude respectueuse face aux étudiants dans leurs diversités culturelles, sociales et personnelles.
- un zeste d'organisation minutieuse et structurée pour la mise en place du projet ou de la simulation globale avant le démarrage du cours.
- une pincée d'enthousiasme, sans oublier le travail habituel sur la langue elle-même qui doit s'insérer dans le projet. Ainsi, une révision de l'impératif et du discours indirect, peut tout naturellement intervenir avec les recommandations d'usage envoyées aux participants et futurs intervenants d'une conférence. Le comité d'organisation de celle-ci (toute la classe en petits groupes) devra les rédiger. Mais, il y aura un droit de regard du professeur sur toute cette production écrite ou orale. Le professeur est un référent linguistique, un arbitre qui doit veiller au niveau de langage et faire les corrections qui s'imposent, celles-ci peuvent d'ailleurs prendre une forme très discrète, comme un claquement de doigts repérable par tous qui puisse inciter le groupe lui-même à faire cette mise au point. Cette "technique" a l'avantage d'augmenter l'attention de tous et leur participation active. Bien sûr, ceci ne supprime pas les explications grammaticales.

Propositions de projets dans le domaine du français des affaires

Exemples de projets "réels"

Une exposition dans les murs de l'école de commerce portant sur des domaines

➡

2 - Claude LEVY-LEBOYER (dossier: Les ressorts de la motivation, in Sciences humaines n° 92, mars 1999).

professionnels: les nouvelles technologies de la communication, les start-ups, ou sur des thèmes divers comme "la place d'internet dans les entreprises" ou "le ferroutage est-il l'avenir du transport ?"

Notons que la réalisation d'une exposition ne peut se faire uniquement sur le temps imparti au cours, il faudra toujours du temps supplémentaire pour réaliser ce type de projet. Une bonne gestion du temps ne signifie pas que l'on évite le débordement du temps de la classe, mais signifie plutôt qu'on utilise efficacement le "temps pédagogique".

La simulation globale ou le projet "imaginaire"

Dans la simulation globale, le "jeu" des étudiants devient une réalité dans la classe. Elle permet par exemple de "transformer" un simple étudiant en spécialiste des télécommunications pour participer à une conférence internationale sur des thèmes comme "l'environnement", "les réglementations commerciales", "le transport maritime", "le transport aérien", "Internet dans l'entreprise", "l'élargissement de l'Europe"...

On peut aussi envisager d'organiser un salon professionnel comme "le salon de l'automobile ", ou "le salon de la mode", "le salon Vivre et Travailler Autrement", "le salon du tourisme", "le salon du livre"...

Dans une autre voie que la conférence ou le salon, il y aurait aussi la création d'associations comme une association de commerçants d'un quartier. Afin de défendre les intérêts des commerçants modestes et de proposer des regroupements structurels qui peuvent leur permettre de s'organiser pour la publicité, la comptabilité.

Pourquoi se lancer dans la pédagogie du projet?

Parce qu'elle est, nous semble-t-il une solution très efficace pour développer les compétences des étudiants et aussi pour les préparer au mieux à la vie professionnelle qui fonctionne un peu comme toutes ces tâches que l'étudiant va gérer et réaliser dans la classe de langue avec l'enthousiasme que nous lui aurons transmis. La pédagogie du projet est une façon d'enrichir notre pratique. ■

Michel Drigues
ILCF Paris

Claire Pradier
EDC

Les rôles du professeur

	Rôles explicites	Rôles implicites
Professeur-organisateur	Organise les étapes de la simulation et la met en scène	Positive le rôle de chacun
Professeur-animateur	Fait participer tous les apprenants	Met en valeur les apprenants
Professeur-technicien	Assure la création d'un site internet, la manipulation d'appareils: rétroprojecteur, ordinateur...	Adopte une attitude positive face à la technique
Professeur-acteur	Participe à la simulation	Accepte de jouer
Professeur-expert	Corrige la langue orale et écrite	Constitue un référent linguistique et culturel

Les rôles de l'apprenant

	Rôles explicites	Rôles implicites
Apprenant-apprenti	Apprend en participant à la simulation	Apprend à apprendre Améliore son niveau linguistique Développe son vocabulaire
Apprenant-organisateur	Choisit en groupe de 3 ou 4 le sujet de l'intervention, sa mise en forme et son déroulement, présente les autres intervenants, participe à la réalisation du site internet...	Apprend à organiser, à faire des choix, à faire des recherches, à négocier avec les autres...
Apprenant-intervenant*	Rédige un CV et une lettre de motivation, un plan de son intervention, puis l'exécute avec l'objectif d'intéresser les autres et de les faire participer...	Apprend à prendre la parole en public
Apprenant-rédacteur*	Rédige un compte-rendu des autres interventions	Améliore son esprit de synthèse
Apprenant-correcteur*	Lit et améliore le plan	Développe son sens critique des autres interventions
Apprenant-acteur	Joue plusieurs rôles dans la simulation	Est amené à donner le meilleur de lui-même

* dans le cadre d'une simulation globale comme *La conférence internationale*

Bibliographie

- BOUTINET J.P.: Anthropologie du projet, PUF, 1990.
- CLOUZOT O., BLOCH A. : Apprendre autrement. Clés pour le développement personnel, Editions d'Organisation, 1997.
- DEBYSER F. : "Les simulations globales" dans Education et Pédagogies n° 10. Mai-juin 1991.
- DRIGUES M.: Une pédagogie de projet appliquée à un atelier de théâtre-vidéo. Mémoire de maîtrise co-dirigé par Robert VIVES et Annie COUEDEL, Université de Paris VIII, 1995.
- DUFEU B.: les approches non conventionnelles, HACHETTE, 1996.
- LEVY-LEBOYER C.: La crise des motivations, PUF, 1984.
- MUCCHIELLI A. : Les motivations, PUF, 1981.
- NUTTIN J.: Théorie de la motivation humaine, puf, 1980
- PRADIER C.: L'abandon des adultes étudiant le langues étrangères: motifs, causes, interprétations. Thèse de doctorat sous la direction de L. PORCHER, Université de Paris III Sorbonne Nouvelle, 1995.
- YAICHE F. : Les simulations globales, mode d'emploi, Hachette, 1996.

