

DANS CE NUMÉRO :

■ **Entretien avec M. Jean-Pierre Van Deth**

Président fondateur d'Expolangues

■ **Dossier pédagogique :**  
**Être secrétaire aujourd'hui**

*par Geneviève Bruneteau*





## ASSOCIATION DES FOYERS DE JEUNES

RECONNUE D'UTILITÉ PUBLIQUE

### FOYER TOLBIAC

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

# LE FOYER TOLBIAC

*reçoit tout au long de l'année :*

- des jeunes filles de 18 à 30 ans -*
- Jeunes travailleuses -*
- Stagiaires -*
- Scolaires en école technique ou professionnelle -*
- Possibilité d'APL (Aide Personnalisée au Logement) -*

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

## *Bienvenue à Strasbourg, capitale européenne*

### Pour étudiants et professionnels

- Séjours de 2, 4, 6, ... 48 semaines
- Langue usuelle et/ou à visée professionnelle

### Pour les professeurs de français

- "Enseigner le Français des Affaires"
- "Enseigner le Français du Tourisme et de l'Hôtellerie"

*Sur demande : documentation complète,  
propositions de stages sur mesure,  
listes de références*

**CONTACTEZ-NOUS**

Membre fondateur de **S O U F F L E**  
GROUPEMENT PROFESSIONNEL DES ORGANISMES  
D'ENSEIGNEMENT DU FRANÇAIS  
LANGUE ÉTRANGÈRE



## **CIEL de STRASBOURG**

*Centre International d'Etude de Langues*  
*Chambre de Commerce et d'Industrie de Strasbourg et du Bas-Rhin*  
*"Le Concorde" - 4 quai Kléber - F-67000 STRASBOURG*  
*Tél. : 33 (0)3 88 22 02 13 - Fax : 33 (0)3 88.75.73.70*  
*Courrier électronique : ciel.francais@strasbourg.cci.fr*

## SOMMAIRE

• <b>L'ÉDITO</b>	3
Évaluons nos atouts communs ! <i>Par Guilhène Maratier-Decléty, Directeur des Relations Internationales de l'Enseignement (CCIP)</i>	
• <b>ENTRETIEN</b>	4
Jean-Pierre Van Deth, Président fondateur d'Expolangues: "Le français est un trésor complet"	
• <b>NOUVELLES DE LA DRI/E</b>	7
• <b>LES PAGES INFO</b>	
La page des affaires	8
La page du tourisme et de l'hôtellerie	9
La page du droit	10
La page des sciences et des techniques	11
• <b>RÉFLEXIONS</b>	12
Un nouveau partenariat <i>Par Hervé de Fontenay</i>	
• <b>DOSSIER PÉDAGOGIQUE</b>	15
<b>Être secrétaire aujourd'hui</b> <i>Par Geneviève Bruneteau</i>	
• <b>TÉMOIGNAGE</b>	27
Enseigner le français des affaires en Pologne <i>Par Bożena Czekanska-Mirek et Małgorzata Zarebska</i>	
• <b>ANNALES</b>	30
<b>Le Certificat de français des professions scientifiques et techniques :</b> l'épreuve d'expression orale <b>Corrigés du dossier</b> "Les acteurs de la vie juridique en activité"	
	32
<b>Le Certificat de français du tourisme et de l'hôtellerie :</b>	
	34
l'épreuve d'expression écrite	
• <b>BRÈVES</b>	36
• <b>NOUVEAUTÉS</b>	37
Un aperçu des dernières parutions	
• <b>L'AGENDA</b>	38
Calendrier des manifestations	

## L'Édito

# Évaluons nos atouts communs !



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

**J**E suis heureuse d'ouvrir avec vous ce quatrième numéro de *Point Commun*. Grâce à vos nombreuses remarques, la revue du français des affaires et des professions s'enrichit progressivement et s'améliore, nous l'espérons, à chaque nouvelle parution.

Dans ce numéro, vous pourrez découvrir un entretien intéressant avec M. Jean-Pierre Van Deth, Président du Salon Expolangues. Outre sa vision de l'enseignement de la langue française, et en particulier du français sur objectifs spécifiques, M. Van Deth nous livre une information exceptionnelle : Expolangues 1999 pourrait être consacré à la promotion de la langue française dans le monde. Une chance formidable de nous retrouver tous réunis l'année prochaine autour des mêmes valeurs et de partager des objectifs communs !

L'actualité récente de la DRI/E, c'est le succès de sa présence à Expolangues 1998, sur un stand partagé avec l'Alliance Française de Paris. Mes collaborateurs et moi-même avons été extrêmement sensibles à l'intérêt que vous portez à l'ensemble de nos actions. J'ai été personnellement heureuse de faire la connaissance de responsables de formations, d'attachés linguistiques et de professeurs de français que leur relatif éloignement géographique ne m'avait pas encore permis de rencontrer.

Le salon Expolangues 1998 a coïncidé également avec le lancement officiel du TEF, un test simple, nouveau et moderne d'évaluation des compétences linguistiques et communicatives en français général des personnes non francophones, dont vous trouverez le détail en page 7. L'un des atouts principaux de ce test réside dans sa souplesse de passation, avec des dates de sessions rapprochées et la possibilité de le passer dans de nombreux centres agréés dans différents pays. Plusieurs centres de langues et institutions, en France et à l'étranger, se sont déjà inscrits pour faire passer les premières sessions de juin.

Je tiens aussi à vous rappeler que se déroulera, à Paris, en juin et juillet prochains, l'Université d'été 1998. Pensez à vous inscrire rapidement en raison de la Coupe du monde de football ! Une formule exceptionnelle d'hébergement vous est proposée cette année.

J'invite enfin tous les enseignants chargés de promouvoir le Certificat de français du secrétariat à lire avec attention le dossier pédagogique "Être secrétaire aujourd'hui" où leur est présentée l'évolution du passionnant mais difficile métier de secrétaire/assistante...

JEAN-PIERRE VAN DETH, PRÉSIDENT FONDATEUR D'EXPOLANGUES  
DIRECTEUR DES ÉTUDES DE L'ENSPTT

## "La langue française est un trésor complet"

*Propos recueillis par Emmanuel Soyer*

■ Pourriez-vous nous tracer, dans les grandes lignes, votre parcours professionnel ?

Si je devais écrire un jour ma biographie, je l'appellerai probablement "mémoire d'un imposteur". Après une formation en philosophie et en théologie, j'espérais pouvoir terminer une thèse sur ces sujets mais il me fallait alors trouver un emploi. Par hasard, je suis entré au Haut Comité de la langue française, et là, tout a basculé. Par formation, je pensais d'abord aux langues dans leur rapport à l'identité et aux mentalités : j'ai pu m'investir ainsi assez facilement dans le dossier de la diversification de l'enseignement des langues en France auquel je crois avoir apporté, huit ans durant, un regard nouveau. De cette réflexion est d'ailleurs née une association, le CIREEL (Centre d'Information et de Recherche pour l'Enseignement et l'Emploi des Langues), désireuse de rassembler des personnes d'horizons divers, des enseignants, des éditeurs, des journalistes, des hommes d'affaires, porteurs chacun d'un point de vue différent. Nous avons ensuite eu envie de communiquer nos idées au grand public.

De là est né le salon Expolangues : c'est la deuxième étape de ma vie. En créant Expolangues, j'ai démissionné du Haut Comité de la Langue Française. Pendant, à nouveau, huit ans environ, je me suis exclusivement consacré à la promotion de l'association et



de ce Salon. Puis, dès que ce dernier a commencé à être vraiment connu, j'ai décidé d'en confier l'organisation à un professionnel. A sa demande, je suis néanmoins resté Président du Salon et je contribue donc encore aujourd'hui à en fixer les principales orientations. Entre-temps, toujours par hasard, j'ai été chargé de l'enseignement des langues et du développement international au sein de l'École nationale supérieure des PTT. Aujourd'hui, je suis Directeur des études de cette école qui forme ce qu'on appelle les administrateurs des PTT, c'est-à-dire les futurs cadres dirigeants de la Poste et des Télécoms. La prochaine étape sera pour moi la retraite.

J'ajouterai que j'ai également été chargé d'une mission par le Premier Ministre pour faire un

point sur les métiers de la traduction et de l'interprétation en France, ce qui a donné lieu à un rapport qui a eu, je crois, une certaine influence dans le milieu de la traduction professionnelle. Lors de ma vie, j'ai eu à travailler avec des professeurs de l'enseignement primaire, secondaire et supérieur, avec des professeurs de français langue étrangère en France ou en Europe, avec des traducteurs, des interprètes de conférences, et enfin avec des professionnels de l'ingénierie linguistique.

Vous voyez donc que, sans être linguiste de formation, je suis devenu par adoption, par conviction. Je suis essentiellement un autodidacte dans ce domaine auquel je crois justement avoir apporté un regard neuf car extérieur, en tentant de nuancer constamment les propos de chacun.

### La langue des affaires est la langue du client

■ Quel avenir entrevoyez-vous aujourd'hui pour l'enseignement du français dans le monde ?

Il est normal qu'une personne dont le métier tourne autour de la pratique ou de l'expertise d'une langue ne puisse pas toujours juger objectivement l'importance de cette langue. Prenons l'exemple d'un professeur de slovaque en France à qui on annoncerait la disparition prochaine de

l'enseignement de cette langue dans notre système éducatif. Il voudra tout faire alors pour "sauver le slovaque". Seule une personne extérieure pourra le freiner et convenir avec lui des meilleurs arguments à développer pour promouvoir le slovaque. J'ai rédigé ainsi à une époque une brochure à l'usage des parents d'élèves, les informant des langues étrangères proposées à l'entrée au collège. Un certain nombre d'options ont alors été prises, comme, par exemple, de classer les langues par famille linguistique et non par ordre alphabétique. En leur accordant aussi la même importance : chacune avait deux pages dans la brochure. J'ai dû me battre avec les inspections générales à ce sujet. J'ai essayé également de démontrer que l'allemand n'était pas une langue aussi difficile que sa réputation d'élitisme pouvait le laisser paraître. Je n'ai malheureusement pas été entendu et, sur la brochure, j'ai dû mentionner la rigueur de la langue allemande, idée suicidaire à mon avis, les parents ne tenant peut-être pas à faire apprendre à leurs enfants "une langue rigoureuse".

Le Haut Comité de la Langue Française m'avait demandé de développer un argumentaire en faveur du plurilinguisme. La réponse qui prévalait alors était d'ordre politique, une réponse cynique et facile à faire qui disait que, étant donné la place de l'anglais comme première langue de communication internationale, on ne sauvera le français qu'en développant l'apprentissage d'au moins deux langues dans les systèmes éducatifs européens. Ce raisonnement se voulait extrêmement simpliste : nos amis hollandais, par exemple, savaient bien que le néerlandais ne serait que rarement la seconde langue choisie. Il me fallait donc défendre le plurilinguisme autrement, en plaidant pour la diversité des approches et l'enrichissement des cultures. Les entreprises l'ont

bien compris : pour elles finalement, la langue des affaires, c'est la langue du client. Les Japonais, hôtes d'honneur d'Expolangues cette année, après avoir longtemps refusé de faire apprendre leur langue à l'étranger, commentent maintenant à souhaiter entretenir des relations en japonais avec leurs partenaires commerciaux. Bien négocier nécessite une certaine connaissance de la culture de son interlocuteur.

### La langue des affaires est aussi la langue du fournisseur

■ **Le français des affaires est-il pour vous l'un des moyens de redynamiser l'enseignement du français ? Que pensez-vous des actions de la CCIP dans ce domaine ?**

L'une des missions principales d'une chambre de commerce, fédératrice du produit d'une région, est bien d'affecter ce produit, cette richesse à l'éducation. Sans entrer forcément en concurrence avec d'autres systèmes établis, l'activité éducative de la CCIP ne doit pas en subir les mêmes contraintes, notamment en terme de lourdeur administrative. Les Grandes Écoles de la CCIP doivent ainsi s'adapter constamment aux contraintes du marché, être toujours à la pointe, afin de ne pas céder à la sclérose toujours possible, toujours menaçante.

Je crois également que l'action de la CCIP à l'étranger est menée de façon très intelligente. Car la langue des affaires est la langue du client et si possible la langue du fournisseur. L'industrie française, pour se développer à l'étranger, a besoin de trouver sur place du personnel local capable de parler français. Même si, cela est vrai aussi, cette action plus qu'essentielle ne peut se révéler rentable qu'à long terme, comme toute action éducative :

mais c'est une mission de service public.

Pour un élu de la CCIP, homme d'affaires, chef d'entreprise, la pratique de la langue française dans le monde est son affaire. Or, quelle pratique y aura-t-il demain s'il n'y avait pas un apprentissage du français avec des objectifs professionnels ? Eh bien, aucun. Je crois qu'il faut être extrêmement clair sur ce point. L'art pour l'art n'existe pas en la matière. Apprendre une langue est toujours un acte difficile et volontaire. Dans les siècles passés, le français était déjà appris pour des raisons très professionnelles, même si c'était le français du notaire ou du compteur de grains. Aujourd'hui, l'apprentissage des langues est sorti de ce privilège accordé à des couches très particulières de la société. Nous nous trouvons dans l'obligation de commercer avec des personnes qui ne parlent pas notre langue, alors que les activités des pays varient énormément. Une langue aura donc plus ou moins de poids spécifique selon son emploi dans tel ou tel domaine. Il y a là, pour une chambre de commerce, un véritable intérêt à faire que le poids spécifique d'une langue soit renforcé sur les marchés qu'elle veut explorer. C'est cette force économique que doivent donc porter les enseignants de français. Bien sûr, cela ne signifie pas l'abandon du français comme langue du luxe, de la haute couture, de la gastronomie... Le professeur de français à l'étranger peut se faire ainsi le représentant de commerce de "la maison Francophonie", s'il sait réactualiser ses connaissances des nombreuses cultures francophones. Il peut enseigner le français d'un point de vue culturel, mais il peut aussi s'intéresser au français de l'énergie atomique : c'est une autre façon de dire les choses.



## Expolangues 99 pourrait inviter la langue française

■ **Expolangues pourrait-il justement aider de façon intéressante la promotion du français ?**

Expolangues a été créé le jour où j'ai été convaincu de la véritable valeur du plurilinguisme, le jour où j'ai eu envie de partager ce sentiment avec d'autres. Cependant, je ne suis pas sûr que la population française dans son ensemble soit prête à réellement défendre la langue française. Expolangues peut faire un effort particulier en ce sens et c'est l'objectif de l'année prochaine où, au lieu d'inviter un pays étranger, j'ai envie d'inviter la langue française, ce qui est un peu paradoxal. Pour une fois, regardons notre langue, posons-nous la question de ce que nous en avons fait, comment la connaissons-nous, comment la traitons-nous, comment en abordons-nous les nouvelles formes ?... Le rapport des Français à leur langue est un grand sujet qui n'a pratiquement pas été traité, si ce n'est en petits comités, dans le cadre du Sénat ou du Collège de France. L'avantage d'Expolangues est de pouvoir toucher l'opinion dans son ensemble à travers son rayonnement médiatique, notamment sur

le plan international ; je partage en effet l'avis que la langue française n'appartient pas seulement à la France, mais également à un grand nombre de pays : chacun à son mot à dire en la matière. D'où la raison d'être de la francophonie que j'aimerais bien voir se développer comme un mouvement de dynamisation de la langue française et non comme un conservatoire de la langue française.

J'aimerais ainsi présenter la langue française dans la variété de ses incarnations culturelles et nationales à travers le monde, avec la présence notamment des Africains. Avec aussi un regard particulier sur le renouveau important de la didactique du français langue étrangère ou même langue maternelle ou seconde. Il y a énormément de méthodes et d'ouvrages disponibles. Ceci doit se faire, bien entendu, sans exclusion des autres langues. Je ne suis pas sûr aujourd'hui que ce projet réussisse. Il me faut obtenir le soutien des institutions officielles.

■ **Quel message souhaiteriez-vous faire passer à tous nos lecteurs, professeurs de français en France et à l'étranger ?**

J'ai envie de leur dire "aimez la langue française" et surtout "croyez en elle". Si les profes-

seurs de français n'ont pas foi en l'avenir de la langue française, qui y croira ? Je leur demande d'y croire non pas contre d'autres langues, mais croire en ce que le français leur a apporté et continue à leur apporter. Le professeur formé à l'enseignement de la littérature française a maintenant la possibilité d'enseigner aussi le français des banlieues ou celui des ingénieurs. Et inversement, l'agent culturel qui a envie de mordre dans la modernité du français doit être assez amoureux et confiant dans la langue française pour avoir envie de présenter aussi la langue de Christian Dior. Ne cassons pas ce qui est un trésor complet. La force même du français est d'être une langue à la fois riche d'une culture millénaire et en perpétuel mouvement.

Pourquoi je crois à la langue française ? Tout simplement parce que je suis né en France : je n'ai donc ni mérite ni raison objective à avancer. Mais si j'avais à vendre la langue française, je la présenterais à l'acheteur éventuel avec toutes ses nombreuses richesses. L'apprentissage du français répond véritablement aux besoins d'un grand nombre de personnes de par le monde : besoins de cultures, de rencontres, d'échanges, de modernité... Aimer le français, c'est affectif, y croire, c'est raisonnable. ■

## Faire des affaires en français

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

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

**HACHETTE**  
*Le Livre*  
Français langue étrangère  
58, rue Jean Bleuzen, 92170 VANVES

Internet : [www.fle.hachette-livre.fr](http://www.fle.hachette-livre.fr)



## Nouvelles de la DRI/E

### ■ Mission à Aoste

Guilhène Maratier-Decléty s'est rendue le 13 février dernier à Aoste pour signer avec M. Dino Vierin, Président de la Junte de la Vallée d'Aoste, la convention de coopération qui autorise l'Institut technico-commercial I. Manzetti à devenir centre d'examens des affaires et des professions de la CCIP pour l'ensemble des institutions de la Vallée d'Aoste.