PROPRIÉTÉ INTELLECTUELLE ET INTERNET

Gare à la copie frauduleuse

Vous surfez sur Internet, vous téléchargez un morceau de musique sur MP3, vous offrez un enregistrement à un ami,... et vous voilà susceptible d'être poursuivi pour contrefaçon! La copie sur Internet est facile, le piratage tout autant, mais le droit régissant la propriété intellectuelle sur Internet est aussi très stricte.

Les œuvres de l'esprit, comme les œuvres littéraires, musicales, audiovisuelles, informatiques sont traditionnellement protégées contre toute reproduction ou représentation illégale, c'est-à-dire réalisée sans le consentement de l'auteur. Il en est de même pour les œuvres tirées d'Internet. Cette interdiction n'est pas absolue puisque le droit à la copie d'œuvres musicales pour un usage privé est reconnu par le code de la propriété intellectuelle. L'article L122-5 le permet expressément puisqu'il dispose: " Lorsque l'œuvre a été divulguée, l'auteur et a fortiori l'éditeur ne peuvent interdire:

- les représentations privées et gratuites effectuées exclusivement dans un cercle de famille,
- les copies ou reproductions strictement réservées à l'usage privé du copiste et non destinées à une utilisation collective.

Ainsi, " est autorisée la copie de cassette ou de CD audio sur cédérom ou sur MP3, à condition que cette copie ne soit pas l'objet d'un échange ".

En d'autres termes, il est possible de copier le CD que nous venons d'acheter et de l'utiliser avec notre famille (par exemple, en gardant l'original à la maison et en emportant la copie dans notre voiture ou dans notre résidence secondaire).

Mais attention, cette copie doit s'effectuer avec notre matériel. Le professionnel qui mettrait son matériel à notre disposition pourrait être poursuivi pour contrefaçon et nous risquerions de nous retrouver complices de cette infraction. Il ne faut surtout pas oublier que si nous offrons cette copie à un ami, il s'agit d'une contrefaçon, susceptible d'être sanctionnée sur le plan pénal. S'agissant d'œuvres musicales téléchargées au moyen d'un MP3, et même si le " pirate " utilise la chanson pour son usage personnel et donc privé, cette copie est illicite.

QUELQUES SITES POUR LA CRÉATION D'ENTREPRISE

www.apce.com

Laissez-vous guider

Le site de l'Agence pour la création d'entreprise (APCE) guide, étape par étape, les nouveaux entrepreneurs dans leur projet pour la conception et la mise en place de l'entreprise: étude de marché, prévisions d'activité, choix d'un statut juridique, formalités administratives... Cinq forums thématiques, plutôt actifs, permettent de poser des questions sur tous ces sujets et de trouver des réponses.

www.capcreation.com

Les étapes de la création

Ce site publie un guide pratique de la création d'entreprise qui permet de se faire une bonne idée des grandes étapes à suivre. Un lexique des principaux sigles et abréviations.

www.creascope.net

Une multitude de services

Prise en charge globale et interactive du créateur: c'est ce que vise ce site d'une grande richesse qui vous fait découvrir, au travers de plusieurs centaines de fiches, tous les aspects pratiques et théoriques de la création de l'entreprise: profil de l'entrepreneur, choix de la structure juridique, étude de marché, protection des inventions, formalités de constitution, conseils d'experts,....

www.egee.asso.fr

Les anciens au service des jeunes

EGEE est une association regroupant des cadres retraités désireux de mettre bénévolement leur expérience au service des futurs entrepreneurs. Un moyen efficace pour entrer en contact avec ces experts et trouver des réponses aux questions financières, techniques ou juridiques.

www.societe.com

Tout savoir, ou presque, sur les sociétés

Service de consultation gratuite des informations légales sur les entreprises immatriculées au registre national du commerce et des sociétés (RNCS).

L'organisation mondiale de la propriété intellectuelle (OMPI)

Cette organisation intergouvernementale regroupant175 Etats, a pour mission de protéger les créateurs et de défendre leurs droits pour promouvoir la créativité grâce à la propriété intellectuelle. Son site Internet (www.wipo.int) vient de se voir attribuer le premier prix de "la toile du plurilinguisme" par l'Organisation internationale de la francophonie (OIF). Conformément à ses engagements d'organisation plurilingue, l'ensemble de ses services sont disponibles en français.

Les formations à distance : une école interactivement présente

• Les formations offertes en 2001 :

L'enseignement à distance est maintenant présent dans l'offre de la CCIP au travers de son site internet du Français des affaires et constitue un complément aux méthodes traditionnelles de formation.

• Public :

La formation à distance est destinée aux centres de préparation aux examens, aux institutions, aux individus ou à tous groupes constitués, qui souhaiteraient bénéficier d'une formation personnalisée, courte mais intensive en français des affaires et des professions.

Bien qu'elle s'adresse en priorité à des formateurs, la formation peut être également profitable à des étudiants intéressés par le domaine concerné, qui ne peuvent pas suivre un cours localement, et à condition qu'ils aient un niveau de langue leur permettant de comprendre les textes de documentation et le contenu des activités.

Le tourisme

Unité 1 Les entreprises et les acteurs
Unité 2 Les produits
Unité 3 La communication professionnelle

• Description :

Initiation à l'environnement socio-économique, aux métiers et aux fonctions de l'industrie du tourisme, de l'hôtellerie et de la restauration, en particulier celle de l'accueil. Application à la formation linguistique utile.

• Objectifs :

Ce module a pour objectif de fournir au formateur de français du tourisme, ou à l'apprenant qui le souhaite, les connaissances de base utiles pour comprendre dans quel contexte et dans quelles situations vont se dérouler les tâches communicatives, écrites et orales, ciblées par le Certificat de français du tourisme et de l'hôtellerie de la CCIP.

Il propose aux formateurs une vision synthétique de l'environnement socio-professionnel du tourisme, de manière à ce qu'ils puissent :

- Appréhender le contexte professionnel du tourisme, de l'hôtellerie et de la restauration.
- Définir de manière efficace des situations de communication qui découlent de ce contexte et les adapter à un enseignement et une formation à visée professionnelle.
- Comprendre et sélectionner les paramètres d'une tâche professionnelle et en induire les compétences langagières à mettre en oeuvre.
- Concevoir les principes d'élaboration de directives claires pour l'accomplissement de tâches communicatives professionnelles à accomplir.
- Dégager les bases de l'élaboration d'un référentiel de tâches et de compétences.

• Contenu de la formation :

- Les entreprises et l'environnement socio-professionnel.
- Le marché du tourisme.
- Les besoins des métiers de l'accueil.
- Les documents et les outils de travail professionnels et langagiers.
- Les tâches à accomplir et les compétences langagières nécessaires.
- La présentation du Certificat de français du tourisme et de l'hôtellerie et sa préparation.

• A la fin de ce cours, vous devez être capable de :

- Mieux vous orienter dans l'organisation générale des métiers du tourisme, de l'hôtellerie et de la restauration.
- Maîtriser les bases de référence et les paramètres de toute situation de communication professionnelle, écrite ou orale, pertinentes pour le CFTH.
- Construire votre cours de langue à partir de concepts, de notions, de lexique spécialisé, de documents et d'outils professionnels.
- Proposer à vos apprenants des tâches langagières mieux ancrées dans la réalité professionnelle et celle du marché de l'emploi.

PREMIERE SESSION 2001 :

• Modalités d'inscription :

Consulter le site : **www.fda.ccip.fr**

Dates

février 2001

Tuteur

Anne-Marie Calmy
www.fda.ccip.fr

Durée du module

40 heures

Durée de la mise en ligne

3 mois

Prix

nous consulter

DRIIE-CCIP
28 rue de l'Abbé Grégoire
75 279 PARIS Cedex 06
Tel : 01 49 54 28 67
Fax : 01 49 54 28 90
mcgaiat@ccip.fr

Présentation des stages

25 au 29 juin

S1

COMPRENDRE LE MONDE DES AFFAIRES

Michel Danilo
Jean-Luc Penfornis

Acquérir les connaissances économiques et commerciales fondamentales permettant d'aborder l'enseignement du français des affaires et des professions.

Se familiariser avec des techniques pédagogiques adaptées à ce domaine.

3 950 FRF

S2

UTILISER LES TECHNOLOGIES DE L'INFORMATION ET DE LA COMMUNICATION POUR ENSEIGNER ET APPRENDRE

Véronique Duveau Patureau
Véronique Vittet

Lire et écrire multimédia : utiliser texte, son, image, interactivité pour enseigner et faire apprendre le français. Utiliser divers logiciels pour le travail d'enseignant. Utiliser un navigateur.

4 980 FRF

25 juin au 6 juillet

S3

GÉRER UN ORGANISME CULTUREL DANS UN ENVIRONNEMENT INTERNATIONAL

Christian Meunier

S'initier au maniement de méthodes et outils qui faciliteront une meilleure insertion du responsable dans la fonction et la prise de décision indispensables au bon fonctionnement d'une organisation culturelle à l'étranger.

6 500 FRF

2 au 6 juillet

S4

PRATIQUES PÉDAGOGIQUES EN FRANÇAIS DES AFFAIRES ET DES PROFESSIONS

Isabelle Foltête

Présenter certains supports pédagogiques utilisés pour former au français des affaires ainsi que des savoir-faire professionnels.

3 950 FRF

S5

COMMENT PRÉPARER AUX EXAMENS DE LA CCIP : LE CFP ET LE DFA I

Béatrice Tauzin

Déterminer les objectifs d'apprentissage et les contenus pédagogiques pour mettre en place des programmes de cours.

3 950 FRF

S6

INTEGRER LES NTIC DANS LES PRATIQUES PÉDAGOGIQUES

Véronique Duveau Patureau
Véronique Vittet

Distinguer outils ressources multimédia et pratiques pédagogiques utilisant le multimédia. Choisir et utiliser des outils et ressources multimédia en ligne et hors ligne pour l'enseignement du français. Elaborer des scénarios pédagogiques intégrant le multimédia pour l'enseignement du français.

4 980 FRF

S7

ENSEIGNER LE FRANÇAIS JURIDIQUE

Jean-Luc Penfornis

Acquérir les connaissances juridiques de base permettant d'aborder la didactique et l'enseignement du français juridique. Se sensibiliser à la linguistique et à la didactique du français juridique.

3 950 FRF

9 au 13 juillet

S8

ENSEIGNER A COMMUNIQUER EN MILIEU PROFESSIONNEL

Michel Danilo

Découvrir et maîtriser les outils linguistiques et les stratégies langagières de la communication professionnelle et de la négociation pour le cours de français des affaires et des professions.

3 950 FRF

S9

JEU, ÉTUDE DE CAS, SIMULATION

Laurence Bonnafous

Dynamiser le cours de français des affaires et faire vivre le monde de l'entreprise par l'étude de cas, le jeu de rôle et la simulation.

3 950 FRF

S10

ENSEIGNER LE FRANÇAIS DU TOURISME, DE L'HOTELLERIE ET DE LA RESTAURATION

Chantal Huang Dubois

Acquérir des connaissances sur les différentes entreprises de tourisme et leurs besoins, et les transférer en pratiques pédagogiques pour l'enseignement du français à visée professionnelle.