### ■ Missions de formateurs à l'étranger

Au cours du premier trimestre 1998, les missions suivantes ont été organisées à la demande des Services culturels de l'Ambassade de France des pays respectifs :

- au Paraguay (Asuncion), du 16 au 20 février, sur le thème "Initiation à l'économie et à l'enseignement du français des affaires". Concepteur-animateur : Jean-Luc Penfomis.
- en Argentine (Buenos Aires et Cordoba), du 2 au 6 mars, sur le thème "Initiation et perfectionnement à l'enseignement du français de spécialité : français des affaires, du tourisme et du droit". Concepteur-animateur : Michel Danilo.
- en Autriche (Salzbourg et Graz), du 24 au 27 février, sur le thème "Intégration de l'examen de français du secrétariat dans le cursus de formation des écoles commerciales en Autriche". Concepteur-animateur : Maïté Bagarry.

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

Examens	Épreuves écrites
Certificat pratique de français commercial et économique	4 juin 1998
Diplôme supérieur de français des affaires	5 juin 1998
Certificat de français du secrétariat	16 juin 1998
Certificat de français du tourisme et de l'hôtellerie	16 juin 1998
Certificat de français des professions scientifiques et techniques	16 juin 1998
Certificat de français juridique	16 juin 1998



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

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

Forte d'une expérience et d'une expertise reconnues, tant dans la formation des jeunes que des adultes, la Chambre de Commerce et d'Industrie de Paris lance un test nouveau et moderne d'évaluation des compétences en langue française : le TEF, Test d'Évaluation de Français.

Instrument sans précédent pour **mesurer le niveau de français** des personnes dont la langue maternelle n'est pas le français, le TEF permet aux **étudiants étrangers** de justifier leurs connaissances en langue française pour leurs études dans les pays francophones (Grandes écoles, universités...) ou pour entrer dans la vie professionnelle. Il donne également aux **entreprises** la possibilité de se référer à un test reconnu pour le **recrutement de personnel étranger**.

Le TEF évalue les compétences en communication (compréhension et expression écrites et orales) des candidats et permet une mesure à la fois quantitative et qualitative de leur niveau linguistique. Ni diplôme, ni certificat, le TEF donne lieu à une attestation de niveau de français.

La CCIP a d'abord conçu le TEF comme une réponse adaptée à ses propres besoins pour ses établissements d'enseignement qui accueillent aujourd'hui 20% d'étrangers chaque année. La CCIP propose également ce test d'évaluation aux entreprises pour leur politique de gestion des ressources humaines à l'international.

Aucun diplôme n'est requis pour s'inscrire au TEF. Trois parties sont obligatoires, représentant 150 questions : compréhension orale, compréhension écrite, structure et lexicale. L'ensemble de ces épreuves dure 2h30. Il est possible d'ajouter deux parties optionnelles (expression écrite et expression orale) pour les établissements ou les candidats qui le souhaiteraient.

**Prochaines sessions :** **Samedi 6 juin 1998** à Paris - DRI/E, 28 rue de l'Abbé-Grégoire, Paris 6<sup>e</sup>  
**Samedi 13 juin 1998** en province et à l'étranger

**Prix :** Épreuves obligatoires : 250 FF ; 200 FF par épreuve optionnelle.

*Pour plus d'informations, veuillez vous adresser à :*  
Emmanuel SOYER, tél. 0(0) (33) 1 49 54 28 64



Septième groupe agro-alimentaire mondial, Danone n'a réalisé que 18% de son chiffre d'affaires en dehors de l'Europe occidentale (contre 55% pour Nestlé).

Le groupe français, qui a pris du retard en matière d'internationalisation, veut désormais mettre les bouchées doubles : son objectif, doubler ses ventes à l'international à l'horizon 2000, désormais très proche. Le temps presse, en effet, pour s'assurer des positions fortes sur les marchés émergents, très convoités.

Franck Riboud, le PDG de Danone, explique, dans l'interview accordée à "L'Essentiel du Management", sa stratégie pour accélérer l'internationalisation de son groupe.

## “ Nous concentrons nos efforts sur trois métiers ”

Quinze ans après son entrée dans le groupe Danone, Franck Riboud a succédé l'année dernière à son père, Antoine Riboud, au poste de PDG. Ce jeune dirigeant de quarante-deux ans, diplômé de l'École polytechnique de Lausanne, ne peut compter que sur ses propres compétences pour rester aux commandes. Sa famille ne détient en effet qu'une poignée d'actions du groupe (environ 1%). C'est sur sa capacité à poursuivre la mondialisation de Danone qu'il sera jugé. Sur ce terrain, Franck Riboud ne part pas sans expériences. Il a notamment assuré la direction générale d'Évian, l'une des marques les plus internationales du groupe ; il a également, pendant deux ans, piloté les acquisitions à l'étranger avant d'accéder à la vice-présidence, puis à la présidence. Nous lui avons demandé de nous éclairer sur sa stratégie de conquête des marchés lointains.

**L'Essentiel du Management : Avez-vous décidé de placer votre mandat sous le signe de l'international ?**

**Franck Riboud :** Oui, une de mes priorités est d'accélérer l'internationalisation du grou-

pe engagée au début des années 90. En cinq ans, notre chiffre d'affaires hors d'Europe occidentale est passé de 4 à 15 milliards de francs. Nous visons 30 milliards à l'horizon 2000. Mais ce

processus ne remet pas en cause la consolidation de nos positions en Europe. On ne peut pas se permettre de laisser de côté une zone qui représente encore plus de 80% de nos débouchés et, à terme, au moins 60%.

**L'EDM : En dehors de l'Europe occidentale, quels sont les pays et les zones prioritaires pour le groupe Danone ?**

**F. R. :** Les pays émergents sont évidemment des relais de croissance. Les zones que nous privilégions sont l'Europe centrale – principa-



Franck Riboud, PDG de Danone.

lement la Hongrie, la Pologne et la Tchéquie –, l'Amérique latine et l'Asie – notamment la Chine, l'Indonésie, l'Inde et la Malaisie.

**L'EDM : Quelles sont les raisons qui vous poussent à interna-**

**tionaliser tel produit plutôt que tel autre ?**

**F. R. :** Au départ, notre constat est simple : nous ne pouvons pas internationaliser tous nos produits. Nous avons choisi de concentrer nos efforts dans les trois métiers sur lesquels nous sommes déjà leader sur le plan mondial : les produits laitiers et les biscuits, où nous sommes numéro un, et les eaux minérales, où nous occupons la deuxième position avec Évian, qui est, selon moi, la plus belle marque d'eau minérale d'eau plate du monde !

**L'EDM : Pensez-vous que toutes vos marques ont vocation à exister à l'international ?**

**F. R. :** Tout d'abord, nous développons la marque Danone au niveau international. Nous avons donc lancé des biscuits Danone en Asie et dans les pays de l'Est, ou encore de l'eau Dannon aux États-Unis (NDLR : Danone s'écrit ainsi Outre-Atlantique pour permettre une prononciation à la française). Ces produits ont bénéficié de la notoriété et de l'image de la marque Danone liée aux produits frais. De la même manière, nous allons produire et commercialiser en partenariat avec Coca-Cola des jus de fruits réfrigérés Minute Maid Danone.

**L'EDM : Jus de fruits, biscuits, eau... la liste des produits vendus sous la marque Danone s'allonge. Jusqu'où comptez-vous aller ?**

**F. R. :** Pour l'instant, nous réalisons 23 milliards de francs de chiffre d'affaires dans le monde entier derrière cette marque. Notre objectif est d'atteindre, en l'an 2000, 30 à 40 milliards de francs.

(L'Essentiel du Management, avril 1997)





## LA POLYNÉSIE / GUIDE PRATIQUE

### ► Capitale

Papeete.

### ► Géographie

A mi-chemin entre la Californie et l'Australie, la Polynésie s'étend sur une surface équivalente à celle de l'Europe. Elle comprend 118 îles, réparties en cinq archipels : au nord, les Marquises ; au centre, les îles de la Société (îles du Vent et îles sous le Vent), les Tuamotu et les Gambier ; au sud, les Australes. Les terres émergées, d'origine volcanique ou corallienne, représentent environ 4 000 km<sup>2</sup>.

### ► Population

Le recensement effectué en 1996 a dénombré près de 220 000 habitants, dont 74 % vivent aux îles du Vent (Tahiti et Moorea). 70 % sont de souche polynésienne, on compte 12 % d'Européens, un peu plus de 4 % d'Asiatiques et 15 % de métis.

### ► Langues

Le français et le tahitien sont les langues officielles.

### ► Formalités

Un passeport en cours de validité est exigé.

### ► Climat

De type tropical. La température est constante presque toute l'année et oscille entre 24 et 27°. On distingue deux saisons : la saison fraîche d'avril à octobre et la saison des pluies, très sensible sur les îles montagneuses, de novembre à mars.

### ► Monnaie

La monnaie locale est le Franc Pacifique (CFP). Les cartes de crédit internationales sont acceptées partout. Guichets automatiques à Papeete et dans certaines îles. Les banques sont ouvertes de 8 h à 15 h 30 du lundi au vendredi.

### ► Décalage horaire

La Polynésie est en retard de 11 heures en hiver et de 12 heures en été par rapport à Paris. Lorsqu'il est midi à Tahiti, il est minuit à Paris en heure d'été.

### ► Déplacement

Les routes sont bien entretenues sur l'île de Tahiti et l'île de Moorea, mais ce n'est pas le cas sur les autres îles. Il est préférable de louer un 4x4 sur les îles montagneuses. Le "truck" – autobus dont la carrosserie en bois est peinte de couleurs vives – reste le moyen le plus pittoresque et le plus agréable de découvrir les îles. Dans certaines îles basses, constituées d'une série d'îlots, seul le bateau est praticable.



### ► Jours fériés et fêtes

Outre les 5 mars et 26 juin, les Polynésiens célèbrent toutes les grandes fêtes chrétiennes de la métropole. Les fêtes occupent de nombreux week-ends à Papeete ou Moorea : floralies, journée des perles noires, festival de la ville, fêtes agricoles, etc. La plus importante est celle du heiva en juillet, qui dure trois semaines. Au programme : courses de pirogues, lancers de javelots, levers de pierres, danses et chants traditionnels.

### ► Cuisine

La cuisine est en général à base de poissons. Les poissons les plus répandus sont le thon, le poisson-perroquet, l'espadon et le mahi-mahi (sorte de daurade). L'exquise salade tahitienne est préparée avec du poisson cru coupé en dés, des tomates, du concombre et des oignons. Le tout arrosé de jus de citron et de lait de coco. Les hôtels organisent au moins une fois par semaine un "tamaraa", grand repas traditionnel dont les mets sont cuits à l'étouffée pendant plusieurs heures, dans un four creusé à même la terre.

Les poissons les plus répandus sont le thon, le poisson-perroquet, l'espadon et le mahi-mahi (sorte de daurade). L'exquise salade tahitienne est préparée avec du poisson cru coupé en dés, des tomates, du concombre et des oignons. Le tout arrosé de jus de citron et de lait de coco. Les hôtels organisent au moins une fois par semaine un "tamaraa", grand repas traditionnel dont les mets sont cuits à l'étouffée pendant plusieurs heures, dans un four creusé à même la terre.

### ► Santé

Aucun vaccin n'est exigé et les conditions sanitaires sont bonnes. Le produit antimoustique est conseillé et les sandales en plastique sont nécessaires pour éviter les éraflures des coraux et les piquants venimeux du poisson-pierre.

### ► Achats

Bijoux en perles noires, bijoux et objets en nacre, paréos, produits de beauté naturels à base de monoï. Il est également possible d'acheter des boutons de tiaré en paquets emballés à l'aéroport, des vanneries ou des sculptures en bois.

### ► Adresses

- Maison de Tahiti : 28, boulevard Saint-Germain, 75005 Paris
- Internet : <http://www.tahiti-tourisme.com>
- Office du tourisme : Fare Manihini, B.P.1710, 98713 Papeete  
(D'après Tour Hebdo n° 828)

#### POUR CONVAINCRE VOTRE CLIENT...

**Un voyage exceptionnel** : pour la chaleur de l'accueil, les paysages somptueux, la variété des îles, l'authentique dépaysement. Avec ses centaines de lagons, la Polynésie est parfaitement adaptée à la croisière.

**La découverte sous-marine** : il n'est pas besoin d'être expert en plongée sous-marine pour admirer la faune. Avec un masque et un tuba, le spectacle est saisissant de beauté.



## LE COURRIER DES LECTEURS

### ■ Démarchage à domicile

"Un vendeur de linge de maison s'est présenté à mon domicile et je lui ai passé commande. Or, après avoir réfléchi, je m'aperçois que je n'avais pas vraiment besoin de ces articles. M'est-il possible d'annuler la commande ?" Mme L. (Tourcoing)

Le démarchage à domicile est strictement réglementé. Au moment de la conclusion du contrat, le vendeur doit en remettre un exemplaire à l'acheteur. Ce contrat doit comporter toutes indications utiles sur la



marchandise, les coordonnées du démarcheur et du vendeur, les délais de livraison, les modalités de paiement. Il doit être accompagné d'un formulaire détachable qui prévoit une possibilité de renonciation. S'il renonce à son achat, le client doit renvoyer ce formulaire par lettre recommandée avec accusé de réception dans les sept jours (jours fériés compris) suivant la commande. Celle-ci est alors annulée de plein droit. Ainsi, vous pouvez revenir sur votre achat à deux conditions : lorsque les formalités réglementaires n'ont pas été respectées, ou quand un délai de sept jours ne s'est pas déjà écoulé depuis la passation de la commande.

### ■ La surveillance des salariés est-elle légale ?

L'ordinateur est un instrument de surveillance idéal : il enregistre les horaires auxquels on l'allume et on l'éteint, observe les "temps d'inactivité" du salarié qui le manipule, enregistre toutes les opérations qu'il effectue...

Les badges dernier cri permettent de localiser et de dater les déplacements des salariés dans l'entreprise : les entrées-sorties, mais aussi, le cas échéant, les déplacements vers les toilettes, le local syndical, la machine à café...

L'évolution technologique offre de nos jours aux responsables des entreprises des outils de surveillance de plus en plus nombreux et surtout de plus en plus sophistiqués et performants. Mais leur utilisation est-elle légale ?

Elle n'est pas interdite, à condition de respecter trois règles :

- les salariés concernés doivent être avertis, avant leur mise en place, des techniques permettant de contrôler leur activité ;
- les moyens mis en œuvre doivent être justifiés, c'est-à-dire être "proportionnels" au but recherché : formation, sécurité, lutte contre le vol...

- tout traitement automatisé de données nominatives doit être déclaré à la Commission nationale de l'informatique et des libertés, qui émet, le cas échéant, un avis sur ses conditions d'utilisation.

### ■ Quelles différences entre soldes et promotions ?

Les soldes doivent permettre au commerçant de vendre des articles neufs ou d'occasion, déjà proposés à la vente et disponibles en stock. Un arrêté de l'administration fixe, chaque année, la date de début des soldes et leur durée (en France, six semaines par an).

#### Un étiquetage précis

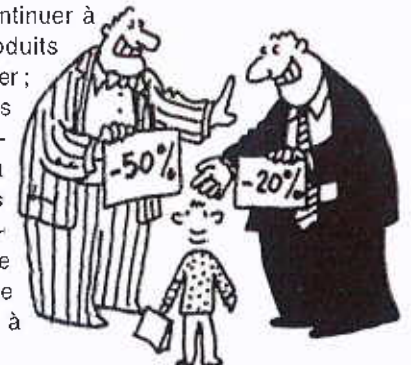
Pour éviter tout abus, sur l'étiquette de chaque produit soldé, doivent apparaître l'ancien prix barré – ou prix de référence – et le nouveau.

#### Et les promotions ?

A l'inverse des soldes, les promotions ou "offres promotionnelles" peuvent être organisées à n'importe quel moment de l'année, mais avec plusieurs contraintes pour le commerçant :

- indiquer la durée de l'opération (date de début, date de fin) ;
- afficher sur l'étiquette le prix initial barré et le prix après ristourne ;
- proposer à la vente un nombre suffisant d'articles en promotion, en rapport avec la publicité effectuée. Les produits doivent être disponibles dans l'immédiat ;
- assurer le réapprovisionnement des articles et, à l'issue de la promotion, continuer à vendre ces produits sans les démarquer ;

Les produits soldés peuvent être vendus en dessous du prix de revient. Les promotions ne peuvent jamais être proposées sous le seuil de revente à perte.



## LA JUSTICE FRANÇAISE EN CHIFFRES

- 58 361 agents dont :
    - 6 029 magistrats
    - 7 762 greffiers
  - 16 millions de décisions de justice :
    - 1 977 905 en matière civile
    - 13 980 445 en matière pénale
  - Juridictions judiciaires :
    - 1 Cour de Cassation
    - 35 Cours d'appel
    - 181 tribunaux de grande instance
    - 473 tribunaux d'instance
    - 270 conseils de prud'hommes
    - 227 tribunaux de commerce
  - Juridictions administratives :
    - 1 Conseil d'État
    - 5 Cours administratives d'appel
    - 33 tribunaux administratifs
- (Source : ministère de la Justice, 1997)



## LA PAGE DES SCIENCES ET TECHNIQUES

- Pour utiliser l'article "Du rifici dans nos assiettes" (Eurêka, mars 1997), voici quelques pistes d'exploitation pédagogique :
- retrouver les questions à partir du texte ;
  - reformuler les réponses des personnes sondées ;
  - comparer l'alimentation d'hier et d'aujourd'hui, en France et dans votre pays ;
  - exprimer des données chiffrées et les interpréter ;
  - concevoir un questionnaire d'enquête sur les applications de la recherche génétique ;
  - organiser un débat sur ce thème ;
  - rédiger un article de présentation du sondage.



**Les Français** sont sévères et inquiets pour leur assiette, mais indulgents avec les agriculteurs. C'est ce que révèle notre sondage Sofrès-Eurêka.

**A**u mieux, les aliments ne sont pas meilleurs qu'il y a dix ans, au pire ils sont moins bons ! Les Françaises sont les plus sévères, puisqu'elles sont 45 % à penser que depuis dix ans les aliments sont moins bons (contre 39 % des hommes). 66 % des personnes interrogées sont inquiètes des aliments modifiés génétiquement qu'on leur prépare, les hommes ne se montrant ici guère plus rassurés que les femmes. A tel point que 40 % des sondés proposent de faire une pause ou même "marche arrière" (15 %) sur la recherche en génétique appliquée aux animaux. Les effets de la génétique appliquée aux plantes sont moins redoutés, une large majorité estimant qu'il faut poursuivre les recherches dans ce domaine. Bêtes ou légumes, les deux pourtant finiront sur les rayons d'alimentation. Mais l'affaire récente de l'encephalite spongiforme bovine semble avoir créé une certaine confusion, entretenue d'ailleurs par les médias, entre vache folle et "soja fou".

En revanche, les contraintes économiques de compétitivité n'échappent à personne. Seules 30 % des personnes interrogées estiment que les agriculteurs abusent des engrais chimiques et des produits de synthèse pour les animaux, contre 60 % qui pensent qu'ils y sont contraints. Ce sont les fournisseurs de produits alimentaires qui ont le plus de souci à se faire. Car si la qualité de leur produit est ici fortement mise en doute, les Français ne sont pas prêts à payer plus cher une alimentation moins industrielle : l'agriculture "biologique" ne représente que 0,3 % de la consommation alimentaire. Le prix n'est pas le seul obstacle. Bien souvent sur les rayons, les fruits et légumes ne trouvent preneur que s'ils sont "bien cirés". La satisfaction du consommateur devient un vrai casse-tête. ● Marina Julienne



**"LES RÉSULTATS DÉTAILLÉS DU SONDAGE SUR LES FRANÇAIS ET L'AGRICULTURE" POUR**

RECEVOIR CE DOCUMENT PAR FAX (IMMÉDIATEMENT) OU PAR COURRIER (SDUS 8 JOURS), IL VOUS SUFFIT DE NOUS LAISSER VOS COORDONNÉES SUR MINUTEL. 36-17 EKÀ (5,59 FRANCS LA MINUTE)

# Du rifici dans nos assiettes

**1** Selon vous, les produits alimentaires que nous mangions aujourd'hui sont :

Meilleurs pour la santé ..... 13 %  
qu'il y a 10 ans

Moins bons pour la santé .... 42 %  
qu'il y a 10 ans

Pareils qu'il y a 10 ans, ..... 43 %  
ni meilleurs ni moins bons

Ne sait pas ..... 2 %



Produits "bio", un marché parallèle.

**3** Dans les domaines suivants, avez-vous le sentiment que la recherche scientifique et technique doit aller de l'avant, faire une pause, ou faire marche arrière ?

**La génétique appliquée aux plantes :**

Aller de l'avant ..... 60 %

Faire une pause ..... 30 %

Faire marche arrière ..... 7 %

Ne sait pas ..... 3 %

**La génétique appliquée aux animaux :**

Aller de l'avant ..... 43 %

Faire une pause ..... 39 %

Faire marche arrière ..... 15 %

Ne sait pas ..... 3 %

**2** Aujourd'hui, un certain nombre d'aliments font l'objet de modification génétique. Avec laquelle de ces opinions êtes-vous le plus d'accord :

Cela m'inquiète ..... 66 %  
car on ne sait pas  
quelles seront les conséquences

Cela ne m'inquiète pas ..... 32 %  
car de cette façon  
on a des produits dont  
la qualité est contrôlée

Ne sait pas ..... 2 %

**4** Parmi les opinions suivantes, quelle est celle qui resume le mieux selon vous la situation actuelle des agriculteurs ?

Les agriculteurs ..... 29 %  
abusent des engrais chimiques  
et des produits de synthèse  
pour les animaux afin d'augmenter  
toujours plus la production

Les agriculteurs limitent ..... 8 %  
les engrais chimiques et les produits  
de synthèse pour les animaux afin de  
préserver la qualité de la production

Les agriculteurs ..... 60 %  
ne font que se soumettre  
aux contraintes que leur imposent  
les marchés français et européens

Ne sait pas ..... 3 %

Les questions 1, 2 et 4 sont issues d'un sondage Sofrès-Eurêka, réalisé le 13 décembre 1996 auprès de 1 061 individus. La question 3 est issue d'une enquête Louis-Harris du secrétariat d'Etat à la Recherche sur "Les Français et la science" réalisée les 18 et 19 septembre 1996 auprès de 1 003 personnes âgées de 18 ans et plus.

eurêka mars 1997 n° 17

LE FRANÇAIS DES AFFAIRES ET DES PROFESSIONS  
À L'HEURE DE LA MONDIALISATION

# Un nouveau partenariat

Hervé de Fontenay, Université McGill (Montréal)

LES étudiants américains qui apprennent le français sont exposés à un matériel pédagogique français qui présente la langue dans le contexte socio-culturel de la France. Une étude de douze méthodes de FLE, largement utilisées aux États-Unis, montre que ces méthodes ne consacrent, en moyenne, pas plus de 5% de leur contenu à d'autres pays ou régions du monde où le français a une place prédominante :

*"De telles méthodes ignorent dans une large mesure la diversité culturelle et les contributions linguistiques des 42 pays ou régions qui s'enorgueillissent d'avoir le français comme première, deuxième ou troisième langue. D'un point de vue socio-linguistique, il est indéfendable de se concentrer sur une seule zone géographique et d'ignorer dans les faits le reste du monde francophone.<sup>1</sup>"*

Ce qui est vrai pour le français "général" l'est encore davantage pour le français de spécialité. Le cas du Québec est probant. La province, qui entretient avec les États-Unis des échanges économiques plus importants que la France, est absente des contenus de cours de français de spécialité. Cette situation n'aide en rien la cause du français. En effet, certaines conditions sont nécessaires pour qu'une langue maintienne son statut de langue internationale. Le français dispose d'un puissant moyen, la francophonie, que malheureusement trop de francophones sous-estiment ou négligent. En favorisant les partenariats et la mise en

commun des ressources, la francophonie permet de multiplier l'impact de nos actions éducatives. Le projet d'un examen de français des affaires et des professions conjoint entre la France et le Québec répond à cette logique et illustre la voie à suivre pour que le français conserve son statut de langue internationale.

## La situation du français de spécialité

Nul besoin de consulter de grandes études statistiques pour constater la régression du français sur la scène internationale. Les faits parlent d'eux-mêmes<sup>2</sup> et nombreux sont ceux qui ont lancé des mises en garde. Ici même, en Amérique du Nord, des experts ont récemment lancé un avertissement : "À moins de prendre très vite les mesures nécessaires pour inscrire le français dans la mondialisation, la francophonie est appelée à perdre toute chance de se maintenir durablement."<sup>3</sup> Aux États-Unis, les classes de français de spécialité ont été une tentative de réponse à la baisse des inscriptions. Mais les stéréotypes ont la vie dure et n'aident en rien le français des affaires : d'une part, le français est parfois considéré comme "la langue de l'élite, réservée aux bons étudiants et aux bonnes écoles, prisonnière d'une image de perfectionnisme" ; d'autre part, le monde du commerce et des affaires en France est dans certains cas perçu par les Américains comme "inefficace, non compétitif et sans talent pour le marketing".<sup>4</sup>

Ces stéréotypes, qui visent d'abord la France, auraient moins de prise sur l'image de la langue française si celle-ci était davantage associée à la francophonie. Comme la finalité détermine les contenus, il est logique que le matériel pédagogique du français de spécialité transmette cette vision que le français, langue du commerce et du travail, se vit et se définit essentiellement en France. La majorité des professeurs reconnaissent cette lacune tout en faisant valoir du même souffle que les programmes sont trop chargés pour y ajouter un contenu supplémentaire. On invoque aussi le manque de connaissances de la réalité socio-économique des autres pays francophones. En fait, on aurait tort de surestimer les connaissances requises pour présenter certains aspects linguistiques, socio-économiques et culturels d'un autre pays francophone. Le problème vient plutôt d'un manque fla-

<sup>1</sup> Joseph A. Wiczorek, 1994, "The Concept of French" in *Foreign Language Texts, Foreign Language Annals*, vol. 27, n° 4, p. 487.

<sup>2</sup> Élimination du français comme langue obligatoire dans de nombreux pays, dans la formation des diplomates, baisse des inscriptions dans les écoles de FLE. Aux États-Unis, la baisse est plus spectaculaire qu'ailleurs. Entre 1990 et 1995, les inscriptions en français ont baissé de 24,6% (+35,8% en chinois et +13,5% en espagnol).

<sup>3</sup> Daniel Latouche, 1997, "Des séminaires régionaux aux Assises", *Le français à l'université, Bulletin des départements de français dans le monde*, AUFELF-UREF, n° 7.

<sup>4</sup> Irene Finel-Honigman, 1997, "Perspectives - Le français des affaires : At the crossroads of US/EU trade and language policies", *Journal of Language for International Business*, vol. 8, n° 1, p. 79 et 86.

grant de matériel et de support pédagogiques et d'une attitude basée sur des "pratiques" établies.

## Français hexagonal ou français international ?

La vitalité du français comme langue internationale et la perception que l'on peut en avoir dépendent plus que jamais d'une prise de conscience des francophones vis-à-vis de leur langue et du rôle que peut jouer la francophonie<sup>5</sup>. Le morcellement des communautés francophones, le fait que la France est le *seul* pays dont le français est la *seule* langue nationale, ou encore la difficulté que les Français éprouvent à accueillir, sur le plan linguistique, culturel et socio-économique, une réalité francophone plurielle ne justifient pas que l'on sous-estime le poids politico-économique et le dynamisme potentiel de la francophonie. Quant à la perception qu'on peut avoir du français comme langue internationale, on sait le rôle crucial que jouent les professeurs de français. Il revient par exemple aux professeurs de français de spécialité de présenter un portrait plus juste des réalités socio-économiques reliées à l'usage du français. Prenons le cas du Québec. Les étudiants américains ne devraient-ils pas savoir que le Québec à lui seul entretient avec les États-Unis des échanges économiques plus importants que la France ? Ne devraient-ils pas connaître l'Office de la langue française ? Ne devrait-on pas leur montrer l'évolution de la langue et des attitudes que reflète par exemple la féminisation des titres et des fonctions dont l'implantation n'est plus au Québec sujet à débat comme c'est le cas en France ?

La situation actuelle n'est pas seulement regrettable pour les pays francophones, elle l'est aussi pour le français. Ne pas accor-

der suffisamment de place à la réalité socio-économique de la francophonie, ou en traiter négligemment, c'est laisser les étudiants, souvent peu sensibilisés aux réalités internationales, conclure que la présence du français dans le monde est une réalité historique plutôt que contemporaine. C'est renforcer encore davantage la perception selon laquelle le français est une langue difficile, élitiste, normative, vivant mal son évolution parce qu'ancrée dans un seul contexte culturel. D'après Yves Berger, président de l'Observatoire de la langue française, ces perceptions ne sont pas sans fondement :

*"Quelque chose m'inquiète dans la langue française, aussi fort que je l'aime. Elle est faite de telle façon qu'elle repousse, sans le vouloir il va sans dire, les richesses qui pourraient lui venir des langues francophones. Je relisais un petit livre important qui s'appelle Les mots de la francophonie, un dictionnaire, où des mots du Togo, du Québec, de pleins d'autres pays de la francophonie sont rassemblés. Je n'ai pas trouvé un mot sur dix qui ait pénétré le vocabulaire français. Ça, c'est grave. La langue française manque de souplesse et ça, c'est alarmant."*

Trop d'auteurs, d'éditeurs, de professeurs traitent la francophonie comme un supplément "couleur locale". C'est une erreur stratégique. La question n'est pas de savoir si la francophonie existe, mais de décider si on veut qu'elle survive et qu'elle occupe la place qui lui revient.

## Liens entre langue et culture dans le commerce international

Si la France et le Québec partagent le français, cela ne veut pas dire qu'ils partagent la même langue ni la même culture. En Europe, une étude d'IBM<sup>7</sup> a montré

que les Flamands s'identifiaient culturellement plus à la France qu'aux Pays-Bas, même si leur langue est très proche du néerlandais. La situation est du même ordre pour les Québécois qui partagent culturellement autant, sinon plus, avec les États-Unis qu'avec la France. La façon de faire des affaires au Québec est fort différente de celle qui prévaut Outre-Atlantique. Cette différence culturelle est liée à des différences linguistiques qui devraient être perçues comme la preuve de la capacité d'adaptation du français, de la confiance des francophones en leur propre langue et comme la marque d'une langue internationale. Malheureusement, les francophones, au premier chef les élites françaises, ont du mal à reconnaître leur appartenance à une culture francophone globale. Les écarts linguistiques, par exemple, que ce soit au niveau de l'accent, de l'intonation, du lexique et de la syntaxe, passent mal en France. Dans les milieux de travail, ils sont souvent rejetés au point où il arrive qu'à l'étranger des Français s'adressent à d'autres francophones en anglais<sup>8</sup>. Le français est une langue partagée par plusieurs cultures distinctes. Toutefois, la culture dominante, qui se sent dépositaire de la langue, accepte difficilement de la partager et tolère mal les écarts.



<sup>5</sup> Charles Durand, 1997. *La langue française : atout ou obstacle ?* Toulouse, Presses Universitaires du Mirail, p. 425.

<sup>6</sup> Denyse Therrien, "État d'urgence. Entretien avec Yves Berger", *Infolangue, revue d'information sur la langue française de l'Office de la langue française*, Les publications du Québec, vol. 1, n° 3 (été 1997), p. 24.

<sup>7</sup> Brian Bloh, 1996, "The Language Culture in International Business", *Foreign Language Annals*, vol. 29, n°1, p. 34.

<sup>8</sup> Charles Durand, op. cit. Lire le chapitre intitulé "Un espéranglais pour les sciences".

### Le projet "Le français en affaires"

Le cadre général du projet *Le français en affaires* a été défini dans le protocole d'entente signé à Paris, en septembre 1997, entre la Chambre de commerce et d'industrie de Paris et la Chambre de commerce du Québec. Cette dernière agit comme partenaire-hôte au sein d'un *Comité directeur*<sup>9</sup> qui, du côté québécois, a la responsabilité du projet. Les principaux objectifs définis dans ce protocole sont les suivants :

1. développer avec la CCIP un nouvel examen nord-américain qui sera "labélisé" conjointement par la CCIP et la CCQ.
2. diffuser sur un site Internet un matériel pédagogique sur le français de spécialité et sur la réalité socio-économique du Québec et de la francophonie nord-américaine.
3. encourager les entreprises québécoises à offrir des stages aux étudiants américains et étrangers qui étudient le commerce international.
4. développer des partenariats à l'échelle nationale et internationale dans le but de promouvoir le français des affaires et de faire connaître la réalité socio-économique du Québec à l'étranger.

Le lancement d'un nouvel examen est évidemment lié à la création et à la diffusion préalable d'un matériel pédagogique qui réponde aux attentes des professeurs. L'équipe québécoise a trouvé un financement pour la première phase du projet qui mènera au lancement, en juin, d'un site provisoire appelé "Le français en affaires". La deuxième phase du projet permettra de lancer un site de référence beaucoup plus complet et de diffuser un matériel pédagogique ciblé offrant de riches possibilités d'exploitation. Quant à l'examen lui-même, il s'agit de voir, entre

autres, s'il y a moyen de servir une clientèle américaine et canadienne dont le niveau en français est probablement inférieur au niveau requis pour les examens actuels. C'est également l'occasion de revoir certains principes pédagogiques à la base des examens actuels. Comment revaloriser l'oral et mettre l'accent sur une compétence plus fonctionnelle? Ces questions en amènent d'autres : le taux d'échec élevé dans les centres américains est-il relié au format même des examens qui ne correspondent guère aux pratiques d'évaluation nord-américaines? Ce taux d'échec a-t-il contribué à la baisse des inscriptions aux États-Unis? Les certifications de la CCIP sont-elles touchées par l'implantation du DELF et du DALF, même si l'objectif de ces dernières certifications est différent? Devrait-il y avoir des passerelles entre ces deux certifications? Pourquoi ne pas concevoir un examen "à paliers", couvrant plusieurs niveaux de compétence? Cela diminuerait le taux d'échec et attirerait des étudiants de niveau intermédiaire qui estiment les examens actuels hors de leur portée. Une réussite à un premier degré encouragerait certains à poursuivre leurs études et à viser le niveau supérieur. Pour trouver les bonnes réponses à ces questions, il faut garder en vue certains objectifs généraux :

- mieux répondre aux attentes des étudiants et des employeurs ;
- attirer de nouveaux étudiants et diminuer le taux d'échec ;
- sensibiliser les étudiants aux réalités socio-économiques de la France, du Québec et de la francophonie.