3 950 FRF

S11

CRÉER DES OUTILS PÉDAGOGIQUES ET DES DISPOSITIFS DE FORMATION UTILISANT LES NTIC

Véronique Duveau Patureau
Véronique Vittert

Concevoir et réaliser la maquette d'outils pédagogiques interactifs pour l'apprentissage autonome du français.

4 980 FRF

16 au 20 juillet

S12

NOUVELLES TECHNOLOGIES DE L'INFORMATION ET DE LA COMMUNICATION APPLIQUÉES À L'ENSEIGNEMENT DU FDA

Nicole Minnick

Stage très pratique dont l'objectif principal sera d'utiliser les NTE pour construire un cours de français des affaires et des professions sur le Web. Les compétences ainsi acquises permettront de créer un dispositif d'enseignement à distance.

4 980 FRF

S13

STAGE EN ENTREPRISE

Marie-Josée Bachmann

Observer en direct la réalité professionnelle, échanger des expériences et utiliser les acquis pour enseigner.

Tarif inclus dans un parcours

DRI/E-CCIP
28 rue de l'Abbé Grégoire
75 279 PARIS Cedex 06
Tel : 01 49 54 28 67
Fax : 01 49 54 28 90
mcgalat@ccip.fr

Université d'été 2001 - 25 juin au 20 juillet 2001

Présentation des ateliers

2,3 et 4 juillet

FORMER A L'UNION EUROPÉENNE DANS LE COURS DE FRANÇAIS
Laurence Bonnafous
Actualiser ses connaissances sur l'Union Européenne. Découvrir des outils pédagogiques et s'entraîner à leur manipulation pour les transférer dans la situation d'enseignement.
2 800 FRF
Voyage Bruxelles inclus
A1

5 et 6 juillet

LA COMMUNICATION INTERCULTURELLE EN FDA
Laurence Bonnafous
Identifier l'impact des cultures dans les relations professionnelles. Repérer les ressources et les obstacles. S'entraîner à travailler en situation interculturelle.
1 900 FRF
A2

9 et 10 juillet

LA MERCATIQUE
Denis Petit
Connaître les techniques de base de la mercatique afin de les appliquer au développement des activités d'un centre d'enseignement du français.
1900 FRF
A3

INFORMATION ÉCONOMIQUE
Danièle Cavalieri
S'entraîner à la recherche, la sélection, l'exploitation de l'information économique en particulier les données chiffrées.
1 900 FRF
A4

11 et 12 juillet

FORMATION DE QUALITÉ ET ÉVALUATION DES ACTIONS DE FORMATION
Véronique Vittet
Distinguer les différents types d'évaluation. Organiser et conduire l'évaluation d'un dispositif de formation ou d'une action de formation. Créer des outils d'investigation en ligne ou hors ligne.
1 900 FRF
A5

ACTUALITÉ ÉCONOMIQUE
Danièle Cavalieri
Présenter l'actualité économique française récente en la replaçant dans le contexte européen et mondial.
1 900 FRF
A6

16 et 17 juillet

UTILISER UN DOCUMENT ÉCONOMIQUE AUTHENTIQUE EN FDA
Geneviève Coudurier
Rendre attrayante la lecture d'un texte économique. Comment faire du texte le pivot d'un jeu de rôle? Comment amener les apprenants à devenir les acteurs du texte, à jouer les situations qui peuvent en découler.
1 900 FRF
A7

INTERNET
Véronique Vittet
Naviguer, communiquer et rechercher de l'information sur l'Internet. Mettre en place des pratiques pédagogiques utilisant l'Internet.
1 900 FRF
A8

ÉVALUATION ET CERTIFICATIONS DE LA CCIP
Jean-Luc Penfornis
A partir des nouvelles certifications de la CCIP, apporter aux participants des méthodes d'analyse et de critique des différents outils d'évaluation ainsi qu'un certain savoir-faire dans la construction de tests pour le français des affaires et des professions.
1 900 FRF
A9

18 et 19 juillet

ORGANISER DES ACTIVITÉS D'ENTRAÎNEMENT AU TEST D'ÉVALUATION DE FRANÇAIS (TEF)
Mickaël Balcon
Permettre aux prescripteurs, enseignants et formateurs, d'organiser des activités pédagogiques d'entraînement liées aux épreuves du TEF et de les intégrer dans le cours de FLE.
1 900 FRF
A10

CULTURE D'ENTREPRISE, CULTURE ET ENTREPRISE
Philippe Brochard
Contrairement à une idée trop souvent répandue, il n'y a pas deux façons d'employer le français. La culture est intimement liée à la vie de l'entreprise, elle transparaît partout. La vie professionnelle repose à long terme sur la culture d'entreprise. Ces deux points de convergence seront étudiés dans cet atelier.
1 900 FRF
A11

ÉVALUATION ET CERTIFICATIONS DE LA CCIP
Jean-Luc Penfornis
A partir des nouvelles certifications de la CCIP, apporter aux participants des méthodes d'analyse et de critique des différents outils d'évaluation ainsi qu'un certain savoir-faire dans la construction de tests pour le français des affaires et des professions.
1 900 FRF
A12

MULTIMEDIA
Véronique Vittet
Utiliser un outil de PAO, présentation assistée par ordinateur, pour produire des documents pédagogiques.
1 900 FRF
A13

Forte du succès du Test d'Évaluation de Français (TEF), la Direction des Relations Internationales de l'Enseignement publie en collaboration avec Hachette-FLE, un ouvrage d'entraînement aux épreuves du test.

Le test

Le TEF est un test international d'évaluation de français général qui se compose de 5 épreuves : 3 épreuves obligatoires se présentant sous la forme de questions à choix multiple (compréhension écrite, compréhension orale et lexique/structure) et 2 épreuves facultatives (expression orale et expression écrite).