### Conclusion

La situation du français dans le monde nous oblige, pour la première fois sans doute, à cesser de prendre pour acquis sa force d'attraction et sa pérennité

comme langue internationale. La place d'une langue, rappelle Charles Durand, n'est pas le fruit d'"événements fortuits et aléatoires", mais dépend en grande partie d'actions concertées de ceux qui la parlent. Le français attend de ses locuteurs qu'ils identifient les facteurs internes à son recul et qu'ils agissent. Quand on regarde objectivement les moyens d'action à notre disposition, il n'y a pas lieu d'être pessimiste : ils sont multiples. Aux États-Unis, un enseignement du français des affaires et des professions plus ouvert sur la francophonie, et particulièrement sur le Québec, atténuerait les effets de certains stéréotypes et refléterait une image plus internationale de la réalité francophone. Cette action est particulièrement importante, alors que sont engagées les négociations pour un marché des Amériques unique, beaucoup plus considérable donc que celui de l'ALENA<sup>10</sup>. Un marché où le français, malgré son faible poids démographique, a une place. Les projets comme celui-ci sont porteurs et ouvrent la voie à des partenariats encore plus ambitieux entre les communautés francophones. C'est ainsi que, sans nul doute, le français s'inscrira véritablement dans la mondialisation. ■

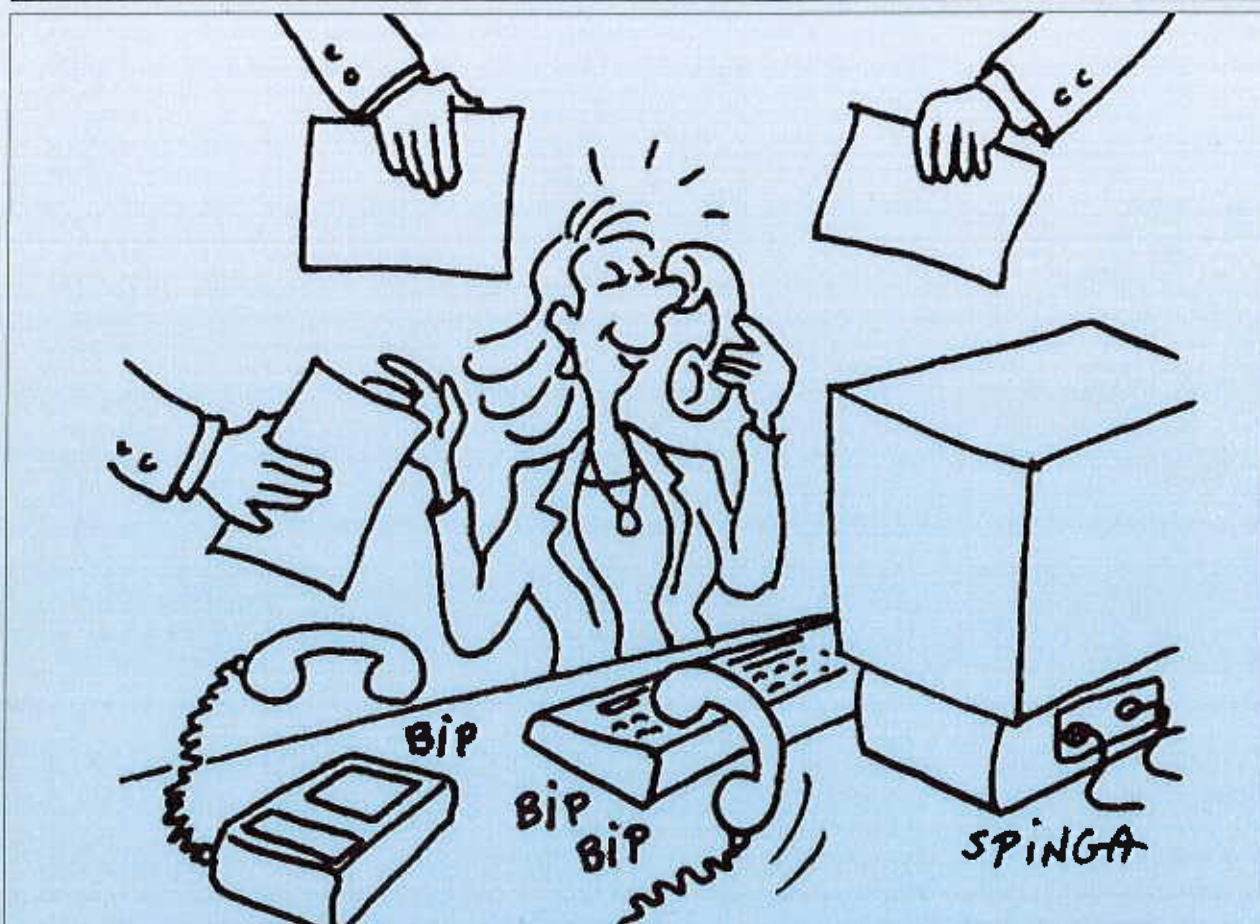
Hervé de Fontenay

*N.B. Cet article est tiré d'un autre article du même auteur, "Le français des affaires ou des professions : langue "hexagonale" ou "internationale" ?", dans Making Business French Work: Models, Materials, Methodologies, vol. 2, sous la direction de Steven J. Loughrin-Sacco et Jayne Abrate, San Diego State University Press, 275 p.*

<sup>9</sup> Le Comité directeur comprend un représentant de chacun des établissements ou organismes suivants : l'Université McGill, l'Université du Québec à Chicoutimi, la Chambre de commerce du Québec, la Chambre de commerce du Montréal métropolitain, la Chambre de commerce du Saguenay-Lac-Saint-Jean.

<sup>10</sup> Association de libre-échange nord-américaine.

## Dossier pédagogique



# Être secrétaire aujourd'hui

par Geneviève BRUNETEAU

## OBJECTIFS

- **Linguistiques :**
  - Connaître le vocabulaire du secrétariat.
  - Pouvoir décrire le travail d'une secrétaire, les tâches, les procédures, le matériel.
- **Thématiques :**
  - Faire découvrir le vécu quotidien d'une secrétaire, notamment les activités liées à l'information, la communication, l'organisation.
- **Professionnels :**
  - Rechercher, sélectionner, ordonner, mettre en forme des informations.
  - Concevoir et rédiger des messages, notes, lettres, adaptés aux situations professionnelles.
  - Manipuler et classer des documents.
  - Gérer efficacement son temps.

## PUBLIC

- Étudiants se préparant aux métiers du secrétariat.
- Professionnels étrangers qui souhaitent transférer leurs connaissances en français.
- Candidats au Certificat de français du secrétariat de la CCIP.

## NIVEAU

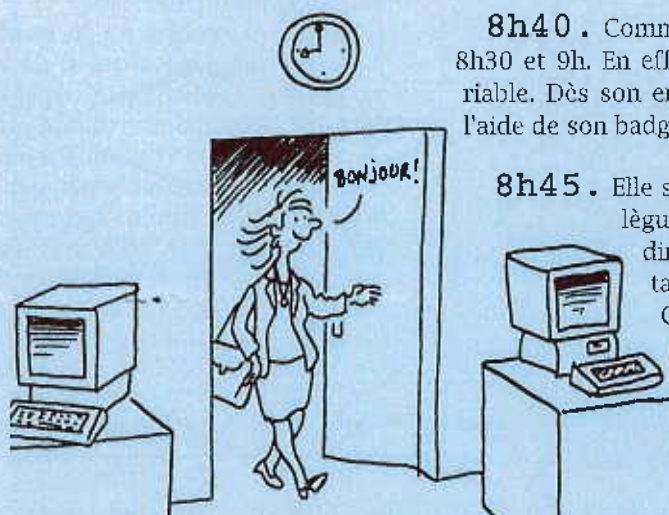
Intermédiaire, c'est-à-dire que l'étudiant doit être capable de :

- **En début de formation :**
  - Comprendre et utiliser le français dans les situations de la vie courante.
  - Lire et comprendre un document simple, participer à une conversation, transmettre un message oral ou écrit.
- **En fin de formation :**
  - Comprendre et utiliser la langue française dans des situations professionnelles déterminées.
  - Effectuer des tâches de secrétariat avec une bonne efficacité, même si la langue manque encore d'aisance et de correction.
  - Connaître et utiliser le vocabulaire spécialisé et les tournures propres au domaine.

## MATÉRIEL

Magnétophone et cassette vierge pour enregistrer les supports oraux.  
Imprimés d'entreprises (papiers à en-tête, cartes de visite, fiches téléphoniques...) et fournitures de bureau (ou catalogue) pour mettre en situation.

## La journée d'une secrétaire



**8h40.** Comme chaque matin, Marianne arrive à son bureau entre 8h30 et 9h. En effet, la société où elle travaille a adopté l'horaire variable. Dès son entrée dans les locaux de l'entreprise, elle pointe\* à l'aide de son badge personnel.

**8h45.** Elle s'installe dans le bureau qu'elle partage avec une collègue. Premier geste : regarder les messages sur son ordinateur et prendre connaissance des télécopies\*, notamment de l'étranger, qui arrivent pendant la nuit. Ce matin, elle trouve quatre documents émanant de participants qui confirment leurs interventions lors du séminaire organisé par la société, du 12 au 15 mai prochain, à Grenoble. Voici ces quatre documents :

Nous vous confirmons la participation de MM. Schneider et Wolf au séminaire de Grenoble.  
L'intervention de M. Schneider portera sur la situation des filiales allemandes ; M. Wolf présentera les nouvelles implantations en Allemagne et Autriche.  
Il faut prévoir un projecteur de diapositives.  
Les deux intervenants préféreraient faire leur présentation le matin.  
Avec nos meilleures salutations.

Thomas Bradley et John Aspell confirment leur venue au séminaire de Grenoble.  
Thomas présentera la démarche qualité en Grande-Bretagne et John parlera des réseaux de distribution. L'un et l'autre comprennent le français mais préfèrent s'exprimer en anglais ; un interprète anglais-français serait nécessaire.  
Thomas Bradley doit impérativement repartir jeudi midi.

Sincèrement vôtre.

Confirmation des interventions de MM. Da Silva et Figueira lors du séminaire de Grenoble (semaine 20). Ils parleront de l'ouverture de la nouvelle usine au Brésil.  
- M. Da Silva : aspects techniques et financiers.  
- M. Figueira : recrutement et formation du personnel.  
Attention ! Arrivée prévue le 13 mai seulement.  
Il est souhaitable que leurs interventions soient groupées.

Cordialement.

Vous pouvez compter sur moi pour le séminaire de Grenoble, mais seulement mercredi et jeudi.  
J'expliquerai les modalités de passage à l'euro ; il me faudra un rétro-projecteur\* et des photocopies du document annexé.  
Merci d'avance.

Salutations.  
Daniel Le Guillou.

Les transformations opérées dans le travail administratif, grâce à l'évolution technologique, ont sensiblement modifié les métiers du secrétariat. Les appellations du métier (secrétaire, assistante) ne sont plus significatives et dépendent davantage de la taille, du statut, de l'activité de l'entreprise, ainsi que des responsabilités confiées à la secrétaire/assistante.

\* Les mots avec astérisque figurent au lexique, en page 25.



Marianne prend le dossier "Séminaire Grenoble" où figurent les notes suivantes :

*Séminaire destiné aux directeurs et responsables de filiales du mardi 12 au vendredi 15 mai à midi.*

*Horaires : 9h-12h - 14h-17h.*

*Durée des interventions : 1h20 environ (exposé + discussion) ; prévoir des pauses entre chaque intervention.*

*Mardi matin : ouverture du séminaire par le P.-D.G. qui fera une allocution de bienvenue. Le directeur présentera ensuite les résultats du groupe.*

*Une visite du site de Grenoble sera organisée pour tous les participants, mardi après-midi ; compter 3 heures.*

*M. Billon, du centre de recherche de Lyon, interviendra sur la recherche de nouveaux matériaux ; jour et heure à déterminer.*

*Jeudi à 9 heures : présentation, en visio-conférence\*, d'une étude de prospection en Asie, réalisée par M. Wang de Singapour.*

*Vendredi matin : séance de clôture. Bilan et perspectives par le Directeur général.*



A partir de ces éléments d'information, Marianne prépare les documents suivants qu'elle soumettra à son directeur :

1. Un projet de programme du séminaire.
2. Une lettre-type de confirmation aux intervenants.
3. Une liste de contrôle\* des tâches à effectuer pour la préparation de ce séminaire.

**9h30.** Marianne commence à dépouiller\* le courrier qui vient d'arriver. Elle ouvre chaque enveloppe (sauf s'il y a la mention PERSONNEL/LE), indique la date d'arrivée au moyen d'un tampon, trie les lettres en fonction de l'expéditeur, du destinataire et de l'objet\*.



Ce matin, elle a reçu des lettres dont voici des extraits :

- a) "Pour faire suite à votre demande, nous vous adressons notre catalogue ainsi que nos tarifs."
- b) "Nous constatons que vous n'avez toujours pas réglé notre facture n° 1871 du 12 mars portant sur un montant de 2 350 FF."
- c) "Veuillez trouver, sous ce pli, l'avenant à votre police d'assurances, prenant en compte vos nouveaux équipements."
- d) "Confirmant notre entretien téléphonique, nous vous précisons les références des pièces commandées."
- e) "Nous vous prions de nous faire connaître, sans engagement de notre part, vos meilleurs prix pour la fourniture de...".
- f) "Nous ne sommes pas, actuellement, en mesure de répondre à votre demande et nous le regrettons vivement."
- g) "La livraison aurait dû être effectuée le 5 de ce mois. Or, à ce jour, nous n'avons toujours rien reçu."
- h) "Je suis particulièrement intéressé par le poste de rédacteur technique proposé dans votre annonce référencée ci-dessus."
- i) "Vous trouverez ci-joint nos tarifs d'abonnement qui sont dégressifs en fonction de la durée choisie."
- j) "Nous sommes dans l'obligation d'annuler notre rendez-vous du 15 avril et de le reporter à une date ultérieure."

4. Pour chaque document, elle identifie l'objet.

Elle place ensuite dans une chemise\* les lettres et documents à transmettre au directeur et trie les nombreux prospectus, imprimés ou dépliants publicitaires. Pour être informée, elle feuillète aussi la presse et regarde les sommaires ; sur chaque magazine, elle agrafe une fiche de transmission avant de le diffuser dans le service.



**10h.** Avant d'aller dans le bureau du directeur, elle met sa ligne téléphonique sur répondeur.

Avec son directeur, Marianne fait le point sur le programme de la journée, le planning de la semaine, les rendez-vous prévus et à prévoir, les activités à planifier pour les semaines à venir ; ils établissent ensemble les priorités.

Ensuite, elle lui transmet le courrier arrivé de ce matin. Il lui donne des lettres de la veille, annotées de sa main, et quelques instructions pour y répondre ; elle prend des notes.

Ils parlent aussi du séminaire à Grenoble et le directeur approuve le travail fait. Il lui remet son agenda\* pour qu'elle puisse gérer ses rendez-vous.

**10h30.** De retour à son bureau, elle écoute les messages enregistrés sur son répondeur.

1<sup>er</sup> message : "BONJOUR, C'EST DANIELLE PIOT, DE LA D.R.H. NOUS AVONS BESOIN DES DATES DE CONGÉS D'ÉTÉ DU PERSONNEL POUR LA FIN DU MOIS. MERCI."

5. Marianne prépare **une note\*** pour les personnes de son service.

2<sup>e</sup> message : "BONJOUR. JE SUIS INTÉRESSÉ PAR VOS PRODUITS. POURRIEZ-VOUS M'ADRESSER UNE DOCUMENTATION ? JEAN-YVES LEGURNNEC, L, E, G, U, E, 2N, E, C, 5 ALLÉE DU BOIS, 33300 BORDEAUX. MERCI."

6. Elle met sous enveloppe la documentation demandée et rédige quelques mots d'accompagnement sur **une carte de visite** de l'entreprise.

**10h50.** Elle prépare des cafés pour le directeur, sa collègue et elle-même. Ce n'est pas une obligation mais elle le fait volontiers, estimant que cela rend l'atmosphère plus conviviale au bureau.

**11h.** Après ces quelques minutes de pause, Marianne commence à préparer les lettres et documents pour répondre au courrier selon les instructions du directeur.

La plupart des lettres sont assez faciles à faire, car elles correspondent à des situations habituelles de relations d'affaires.

Quand elle ne trouve pas la formulation appropriée, Marianne a recours à une bible\* de paragraphes ; mais elle veille à ne pas s'en servir trop souvent pour ne pas donner à ses lettres un caractère systématique et répétitif.

Certaines lettres sont plus délicates en raison d'une situation complexe, d'une relation conflictuelle, d'un correspondant difficile ; dans ce cas, elle prépare une première ébauche qu'elle reprendra plus tard.

Elle remplit aussi les imprimés pré-établis pour les documents commerciaux (devis, factures, lettres de change...) qui doivent être joints aux lettres.

**11h30.** Toutes les cinq minutes, le téléphone sonne. Elle filtre\* le plus possible les appels pour éviter de déranger son directeur ; c'est une tâche délicate qui demande du discernement.

Si possible, elle répond elle-même, immédiatement, à l'interlocuteur ; si non, elle lui propose de le rappeler après s'être informée. Elle note les messages, transfère certains appels à d'autres personnes ou d'autres services.

7. Quelles formules a-t-elle utilisées pour...

- a) s'identifier ?
- b) identifier un correspondant ?
- c) connaître l'objet de l'appel ?
- d) transmettre un appel ?
- e) mettre en attente ?
- f) reprendre la communication ?
- g) filtrer les appels ?
- h) prendre un message ?
- i) proposer de rappeler ?
- j) transférer un appel ?

**12h.** Un collègue passe dans son bureau et lui remet une liste de fournitures à commander ; elle la place dans son échéancier\* à la date du 10. C'est ce jour-là que, chaque mois, ayant centralisé toutes les demandes, elle passe commande au fournisseur habituel.

**12h30.** Marianne accueille M. Kalfon, représentant régional, qui a un rendez-vous pour déjeuner avec le directeur.

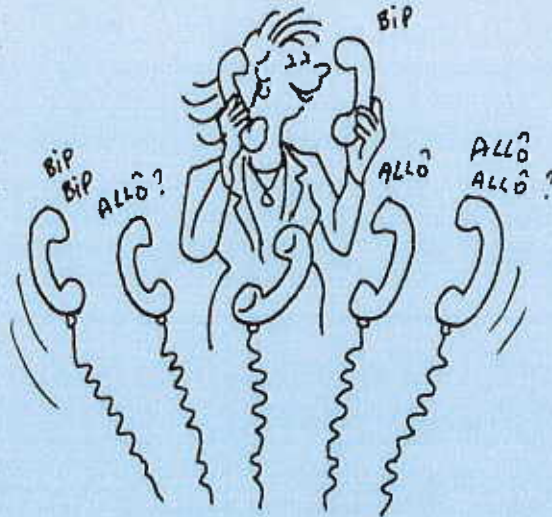
Dans la matinée, elle a sorti le dossier de ce représentant et l'a remis au directeur pour qu'il puisse préparer l'entrevue. Elle a aussi réservé une table dans un petit restaurant tout proche.

Elle échange quelques mots avec M. Kalfon sur l'activité dans sa région, en attendant que le directeur soit prêt.

**12h45.** A son tour, elle va déjeuner avec sa collègue, au restaurant de l'entreprise.

**13h45.** Elle reprend et termine les lettres commencées le matin, les place dans le parapheur\* pour les faire signer au directeur.

**14h30.** Le téléphone sonne... C'est un appel interne. Elle décroche.



**15h20.** De retour à son bureau, elle récupère le parapheur. Elle vérifie s'il y a des corrections à faire, photocopie certains documents, met les lettres signées et les documents sous enveloppes adressées, colle des étiquettes "LETTRE", "URGENT", "RECOMMANDÉ" et dépose le courrier dans la corbeille "Départ." C'est le service courrier qui est chargé de l'affranchissement\* et de l'expédition.

**15h50.** Marianne saisit\* les notes prises en réunion, les met en forme et édite le compte rendu\* pour le diffuser aux personnes concernées.

Elle s'interrompt souvent pour accueillir et introduire des visiteurs, répondre au téléphone, échanger quelques mots avec des collègues qui viennent chercher ou transmettre une information...