Le TEF permet :

- de vérifier le niveau de français des étudiants désireux de s'inscrire dans une formation spécifique, notamment dans un établissement d'enseignement supérieur ;
- de sélectionner éventuellement les étudiants disposant d'un niveau suffisant de français à l'entrée d'un programme d'échanges, ou de les placer dans des groupes de niveau et leur délivrer un enseignement de français adéquat ;
- de vérifier la progression de leur apprentissage ;
- de valider une formation linguistique et d'offrir à ces étudiants la possibilité de présenter à un responsable de formation ou à un employeur éventuel, en plus du diplôme délivré par une institution, une attestation de niveau en français reconnue internationalement ;
- de sélectionner objectivement, au sein d'une entreprise, des personnes disposant d'un niveau suffisant de français ;
- d'offrir aux collaborateurs actuels de cette entreprise la possibilité de prétendre à un poste particulier ou à une promotion interne à l'aide d'une attestation de niveau en français reconnue internationalement ;
- d'évaluer rapidement le personnel de cette entreprise susceptible de devoir suivre une formation en langue française.

L'ouvrage

L'ouvrage d'entraînement répond à une demande des prescripteurs et des utilisateurs : présenter les épreuves de manière concrète et progressive d'une part et proposer des tests "grandeur nature" d'autre part.

Quatre parties composent l'ouvrage :

- "LE TEF" présente les caractéristiques du Test d'Evaluation de Français : sa structure, le détail de ses épreuves, ses modalités d'inscription, etc. ;
- "L'ENTRAINEMENT" propose une série de documents écrits (articles de presse, faire-part, graphiques etc.) et de documents sonores (messages téléphoniques, informations radiophoniques, etc) que l'on retrouve dans le TEF ; cette partie permet de s'entraîner à la compréhension du français écrit et du français parlé et de se familiariser avec les consignes et les questions du TEF. Les exercices sont accompagnés de conseils pédagogiques.
- "LES TESTS" offrent deux modèles d'épreuves présentées aux candidats le jour de l'examen (tests blancs) ; afin de permettre aux utilisateurs de l'ouvrage de "jouer le jeu", des fiches de réponses (fiche identique à celle proposée le jour du test) sont insérées pour répondre aux questions des épreuves obligatoires.
- "L'AUTO-EVALUATION" permet d'obtenir une première évaluation de son niveau de français grâce à la grille de niveaux établie en correspondance avec le Cadre européen commun de référence du Conseil de l'Europe.

Pour toutes les activités de compréhension orale, l'ouvrage est accompagné de deux cassettes audio sur lesquelles se trouvent les exercices d'entraînement et la partie orale des tests. La transcription des enregistrements ainsi que les corrigés des exercices et des tests sont regroupés en annexe, en fin d'ouvrage. Un index des types d'exercices permet de travailler à son rythme en fonction des objectifs fixés.

Cet ouvrage se veut un outil pratique tant pour les futurs candidats que pour les enseignants qui souhaiteraient organiser des activités liées au TEF. ■

Contacts :

esoyer@ccip.fr/ytessaro@hachette-livre.fr

Le TEF, c'est un test...

...c'est aussi UN OUVRAGE !

- pour s'informer
- pour s'entraîner
- pour s'auto-évaluer

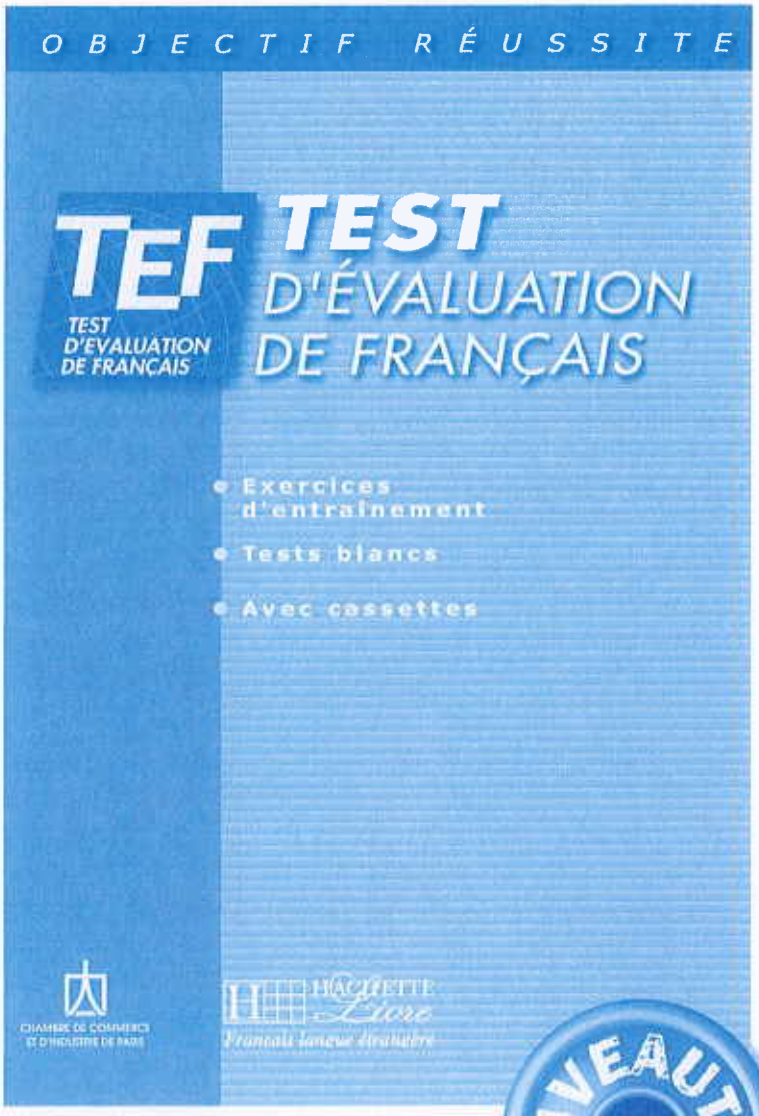
L'ouvrage comporte quatre parties :

- Une **présentation** brève du TEF.
- Un **entraînement** aux épreuves obligatoires de *compréhension écrite et de compréhension orale*, avec des conseils pédagogiques, des exercices et des QCM tirés des tests.
- Deux **tests** blancs complets.
- Des éléments d'**auto-évaluation** pour situer son niveau sur une grille de compétences.

En fin d'ouvrage :

- Les **corrigés** des exercices et des tests blancs
- Les **transcriptions** des enregistrements
- Un **index** des types d'exercices
- Des **fiches de réponses** pour réaliser les tests blancs.

Avec 2 cassettes audio



CHAMBRE DE COMMERCE ET D'INDUSTRIE DE PARIS

58, rue Jean-Bleuzen, 92170 Vanves - France

Rejoignez gratuitement le Club Hachette FLE sur Internet :
www.fle.hachette-livre.fr

LE FRANÇAIS DES AFFAIRES

■ France, Europe et Cie

G. Pragerstorfer, K. Riedl, H. Steinlechner-Freigner
Trauner Schulbuch Verla, édition 2000, 210 p.

Ce manuel, destiné essentiellement aux élèves de l'enseignement technique et professionnel autrichien, traite de thèmes en rapport avec la vie professionnelle et privée : le secteur tertiaire, la communication dans l'entreprise, les jeunes, les femmes dans la société, les immigrés, le travail, le tourisme, l'environnement, la pub, l'information. Chacun des dossiers présente de nombreux exercices permettant à l'élève de s'entraîner dans une aptitude particulière (compréhension écrite et orale, expression écrite et orale), afin d'acquérir des savoir-faire en prise avec la vie pratique et professionnelle. Le dossier 13 comporte un mémento de formulations et d'actes de paroles utiles à s'approprier pour communiquer efficacement dans les situations les plus variées.

Editions Trauner Schulbuch Verlag, A – 4021 LINZ, Köglstrasse 14, Autriche

COMMUNICATION PROFESSIONNELLE

■ La langue de l'entreprise, 1re partie la communication externe de l'entreprise

N. Dobnik, D. Frin
Faculté des Sciences Economiques, édition 2000, 80 p., 70 FF, 10,67 €

Ce manuel déjà présenté dans le *Point Commun* d'avril 1997 a été révisé et complété. Il s'adresse à toute personne, étudiant ou professionnel, souhaitant s'initier à la communication orale et écrite en entreprise. Cet ouvrage comporte sept unités et chaque unité comprend une situation de communication professionnelle, les actes langagiers s'y rapportant, des exercices lexicaux et grammaticaux, la rédaction de lettres, ainsi que les corrigés des exercices.

Editions : Faculté des Sciences Economiques, Université de Ljubljana (Slovénie)

■ Valorisez votre communication écrite et orale

Michelle Fayet, Jean Denis Commeignes
Dunod 2000, 206 p., 98 FF, 14,94 €

Comment convaincre un interlocuteur du bien-fondé de son point de vue ? Exposer le résultat d'une recherche avec pertinence ? Rédiger un rapport déterminant pour sa carrière ? Des outils opérationnels sont désormais à votre disposition pour accroître votre efficacité professionnelle.

En dix méthodes clés et six mini-guides, vous apprendrez à :
- prendre des notes, analyser et cibler l'information,
- hiérarchiser, synthétiser et ordonner votre pensée,
- rédiger lettres, notes, comptes rendus, etc.
- présenter un projet,
- mémoriser et construire des supports d'exposé,
- optimiser l'impact d'une réunion.

Dunod, 5 rue Laromiguière, 75005 Paris, Tél. (0) 1 40 46 35 00, Télécopie : (0) 1.40 46 49 95

DICTIONNAIRES

■ Le dictionnaire d'apprentissage du français des affaires (DAFA)

Jean Binon, Serge Verlinde, Jan van Dyck, Ann Bertels
Editions Didier, 710 p., 135 FF, 20,25 €

Dans un article du *Point Commun* d'octobre 1997, Jean Binon présentait " Le dictionnaire d'apprentissage du français des affaires " (DAFA), alors en phase de rédaction. Trois années après, il vient de paraître aux éditions Didier.

Destiné à tous ceux (étudiants, professeurs, professionnels) qui veulent mieux comprendre et maîtriser le français des affaires et de l'économie, le DAFA est le premier dictionnaire complet dans ce domaine qui remplit tout à la fois les fonctions de décodage, d'encodage et d'apprentissage :

- Fonction de *décodage* : les définitions utilisent un vocabulaire et des structures simples pour faciliter la compréhension par un public non francophone ;
- Fonction *d'encodage* : le dictionnaire met l'accent sur l'explication du fonctionnement concret de la langue des affaires et cherche à présenter le vocabulaire et ses combinaisons dans des contextes plus larges ;
- Fonction *d'apprentissage* : il vise à contribuer à l'élargissement et à l'enrichissement du vocabulaire.

Le DAFA, c'est la définition des 3 200 mots du français des affaires les plus fréquents, la description et le classement de 11 000 combinaisons de mots, tirées d'un corpus électronique de 25 millions de mots, la traduction en 5 langues des termes définis et enfin de nombreuses notes d'usage grammaticales, lexicales et socioculturelles.

Comme le souligne Robert Galisson, dans la préface : " Le DAFA échappe à la dérive encyclopédique des dictionnaires de spécialité pour décrire, avec le plus grand soin, l'usage et l'emploi des termes dans le discours en un authentique dictionnaire de langue. "

Editions Didier, 13 rue de l'Odéon, 75006 Paris, Tél. (0) 1 44 41 31 31, Télécopie : (0) 1 44 41 31 48

■ En vrai français dans le texte - Dictionnaire franglais - français

Alfred Gilder
Le Cherche-Midi Editeur, 384 p., 150 FF, 22,87 €

Les Français usent, souvent avec excès, d'anglicismes. Déplorant qu'un "*grand pays, riche, développé et cultivé*" puisse, par cette "entre-langue", appauvrir son vocabulaire au profit d'inutiles doublures, Alfred Gilder, haut fonctionnaire, membre de la commission de terminologie du ministère des finances, a recensé quelque 8 000 vocables franglais et rappelle ou propose, pour chacun d'eux, les mots français correspondants : termes usuels, mots anciens, populaires ou régionaux, mots d'auteur, néologismes,... Au passage, il valorise les mille et une richesses que recèle la langue française.