- "MARIANNE BAUMEL, J'ÉCOUTE.
- BONJOUR. FRÉDÉRIC WATTIEZ, DU SERVICE ACHATS. VOUS SAVEZ CE QUI M'EST ARRIVÉ ?
- NON. À QUEL SUJET ?
- VOUS VOUS SOUVENEZ QUE JE DEVAIS ALLER EN ALLEMAGNE, AU SALON DE FRANCFORT ?
- OUI, EN EFFET.
- ÉH BIEN, J'AI RATÉ MON AVION. CE N'EST PAS MON HABITUDE D'ÊTRE EN RETARD, MAIS J'AI ÉTÉ PRIS DANS LES EMBOUTEILLAGES EN ALLANT À L'AÉROPORT. J'AI DÛ PRENDRE LE VOL SUIVANT.
- CELA ARRIVE...
- MAIS COMME J'AVAIS UN BILLET SPÉCIAL TARIF RÉDUIT, LA COMPAGNIE N'A PAS VOULU L'ÉCHANGER NI LE REMBOURSER. DU COUP, J'AI DÛ ACHETER UN NOUVEAU BILLET, 1800 FRANCS, DE MA POCHE ! C'EST POUR CELA QUE JE VOUS APPELLE. VOUS POURRIEZ ME REMBOURSER ?
- JE NE PEUX PAS VOUS RÉPONDRE IMMÉDIATEMENT ; IL FAUT QUE J'EN PARLE À M. DUMAINE.
- OUI. ET VOUS ME RAPPELÉZ...
- DES QUE J'AI SA RÉPONSE. NE VOUS INQUIÉTEZ PAS.
- MERCI BEAUCOUP. JE COMPTE SUR VOUS. AU REVOIR."

8. Marianne note le message sur une fiche téléphonique.

**14h35.** Munie de son bloc-notes, elle va assister à une réunion de service.



## Des formations professionnelles intensives en un an

### COMMUNICATEUR TECHNIQUE

Pour assurer la création, la rédaction et la réalisation de l'ensemble de la documentation de l'entreprise.

### ATTACHE DE DIRECTION

Pour seconder un responsable d'entreprise en Marketing, Ressources Humaines, Communication ou International.

### ASSISTANT DE DIRECTION EUROPEEN

Pour exercer des responsabilités d'Assistante de Direction trilingue dans les entreprises européennes.

PROGRAMME CPSS

INFORMATION : NATHALIE LO CANTO  
TEL. : 01 49 70 61 08 - e-mail : cpss-trud@ccip.fr



CPSS TRUDAINE 39, av. Trudaïne - 75009 PARIS  
CHAMBRE DE COMMERCE ET D'INDUSTRIE DE PARIS

**16h30.** Le directeur lui a demandé de préparer deux transparents\* pour illustrer un exposé sur les normes, à partir de l'extrait de presse ci-joint.

### CES NORMES QUI RÉGISSENT NOTRE VIE

Marque NF, norme ISO : de plus en plus, à tous les niveaux, les normes encadrent notre vie quotidienne. Si elles sont obligatoires dans certains secteurs, de plus en plus d'entreprises font spontanément la démarche pour obtenir une certification garantissant la qualité de leurs produits ou de leur management.

Un petit sigle devenu familier fête ses cinquante ans d'existence. En 1947 naît la norme NF. L'Europe sort alors de la guerre, l'époque est à la reconstruction, l'économie veut offrir des produits de qualité. Les premières marques NF vont être apposées sur des éléments symboles de cette relance : le bâtiment.

C'est l'AFNOR (Association française de normalisation) qui se charge de décerner les deux lettres miraculeuses en tant qu'organisme certificateur. Cette association loi 1901 avait été créée en 1926, avec une mission qui allait normaliser la vie ferroviaire pour le siècle : il s'agissait d'étudier l'écartement des rails de chemin de fer...

La marque NF garantit la qualité d'un produit. N'importe quel fabricant peut la demander. Son obtention passe par plusieurs étapes. L'AFNOR va envoyer une équipe visiter l'entreprise et prélever des échantillons. Puis c'est un comité d'experts qui décide d'accorder ou non la marque NF.

Mais attention : l'AFNOR organise un système de vérification permanente... et peut retirer la marque NF du jour au lendemain si elle relève des défaillances. La mise au point d'une norme NF prend de un à trois ans de travail et doit être, au

final, agréée par toutes les parties : fabricants, experts et consommateurs. (...)

Les normes ont également leur organisme international : l'International Standard Organisation (ISO). Les normes ISO naissent à la fin de la Seconde Guerre mondiale et le premier organisme certificateur ISO en France apparaît en 1988 : il s'agit de l'AFAQ (Association française d'assurance qualité), créée sous l'impulsion du ministère de l'Industrie.

L'AFAQ est un organisme indépendant qui intervient dans les deux grands domaines de la certification : le management de la qualité régi par les normes ISO 9000 et le management environnemental selon la norme ISO 14001. A la différence de la marque NF, qui offre une garantie sur le produit, les normes ISO 9000 garantissent la qualité de la gestion et de l'organisation de l'entreprise.

L'obtention d'une norme ISO passe par plusieurs étapes. Avant le contact avec l'organisme certificateur, l'entreprise doit se mettre à niveau, définir sa politique qualité. Ensuite, elle contacte l'organisme certificateur pour remplir un questionnaire d'évaluation. Un audit est alors organisé et, si le rapport est favorable, la certification est délivrée.

Comme la marque NF, une norme ISO n'est jamais acquise à tout jamais. Le certificat est accordé pour trois ans et l'AFAQ procède à un suivi.

D'après un article d'Emmanuelle Chaudieu  
*Secrétaires & Assistantes* n° 58

Marianne lit l'article, surligne\* les passages importants concernant la marque NF et les normes ISO.

9. Elle conçoit deux transparents.

**17h15.** Marianne commence à classer les documents manipulés au cours de cette journée ; il est très important qu'elle puisse les retrouver facilement et rapidement, en cas de besoin.

10. Selon la nature du document, elle adopte différents types de classement ; lesquels ?

a) Dans le fichier clients, toutes les fiches sont classées selon les noms.

b) A l'intérieur d'un dossier, les documents apparaissent d'après leur date d'arrivée.

c) La documentation recueillie sur différents sujets est rangée...

d) Les tournées des représentants régionaux sont regroupées par villes et départements.

e) Les documents comptables sont numérotés en fonction des rubriques du plan comptable : 1.1.1., 1.1.2, 1.2.1, ....

f) Les fiches du personnel sont classées selon le nom de la personne et sa date d'arrivée dans l'entreprise.

g) Les périodiques, regroupés par titres, sont mis dans l'ordre de parution des numéros.

**18h20.** Ayant rangé son bureau, Marianne salue son directeur et ses collègues, n'oublie pas de pointer, puis quitte son travail.



## Propositions de corrigés

1

PROGRAMME DU SÉMINAIRE		
	Matin	Après-midi
Mardi 12	Allocution de bienvenue (PDG)	Visite du site de Grenoble Présentation des résultats du groupe (Directeur général)
Mercredi 13	Situation des filiales allemandes (M. Schneider) Nouvelles implantations en Allemagne et en Autriche (M. Wolf)	Démarche qualité en Grande-Bretagne (Γ. Bradley) Réseaux de distribution (J. Aspell)
Jeudi 14	Étude de prospection en Asie (visioconférence) (M. Wang) Modalités de passage à l'euro (D. Le Guillou)	Nouvelle usine au Brésil · Aspects techniques et financiers (M. Da Silva) · Recrutement et formation (M. Figueira)
Vendredi 15	Recherche de nouveaux matériaux (M. Billon) Bilan et perspectives (Directeur général)	

### NOTES PÉDAGOGIQUES

Ce dossier est centré sur l'activité journalière d'une secrétaire. Il laisse dans l'ombre, volontairement, l'entreprise où elle travaille ; il s'inspire cependant de l'observation de secrétaires en poste dans différentes entreprises bien réelles.

Nous espérons ainsi avoir tracé un cadre suffisamment souple pour que les professeurs puissent facilement adapter ce cas à la réalité du pays où ils enseignent.

D'autre part, une secrétaire doit surtout posséder des savoir-faire et des savoir-être adaptables ; c'est sur le terrain qu'elle acquerra des connaissances thématiques liées au secteur d'activité et au service où elle travaille.

Les activités de notre secrétaire s'articulent autour des pôles "Communication" et "Organisation" des référentiels du secrétariat. Elles visent à faire acquérir et mettre en œuvre des compétences langagières et des savoir-faire méthodologiques proches de ceux d'une professionnelle.

**1.** L'activité permet d'entraîner les étudiants à la lecture attentive, au repérage et à la mise en ordre d'informations.

Le programme doit être présenté sous forme de tableau - plus clair et plus lisible qu'une liste - et être conforme aux éléments relevés dans les documents.

Il est possible de proposer ces documents en langue étrangère, afin d'entraîner les étudiants à reformuler en français pour concevoir le programme.

N'oubliez pas dans le cadre de l'Université d'été 98, le stage FS : Enseigner le français du secrétariat du 6 au 10 juillet

**GROUPE LEFRANC**  
25, Cours Jean-Jaurès  
38000 GRENOBLE

Grenoble, le .....

Objet : Séminaire Grenoble

M...,

Nous vous remercions de votre participation à notre séminaire du 12 au 15 mai prochain et nous vous adressons le programme.

Comme convenu, votre intervention portera sur... et aura lieu le... à ...

Nous prenons les dispositions nécessaires pour que vous disposiez d'...

Dans l'attente de vous accueillir, nous vous prions d'agréer, M..., nos cordiales salutations.

Xavier Dumaine  
Directeur général

2



3

## LISTE DE CONTRÔLE

J-30 :

- Établir la liste des participants.
- Vérifier le programme et les interventions.
- Réserver la salle.
- Adresser une confirmation aux intervenants avec le programme.
- Réserver un interprète anglais-français.

J-20 :

- Réaliser les documents et transparents ; faire les photocopies.
- Réserver le matériel : rétroprojecteur, projecteur de diapos.

J-10 :

- Constituer :
  - le dossier de chaque intervenant
  - les dossiers des participants.

J-2 :

- Préparer la salle : disposer tables, chaises, tableau...
- Vérifier l'installation et le fonctionnement des appareils.
- Préparer des badges nominatifs et des portes noms.

## OBJETS

- Envoi de documentation
- Rappel de règlement
- Modification de contrat
- Confirmation de commande
- Appel d'offres
- Refus
- Retard de livraison
- Candidature
- Conditions d'abonnement
- Annulation de rendez-vous

4

## NOTES PÉDAGOGIQUES

2. La lettre-type consiste en un message pour une même situation, adressé à différents destinataires. Les variables portent sur le sujet de l'intervention, la date et l'heure, les aides nécessaires, et seront matérialisés par des blancs. Il ne s'agit pas d'aligner des formules stéréotypées mais de rédiger une lettre claire, précise, cordiale.

Dans les entreprises, la tendance générale pour la correspondance est à la simplification ; les tournures alambiquées sont à éviter, autant que le style télégraphique ou parlé.

3. La liste de contrôle est à la fois un guide de travail et un moyen de vérifier le bon déroulement d'une activité ; le pointage des tâches au fur et à me-

sure de leur exécution permettra d'éviter un oubli.

Établir une telle liste demande aux étudiants des facultés d'analyse, d'anticipation, d'attention, et un vocabulaire précis.

Les tâches seront énumérées chronologiquement, par des verbes à l'infinitif.

4. Trouver l'objet permet de vérifier la compréhension générale et l'aptitude à la synthèse des étudiants ; cela aide à clarifier le motif de la lettre et l'intention de l'expéditeur.

Si l'objet n'est pas mentionné, la secrétaire l'identifie en repérant une phase significative qui, transformée en mot-clé, va faciliter le tri, la mémorisation et le classement.

5

GROUPE LEFRANC

Grenoble, le...

NOTE DE SERVICE N°

Objet : Congés annuels

Destinataires :

M...

M...

M...

M...

M...

Afin d'établir le planning des vacances d'été, nous vous remercions de nous communiquer vos dates de congés, au plus tard le 25 de ce mois.

Xavier Dumaine  
Directeur général

GROUPE LEFRANC

Vous trouverez ci-joint une documentation complète sur nos produits. N'hésitez pas à nous appeler pour tout complément d'information.

Avec nos salutations distinguées.

6

## NOTES PÉDAGOGIQUES

5. Il s'agit de rédiger une note pour transmettre une demande aux personnes du service.

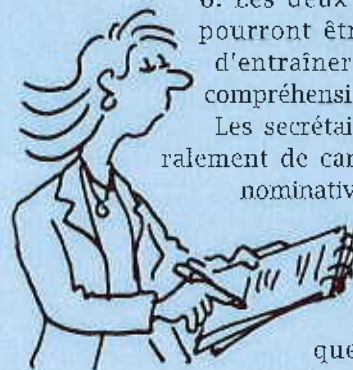
La présentation n'est pas normalisée mais suit les usages en vigueur dans l'entreprise ; on repère facilement l'objet, les destinataires, la date, l'émetteur/signataire.

Quant à la rédaction : pas d'interpellation ni de formule de politesse, une expression claire et concise. L'important est d'obtenir les réponses dans le délai imparti !

6. Les deux messages (5 et 6) pourront être enregistrés afin d'entraîner les étudiants à la compréhension orale.

Les secrétaires disposent généralement de cartes de visites, non nominatives, à en-tête de l'entreprise.

Quelques mots indiquent la nature de l'envoi et évoquent une suite possible ; en principe, ni interpellation, ni signature.



7. Répondre au téléphone est une des tâches importantes d'une secrétaire, tant pour l'image de l'entreprise que pour une communication efficace. Les étudiants seront donc entraînés à l'accueil téléphonique, à la conversation (en simulation) et à la reformulation.

Quand aux formules, elles varient selon les entreprises et ne sont pas toujours conformes aux manuels, mais doivent être claires et courtoises. Attention aux intonations !

7

## 7. FORMULES

- A) GROUPE LEFRANC, BONJOUR. (APPEL EXTERNE)  
MARIANNE BAUMEL. (APPEL INTERNE)
- B) POURRIEZ-VOUS ME RAPPELER VOTRE NOM ?
- C) EN QUOI PUIS-JE VOUS ÊTRE UTILE ?
- D) NE QUITTEZ PAS. JE VOUS PASSE MONSIEUR X.
- E) VOTRE CORRESPONDANT EST EN LIGNE. VOULEZ-VOUS PATIENTER QUELQUES INSTANTS ?
- F) CELA RISQUE D'ÊTRE UN PEU LONG. PRÉFÉREZ-VOUS QU'IL VOUS RAPPELLE ?
- G) M. DUMAINE EST EN RÉUNION (EN RENDEZ-VOUS, S'EST ABSENTÉ...),  
PUIS-JE VOUS AIDER ?
- H) VOULEZ-VOUS LUI LAISSER UN MESSAGE ? JE VAIS PRENDRE VOS COORDONNÉES.
- I) JE VAIS M'INFORMER ET VOUS RAPPELER. À QUEL MOMENT PEUT-ON VOUS JOINDRE ?
- J) C'EST MME S. QUI S'OCCUPE DE CELA, SON POSTE EST LE 46 21.  
RESTEZ EN LIGNE, JE VOUS LE PASSE.

8

**GROUPE LEFRANC**

De : Frédéric Wattiez  
Service achats

À : M. Dumaine

Message :  
M. Wattiez a manqué son avion pour Francfort et a dû acheter un nouveau billet pour 1800 F. Il demande s'il peut être remboursé.

Marianne B. 06/04 - 14h30



9

### La marque NF

- créée en 1947
- délivrée par l'AFNOR
- garantit la qualité d'un produit
- révisable à tout moment

### Les normes ISO

- apparues en 1945
- délivrées par l'AFAQ
- certifient la qualité de la gestion et de l'organisation d'une entreprise
- révisables tous les 3 ans

- a) par ordre alphabétique
- b) par ordre chronologique
- c) selon un classement idéologique ou thématique
- d) selon un classement géographique
- e) selon un classement décimal
- f) d'après un classement alpha-numérique
- g) par ordre numérique

10

### NOTES PÉDAGOGIQUES

8. Il s'agit de travailler la compréhension auditive, la sélection d'informations et la formulation écrite.

Dans la réalité, une secrétaire prend, chaque jour, des dizaines d'appels et de messages ! Autant dire qu'elle doit avoir l'esprit vif et savoir dégager l'essentiel en peu de mots.

Faire écouter la conversation enregistrée et prendre le message sans communiquer la transcription.

9. L'activité permet d'entraîner à la compréhension écrite, au repérage d'informations et à la synthèse.

Plutôt qu'un résumé, à caractère scolaire, la réali-

sation de transparents amène à dégager les idées-forces d'un document ou d'un exposé.

Éviter la lecture linéaire, faire acquérir aux étudiants des stratégies de lecture rapide et sélective, avec dictionnaire.

10. Le classement est une activité usuelle de secrétariat, importante et aussi très formatrice pour apprendre à s'organiser.

On entraînera les étudiants à connaître et à pratiquer les différents types et modes de classement, ainsi que les opérations de fichage, codification...qui s'y rapportent.



## Lexique

**AFFRANCHISSEMENT** : consiste à timbrer une lettre, un colis pour s'acquitter des frais de port.

**AGENDA** : carnet ou cahier pré-imprimé sur lequel on inscrit par jour et par heure ce qu'on doit faire.

**BADGE** : document d'identité permettant l'accès dans l'entreprise, le pointage et le contrôle des personnes.

**BIBLF** (de paragraphes) : liste de plusieurs formulations convenant à des situations de même type ; permet de produire rapidement une lettre standard.

**CHEMISE** : couverture cartonnée dans laquelle on insère des documents ; on utilise également des sous-chemises, en papier, de différentes couleurs.

**COMPTE RENDU** (de réunion) : écrit interne présentant objectivement l'essentiel des interventions, discussions et décisions prises lors d'une réunion.

**DÉPOUILLER** (le courrier) : ouvrir les enveloppes, examiner le contenu pour pouvoir ensuite distribuer les lettres à leur destinataire ou traiter chaque document.

**ÉCHÉANCIER** : classeur-trieur à soufflets ou à intercalaires indexés par jour, permettant de classer des documents à la date à laquelle ils doivent être traités.

**FILTRE** (les appels) : sélectionner les appels téléphoniques en fonction de critères d'importance ou d'urgence avant de les transmettre à un supérieur.

**HORAIRE VARIABLE** : dit encore *souple* ou *flexible*. La journée de travail est composée de plages fixes -, où les salariés doivent être présents - et de plages variables, où ils peuvent arriver et partir à l'heure de leur choix. Le temps de travail est comptabilisé en fin de mois.

**LISTE DE CONTRÔLE** (check list) : liste de tâches à effectuer, dans un ordre précis, souvent avec des délais à respecter.

**NOTE** : écrit court, à usage interne, destiné à transmettre une directive (note de service) ou une information (note d'information). La note peut être remise directement, diffusée par courrier interne ou messagerie ou encore être affichée.

**OBJET** : dans une lettre, indique brièvement le motif de la lettre, soit le document ou le fait qui est à l'origine, soit l'intention de l'expéditeur.

**PARAPHEUR** : dossier cartonné comportant plusieurs volets entre lesquels sont glissées les lettres pour être présentées à la signature.

**POINTER** : enregistrer l'heure d'arrivée ou de départ du travail sur une machine (pointeuse).

**RÉTRO-PROJECTEUR** : appareil qui permet de projeter sur un écran un document préalablement établi sur un transparent.

**SAISIR** (des données) : enregistrer des informations en vue de leur traitement ou de leur mémorisation par un système informatique.

**SURLIGNER** : recouvrir une partie d'un texte avec un marqueur à encre transparente et fluorescente.

**TRANSPARENT** : support destiné à la rétroprojection, qui a pour but d'attirer l'attention de l'auditoire sur les points essentiels d'un exposé.

**TÉLÉCOPIE** (ou fax) : ce mot désigne à la fois le procédé permettant de reproduire à distance un document - grâce à un terminal branché sur le réseau téléphonique - et le document transmis.

**VISIOCONFÉRENCE** : système permettant à des interlocuteurs éloignés de dialoguer, de se voir et de montrer des documents sur des écrans de télévision.

### RÉFÉRENCES UTILES

- *Jeux témoins des épreuves du Certificat de français du secrétariat de la CCIP* (en vente à la DRI/E).

- *Secrétaires & Assistantes magazine*  
56, rue Lafitte, 75009 Paris, tél. 01 45 26 54 70  
Fax 01 45 26 18 28.

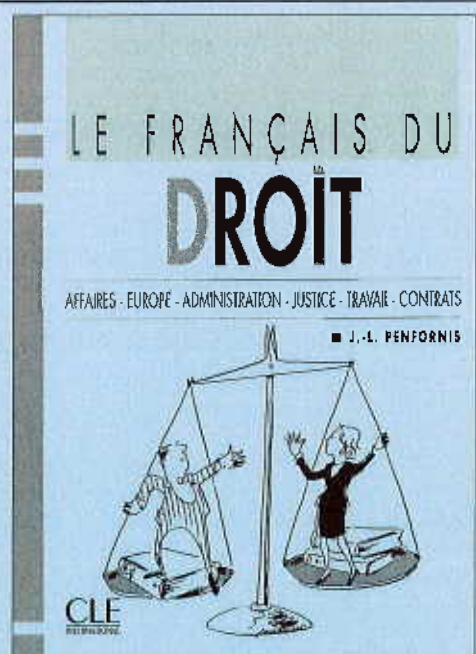
- *Référentiel de secrétariat* - brochure n° 75502021 (Bac Pro).

CNDP, 77568 Lieusant Cedex, tél. 01 64 88 73 37  
Fax 01 60 60 00 80

- *Information, communication, organisation*  
Girault, Allègre, Éd. Foucher (BTS tertiaires, Coll. Assistant).

31, rue de Fleurus, 75006 Paris, tél. 01 49 54 35 35  
Fax 01 49 54 35 00.

**LA LANGUE DU DROIT  
ET LES CONNAISSANCES  
INDISPENSABLES  
EN DROIT FRANÇAIS  
ET EUROPÉEN**



**CLE**  
INTERNATIONAL

27, rue de la Glacière • 75013 PARIS  
Courriel : cle.int@franceNet.fr • www.cle-inter.com  
PRÉSENTATION ET VENTE AUX ENSEIGNANTS  
103, bd St Michel • 75005 PARIS



**Président - Boulevard Arago - Z.I. des Touches - 53093 Laval Cedex 9**

**☎ 02 43 67 46 46**

# Enseigner le français des affaires en Pologne

*Bozena Czekanska-Mirek et Malgorzata Zarebska, professeurs de français à l'École Internationale de Commerce de Silésie (Pologne), témoignent de l'expérience qu'elles ont pu mener dans leur établissement : la mise en place d'un enseignement de français des affaires intégré au cursus des étudiants en commerce et gestion.*

*Dans cet article, elles nous exposent la situation de leur enseignement et leur approche méthodologique.*

L'ANNÉE 1989 constitue, dans la nouvelle réalité polonaise, une date limite entre deux époques : celle de l'économie planifiée et celle du marché. De nombreux changements ont eu et continuent d'avoir lieu dans tous les domaines, en particulier dans l'éducation.

La collaboration franco-polonaise s'est concrétisée notamment par la création d'écoles fondées sur le modèle français. L'École Internationale de Commerce de Silésie (EICS) représente l'une de ces écoles.

Ce projet a vu le jour en 1991, dans le cadre de programmes européens et grâce au concours de la Fondation France-Pologne et d'entreprises locales et internationales.

L'école est un établissement d'enseignement supérieur public, créé par l'Académie d'Économie de Katowice, l'Université de Silésie, et par deux écoles occidentales, l'École Supérieure de Commerce (ESC) de Toulouse et l'Université de Strathclyde de Glasgow.

Le projet, un peu risqué, a su cependant vite rassembler un groupe d'organismes dévoués et d'étudiants enthousiastes. Ainsi a été créé un programme d'enseignement en trois ans, sanctionné par l'obtention d'une maîtrise en gestion et marketing. Le recrutement s'effectue à Bac + 2. Les candidats sont soigneuse-

ment sélectionnés en fonction de l'objectif principal de l'école, la formation de cadres de haut niveau aptes à s'intégrer dans les entreprises modernes de Pologne à l'heure de l'ouverture à l'économie mondiale, ce qui implique la nécessité de connaître au moins deux langues étrangères.

Depuis 1995, l'offre de l'école est complétée par deux mastères spécialisés : Banque et Ingénierie financière et Marketing industriel.

Comme l'enseignement devait être dispensé en français et en anglais, il fallait élaborer une nouvelle méthode d'enseignement du français, mieux adaptée aux nouvelles exigences et à un public spécifique. C'était un véritable défi.

Dès le début, nous avons été confrontées à un public hétérogène ayant une formation de base très diverse (littéraire, économique, technique) et débutant ou faux-débutant en français en majeure partie.

Le programme des études prévoit des cours en français trois mois après leur entrée à l'école et des stages en entreprise (France ou autres pays de l'UE) après la première année.

Or, la méthode doit garantir le résultat le plus performant dans le plus bref délai.

Elle est donc basée sur les principes suivants :

- horaires renforcés (10-12

heures par semaine) durant la première année, en petits groupes de 10 à 12 personnes ;

- chaque groupe travaille en alternance avec deux ou trois professeurs qui se chargent de différents modules tout en assurant la cohérence de l'ensemble de l'enseignement ;

- accent mis sur la communication orale et la compréhension ;
- souci de l'aspect socio-culturel ;

- simplification du parcours grammatical ;

- mise au point de multiples techniques de classe participatives (tables rondes, simulations, jeux de rôles).

## Étape par étape

L'école, qui jouit aujourd'hui d'une grande renommée, attire des jeunes ambitieux et rebelles. En voici un portrait-robot.

Wojtek est étudiant en 2<sup>e</sup> année dans une école supérieure en Pologne. Il possède une bonne connaissance de l'anglais, est débutant en français, mais très motivé et intéressé par le programme et l'efficacité de la méthode dont il a entendu parler.

En novembre, il décide de suivre le cours préparatoire de 80 heures (français général dispensé par les professeurs de l'école uniquement aux candidats). Ce cours lui permet de

▷

maîtriser les aspects grammaticaux et communicatifs de base. Le test final constitue pour lui une véritable évaluation de ses compétences acquises.

En avril, il se présente à l'entretien de motivation (en français ou en anglais) et passe une série de tests dans trois matières : français, anglais, mathématiques. Les résultats lui permettent d'estimer ses chances d'admission.

L'épreuve de français, divisée en plusieurs parties successives, de difficulté croissante, constitue un bon pronostic et permet de repérer les candidats les plus prometteurs, même si leur connaissance du français reste encore insuffisante.

C'est le cas de Wojtek.

Il est alors invité à participer à un stage intensif de langue (quinze jours en août), habituellement organisé dans un centre de séminaires de la région.

L'équipe d'enseignants développe un programme de dix heures de cours par jour, avec suivi individualisé de chaque étudiant. La richesse du matériel pédagogique et des techniques d'apprentissage est garantie par l'équipe pédagogique.

L'intensité du stage, les relations directes et amicales avec les enseignants, la souplesse de la démarche pédagogique accroissent la motivation des étudiants. Il faut souligner que le programme prévisionnel est modifié au fur et à mesure en fonction des besoins et des progrès individuels. Pendant ce stage, le candidat s'initie aux notions d'économie et au lexique des affaires. L'évaluation du stage se fait sous forme de bilan de compétences linguistiques.

La date du concours d'entrée approche. Pour son entraînement individuel, Wojtek dispose encore d'un recueil de tests avec corrigés, élaboré par l'équipe de professeurs de français et édité par l'EICS.

Ainsi s'achève l'étape préparatoire. Bonne chance, Wojtek !

### Un programme intégré

Nous allons limiter notre description du programme à la première année. En effet, c'est à cette période-là que le travail de la langue est le plus condensé.

#### PREMIÈRE ANNÉE

L'enseignement du français en première année est entièrement intégré à l'enseignement des disciplines stratégiques. Il suit le rythme des matières dispensées en français, à savoir : la macro-économie, le marketing, les finances, le droit des sociétés.

Dans un premier temps, nous réalisons donc le module suivant :

#### A. - "Suivre les cours spécialisés en français"

##### • Première composante :

*l'entraînement à l'écoute active.*

Les activités se basent sur un travail à partir de cassettes audio et vidéo, enregistrées notamment à l'ESC de Toulouse et contenant des cours des professeurs travaillant également pour l'EICS.

Parallèlement, les étudiants s'entraînent à la prise de notes en utilisant les techniques de mots-clés, d'abréviations, de signes graphiques. Il est à noter qu'elles sont peu enseignées dans le système d'éducation polonais.

##### • Deuxième composante :

*la prise de parole.*

Après avoir compris et assimilé l'information, l'étudiant est confronté aux problèmes concrets. Il doit savoir poser des questions, attirer l'attention du conférencier, lui demander des précisions, s'assurer d'avoir bien compris... Tout ce travail préalable, supporté par une série de matrices discursives, lui permet de passer à un compte rendu oral. Nous tenons beaucoup à ce que les étudiants consacrent autant d'énergie à comprendre les enseignants français qu'à se comprendre eux-mêmes. Dès le

début de l'apprentissage, ils doivent faire l'effort de soigner leur expression.

##### • Troisième composante : l'écrit.

La démarche présentée ci-dessus est censée perfectionner la compréhension et l'expression orales, néanmoins l'écrit n'est pas négligé. Le travail sur le texte se concentre sur deux phases :

- la lecture globale, où une large place est réservée à la nominalisation et à la verbalisation. Les documents utilisés sont des articles de presse spécialisée et des dossiers fournis à l'avance par les intervenants français ;

- l'exploitation, qui englobe le déchiffrement de sigles, la synonymie, le travail sur les structures (privilégiant la relation cause-conséquence, l'hypothèse), éléments caractéristiques des documents à vocation économique.

##### • Quatrième composante : la quantification.

Parmi les compétences linguistiques indispensables à un étudiant en économie, il y a aussi l'aptitude à quantifier. Sous cette notion, se cachent différents savoir-faire : opérations mathématiques, commentaires de tableaux et graphiques, comparaisons de phénomènes économiques et autres.

Dans un second temps, vient le module :

#### B. - "Se préparer à un stage en entreprise"

##### • Première composante :

*"Connaître la France et sa culture".*

De nombreux jeux de rôles aident les participants à mémoriser et à automatiser les structures et le lexique caractéristiques de la vie quotidienne qui anticipent certaines situations vécues en France par les stagiaires précédents.

L'approche civilisationnelle du pays (géographie, institutions, politique, administration) est

présentée sous forme de cours avec débat, si possible par un natif affilié à l'EICS.

En même temps, nous veillons à ce que les étudiants soient capables de donner le même type d'informations à propos de leur pays.

- *Deuxième composante : "Connaître l'entreprise et fonctionner dans ses structures".*

La perspective concrète d'un stage dans une entreprise française est une des plus fortes motivations de nos étudiants. Nous en profitons pleinement.

Pour certains, ce stage est aussi leur premier séjour à l'étranger et les difficultés se superposent pour des étudiants venant des pays de l'Est, malgré les changements politiques et économiques intervenus ces dernières années.

Il est à souligner que l'entreprise française ne se situe pas pour nous, professeurs de français, sur un plan purement théorique. Grâce à la collaboration avec l'ESC de Toulouse, nous avons pu effectuer des stages dans les entreprises qui accueillent nos élèves.

C'est à cette étape que le programme prévoit une étude approfondie de l'entreprise et de son environnement. C'est la séquence où la densité du lexique des affaires est la plus forte. Les connaissances acquises lors des stages à la CCIP, la documentation de qualité préparée par ses professeurs constituent un support très précieux.

Quant aux techniques d'entraînement à l'expression orale, il s'agit essentiellement de simulations, jeux de rôles, études de cas. Logiquement, sur l'autre pôle, se situe le travail sur l'écrit qui englobe l'analyse et la production de documents de l'entreprise (y compris le courrier). Nous consacrons également un nombre d'heures important à la séquence appelée "Communication téléphonique".

La technique privilégiée de la simulation est appliquée sous différentes formes et adaptations selon les besoins concrets.

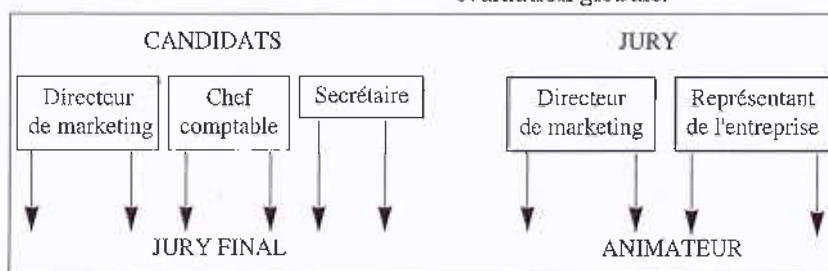
En voici un exemple portant sur l'entretien d'embauche.



#### 1. - Préparation du scénario.

Il est incontestable que pour un grand nombre de nos étudiants, cette situation n'a jamais été vécue, ce qui les force à maîtriser les moyens linguistiques propres au rôle choisi, à adopter un comportement approprié à la situation ainsi qu'à gérer leur stress.

#### 2. - Le jeu-l'exploitation



Les candidats sont amenés à sélectionner leurs rôles en fonction de leurs intérêts et de leur personnalité, à mettre au point un bagage linguistique (lexique, structures) approprié ainsi qu'à prendre conscience du travail en équipe (notion de l'esprit d'équipe).

Les candidats se présentent devant un jury composé à chaque fois d'un psychologue et d'un représentant de l'entreprise. Ils passent une série de tests, répondent aux questions visant leur personnalité et leurs compétences professionnelles (par

exemple, dans une micro-situation de travail).

Le rôle de l'animateur est de garantir une ambiance agréable au cours de la simulation et de gérer le déroulement du jeu.

Après toutes les interviews, c'est le jury final qui prend la décision : lequel des candidats répond le mieux aux exigences du poste à pourvoir.

Au bout de cinq années d'expérience, nous apprécions de plus en plus l'efficacité et la finalité de ce type d'entraînement à la fois linguistique, psychologique et professionnel. Nos étudiants partagent cette opinion.

\*\*\*

La direction de l'EICS invite les professeurs de français à donner leur opinion sur les compétences linguistiques et sur la personnalité de l'étudiant au moment de l'attribution des stages. Grâce à nos méthodes de travail et aux contacts fréquents avec les étudiants, nous disposons des éléments nécessaires pour cette évaluation globale.

Nous travaillons dans des conditions exceptionnelles. Notre mérite est d'avoir saisi cette opportunité, de nous investir dans le projet, enfin de prendre un certain risque inhérent à tout nouveau défi. Nous avons assumé la responsabilité très concrète de transformer une "matière première" en "un produit fini" de qualité.

Les opinions des responsables de stages, le résultat du concours "le mot d'or", ainsi que les postes occupés par les anciens de l'EICS nous permettent de croire à l'efficacité de notre travail. ■

# Le Certificat de français des professions scientifiques et techniques

## L'ÉPREUVE D'EXPRESSION ÉCRITE

### Présentation

L'expression orale est évaluée lors de deux épreuves (EO 1 et EO 2), organisées sous la responsabilité du centre local d'examens.

Rappelons qu'il appartient à chaque centre de désigner des examinateurs, de les informer et de les former à l'évaluation fonctionnelle selon les modalités définies par la CCIP (cf "Consignes pour les examinateurs des épreuves orales).

Les sujets de la DRI/E sont proposés à titre d'exemple ; les centres peuvent les utiliser, mais ce n'est pas une obligation. En effet, il est important que les supports soient adaptés au contexte local, afin d'inciter réellement les candidats à s'exprimer.

Chaque épreuve amène le candidat à effectuer une tâche professionnelle choisie dans la liste figurant au programme (cf livret des examens, p.16).

Nous avons choisi un document authentique "Consignes d'urgence en cas d'alerte" qui relève, au sens large, des domaines scientifique et technique, sans entrer dans une spécialité.