Le Cherche-Midi Editeur, 23 rue du Cherche-Midi, 75006 Paris, Tél. : (0) 1.42 22 71 20

■ Dictionnaire des affaires

Roumain - français, français - roumain
3e édition, mise à jour 2000,
Maria Dipse, Mayon 2000, 292 p.

Cet ouvrage présente un lexique de spécialité choisi prioritairement dans le domaine de la mercatique.

Des 12 000 entrées du dictionnaire (termes génériques et syntagmes), la plupart se rapportent à des concepts spécifiques du monde commercial, les autres ayant la simple qualité de servir à la communication immédiate.

Editura MAYON, Bucuresti, Roumanie, Tél./fax : +40 (1) 410.24.59

INTERCULTUREL

■ Le management des équipes interculturelles

Sylvie Chevrier
PUF 2000, 214p., 128 FF, 19,51 €

Comment les responsables d'équipes internationales gèrent-ils la diversité des cultures ? Certains négocient des ajustements en maniant l'art subtil de la disposition particulière, par souci de ne pas introduire de traitements différenciés selon les cultures.

Une recherche réalisée auprès de trois équipes européennes montre que ces stratégies affectent le climat de collaboration et l'efficacité des équipes. Selon les cas, les échanges sont conviviaux ou marqués par des rivalités assorties de stéréotypes négatifs ; les délais d'obtention d'accords sont plus ou moins longs et la coordination des actions plus ou moins précise.

Cet ouvrage débouche sur trois approches de la culture qui éclairent chacune une facette de la dynamique des équipes interculturelles de travail. Les pratiques culturelles recouvrent les schémas de conduite appelés à co-exister ou à s'ajuster dans une équipe internationale. La notion de culture instrumentalisée explique, par exemple, la revendication de certains acteurs de recourir au dialecte local afin de défendre leur identité collective. Enfin, les contextes culturels d'interprétation permettent de comprendre pourquoi telle procédure jugée sacrée par les uns est régulièrement détournée sans états d'âme par les autres.

PUF, 108 boulevard Saint-Germain, 75006 Paris

LE MONDE DES AFFAIRES

■ www.capitalisme.fr

Alain Minc,
Grasset, 2000, 248 p., 109 FF, 16,62 €

Pour Alain Minc, la révolution des techniques de l'information ouvre un cycle durable de croissance : elle renouvelle la demande des produits et améliore l'efficacité de l'offre. Nous entrons, grâce au multimédia, dans une ère où le capitalisme "*patrimonial*" - celui des actionnaires - a remporté la victoire. L'argent se gagne plus à la Bourse que dans l'industrie. Au lieu de voir là une injustice ou une catastrophe économique, Alain Minc y discerne un cercle vertueux : l'argent gagné en Bourse est réinvesti dans des start-up qui dégagent de nouveaux profits qui sont eux-mêmes réinvestis.

GRASSET – 61, rue des Saints Pères, 75006 Paris,
Tél. (0) 1.44 39 22 00 – Télécopie : (0) 1.42 22 64 18

■ Le Marché, éloge et réfutations

Alain Chalmin
Economica, 2000, 59 p., 49 FF, 7,47 €

Le premier mérite de l'ouvrage est sa taille (59 pages) et son prix (49 F). Le second, sa clarté. Pierre Chalmin, économiste et historien, se fait ici pédagogue engagé. Pédagogue, car il décrit avec pertinence des mécanismes souvent ignorés. Engagé, car cet économiste est aussi un chrétien qui essaie de concilier sa conviction et sa foi. Sa vision libérale se veut optimiste. Mais l'Etat, loin de s'effacer devant le marché, doit en corriger les excès et lui permettre de bien fonctionner, par exemple en luttant contre les paradis fiscaux.

Economica, 56 place Saint Charles, 75015 Paris,
Tél. (0) 1.45 78 12 92, Télécopie : (0) 1.45 75 05 67

AGENDA

• SEDIFRALE XII
Brésil, Rio de Janeiro, 3 – 7 juin 2001
Le 12e congrès Latino-américain des professeurs et chercheurs de français langue étrangère, qui se tiendra cette année à Rio de Janeiro, aura pour thème: *"Mondialisation et humanisme: les enjeux du français"*.
Les conférences qui animeront ce congrès s'articuleront autour des trois thèmes suivants: Politiques linguistiques, Stratégies didactiques, Discours et Cultures.

Pour tout renseignement:
Sedifrale XII, apferj@maisondefrance.org.br;
site: http://www.sedifralerio.org.br

• 12E ÉDITION EUROPÉENNE DU SALON DE L'EXPORTATION ET DE LA MOBILITÉ INTERNATIONALE
Paris, 7 – 9 mars 2001
Plus de 300 exposants représenteront 80 pays autour d'une double thématique: Commerce internationale (exportation des PME-PMI, importation de produits étrangers, implantation, nouveaux marchés...) et Mobilité internationale (contrats de travail, formation interculturelle, assistance, assurance, retraite...). Des experts et grands acteurs de l'International animeront les différents thèmes de ces trois journées d'information.

Informations pratiques: Lieu: CNIT Paris La Défense, 2 place de la défense, 92053 Paris La Défense.

Moyens d'accès:
Métro: Ligne 1 (Station: Grande arche de La Défense), RER: ligne A (station La Défense).