### Déroulement

#### • Préparation

Le candidat reçoit le sujet de la première épreuve (EO 1) comprenant la tâche à effectuer et le support (texte, schéma, dessin...).

Il dispose alors de 10 à 15 mn de préparation avec dictionnaire. Attention ! Trop de candidats se précipitent sur leur dictionnaire avant d'avoir même lu ce qu'ils doivent faire...

Une bonne présentation suppose que le candidat :

- lise attentivement et comprenne bien la tâche à effectuer (expliquer, présenter, argumenter...);
- parcourt rapidement le support (lecture "survol") et identifie les éléments dont il aura besoin (lecture repérage), sans chercher à comprendre tous les mots;
- réfléchisse à ce qu'il va dire et note quelques éléments-clés pour l'organisation de son discours.

#### • Passation

Face à l'examineur, le candidat lui explique les consignes d'urgence et la conduite à tenir en cas

d'alerte. Il peut se référer au support — notamment aux titres — tout en regardant son interlocuteur.

L'examineur manifeste s'il a compris ou non, fait reformuler, demande des précisions, des explications complémentaires, mais laisse le plus possible l'initiative au candidat.

C'est un dialogue qui doit s'instaurer, non un interrogatoire, ni une situation d'enseignement ; l'examineur doit donc se garder d'intervenir pour corriger, expliquer ou évaluer.

Lorsque le candidat a achevé son explication ou que le temps imparti est écoulé (15 mn), l'épreuve est terminée.

Le candidat peut alors se présenter auprès d'un autre examinateur pour la seconde épreuve qui se déroule selon le même processus.

### Évaluation

L'épreuve n'est pas notée mais évaluée en termes de Réussi/Non Réussi (R/NR).

L'examineur appréciera si :

- le candidat a bien réalisé la tâche demandée ; ici, expliquer que faire en cas d'alerte, conformément au support.
- la langue utilisée est claire et structurée : vocabulaire adéquat, tournures pour formuler une consigne, une interdiction...
- la communication s'est établie : le candidat s'est assuré que l'interlocuteur comprenait les explications, a tenu compte de ses réactions.

L'épreuve est réussie si ces trois critères indissociables sont satisfaits.

Il est acceptable que le candidat ne connaisse pas tous les mots du texte, s'exprime avec quelques incorrections ou imprécisions.

Parmi les causes d'échecs les plus fréquentes : français insuffisant, lecture de phrases du texte, consignes erronées, hors-sujet, monologue ignorant les relances de l'interlocuteur...

Sur les deux épreuves d'expression orale, un seul échec est admis. ■

*Geneviève Bruneteau  
Professeur,  
concepteur d'examens*

**CERTIFICAT DE FRANÇAIS  
DES PROFESSIONS SCIENTIFIQUES ET TECHNIQUES  
DE LA CCIP**

*Durée : 30 minutes pour les deux épreuves*

**EXPRESSION ORALE**  
Première épreuve - EO (1)

A l'aide du document ci-dessous, expliquez à votre interlocuteur les consignes d'urgence et la conduite à tenir en cas d'alerte.

*(La situation sera simulée entre l'examineur et le candidat qui disposera de 15 minutes de préparation avec dictionnaire.)*

**CONSIGNES D'URGENCE EN CAS D'ALERTE**

**FACE AUX CATASTROPHES (NATURELLES, TECHNOLOGIQUES OU LIÉES A UNE CRISE)**

**LA SÉCURITÉ EST L'AFFAIRE DE CHACUN, IL EST NORMAL DE S'Y PRÉPARER**

L'ALERTE est destinée à prévenir la population de l'imminence d'une catastrophe ou d'une agression, et permet de prendre immédiatement les mesures de protection adaptées. Elle peut être donnée pour signaler un nuage toxique ou

explosif, un risque radioactif, une menace d'agression aérienne, certains risques naturels... Parmi ces derniers, la plupart ne font pas actuellement l'objet d'une prévision à court terme et surviennent donc sans alerte (tremblement de terre par exemple).

**UNE SEULE SOURCE D'INFORMATION : LA RADIO**



C'est par ce moyen que vous recevrez les

Mettez vous immédiatement à l'écoute de France Inter (1 852 m GO soit 162 kHz, ou à défaut sur ondes moyennes ou modulation de fréquence).

informations sur la nature du risque ainsi que les premières consignes.

Le cas échéant, ces informations seront également diffusées sur des radios locales. Conservez en permanence un poste portatif à piles en état de marche.

**UN SEUL SIGNAL : LA SIRÈNE**



Ce signal prolongé est émis trois fois entrecoupées d'un court intervalle.

L'alerte est donnée par la sirène, en ville et sur certains sites industriels, avec un signal sonore modulé montant et descendant pendant une minute;

En l'absence de sirènes fixes, l'alerte peut également être donnée par des sirènes ou haut-parleurs montés sur véhicules.

Le signal sonore de fin d'alerte marque la fin du danger. Il est continu et dure trente secondes.



**Sécurité Civile**  
Dès maintenant l'affaire de chacun.

**UN BON RÉFLEXE : ENFERMEZ-VOUS**



Ne restez pas dans la rue : c'est l'endroit le plus exposé quel que soit le risque.

Le signal de la sirène n'apporte pas d'information sur la nature du risque.

Le confinement est alors la protection immédiate la plus efficace face aux principales menaces nécessitant une alerte urgente : vous devez simplement vous enfermer sans tarder dans un local clos (portes et fenêtres fermées).

**NE TÉLÉPHONEZ PAS**



Le réseau téléphonique doit rester libre pour les secours.

Soyez patient. L'information peut vous sembler longue à venir.

En attendant, fermez et calfeutrez soigneusement toutes les ouvertures, y compris les aérations.

Éteignez flammes et cigarettes. Arrêtez les ventilations, réduisez le chauffage.

La meilleure protection est obtenue dans une pièce située au centre d'un local, par exemple une pièce sans fenêtre.

Ne quittez pas votre abri avant la consigne des autorités.

Dans les zones situées sous les grands barrages, il existe des consignes et des dispositifs d'alerte spéciaux.

Renseignez-vous dès aujourd'hui auprès de votre mairie.

Ministère de l'Intérieur

# Corrigés du dossier "Les acteurs de la vie juridique en activité"

(Point Commun, n°3, janvier 1998)

## 1. LE RÔLE DES PROFESSIONNELS DU DROIT

### 1. Comment dire

1. le requérant ; 2. le juré ; 3. l'accusé ; 4. l'appelant ; 5. le contractant ; 6. l'associé ; 7. le gérant ; 8. le commerçant ; 9. le consultant ; 10. le détenu.

### 2. Reconnaître un professionnel

a. (1) juge (magistrat du siège) ; (2) procureur de la République (magistrat du Parquet ou magistrat du ministère public) ; (3) avocat ; (4) greffier ; (5) huissier ; (6) notaire ; (7) juriste d'entreprise.

b. (1) témoin ; (2) jurés d'assises ; (3) juge du tribunal correctionnel ; (4) avocat ; (5) créancier ; (6) cocontractants ; (7) assureur.

## 2. LE MÉTIER D'AVOCAT

### 1. Complétez

- M<sup>e</sup> Renard : Paris, 50 associés (et 180 salariés) dans le cabinet, plutôt grandes entreprises, droit de la propriété industrielle.

- M<sup>e</sup> Laudet : Paris, 8 associés, PME, droit des affaires.

- M<sup>e</sup> Champion : une ville en Bretagne, pas d'associé, Monsieur "Tout le monde", pas de spécialisation.

### 2. Cochez

- M<sup>e</sup> Renard : A. a, c ; B. a, c, e

- M<sup>e</sup> Laudet : A. b, e ; B. d

- M<sup>e</sup> Champion : A. d ; B. b

### 3. Consultez

- M<sup>e</sup> Renard : e, g.

- M<sup>e</sup> Laudet : a, c.

- M<sup>e</sup> Champion : b, d, f.

## 3. LA FONCTION DU JUGE

### 1. Poser les bonnes questions

Proposition de corrigé :

• *Questions au conseiller prud'homal*

1. Comment devient-on juge prud'homal ?

2. Comment prenez-vous vos décisions ?  
3. Quelle est votre domaine de compétence ?  
4. Quel type d'affaires jugez-vous principalement ?

### • *Questions au juge CJCE*

1. Combien de juges siègent à la CJCE ?

2. Comment êtes-vous nommés ?

3. Quel est votre domaine de compétence ?

4. Qu'est-ce que le droit communautaire ?

### 2. Comparer deux fonctions

#### • *Conseiller prud'homal.*

a. Élu pour cinq ans, à nombre égal, par ses pairs (employeurs et salariés).

b. Ni un juge professionnel, ni même un juriste. Formations diverses.

c. Juge les conflits individuels du travail.

d. Oui.

#### • *Juge CJCE*

a. Nommé pour 6 ans par les gouvernements des États membres.

b. Formations diverses (magistrats, politiciens, universitaires). Ils ont en commun des "compétences notoires".

c. La CJCE a pour fonction d'assurer le respect du droit communautaire dans son application et son interprétation.

d. Non.

### 3. Apprécier sa compétence

#### A. *Compétence du Conseil des prud'hommes.*

Oui : 1 (la promesse peut être assimilée à un contrat de travail), 2 (l'employeur peut aussi être demandeur), 3 (la solution du litige est à rechercher dans le contrat de travail) - Non : 4 (c'est un conflit collectif).

#### B. *Compétence de la CJCE*

Oui : 1, 2, 4. Non : 3 (la CJCE n'est pas compétente pour interpréter les constitutions nationales).

## 4. LA DÉCISION DU JUGE

### 1. Comment dire

a4 ; b5 ; c7 ; d2 ; e6 ; f1 ; g3.



## 2. Analyser

### • *Devant le Conseil des prud'hommes*

1. Parties au procès : Leroux, contre SA Paribas Immobilier.

2. Faits : cf §2

3. Prétentions des parties : Leroux demande 48 000 F de dommages-intérêts,

4. Moyens des parties :

- Arguments du demandeur : cf §3

- Arguments du défendeur : cf §4

5. Problème juridique : Le motif du licenciement est-il réel et sérieux ?

6. Solution retenue : Déboute Leroux.

7. Motifs de la décision : Attestations écrites prouvant que les retards de Leroux perturbaient le service comptable.

### • *Devant le Hessisches Finanzgericht*

1. Parties au procès : Société Neckerman contre Administration des douanes allemandes.

2. Faits : La société Neckerman importe des vêtements et refuse le versement de droits de douane complémentaires.

3. Prétentions des parties : La Société Neckerman demande à ne pas payer les droits de douane complémentaires que lui réclame l'administration des douanes.

4. Moyens des parties :

- Arguments de la Société Neckerman : les vêtements importés sont des pyjamas.

- Arguments de l'Administration des douanes : ce ne sont pas des pyjamas, mais des "hauts" et des "bas".

5. Problème juridique : Qu'est-ce qu'un pyjama ?

6. 7. Réponse de la CJCE : Un pyjama est un vêtement qui est destiné à être porté non seulement exclusivement, mais aussi essentiellement au lit. Le fait qu'il soit également possible de porter ce vêtement au lit ne suffit pas à le qualifier de pyjama.

## 5. LES CONTRATS DES PARTICULIERS

### 1. Comment dire

1. Un bailleur. 2. Un locataire. 3. Un employeur.  
4. Un expéditeur. 5. Un voyageur. 6. Un électeur.  
7. Un fonctionnaire. 8. Un auteur.

### 2. Analyser un contrat

**Entretien 1.** 1. Contrat d'entreprise. 2. Société Répartout (prestataire de service) et Mme Dupont (client). 3. Réparation d'un ordinateur.  
4. Pour le moment, contrat oral (téléphoné). Probablement confirmation écrite par la suite (devis accepté, par exemple). 5. Réparer dans les délais (3 jours). Payer 300 FF. 6. Que faire, par exemple, si la réparation est plus complexe que prévu ?

**Entretien 2.** 1. Contrat de transport. 2. Air France. Paul Taravant. 3. Transport (aérien) de voyageur. 4. Contrat oral. Par la suite, contrat matérialisé par titre de transport (billet). 5. Transporter jusqu'à Florence. Payer 3 895 FF.

**Entretien 3.** 1. Contrat de vente. 2. Société Haut-Brane (vendeur). Épicerie Parisienne (acheteur). 3. Vente de vins Château Margaux. 4. Contrat oral. Confirmation écrite annoncée (lettre). 5. Livrer avant jeudi de la semaine prochaine. Payer le prix aux conditions habituelles.

### 3. Imaginer la suite

#### Entretien 3

ÉPICERIE PARISIENNE  
.....  
.....

Société Haut Brane  
.....  
.....

Paris, le...

À l'attention de Madame Bardot

Madame,

Je fais suite à notre entretien téléphonique de ce jour et vous confirme ma commande de 40 bouteilles de Château Margaux, réf. BCM 91900, au prix de 21,30 FF la bouteille.

Les conditions de paiement, à savoir à 30 jours fin de mois de livraison, restent inchangées.

Je vous remercie d'avoir bien voulu accepter de livrer la marchandise le jeudi 3 mars.

Veuillez recevoir, Madame, mes salutations distinguées.

M. Videlier

# Le Certificat de français du tourisme et de l'hôtellerie

## L'ÉPREUVE D'EXPRESSION ÉCRITE

### Présentation de l'épreuve

L'expression écrite au CFTH est évaluée pour chaque candidat au moyen de deux épreuves. Un échec à l'une des deux épreuves d'expression écrite est toléré. Par contre, l'échec aux deux épreuves d'expression écrite est éliminatoire. Chaque candidat ne dispose que d'une heure pour rédiger les deux épreuves d'expression écrite, soit une demi-heure par épreuve.

Chaque épreuve correspond à une situation de communication professionnelle à traiter en simulation, de façon à ce que les candidats soient évalués, non seulement sur des compétences linguistiques (compétences limitées, environ 360 heures de français à leur actif), mais aussi sur des compétences professionnelles.

Rappelons enfin que l'usage de dictionnaires unilingues ou bilingues est autorisé.

### Évaluation

Le CFTH étant un examen de langue à visée professionnelle, les épreuves ne sont donc pas notées par point, mais selon le principe de la mention Réussi/Non réussi.

Réussi veut dire acceptable professionnellement : votre lettre est compréhensible et utilisable professionnellement.

Non Réussi veut dire inacceptable professionnellement :

CERTIFICAT DE FRANÇAIS  
DU TOURISME ET DE L'HOTELLERIE  
DE LA CCIP

TH 017 ETE 97

NOM : \_\_\_\_\_

PRÉNOM : \_\_\_\_\_

CENTRE : \_\_\_\_\_

*Durée : 1 heure pour les deux épreuves*

EXPRESSION ÉCRITE

Première épreuve - EE (I)

Vous travaillez chez un voyageur spécialiste du voyage haut de gamme sur mesure en Afrique Orientale (W.T.R. - 110 rue Michel Ange - 75016 PARIS, Tél. : 01 40 71 00 30, Télécopie : 01 40 71 02 71).

Vous envoyez à des agences de voyages distributrices avec lesquelles vous travaillez, votre nouveau catalogue accompagné d'une lettre.

#### Votre tâche :

Rédigez cette lettre d'accompagnement en reprenant les éléments suivants :

- rappel de la spécialisation de W.T.R.
- nouveau catalogue
- nouveaux séjours au catalogue : ZANZIBAR (un parfum d'orient au large de l'Afrique), la TANZANIE à la carte (choix d'hôtels de luxe, déplacements intérieurs en avion-taxi), KENYA (safari-photo)
- informations détaillées disponibles sur demande (ZANZIBAR, KENYA, TANZANIE)
- commission agences : 10 %
- contact : Monsieur Jean-Marie DIENG, Responsable clientèle agence.

Cette lettre est à rédiger au verso de la feuille et ne devra pas excéder ce format.

Sujet de l'épreuve retenue

vosre lettre est compréhensible mais inutilisable professionnellement, ou votre lettre est incompréhensible.

Pour obtenir la mention Réussi dans cette épreuve, les candidats devaient :

- comprendre la consigne : rédiger la lettre d'accompagnement du nouveau catalogue d'un voyageur au verso de la feuille d'examen (page format A4).

- identifier la situation professionnelle de communication ; le candidat s'identifie au voyageur : W.T.R., un tour-opérateur qui exerce ses activités sur une niche du marché puisqu'il est spécialiste de l'Afrique orientale et qu'il propose des prestations haut de gamme. La lettre à rédiger s'adresse à des agents de voyages qui commercialisent l'offre de W.T.R. auprès du grand public.

- connaître l'organisation générale du tourisme (les métiers, les tâches professionnelles : relations voyageur-agences distributrices), le vocabulaire spécialisé (un voyageur, des agences de voyages distributrices, un voyage haut de gamme sur mesure, une commission agences, un responsable clientèle agence) et posséder quelques connaissances géographiques (l'Afrique Orientale, la Tanzanie, le Kenya et Zanzibar).

- savoir utiliser une présentation claire et conforme à l'usage français.

- hiérarchiser et contextualiser les informations données brutes dans le sujet de l'épreuve afin que la lettre soit lue et comprise par ses destinataires.

- adopter un style efficace : construire des phrases courtes composées simplement, privilégier un style direct type lettre de vente (éviter les formes passives ou impersonnelles), utiliser un vocabulaire précis propre au domaine du tourisme, bannir les archaïsmes et les clichés comme "nous avons l'honneur de vous faire parvenir...", "nous espérons vous avoir donné satisfaction...".

### Critères d'évaluation

1. Identité de l'expéditeur (W.T.R.) ;
2. Identité du destinataire (agences de voyages distributrices) ;
3. But de la lettre (envoi nouveau catalogue) ;
4. Prise de contact (rappel spécialisation WTR) ;
- 5 à 8. Correction et contextualisation

- des quatre points à aborder : nouveaux séjours au catalogue, informations détaillées sur demande, commission agences, contact clientèle agences) ;
9. Prise de congé adéquate entre partenaires commerciaux ;
10. Présentation générale de la lettre.

Critères : 10

Mention Réussi : 7 critères à respecter + niveau en français écrit suffisant pour ne pas gêner la compréhension.

*Chantal Dubois*  
Professeur, concepteur d'examens

**W.T.R.**

*le meilleur de l'Afrique*

**Proposition de corrigé**

*Paris, le 1<sup>er</sup> septembre 1997*

*Madame, Monsieur, Chers partenaires,*

*Nous avons le plaisir de vous adresser notre nouveau catalogue de voyages 1998.*

*Ce catalogue marque la continuité mais aussi un certain renouvellement de l'offre de W.T.R. : votre spécialiste haut de gamme de l'Afrique Orientale.*

*Continuité, dans nos propositions de voyages à la carte et sur mesure en Afrique Orientale qui répondent aux attentes de vos clients les plus exigeants.*

*Renouvellement enfin, par le nombre de destinations proposées et une gamme d'itinéraires élargie :*

- Zanzibar : un parfum d'Orient au large de l'Afrique
- Tanzanie à la carte : hôtels de luxe, déplacements intérieurs en avion-taxi
- Kenya : safari-photo

*Sachez également que nous vous envoyons sur simple demande des brochures détaillées sur Zanzibar, le Kenya et la Tanzanie.*

*Rappelons enfin que W.T.R. reverse à ses partenaires agents de voyages une commission de 10%.*

*Pour toute information complémentaire, Jean-Marie DIENG, notre responsable clientèle agence, se tient à votre entière disposition.*

*Dans l'attente du plaisir de notre coopération, nous vous prions d'agréer, Madame, Monsieur, Chers partenaires, l'expression de nos sentiments les meilleurs.*

*Laurent LAFAILLE*  
Directeur

*P.J. : 1 catalogue.*

W.T.R. 110, RUE MICHEL ANGE 75016 PARIS TÉL. 01 40 71 00 30 FAX : 01 40 71 02 71  
LIC. 75 95 01 71 - MEMBRE DU SNAV - SA AU CAPITAL DE 584 000 F - RC PARIS B 302 656 087

## LA CCIP ET L'ALLIANCE FRANÇAISE

### ■ Une volonté de construire ensemble

Partenaires depuis toujours et acteurs importants dans le monde de la francophonie, la Chambre de Commerce et d'Industrie de Paris et l'Alliance Française de Paris ont décidé de se rapprocher au terme d'un accord de coopération destiné à harmoniser leurs actions en faveur de la promotion de la langue française à l'étranger.

Mieux contribuer ainsi à développer de manière significative un environnement linguistique et culturel favorable aux entreprises françaises dans de très nombreux pays, telle est leur volonté commune.

### ■ Le français langue pratique

En un peu plus d'un siècle, l'Alliance s'est implantée dans 138 pays du monde. 1080 comités assurent la diffusion de la langue et de la culture françaises et accueillent chaque année un total de 350.000 étudiants adultes pour la plupart.

De son côté, la Chambre de Commerce et d'Industrie de Paris certifie, depuis plus d'une quarantaine d'années, les connaissances et les compétences en français des affaires et des professions de publics non-francophones au travers de sept examens que passent chaque année quelque 8 000 candidats dans 600 centres situés dans 90 pays. Les Alliances françaises représentent le quart de ce réseau. L'activité des Alliances locales, partenaires de la CCIP dans le domaine de la préparation à ses examens de français des affaires, a été dynamisée par une action de mobilisation récente dans laquelle M. Jean Harzic, Secrétaire général de l'Alliance française, et Mme Guilhène Maratier-Decléty, Directeur des Relations Internationales de l'Enseignement de la Chambre de Commerce et d'Industrie de Paris, se sont personnellement impliqués.

Ainsi, l'ouverture de nouveaux centres d'examens concernera de nouvelles Alliances Françaises qui joueront un rôle moteur dans le développement du français des affaires. Les Alliances Françaises se sont engagées à faire de la Chambre de Commerce et d'Industrie de Paris un partenaire privilégié.

### ■ Des actions communes

Les deux organismes souhaitent développer une étroite collaboration et, dans cet esprit, ils ont tenu un stand commun au dernier salon Expolangues, fin janvier 1998. C'était une première et son succès nous a paru de bonne augure.

Les sites internet des deux institutions se renforceront l'un l'autre pour devenir ainsi accessibles à un plus grand nombre.

### ■ Priorités

Les correspondants des deux institutions sur le terrain se rencontreront pour bâtir les actions de nature à développer l'influence du français dans le monde. Quatre axes prioritaires ont déjà été retenus : l'Afrique du Sud, la Thaïlande, Singapour et Hong-Kong. Ce type d'opérations sera poursuivi si ces premiers essais sont concluants.

Dans le respect de leurs personnalités, l'Alliance française et la Chambre de Commerce et d'Industrie de Paris se rapprochent pour agir en commun pour la promotion de la langue française qu'elle soit langue générale ou langue des affaires et des professions. Toutes deux ont mesuré l'intérêt et l'impérative nécessité de travailler encore plus étroitement ensemble.

**CCIP**  
**CHAMBRE DE COMMERCE ET D'INDUSTRIE DE PARIS**

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)*

Edition, diffusion, publicité : *Emmanuel Soyer*

Réalisation (PAO) : *Marie-José Bru*

Ont collaboré à ce numéro :

*Bozena Czekanska-Mirek, Geneviève Bruneteau, Hervé de Fontenay, Chantal Dubois, Jean-Luc Penforris, Małgorzata Zarebska, illustrations : Nicolas Spinga*

Chambre de Commerce et d'Industrie de Paris  
 Direction des Relations Internationales/Enseignement  
 28, rue de l'Abbé Grégoire 75279 Paris Cedex 06  
 Abonnements: (33-1) 49.54.28.64/67  
 Edition, diffusion, publicité : (33-1) 49.54.28.64  
 Rédaction : (33-1) 49.54.28.68 - Télécopie (33-1) 49.54.28.90  
 e-mail : examdfda@ccip.fr  
 Dépôt légal : avril 1998 - N° ISSN 1281-1157

Editions



### Des outils différents pour l'enseignement

**Les carnets** : l'essentiel au format de poche  
**La grammaire du français courant** : la base  
**Spirale** : un jeu d'animation pour la classe de FLE  
**Verbaïs** : la conjugaison simple et souriante, sur PC

Français général et français des affaires

Pour plus d'informations, demandez notre catalogue en renvoyant ce bon à : **EUROPAÏS**  
 18, av. Maréchal Foch  
 21000 DIJON France

Nom : .....  
 Prénom : .....  
 N° et rue : .....  
 Ville : .....  
 Code postal : .....  
 Pays : .....  
 Type d'enseignement pratiqué : .....



## NOUVEAUTÉS

## ÉCONOMIE

■ **Déchiffrer les grands auteurs de l'économie et de la sociologie (tome 2)**

D. Clerc, Paris, Syros (Coll. Alternatives économiques), 1997, 256 p., 95 FF

Les auteurs marquants de ces cinquante dernières années sont présentés dans ce livre. D. Clerc expose, avec son savoir-faire pédagogique habituel, les arguments scientifiques qui ont été échangés sur des débats toujours d'actualité : faut-il plus ou moins d'État ? A quoi sert la monnaie ? Qu'est-ce qui motive les entreprises et les entrepreneurs ? Les Français épargnent-ils trop ou pas assez ?

Éditions La Découverte & Syros, 9 bis, rue Abel-Hovelacque, 75013 Paris.

## EUROPE

■ **L'euro en poche**

S. Marti, V. Ragot, Paris, La Documentation française, 1997, 96 p., 39 FF

Guide pratique et instrument de réflexion, cet ouvrage répond de façon claire et pédagogique à plus de 150 questions que chacun se pose à propos de l'euro : qu'est-ce que l'euro ? Qu'est-ce qui va changer pour les épargnants, pour les consommateurs, pour les entreprises ? Comment va se dérouler le passage à l'euro ? Enjeux et risques de la monnaie unique.

La Documentation française, 29-31, quai Voltaire, 75344 Paris Cedex 07.

■ **Comprendre l'euro - L'euro : pourquoi et comment ?**  
G. Gasztowtt, Ph. de Noël, J.-M. Rocchi, J. Terray, Paris, Séfi, 1997, 225 p., 125 FF

Ce livre présente de façon concrète et claire les aspects techniques et les changements que comporte la mise en place de l'euro. Parmi les thèmes traités, citons : l'euro et l'économie, la banque, l'entreprise et le droit.

Source d'Europe, Eurolibrairie, Le Socle de la Grande Arche, 92044 Paris La Défense Cedex

## MULTIMÉDIA

■ **Le multimédia**

T. Lancien, Paris, Clé International (Coll. Didactique des langues étrangères), 1997, 128 p., 67 FF

Cet ouvrage examine le rôle que peuvent jouer les nouvelles technologies dans l'apprentissage des langues étrangères. Il précise la spécificité du multimédia. Il propose également des outils d'analyse et de choix de médias, ainsi qu'une présentation d'Internet et de son intérêt pour les enseignants et les apprenants. Présenté dans une langue claire et accessible, il fait le point sur l'état des connaissances dans ce domaine à l'intention des professeurs de français langue étrangère.

Clé International, 27, rue de la Glacière, 75013 Paris.

COMMUNICATION  
PROFESSIONNELLE

■ **Les formules types du courrier d'entreprise**

A. Nishimata, Paris, Gualino Éditeur (Coll. Les Carrés), 1997, 84 p., 46 FF

Cent tableaux de formules-types pour rédiger vos lettres commerciales, mémoriser les formules qu'il convient d'utiliser, supprimer les répétitions et varier les expressions. Accompagnés de conseils de rédaction, ces tableaux de formules-types constituent un outil d'auto-perfectionnement.

Gualino Éditeur, 31, rue Falguière, 75741 Paris.

■ **Secrétaires : communiquez et négociez au quotidien**

G. Bercovici, G. Derouet, Paris, Éditions d'Organisation, 1997, 272 p., 130 FF

S'appuyant sur des exemples de la vie professionnelle, ce livre apprend à maîtriser les techniques de communication indispensables pour faire face à des situations complexes : s'adapter au caractère et au comportement de chacun des interlocuteurs, savoir aller à la source de l'information et la maîtriser, tisser des liens avec un environnement de plus en plus large, motiver une équipe.

Les Éditions d'Organisation, 1, rue Thénard, 75005 Paris.

■ **Entreprise et Cie**

– **Information et communication**

D. Serafini, G. Pigozzo, 184 p., 16 000 lire

– **Parlons profession**

D. Serafini, G. Pigozzo, 186 p., 16 000 lire

– **Une certaine idée de la France**

D. Serafini, C. Rocca, 210 p., 22 000 lire

Italie : Turin, Eurelle Edizioni, 1997

Cet ensemble d'ouvrages abondamment illustrés, riche en documents de toutes sortes, propose des activités variées et de nombreux exercices d'évaluation des compétences. Ces ouvrages sont accompagnés de guides pédagogiques, cassettes audio avec enregistrement des dialogues. La cassette vidéo est en cours de réalisation. Ces manuels sont destinés plus particulièrement aux élèves des lycées professionnels et technico-commerciaux italiens.

Eurelle Edizioni, 30 via Palmieri, 10138 Turin.

■ **Classe affaires**

E. Lucarelli, J.-M. Carrié, Italie, Turin, 408 p. + 184 p., 1998, 49 000 lire

Ce manuel comprend deux parties. La première, Théorie et Correspondance, est divisée en quatorze unités et chaque unité s'articule comme suit : sensibilisation à la réalité de l'entreprise (document vidéo) ; compétences professionnelles (contenus de techniques commerciales) ; communication orale ; communication écrite ; articles de presse (économie ou commerce). La deuxième partie concerne la civilisation française. Une cassette vidéo, deux cassettes audio, un guide pédagogique et un livre d'exercices accompagnent ce manuel.

Petrini Editore, Strada del Portone, 117 - 10095 Grugliasco, Italie.

# L'Agenda

## ■ Salon de l'Étudiant

Colombie, Santafé de Bogota, 15-18 octobre 1998

C'est au Centre des expositions de Corferias, à Santafé de Bogota, que se tiendra le 5<sup>e</sup> "Salon del Estudiante Expositivos". La France sera l'invitée d'honneur de cet événement, conçu comme un espace d'information directe et actualisée sur l'enseignement supérieur et celui des langues, en Colombie comme à l'étranger.

Rens. : Salon del Estudiante-Expositivos, Carrera 10 n° 26-20, Santafé de Bogota, D.C. Colombia - Suramerica - E-mail: aviatur@impsat.net.co

## ■ Forum de l'innovation scientifique francophone

Liban, Beyrouth, 27-30 avril 1998

Organisé par l'AUPELF-UREF, dans un environnement en pleine mutation technologique, ce forum sera le lieu de rencontre des chercheurs, scientifiques, universitaires, entrepreneurs. Un des principaux objectifs sera de favoriser les échanges entre les différents acteurs et producteurs de contenus pédagogiques et de mieux faire connaître les nouvelles technologies et les possibilités qu'elles offrent (Internet).

Rens. : f.chevalerie@aupelf.refer.org

## ■ Congrès de l'AATF

Canada, Montréal, 23-26 juillet 1998

De nombreuses conférences sur la langue, la littérature, la culture francophones animeront ces quatre jours de congrès à Montréal. Guilhène Maratier-Decléty, directeur de la DRI/E-CCIP, y participera et interviendra le vendredi 24 juillet sur la réforme des examens de français des affaires de la CCIP.

Rens. : (619) 594 6023 - E-mail : ciber@mail.sdsu.edu

## ■ Université d'été 98 / Formations de formateurs

Paris, 22 juin-17 juillet 1998




Quatorze stages de formation ont été mis en place pour apporter, à tous ceux qui contribuent à la diffusion de la langue française, des outils pédagogiques utiles et perfor-

mants. Ces formations permettent notamment d'acquérir ou de perfectionner savoirs et savoir-faire propres à l'enseignement du français des affaires et des professions. Quatre nouveaux modules sont proposés cette année : **MA** "Utiliser les méthodes actives dans le cours de français des affaires et des professions" ; **FCN** "Se former à la communication et à la négociation dans les affaires" ; **IF** "Développer une approche interculturelle dans le cours de français" ; **MM** "Se former au multimédia pour l'apprentissage du français".

Rens. : 01 49 54 28 67 - Mél : adecreton@ccip.fr

**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<sup>DELF</sup>
- Diplôme approfondi d'études en langue française<sup>DAELF</sup>

Diplômes d'université :

- Certificat pratique de langue française<sup>CPLE</sup>
- Diplôme d'études françaises<sup>DEF</sup>
- Diplôme supérieur d'études françaises<sup>DSF</sup>
- Diplôme supérieur d'aptitude à l'enseignement du Français Langue Etrangère<sup>DSE</sup>

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

- Certificat de français du tourisme et de l'hôtellerie<sup>CFTH</sup>
- Certificat pratique de français commercial et économique<sup>CPCE</sup>
- Diplôme supérieur de français des affaires<sup>DSFA</sup>
- Certificat de français juridique<sup>CFJ</sup>

Université Stendhal Grenoble 3 - CUEF (FC) SP 23 - 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: A.ete@faue@grenoble3.fr - Internet: http://www.grenoble3.fr/etudfr/

### 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

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

Nom ..... Prénom .....

Fonction ..... Organisme .....

Adresse .....

Code postal ..... Ville ..... Pays .....

Oui, je désire recevoir un exemplaire de Point Commun au pris de 70 FF (cocher le numéro choisi) :

n° 1 : Et si on exportait !

n° 3 : Les acteurs de la vie juridique en activité

n° 2 : La visite touristique guidée

Cl-joint mon règlement d'un montant de ..... FF par :

Mandat international

Virement : Crédit Commercial de France - Agence Saint-Placide - 62, rue Saint-Placide - 75006 Paris  
(Compte : 00302023470 - Clé rib : 14 - Code guichet : 00090 - Code banque : 30056)

Chèque : CCIP - DRI/E - 28, rue de l'Abbé Grégoire - 75279 Paris Cedex 06

Date et signature :

*Le français  
est un monde  
que l'on gagne  
à connaître*

Au plein coeur de Paris  
Une atmosphère familiale  
Un accueil personnalisé  
Une pédagogie originale  
Un cadre de formation  
Une pratique intensive  
Des résultats



Un objectif : le français d'entreprise

**ÉCOLE SUISSE INTERNATIONALE  
DE FRANÇAIS APPLIQUÉ**  
10, rue des messageries 75010 PARIS  
Tél: +33 (0) 1 47 70 20 66 Fax: +33 (0) 1 42 46 34 57

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

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



Ayez le bon réflexe,  
choisissez le FIAP !



Fiap Jean Monnet • L'Espace accueil de Paris  
30, rue Cabanis 75014 Paris • FRANCE  
Tél. 33 1 45 89 89 15 • Fax 33 1 45 81 63 91

**PENSON 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 6<sup>e</sup> 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

**Ce n'est pas un hasard si de plus en plus d'étudiants préfèrent apprendre le français en Bretagne...**

**NOUVEAU !**

"Bonjour de France" ...  
notre nouveau journal pour dialoguer sur internet.  
<http://www.bonjourdefrance.com>



**Le C.I.E.L. de Brest vous propose :**

En partenariat avec l'Université de Bretagne Occidentale (UBO)

**DES COURS**

- **Semi-intensifs et intensifs** communication orale ; nouvelles technologies
- **Trimestriels** (10, 12 ou 13 semaines)
- **De Français des Affaires**
- **Pour professeurs** langue, culture, méthodologie (juillet et août)
- **Programmes spéciaux** pour groupes de jeunes à partir de 12 ans.
- **Centre de préparation et d'examens**
  - Certificat pratique du Français des Affaires
  - Certificat de Français du Secrétariat
  - Certificat de Français du Tourisme et de l'Hôtellerie
  - DELF (Diplôme Européen de la Langue Française) en collaboration avec l'Université de Bretagne Occidentale



Centre International d'Étude des Langues - Rue du Général Foy - BP 35 - 29480 Le Relecq-Kerhuon  
Tél. (33) 2 98 88 87 87 - Fax. (33) 2 98 28 86 96 - Web site : <http://www.ciel.com> - E-mail : [chateauciel@yachowebtel.fr](mailto:chateauciel@yachowebtel.fr)

# La FNAC vous accompagne partout dans le monde !

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



Commandez facilement de chez vous par :

**@** [www.fnac.fr](http://www.fnac.fr)

**Fax :** (33) 1 69 10 67 09



**(33) 1 69 10 67 00**

(du lundi au samedi de 9H à 19H30)

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