Jours et horaires d'ouverture:
mercredi 7 mars de 9 h à 19 h, jeudi 8 mars de 9 h à 18 h, vendredi 9 mars de 9 h à 16 h.

• XIXE BIENNALE DE LA LANGUE FRANÇAISE
Hull-Ottawa (Canada), 30 juillet – 2 août 2001
La Biennale de la langue française réunit tous les deux ans professeurs et spécialistes de français souhaitant réfléchir sur l'avenir du français. Cette année, c'est autour du thème "*Jeunesse et langue française*" que se déroulera cette manifestation. Cette rencontre sera précédée d'une enquête effectuée auprès des jeunes au niveau international. Un questionnaire est à la disposition des jeunes sur le site de la Biennale.

Pour tout renseignement:
Biennale de la langue française, 113 rue de Galliéni – 78670 Villennes - sur - Seine

Site Internet:
http://www.francophonie.org/oing/biennal

• ANNÉE EUROPÉENNE DES LANGUES 2001 (AEL)
Le programme international de l'Année européenne des langues 2001 a été organisé par le Conseil de l'Europe et l'Union Européenne avec l'aide de l'Unesco. Parmi les nombreux événements prévus, citons: la conférence de lancement de l'AEL du 18 au 20 février à Lund en Suède, la semaine européenne pour l'apprentissage des langues par les adultes du 5 au 11 mai et la journée européenne des langues le 26 septembre 2001.
Pour obtenir le programme intégral des événements, **consultez le site:** http:/www.eurolang2001.org.

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)*
Comité de rédaction international: Jean BINON (Belgique), Hervé de FONTENAY (Canada), Cécile DESOUTTER (Italie), Claude LE NINAN (France), Steven LOUGHRIN-SACCO (USA), Dominique MARKEY (Belgique), Dario PAGEL (Brésil), Franz SCHNEIDER (Allemagne), Roger THOMET (Suisse)
Édition, diffusion, publicité: *Emmanuel Soyer*
Mise en page (PAO) et impression: *Imprimerie EPL/ESCP-EAP*
Ont collaboré à ce numéro: *Paul Bogaards, Michel Drigues, Yann Dumoulin, Anne Magnant, Jean-Luc Penfornis, Claire Pradier.*
illustrations: *Nicolas Spinga, Manuel Penfornis*

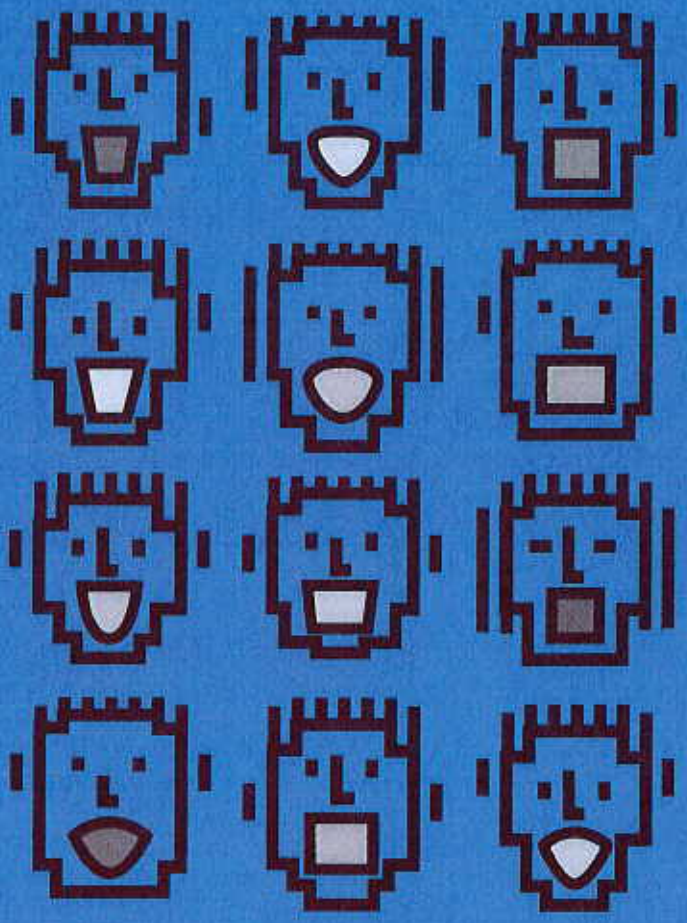
Chambre de Commerce et d'Industrie de Paris
Direction des Relations Internationales/Enseignement
28, rue de l'Abbé Grégoire 75279 Paris Cedex 06
Rédaction: (33-1) 49 54 28 68 - Télécopie: (33-1) 49 54 28 90
Mél: mdanilo@ccip.fr
Édition, diffusion, publicité, abonnements: (33-1) 49 54 28 64
Mél: esoyer@ccip.fr
Dépôt légal: janvier 2001 - N° ISSN 1281-1157

EXPOLANGUES

31 JANV. > 4 FÉV. 2001

LE MONDE DES LANGUES, LES LANGUES DU MONDE

GRANDE HALLE DE LA VILLETTE PARIS



EXPOLANGUES

Année européenne des langues 2001

Faites venir à vous tous les livres en français.

Tous les livres,
même les introuvables,
directement chez vous :
400 000 références de livres neufs,
tous les livres disponibles en France!
Un catalogue unique de 450 000 livres
anciens ou épuisés. Des milliers
de revues et de journaux épuisés.
La recherche gratuite de livres anciens
ou épuisés.

Toute l'actualité du livre francophone,
les sélections thématiques,
la Bibliothèque de la Francophonie...

Chapitre.com est partenaire de l'Alliance Française, de la Fédération Internationale des Professeurs de Français et de l'Union des Français de l'Etranger.

www.chapitre.com
tél : 33 (0)1 55 33 60 60
fax : 33 (0)1 55 33 60 61
e-mail : libraire@chapitre.com

chapitre.com
LIBRAIRE SUR INTERNET